

<u>INHALT</u>	Seite
Vorwort	I
Inhaltsverzeichnis	III
1. Einleitung: Vermittelte Kommunikation der Gesellschaft: Aufgaben und Struktur der Massenmedien	1
1.1 Bedeutung und Entwicklung menschlicher Kommunikation und gesellschaftlicher Kommunikationssysteme	1
1.2 Zur Organisation von Kommunikation in der Bundesrepublik Deutschland	8
1.2.1 Die Kommunikationsverfassung	8
1.2.2 Probleme des Massenmediensystems	10
2. Die Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland und ihre Entwicklung	15
2.1 Pressemedien	15
2.1.1 Tageszeitungen	16
2.1.1.1 Strukturdaten	16
2.1.1.2 Wirtschaftliche und unternehmerische Faktoren als Gründe für die Entwicklung auf dem Markt der Abonnementszeitungen	
Erlöse und Kosten der Tageszeitungsbetriebe	21
2.1.1.3 Wettbewerb und Kooperation zwischen Tageszeitungen	32
2.1.1.4 Publizistische Konzentrationsprozesse	34
2.1.1.5 Lokale Konzentrationsprozesse	36
2.1.1.6 Wirtschaftliche Hilfen und sonstige Maßnahmen zur Unterstützung der Tageszeitungsverlage	41
2.1.1.7 Die publizistische Leistung der Tageszeitungen	43
2.1.2 Anzeigenblätter	50
2.1.3 Amts- und Gemeindeblätter	52
2.1.4 Sonntagszeitungen	52
2.1.5 Politische Wochenblätter und Magazine	53
2.1.6 Zeitschriften	54
2.1.6.1 Allgemeine Gesellschaftszeitungen (Publikumszeitungen)	58
2.1.6.2 Fach- und Berufszeitschriften	62

2.2	Rundfunk	64
2.2.1	Organisation des Rundfunks	64
2.2.2	Wirtschaftliche Lage der Rundfunk- anstalten	66
2.2.3	Hörfunk	70
2.2.4	Fernsehen	73
2.3	Film	82
2.3.1	Entwicklung des Kinofilms	82
2.3.2	Filmhandel zwischen Filmwirtschaft und Fernsehen	84
2.4	Schallplatten und sonstige Tonträger	86
2.5	Buch	90
2.6	AV-Medien	94
2.7	Werbung in den Massenmedien	98
2.7.1	Werbeumsätze der Pressemedien	101
2.7.2	Werbeumsätze der Rundfunkanstalten	102
3.	Kritik an den Medien	105
3.1	"Kulturkritik"	105
3.2	Ideologiekritik	108
3.3	Konservative Kritik	113
3.4	Kritik an der privatwirtschaftlichen Presse	115
3.5	Kritik an den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten Fernsehen und Monopol	119
3.5.1	Besetzung und Arbeit der Gremien in den Anstalten	119
3.5.2	Die "Ausgewogenheit" im Programm des Rundfunks	120
3.5.3	Das Finanzgebaren der Anstalten	121
3.5.4	Der unklare Programmauftrag der Anstalten	123
3.5.5	Die zunehmende Bürokratisierung der Anstalten	123
3.5.6	Inhaltliche Einzelkritik	125
4.	Determinanten der Massenmedienentwicklung in der Bundesrepublik Deutschland	128
4.1	Gesamtgesellschaftliche Determinanten	129
4.2	Politische Determinanten	132
4.3	Soziodemografische Entwicklungsdaten	139
4.3.1	Wachstum der Wirtschaft, Einkom- men und privater Konsum	143
4.4	Strukturwandel der Wirtschaft	149
4.4.1	Der Trend zur Dienstleistungsge- sellschaft	149
4.4.2	Berufliche Mobilität	154
4.5	Soziokulturelle Entwicklungsperspektiven	155
4.5.1	Soziale Schichtung und Einkommens- verteilung	155
4.5.2	Soziale Mobilität und Bildung	159
4.5.3	Der Einsatz von Medien im Bildungs- system	164
4.5.4	Der Trend zur "Freizeitgesellschaft"	166

