



AM PULS

Nr. 8

Themen, die BürgerInnen und Forschung bewegen

Wahl(kampf) ***– Themen, Beobachtung & Kontrolle***

Gabriele Melishek

Österreichische Akademie der Wissenschaften

Kommission für vergleichende Medien- und Kommunikationsforschung

Das Projekt

FWF

Der Wissenschaftsfonds.



ÖAW

Österreichische Akademie
der Wissenschaften



**universität
wien**

„Kontinuität und Wandel in der
österreichischen Wahlkampf-
kommunikation 1966-2006“

Kooperation:

**Kommission für vergleichende
Medien- und Kommunikations-
forschung der ÖAW**

**Institut für Publizistik und
Kommunikationswissenschaft
der Universität Wien**

Das Projektteam

FWF

Der Wissenschaftsfonds.



OAW

Österreichische Akademie
der Wissenschaften



**universität
wien**

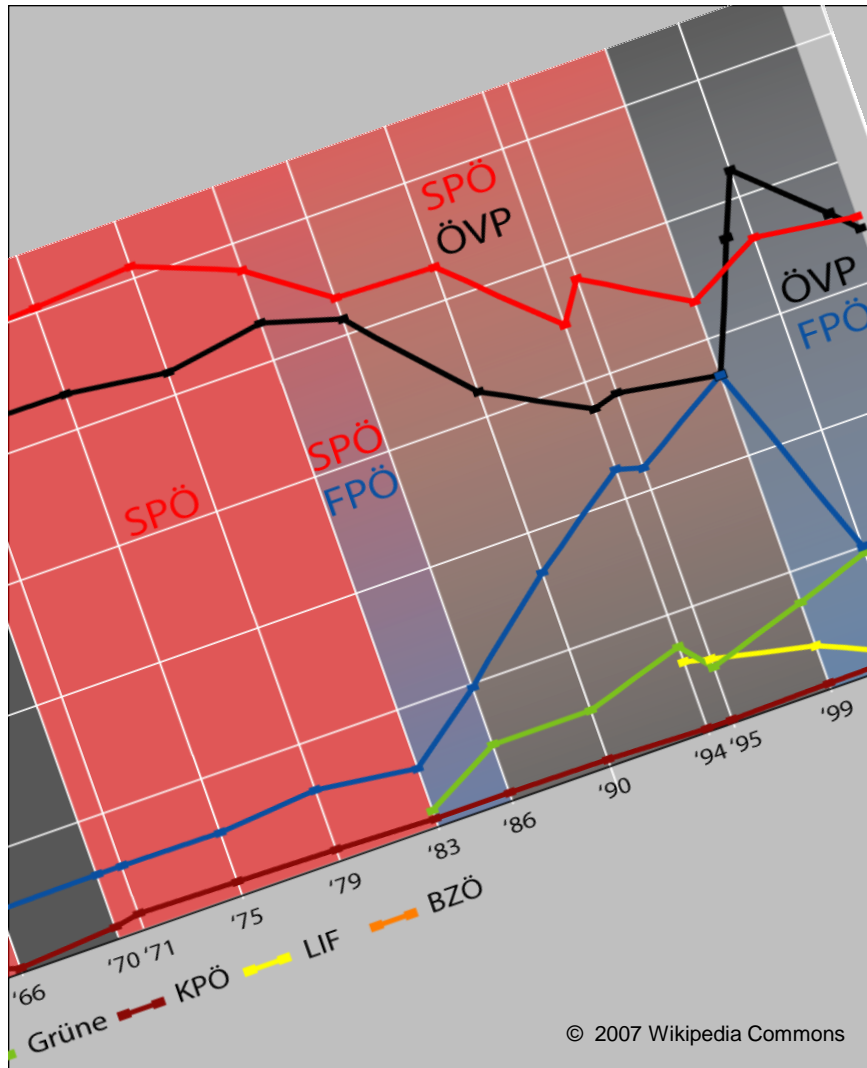
**„Kontinuität und Wandel in der
österreichischen Wahlkampf-
kommunikation 1966-2006“**

**DDr. Gabriele Melischek, M.A.
Dr. Josef Seethaler**

**MMag. Oliver Gruber
Melanie Magin, M.A.**

**Univ.-Prof. Dr. Roland Burkart
Mag. Dr. Uta Rußmann**

Die Fragestellung

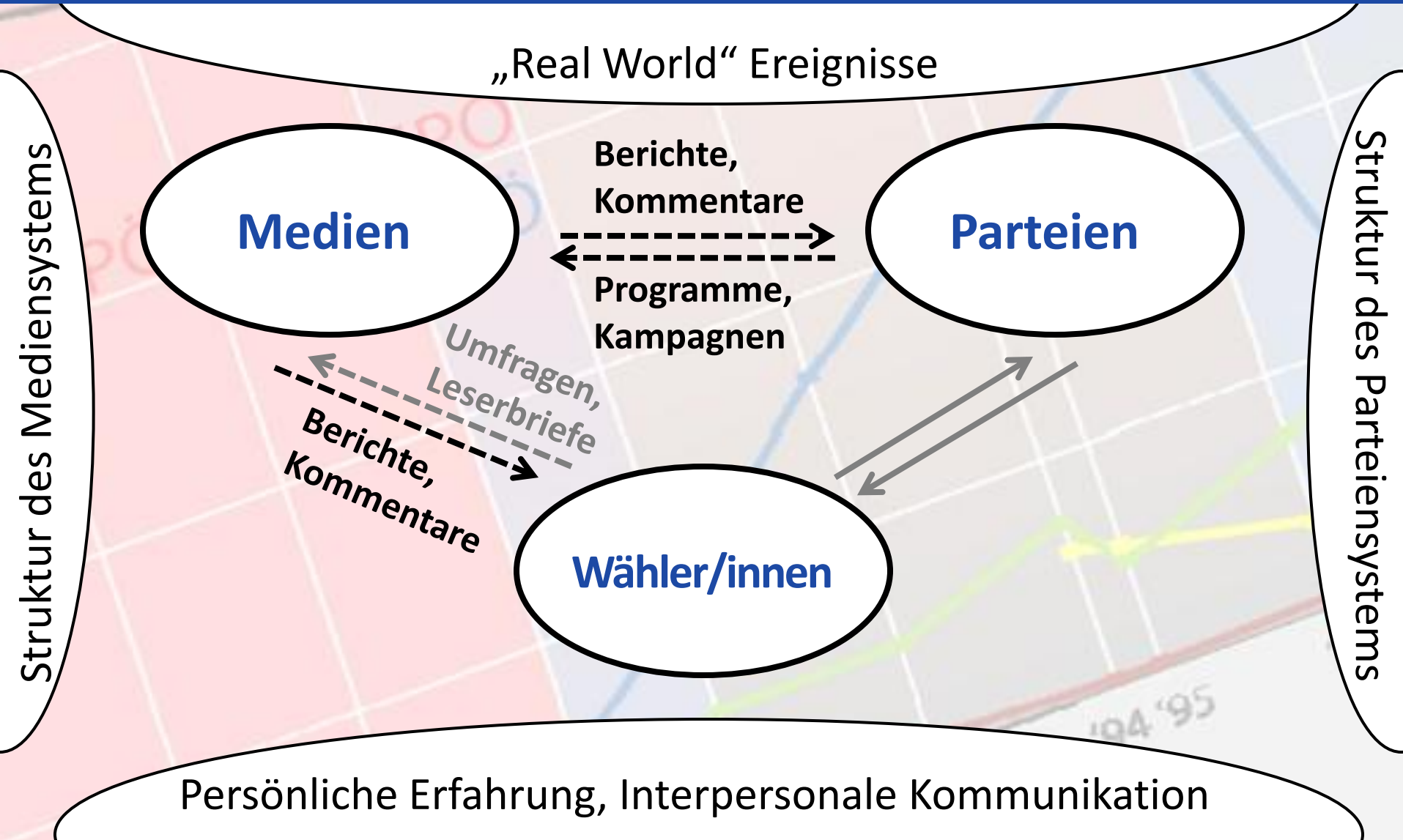


Wandel des Verhältnisses
von Parteien und Medien
im Wahlkampf
(„Amerikanisierung“):

