

Inhalt

1	Einführung.....	13
1.1	Inhaltlich-thematische Vorüberlegungen.....	13
1.2	Inhaltlich-theoretische Vorüberlegungen.....	19
2	Grundlagen einer Europäisierung des Fernsehens	26
2.1	Fernsehen und Integration.....	26
2.1.1	Integrationstheoretische Konzepte	26
2.1.2	Integration als gesellschaftliche Medienfunktion	30
2.2	Die Internationalisierung der Kommunikation.....	35
2.2.1	Kommunikativer Rahmen "Weltgesellschaft"	35
2.2.2	Kommunikative Bedarfskategorien: lokale, regionale, nationale und internationale Dimension	40
2.2.3	Grundlagen und Problembereiche einer internationalen Medienpolitik	44
2.3	Europäisierung der nationalen Fernsehsysteme?.....	53
2.3.1	Deregulierung.....	53
2.3.2	Ausprägungen des dualen Systems in Westeuropa.....	58
2.3.2.1	Die "großen Staaten": Großbritannien, Frankreich, Italien, Deutschland	58
2.3.2.2	Südeuropa: Spanien, Portugal, Griechenland	66
2.3.2.3	Skandinavien	67

2.3.2.4	Benelux: Luxemburg, Belgien, Niederlande	69
2.3.2.5	Irland, Österreich, Schweiz	71
2.3.3	Ergebnis	73
2.4	Zusammenfassung	75
3	Europäische Konzeptionen für ein Fernsehen ohne Grenzen.....	77
3.1	Die Anfänge europäischer Medienpolitik seit 1980.....	77
3.1.1	Das Europäische Parlament	77
3.1.2	Der Zwischenbericht der EG-Kommission.....	78
3.1.3	Ergebnis	80
3.2	Die Initiativen der EG-Kommission.....	81
3.2.1	Das Grünbuch von 1984	81
3.2.2	Die EG-Richtlinie	85
3.3	Die Medienpolitik des Europarats.....	87
3.3.1	Medienpolitische Akzente.....	87
3.3.2	Die Medienkonvention.....	88
3.3.3	Komplementarität versus Konkurrenz	90
3.4	Sonstige Euro-Akteure.....	91
3.4.1	Die European Broadcasting Union	91
3.4.2	Die European Television Task Force.....	95

4	Grundlagen der strukturellen und inhaltlichen Programmangebotsentwicklung in Europa.....	96
4.1	Programmbedarf und Programmversorgung.....	96
4.1.1	Bestandsaufnahme und Strukturen des internationalen Programmarktes	96
4.1.1.1	Nationale und internationale Programmangebote	96
4.1.1.2	Programmbeschaffung und -finanzierung	99
4.1.1.3	Entwicklungen des Programmarktes	106
4.1.2	Die audiovisuelle Programmproduktion Westeuropas	108
4.1.2.1	Bestandsaufnahme	108
4.1.2.2	Ausbau und Förderung des europäischen Programmproduktionssektors.....	114
4.1.2.2.1	Programmquotenpolitik	114
4.1.2.2.2	Ko- und Auftragsproduktionen.....	119
4.1.2.2.3	Das MEDIA-Programm der EG-Kommission.....	128
4.1.2.2.4	Audiovisuelles EUREKA und EURIMAGES.....	136
4.1.3	Wirtschaftliche Aspekte der Internationalisierung des Programmarktes	139
4.1.3.1	Transnationales und transkontinentales Engagement von Medienunternehmen	139
4.1.3.2	Europäische Werbeentwicklungen	148
4.2	Programminhalte.....	158
4.2.1	Europa als Medienthema.....	158
4.2.1.1	Präsentationsformen	158
4.2.1.2	Medial vermittelte öffentliche Meinung über Europa	164

