

Inhalt

1 Einleitung	11
2 Expansion und Nutzung der Massenmedien	17
3 Beziehungen zwischen Medien und Politik	24
3.1 Dependenzthese versus Instrumentalisierungsthese	24
3.2 Funktionaler und kausaler Erklärungsansatz	27
3.3 Das antagonistische Modell.....	30
3.4 Das Input-Output-Modell.....	32
3.5 Kommunikationsmodelle	38
4 Politische Primärfunktionen der Massenmedien	47
4.1 Mediale Informationsverarbeitung.....	48
4.2 Massenmedien und Realität	50
4.3 Einflüsse auf die Nachrichtenproduktion	56
4.3.1 Überzeugungen und Orientierungen der Journalisten.....	58
4.3.2 Zwänge der Nachrichtenproduktion	62
4.3.3 Nachrichtenfaktoren.....	68
4.3.4 Ereignis und Nachricht	78
4.4 Herstellung von Öffentlichkeit.....	86
4.4.1 Öffentlichkeit und öffentliche Meinung	87
4.4.2 Medienöffentlichkeit.....	94
4.4.3 Zugang zur Öffentlichkeit.....	101
5 Massenmedien in politischen Prozessen	107
5.1 Politische Sozialisation durch Massenmedien	107
5.1.1 Nutzung politischer Medieninhalte	111
5.1.2 Mediennutzung und politisches Wissen.....	118
5.1.3 Massenmedien und politische Kultur	134
5.1.4 Folgen des Medienwandels	141

5.2 Die Wahrnehmung politischer Probleme	150
5.2.1 Agenda-Setting und Agenda-Building	153
5.2.2 Nachrichtenstruktur und die Wahrnehmung von Politik.....	158
5.3 Massenmedien im Wahlkampf.....	169
5.3.1 Kommunikation und politische Beteiligung	170
5.3.2 Die Erie-County-Studie und ihre Legende	176
5.3.3 Fernsehen - der getarnte Elefant	181
5.3.4 Amerikanisierung der Kampagne	186
5.3.5 Mehr Medien, mehr Wechselwähler	193
5.3.6 Wer bestimmt die Themenagenda?	198
5.3.7 Medienpräsenz und Kandidaten-Image.....	208
5.4 Politikvermittlung und politische Steuerung	217
5.4.1 Informationspolitik, Öffentlichkeitsarbeit, Kampagnen ...	218
5.4.2 Der Einfluß politischer PR auf den Journalismus	225
6 Politische Macht und Verantwortung der Massenmedien	235
7 Literatur	243