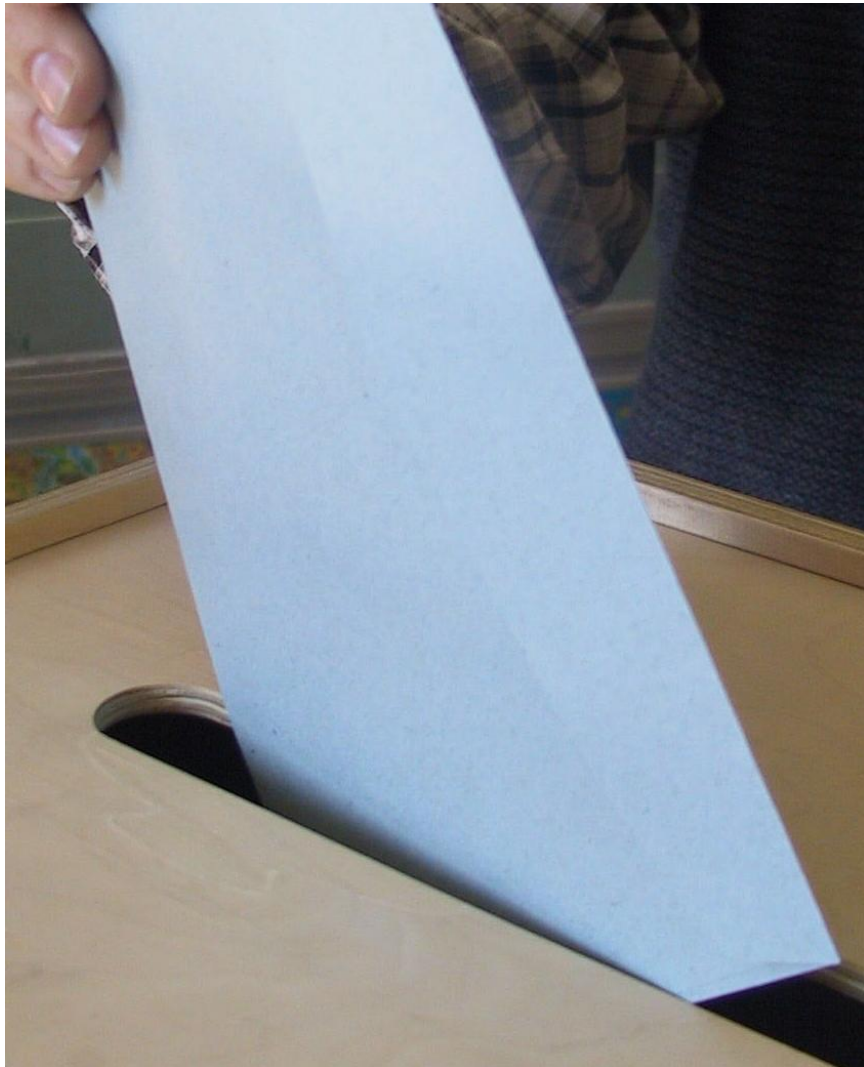
Kampf um die Themen-Agenda

Strategien zur Durchsetzung der
eigenen Themen
(Negativismus, Personalisierung,
„Sound-Bites“ ...)

Parteien und Medien in der Wahlkampfkommunikation



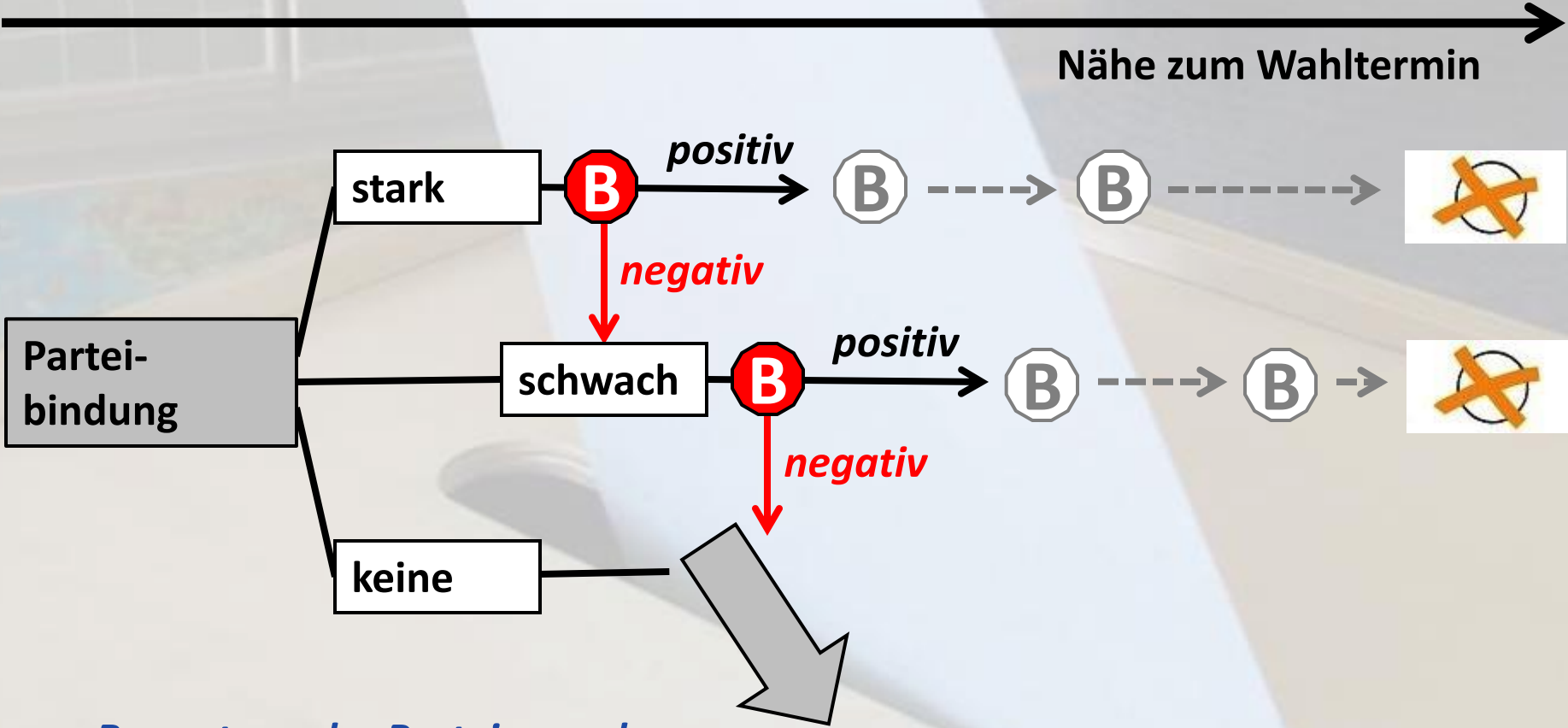
Der Ausgangspunkt



Möglicher Einfluss der Medien auf die Wahlentscheidung in Abhängigkeit vom zeitlichen Abstand zum Wahltermin

