

Inhalt

Vorwort

<i>Hans Bohrmann, Otfried Jarren, Gabriele Melischek und Josef Seethaler</i>	9
--	---

Zur Einführung

<i>Ulrich Sarcinelli</i> Politikvermittlung und Wahlen – Sonderfall oder Normalität des politischen Prozesses? Essayistische Anmerkungen und Anregungen für die Forschung	19
<i>Ulrich Saxer</i> Massenmedien als Wahlkommunikatoren in längerfristiger Perspektive: Ein Forschungsüberblick	31

Politikvermittlung in der Wahlkommunikation

<i>Fritz Plasser</i> „Amerikanisierung“ der Wahlkommunikation in Westeuropa: Diskussions- und Forschungsstand	49
<i>Klaus Schönbach und Holli A. Semetko</i> „Gnadenlos professionell“: Journalisten und die aktuelle Medien- berichterstattung in Bundestagswahlkämpfen 1976-1998	69

<i>Jürgen Wilke</i>	
Kanzler-Kandidaten in der Wahlkampfberichterstattung 1949-1994: Skizze eines Forschungsprojekts	79
<i>Friedrich Försterling</i>	
Wahlen aus der Perspektive der Attributionstheorie: Forschungsergebnisse, Versuchspläne und Analyseperspektiven	91
<i>Hans-Jörg Stiehler</i>	
„Nach der Wahl ist vor der Wahl“: Interpretationen als Gegenstand der Medienforschung	105
<i>Gabriele Melischek und Josef Seethaler</i>	
Sieger und Verlierer in der Nachwahlberichterstattung der Berliner Tagespresse 1928-1932	121

Politikvermittlung und Politikresonanz

<i>Martin Liepach</i>	
Publizistische Wahlempfehlungen und das Wahlverhalten der jüdischen Bevölkerung in den Reichstagswahlen 1932	159
<i>Manfred Knoche</i>	
Politikvermittlung und Wahlkampfkommunikation zu den GRÜNEN in Deutschland (1983-1990): Der Einsatz eines Mehrmethodendesigns für die Langzeitanalyse	175
<i>Claude Longchamp</i>	
Themenhierarchisierung und Klimaerzeugung: Überlegungen zur Bedeutung des „agenda setting“-Ansatzes für die Analyse und Gestaltung von politischen Kampagnen am Beispiel der schweizerischen Nationalratswahlen 1983-1995	191
<i>Helmut Scherer</i>	
Wählt das Panel anders?	213
<i>Kai Arzheimer, Markus Klein und Jürgen W. Falter</i>	
Lässt sich die Total-Design-Method auch auf Panelbefragungen anwenden? Ein Projektbericht	235

Wahlkommunikation und politisch-sozialer Wandel

Kurt Imhof und Patrik Ettinger

Die Kommunikationsereignisse Wahlen und Abstimmungen als
Indikatoren sozialen Wandels: Das Beispiel der Schweiz im
Zeitraum von 1910 bis 1995 251

Christina Holtz-Bacha und Eva-Maria Lessinger

Wahlwerbung als Indikator politisch-kulturellen Wandels:
Erfahrungen aus einer Langzeituntersuchung 273

Rudolf Stöber

Wahlen, Politikvermittlung und politisches Klima im Deutschen
Kaiserreich: Verschärfung der Gegensätze oder professionellere
Selbstdarstellung der Politik? 281

Hartmut Weßler

Deutungswandel im Mediendiskurs: Ansätze zu einer Prozessanalyse
der Tiefenstruktur von öffentlicher Kommunikation 307

Verzeichnis der AutorInnen 325