

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 <i>eine</i> 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