

Steffen Kolb

Mediale Thematisierung in Zyklen

Theoretischer Entwurf und empirische Anwendung

Herbert von Halem Verlag

Inhalt

Danksagung	u
Tabellenverzeichnis	13
Abbildungsverzeichnis	15
1. EINLEITUNG UND PROBLEMSTELLUNG	19
1.1 Kommunikationswissenschaftliche Anknüpfungspunkte	20
1.2 Bedeutung für Theorie und Praxis der Public Relations	22
1.3 Vorgehensweise	23
2. HISTORISCHE UND WISSENSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN ZUR BENZINVERBLEIUNG	26
2.1 Blei und dessen Funktion für Automobilmotoren	26
2.2 Medizinische und historische Forschung zu Blei im Benzin	28
2.2.1 <i>Die Diskussion um verbleites Benzin</i>	29
2.2.2 <i>Die Einführung des Bleiadditivs-1. Phase</i>	29
2.2.3 <i>Schrittweise Reduktion des Bleigehalts im Benzin – 2. Phase</i>	34
2.3 Umweltpolitische Maßnahmen in Europa am Beispiel der Einführung des bleifreien Benzins – politikwissenschaftlicher Forschungsstand	37
2.4 Zwischenfazit	39
3. THEMATISIERUNGSVERLAUF – ENTWICKLUNG EINES THEMENZYKLUSKONZEPTS	41
3.1 Begriffsbestimmung und theoretische Basis	45
3.2 Lebenszyklusforschung in verschiedenen Disziplinen	48
3.3 Grundlagen und Typen von Lebenszyklen	50

3-3-1	<i>Wirtschaftswissenschaftlicher Blickwinkel</i>	51
3.3.2	<i>Kommunikationswissenschaftlicher Blickwinkel – Nachrichtendiffusion</i>	54
3.3.3	<i>Kommunikationswissenschaftlicher Blickwinkel II – Intermedia-Agenda-Setting</i>	55
3.3.4	<i>Kommunikationswissenschaftlicher Blickwinkel III – Thematisierungsprozesse</i>	59
3.3.5	<i>Kommunikationswissenschaftlicher Blickwinkel IV – Issues Management</i>	62
3.3.6	<i>Zwischenfazit-Kritik der Grundlagen</i>	66
3.4	Definition und funktionale Typologisierung von Lebenszykluskonzepten	67
3.4.1	<i>Wirtschaftswissenschaftlicher Blickwinkel</i>	67
3.4.2	<i>Kommunikationswissenschaftlicher Blickwinkel</i>	69
3.4.3	<i>Zwischenfazit-Funktionen der Lebenszykluskonzepte</i>	71
3.5	Phaseneinteilung	72
3.5.1	<i>Wirtschaftswissenschaftlicher Blickwinkel</i>	72
3.5.2	<i>Kommunikationswissenschaftlicher Blickwinkel</i>	75
3.5.3	<i>Zwischenfazit-Phaseneinteilung</i>	84
3.6	Einschränkungen und (theoretische) Weiterentwicklung	85
3.7	Integration: Das Lebenszykluskonzept für Themen	92
3.8	Zusammenfassung und Anwendung des Themenzykluskonzepts	96
4.	INHALTLICHE ERWEITERUNG DES THEMENZYKLUSKONZEPTS	101
4.1	Inhaltliches Erweiterungspotenzial – allgemeine Einflussfaktoren auf Medienberichterstattung	102
4.2	Identifikation von Einflussfaktoren aus dem Agenda-Setting-Ansatz	107

4.3	Identifikation von Einflussfaktoren aus der Nachrichtenwertforschung	111
4.4	Identifikation von Einflussfaktoren aus der Risikokommunikation	113
4.5	Identifikation von Einflussfaktoren aus dem Framing-Ansatz	116
4.6	Zwischenfazit	118
4.7	Ausblick – Narrative in der massenmedialen Kommunikation	120
4.8	Inhaltliche Forschungsfragen	122
5.	FORSCHUNGSSTRATEGIE, UNTERSUCHUNGSDESIGN UND -METHODE	125
5.1	Forschungsstrategie und Untersuchungsdesign: Methodologie des internationalen Vergleichs	126
5.2	Äquivalenz in der Auswahl der Untersuchungseinheiten	130
5.2.1	<i>Auswahlkriterien für relevante Medien</i>	130
5.2.2	<i>Auswahlkriterien für den Untersuchungszeitraum</i>	132
5.2.3	<i>Auswahlkriterien für relevante Artikel</i>	133
5.3	Zur Analyse vorliegendes Untersuchungsmaterial	135
5.4	Äquivalenz der Messinstrumente	138
5.4.1	<i>Einführung in die Problematik des ersten Messinstrumentes: Graphische Analysen</i>	138
5.4.2	<i>Methodische fundierung graphischer Analysen</i>	141
5.4.3	<i>Graphische Analysen und internationaler Vergleich</i>	152
5.4.4	<i>Methodisches Vorgehen</i>	152
5.4.5	<i>Zweites Messinstrument: Inhaltsanalyse</i>	152
5.4.6	<i>Inhaltsanalysen und internationaler Vergleich</i>	155
5.4.7	<i>Methodisches Vorgehen</i>	156

