

INHALT

Einleitung 9

1. KAPITEL

Die Medienlandschaft im Wandel

1. Das duale Rundfunksystem:	
Aufbruch in die Konkurrenz oder in das Chaos?	17
a) Der Beginn des Fernsehzeitalters	
b) Ungleichher Wettbewerb um unvergleichbare Ziele	
c) Tendenzen in der Rundfunklandschaft von heute	
2. Programmvielfalt und Fernsehnutzung	38
a) Vielzahl der Kanäle und Vielzahl der Anbieter	
b) Vielzahl der Anbieter und Vielfalt des Programmangebots	
c) Vielfalt des Programmangebots und Vielfalt der Fernsehnutzung	
3. Die Bundesrepublik Deutschland als Markt für TV-Zielgruppen- und Spartenprogramme	51
a) Was ist ein Zielgruppenprogramm?	
b) Zielgruppen- und Spartenprogramme der 90er Jahre	
c) Grenzen und Rahmenbedingungen	
4. Der Funktionswandel des Fernsehens: Vom Angebots- zum Nachfragemedium	62

2. KAPITEL

Fernsehen und Kultur – ein problematisches Verhältnis

1. Kulturverfall durchs Fernsehen?	69
2. Vier Kulturbegriffe und Fernsehen	72
3. Fernsehen als Teil, Medium und Faktor der Kultur	82
4. Kultur versus Unterhaltung, Kultur versus Kommerz	88

5

5. Die Kulturfunktion des Fernsehens am Beispiel der Medienpastoral	95
6. Unser Blick zurück – Geschichte im Fernsehen	100
7. Die Verantwortung des Fernsehens für unsere Sprachkultur	105

3. KAPITEL

Die Rolle des Rundfunks in der Demokratie

1. Fernsehen als Forum des freien und öffentlichen Diskurses	113
a) Integration statt Uniformierung	
b) Information statt Desorientierung	
c) Verantwortung statt Reglementierung	
2. Die Massenmedien – eine vierte Gewalt?	132
a) Die Staatsfreiheit des Rundfunks	
b) Rundfunk als gesellschaftliche Macht	
c) Die Unabhängigkeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks	
3. Die Aufgaben des Journalisten: Aufklärung, Kritik, Kontrolle	141
4. Die Grenzen der Berichterstattung	147
a) Das grundsätzliche Dilemma: Umfassende Bericht- erstattungspflicht versus bloße Sensationsmache	
b) Rechtliche und moralische Grenzen der Bericht- erstattung	
c) Kriterien der Berichterstattung	
d) Zusammenfassung: Zehn Grundregeln für die Bericht- erstattung von Gewaltverbrechen	
5. Fernsehen – soziales Massenkommunikationsmittel oder Wirtschaftsgut?	162

4. KAPITEL

Das Programm im Wandel seines unverzichtbaren Auftrages

1. Der Programmauftrag: Eine zeitlose Frage, jederzeit neu zu beantworten	175
2. Die drei Funktionen des Programms: Information, Unterhaltung, Kultur	182
3. Wandlungen der Programmprofilierung	191
4. Was heißt Programmerfolg im Fernsehen?	200
a) Programmerfolg im kommerziellen Fernsehen	
b) Programmerfolg im öffentlich-rechtlichen Fernsehen	

5. KAPITEL

Medienwirkung und Medienschelte

1. Vorspiegelung falscher Tatsachen: Die entfernte Wirklichkeit	219
a) Weltbilder, Bildwelten und Welt-Phantome	
b) Wirklichkeit und Fiktion am Beispiel des Fernsehspiels	
c) Nähe und Ferne	
Exkurs: Verantwortung oder Zensur im Fernsehen?	236
2. Politische Einflußnahme?	241
a) Einwände gegen die »Schweigespirale«	
b) Die Rolle des Fernsehens beim Demokratisierungsprozeß in der DDR	
3. Gewalt im Fernsehen – Gewalt in der Welt	252
4. Verschwinden der Kindheit und Verfall der Familie?	260

6. KAPITEL

Die Stellung des Fernsehens im Medienkonzert

1. Buch und Fernsehen: Das Original ist allemal besser als die Kopie 276
 - a) Der Verfall der Lesezeit
 - b) Wesensunterschiede der Informationssysteme
Buch und Fernsehen
 - c) Das Buch ist das primäre Medium
2. Film und Fernsehen: Zwei kulturelle Orte, ein medienpolitischer Kontext 289
 - a) Europäische Kooperationen im Bereich des Fernsehens
 - b) Film und Fernsehen: Kooperation statt Konfrontation
 - c) Kino und Fernsehen: Komplementarität statt Konkurrenz
3. Presse, Hörfunk, Fernsehen: Wettbewerber um Meinung und Werbung 310
 - a) Der Streit um den Werbekuchen
 - b) Der publizistische Wettbewerb um die Meinungsführerschaft

Ausblick: Fernsehen von morgen – Chancen und Gefahren

1. Fernsehtechnik im Jahr 2000: Television oder Telepräsenz? 329
 2. Wie viele Programme braucht unsere Gesellschaft und der Zuschauer? 333
 3. Fernsehkultur im Jahr 2000: Von der Informationsgesellschaft zum Technopol? 339
- Personenregister 345