

Anhang

| | | |
|-------------|---|-----|
| Tabelle 18: | Argumentative Begründung problembezogener Stellungnahmen in den Landeszeitungen (N = 3893) | 204 |
| Tabelle 19: | Argumentationsstruktur in den medienöffentlichen Stellungnahmen nach Prozessphasen (in Prozent) | 204 |
| Tabelle 20: | Dialogstruktur medienöffentlicher Stellungnahmen in der Referendumsphase (August 2002 bis März 2003; in Prozent) | 208 |
| Tabelle 21: | Ausmass der Polarisierung innerhalb einzelner Sprechergruppen (Intra-Gruppenpolarisierung; in Prozent; N = 3893) | 221 |
| Tabelle 22: | Verteilung der Inserate auf Liechtensteiner Zeitungstitel | 224 |
| Tabelle 23: | Verteilung der Inserate auf verfassungspolitische «Lager» | 225 |
| Tabelle 24: | Verteilung der Inserate nach Absender | 227 |
| Tabelle 25: | Platzierungsstrategien der Inserenten(-gruppen) | 229 |
| Tabelle 26: | Inhaltlicher Bezug der Inserate | 232 |
| Tabelle 27: | Thematische Ausrichtung der Inseratentexte (bei Inseraten Mehrfachnennung möglich) | 234 |
| Tabelle 28: | Argumentation mit Vor- bzw. Nachteilen der beiden Initiativen (in Prozent) | 236 |
| Tabelle 29: | Negative Bezugnahme auf die politische Konkurrenz | 238 |
| Tabelle 30: | Organisatoren von Verfassungsveranstaltungen 1/2000 bis 3/2003 | 246 |
| Tabelle 31: | Richtung der Veranstaltungen 1/2000 bis 3/2003 | 247 |
| Tabelle 32: | Organisatoren der Veranstaltungen 1/2000 bis 3/2003 | 247 |
| Tabelle 33: | Teilnahme an Veranstaltungen nach Stossrichtung der Veranstaltung bezüglich der Fürsteninitiative | 250 |
| Tabelle 34: | Anteil mit Besuch mindestens einer Informationsveranstaltung in verschiedenen Segmenten | 250 |
| Tabelle 35: | Häufigkeit des Gesprächs mit Freunden, Verwandten und Bekannten über «politische Themen» (in Prozent) | 256 |
| Tabelle 36: | Übereinstimmung mit Gesprächspartnern bei Gesprächen über die Verfassungsfrage (gültige Prozent) | 258 |
| Tabelle 37: | Zusammenhang von Meinungsführerschaft und politischer Positionierung zur Verfassungsinitiative des Fürstenhauses (in Prozent) | 262 |
| Tabelle 38: | Medienagenda und öffentliche Agenda im Vorfeld der Initiative (Zweite Panelwelle Februar 2002; in Prozent) | 301 |
| Tabelle 39: | Entwicklung von Medienagenda und Salienz bezogen auf drei thematische Dimensionen im letzten Jahr vor der Abstimmung (in Prozent) | 303 |
| Tabelle 40: | Blockweise und hierarchische Regression von Stimmverhalten bei der Verfassungsabstimmung auf demographischen Variablen, Wertorientierungen, Parteiidentifikation, politischen Prädispositionen, Kommunikationsvariablen und Kognitionen (N = 800) | 315 |
| Tabelle 41: | Einfluss von Prädisposition und Kommunikation auf das Stimmverhalten | 318 |
| Tabelle 42: | Medieninhaltsanalyse zur Verfassungsabstimmung | 332 |