

1 Gliederung

1	Gliederung	5
2	Einleitung	8
2.1	Zielsetzung der Arbeit: die Analyse politischer Weltbilder Jugendlicher im Kontext der Mediennutzung	9
2.2	Zum Stand des wissenschaftlichen Diskurses	11
2.3	Fokussierung auf Wahlkampfkommunikation und Jugendliche	12
2.4	Anforderungen an ein Modell politischer Weltbild-Formung	13
2.5	Geeignete Methodik und Erkenntnisverfahren	14
2.6	Interdisziplinärer Ansatz	15
2.7	Zur Problematik unterstellter Kausalzusammenhänge	16
2.8	Die die Untersuchung leitenden Arbeitshypothesen	17
2.9	Empirisches Projekt	18
2.10	Gliederung der Arbeit	18
3	Systemtheoretische Grundlegung und methodologische Implikationen	20
3.1	Vorüberlegungen zur Methodologie	20
3.2	Annäherung an den Begriff des Systems	21
3.3	Entstehung und Ausdifferenzierung sozialer Systeme	23
3.4	Systeme und ihre Beziehungen zur Umwelt	24
3.5	Autopoiesis als zentrales Charakteristikum sozialer Systeme	28
3.6	Unterschiedliche systemtheoretische Schulen	30
3.7	Systemtheoretische Annäherung an den Menschen	32
3.8	Massenmedien in der systemtheoretischen Analyse	33
3.9	Politik in der systemtheoretischen Analyse	39
3.10	Soziale Netzwerke und Sozialisationsagenturen	44
3.11	Wirkung im systemtheoretischen Denken	46
3.12	Implikationen für das Untersuchungsdesign	48
3.13	Explikation des Weltbildbegriffs	49
3.14	Zusammenfassung	51

4	Akteursperspektive I: Politische Kommunikation und Politikvermittlung	56
4.1	Zum Begriff politischer Kommunikation	56
4.2	Das Verhältnis von politischem und publizistischem System	60
4.3	Moderne Öffentlichkeit	64
4.4	Medienpolitik	68
4.5	Zusammenfassung	72
5	Akteursperspektive II: Das deutsche publizistische System	76
5.1	Medienlandschaft	76
5.2	Dualer Rundfunk in Deutschland	82
5.3	Technische Modernisierung und Konvergenz	92
5.4	Journalistische Praxis	94
5.5	Zusammenfassung	97
6	Adressatenperspektive I: Politische Einstellungen Jugendlicher als Sozialisationsergebnisse	100
6.1	Jugendsoziologische und entwicklungspsychologische Rahmenbedingungen	100
6.2	Politische Sozialisation	107
6.3	Politische Einstellungen Jugendlicher	112
6.4	Zusammenfassung	124
7	Adressatenperspektive II: Kommunikativ vermittelte Realität	129
7.1	Mediennutzung und die Rezeption politischer Information	129
7.1.1	Grundlegende Zugänge und theoretische Kontroversen	130
7.1.2	Empathy- und Mood-Management-Ansätze	133
7.1.3	Nachrichtenwerttheorie	134
7.1.4	Methodologische Probleme in der Mediennutzungsforschung	139
7.1.5	Entwicklung von Mediennutzung im Längsschnitt	141
7.1.6	Medienpräferenz und Medienaffinität	145
7.1.7	Bewertung des öffentlich-rechtlichen und des privaten Rundfunks	148
7.1.8	Mediennutzung, Medienpräferenz, Medienaffinität bei Kindern und Jugendlichen	149
7.1.9	Nutzung politischer Information durch Jugendliche	158
7.1.10	Mediennutzertypologien	161
7.1.11	Szenarien der zukünftigen Entwicklung	167
7.2	Medienwirkungen und individuelle Wirklichkeitskonstruktionen	170
7.2.1	Hinführung	170
7.2.2	Zum Begriff Wirkung in der Medienwirkungsforschung	171
7.2.3	Geschichte der Medienwirkungsforschung	172
7.2.4	Medienwirkungsforschung u. informelle Anschlusskommunikation	192
7.2.5	Medienwirkungen im Hinblick auf Jugendliche	197
7.3	Zusammenfassung	198

8	Manifeste politische Kommunikation am Beispiel von Wahlkampfkommunikation	206
8.1	Wahlsoziologische Rahmenbedingungen	206
8.2	Wahlkampfkommunikation	214
8.2.1	Zusammenfassung zu den wahlsoziologischen Rahmenbedingungen	214
8.2.2	Zum Stand der Wahlkampforschung	216
8.2.3	Strategien und Instrumente der Wahlkampfkommunikation	217
8.2.4	Amerikanisierung als Modernisierung der Wahlkampfstrategien	229
8.2.5	Befunde zum Wahlkampfverlauf	235
8.2.6	Zur Bundestagswahl 1998	236
8.2.7	Zur Bundestagswahl 2002	244
8.2.8	Zur Bundestagswahl 2005	252
8.2.9	Zusammenfassung zu den Bundestagswahlen 1998 bis 2005	259
8.2.10	Wahlkampf und politische Kommunikation im Internet	262
8.3	Politische Entfremdung durch politische Kommunikation?	269
8.4	Zusammenfassung	275
8.5	Wahlkampf-Perzeptionen Jugendlicher: empirische Befunde	285
8.5.1	Einführung	285
8.5.2	Methodische Probleme und Vorgehensweise	288
8.5.3	Definition, Explikation und Operationalisierungen	291
8.5.4	Pretest und Feldforschung	298
8.5.5	Ergebnisse: Struktur der Einstellungen	299
8.5.6	Zusammenhang der Aggregate	306
8.5.7	Ergebnisse: Differenzen zwischen 1998 und 2002	309
8.5.8	Ergebnisse: Veränderungen im Längsschnitt	315
8.5.9	Vergleichsdaten russischer Jugendlicher	328
8.5.10	Zusammenfassung	329
9	Latente und unterhaltende politische Kommunikation	340
10	Resumé	361
11	Literaturverzeichnis	391