4.2.2	Europäisierung der Programminhalte?.....	171
4.2.2.1	Zum Begriff der europäischen Identität und Kultur	171
4.2.2.2	Amerikanisierung europäischer Fernsehprogramme?	176
4.2.2.3	Das Problem der Sprachenintegration	182
4.2.3	Adressatenprobleme: Der vermeintliche "Eurozuschauer"	190
4.3	Erste europäische Programmkonzeptionen.....	199
4.3.1	Eurikon	199
4.3.1.1	Entwicklung.....	199
4.3.1.2	Programmkonzept und Programminhalte	200
4.3.1.3	Zuschauerforschung.....	204
4.3.1.4	Ergebnis	207
4.3.2	Europa TV	208
4.3.2.1	Entwicklung.....	208
4.3.2.2	Programmkonzept und Programminhalte	209
4.3.2.3	Problemanalyse.....	211
4.3.3	Ergebnis und Ausblick	215
5	Angebote und Inhalte europäischer Fernseh- programme nach Programmsparten.....	218
5.1	Überblick	218
5.2	Programmsparte Unterhaltung.....	222
5.2.1	Vorüberlegungen zur Unterhaltungsfunktion des Fernsehens	222
5.2.2	Unterhaltungsprogramme als Vollprogramme.....	228
5.2.2.1	Die Erfahrungen von Sky Channel	228
5.2.2.2	Superchannel	232

5.2.3	Unterhaltungsprogramme als Spartenprogramme	235
5.2.3.1	Filmkanäle	235
5.2.3.2	MTV Europe.....	240
5.2.3.3	Lifestyle.....	243
5.2.3.4	Kinderkanäle.....	244
5.2.3.5	Ergebnis	245
5.3	Programmsparte Sport.....	246
5.3.1	Sport und Internationalisierung.....	246
5.3.2	Sportspartenprogramme	249
5.3.2.1	Screensport	251
5.3.2.2	Eurosport	253
5.4	Programmsparte Information.....	257
5.4.1	Entwicklungen im internationalen Nachrichtensektor.....	257
5.4.2	Informationsspartenprogramme	260
5.4.2.1	Ein Vorläufer: der European Business Channel	260
5.4.2.2	CNN - das "Eurovorbild".....	262
5.4.2.3	BBC World Service TV.....	266
5.4.2.4	Euronews	269
5.4.2.4.1	Entwicklung	269
5.4.2.4.2	Anspruch, Programmkonzept und -durchführung.....	270
5.4.2.4.3	Problemanalyse und Ausblick.....	273
5.4.2.5	Ergebnis und Ausblick.....	278
5.4.3	Nachrichten national, europäisch, global: ein Strukturvergleich der Nachrichten von ITN, "Tagesschau", TV5/FT2, "Euronews", ARTE, "BBC World Service" und CNNI	281
5.4.3.1	Neue Formen formaler und inhaltlicher Gestaltung von Nachrichtenangeboten	282
5.4.3.2	Die Reflexion Europas in der Nachrichtengeographie	288

5.4.3.3	Nationale, europäische und globale Dimensionen der Berichterstattung.....	295
5.5	Programmsparte Kultur.....	299
5.5.1	Vorüberlegungen: Kultur und Fernsehen.....	299
5.5.2	"Etablierte" Kulturprogramme	305
5.5.2.1	Eins Plus	305
5.5.2.2	3sat.....	308
5.5.2.3	TV5 Europe	312
5.5.2.4	RAI SAT.....	315
5.5.2.5	Weitere Anbieter.....	317
5.5.3	ARTE: neue Standards in der europäischen Fernsehkultur	318
5.5.3.1	Entstehungsgeschichte.....	318
5.5.3.2	Organisation und Finanzierung	321
5.5.3.3	Programmkonzept und -anspruch.....	325
5.5.3.4	Verbreitung und Akzeptanz.....	327
5.5.3.5	Ergebnis: Probleme der Binationalität und Kritik	332
5.5.3.6	ARTE: eine Programmanalyse	334
5.5.3.6.1	Programmkategorien	335
5.5.3.6.2	Herkunft und Alter der Programme.....	339
5.5.3.6.3	Bewältigung des Sprachproblems	343
5.5.3.6.4	Europäische Dimensionen des Programms	345
5.5.3.6.5	Programmkonsistenz und Erzählstruktur.....	346
5.5.3.7	ARTE: das letzte europäische Fernsehexperiment?	346
6	Ergebnis und Ausblick.....	348
7	Literatur.....	355