

Inhalt

Danksagung	5
Abbildungsverzeichnis.....	11
Tabellenverzeichnis.....	15
1 Theoretische Grundlagen	19
1.1 Einführung und Hintergrund.....	19
1.1.1 Thematische Hinführung	19
1.1.2 Zielsetzung und Aufbau der Studie	20
1.2 Präsidentschaftliche Kommunikation in den USA	22
1.2.1 Erforschung der präsidentiellen Kommunikation.....	22
1.2.2 Der Präsident im politischen System der USA	25
1.2.3 Der US-Präsident als Kommunikator	35
1.2.4 Fazit: Präsidentschaftliche Kommunikation in den USA.....	40
1.2.5 Präsidentschaftliche Kommunikation Donald J. Trumps.....	41
1.3 Das soziale Medium Twitter	55
1.3.1 Erforschung des sozialen Mediums Twitter	55
1.3.2 Soziale Medien und soziale Netzwerke.....	57
1.3.3 Twitter als ausgewähltes soziales Medium.....	62
1.3.4 Fazit: Das soziale Medium Twitter.....	70
1.4 Agenda Building	70
1.4.1 Erforschung des Agenda Building.....	70
1.4.2 Der Ursprung: Die Agenda-Setting-Hypothese	74
1.4.3 Agenden und Agenda Building in Kommunikationsprozessen	89
1.4.4 Fazit: Agenda Building.....	103
2 Methodisches Vorgehen.....	105
2.1 Die Inhaltsanalyse als Forschungsmethode.....	105
2.1.1 Allgemeine Bemerkungen zur Methodik.....	105
2.1.2 Methodisches Vorgehen	106

2.1.3	Untersuchungseinheiten.....	108
2.1.4	Kategorienbildung	109
2.2	Operationalisierung der Forschungsfragen	110
2.2.1	Forschungsleitende Fragestellungen.....	110
2.2.2	Hypothesenbildung	112
2.3	Rahmenbedingungen der Studie	113
2.3.1	Untersuchungszeitraum	113
2.3.2	Fallauswahl.....	114
2.3.3	Untersuchungsgegenstände.....	115
2.3.4	Externe Variablen	121
3	Analyse des Agenda Buildings in der präsidentiellen Kommunikation Donald J. Trumps	123
3.1	Erster Fall: Leaks als Gefahr für die nationale Sicherheit.....	123
3.1.1	Kriterien der Fallauswahl	123
3.1.2	Ursprüngliche mediale Agenda	123
3.1.3	Trigger-Tweet.....	129
3.1.4	Neue mediale Agenda.....	131
3.1.5	Fazit	136
3.2	Zweiter Fall: Globale Bemühung um Sicherheit und Frieden.....	137
3.2.1	Kriterien der Fallauswahl	137
3.2.2	Ursprüngliche mediale Agenda	138
3.2.3	Trigger-Tweet.....	143
3.2.4	Neue mediale Agenda.....	145
3.2.5	Fazit	151
3.3	Dritter Fall: Kooperation mit Russland und Verschwörung der demokratischen Partei zur Wahlbeeinflussung	152
3.3.1	Kriterien der Fallauswahl	152
3.3.2	Ursprüngliche mediale Agenda	152
3.3.3	Trigger-Tweet.....	158
3.3.4	Zwischenzeitliche mediale Agenda	161
3.3.5	Neue mediale Agenda.....	168
3.3.6	Fazit	174
3.4	Vierter Fall: Persönliche Beleidigung des nordkoreanischen Führers Kim Jong-Un.....	176

3.4.1	Kriterien der Fallauswahl	176
3.4.2	Ursprüngliche mediale Agenda	176
3.4.3	Trigger-Tweet.....	182
3.4.4	Neue mediale Agenda.....	184
3.4.5	Fazit.....	191
3.5	Fünfter Fall: Einführung von Wahlausweisen.....	192
3.5.1	Kriterien der Fallauswahl	192
3.5.2	Ursprüngliche mediale Agenda	192
3.5.3	Trigger-Tweet.....	198
3.5.4	Neue mediale Agenda.....	200
3.5.5	Fazit.....	207
3.6	Fallübergreifende Betrachtung.....	209
3.6.1	Formale Aspekte.....	209
3.6.2	Inhaltliche Entwicklungen.....	218
3.6.3	Weitere Ergebnisse	223
4	Theoretische Schlussfolgerungen und Ausblick	227
4.1	Zusammenfassung und Gültigkeitsbereich der Ergebnisse.....	227
4.1.1	Abschließende Gesamtschau der Ergebnisse.....	227
4.1.2	Auswertung der Forschungshypothesen	228
4.1.3	Gültigkeitsbereich und weiteres Potenzial.....	231
4.2	Ausblick	233
5	Bibliographie	235
5.1	Quellenverzeichnis.....	235
5.1.1	Dokumente	235
5.1.2	Internetquellen	236
5.2	Literaturverzeichnis	241
6	Anhang.....	253
6.1	Codebuch	253
6.2	Grundgesamtheit der Trigger-Tweets im ersten Amtsjahr Trumps.....	284
6.3	Untersuchungseinheiten	288