

Inhalt

Abbildungen	11
Tabellen	13
Vorwort zur 3. Auflage	15
Einleitung.....	17
1 «So what?» Zur Relevanz von Medienpolitik.....	19
1.1 Medienstrukturen	20
1.1.1 Strukturperspektive.....	20
1.1.2 Definition von Medien	24
1.1.3 Definition von Plattformen.....	26
1.2 Medienstrukturen und Medienpolitik	29
1.3 Aufbau des Buches	31
Grundlagen	35
2 Medienpolitik.....	37
2.1 Was ist Medienpolitik?.....	37
2.2 Dimensionen von Medienpolitik.....	42
2.2.1 Polity: Politische Strukturen	44
2.2.2 Politics: Politischer Prozess und daran beteiligte Akteure.....	46
2.2.3 Policy: Politische Inhalte und Entscheidungen	53
2.3 Medienpolitik und Gender	53

2.4	Medienpolitik erklären.....	55
2.4.1	Theorien aus der Politikfeldanalyse.....	55
2.4.2	Kritische Theorien.....	60
2.4.3	Framing-Ansatz.....	64
3	Medienregulierung.....	67
3.1	Was ist Medienregulierung?.....	67
3.2	Entwicklung der Medienregulierung.....	70
3.2.1	Modelle der Medienregulierung.....	71
3.2.2	Liberalisierung: Übergang zu Wettbewerb.....	75
3.2.3	Konvergenz: Folgen der Digitalisierung.....	92
3.3	Medienregulierung erklären.....	98
3.3.1	Interesstheorien.....	99
3.3.2	Neoinstitutionalismus.....	100
3.3.3	Ideentheoretische Ansätze.....	103
4	Media Governance.....	107
4.1	Was ist Media Governance?.....	107
4.2	Von Government zu Governance.....	111
4.2.1	Von der nationalen auf die europäische und globale Ebene.....	111
4.2.2	Von staatlicher Regulierung zu Co- und Selbstregulierung.....	113
4.2.3	Von kollektiver zu organisationaler Governance.....	117
4.2.4	Von formellen Regeln zu informellen Normen und Technologie.....	119
4.3	Media Governance erklären.....	121
5	Begründungen für medienpolitische Eingriffe.....	125
5.1	Technische Begründungen.....	125

5.2	Ökonomische Begründungen.....	128
5.2.1	Markt und Marktversagen	128
5.2.2	Folgen von Marktversagen	139
5.3	Gesellschaftlich-politische Begründungen.....	145
5.3.1	Gesellschaftliche Bedeutung von Medien und Plattformen.....	145
5.3.2	Konsequenzen für die Medienpolitik	150
6	Medienpolitik erforschen	155
6.1	Der Forschungsprozess.....	156
6.1.1	Planung	156
6.1.2	Durchführung	158
6.1.3	Verwertung.....	158
6.2	Methoden der Datenerhebung und Datenauswertung	160
6.3	Vergleichende Medienpolitikforschung	161
6.3.1	Was ist ein Vergleich?	162
6.3.2	Formen von Vergleichen.....	164
6.3.3	Schritte vergleichender Medienpolitikforschung.....	167
6.3.4	Typologien von Mediensystemen.....	168
	Inter- und transnationale Medienpolitik	175
7	Medienpolitik auf europäischer Ebene	177
7.1	Europarat.....	177
7.1.1	Entstehung und Struktur	177
7.1.2	Medienpolitik.....	178
7.2	OSZE.....	183
7.2.1	Entstehung und Struktur	183
7.2.2	Medienpolitik.....	184

7.3	Europäische Union	184
7.3.1	Entstehung und Struktur	184
7.3.2	Medienpolitik.....	188
7.4	Selbst- und Co-Regulierung auf europäischer Ebene	203
8	Medienpolitik auf globaler Ebene	205
8.1	ITU	208
8.1.1	Entstehung und Struktur	208
8.1.2	Medienpolitik.....	209
8.2	WIPO.....	210
8.2.1	Entstehung und Struktur	210
8.2.2	Medienpolitik.....	211
8.3	UNESCO.....	213
8.3.1	Entstehung und Struktur	213
8.3.2	Medienpolitik.....	213
8.4	WTO	216
8.4.1	Entstehung und Struktur	216
8.4.2	Medienpolitik.....	218
8.5	OECD.....	225
8.5.1	Entstehung und Struktur	225
8.5.2	Medienpolitik.....	225
8.6	Organisationen der Internet Governance.....	226
8.6.1	Internetkernressourcen.....	226
8.6.2	Multistakeholderismus.....	228
	Bereiche der Medienpolitik	233
9	Marktzugang und Wettbewerb.....	235
9.1	Regulierung des Marktzugangs.....	235

9.2	Harmonisierung und Zuweisung von Funkfrequenzen	238
9.3	Ökonomischer Wettbewerb und Marktmacht	240
9.3.1	Grundlagen	240
9.3.2	Wettbewerbsordnung in Europa	242
9.4	Publizistischer Wettbewerb und Meinungsmacht	245
9.4.1	Grundlagen	245
9.4.2	Medienkonzentrationsregulierung in Europa	247
10	Produktion	253
10.1	Öffentlicher Rundfunk	253
10.1.1	Grundlagen	254
10.1.2	Öffentlicher Rundfunk in Europa	261
10.2	Medienförderung	274
10.2.1	Grundlagen	275
10.2.2	Medienförderung in Europa	278
10.3	Förderung der audiovisuellen Industrie	288
10.4	Medienethische Standards und Sorgfaltspflichten	291
11	Inhalte	295
11.1	Governance von Medien- und Onlineinhalten	295
11.1.1	Grundlagen	296
11.1.2	Governance von Medien- und Onlineinhalten in Europa	298
11.2	Werberegulierung	315
12	Verbreitung	321
12.1	Infrastrukturausbau und Universaldienst	321
12.1.1	Grundlagen	321
12.1.2	Infrastrukturausbau und Universaldienst in Europa	323
12.2	Standardisierung und Internetkernressourcen	325

12.3	Sicherstellung von Wettbewerb	326
12.3.1	Elektronische Kommunikationsnetze und -dienste	326
12.3.2	Rundfunkübertragung	329
12.3.3	Netzneutralität.....	331
12.3.4	Plattformen	334
12.4	Priorisierung und Auffindbarkeit von Inhalten	337
12.4.1	Rundfunk und Streaming	337
12.4.2	Plattformen	339
13	Nutzung.....	347
13.1	Medienkompetenzförderung	347
13.1.1	Grundlagen	347
13.1.2	Medienkompetenzförderung in Europa.....	350
13.2	Datenschutz.....	352
13.2.1	Grundlagen	352
13.2.2	Datenschutz in Europa	354
13.3	Verbraucher-innenschutz.....	359
	Konklusion	363
14	Medienpolitische Reformen und die Rolle der Kommunikationswissenschaft	365
14.1	Medienpolitik unter veränderten Bedingungen	365
14.2	Medien(politik)forschung und praktische Medienpolitik.....	367
14.3	Demokratiegerechte Reform von Medienpolitik.....	369
14.4	Medienreform durch Medienpolitikreform	376
	Lösungen	379
	Literatur- und Dokumentenverzeichnis	391