4.6 Die Nutzung der Massenmedien	176
4.6.1 Reichweiten der Medien in der Bevölkerung	179
4.6.2 Zeitaufwand für die Nutzung der Massenmedien	183
4.6.3 Wertschätzung der Medien und Nutzung einzelner Inhaltskategorien	189
4.6.4 Zur Nutzung der Dritten Programme des Fernsehens und ihrer Ein- schätzung	192
5. Die Technologie der Massenmedien und ihre voraussichtliche Entwicklung	195
5.1 Die technologische Entwicklung im Zeitungsverlag	196
5.1.1 Rationalisierung und Automatisie- rung in Redaktion, Herstellung und Vertrieb	196
5.2 Technische Veränderungen bei der Infor- mationsbeschaffung und -verarbeitung: Entwicklung der Nachrichtentechnologie	200
5.3 Neue Zeitungs- und Zeitschriftenformen im "Kleinoffset-Druck"	202
5.4 Technologische Neuerungen im Bereich der Fachpublikationen	203
5.4.1 Datenspeicherung und Mikrofilm	203
5.4.2 Funktionsdifferenzierung im Be- reich der Fachpublikationen auf Basis neuer Technologien	205
5.5 Veränderung der Technologie der Druck- medien in Hinblick auf die "postindu- striell <sup>e</sup> Gesellschaft	207
5.5.1 Faksimilezeitung	209
5.6 Technische Weiterentwicklung von Hörfunk und Fernseh Rundfunk	211
5.6.1 Hörfunk	211
5.6.2 Fernseh Rundfunk	213
5.6.3 Teletext als Erweiterung des Fernsehens	215
5.7 Ausbau der Telekommunikationssysteme auf längere Sicht	217
5.7.1 Kabelfernsehen	217
5.7.2 Kabelfernsehen mit Rückkanal	226
5.7.3 Breitbandkommunikation	230
5.7.4 Satellitenrundfunk	236
5.7.5 Terrestrisches Rundstrahlfernsehen im 12-GHz-Bereich	238
5.8 Technische Weiterentwicklung des Films	239
5.9 Technische Weiterentwicklung der Ton- konserven	240
5.10 Technische Weiterentwicklung der AV-Medien	241

6.	Zur Prognose der Massenmedienentwicklung in der Bundesrepublik Deutschland	244
6.1	Kritische Anmerkungen zur medienprognostischen Literaturlage	244
6.1.1	Methoden und Verfahren der Prognose	248
6.2	Prognosen zur voraussichtlichen Weiterentwicklung der Massenmedien	251
6.2.1	Tages- und Wochenzeitungen	252
6.2.1.1	Entwicklung der regionalen und lokalen Presse	254
6.2.1.2	Straßenverkaufszeitungen	259
6.2.1.3	Wochenzeitungen	260
6.2.1.4	Inhaltliche Veränderungen der Zeitung	262
6.2.2	Zeitschriften	265
6.2.3	Hörfunk	269
6.2.4	Fernsehen	271
6.2.5	AV-Bild- und Tonspeichermedien	274
6.2.5.1	Verbreitete Speichermedien: Tonträger und Film	274
6.2.5.2	"AV-Medien" Bildplatte und -kassette	276
6.3	Zur Zukunft der Telekommunikationsmedien	278
6.3.1	Zweiweg-Kabelfernsehen	290
6.4	Integrationsmöglichkeiten der Telekommunikationssysteme	293
6.5	Konkurrenz und Komplementarität von Telekommunikations-, Druck- und "AV-Medien	296
6.6	Das künftige Nutzungsverhalten und die subjektiven Bedürfnisse nach medialer Kommunikation	299
7.	Systematik der Organisationsformen: Massenmedien als Organisationsproblem	309
7.1	Leistungsanforderungen an mögliche Organisationsformen	309
7.1.1	Distributionsleistung	309
7.1.2	Produktionsleistung	310
7.1.3	Artikulationsleistung	310
7.1.4	Integrationsleistung	311
7.1.5	Leistung der bedürfnisorientierten Steuerung	314
7.2	Organisationsmodelle	316
7.2.1	Staatliche Kontrolle	316
7.2.2	Pluralistisches Gruppenmodell	316
7.2.3	Privatwirtschaftliches Wettbewerbsmodell	322
7.2.4	Modell "öffentlich-rechtliche" Anstalt	327
7.2.5	Mischformen	330

7.3	Finanzierungsprobleme	331
7.3.1	Staatliche Finanzierung durch Steuermittel	331
7.3.2	Finanzierung durch Verkauf	331
7.3.3	Finanzierung durch Werbeeinnahmen	332
7.3.4	Finanzierung durch Gebühren	333
7.3.5	Subventionen und Sponsoring durch nichtstaatliche Stellen	334
7.4	Der Rundfunkbegriff als zentrales Problem künftiger Kommunikationsorganisatorischer Entscheidungen	335
7.5	Medienkomplementarität als kommunikations- politische Zielvorstellung	342
7.6	Zusammenfassung	344
8.	Kommunikationspolitische Konsequenzen: Modelle der künftigen Organisation und Struktur der Massenmedien	347
8.1	Konsequenzen im Bereich der Druckmedien	347
8.1.1	Buch und Fachzeitschrift	347
8.1.2	Tages- und Wochenzeitung	347
8.2	Konsequenzen im Bereich des Hörfunks	353
8.3	Konsequenzen im Bereich des Fernsehens	360
8.4	Konsequenzen aus dem Ausbau des techni- schen Kommunikationssystems	363
8.5	Konsequenzen für audio-visuelle Spei- chermedien	364
8.6	Bildung im Medienverbund: Anstalt Bil- dungsfernsehen	365
8.7	Lokaler Rundfunk (Hörfunk und Fernsehen)	366
8.8	Information und Dokumentation	368
8.9	Bundesanstalt für Kommunikation	369
9.	Zusammenfassung	376
10.	ANHANG/Erläuterungen	393
9.1	Anmerkungen	395
9.2	Literaturverzeichnis	433
9.3	Zeitschriftenverzeichnis	474