Mögliche Medieneinflüsse auf die Wahlentscheidung

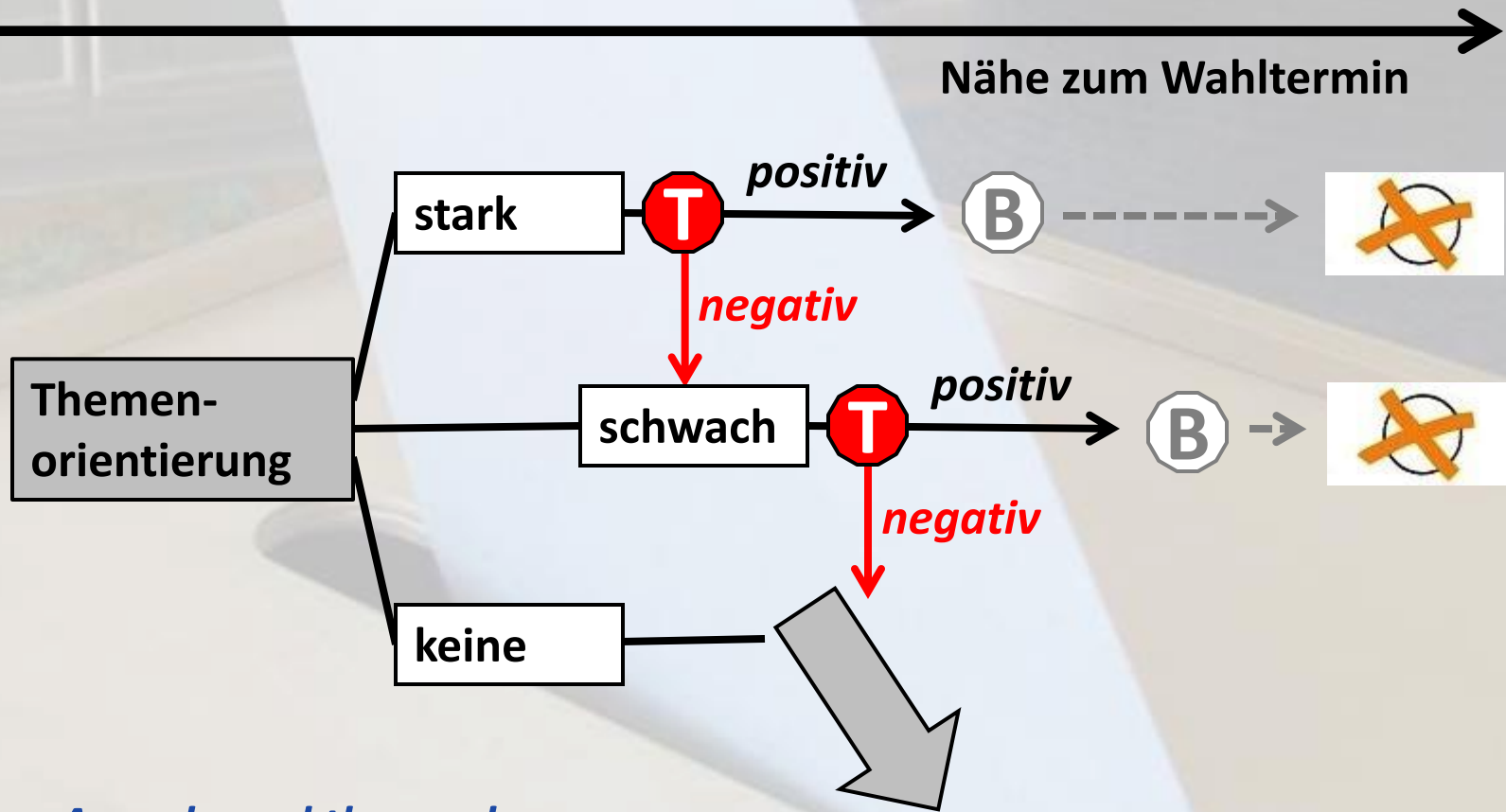
1. Langfristig



B *Bewertung der Parteien und Kandidat/innen in den Medien*

Mögliche Medieneinflüsse auf die Wahlentscheidung

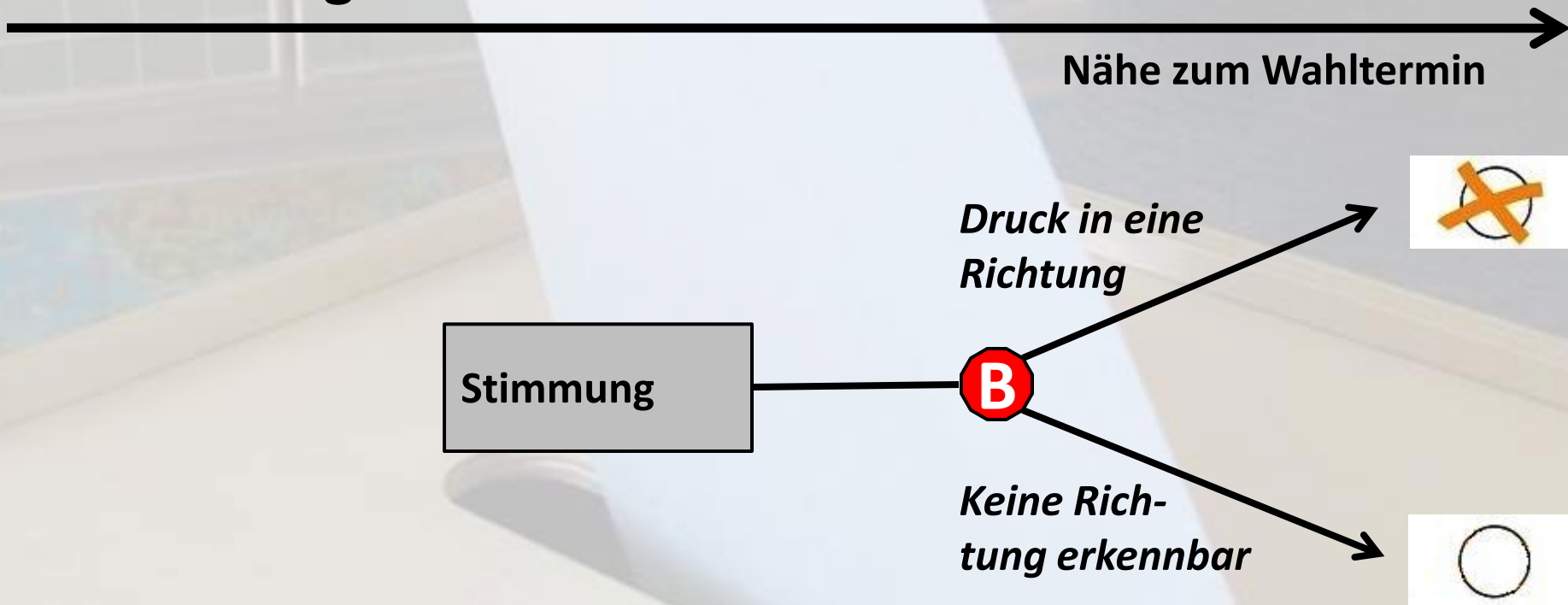
2. „Heiße Phase“



T Themen-Agenda und themenbezogene Bewertung der Akteure in den Medien

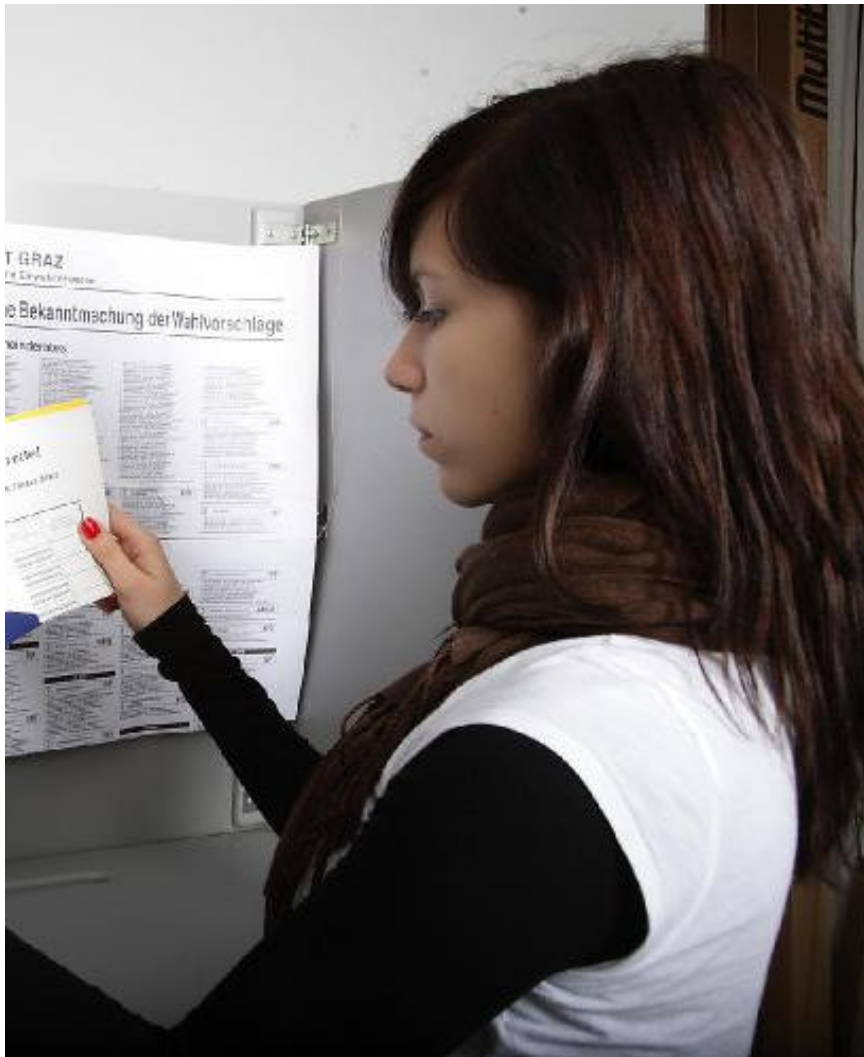
Mögliche Medieneinflüsse auf die Wahlentscheidung

