

Tabelle 11: Nutzung von Informationsquellen in der Verfassungs-
auseinandersetzung (Mittelwerte; N = 796 bis 799)

Informationsquelle	Mittelwert	Starke Nutzer (%)
Artikel in den Landeszeitungen	3.7	61.6
Persönliche Gespräche	3.4	53.5
Leserbriefe	3.0	40.2
Inserate in den Zeitungen	2.9	36.8
Abstimmungsinformation der Regierung	2.7	30.0
Radiosendungen	2.7	26.7
Abstimmungswerbung im Briefkasten	2.7	29.6
Strassenplakate	2.5	23.7
Fernsehsendungen	2.3	18.1
Artikel in ausländischen Zeitungen	2.0	10.8
Informationsveranstaltungen	1.9	16.7
Informationen im Internet	1.5	8.2

Quelle: Abstimmungsumfrage (N = 800)

Legende: Skalenwerte 1 = nicht genutzt, 5 = sehr viel benutzt.

Starke Nutzer mit Skalenwerten 4 (viel) und 5 (sehr viel).

Zahlen in der Tabelle unterschätzt werden dürfte. In den folgenden Abschnitten geht es darum, die Strukturen, Inhalte und Entwicklungsdynamiken öffentlicher Kommunikation in den unterschiedlichen Arenen demokratischer Öffentlichkeit darzustellen und aufeinander beziehbar zu machen. Wir starten dabei mit einer auf Beobachtung basierenden Analyse der strategischen Kommunikationsziele und -muster der Akteure, blicken dann auf die Inhalte der Pressekommunikation (einschliesslich der in den Zeitungen ausgetragenen Inseratekampagnen) und behandeln schliesslich Versammlungs- und Gesprächsöffentlichkeiten.

5.1 Akteure, Frames und Kommunikationsstrategien

Die empirisch-deskriptive Analyse dieses Kapitels basiert auf systematischer, teilnehmender Beobachtung, unzähligen Gesprächen mit Beteiligten und Betroffenen sowie auf der qualitativen Auswertung einschlägiger