

INHALT

Vorwort des Herausgebers	9
Vorwort des Verfassers	11
I. Einleitung Elektronische Massenmedien und Politik	13
1. Ansätze der Kommunikationswissenschaft	13
2. Die Massenmedien als Funktionsträger der pluralistischen Demokratie	21
3. Lokale Politik und Öffentlichkeit	24
II. Hauptteil:	
Die Auswirkungen des lokalen Hörfunks auf die politische Kommunikation	
1. Das Lokalradio als neues Medium	35
2. Ein Modell lokalpolitischer Kommunikation	39
2.1. Abgrenzung des lokalen Kommunikationsraums	39
2.2. Problematik der Verallgemeinerung	40
2.3. Aufgabe und Funktion der lokalen Kommunikation	41
a. Die Rolle der Massenmedien	42
b. Die lokalen Kommunikatoren	44
2.4. Kommunikative Leistungen der einzelnen Akteure	45
a. Die administrativen Leistungen im Kommunikationsprozeß	45
b. Die Leistungen der gesellschaftlichen Gruppen im Kommunikationsprozeß	48
c. Die Massenmedien als Vermittler der Öffentlichkeit	51
2.5. Zur Anwendbarkeit des Modells für die Überprüfung der politischen Kommunikation im lokalen Hörfunk	53
3. Die aktive Öffentlichkeit im Lokalradio	57
3.1. Die Beurteilung der Lokalradios durch die sogenannte aktive politische Öffentlichkeit	57
a. Zur Anlage der Untersuchung	57
b. Beurteilung der Sender	59
3.2. Skalierte Messung der Meinungen und Einstellungen zum lokalen Hörfunk	62
a. Die wenig etablierte aktive Öffentlichkeit	65
b. Die Politiker aus dem Umland	66
c. Die etablierte aktive Öffentlichkeit	68
3.3. Quantitative Inhaltsanalyse	69
a. Vorbemerkungen, Methode	69

b. Stellenwert der lokalen Nachrichten	70
c. Bevorzugte Themen im Lokalen	74
d. Originalton-Beiträge	76
e. Meinungsverlautbarungen	81
f. Länge der Meldungen und Wiederholungen	83
3.4. Qualitative Inhaltsanalysen	85
3.5. Fallbeispiel für politische Kommunikation außerhalb der Nachrichten: Studentischer Protest in Würzburg	92
4. Die lokalen Medien	101
4.1. Selbsteinschätzung der Akteure des lokalen Hörfunks	101
a. Personelle und journalistische Voraussetzungen	101
b. Journalistische Selbsteinschätzung	103
c. Die Zielgruppenorientierung	104
d. Beurteilung der Dialogfunktion des Mediums	104
e. Wichtige Themen und Akteure	106
f. Bedeutung der politischen Kommunikation und Auswahlkriterien	106
g. Programmablauf, Sendeschema	107
h. Zusammenarbeit mit anderen Medien und Agenturen	108
4.2. Die Mitarbeiter der etablierten Medien	109
4.2.1. Die intramediale Konkurrenz: Die Welle Main- franken des Bayerischen Rundfunks	109
a. Zielgruppe und Senderphilosophie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks	109
b. Bedeutung der politischen Kommunikation, Vorzugsthemen und Auswahlkriterien	110
c. Verhältnis zu anderen Medien	110
4.2.2. Die intermediale Konkurrenz: Die lokalen Printmedien	
a. Journalistische Konzeption	111
b. Beurteilung der anderen Medien und das Konkurrenzverhältnis .	112
4.3. Die Berichterstattung über den lokalen Hörfunk	113
4.4. Die wirtschaftliche Konkurrenz	114
 III. Zusammenfassung und Ausblick	
1. Zusammenfassung der Ergebnisse	119
2. Schlußbetrachtung zur Elektronisierung lokaler Kommunikation	125
Literaturverzeichnis	131
Anhang	135