

US-Wahl 2008: Die Wahlnacht im deutschen Fernsehen

Eine Analyse der Wahlberichterstattung von ARD, ZDF, RTL und SAT.1

Bearbeitet von
Benjamin Haase

1. Auflage 2009. Taschenbuch. 136 S. Paperback

ISBN 978 3 8288 2072 2

Format (B x L): 14,8 x 21 cm

[Weitere Fachgebiete > Medien, Kommunikation, Politik > Medienwissenschaften](#)

schnell und portofrei erhältlich bei


DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Benjamin Haase

US-Wahl 2008: Die Wahlnacht im deutschen Fernsehen

Eine Analyse der Wahlberichterstattung von
ARD, ZDF, RTL und SAT.1

Tectum Verlag

Benjamin Haase

US-Wahl 2008: Die Wahlnacht im deutschen Fernsehen.
Eine Analyse der Wahlberichterstattung von ARD, ZDF, RTL und SAT.1
ISBN: 978-3-8288-2072-2

Umschlagabbildung: Fotografie von Gabbec, aufgefunden bei
www.wikipedia.de – Diese Datei wurde unter den Bedingungen der
Creative Commons "Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedin-
gungen 3.0 Unported"-Lizenz veröffentlicht.
Kamera: © laudiaveja, istockphoto.com

© Tectum Verlag Marburg, 2009

Besuchen Sie uns im Internet
www.tectum-verlag.de

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Angaben sind
im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Inhalt

1. Einleitung	11
2. Wahlberichterstattung als Forschungsfeld	13
2.1 Abgrenzung und Definition der Begriffe	13
2.1.1 Wahlkampfberichterstattung.....	14
2.1.2 Wahlabendberichterstattung	15
2.1.3 US-Wahlnachtberichterstattung.....	17
2.2 Trends politischer Berichterstattung.....	19
2.2.1 Personalisierung	19
2.2.2 Boulevardisierung	22
2.2.3 Dramatisierung	24
2.2.4 Journalistische Negativität.....	27
3. <i>Too Close to Call</i> - Die Dramatik der Präsidentschaftswahl 2000 ...	31
4. Die US-Präsidentschaftswahl 2008	33
4.1 Analytische Zusammenfassung des Wahlergebnisses	33
4.2 Ausgangslage und Verlauf.....	35
4.3 Resümee der Wahlkampftrends	38
5. Erörterung der methodischen Vorgehensweise	41
5.1 Der journalistische Anspruch an eine US-Wahlnacht.....	42
5.1.1 Hypothesen	42
5.1.2 Bestimmung der Untersuchungsform.....	43
5.1.3 Entwicklung des Leitfadens.....	44
5.1.4 Kriterien für die Auswahl der Gesprächspartner	45
5.1.5 Prämissen für die Gesprächsführung und Transkriptionserstellung.....	46

5.2 Die Wahlnachtberichterstattung von ARD, ZDF, RTL und SAT.1	47
5.2.1 Auswahl der Untersuchungseinheit.....	48
5.2.2 Hypothesen	49
5.2.3 Bestimmung der Untersuchungsform.....	49
5.2.4 Auswahl der Indikatoren.....	50
5.2.5 Codierschema.....	52
6. Darstellung der Ergebnisse	55
6.1 Der journalistische Anspruch an eine US-Wahlnacht.....	55
6.1.1 Jörg Schönenborn (ARD): „Klug machen, bevor was passiert“	55
6.1.2 Claus Kleber (ZDF): „Immer am Puls der Zeit sein“	58
6.1.3 Peter Kloeppe (RTL): „Be first but first be right“	60
6.1.4 Peter Limbourg (SAT.1): „Die Mischung muss stimmen“	63
6.2 Die Wahlnachtberichterstattung von ARD, ZDF, RTL und SAT.1	66
6.2.1 Sendungsformen.....	66
6.2.2 Themenstruktur	71
6.2.3 O-Ton Auftritte der Präsidentschaftskandidaten.....	76
6.2.4 Bewertungsprofile der Präsidentschaftskandidaten.....	77
7. Zusammenfassung der Ergebnisse	81
7.1 Die US-Wahlnacht im deutschen Fernsehen	81
7.2 Die Ergebnisse im Kontext des Forschungsstandes	84
7.2.1 Personalisierung	85
7.2.2 Boulevardisierung	86
7.2.3 Dramatisierung	87
7.2.4 Journalistische Negativität.....	88
8. Fazit	91
Literatur und Presseartikel.....	95
Verzeichnis der Quellen im Internet.....	99