

Inhalt

Kapitel 1: Einführung	11
Kapitel 2: Radio – Versuch einer Begriffsbestimmung	15
2.1 Entstehung des Begriffs Radio	16
2.2 Radio in Deutschland	17
2.3 Transkulturelle Bedeutung des Begriffs Radio	19
2.4 Der deutsche Sonderweg: Hörfunk	20
2.5 Radio als Marke	22
2.6 Radio als akustisches Medium	23
2.7 Radio als Audio-Medium	24
2.8 Radio und Hören	27
2.9 Radio als Programmmedium	29
2.10 Radio als unsichtbares Medium	31
2.11 Radio als Alltagsmedium	32
2.12 Bausteine zu einer Definition des Radios	33
2.13 Fragen zur Vertiefung	34
2.14 Definitionen und Erklärungen	35
Kapitel 3: Theorien (Frank Schätzlein)	37
3.1 Radiotheorien – die deutsche Perspektive	37
3.2 Theorie vs. Praxis – Individualtheorien – Radiotheorien	38
3.3 Kontexte und Fachbezüge	39
3.4 Reichweite und Gegenstände	39
3.5 Phasen und Typen	40
3.6 Entwicklungslinien der Radiotheorie	42
3.7 Einzelmedientheorien des Radios im Überblick (I): utopische, medien- und gesellschaftskritische Ansätze	43
3.8 Einzelmedientheorien des Radios im Überblick (II): wissenschaftlich-systematische Ansätze	47

3.9	Ausblick.....	52
3.10	Radiotheorien – der internationale Stand (<i>Hans J. Kleinsteuber</i>)....	52
3.11	Fragen zur Vertiefung.....	60
3.12	Definitionen und Erklärungen	61
Kapitel 4:	Geschichte (<i>Frank Schätzlein</i>)	63
4.1	Entwicklung der Radiogeschichtsschreibung	63
4.2	Felder der Radiogeschichtsschreibung	64
4.3	Phasen der Radiogeschichte.....	65
4.4	Vorgeschichte des Radios.....	66
4.5	Etablierung des Radios in der Weimarer Republik.....	67
4.6	Radio als Massen- und Propagandamedium im Nationalsozialismus.....	68
4.7	Radio in der Nachkriegszeit und der Umbau des Rundfunksystems.....	70
4.8	Das „Radiojahrzehnt“ in den 50er Jahren.....	71
4.9	Konkurrenz zum Fernsehen: der Wandel des Radioprogramms in den 60er und 70er Jahren.....	73
4.10	Radio im dualen Rundfunksystem.....	75
4.11	Radio im wiedervereinigten Deutschland.....	76
4.12	Perspektiven der Radiogeschichtsschreibung.....	78
4.13	Fragen zur Vertiefung.....	79
4.14	Definitionen und Erklärungen	80
Kapitel 5:	Technik	83
5.1	Elektromagnetische Frequenzen	83
5.2	Sichtweisen von Technik.....	85
5.3	Grundlagen der Radiotechnik	86
5.4	Phase 1: Anfänge in den 1920er Jahren – Lang-, Mittel-, Kurzwellen.....	86
5.5	Phase 2: Neuanfang nach 1945 – Ultrakurzwellen.....	90
5.6	Phase 3: die schwierige Digitalisierung – DAB, Internetradio & Co.....	92
5.7	Fazit	109
5.8	Fragen zur Vertiefung.....	110

5.9	Definitionen und Erklärungen	111
Kapitel 6: Politik		113
6.1	Rechtliche Grundlagen	113
6.2	Grundbegriffe der Medienpolitik.....	117
6.3	Ebenen der Medienpolitik.....	119
6.4	Kurze Geschichte der Medienpolitik	121
6.5	Medienpolitik heute	123
6.6	Medien und politische Kommunikation.....	123
6.7	Medienpolitische Fallbeispiele	126
6.8	Fazit	134
6.9	Fragen zur Vertiefung.....	135
6.10	Definitionen und Erklärungen	136
Kapitel 7: Ökonomie.....		137
7.1	Einige Grundlagen	137
7.2	Grenzen ökonomischer Sichtweisen	138
7.3	Ebenen der Analyse	139
7.4	Radio als Produkt.....	145
7.5	Radiostrategien	146
7.6	Radiomanagement	146
7.7	Kommerzielles Radio	148
7.8	Radiowerbung.....	151
7.9	Radiomarketing	153
7.10	Fazit	157
7.11	Fragen zur Vertiefung.....	158
7.12	Definitionen und Erklärungen	159
Kapitel 8: Organisation		161
8.1	Einleitung.....	161
8.2	Das duale System.....	161
8.3	Das öffentliche Radio	163
8.4	Das privat-kommerzielle Radio	169
8.5	Radioorganisation in der Schweiz und Österreich.....	172

