Wahl ohne Wissen?

Empirische Analyse zur Entpolitisierung der Wahlkampfberichterstattung deutscher Printmedien

Bearbeitet von
Kerstin Reinisch

1. Auflage 2017. Taschenbuch. 377 S. Softcover
ISBN 978 3 8487 4060 4
Gewicht: 541 g

Weitere Fachgebiete > Medien, Kommunikation, Politik > Politische Kultur > Politische Kommunikation und Partizipation

schnell und portofrei erhältlich bei

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Politika. Passauer Studien zur Politikwissenschaft | 11

Kerstin Reinisch

Wahl ohne Wissen?

Empirische Analyse zur Entpolitisierung der Wahlkampfberichterstattung deutscher Printmedien

Nomos

http://www.nomos-shop.de/29582

Die Reihe
„Politika. Passauer Studien zur Politikwissenschaft“
wird herausgegeben von

Prof. Dr. Dr. h.c. Heinrich Oberreuter, Universität Passau
Prof. Dr. Barbara Zehnpfennig, Universität Passau

Band 11

http://www.nomos-shop.de/29582

Kerstin Reinisch

Wahl ohne Wissen?

Empirische Analyse zur Entpolitisierung der Wahlkampfberichterstattung deutscher Printmedien

Nomos

http://www.nomos-shop.de/29582

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.d-nb.de abrufbar.

Zugl.: Passau, Univ., Diss., 2017

ISBN 978-3-8487-4060-4 (Print)

ISBN 978-3-8452-8358-6 (ePDF)

1. Auflage 2017

© Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2017. Gedruckt in Deutschland. Alle Rechte, auch die des Nachdrucks von Auszügen, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung, vorbehalten. Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

http://www.nomos-shop.de/29582

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis 13

Kapitel 1: Einleitung 15
A. Relevanz des Forschungsfeldes entpolitisierte Wahlkampfberichterstattung 16
B. Lücken im Forschungsstand – Wissenschaftliche Desiderata 19
C. Fragestellung und Kern-Hypothesen 23
I. Intermediale Perspektive 24
II. Intertemporale Perspektive 24
III. Perspektive auf die Kategorien der Entpolitisierung 25
IV. Übergreifende Fragestellungen 26
D. Struktur der Studie 28

Kapitel 2: Konzeptioneller Rahmen und Stand der Forschung 31
A. (K)ein deutsches Problem? 31
I. Grundlagen der Wahl- und Wählerforschung 32
II. Medienberichterstattung bei Wahlen 34
B. Amerikanisierung und Co. – Begriffsunklarheiten in der deutschen Literatur 37
I. Amerikanisierung 38
II. Boulevardisierung 42
III. Entpolitisierung 43
IV. Sensationalisierung und Negativismus 45
V. Personalisierung 46
C. Medialisierungstheorien und Wirkung von Wahlkampfberichterstattung 49
D. Bestehendes Wissen über die Wahlkampfberichterstattung in Deutschland 54

Kapitel 3: Kategorienschema und Definitionen 67
A. Wahlkampforganisation-Berichte 69
B. *Horse-race-journalism* 73
C. Celebrity-Stories 75
D. Rund-um-die-Wahl-Berichte 79

http://www.nomos-shop.de/29582

Kapitel 4: Untersuchungsmethodik und -material 81
A. Auswahl der Methodik: Inhalts- und Frequenzanalyse 81
B. Auswahl des Untersuchungsgegenstands 86
I. Auswahl der Wahljahre 86
II. Auswahl der Zeitungen und Aufgreifkriterien 96
C. Codierung und Organisation der Datenerhebung 107
D. Statistische Tests im Rahmen der Datenanalyse 114