3. Kurzfristig



*Bewertung der Parteien und
Kandidat/innen in den Medien*

Die Analyse

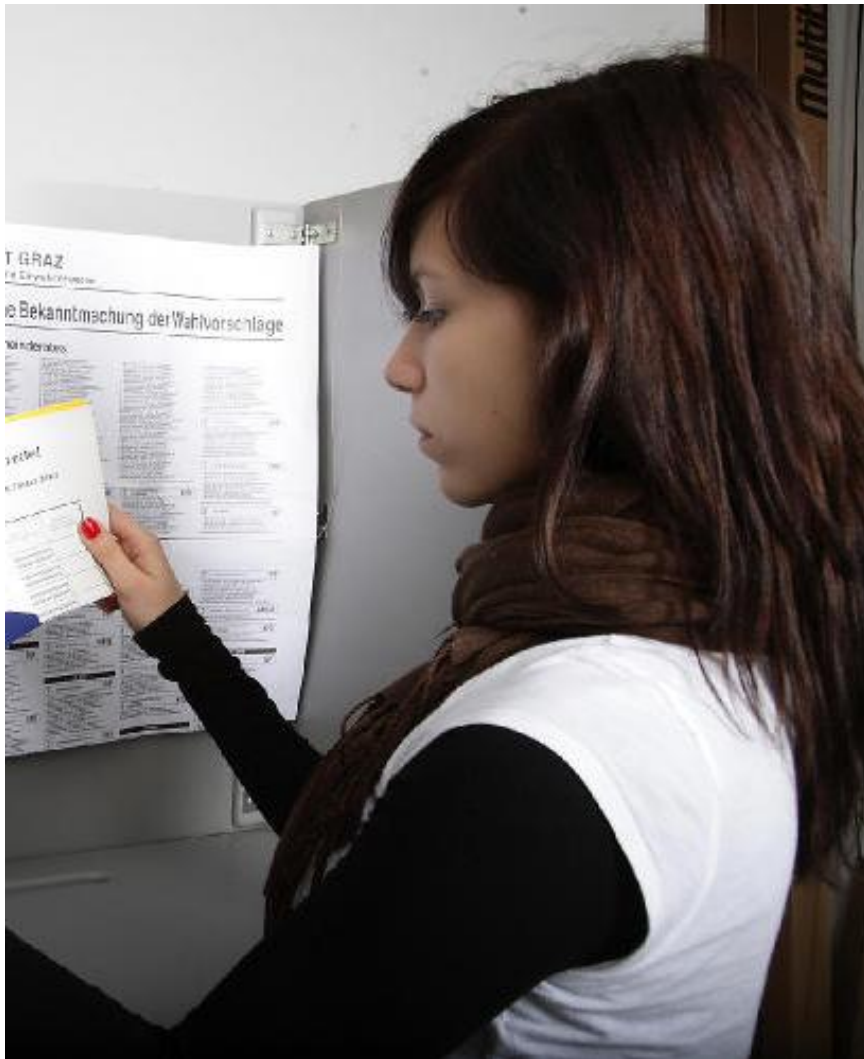


**Kampf um die Themen-Agenda in der „heißen Phase“ des Wahlkampfs
(6 Wochen vor der Wahl)**

Sieger- und Verlierer-Image der Parteien und Kandidat/innen vor der Wahl

Qualität des Parteien- und Mediendiskurses

Zwischenergebnisse 2008



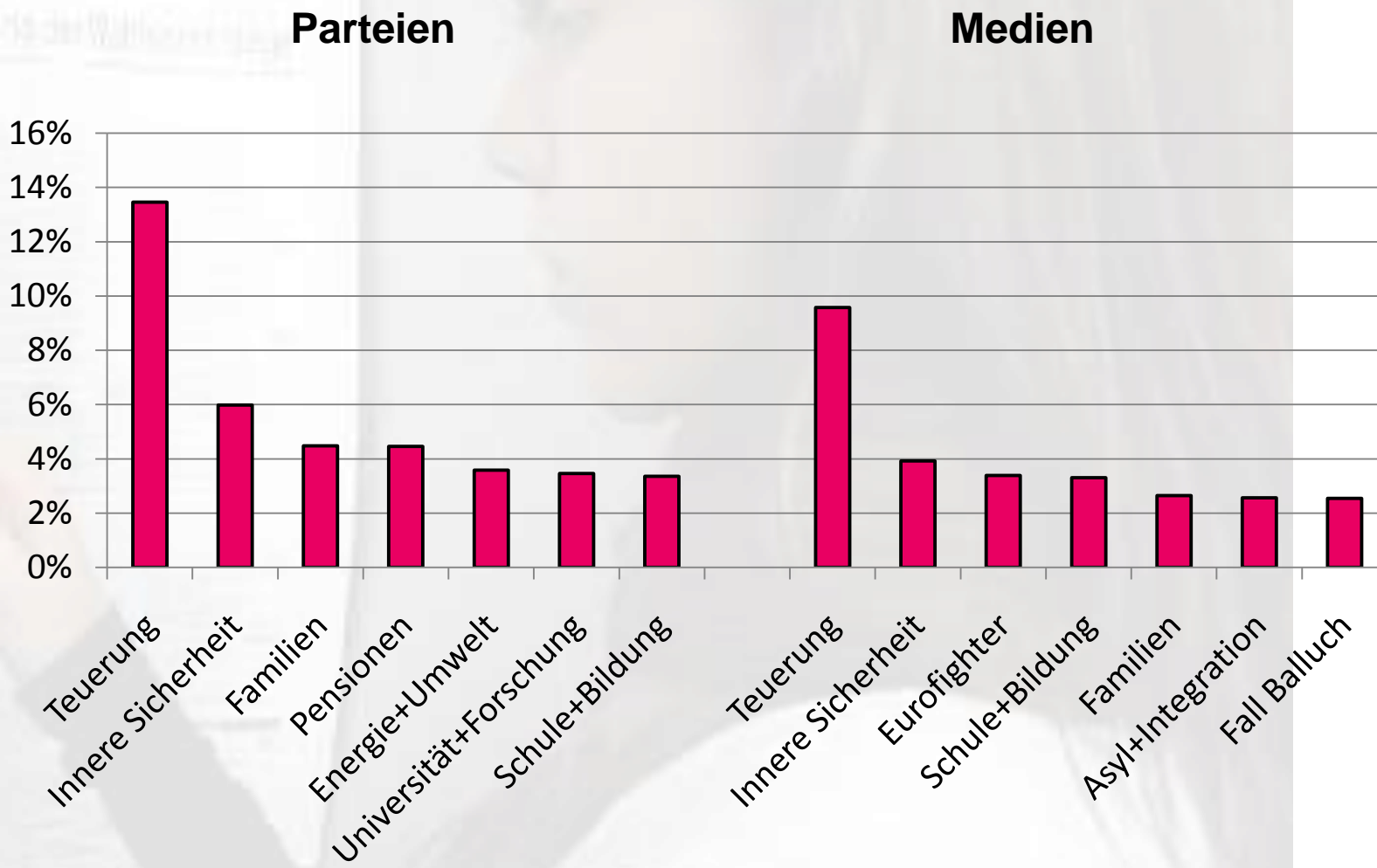
Untersuchungsbasis:

**Presseaussendungen der fünf
Parlamentsparteien
(dzt. 3 Wochen: N=643)**

**Politische Berichterstattung
in den Hauptnachrichtensendungen
