

Inhaltsverzeichnis

<i>Einleitung</i>	13
Theoretischer Teil	
<i>1 Demokratie und Massenmedien: Eine normative Theorie öffentlicher Kommunikation</i>	16
1.1 Medienqualität und gesellschaftliche Werte	16
1.2 Demokratie als Leitwert: Massenkommunikation und die Rationalität politischer Willensbildung	18
<i>2 Demokratische Kriterien publizistischer Qualität</i>	24
2.1 Funktion, Performanz, Struktur: Analytische Konzepte zur Bestimmung von Qualitätskriterien	24
2.2 Demokratische Medienfunktionen	26
2.2.1 Medienfunktionen für die Bürger	28
2.2.2 Medienfunktionen für das politische System	31
2.3 Demokratische Medienperformanz	33
2.3.1 Die Qualität der Informationsleistung: Vielfalt und Objektivität <i>Exkurs: Objektivität und Realität - Anmerkungen zur Konstruktivismusdebatte</i>	38 44
2.3.2 Die Qualität der Kontrolleistung: Kritik	50
2.3.3 Die Qualität der Orientierungsleistung: Ideologische Strukturierung	53
2.4 Strukturbedingungen demokratischer Medienperformanz: Rechtliche und publizistische Regeln	57
2.4.1 Rechtliche Regeln: Medienfreiheit als Verfassungsgarantie und Leistungsverpflichtung	57
2.4.2 Publizistische Regeln: Standardisierung von Selektion und Darstellung	62
2.5 Zusammenfassung	64

3	<i>Die politische Agenda: Inhaltsobjekte der politischen Kommunikation</i>	67
3.1	Agendas und Issues	67
3.2	Positionen in der politischen Kommunikation	71
3.2.1	Die Bedeutung von Positionen in der Wahlkampfkommunikation	71
3.2.2	Präferenzen und Ideologie: Ein theoretisches Konzept zur Operationalisierung von Positionen	73
 Empirischer Teil		
4	<i>Anlage der Untersuchung und Erhebungsinstrumente</i>	87
4.1	Projektkontext und Durchführung der Erhebung	88
4.2	Auswahl der Dokumente und Analyseeinheiten	89
4.2.1	Das Sample der Medienagenda	89
4.2.2	Das Sample der Parteienagenda	93
4.2.3	Codier- und Analyseeinheiten	94
4.3	Aufbau und Anwendung der Variablen	96
4.3.1	Themen	97
4.3.2	Akteure	98
4.3.3	Positionen	98
4.4	Überblick über das Studiendesign	107
5	<i>Präsentationsformen und Ereigniskontext auf der Medienagenda und der Parteienagenda im Wahljahr 1990</i>	109
5.1	Die Medienagenda	109
5.2	Die Parteienagenda	114
5.3	Präsentation von Positionen auf der Medien- und der Parteienagenda	119

6	<i>Die Qualität publizistischer Leistungen</i>	122
6.1	Vielfalt	123
6.1.1	Themenvielfalt	124
6.1.2	Akteursvielfalt	129
6.1.3	Positionsvielfalt	135
6.1.4	Zusammenfassung	146
6.2	Objektivität	147
6.2.1	Faktische Richtigkeit in der Darstellung von Parteipositionen	148
6.2.2	Zusammenfassung	160
6.3	Ideologische Strukturierung	161
6.3.1	Trennung von Nachricht und Meinung	163
6.3.2	Ideologisches Profil und Konsistenz	175
6.3.3	Zusammenfassung	181
	<i>Schlußbetrachtung</i>	183
	Literaturverzeichnis	188
	Anhang	205

