

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 *eine* 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 eine Öffentlichkeit als Frage der Qualität der Medienberichterstattung 27
 - 2.1.4 Die europäische Öffentlichkeit als Vorbild der einen 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