

Inhalt

1. Einleitung	9
1.1. Fragestellung	9
1.2. Vorgehensweise	15
2. Zur Rolle der Medien im politischen Prozeß	20
2.1. Makrotheoretische Konzepte zur Interaktion von Massenkommunikation und politischem System	20
2.1.1. Die Rolle und Funktion der Medien als intermediäre Instanzen	21
2.1.2. Politische Kommunikation als Verfahren zur Herstellung von Legitimität	23
2.1.3. Zur Autonomie und Steuerung des Rundfunksystems durch das politische System	27
2.2. Die Medienrealität als Output des Mediensystems	37
2.2.1. Konstruktionsprinzipien der Medienrealität: Nachrichtenfaktoren und Fernsehformate	37
2.2.2. Zur Abhängigkeit der Fernsehformate von der Organisation des Rundfunksystems	41
2.3. Konzepte zur politischen Medienwirkung	47
2.3.1. Die Abhängigkeit des Publikums von der Medienrealität	48
2.3.2. Mediennutzung und politische Unterstützung	50
2.3.3. Politische Medienwirkung und die Ausdifferenzierung des Publikums nach Mediennutzungsstilen	54
2.4. Zusammenfassung	56
3. Zur Darstellung von Politik im öffentlich-rechtlichen und kommerziellen Rundfunksystem: Ein Ländervergleich	58
3.1. Die Fernsehformate von Politik unter kommerziellen Bedingungen am Beispiel des US-Fernsehens	59
3.2. Die Fernsehformate von Politik unter den Bedingungen des öffentlich-rechtlichen Monopols in der Bundesrepublik	66
3.3. Zusammenfassung	75
4. Die Darstellung von Politik im dualen Rundfunksystem der Bundesrepublik: Ergebnisse einer Sekundäranalyse	78
4.1. Forschungskonzept und Datengrundlage	78
4.2. Das Informationsangebot nach der Dualisierung	83
4.2.1. Politik im Rahmen des Gesamtprogramms	83
4.2.2. Die Struktur des Informationsangebotes	87
4.2.3. Der Anteil von Politik in Informationssendungen	90
4.3. Die Visualisierung von Politik	95
4.4. Die Responsivität gegenüber politischen Institutionen und Akteuren	99
4.4.1. Politische Informationsanlässe	100
4.4.2. Informationsanlässe mit Institutionen- und Akteursbezug	102

4.4.3. Zur Selbstdarstellung politischer Institutionen und Akteure	105
4.4.4. Potentielle Pseudoereignisse	106
4.4.5. Politische Themen und Sachbezüge	108
4.5. Dramatik und Aktionshaltigkeit	115
4.6. Akzentuierung und thematische Verkürzung	118
4.6.1. Akzentuierung bei politischen Informationsanlässen	122
4.6.2. Akzentuierung politischer Themen und Sachbezüge	126
4.6.3. Exkurs: Direkte Bewertungen politischer Institutionen und Akteure	129
4.7. Zusammenfassung der Ergebnisse	132
5. Mediennutzung und politische Orientierungen bei einem öffentlich-rechtlichen und kommerziellen Fernsehangebot: Ein Ländervergleich	135
5.1. Medienabhängigkeit und politische Entfremdung: Ergebnisse zur Videomalaise in den USA	136
5.2. Unterhaltungsorientierung und politische Entfremdung: Ergebnisse zur Videomalaise in der Bundesrepublik	144
5.3. Zusammenfassung	147
6. Mediennutzung und politische Orientierungen im dualen Fernsehsystem der Bundesrepublik: Ergebnisse einer empirischen Analyse	150
6.1. Forschungskonzept und Datengrundlage	150
6.2. Publikumsreaktionen auf das duale Fernsehangebot: Fernsehnutzung vor und nach der Dualisierung	154
6.3. Die Nutzung unterhaltungsorientierter Programme als Wirkungsfaktor	162
6.3.1. Strukturelle Merkmale der Zielgruppen	163
6.3.2. Funktionen der Fernsehnutzung	167
6.3.3. Situative Faktoren der Fernsehnutzung: Selektivität und Aufmerksamkeit	170
6.4. Fernsehen und Printmedien als politische Informationsquellen	171
6.4.1. Glaubwürdigkeit der Medien	172
6.4.2. Wichtigkeit der Medien als politische Informationsquelle	173
6.4.3. Verfügbarkeit und Nutzung der Printmedien	175
6.5. Die Nutzung unterhaltungsorientierter Programme als Determinante politischer Orientierungen	178
6.5.1. Exkurs: Zur Rekonstruktion der Zielgruppen in der Berliner Stichprobe	178
6.5.2. Politische Motivation und Wertorientierung	182
6.5.3. Politische Unterstützung	186
6.6. Zusammenfassung der Ergebnisse	190
7. Schlußfolgerungen	193
Literaturverzeichnis	200
Tabellenverzeichnis	221
Anhang	223