

Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung	1
1.1	Kontextualisierung und erkenntnisleitendes Interesse	1
1.2	Thematische Verortung und spezifischer Forschungsansatz	5
1.3	Systematik und Forschungsmethodik	6
1.4	Begriffsdefinitionen und -kontextualisierungen	9
2.	Kommunikation in Europa – eine Frage der Öffentlichkeit?	13
2.1	Zur Historie, Form und Funktion von Öffentlichkeit sowie Ausprägung und Wirkung moderner Massenkommunikationsmittel	13
2.1.1	Definitionen von Öffentlichkeit	13
2.1.2	Zur Entstehung und Wirkungsweise massenmedialer Kommunikationsmittel	15
2.1.3	Formen von Öffentlichkeit	18
2.1.4	Von den Primär- bis zu den Tertiärfunktionen von Öffentlichkeit	19
2.1.5	Zur Bedeutung massenmedialer Öffentlichkeit für ein demokratisches Gesellschaftssystem	21
2.2	Öffentlichkeitskonstitution zwischen deliberativem und repräsentativ-liberalem Modell	21
2.2.1	Deliberatives versus repräsentativ-liberales Modell	22
2.2.2	Deliberatives Öffentlichkeitsmodell und europäische Identitätskonstruktionen	26
2.3	Europa und Öffentlichkeit	26
2.3.1	Definition europäischer Öffentlichkeit	27
2.3.2	Gibt es eine europäische Öffentlichkeit? – Zur Existenz europäischer Öffentlichkeit und ihren Entstehungsbedingungen	29
2.3.3	Zur Bedeutung von Öffentlichkeit auf Ebene des politischen Gemeinwesens EU im Spannungsfeld des Öffentlichkeits- und Demokratiedefizits	33
2.3.4	Transnationalisierung versus Europäisierung der nationalen Öffentlichkeiten	35

2.3.5	Der „Permissive Konsens“ – ein Europa für die Bürger und von den Bürgern?	41
2.3.6	Konflikt und Skandalisierung als „Motor“ europäischer Öffentlichkeit	45
2.3.7	EU-Berichterstattung in den Medien Europas	46
2.3.8	Eine <i>europäische Kommunikationsgemeinschaft</i> als Träger der <i>shared debatte</i> und Vehikel europäischer Öffentlichkeit?.....	48
2.3.9	Die Bürger und ihre Medien – die Zivilgesellschaft als Basis europäischer Medien?.....	50
3.	Europa – eine Frage der Identität?	53
3.1	Konstituierungsmechanismen von Identität zwischen Exklusion und Inklusion.....	55
3.1.1	Identität – utilitaristisch versus affektiv	60
3.1.2	Der gegenwärtige Status europäischer Identität und ihre Sichtbarkeit in den europäischen Verträgen.....	64
3.2	Europäische Identität.....	66
3.2.1	Die kulturelle Dimension	66
3.2.1.1	Europas gemeinsame kulturelle Werte?	68
3.2.1.2	Eine kulturelle Identität Europas?	70
3.3	Kulturelle und politische Identität als Spannungsfeld.....	71
3.4	Fazit.....	74
4.	Mediale Entwicklungen in Europa – eine Frage der Kultur- und Medienpolitik?	77
4.1	Rahmenbedingungen und Herausforderungen der Medien- und Kulturpolitik auf europäischer Ebene.....	77
4.2	Ein Europa, viele Sprachen, eine Stimme? – Zur Kommunikationspolitik der Europäischen Union und deren Hindernissen und Problemen	95
4.3	Die Kultur des Public-Service-Broadcasting (PSB) in Europa	123
4.3.1	Zur Lage des Fernsehens in Europa und dessen Entwicklung .	123
4.3.2	Definition und Funktion des PSB	125
4.3.3	Situation und Ausgestaltung des PSB in ausgewählten Ländern Europas	126
4.3.4	Deutschland.....	128
	4.3.4.1 Entwicklung und Status der Unabhängigkeit des PSB.....	128

