

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|----------|
| <i>Einleitung</i> | 13 |
| Theoretischer Teil | |
| <i>1 Demokratie und Massenmedien: Eine normative Theorie öffentlicher Kommunikation</i> | 16 |
| 1.1 Medienqualität und gesellschaftliche Werte | 16 |
| 1.2 Demokratie als Leitwert: Massenkommunikation und die Rationalität politischer Willensbildung | 18 |
| <i>2 Demokratische Kriterien publizistischer Qualität</i> | 24 |
| 2.1 Funktion, Performanz, Struktur: Analytische Konzepte zur Bestimmung von Qualitätskriterien | 24 |
| 2.2 Demokratische Medienfunktionen | 26 |
| 2.2.1 Medienfunktionen für die Bürger | 28 |
| 2.2.2 Medienfunktionen für das politische System | 31 |
| 2.3 Demokratische Medienperformanz | 33 |
| 2.3.1 Die Qualität der Informationsleistung: Vielfalt und Objektivität <i>Exkurs: Objektivität und Realität - Anmerkungen zur Konstruktivismusdebatte</i> | 38 44 |
| 2.3.2 Die Qualität der Kontrolleistung: Kritik | 50 |
| 2.3.3 Die Qualität der Orientierungsleistung: Ideologische Strukturierung | 53 |
| 2.4 Strukturbedingungen demokratischer Medienperformanz: Rechtliche und publizistische Regeln | 57 |
| 2.4.1 Rechtliche Regeln: Medienfreiheit als Verfassungsgarantie und Leistungsverpflichtung | 57 |
| 2.4.2 Publizistische Regeln: Standardisierung von Selektion und Darstellung | 62 |
| 2.5 Zusammenfassung | 64 |

| | | |
|----------------------|---|-----|
| 3 | <i>Die politische Agenda: Inhaltsobjekte der politischen Kommunikation</i> | 67 |
| 3.1 | Agendas und Issues | 67 |
| 3.2 | Positionen in der politischen Kommunikation | 71 |
| 3.2.1 | Die Bedeutung von Positionen in der Wahlkampfkommunikation | 71 |
| 3.2.2 | Präferenzen und Ideologie: Ein theoretisches Konzept zur Operationalisierung von Positionen | 73 |
| Empirischer Teil | | |
| 4 | <i>Anlage der Untersuchung und Erhebungsinstrumente</i> | 87 |
| 4.1 | Projektkontext und Durchführung der Erhebung | 88 |
| 4.2 | Auswahl der Dokumente und Analyseeinheiten | 89 |
| 4.2.1 | Das Sample der Medienagenda | 89 |
| 4.2.2 | Das Sample der Parteienagenda | 93 |
| 4.2.3 | Codier- und Analyseeinheiten | 94 |
| 4.3 | Aufbau und Anwendung der Variablen | 96 |
| 4.3.1 | Themen | 97 |
| 4.3.2 | Akteure | 98 |
| 4.3.3 | Positionen | 98 |
| 4.4 | Überblick über das Studiendesign | 107 |
| 5 | <i>Präsentationsformen und Ereigniskontext auf der Medienagenda und der Parteienagenda im Wahljahr 1990</i> | 109 |
| 5.1 | Die Medienagenda | 109 |
| 5.2 | Die Parteienagenda | 114 |
| 5.3 | Präsentation von Positionen auf der Medien- und der Parteienagenda | 119 |

| | | |
|-------|---|-----|
| 6 | <i>Die Qualität publizistischer Leistungen</i> | 122 |
| 6.1 | Vielfalt | 123 |
| 6.1.1 | Themenvielfalt | 124 |
| 6.1.2 | Akteursvielfalt | 129 |
| 6.1.3 | Positionsvielfalt | 135 |
| 6.1.4 | Zusammenfassung | 146 |
| 6.2 | Objektivität | 147 |
| 6.2.1 | Faktische Richtigkeit in der Darstellung von Parteipositionen | 148 |
| 6.2.2 | Zusammenfassung | 160 |
| 6.3 | Ideologische Strukturierung | 161 |
| 6.3.1 | Trennung von Nachricht und Meinung | 163 |
| 6.3.2 | Ideologisches Profil und Konsistenz | 175 |
| 6.3.3 | Zusammenfassung | 181 |
| | <i>Schlußbetrachtung</i> | 183 |
| | Literaturverzeichnis | 188 |
| | Anhang | 205 |

