

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	11
1 EINLEITUNG	13
2 MEDIALE ÖFFENTLICHKEIT UND DEMOKRATIE	19
2.1 Öffentlichkeit und Kommunikation in demokratischen Systemen	19
2.2 Konzept und Funktion der Öffentlichkeit	24
2.2.1 Öffentlichkeit als intermediäres Kommunikationssystem	24
2.2.2 Mediale Öffentlichkeit	27
2.3 Segmentierung der medialen Öffentlichkeit	30
2.3.1 Infrastrukturelle Perspektive der Segmentierung	30
2.3.2 Prozessuale Perspektive der Segmentierung	36
3 HANDLUNGSTHEORETISCHER ANALYSERAHMEN	41
3.1 Grundannahmen des handlungstheoretischen Analysemodells	42
3.2 Öffentliche Kommunikation als Handlungsoption politischer Akteure	48
3.2.1 Rahmenbedingungen öffentlicher Kommunikationsstrategien	53
3.2.2 Wirksamkeit öffentlicher Kommunikationsstrategien	63
3.2.3 Öffentliche Kommunikationsstrategien und sprachregionale Segmentierung	66
3.3 Die duale Rolle der Medien bei der Herstellung von Öffentlichkeit	72
3.3.1 Das Selektionsverhalten der Medien	73
3.3.2 Das Kommunikationsverhalten der Medien	82
3.3.3 Medienverhalten und sprachregionale Segmentierung	84
3.4 Zusammenfassung der forschungsleitenden Annahmen	88
4 THEMENSPEZIFISCHER POLITISCHER KONTEXT	91
4.1 Europapolitischer Ereignishintergrund	91
4.1.1 Schweizerische Integrationspolitik zu Beginn der 90er Jahre	93

4.1.2	Der bilaterale Weg	95
4.1.3	Die Option des EU-Beitritts	98
4.2	Akteurskonfiguration in der schweizerischen Europapolitik	101
4.2.1	Allianzstrukturen	103
4.2.2	Kräfteverhältnisse	110
4.3	Bevölkerungsmeinung	114
5	EMPIRISCHER FORSCHUNGSRAHMEN	118
5.1	Auswahl der untersuchten Medien	118
5.2	Inhaltsanalytische Methode und Datenmaterial	125
5.3	Zusammenfassung und Diskussion	132
6	KOMMUNIKATIONSPROZESSE	135
6.1	Dynamik und Determinanten der öffentlichen Europadebatte	135
6.1.1	Verlauf der medienvermittelten europapolitischen Kommunikation	136
6.1.2	Öffentlichkeitsstrategien von politischen Akteuren und Medien	142
6.1.3	Konvergenz und Divergenz medienvermittelter Kommunikationsereignisse	149
6.2	Dynamik und Determinanten der Medienkommunikation	159
6.2.1	Intensität und Dynamik der Medienkommunikation	160
6.2.2	Konvergenz und Divergenz der medialen Aufmerksamkeitsstrukturen	163
6.3	Bilanz zur Segmentierungsthese aus Sicht der Zeitdimension	166
7	KOMMUNIKATIONSSTRUKTUREN	167
7.1	Kollektive politische Akteure in der medialen Öffentlichkeit	167
7.1.1	Standing kollektiver politischer Akteure	168
7.1.2	Öffentlichkeitsstrategien kollektiver politischer Akteure	178
7.2	Medienpräsenz und Medienprominenz nationaler Politiker	185
7.2.1	Persönlichkeiten in der medialen Öffentlichkeit	185
7.2.2	Medienpräsenz und -prominenz eidgenössischer Parlamentarier	189
7.3	Dialogstrukturen in der medialen Öffentlichkeit	199
7.3.1	Diskursive Allianzen und Gegnerschaften	200
7.3.2	Akteursbewertungen durch die Medien	205
7.4	Bilanz zur Segmentierungsthese aus Sicht der Sozialdimension	208

8	KOMMUNIKATIONSINHALTE	209
8.1	Europapolitische Themenaspekte und Positionsbezüge	210
8.1.1	Dimensionen und Bewertungen der öffentlich debattierten Europapolitik	210
8.1.2	Interessenkoalitionen in der medienvermittelten Europadebatte	221
8.2	Argumentationsmuster und Deutungsrahmen in der Europadebatte	229
8.2.1	Überzeugungsstrategien bei europapolitischen Abstimmungen	230
8.2.2	Diskurskoalitionen in der medienvermittelten Europadebatte	242
8.3	Medienengagement im Abstimmungskampf	253
8.3.1	Explizite Meinungsbildung durch die Medien	254
8.3.2	Implizite Orientierung durch die Medien	260
8.4	Bilanz zur Segmentierungsthese aus Sicht der Sachdimension	267
9	SCHLUSSBETRACHTUNG	269
	Literaturverzeichnis	283