des Fernsehens (ORF 1, ORF 2, ATV,
PULS 4 / 231 Beiträge)
und in der Tagespresse (Kronen-
Zeitung, Kleine Zeitung, Österreich,
Heute, Die Presse, Der Standard /
1.208 Artikel)**

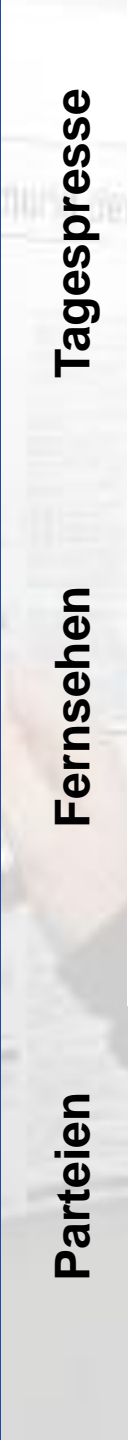
Themen-Agenden: Parteien und Medien

Mitte August – erste Septemberwoche



Parteien: Zahl der Presseaussendungen; Durchschnittswerte
Medien: Beachtungsgrad; Zahl der Artikel, gewichtet; Durchschnittswerte

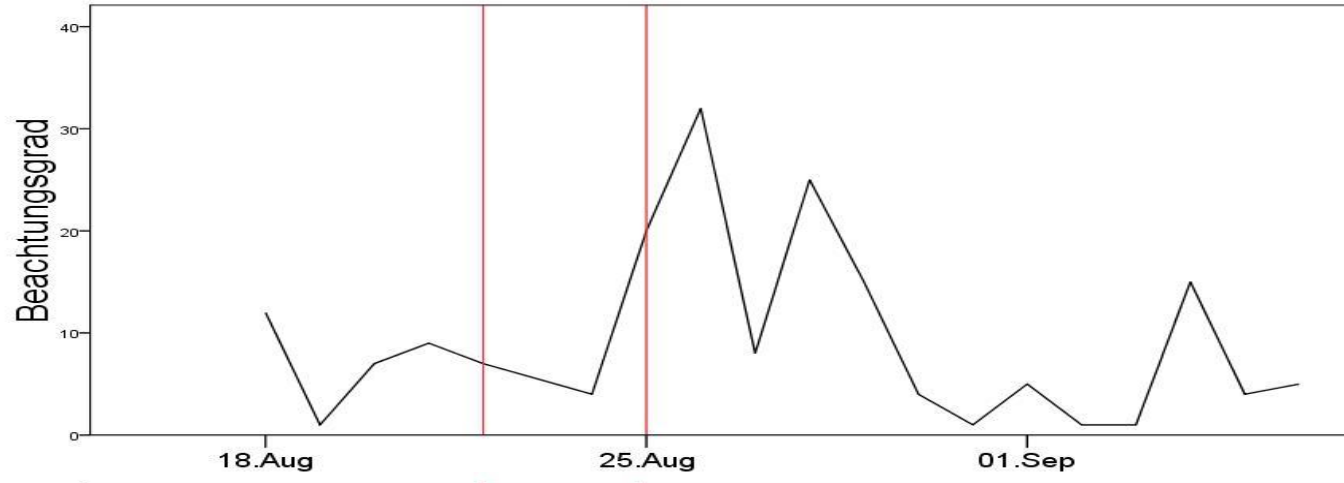
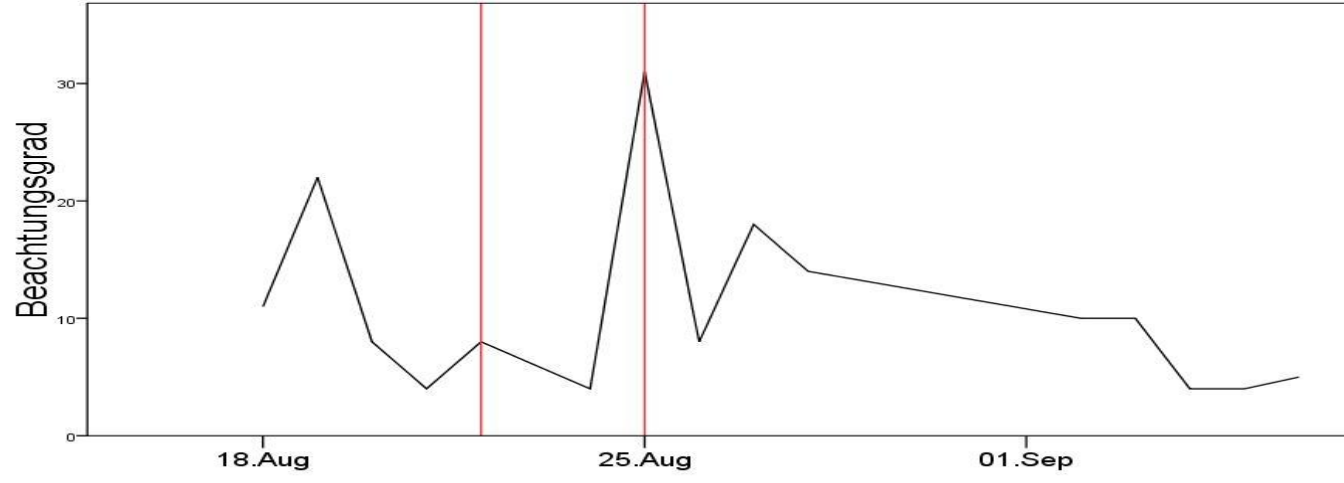
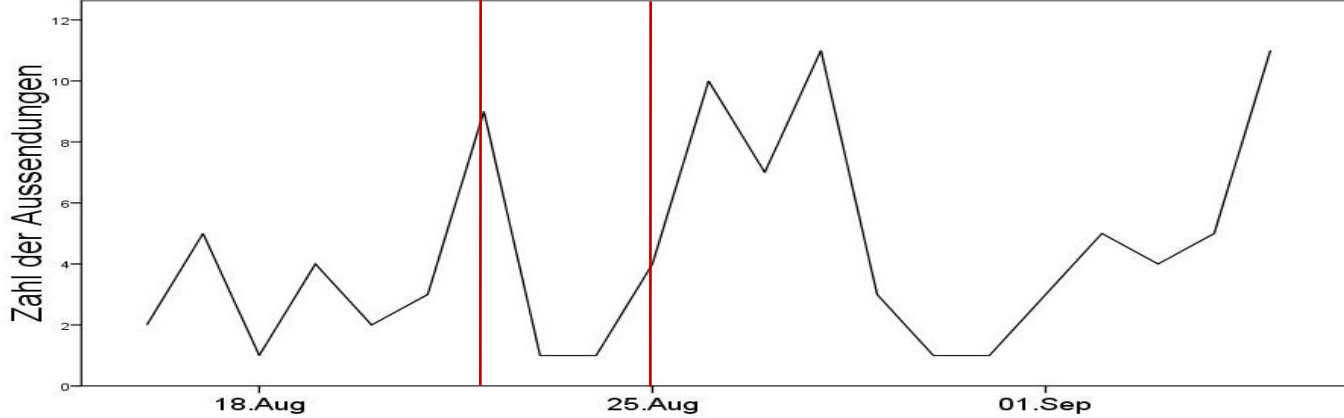
„Tango für Zwei“ 2008: Thema Teuerung



