HERMANN MEYN

**Massenmedien
in der
Bundesrepublik
Deutschland**

Überarbeitete Neuauflage 1985

COLLOQUIUM VERLAG BERLIN

Inhalt

Vorwort	7
1. Einführung:	
Die politischen Funktionen der Massenmedien in der Demokratie ..	8
2. Geschichte der Pressefreiheit	13
2.1 Entwicklung bis 1919	13
2.2 Weimarer Demokratie	15
2.3 Drittes Reich	16
3. Die rechtliche Stellung der Presse	19
3.1 Meinungs-, Informations- und Pressefreiheit	19
3.2 Auskunftspflicht der Behörden und Zeugnisverweigerungsrecht	22
3.3 Öffentliche Aufgabe, Sorgfalts- und Gegendarstellungspflicht	26
3.4 Die rechtlichen Grenzen der Meinungs-, Informations- und Pressefreiheit	30
3.5 Wer kontrolliert die Presse?	33
3.5.1 Unteilbarkeit der Pressefreiheit	33
3.5.2 Selbstkontrolle durch Presserat	34
3.5.3 Die Bundesprüfstelle	36
4. Entwicklung und Struktur der Presse seit 1945	37
4.1 Die Lizenzpresse in den westlichen Besatzungszonen	37
4.2 Die gegenwärtige Struktur	40
4.2.1 Überblick	40
4.2.2 Die Heimatpresse	43
4.2.3 Andere lokale Blätter	49
4.2.4 Die großen Tageszeitungen	51
4.2.5 Die „Bild-Zeitung“	52
4.2.6 Die Wochenzeitungen	55
4.2.7 Die Parteipresse	59
4.2.8 Ausländer-Presse	61
4.2.9 Die Zeitschriften	62
4.3 Anzeigenabhängigkeit	67
4.4 Politischer Standort	70
4.5 Konzentration	73

4.5.1	Überblick	73
4.5.2	Ursachen	74
4.5.3	Medienkonzerne	77
4.5.4	Wieviel Macht durch Konzentration?	81
4.5.5	Vorschläge gegen Konzentration	86
4.6	Neue Zeitungsmodelle	89
5.	Die Informationsquellen	92
5.1	Nachrichtenagenturen	92
5.2	Pressestellen	95
6.	Die Journalisten	100
6.1	Der Beruf des Journalisten	100
6.2	Journalisten und Verleger	104
6.3	Ansätze innerer Pressefreiheit	106
7.	Hörfunk und Fernsehen	111
7.1	Organisation	111
7.1.1	Öffentlich und privat	111
7.1.2	Die Rundfunkveranstalter	115
7.1.3	Die Gremien	118
7.2	Macht von Parteien und Verbänden	122
7.3	Programm-Statistik	129
7.4	Zum politischen Programm	130
7.4.1	Ausgewogenheit	130
7.4.2	Nachrichten – objektiv?	133
7.4.3	Meinungsfreiheit	139
7.4.4	Gleichbehandlung der Parteien?	143
7.5	Kritik an den Rundfunkanstalten	144
7.6	Freie Radios und Video-Initiativen	146
8.	Neue Medien	148
8.1	Die neuen Techniken	148
8.1.1	Bildschirmtext	148
8.1.2	Videotext	150
8.1.3	Kabelrundfunk	152
8.1.4	Satellitenrundfunk	154
8.1.5	Video und Bildplatte	156
8.1.6	Zukunftspläne	158
8.2	Wirtschaftliche und politische Ausgangslage	160
8.3	Streitpunkt Verkabelung	162
8.4	Streitpunkt Arbeitsplätze	164
8.5	Streitpunkt Medienkonkurrenz	166
8.5.1	Presse und Fernsehen	166
8.5.2	Film und Fernsehen	168
8.5.3	Alte und neue Medien	169
8.6	Streitpunkt gesellschaftliche Auswirkungen	173

9.	Wirkungen	176
9.1	Der Kommunikationsprozeß	176
9.2	Die Reichweite der Massenmedien	181
9.3	Ergebnisse der Wirkungsforschung	184
9.3.1	Verhaltensänderung?	184
9.3.2	Wissenszuwachs?	187
9.3.3	Meinungswandel?	188
10.	Erfüllen die Massenmedien ihre politischen Funktionen?	193
11.	Anhang	198
11.1	Literatur zur Einführung	198
11.2	Zeittafel	201
11.3	Auszug aus dem Berliner Pressegesetz	206
11.4	Redaktionsstatut der „Süddeutschen Zeitung“	208
11.5	Audio-visuelle Medien zum Thema	209

Verzeichnis der Abbildungen

1	Die politischen Funktionen der Massenmedien	9
2	Wer kontrolliert die Presse-Journalisten?	33
3	Presse in der Bundesrepublik 1963 und 1984	42
4	Ein-Zeitungs-Kreise in der Bundesrepublik 1967 und 1984	42
5	Tageszeitungen nach Größenklassen	73
6	Anteile des Springer-Konzerns an der verkauften Gesamtauflage	78
7	Regionale Pressekonzentration in Nordrhein-Westfalen	82
8	Nachrichtenströme bei der Deutschen Presse-Agentur	94
9	Pflichtanteile der Landesrundfunkanstalten am Gemeinschaftsprogramm „Erstes Deutsches Fernsehen“	116
10	Die Organe des Westdeutschen Rundfunks	119
11	Die Organe des Bayerischen Rundfunks	119
12	Rundfunk-Regionalisierung am Beispiel des NDR	125
13	Kosten von Hörfunksendungen	129
14	Kosten von Fernsehsendungen	129
15	Auslandskorrespondenten von ARD und ZDF	137
16	Neue Möglichkeiten des Fernsehgerätes	148
17	Das Bildschirmtext-System	149
18	Das Videotext-System	151
19	Das Kabelrundfunk-System	153
20	Das Fernmeldesatelliten-System	155
21	Das Rundfunksatelliten-System	155
22	Umsatz der Videotheken	157
23	Netzausbauplan der Deutschen Bundespost	159
24	Werbe-Umsätze 1975 und 1984	167
25	Ein Medien-Haushalt von morgen?	173
26	Hörfunk- und Fernseh-Teilnehmer 1949-1985	181
27	Leser-Blatt-Bindung bei ausgewählten Publikumszeitschriften	183
28	Mediennutzung an einem durchschnittlichen Werktag	186