5.5	Inhaltliche Äquivalenz und Vergleichbarkeit – Zwischenfazit	157
5.5.1	<i>Konstruktäquivalenz</i>	157
5.5.2	<i>Itemäquivalenz</i>	158
5.5.3	<i>Methodenäquivalenz</i>	158
5.5.4	<i>Auswirkungen für die vergleichende Studie</i>	159
5.6	Operationalisierung	159
5.7	Reliabilität	164
6.	ERGEBNISSE ZUM THEMENZYKLUS IN DEUTSCHLAND	167
6.1	Dynamische Analyse nach Berichterstattungsumfang	168
6.1.1	<i>Graphische Themenzyklusanalyse</i>	168
6.1.2	<i>Phaseneinteilung</i>	175
6.1.3	<i>Zwischenfazit-Themenzyklus mit Phasen</i>	182
6.2	Dynamische Analyse nach Phasen	184
6.2.1	<i>Akteure</i>	185
6.2.2	<i>Anlässe und Politik</i>	195
6.2.3	<i>Relevanz: Schaden und Nutzen</i>	201
6.2.4	<i>Perspektivierung</i>	204
6.2.5	<i>Tendenzen in der Berichterstattung</i>	207
6.2.6	<i>Zwischenfazit</i> *	210
6.3	Themenzyklen auf Ebene der Unterthemen	211
6.3.1	<i>Themenzyklus des 1. Benzinbleigesetzes (BzBlG)</i>	212
6.3.2	<i>Themenzyklus des 2. Benzinbleigesetzes (BzBlG)</i>	220
6.3.3	<i>Themenzyklus der gesetzlichen Einführung des Katalysators</i>	226
6.3.4	<i>Verlauf der Berichterstattung 1987-1989</i>	234
6.4	Zwischenfazit	235
6.4.1	<i>Zusammenfassung</i>	235
6.4.2	<i>Zusammenfassende Beschreibung und Interpretation des Themenzyklus</i>	238

7.	ERGEBNISSE ZUR MEDIALEN ARGUMENTATION IN DEUTSCHLAND	240
7.1	Argumente für und gegen die Benzinbleireduzierung in der deutschen Presse	241
7.2	Tendenzen der deutschen Berichterstattung	243
7.3	Argumente für und gegen Umweltmaßnahmen	248
7.4	Urheber der Argumente für und gegen Umweltmaßnahmen	254
7.5	Zwischenfazit	258
8.	ERGEBNISSE ZUM THEMENZYKLUS IN FRANKREICH UND GROSSBRITANNIEN	261
8.1	Dynamische Analyse für Frankreich	262
8.1.1	<i>Graphische Themenzyklusanalyse für Frankreich</i>	262
8.1.2	<i>Phaseneinteilung für den Themenzyklus in Frankreich</i>	263
8.1.3	<i>Zwischenfazit-Französischer Themenzyklus mit Phasen</i>	268
8.2	Dynamische Analyse nach Phasen für Frankreich	269
8.2.1	<i>Akteure und Urheber</i>	270
8.2.2	<i>Anlässe und Politik</i>	273
8.2.3	<i>Relevanz: Schaden und Nutzen</i>	276
8.2.4	<i>Perspektivierung und Tendenzen</i>	277
8.2.5	<i>Zwischenfazit zum französischen Themenzyklus</i>	279
8.3	Dynamische Analyse für Großbritannien	280
8.3.1	<i>Graphische Themenzyklusanalyse für Großbritannien</i>	280
8.3.2	<i>Phaseneinteilung für Großbritannien</i>	281
8.3.3	<i>Zwischenfazit-Britischer Themenzyklus mit Phasen</i>	284
8.4	Dynamische Analyse nach Phasen für Großbritannien	285
8.4.1	<i>Akteure und Urheber</i>	285
8.4.2	<i>Anlässe und Politik</i>	287
8.4.3	<i>Relevanz: Schaden und Nutzen</i>	291

8.4.4	<i>Perspektivierung und Tendenzen</i>	293
8.4.5	<i>Zwischenfazit zum britischen Themenzyklus</i>	297
8.5	Zwischenfazit: Themenzyklen im internationalen Vergleich	298
9.	ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK	300
9.1	Zusammenfassung	300
9.2	Ausblick	307
9.3	Wissenschaftlicher und praktischer Bezug zu Public Relations	312
10.	LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS	314
10.1	Literaturverzeichnis	314
10.2	Verzeichnis der Quellen aus dem World Wide Web	330
10.3	Verzeichnis der Quellen aus der allgemeinen Presse	331