

Reihe Hanser 120

Helmut H. Diederichs

Konzentration in den Massenmedien



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

Systematischer Überblick
zur Situation in der BRD

Mit einem Nachwort
von Dieter Prokop

Carl Hanser Verlag

Inhalt

I. Einleitung	7
a) Zum Untersuchungsbereich >Massenmedien<: Kommunikation, Massenkommunikation, Mas- senkultur.	9
b) Zum Verständnis von >Konzentration<: Pro- bleme der Konzentrationsmessung.	12
II. Theorien zum Verhältnis von Massenmedien und Gesellschaft und ihre Stellung zur Konzentra- tionsproblematik.	17
III. Abriß zur Medienkonzentrationsforschung in der BRD.	27
IV. Ein kommunikationstheoretisches Konzentra- tionskonzept	34
a) Entwicklung und Darstellung des Konzeptes .	36
b) Begriff: ökonomische Konzentration.	39
c) Begriff: publizistische Konzentration.	42
d) Begriff: technische Restriktion.	43
e) Begriff: Monologisierung.	46
f) Vorbemerkungen zu den empirischen Kapiteln	47
V. Konzentration in der Tagespresse.	49
a) Historische Konzentrationserscheinungen . .	49
b) Unmittelbare Nachkriegsentwicklung	52
c) ökonomische Konzentration bis heute	55
d) Publizistische Konzentration bis heute	58
e) Messung publizistischer Konzentration	62
f) Eine wichtige Variante publizistischer Kon- zentration: Die Lokalmonopole.	77
g) Zusammenfassung: Konzentrationsschwer- punkte.	81
VI. Konzentration der Publikumszeitschriften und Wochenzeitungen.	84
a) Historische Konzentrationserscheinungen . .	84

b) Nachkriegsentwicklung und Abgrenzungsprobleme.	85
c) ökonomische und publizistische Konzentration bei den Publikumszeitschriften.	89
d) Messung publizistischer Konzentration.	96
e) Wochen- und Sonntagszeitungen.	107
f) Groschenhefte.	109
VII. Konzentration in Hörfunk und Fernsehen.	111
a) Historische Entwicklung des Hörfunks	111
b) Nachkriegsentwicklung und Struktur der sozialen Einheiten des Rundfunks: publizistische Konzentration.	116
c) Frequenzverteilung und Privatfunk: technische Restriktion.	125
VIII. Konzentration im Filmwesen.	131
a) Historische Konzentrationserscheinungen	131
b) Tendenzen und Besonderheiten des Films	138
c) Publizistische Konzentration.	140
d) ökonomische Konzentration I: Konzerne	144
e) ökonomische Konzentration II: Sparten	147
IX. Konzentration in den übrigen Massenkommunikationsmitteln.	156
a) Buchverlagswesen.	156
b) Schallplatte/Tonkassette.	166
c) AV-Medien.	169
X. Mediendiagonale Konzentration: Die zehn größten Konzerne.	174
XI. Die Konzentration in den Massenmedien der BRD: Eine Zusammenfassung der empirischen Ergebnisse verbunden mit der Überprüfung von Ansatz und Messung.	192
Nachwort von Dieter Prokop.	201
Anhang: Methoden zur Konzentrationsmessung.	206
Sach- und Personenregister.	237
Beilage: Schaubild «Verflechtungen in den Massenmedien der BRD»	