

Inhaltsverzeichnis

VERZEICHNIS DER ABBILDUNGEN, TABELLEN UND FORMELN	13
Abbildungsverzeichnis	13
Tabellenverzeichnis.....	14
Formelverzeichnis	15
ABSTRACT	21
1. PROBLEMSTELLUNG.....	24
1.1 Einleitung	24
1.2 Stand der Forschung	28
1.3 Sneak Preview: Wie funktioniert Konsensanalyse?.....	29
1.4 Forschungsziel und Aufbau der Arbeit.....	30
TEIL A: THEORETISCHER BEZUGSRAHMEN	35
2. DAS ZEITALTER DER MEDIENGESELLSCHAFT	36
3. MASSENMEDIEN ALS KONSTRUKTEURE GESELLSCHAFTLICHER REALITÄT: FAKT ODER FIKTIONEN?	39
3.1 Selektionstheorien in der Kommunikationswissenschaft.....	42
3.1.1 Selektives Handeln der Rezipienten	44
3.1.2 Selektives Handeln der Journalisten.....	46
3.1.2.1 Die Gatekeeper-Forschung	47
3.1.2.2 Die News-Bias-Forschung.....	49
3.1.2.3 Die Nachrichtenwert-Forschung.....	50
3.1.3 Exkurs: Basisannahmen des Konstruktivismus.....	55
3.1.4 Die Rolle der Massenmedien in der Konstruktivismusdebatte	57
3.2 Relevanz von Kommunikation weckt den Bedarf an neuen Methoden	58
4. WIRKUNGSRELEVANTER BEZUGSRAHMEN	60
4.1 Das Messproblem von Medienwirkung.....	66
4.2 Die Bedeutung der Presse im Rahmen der Wirkungsforschung	67
4.2.1 Exkurs: Die Bedeutung der interpersonalen Kommunikation	69
4.3 Der Agenda-Setting-Ansatz (Thematisierungsansatz).....	71
4.3.1 Bedeutung von Fernsehen und Presse in der Agenda-Setting-Forschung	74
4.3.2 Begriffsexplikation: Themen und Ereignisse	76
4.3.3 Inter-Media-Agenda-Setting.....	79
4.3.4 Politische Konsequenzen von Agenda-Setting-Effekten: Die Priming-These	81
4.4 Zusammenfassung	83

5. EINSATZFELDER DER KONSENSANALYSE 85

5.1 Politische Kommunikation	86
5.1.1 Öffentliche Meinung und Politik	90
5.1.2 Exkurs: Die Theorie der Schweigespirale	92
5.1.3 Die Bedeutung der Medien für die Politik.....	94
5.1.4 Die Reaktion der Politik auf die Medien	95
5.2 Public Relations.....	96
5.2.1 Methoden der Wirkungsmessung für Public Relations	98
5.2.2 Issues Monitoring: Ein Instrument des Issues Managements	99
5.3 Zusammenfassung	101

TEIL B: KONSENSANALYSE: EIN NEUES INSTRUMENT DER INHALTSANALYSE..... 103

6. KONSONANZFORSCHUNG: VORLÄUFER DER KONSENSANALYSE..... 104

6.1 Stand der Forschung	104
6.2 Der Begriff Konsonanz – Herleitung und Definition	107
6.3 Journalisten als Initiatoren konsonanter Berichterstattung.....	110
6.4 Untersuchungen im Kontext der Konsonanzforschung.....	111
6.4.1 Elisabeth Noelle-Neumann: Konsonanzforschung.....	112
6.4.2 Mathias Kepplinger und Herbert Roth: Kommunikation in der Ölkrise des Winters 1973/1974.....	113
6.4.3 Rainer Mathes: Medienwirkungen und Konfliktodynamik in der Auseinandersetzung um die Entlassung von General Kießling	115
6.4.4 Manfred Knoche und Monika Lindgens: Selektion, Konsonanz und Wirkungspotential der deutschen Tagespresse.....	117
6.4.5 Jochen Peter: Studie zum Einfluss konsonanter Berichterstattung auf die Meinungen zur europäischen Integration	120
6.4.6 Synopse der Studien.....	122
6.5 Verwandte Untersuchungen: Medienvergleiche auf Mikroebene	123
6.5.1 Hans Mathias Kepplinger: Die aktuelle Berichterstattung des Hörfunks	124
6.5.2 Patrick Rössler: Themenvielfalt im Politikressort. Ein Vergleich der Berichtsansätze von 27 deutschen Tageszeitungen	126
6.5.3 Patrick Rössler: Berichtsansätze in Agenturangeboten und Tageszeitungen.....	128
6.5.4 Patrick Rössler: Visuelle Codierung und Vielfalts-Analyse auf Mikroebene	129
6.5.5 Michael Haller: Benchmarking für Regionalzeitungen.....	131
6.6 Zusammenfassung	132