Parteien

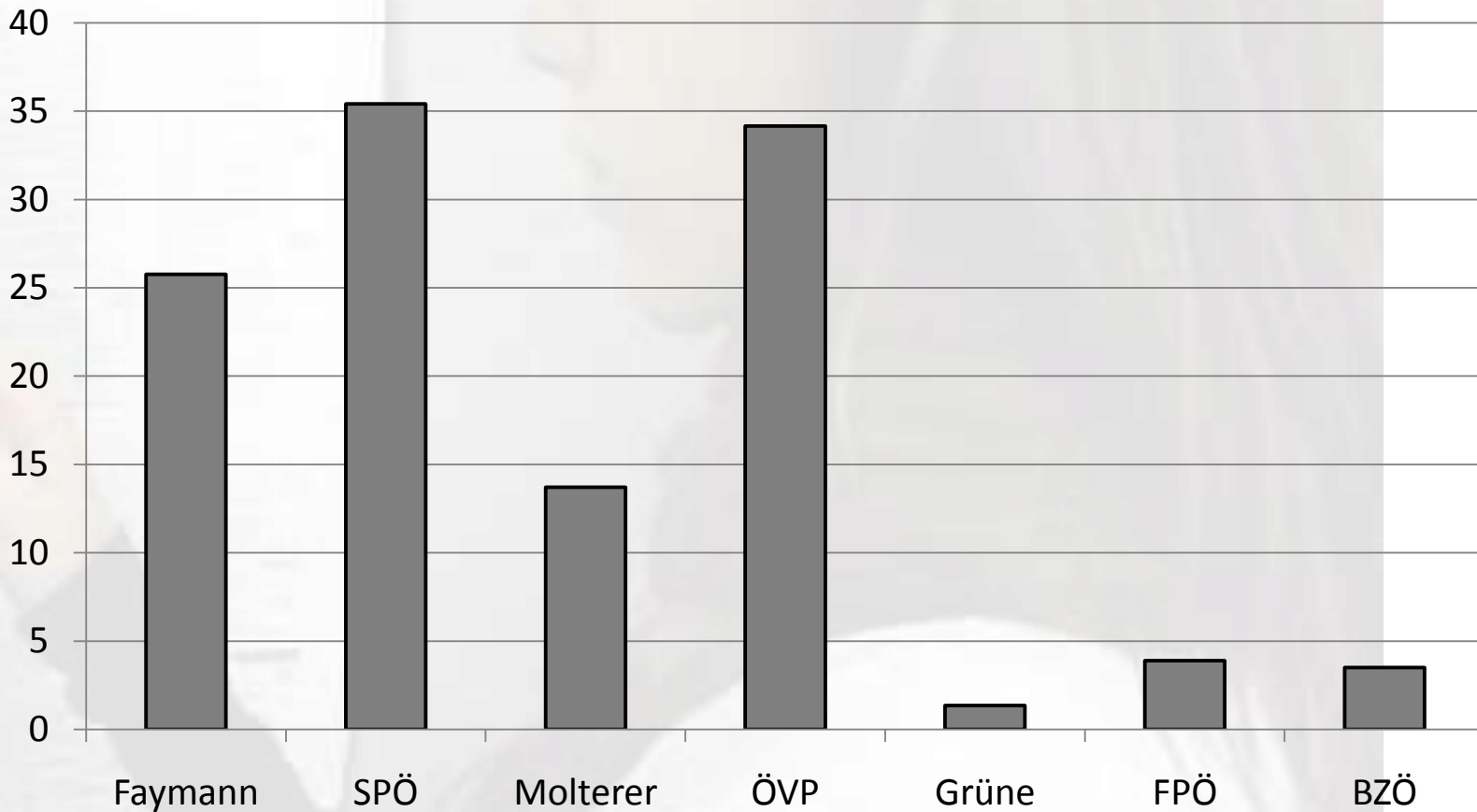
Fernsehen

Tagespresse



Thema Teuerung: Beachtung der Parteien in den Medien I

Tagespresse



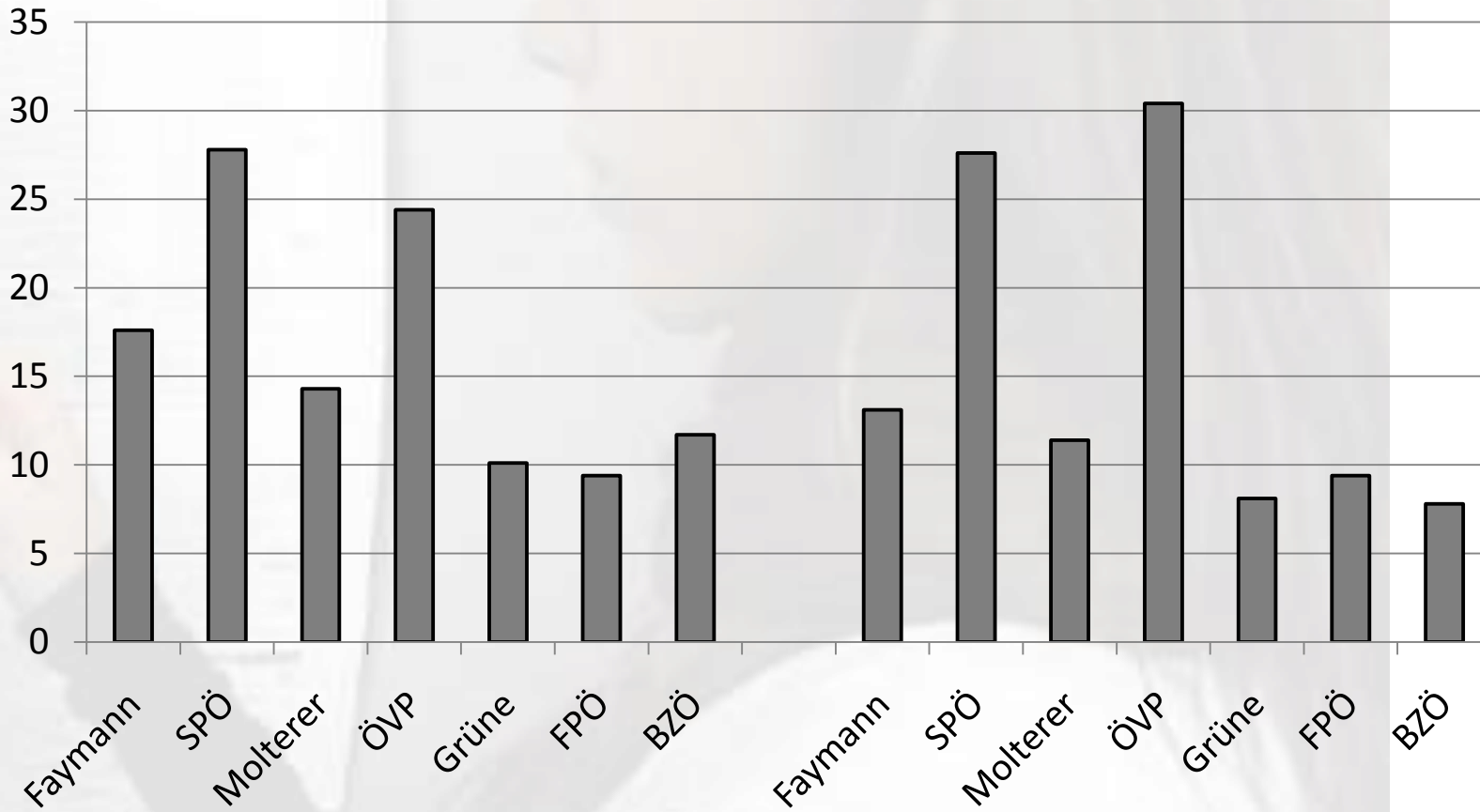
Spitzenkandidat/innen von Grüne, FPÖ und BZÖ nicht getrennt ausgewiesen
Beachtungsgrad: Zahl der Artikel, gewichtet; Durchschnittswerte

