



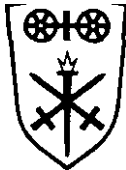
dandelion.com

© 2008 AGI-Information Management Consultants
May be used for personal purposes only or by
libraries associated to dandelion.com network.

Franz Ronneberger

KOMMUNIKATIONSPOLITIK II

Kommunikationspolitik
als Gesellschaftspolitik



v. HASE & KOEHLER VERLAG MAINZ

Inhalt

Band II

Spezieller Teil: Kommunikationspolitik als Gesellschaftspolitik

§ 10 Medienkommunikation als Freizeitgestaltung

1. Freizeit als gesellschaftlicher Anspruch	3
2. Erwartungen der organisierten und nicht organisierten Freizeitsysteme an das MK-System	8
3. Medienunterhaltung als Strukturierung der Freizeit	13
4. Medienunterhaltung als Gestaltung der Freizeit	19
5. Der Anspruch der Medienkommunikatoren auf die Freizeit der anderen	30

§ 11 Bildungsbedarf und Bildungsanspruch an die Medien

1. Bildung als Funktion des MK-Systems	37
2. Überschneidungszonen von Bildungssystem und MK-System	45
3. Demokratische Legitimation von politischer Bildung durch Medienkommunikation	53
4. Programm Strukturen zur Erfüllung der demokratischen Bildungsfunktion	59
5. Problem der expliziten Bildungsprogramme	66

§ 12 Machtpotential und Machtausübung der MK

1. Beitrag der MK zur Sensibilisierung für Machtprobleme, insbesondere Machtmißbrauch	79
2. Machtchancen durch Informationsvorsprung und Informationsselektion	84
3. Organisation der Macht durch Informationsmonopole	94
4. Machtstrukturen innerhalb der Medienorganisationen	102
5. Medienmacht als Legitimation für politische Macht	106

§ 13 Einfluß und Darstellung repräsentativer Interessen in den Medien

- | | |
|---|------|
| 1. Bedeutung des Mediensystems für den demokratischen Pluralismus | 1 11 |
| 2. Vielfalt und Bedeutung des Verbändeeinflusses in der Öffentlichkeit | 1 19 |
| 3. Kommunikationspolitische Zielvorstellungen der politischen Parteien und Interessenverbände | 126 |
| 4. Probleme der Staatspflege in den Medien | 143 |

§ 14 Entstehung und Bedeutung von Kommunikationsräumen

- | | |
|---|-----|
| 1. Determinanten für Entstehung und Abgrenzung von Kommunikationsräumen | 153 |
| 2. Nationale und internationale Kommunikationsräume des Rundfunks | 161 |
| 3. Nationale Kommunikationsräume der Presse | 168 |
| 4. Die Bedeutung von Kommunikationsräumen für die Funktionserfüllung des Mediensystems | 175 |
| 5. Der Beitrag von Kommunikationsräumen zur politischen und kulturellen Integration der Gesellschaft. | 180 |

§ 15 Föderalismus, Regionalismus, Unitarismus in der Medienorganisation

- | | |
|---|------|
| 1. Neuere Tendenzen politischer Strukturbildung im Grenzraum von Staat und Gesellschaft | 189 |
| 2. Lokalismus und Regionalismus als Organisationsprinzipien des Mediensystems | 195 |
| 3. Föderalismus und Unitarismus als Konfliktpotentiale der Rundfunkorganisation | 206 |
| 4. Neugliederung der Rundfunkorganisation unter Rationalisierungsdruck | 209 |
| 5. Föderative Strukturprobleme des Rundfunks in anderen Ländern | 21 4 |

§ 16 Mediensystem und Wirtschaftssystem

1. Öffentliche Aufgabe im Konflikt mit Wirtschaftlichkeit	221
2. Erwartungen der Presse an das Wirtschaftssystem	228
3. Die publizistische Funktion des Zeitungspreises	235
4. Rundfunkgebühr zwischen Kostendeckung und Nulltarif	243
5. Ökonomische und publizistische Bedeutung der Medienwerbung	249

§ 17 Internationale kommunikationspolitische Probleme

1. Theorie der vergleichenden K-Pol	265
2. Formen und Ziele internationaler K-Pol	271
3. Organisierte Systeme der internationalen Kommunikation	284
4. Zuteilung von Funk-Frequenzen	308
5. Grenzüberschreitende Rundfunk-Kommunikation	311

Literatur	319
------------------	-----

Stichwortverzeichnis	347
-----------------------------	-----