8.6	Standards im Radio	175
8.7	Konvergenz.....	179
8.8	Fazit	180
8.9	Fragen zur Vertiefung	181
8.10	Definitionen und Erklärungen	182
Kapitel 9:	Programm (Corinna Lüthje).....	183
9.1	Einleitung.....	183
9.2	Programmelemente	183
9.3	Zusammenfügung der Programmelemente zu einer Programmstruktur	191
9.4	Programmstruktur	193
9.5	Medienrechtlich relevante Programmtypen	194
9.6	Programme in internationaler Perspektive (<i>Hans J. Kleinsteuber</i>)	202
9.7	Fazit	205
9.8	Fragen zur Vertiefung	206
9.9	Definitionen und Erklärungen	207
Kapitel 10:	Nutzung (Uwe Hasebrink/Norman Müller)	209
10.1	Einleitung.....	209
10.2	Methoden der Radionutzungsforschung	210
10.3	Aktuelle Ergebnisse der Reichweitenforschung	216
10.4	Ausgewählte Einzelaspekte der Radionutzung	220
10.5	Radionutzung in sich verändernden Medienumgebungen	226
10.6	Das Radio als Bestandteil künftiger Medienrepertoires.....	231
10.7	Fragen zur Vertiefung	233
10.8	Definitionen und Erklärungen	234
Kapitel 11:	Journalismus (Ralph Eichmann)	235
11.1	Einleitung.....	235
11.2	Die zehn radiojournalistischen Darstellungsformen	236
11.3	Sprache und Sprechen im Radio	258
11.4	Technik	260
11.5	Sendungen	261
11.6	Fazit	266

11.7	Weitere Quellen für diesen Text.....	266
11.8	Fragen zur Vertiefung.....	266
11.9	Definitionen und Erklärungen	267
Kapitel 12: Community Radio.....		269
12.1	Einleitung: Definition	269
12.2	Grundelemente.....	270
12.3	Theoretische Grundlagen.....	271
12.4	Anfänge	272
12.5	Community Radio in der Welt.....	275
12.6	Campus- und College-Radio.....	290
12.7	Fazit	291
12.8	Fragen zur Vertiefung.....	292
12.9	Definitionen und Erklärungen	293
Kapitel 13: Globale Dimension		295
13.1	Einleitung.....	295
13.2	Radio als globales Medium.....	295
13.3	Modelle weltweit: kommerziell versus öffentlich	302
13.4	Fazit	310
13.5	Fragen zur Vertiefung.....	311
13.6	Definitionen und Erklärungen	312
Kapitel 14: Radio in aller Welt		313
14.1	Einleitung.....	313
14.2	Ethnisches Radio	313
14.3	Kinder und Radio.....	316
14.4	Militär und Radio.....	321
14.5	Piratenradio.....	323
14.6	Religion und Radio	324
14.7	Sport und Radio	326
14.8	Talk und Radio	328
14.9	Krisen und Krieg im Radio.....	329
14.10	Katastrophen und Radio.....	332

14.11	Fazit	333
14.12	Fragen zur Vertiefung	333
14.13	Definitionen und Erklärungen	334
Kapitel 15: Rund ums Radio.....		335
15.1	Vereinigungen	335
15.2	Museen	335
15.3	Konferenzen.....	336
15.4	Wissenschaft	337
15.5	Studiengänge	337
15.6	Geschichten	338
15.7	Humor	340
Kapitel 16: Fazit – Ein Medium der Zukunft?.....		342
Abkürzungsverzeichnis		345
Abbildungen und Tabellen.....		349
Tabellen		349
Abbildungen.....		350
Literatur		351
Zeitschriften		367
Einige Websites		367
Autorinnen und Autoren.....		369