Inhalt

1 Einleitung ... 11

2 Theoretisch-konzeptionelle Grundlagen der politischen Kommunikation ... 17

2.1 Die Logik der politischen Kommunikation ... 17

2.2 Die Rolle der Massenmedien in der Politikvermittlung ... 19

2.3 Theoretisch-konzeptionelle Erklärungsmodelle zur Transformation der politischen Kommunikation ... 27

2.4 Institutionell-strukturelle und kulturelle Rahmenbedingungen der politischen Kommunikation ... 36

3 Das politische Kommunikationssystem in medienzentrierten Demokratien ... 43

3.1 Politischer Kulturwandel im internationalen Vergleich ... 44

3.2 Die US-amerikanische Medienlandschaft ... 57

3.3 Die deutsche Medienlandschaft ... 61

3.4 Die österreichische Medienlandschaft ... 67

3.5 Internationaler Vergleich der politischen Kommunikationssysteme und des politischen Kommunikationsverhaltens ... 74

4 Die Forschungsparadigmen *agenda-setting* und *framing* ... 87

4.1 *Media agenda-setting* ... 88

4.2 *Agenda-setting – framing*: Konkurrierende, kongruente oder komplementäre Konzepte? ... 91

4.3 *Media framing* und *media frames* ... 93

5 Forschungs-Design und Operationalisierung ... 105

5.1 Die Forschungsfragen ... 106

5.2 Die Untersuchungsmethode ... 107

5.3 Selektive Indikatoren der postmodernen Nachrichtenlogik ... 113

5.4 Die Struktur der inhaltlichen *frame*-Indikatoren der Untersuchung ... 116

5.5 Das Codebook ... 117

6 Die Ausgangslagen und Spezifika der Wahlkämpfe ... 121

6.1 Der Nationalratswahlkampf 1999 in Österreich ... 121

6.2 Der Bundestagswahlkampf 1998 in Deutschland ... 124

6.3 Der Präsidentschaftswahlkampf 2000 in den USA ... 129

7 Rahmendaten der Untersuchung ... 133

8 Die inhaltliche Struktur der Politik- und Wahlberichterstattung ... 137

8.1 Die Personalisierung in der Politik-Berichterstattung ... 137

8.2 Studienergebnisse: Personalisierung in der deutschen und österreichischen Politik-Berichterstattung ... 155

8.3 Studienergebnisse: Personalisierung in der österreichischen, deutschen und US-amerikanischen TV-Wahlberichterstattung ... 168

8.4 Die Entideologisierung, Entpolitisierung und De-Thematisierung der Politik-Berichterstattung ... 174

8.5 Studienergebnisse: Entideologisierung, Entpolitisierung und De-Thematisierung in der deutschen und österreichischen Politik-Berichterstattung ... 196

8.6 Studienergebnisse: Entideologisierung, Entpolitisierung und De-Thematisierung in der österreichischen, deutschen und US-amerikanischen TV-Wahlberichterstattung ... 217

8.7 Der konfrontative Negativismus in der Politik-Berichterstattung ... 224

8.8 Studienergebnisse: Konfrontativer Negativismus in der deutschen und österreichischen Politik-Berichterstattung ... 235

8.9 Studienergebnisse: Konfrontativer Negativismus in der deutschen, österreichischen und US-amerikanischen TV-Wahlberichterstattung ... 247

8.10 Journalistische Autonomisierung in der Politik-Berichterstattung ... 252

8.11 Studienergebnisse: Journalistische Autonomisierung in der deutschen und österreichischen Politik-Berichterstattung ... 265

8.12 Studienergebnisse: Journalistische Autonomisierung in der österreichischen, deutschen und US-amerikanischen TV-Wahlberichterstattung ... 279

8.13 Studienergebnisse: *Frame*-Struktur- und -Korrelations-Analyse der Politik- und Wahlberichterstattung im internationalen Vergleich ... 287

8.14 Studienergebnisse: Vergleichende *frame*-Struktur- und -Korrelations-Analyse der TV-Wahlberichterstattung im internationalen Vergleich ... 306

9 Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse ... 311

9.1 Personalisierung in der Politik- und Wahlberichterstattung ... 315

9.2 Entpolitisierung, Entideologisierung und De-Thematisierung in der Politik- und Wahlberichterstattung ... 316

9.3 Konfrontativer Negativismus in der Politik- und Wahlberichterstattung ... 318

9.4 Journalistische Autonomisierung in der Politik- und Wahlberichterstattung ... 319

9.5 Resümee ... 320

10 Ausblick ... 329

11 Literaturverzeichnis ... 331