

Inhalt

1	Einleitung	15
2	Begriffsdefinitionen	19
3	Widersprüche politischer Kommunikationsforschung	23
3.1	Befunde zur Fernsehnutzung und politischen Meinungsbildung	24
3.2	Erkenntnisfortschritt durch Theorieimporte aus der Psychologie	27
3.2.1	Schemata und Heuristiken.....	27
3.2.2	Politische Meinungen als Ergebnis sozialer Urteilsbildung	30
3.2.3	Dual-Processing Modelle der Informationsverarbeitung	32
3.3	Zusammenfassung.....	36
4	Konsequenzen für Publikumskonzeptionen	39
4.1	Politische Bürgerkonzeptionen.....	39
4.1.1	Mikrozentrierte Modellvorstellungen.....	40
4.1.2	Makrozentrierte Modellvorstellungen.....	46
4.2	Kommunikationswissenschaftliche Publikumskonzeptionen.....	51
4.2.1	Mikrozentrierte Modellvorstellungen.....	52
4.2.2	Makrozentrierte Modellvorstellungen.....	57
4.3	Zusammenfassung.....	60
5	Konsequenzen für Medienwirkungsmodelle	65
5.1	Stimulus-Response-Modelldenken.....	65
5.2	Modellvorstellung minimaler Medienwirkungen.....	70
5.3	Modellvorstellung selektiver Medienwirkungen.....	71
5.4	Zusammenfassung.....	74
6	Konsequenzen für normative Ansprüche an Politikvermittlung	77
6.1	Mikrozentrierte Modellvorstellungen.....	78
6.2	Makrozentrierte Modellvorstellungen	81
6.3	Zusammenfassung.....	84

7	Konsequenzen für die empirische Forschungspraxis	87
7.1	Messung politischer Medienwirkungen	91
7.2	Messung politischer Fernsehinhalte	97
7.3	Rezeptionsrelevante Botschaftsmerkmale	102
7.3.1	Politische Themen und Akteure	105
7.3.2	Frames	108
7.3.3	Glaubwürdigkeit	110
7.3.4	Realitätsgrad	112
7.3.5	Politischer Humor	114
7.3.6	Lebhaftigkeit, Salienz	116
7.4	Prognostische Inhaltsanalyse	119
7.4.1	Forschungslogik	124
7.4.2	Validität prognostischer Inhaltsanalysen	132
7.5	Zusammenfassung	134
8	Forschungsfragen	139
9	Untersuchungsanlage	143
9.1	Methode	143
9.2	Auswahl	148
9.3	Durchführung und Auswertung	152
10	Ergebnisse der Meta-Analyse	157
10.1	Begriffsauffassungen von Politik und Politikvermittlung	158
10.1.1	Untersuchungsgegenstände	158
10.1.2	Arenen der Politikvermittlung: Fernsehformate	160
10.1.3	Politikbegriff	162
10.1.4	Zusammenfassung	163
10.2	Theoretische Grundannahmen	165
10.2.1	Publikumskonzeptionen	166
10.2.2	Medienwirkungsmodelle	173
10.2.3	Normative Anforderungen an Politikvermittlung	184
10.2.4	Zusammenfassung	187
10.3	Empirische Umsetzung I: Messung politischer Wirkungen	190
10.3.1	Untersuchungsanlagen, Methoden	191
10.3.2	Effektarten	197
10.3.3	Zusammenfassung	204

10.4 Empirische Umsetzung II: Messung politischer Fernsehinhalte	207
10.4.1 Beziehungsanalyse	208
10.4.2 Inhaltanalytisch erfasste Botschaftsmerkmale	212
10.4.3 Zusammenfassung	221
11 Fazit	225
Literatur	239
Materialbasis der Meta-Analyse	259