Verzeichnis der Tabellen und Schaubilder

a) Tabellen

Tabelle 3.1	Systematik der Politikpositionen	82
Tabelle 3.2	Dimensionale Struktur der Politikpositionen	83
Tabelle 4.1	Datenbasis: Dokumente und Fälle	96
Tabelle 4.2	Datenbasis: Fälle mit Positionen	105
Tabelle 5.1	Textformen in der Medienkommunikation	109
Tabelle 5.2	Anlässe der Medienkommunikation	111
Tabelle 5.3	Ereigniskontext der Medienkommunikation: Vereinigung und Wahlkampf	112
Tabelle 5.4	Regionale Orientierung der Medienkommunikation und ihre Veränderung	113
Tabelle 5.5	Textformen in der Parteienkommunikation	116
Tabelle 5.6	Anlässe der Parteienkommunikation	116
Tabelle 5.7	Ereigniskontext der Parteienkommunikation: Vereinigung und Wahlkampf	118
Tabelle 5.8	Regionale Orientierung der Parteienkommunikation und ihre Veränderung	118
Tabelle 5.9	Darstellungsformen von Positionen in der Medienkommunikation	120
Tabelle 5.10	Darstellungsformen von Positionen in der Parteienkommunikation	121
Tabelle 6.1A	Selektion von Themen auf der Agenda des Mediensystems und des Parteiensystems	125
Tabelle 6.1B	Selektion von Themen auf der Agenda einzelner Medien und Parteien	127
Tabelle 6.2A	Selektion von Akteuren als Handlungsträger und Positionsvertreter auf der Agenda des Mediensystems	132
Tabelle 6.2B	Selektion von Akteuren als Handlungsträger und Positionsvertreter auf der Agenda einzelner Medien	134
Tabelle 6.3A	Selektion von Positionen auf der Agenda des Mediensystems und des Parteiensystems	136
Tabelle 6.3B	Selektion von Positionen auf der Agenda einzelner Medien und Parteien	138
Tabelle 6.4A	Spektrum der Positionen auf der Agenda des Mediensystems und des Parteiensystems	140
Tabelle 6.4B	Spektrum der Positionen auf der Agenda einzelner Medien und Parteien	142
Tabelle 6.5	Abweichungen der Positionen zwischen der Agenda des Mediensystems und des Parteiensystems	144
Tabelle 6.6	Deskription der Positionen der Parteien auf der Agenda der Medien	149

Tabelle 6.7	Abweichungen zwischen vermittelten und eigenen Positionen der Parteien auf der Agenda einzelner Medien	150
Tabelle 6.8	Plazierung eigener Positionen der Medien in Nachricht und Kommentar	163
Tabelle 6.9	Ideologische Präferenzen auf der Agenda der Medien: eigene und vermittelte Positionen	165
Tabelle 6.10	Typen formaler Interpretationsqualität: Verhältnis von eigenen und vermittelten Positionen	173
Tabelle 6.11	Konsistenz der eigenen Positionen der Medien	176
Tabelle 6.12	Ideologische Parallelstrukturen zwischen Medien und Parteien	180

b) *Schaubilder*

Schaubild 2.1	Demokratische Medienfunktionen	33
Schaubild 2.2	Schema demokratischer Medienperformanz	64
Schaubild 3.1	Inhalte und Struktur der politischen Agenda	70
Schaubild 4.1	Studiendesign zur empirischen Analyse der Medienperformanz	87
Schaubild 4.2	Analyseebenen der Medienagenda und der Parteienagenda	107
Schaubild 4.3	Analyseobjekte und publizistische Qualitätskonzepte	108
Schaubild 6.1A	Deskription der Parteien in der Politikdimension „Wohlstand und Verteilung“	153
Schaubild 6.1B	Deskription der Parteien in der Politikdimension „Institutionelle und individuelle Autonomie“	155
Schaubild 6.1C	Deskription der Parteien in der Politikdimension „Kulturelle Identität“	156
Schaubild 6.1D	Deskription der Parteien in der Politikdimension „Gesellschaftliche Integration“	158
Schaubild 6.1E	Deskription der Parteien in der Politikdimension „Äußere Sicherheit“	159
Schaubild 6.2A	Eigene und vermittelte Positionen in der Politikdimension „Wohlstand und Verteilung“	168
Schaubild 6.2B	Eigene und vermittelte Positionen in der Politikdimension „Institutionelle und individuelle Autonomie“	169
Schaubild 6.2C	Eigene und vermittelte Positionen in der Politikdimension „Kulturelle Identität“	170
Schaubild 6.2D	Eigene und vermittelte Positionen in der Politikdimension „Gesellschaftliche Integration“	171
Schaubild 6.2E	Eigene und vermittelte Positionen in der Politikdimension „Äußere Sicherheit“	172
Schaubild 6.3	Ideologisches Profil der Medien	178