18.8.-7.9.2008

Thema Teuerung: Beachtung der Parteien in den Medien II

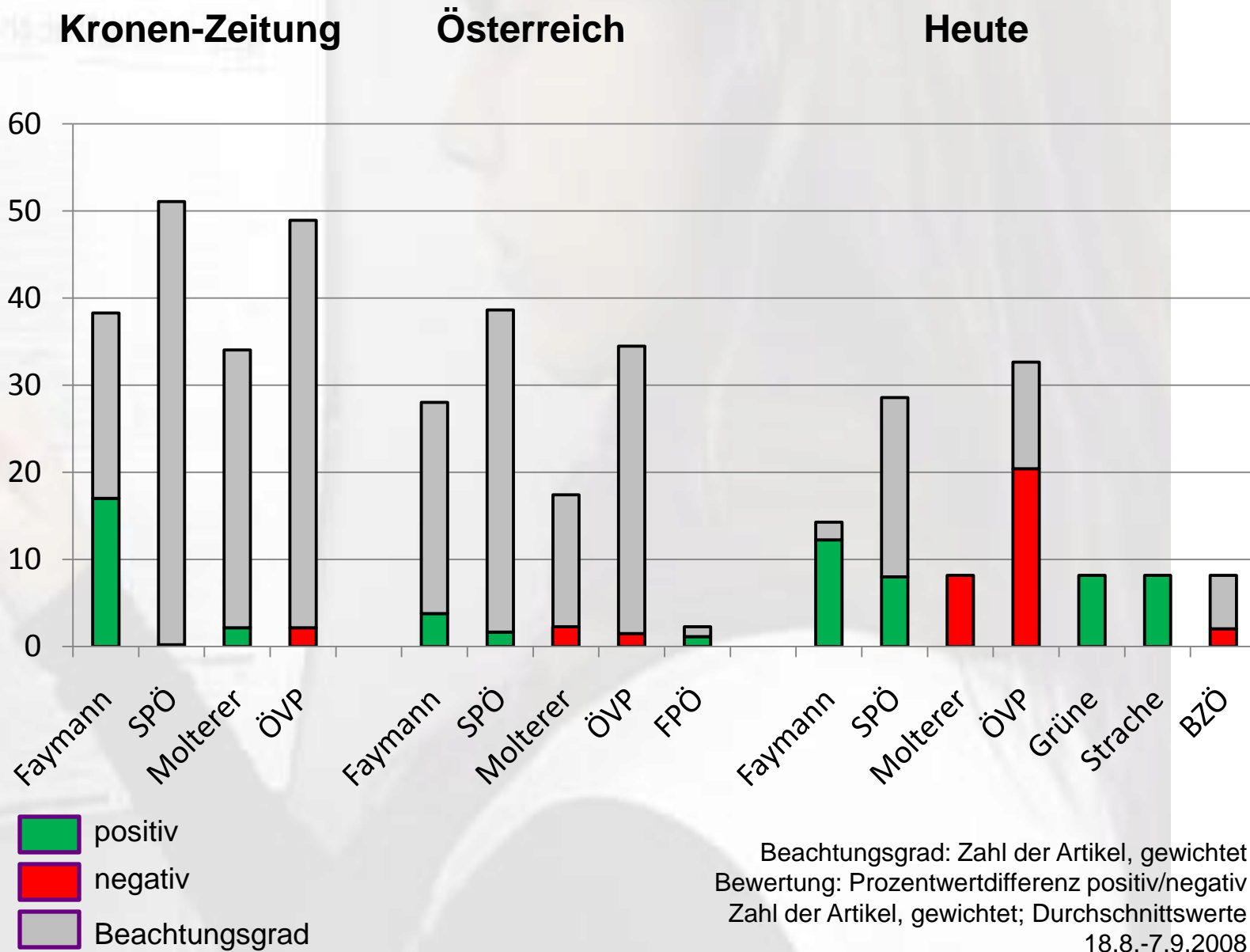
ORF 2

ORF 1 / ATV / Puls 4



Spitzenkandidat/innen von Grüne, FPÖ und BZÖ nicht getrennt ausgewiesen
Beachtungsgrad: Zahl der Artikel, gewichtet; Durchschnittswerte
17.8.-6.9.2008

