

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Inhaltsverzeichnis	7
Verzeichnis der Abbildungen	10
Verzeichnis der Tabellen	11
Abkürzungsverzeichnis	13
1 Einleitung	17
1.1 Fragestellung und Forschungsstand	17
1.2 Aufbau der Arbeit und Untersuchungsdesign	20
1.3 Begriffsklärungen und Abgrenzungsfragen	25
2 Die Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten durch ihre Verbindung und das Potenzial von Presseschauen	30
2.1 Europäische Öffentlichkeit – zum Forschungsstand	30
2.2 Fragmentierte Öffentlichkeiten in Europa und die Mechanismen, die sie verbinden können	36
2.2.1 ‚Kitt‘ für fragmentierte Öffentlichkeiten in Europa: Das Modell der Arenenverbindung	37
2.2.2 Verbindungsmechanismen auf Ebene des Publikums und der politischen Akteure	42
2.2.3 Verbindungsmechanismen auf Ebene der Medienredaktionen	44
2.2.4 Die Konstruktion von politischen Raumvorstellungen durch Massenmedien	55
2.3 Das Potenzial von Presseschauen für die Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten	59
2.3.1 Öffentlichkeitstheoretische Funktionen und publizistische Bedeutung von Presseschauen	59
2.3.2 Funktionen grenzüberschreitender Pressezeitungen	67
2.3.3 Funktionen von Presseschauen für die Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten	76
	7

2.4	Einlösung des Potenzials in der Medienrealität? Bedingungen und Hypothesen	82
2.4.1	Vorliegen eines Presseschauangebots als Grundvoraussetzung	82
2.4.2	Hypothesen zur Ausgestaltung des Presseschauangebots und zu deren Erklärung	84
3	Presseschauen als journalistische Darstellungsform: Typologie und Verbreitung	93
3.1	Typologie der Presseschauen	93
3.2	Verbreitung von Presseschauangeboten in Deutschland und Europa	98
3.2.1	Presseschauen in Printmedien	99
3.2.2	Presseschauen in Radiosendungen	105
3.2.3	Presseschauen in Fernsehsendungen	111
3.2.4	Presseschauen im Internet	113
3.2.5	Zusammenfassung	118
4	Anlage der empirischen Untersuchung	121
4.1	Untersuchungsdesign der Presseschau-Inhaltsanalyse	121
4.1.1	Fallauswahl, Untersuchungszeiträume und Datenbasis	121
4.1.2	Erhebungs- und Untersuchungseinheit, Datengewinnung und Erhebungsmethode	127
4.1.3	Stichprobenziehung	129
4.1.4	Bildung von Indikatoren und Variablen	130
4.1.5	Operationalisierung für die multivariate Analyse	137
4.2	Datensatzbeschreibung: Umfang der untersuchten Presseschauen und ihre Öffentlichkeitstheoretische Ausrichtung	144
4.3	Design der Interviews	148
4.4	Methodendiskussion	149
5	Ergebnisse der Presseschau-Analyse und Erklärungen	154
5.1	Entwicklung und Stand der Europäisierung von Presseschauen in Deutschland	154
5.1.1	Internationalisierungsgrad deutscher Presseschauen	155
5.1.2	Europäisierung versus Globalisierung	164

5.1.3	Verteilung der Aufmerksamkeit innerhalb Europas	174
5.1.4	Die publizistischen Meinungsführer Europas	181
5.2	Erklärung der Ergebnisse mittels multivariater Analyse von Ländermerkmalen	191
5.2.1	Bivariate Analysen der Zitierungshäufigkeit eines Landes in deutschen Presseschauen	192
5.2.2	Bivariate Analysen des Vorkommens eines Landes in deutschen Presseschauen	196
5.2.3	Multivariate Analysen des Vorkommens eines Landes in deutschen Presseschauen	199
5.2.4	Multivariate Unterschiede zwischen den Presseschauen	201
5.3	Weitere Faktoren, die die Zusammensetzung von Presseschauen bestimmen	206
5.3.1	Quellen im Herstellungsprozess von Presseschauen	207
5.3.2	Zur Rolle der Nachrichtenagenturen: Ein Input-Output-Vergleich	212
6	Zusammenfassung und Folgerungen	218
6.1	Der mögliche Beitrag von Presseschauen zur Verbindung nationaler Öffentlichkeiten in Europa	218
6.2	Grenzüberschreitende Presseschauen in Deutschland in der Praxis – Stand und Entwicklung ihrer Europäisierung und die Einflussfaktoren	227
6.3	Fazit, Ausblick und Desiderata	241
	Literaturverzeichnis	248