Verzeichnis der Tabellen und Schaubilder

a) Tabellen

| | | |
|--------------|--|-----|
| Tabelle 3.1 | Systematik der Politikpositionen | 82 |
| Tabelle 3.2 | Dimensionale Struktur der Politikpositionen | 83 |
| Tabelle 4.1 | Datenbasis: Dokumente und Fälle | 96 |
| Tabelle 4.2 | Datenbasis: Fälle mit Positionen | 105 |
| Tabelle 5.1 | Textformen in der Medienkommunikation | 109 |
| Tabelle 5.2 | Anlässe der Medienkommunikation | 111 |
| Tabelle 5.3 | Ereigniskontext der Medienkommunikation: Vereinigung und Wahlkampf | 112 |
| Tabelle 5.4 | Regionale Orientierung der Medienkommunikation und ihre Veränderung | 113 |
| Tabelle 5.5 | Textformen in der Parteienkommunikation | 116 |
| Tabelle 5.6 | Anlässe der Parteienkommunikation | 116 |
| Tabelle 5.7 | Ereigniskontext der Parteienkommunikation: Vereinigung und Wahlkampf | 118 |
| Tabelle 5.8 | Regionale Orientierung der Parteienkommunikation und ihre Veränderung | 118 |
| Tabelle 5.9 | Darstellungsformen von Positionen in der Medienkommunikation | 120 |
| Tabelle 5.10 | Darstellungsformen von Positionen in der Parteienkommunikation | 121 |
| Tabelle 6.1A | Selektion von Themen auf der Agenda des Mediensystems und des Parteiensystems | 125 |
| Tabelle 6.1B | Selektion von Themen auf der Agenda einzelner Medien und Parteien | 127 |
| Tabelle 6.2A | Selektion von Akteuren als Handlungsträger und Positionsvertreter auf der Agenda des Mediensystems | 132 |
| Tabelle 6.2B | Selektion von Akteuren als Handlungsträger und Positionsvertreter auf der Agenda einzelner Medien | 134 |
| Tabelle 6.3A | Selektion von Positionen auf der Agenda des Mediensystems und des Parteiensystems | 136 |
| Tabelle 6.3B | Selektion von Positionen auf der Agenda einzelner Medien und Parteien | 138 |
| Tabelle 6.4A | Spektrum der Positionen auf der Agenda des Mediensystems und des Parteiensystems | 140 |
| Tabelle 6.4B | Spektrum der Positionen auf der Agenda einzelner Medien und Parteien | 142 |
| Tabelle 6.5 | Abweichungen der Positionen zwischen der Agenda des Mediensystems und des Parteiensystems | 144 |
| Tabelle 6.6 | Deskription der Positionen der Parteien auf der Agenda der Medien | 149 |

| | | |
|--------------|--|-----|
| Tabelle 6.7 | Abweichungen zwischen vermittelten und eigenen Positionen der Parteien auf der Agenda einzelner Medien | 150 |
| Tabelle 6.8 | Plazierung eigener Positionen der Medien in Nachricht und Kommentar | 163 |
| Tabelle 6.9 | Ideologische Präferenzen auf der Agenda der Medien: eigene und vermittelte Positionen | 165 |
| Tabelle 6.10 | Typen formaler Interpretationsqualität: Verhältnis von eigenen und vermittelten Positionen | 173 |
| Tabelle 6.11 | Konsistenz der eigenen Positionen der Medien | 176 |
| Tabelle 6.12 | Ideologische Parallelstrukturen zwischen Medien und Parteien | 180 |

b) *Schaubilder*

| | | |
|----------------|--|-----|
| Schaubild 2.1 | Demokratische Medienfunktionen | 33 |
| Schaubild 2.2 | Schema demokratischer Medienperformanz | 64 |
| Schaubild 3.1 | Inhalte und Struktur der politischen Agenda | 70 |
| Schaubild 4.1 | Studiendesign zur empirischen Analyse der Medienperformanz | 87 |
| Schaubild 4.2 | Analyseebenen der Medienagenda und der Parteienagenda | 107 |
| Schaubild 4.3 | Analyseobjekte und publizistische Qualitätskonzepte | 108 |
| Schaubild 6.1A | Deskription der Parteien in der Politikdimension „Wohlstand und Verteilung“ | 153 |
| Schaubild 6.1B | Deskription der Parteien in der Politikdimension „Institutionelle und individuelle Autonomie“ | 155 |
| Schaubild 6.1C | Deskription der Parteien in der Politikdimension „Kulturelle Identität“ | 156 |
| Schaubild 6.1D | Deskription der Parteien in der Politikdimension „Gesellschaftliche Integration“ | 158 |
| Schaubild 6.1E | Deskription der Parteien in der Politikdimension „Äußere Sicherheit“ | 159 |
| Schaubild 6.2A | Eigene und vermittelte Positionen in der Politikdimension „Wohlstand und Verteilung“ | 168 |
| Schaubild 6.2B | Eigene und vermittelte Positionen in der Politikdimension „Institutionelle und individuelle Autonomie“ | 169 |
| Schaubild 6.2C | Eigene und vermittelte Positionen in der Politikdimension „Kulturelle Identität“ | 170 |
| Schaubild 6.2D | Eigene und vermittelte Positionen in der Politikdimension „Gesellschaftliche Integration“ | 171 |
| Schaubild 6.2E | Eigene und vermittelte Positionen in der Politikdimension „Äußere Sicherheit“ | 172 |
| Schaubild 6.3 | Ideologisches Profil der Medien | 178 |