

INHALT

1. EINLEITUNG	9
2. ZUM VERHÄLTNIS VON POLITIK, MEDIEN UND DEMOKRATIE	13
2.1. Medien und Politik	13
2.2. Medien und Demokratie	17
3. GESELLSCHAFTSPOLITISCHE VORAUSSETZUNGEN UND MEDIENENTWICKLUNG IN ITALIEN	21
3.1. Der Zerfall der ‘ersten Republik’	21
3.2. Der Weg zur ‘zweiten Republik’	26
3.3. Die Entwicklung der Medien	29
a.) Presse	30
b.) Fernsehen	32
4. BERLUSCONIS WERDEGANG UND MACHTKONZENTRATION VOR DEM WAHLKAMPF	35
4.1. Aufbau eines Medienimperiums	35
a.) Presse	36
b.) Fernsehen	37
4.2. Machtkonzentration in der Fininvest	40
5. MEDIEN UND WAHLKAMPF: DER FALL BERLUSCONI	43
5.1) Wahlkampf als moderne Managementaufgabe	43
a.) Wahlkampfberater und Demoskopie	43
b.) Die Werbebewegung: Forza Italia	46
5.1.1 Berlusconis offizieller Eintritt in die Politik	49
5.1.2 Berlusconis medialer Imageaufbau und Selbstinszenierung	52
5.2. Die Instrumentalisierung der Fininvest-Medien für den Wahlkampf	59

6. VORPHASE UND ERGEBNIS DER PARLAMENTSWAHL 1994	65
6.1. Die Selbstpräsentation der Spitzenkandidaten und ihrer Bündnisse	65
6.2. Das Ergebnis der Parlamentswahlen 1994	69
6.3. Die Regierung Berlusconi	74
7. RESÜMEE	81
7.1. Entsprach Berlusconis Wahl den demokratischen Grundsätzen?	81
LITERATURVERZEICHNIS	91
ANHANG	99
Abkürzungen	108
Chronologie seit 1989	109