

Inhaltsverzeichnis

1.	Einführung	7
2.	Berlusconi's Vita	11
2.1	Die Schul- und Universitätszeit	11
2.2	Die Zeit als Baulöwe	13
2.3	Der Einstieg und Aufstieg als Medienmacher	16
2.4	Berlusconi, die Politik und die Justiz	20
2.5	Fazit	24
3.	Beschreibung und Genese des italienischen Mediensystems	25
3.1	Die verfassungsrechtliche Ausgangslage	25
3.2	Die Entwicklung der Presse	26
3.3	Die Entwicklung des Fernsehens	32
3.4	Die Mediengesetzgebung in Italien	38
3.4.1	Decreto Craxi/ Legge Berlusconi	39
3.4.2	Legge Mammi	40
3.4.3	Legge Maccanico	43
3.4.4	Legge Gasparri	44
3.5	Die Rolle Berlusconi's als Medienunternehmer und Lobbyist bis 1994	48
3.6	Fazit	52
4.	Der Medienmann und Medienpremier Berlusconi 1994 bis 2006	55
4.1	Die Bedeutung der Medien in Italien für die Politik	55
4.1.1	Die RAI	56
4.1.2	Der private Rundfunk	59
4.1.3	Der Pressemarkt	62
4.2	Berlusconi und die Politik: der Medienpremier	68
4.2.1	Durch die Medien an die Macht	68
4.2.2	Die Inszenierung einer Person: Berlusconi erschafft sich selbst	73
4.2.3	Der Wahlkampf 2001 und die Änderungen	76
4.2.4	Gesetze für sich selbst	77
4.2.5	Auswüchse der Medienmacht	79

4.2.6	Der Protest.....	83
4.3	Fazit.....	87
5.	Mediennutzung in Italien und Einfluss der Berlusconi-Medien	89
5.1	1946-2000: Probleme der Presse und Siegeszug des Fernsehens.....	89
5.2	2001-2005: Was hat sich getan?	97
5.3	Eine Exploration: Mediennutzung- und beurteilung Bologneser Studenten.....	101
5.3.1	Methodik	101
5.3.2	Auswertung	104
5.4	Fazit.....	119
6.	Die Kommunikationswissenschaft und Berlusconi - Was macht ihn interessant?.....	121
6.1	Das Kommunikationssystem: quasi-totalitäre Merkmale	121
6.2	Die Kommunikatorforschung: Berlusconis Kommunikationsberufe und die Ethik-Diskussion	124
6.3	Die Medienwirkung: Agenda-Setting und Persuasion	128
6.4	Der Beitrag der Arbeit zur Kommunikationswissenschaft	134
6.5	Fazit.....	136
7.	Schlussbetrachtung.....	137
I.	Literaturverzeichnis.....	141
II. Anhang.....		147
1.	Fragebogen Deutsch	147
2.	Fragebogen Italienisch	151