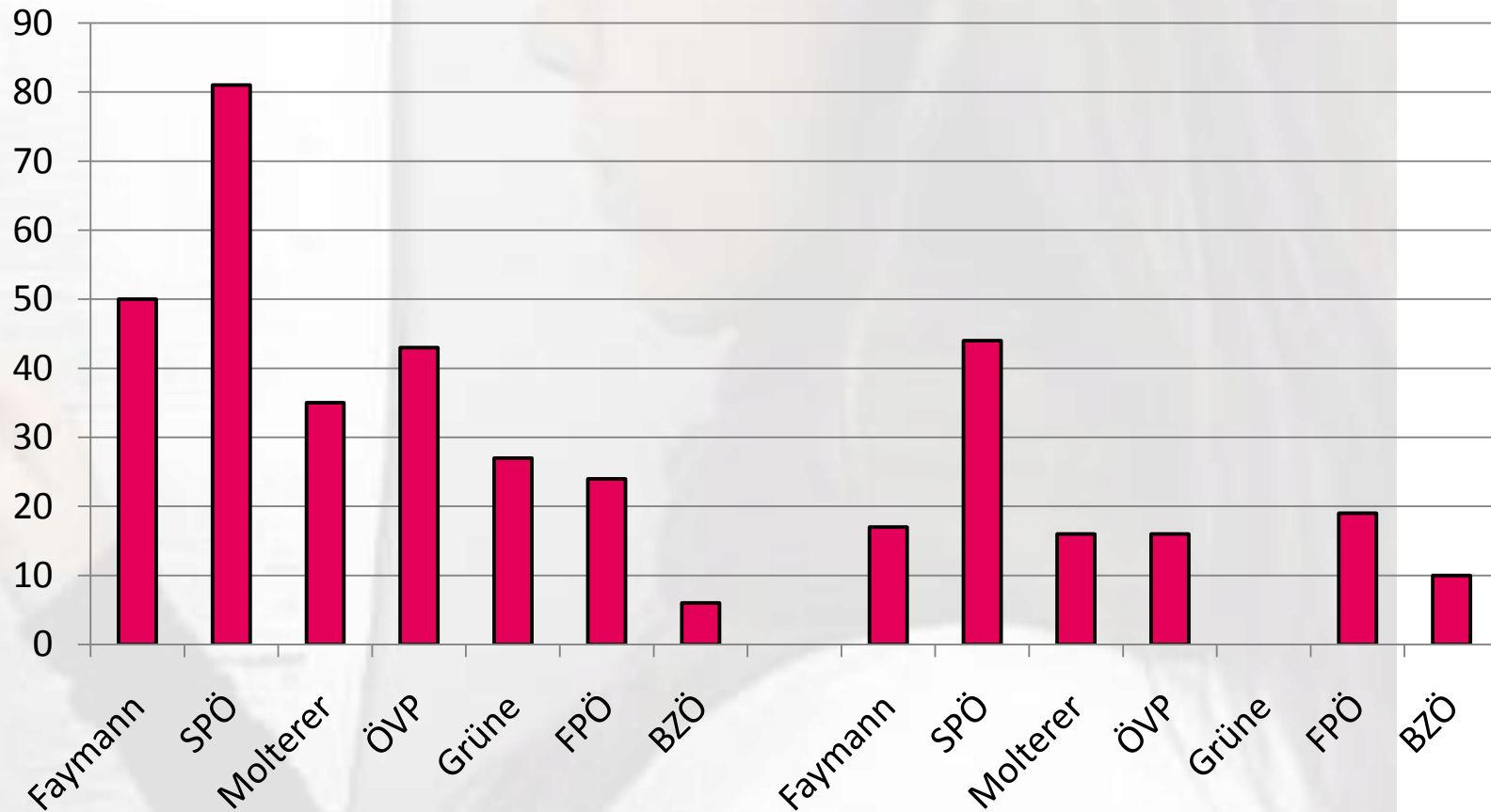
Thema Teuerung: Beachtung und Bewertung der Parteien in den Medien



Thema Teuerung: O-Ton

ORF 2

ORF 1 / ATV / Puls 4

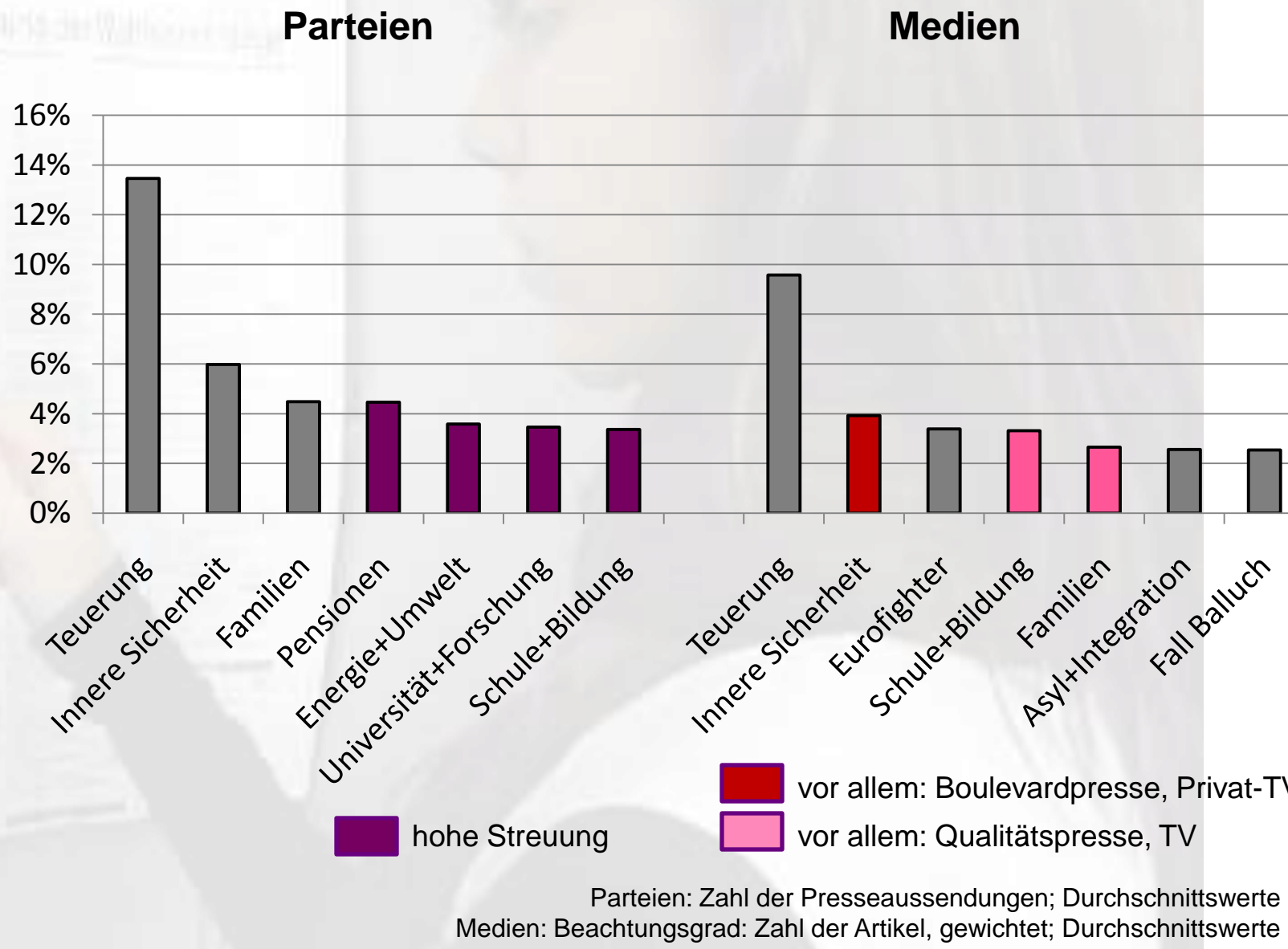


Spitzenkandidat/innen von Grüne, FPÖ und BZÖ nicht getrennt ausgewiesen
Gesamtlänge der Statements

17.8.-6.9.2008

Themen-Agenden: Parteien und Medien

Mitte August – erste Septemberwoche



Danke für Ihre Aufmerksamkeit!

gabriele.melischek@oeaw.ac.at