7. KONSENSANALYSE: ENTWICKLUNG DES VERFAHRENS UND ANWENDUNGSMÖGLICHKEITEN	134
7.1 Grundlagen der Inhaltsanalyse	135
7.1.1 Historischer Exkurs	136
7.1.2 Begriffsexplikation	138
7.1.3 Charakteristika der Inhaltsanalyse	140
7.1.3.1 Inhaltsanalytische Einheiten und Zugriffskriterium	142
7.1.3.2 Das Kategoriensystem: Operationalisierung der Inhaltsanalyse	143
7.1.4 Qualitätskriterien der Inhalts- und Konsensanalyse	145
7.1.4.1 Systematik und Objektivität der Methode	145
7.1.4.2 Reliabilität und Validität	145
Qualitätscheckliste einer empirischen Untersuchung	147
7.1.5 Konsensanalyse als neue Form der Inhaltsanalyse	147
7.1.5.1 Die Themenanalyse	148
7.1.5.2 Die Bewertungsanalyse	150
7.1.5.3 Die Wortanalyse	151
7.1.5.4 Die Objektivitätsanalyse	152
7.2 Der Ablauf einer Konsensanalyse	154
7.2.1 Definition: Konsens	155
7.2.2 Definition: Konsensanalyse	158
7.2.3 Die Bedeutung von Schnittmengen in der Konsensanalyse	160
7.2.4 Das wichtigste Element einer Konsensanalyse: Das Thema	163
7.2.5 Begriffsexplikation: Gemeinsamkeit, Gleichheit, Übereinstimmung und Identität	165
7.2.6 Messung in der Konsensanalyse	165
7.2.7 Analyseschritte einer Konsensanalyse	166
7.2.8 Checkliste für die Durchführung einer Konsensanalyse	169
7.3 Anwendungsfelder der Konsensanalyse	169
7.3.1 Konsensanalyse als Relevanzanalyse	170
7.3.2 Konsensanalyse als Provinzialitätsanalyse	172
7.3.3 Konsensanalyse als vergleichende Affinitätsanalyse	174
7.3.4 Konsensanalyse: Messung von Vielfalt und Konzentration im Mediensystem	175
7.3.5 Konsensanalyse als Instrument der Public Relations	176
7.3.5.1 Konsensanalyse als Instrument für den Relaunch von Mitarbeitermedien	177
7.3.5.2 Konsensanalyse als Instrument des Issues Managements	178
7.3.5.3 Konsensanalyse als Controlling-Instrument von Pressemitteilungen	179
7.3.6 Konsensanalyse als Instrument der Politischen Kommunikation	182
7.4 Zusammenfassung	183

8. KONSENSANALYSE: EMPIRISCHE KALIBRIERUNG 184

8.1	Ziel und Vorgehensweise.....	184
8.2	Design der Untersuchung.....	185
8.2.1	Konsensfeststellung und Codierung.....	186
8.2.2	Datenmodifikation und wichtige Erkenntnisse.....	187
8.3	Die untersuchten Organe.....	188
8.3.1	Exkurs: Leitmedien, Prestigemedien, Elitemedien und Medien innerhalb eines bestimmten politisch-publizistischen Spektrums.....	189
8.3.2	Die Welt.....	190
8.3.3	Frankfurter Rundschau.....	191
8.3.4	Frankfurter Allgemeine Zeitung.....	192
8.3.5	Süddeutsche Zeitung.....	192
8.3.6	Berliner Zeitung.....	193
8.4	Darstellung und Diskussion der Ergebnisse.....	194
8.4.1	Wichtige Kennwerte.....	194
8.4.2	Analyse der Schnittmengen.....	197
8.4.2.1	Der totale Konsens (alle Untersuchungsorgane).....	199
8.4.2.2	Quadromodale Schnittmengen.....	206
8.4.2.3	Trimodale Schnittmengen.....	209
8.4.2.4	Bimodale Schnittmengen.....	211
8.4.2.5	Monomodale Menge.....	212
8.4.2.6	Seitenzahl als Relevanzindikator der Schnittmengen.....	214
8.4.3	Themenanalyse: Entstehung übereinstimmender Berichterstattung.....	215
8.4.4	Analyse der Berliner Zeitung auf Provinzialität.....	225
8.4.5	Zusammenfassung der wichtigsten Untersuchungsergebnisse.....	226
8.5	Zusammenfassung.....	231

