

BILD als schwarzer Peter

Das Zeitungsflaggschiff auf dem Prüfstand der Parteilichkeit im Bundestagswahlkampf 2005

von
Christian Globisch

1. Auflage

BILD als schwarzer Peter – Globisch

schnell und portofrei erhältlich bei beck-shop.de DIE FACHBUCHHANDLUNG

Thematische Gliederung:

Kommunikation & Medien in der Politik

Tectum 2010

Verlag C.H. Beck im Internet:

www.beck.de

ISBN 978 3 8288 2240 5

Christian Globisch

BILD als schwarzer Peter.

Das Zeitungsflaggschiff auf dem Prüfstand der Parteilichkeit
im Bundestagswahlkampf 2005

ISBN: 978-3-8288-2240-5

Umschlagabbildungen: istockphoto.com © anutik

Umschlaggestaltung: Norman Rinkenberger, Tectum Verlag

© Tectum Verlag Marburg, 2010

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	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 Aussagenebene 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