4.3.4.2 Auftrag, Programmgestaltung und Finanzierung des PSB.....	129
4.3.5 England	130
4.3.5.1 Entwicklung und Status der Unabhängigkeit des PSB.....	130
4.3.5.2 Auftrag, Programmgestaltung und Finanzierung des PSB.....	131
4.3.6 Frankreich	132
4.3.6.1 Entwicklung und Status der Unabhängigkeit des PSB.....	132
4.3.6.2 Auftrag, Programmgestaltung und Finanzierung des PSB.....	133
4.3.7 Italien	134
4.3.7.1 Entwicklung und Status der Unabhängigkeit des PSB.....	134
4.3.7.2 Auftrag, Programmgestaltung und Finanzierung des PSB.....	136
4.3.8 Litauen	138
4.3.8.1 Entwicklung und Status der Unabhängigkeit des PSB.....	138
4.3.8.2 Auftrag, Programmgestaltung und Finanzierung des PSB.....	138
4.3.9 Ungarn	140
4.3.9.1 Entwicklung und Status der Unabhängigkeit des PSB.....	140
4.3.9.2 Auftrag, Programmgestaltung und Finanzierung des PSB.....	141
4.3.10 Fazit	142
 5. Fernsehen für Europa – Netzwerk oder Patchwork?.....	145
5.1 Rahmenbedingungen transnationaler Kommunikation in Europa.....	146
5.1.1 Multilingualität als Herausforderung für Verständigung in Europa.....	147
5.1.2 Kulturelle Divergenz und lokal-regionale Referentialität – von den nationalen Seh- und Hörgewohnheiten zum <i>regard croisé?</i>	151
5.1.3 Inhaltlich-konzeptionelle Herausforderungen der Vermittlung von Inhalten mit europäischer Dimension	153

5.1.4	Erwartungshaltungen der Rezipienten an ein Fernsehprogramm mit ‚europäischer Dimension‘ – was möchten die Unionsbürger sehen?	154
5.1.4.1	Was möchten die befragten Unionsbürger sehen?.....	155
5.1.4.2	Wie möchten die Unionsbürger die Informationen inhaltlich vermittelt bekommen?	156
5.1.4.3	Durch welche Programme und Formate möchten die befragten Bürger die gewünschten Informationen vermittelt bekommen?	157
5.2	Die Genese eines europäischen Fernsehens in den 1980er Jahren	162
5.2.1	Eurikon und Europa-TV – eine Fehleranalyse	162
5.2.2	Rückschlüsse aus den Projekten Europa-TV und Eurikon.....	169
5.3	Konzeptionen für ein ‚europäisches Fernsehen‘ im 21. Jahrhundert – Programm, Sender, Anstalt, Verbund?.....	172
5.3.1	Zur Typologie der Evaluationsindikatoren: Quantitative und qualitative Kategorisierung	172
5.3.2	Modell 1: 3sat – transnationales, sprachraumgebundenes Qualitätsfernsehen?.....	178
5.3.3	Modell 2: Der „europäische Kulturkanal“ Arte – als Vorbild?	181
5.3.4	Modell 3: Euronews – Welt-Nachrichten mit europäischer Perspektive?	185
5.3.5	Modell 4: Europe by Satellite und Europarl.tv als Mittler transparenter politischer Informationen aus Brüssel?	189
5.3.6	Modell 5: Das Pilotprojekt Euranet – Prototyp eines medialen Netzwerkes in Europa für Europa?	192
5.3.7	Die EBU als Träger europäischen Fernsehens und Vorstufe einer ‚europäischen ARD‘?.....	196
5.3.8	Der Europäisierungsgrad-Index der Modelle in der Übersicht	200
5.3.9	Drei Szenarien der Entwicklung von medialen Angeboten und ihr Realisierungspotential – Ergebnisse einer Befragung .	203
5.4	Fernsehen für Europa – ein Modell?	204
6.	Resümee und Ausblick.....	213
7.	Bibliographie.....	229
8.	Literatur- und Quellenverzeichnis.....	239