

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	17
1.1	Problemstellung und Forschungsziele	18
1.2	Aufbau des Buches	21
2	Das Modell der Arenen-Integration nationaler Öffentlichkeiten	23
2.1	Gibt es <i>eine</i> nationale Öffentlichkeit?	23
2.1.1	Die differenzierte nationale Öffentlichkeit als Ideal	23
2.1.2	Die fragmentierte nationale Öffentlichkeit als Gefahr	24
2.1.3	Die <i>eine</i> Öffentlichkeit als Frage der Qualität der Medienberichterstattung	27
2.1.4	Die europäische Öffentlichkeit als Vorbild der <i>einen</i> nationalen Öffentlichkeit	29
2.2	Die Entwicklung des Modells der Arenen-Integration	30
2.2.1	Was ist Öffentlichkeit?	31
2.2.2	Was ist eine Öffentlichkeit?	36
2.2.3	Was ist eine arenen-integrierte Öffentlichkeit?	39
2.3	Die vier Dimensionen des Modells der Arenen-Integration	40
2.3.1	Beobachtung des Regierens	41
2.3.2	Ähnlichkeit der Diskurse	49
2.3.3	Vernetzung der Diskurse	58
2.3.4	Kollektive Identität	64
2.4	Zusammenfassung des Modells	76

3	Arenen-Integration als methodisches Problem	79
3.1	Bildung der Stichprobe	79
3.1.1	Auswahl der zu analysierenden Öffentlichkeit	79
3.1.2	Auswahl der zu analysierenden Medienangebote	80
3.1.3	Auswahl des Untersuchungszeitraums	87
3.2	Erhebungsinstrumente und Durchführung der Teilstudien	88
3.2.1	Teilstudie 1: themenübergreifende Inhaltsanalyse	89
3.2.2	Teilstudie 2: themenzentrierte Fallstudien	93
3.2.3	Durchführung der Erhebung	104
4	Empirische Befunde zur Arenen-Integration der deutschen Öffentlichkeit	107
4.1	Dimension 1: Beobachtung des Regierens	107
4.1.1	Beobachtung politischer Institutionen	108
4.1.2	Beobachtung politischer Hauptakteure	114
4.1.3	Beobachtung politischer Themen	118
4.1.4	Beobachtung politischer Sprecher	122
4.1.5	Die Arenen-Integration der Öffentlichkeit in der ersten Dimension	126
4.2	Dimension 2: Ähnlichkeit der Diskurse	129
4.2.1	Ähnlichkeit der Diskurse in der themenübergreifenden Teilstudie	130
4.2.2	Ähnlichkeit der Diskurse in den themenzentrierten Fallstudien	150
4.3	Dimension 3: Vernetzung der Diskurse	225
4.3.1	Vernetzung durch geographische Bezugnahmen	225
4.3.2	Vernetzung durch Hauptakteure unterschiedlicher Herkunft	231
4.3.3	Vernetzung durch zitierte Sprecher unterschiedlicher Herkunft	235
4.3.4	Die Arenen-Integration der Öffentlichkeit in der dritten Dimension	238

4.4	Dimension 4: Kollektive Identität.....	240
4.4.1	Kollektive Identität in der themenübergreifenden Teilstudie	242
4.4.2	Kollektive Identität in den themenzentrierten Fallstudien	250
4.5	Die Arenen-Integration der deutschen Öffentlichkeit.....	274
4.5.1	Arenen-Integrationsmuster 1: Die Musterschüler.....	275
4.5.2	Arenen-Integrationsmuster 2: Die Individualisten.....	280
4.5.3	Arenen-Integrationsmuster 3: Die perfekt Vernetzten.....	288
4.5.4	Zusammenfassung der Ergebnisse zur Arenen- Integration der deutschen Öffentlichkeit	292
5	Resümee.....	295
5.1	Schlussfolgerungen für die empirische Forschung	295
5.1.1	Die deutsche Öffentlichkeit als ‚easy case‘ der Arenen- Integration?	295
5.1.2	Qualitätszeitungen als Träger der europäischen Öffentlichkeit?	296
5.1.3	Nationale und europäische Öffentlichkeit in Konkurrenz?	298
5.2	Der Beitrag des Modells der Arenen-Integration zur Öffentlichkeitstheorie	299
5.2.1	Das Modell der Arenen-Integration und die bisherige Forschung zur Integration nationaler Öffentlichkeiten.....	300
5.2.2	Die Funktionen von Öffentlichkeit im Modell der Arenen-Integration.....	301
5.2.3	Die Bedeutung der Integrationsfunktion für die Öffentlichkeitstheorie	308
6	Literaturverzeichnis	311
	Anhang.....	325
	A: Zusätzliche Ergebnistabellen.....	325
	B: Ergebnisse der Reliabilitätstests	330
	C: Im Rahmen der Fallstudien zitierte Zeitungsartikel.....	332