

INHALT

1	Einleitung.....	13
2	Die Rolle der Massenmedien im Wahlkampf.....	17
2.1	Massenmedien.....	17
2.2	Massenmedien und Wahlen in Deutschland	17
2.2.1	Der große Stellenwert des Fernsehens im Wahlkampf	20
2.2.2	Die Printmedien.....	21
2.3	Macht der Medien und Macht der Politik	23
2.3.1	Agenda-Setting	25
2.3.2	Die Theorie der Schweigespirale	28
3	Die Analyse der Stellung der Bildzeitung in der Medienlandschaft	31
3.1	Daten zur Bildzeitung	31
3.2	Die Relevanz der Bildzeitung	32
4	Die Ausgangssituation der Bundestagswahl 2005	35
5	Inhaltsanalyse der Bildzeitung	37
5.1	Forschungsfrage und Methode.....	37
5.2	Vorgehensweise bei der Untersuchung	38
5.2.1	Beschreibung der Untersuchung	38
5.2.2	Reliabilität und Validität der Messung.....	40
6	Ergebnisse und Diskussion	43
6.1	Untersuchung der Beitragsebene der Inhaltsanalyse.....	43
6.1.1	Wahlkampfbezug der Beiträge.....	43
6.1.2	Untersuchung von formalen Merkmalen der Wahlkampf-Berichterstattung.....	44
6.1.3	Untersuchung von inhaltlichen Merkmalen der Wahlkampfberichterstattung.....	48

6.1.4	Haupt- und Nebenakteure der Berichterstattung	52
6.1.5	Koalitionsmöglichkeiten.....	59
6.2	Untersuchung der Aussageebene der Inhaltsanalyse	60
6.2.1	Betrachtung der Gesamtberichterstattung	60
6.2.1.1	Bewertung der Spitzenkandidaten bzw. Kanzlerkandidaten	60
6.2.1.2	Bewertung der Parteien.....	64
6.2.1.3	Bewertung der Koalitionsblöcke	70
6.2.1.4	Bewertung auf der Titelseite der Bildzeitung	75
6.2.1.5	Die positiven und negativen Themen für die Parteien	76
6.2.1.6	Die Bewertungsdimensionen der Urteile	77
6.2.2	Bewertung der Aussagen der Bildzeitung	80
6.2.2.1	Bewertung der Spitzenkandidaten	80
6.2.2.2	Bewertung der Parteien.....	82
6.2.2.3	Bewertung der Koalitionsblöcke	86
6.2.3	Die letzte Ausgabe vor der Wahl	88
6.2.4	Berichterstattung über Große Koalition und Linksregierung.....	91
6.2.5	Determinanten der Bewertung der Koalitionsblöcke	93
7	Fazit und Ausblick	97
8	Literaturverzeichnis	101
9	Anhang.....	111
9.1	Codebuch	111
9.2	Umkodierungen zentraler Variablen der Inhaltsanalyse	139
9.3	Weitere Tabellen	144