Kapitel 5: Ergebnisse der Inhaltsanalyse deutscher Printmedien und Diskussion 119
A. Intermedialer Vergleich 120
I. Umfang der Wahlkampfberichterstattung 122
II. Themengewichtung politischer und unpolitischer Inhalte 125
III. Kategorien der Entpolitisierung 128
IV. Urheberschaft der Beiträge 130
V. Journalistische Darstellungsformen 134
VI. Zusammenfassung 138
B. Inter- und Intrajahresvergleich 139
I. Umfang der Wahlkampfberichterstattung 141
II. Themengewichtung politischer und unpolitischer Inhalte 143
III. Kategorien der Entpolitisierung 147
IV. Intrajahres-Vergleiche 149
V. Abhängigkeit der Berichterstattung vom (erwarteten) Ausgang der Wahl 155
VI. Zusammenfassung 158
C. Kategorien der Entpolitisierung im Detail 159
I. Wahlkampforganisation-Berichte 160
1. Relevanz innerhalb der Wahlkampfberichterstattung 161
2. Binnenstruktur der Wahlkampforganisation-Berichte 163
3. Häufigkeit und Format von Wahlkampfveranstaltungen 167
4. Medien-Auftritte 169
5. Werbung und Werbeaktionen 174
6. Budgets 175
7. Unpolitischer (Rechts-)Streit und Kampagnen-Dienstleister als sonstige Themen 177
8. Urheberschaft und Darstellungsformen 178
9. Diskussion zu Wahlkampforganisation-Berichten 178
II. *Horse-race-journalism* 182
1. Relevanz innerhalb der Wahlkampfberichterstattung 183

http://www.nomos-shop.de/29582

2. Binnenstruktur des *horse-race-journalism* 186
3. Schnittmenge mit der Umfrageberichterstattung 188
4. Abhängigkeit des *horse-race-journalism* von der Nähe zum Wahltag und dem (erwarteten) Ausgang der Wahl 194
5. Urheberschaft und Darstellungsformen 196
6. Diskussion zu *horse-race-journalism* 198

III. Celebrity-Stories 203
1. Relevanz innerhalb der Wahlkampfberichterstattung 204
2. Binnenstruktur der Celebrity-Stories 207
3. Bezugspersonen der Celebrity-Stories 210
4. Informationsquelle der Celebrity-Stories 215
5. Urheberschaft und Darstellungsformen 219
6. Diskussion zu Celebrity-Stories 220

IV. Rund-um-die-Wahl-Berichte 226
1. Relevanz innerhalb der Wahlkampfberichterstattung 227
2. Binnenstruktur der Rund-um-die-Wahl-Berichte 230
3. Urheberschaft und Darstellungsformen 231
4. Diskussion zu Rund-um-die-Wahl-Berichten 233

V. Zusammenfassung 235

D. Positionierung und Bebilderung der Artikel 237
I. Positionierung 237
II. Bebilderung 242

Kapitel 6: Diskussion möglicher Ursachen einer Entpolitisierung 251
A. Henne-Ei-Problematik: Politik oder Medien? Wer treibt wen? 252
I. Verhältnis des Mediensystems und des politischen Systems 253
II. Selektionskriterien des Mediensystems 259
III. Darstellungslogik des politischen Systems 265
IV. Fazit: symbiotischer Antagonismus zwischen Medien und Politik 271
B. Neue Konkurrenz durch Veränderungen in der Medienlandschaft 273
I. Verflachung durch Einführung des Privatfernsehens 274
II. Eine neue Art von Konkurrenz durch Online-Medien 281
III. Fazit: Konkurrenz als Fluch mit der Chance auf Segen 284
C. Wirtschaftliche Restriktionen der Presse 288
I. Information als Wirtschaftsgut 289
II. Die Presse in der Zange: Spirale von Auflage und Werbeeinnahmen 293
III. Druck auf die Redaktionen und Auswirkungen auf die Qualität 297
IV. Fazit: Unvollständiger Markt fördert ein „Kaputtsparen“ 302

http://www.nomos-shop.de/29582

Kapitel 7: Diskussion möglicher Effekte einer Entpolitisierung 305
A. Effekte auf die Bürger 307
I. Auswirkungen auf den Wähler und sein Wahlverhalten 308
II. Wissenskluft-Theorie 316
III. Fazit: Mündiger Bürger muss auch ein aktiver Politik-Rezipient sein 320
B. Effekte auf das politische System 323
I. Legitimität der Wahlentscheidung 324
II. Entpolitisierung als Facette der Postdemokratie? 327
III. Fazit: Subventionierung der Presse als Lösung? 331

Kapitel 8: Zusammenfassung und Ausblick 335
A. Ergebnisse im Überblick 337
I. Intermediale Perspektive 337
II. Intertemporale Perspektive 338
III. Perspektive auf die Kategorien der Entpolitisierung 340
B. Mathematische Prognose für die nächste Bundestagswahl 342
C. Zur Diskussion der Ursachen von Entpolitisierung 342
D. Zur Diskussion der Effekte von Entpolitisierung 345
E. Was stirbt schneller? Der politische Inhalt der Zeitung oder die Zeitung selbst? 350

Literaturverzeichnis 353

Anhang 377