TEIL C: KONSENSANALYSE:

POLITISCHES MONITORING-INSTRUMENT 233

9. KONSENSANALYSE ALS INSTRUMENT DER WAHLKAMPFKOMMUNIKATION 234

9.1	Der Bundestagswahlkampf 2002 als Forschungslabor der Konsensanalyse.....	236
9.1.1	Der Ereignishintergrund (Juli 2002 bis September 2002).....	239
9.1.2	Forschungsleitende Fragen und Annahmen.....	240
9.1.3	Untersuchungsaufbau im Überblick.....	243
9.1.4	Das Erhebungsinstrument.....	244
9.1.4.1	Auswahl der Software.....	244
9.1.4.2	Datenbankaufbau.....	245
9.1.4.3	Pretest: Bericht aus dem Forschungslabor und Entscheidungen im Forschungsprozess.....	250
9.1.5	Darstellung und Diskussion der Ergebnisse.....	252

9.1.5.1	Zusammensetzung der Stichprobe und klassische Elemente der Konsensanalyse.....	252
9.1.5.2	Überprüfung der Forschungsfragen.....	255
9.1.6	Überprüfung der forschungsleitenden Annahmen.....	260
9.1.6.1	Annahmen zum totalen Konsens.....	260
9.1.6.2	Annahmen zur Trennung von Nachricht und Kommentar.....	264
9.1.6.3	Annahmen zur Tendenz der Zeitung.....	266
9.1.6.4	Annahmen zum Zusammenhang zwischen Bewertungen im totalen Konsens und Wählerurteilen.....	269
9.1.7	Konsensanalyse – neues Instrument der Datenselektion.....	277

10. RESÜMEE UND ZUKÜNFTIGE WEITERENTWICKLUNG.....280

GLOSSAR284

LITERATURVERZEICHNIS290

ANHANG319

STICHWORTVERZEICHNIS328

Verzeichnis der Abbildungen, Tabellen und Formeln

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Agenturen für Medienresonanzanalysen im Zeitverlauf	26
Abbildung 2: Kreislauf der Wissenschaft.....	30
Abbildung 3: Evolution der Kommunikation.....	37
Abbildung 4: Relevante Faktoren im Wirkungsprozess	64
Abbildung 5: Anwendungsfelder der Konsensanalyse	85
Abbildung 6: Der Ablauf einer Konsensanalyse.....	155
Abbildung 7: Semantisches Konsensfeld	159
Abbildung 8: Die Analyse bimodaler Schnittmengen.....	161
Abbildung 9: Exemplarische Darstellung der Schnittmengenverteilung.....	162
Abbildung 10: Schnittmengen vs. Restmengen (exklusiven Mengen).....	162
Abbildung 11: Das Thema – ein wichtiges Element der Konsensanalyse.....	164
Abbildung 12: Ablaufplan einer Konsensanalyse.....	167
Abbildung 13: Vergleichende Affinitätsanalyse	174
Abbildung 14: Konsensanalyse als Input-Output-Analyse.....	180
Abbildung 15: Anwendungsmöglichkeiten der Konsensanalyse.....	183
Abbildung 16: Aufbau der ersten Untersuchung.....	186
Abbildung 17: Verteilung der Artikel/Themen auf die Organe	195
Abbildung 18: Bimodale Schnittmengen (Basis = 108 Themen).....	211
Abbildung 19: Verteilung der Themen auf die Seitenzahl (%).....	214
Abbildung 20: Themen-Initiatoren (totaler Konsens).....	218
Abbildung 21: Themen-Initiatoren der quadromodalen Menge	222
Abbildung 22: Themen-Initiatoren der trimodalen Menge.....	223
Abbildung 23: Entwicklung der „Eintagsfliegen“.....	229
Abbildung 24: Rahmendateneingabe	246
Abbildung 25: Eingabeformular <i>Thema</i>	247
Abbildung 26: Eingabeformular <i>Politische Ziele</i>	247
Abbildung 27: Eingabeformular <i>Personen</i>	248
Abbildung 28: Eingabeformular <i>Parteien</i>	248
Abbildung 29: Eingabeformular <i>Fazit</i>	249
Abbildung 30: Pull-down-Liste.....	249
Abbildung 31: Verteilung der Artikel auf die Untersuchungsorgane	254
Abbildung 32: Bewertungen der Untersuchungsorgane (n = 6.595).....	255
Abbildung 33: Bewertungen in Überschriften	262
Abbildung 34: Anlässe der Berichterstattung (absolute Zahlen).....	262
Abbildung 35: Trennung von Nachricht und Kommentar	265
Abbildung 36: Veröffentlichte Bewertungen der Organe zur SPD	267

