

Inhalt

Kurzzusammenfassung	7
Vorwort des Herausgebers	17
Einleitung	21
1 Zum Verständnis der italienischen Massenmedien	25
1.1 Partikularismus und Klientelismus	25
1.2 Die Parteiengesellschaft	28
1.3 Von der <i>Resistenza</i> zu den Koalitionsregierungen	30
1.4 Die Rolle des Staates: Öffentliche Industrie und Sozialstaat	32
1.5 Die Zweite Republik	33
2 Zwischen literarischem und politischem Primat	35
2.1 Der italienische Journalismus, die Literatur und der Kommentar	35
2.2 Die politischen Ursprünge	45
2.3 Der politische Parallelismus heute	48
3 Die ökonomischen und strukturellen Grundlagen des literarischen und des politischen Primats	55
3.1 Die historischen Wurzeln der <i>editoria impura</i>	55
3.2 Die Zeitungsauflagen	61
3.3 Die Besitzverhältnisse: Oligopol und Konzentration?	71
4 Sozialstaat und Massenkommunikation	77
4.1 Ist Kommunikation eine öffentliche Aufgabe?	77
4.2 Der Staat als Eigentümer, Finanzier und Gesetzgeber	81
5 Das Fernsehen vor der Kommerzialisierung	89
5.1 Das erzieherische Programm	89
5.2 Das Parteienfernsehen	94
5.3 Die Einführung des Dualen Rundfunksystems	98

6 Fernsehen und soziale Veränderung in den achtziger Jahren	101
6.1 Die kommerzielle Überflutung	101
6.2 Die Etappen des kommerziellen Fernsehens	104
6.3 Die Logik des kommerziellen Fernsehens	110
6.4 Die soziopolitischen Veränderungen der 90er Jahre und das Mediensystem	113
6.5 Italiens Fernsehen zwischen europäischer Integration und Globalisierung	117
7 Institutionalisierungsprozesse	121
7.1 Journalismus als Beruf	121
7.2 Formale Institutionalisierung und Selbstregulierung	124
7.3 Zugang und Ausbildung	129
7.4 Fremdregulierung des Berufs	132
8 Werbung	137
8.1 Vor der Kommerzialisierung	137
8.2 Die Veränderungen der achtziger Jahre	139
8.3 Die Stagnation der neunziger Jahre	145
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	147
Literaturverzeichnis	149
Anhang	153
a) Wichtige Medieninstitutionen in Italien	153
b) Zeitungsauflagen in Italien	155
c) Italienische Tageszeitungen mit Internet-Ausgaben	157
Der Autor	161