

Inhalt

Vorwort	7
I	Medienforschung 9
1.1	Begriff »Medium« 10
1.1.1	Medien – gesellschaftliche Instrumente 10
1.1.2	Medien – (neue) Begriffsdifferenzierungen 12
1.1.3	Medium – Dienst(e) – Diensteanbieter 16
1.2	Zur Geschichte der Massenmedien 18
1.3	Eigengesetzlichkeiten der Medien 37
1.4	Organisationsformen der Massenmedien 42
2	Medienstrukturen in Deutschland 47
2.1	Presse in Deutschland 50
2.1.1	Presse in der Bundesrepublik 1945–1989 50
2.1.2	Presse in der DDR 57
2.1.3	Presse zwischen Wende und Wiedervereinigung 61
2.1.4	Presse nach der Wiedervereinigung 64
2.1.5	Entwicklungen der Presse ab 1995 67
2.1.6	Gegenwärtige Lage der Tagespresse 80
2.1.7	Zeitschriften 100
2.2	Rundfunk in Deutschland 103
2.2.1	Zum Rundfunkbegriff 105
2.2.2	Öffentlicher Rundfunk ab 1923 106
2.2.3	Rundfunk im Nationalsozialismus (1933–1945) . . . 107
2.2.4	Der Rundfunk der Besatzungsmächte 109
2.2.5	Öffentlich-rechtlicher Rundfunk 110
2.2.6	Privater Rundfunk 125
2.2.7	EU und Rundfunk 140

2.3	Die »neuen Medien« in Deutschland	143
2.3.1	Multimedia, Digitalisierung, Datenkompression	144
2.3.2	Internet	146
2.3.3	Web 2.0, Social Web, User-generated Content . . .	150
2.3.4	Onlinezeitungen – Onlinezeitschriften	155
2.3.5	Rechtliche Aspekte von Multimedia	162
3	Zur Finanzierung der Medien	165
3.1	Finanzierung der Presse	169
3.2	Finanzierung des Rundfunks	183
3.2.1	(Misch-)Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks	185
3.2.2	Finanzierung des privaten Rundfunks	191
3.3	Finanzierung der Onlinemedien	193
3.4	Marktzutritt in gesättigten Medienmärkten	201
	Abbildungen	204
	Literatur	205
	Links	241
	Personenindex	245
	Sachindex	249