Abbildung 37: Veröffentlichte Bewertungen der Organe zur CDU/CSU	268
Abbildung 38: SPD: Politische Stimmung vs. Bewertungen der FR.....	268
Abbildung 39: SPD: Politische Stimmung vs. Bewertungen der Welt.....	269
Abbildung 40: Bewertungen SPD: Zu- und Abnahmen im Zeitverlauf	271
Abbildung 41: Bewertungen CDU/CSU: Zu- und Abnahmen im Zeitverlauf	273
Abbildung 42: Bewertungen Regierung/Opposition: Zu- und Abnahmen im Zeitverlauf.....	274
Abbildung 43: Opposition/Regierung im Zeitverlauf: Projektion und Bewertungen der Presse (Konsensthemen).....	277
Abbildung 44: Konsensueller Grenzwert	282

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Unveröffentlichte Manuskripte zur Konsensanalyse (Merten)	28
Tabelle 2: Synopsis der Studien im Kontext der Konsonanzforschung.....	122
Tabelle 3: Synopsis inhaltsanalytischer Verfahren.....	148
Tabelle 4: Typen von Konsens und Konsensanalyse.....	159
Tabelle 5: Kennwerte der ersten Konsensanalyse als Überblick	185
Tabelle 6: Die wichtigsten Kennwerte im Vergleich.....	195
Tabelle 7: Topthemen (totaler Konsens).....	199
Tabelle 8: Wichtige Kennzahlen im Überblick.....	202
Tabelle 9: Artikelaufkommen zu ausgewählten Themen	203
Tabelle 10: Anlässe der Berichterstattung.....	205
Tabelle 11: Journalistische Darstellungsformen.....	206
Tabelle 12: Gruppenstatistik Journalistische Darstellungsform.....	206
Tabelle 13: Topthemen (quadromodale Schnittmenge).....	206
Tabelle 14: Relevanzfaktoren (quadromodal).....	207
Tabelle 15: Umfang Berichterstattung (quadromodal).....	209
Tabelle 16: Topthemen in der trimodalen Schnittmenge.....	210
Tabelle 17: Umfang der Berichterstattung (trimodal).....	211
Tabelle 18: Der intramediale Konsensindex.....	213
Tabelle 19: Seitenzahl und Relevanzabstufungskriterium.....	215
Tabelle 20: Themenübereinstimmung am ersten Tag (Konsens).....	216
Tabelle 21: Themenkarrieren (Entwicklungsdauer).....	217
Tabelle 22: Übereinstimmung in der quadromodalen Menge	220
Tabelle 23: Übereinstimmung in der trimodalen Menge.....	222
Tabelle 24: Synopse der Untersuchungsergebnisse.....	227
Tabelle 25: Kennwerte der zweiten Konsensanalyse im Überblick.....	243
Tabelle 26: Oberthemen im totalen Konsens.....	255
Tabelle 27: Wichtige Themen aus der Sicht der Bevölkerung (%).....	256

Tabelle 28: Themen im Konsens nach Kalenderwochen	257
Tabelle 29: Textverhältnis der übereinstimmenden Artikel	261
Tabelle 30: Publizitätsträchtige Begriffe auf der Personenebene.....	263
Tabelle 31: Publizitätsträchtige Begriffe auf der Parteebene	264
Tabelle 32: Initiierungsquoten der Parteien (n = 1.275).....	266
Tabelle 33: Textverhältnis der Parteien nach Organen (n = 1.275)	267
Tabelle 34: Anzahl Parteienkürzel (gesamte Berichterstattung vs. Konsens).....	278
Tabelle 35: Textverhältnis nach Parteien (gesamte Berichterstattung vs. Konsens)	278
Tabelle 36: Initiierungsquoten (gesamte Berichterstattung vs. Konsens).....	278

Formelverzeichnis

Formel 1: Objektivitätsindex nach Merten (1995).....	153
Formel 2: Direkter Neutralitätsindex nach Merten (1995).....	153
Formel 3: Indirekter Neutralitätsindex nach Merten (1995)	153
Formel 4: Intermedialer Konsensindex	156
Formel 5: Intramedialer Konsensindex	157
Formel 6: Berechnung aller Mengen	160
Formel 7: Berechnung der Schnittmengen	161
Formel 8: Provinzialitäts-Index	173
Formel 9: Abdruckquoten Index.....	180
Formel 10: Abdruckindex der predefined elements	181