

Inhalt

Vorwort	11
TEIL 1: POLITISCHE KOMMUNIKATION ALS FORSCHUNGS- GEGENSTAND UND ALS POLITISCHES HANDLUNGSFELD	13
<i>Politische Kommunikation und Kommunikationspolitik</i>	
1 Politische Kommunikation in der deutschen Politikwissenschaft – akademischer Appendix oder mehr?	15
1.1 Politische Kommunikation als Begriff und als Forschungsgegenstand	15
1.2 Zur politikwissenschaftlichen Kommunikationsforschung in Deutschland	18
1.3 Sozialtechnologische Kurzschlüsse politischer Kommunikationsforschung	21
1.4 Politische Kommunikation im institutionellen Kontext: Für eine ,Kontextualisierung' der politikwissenschaftlichen Kommunikationsforschung	24
1.5 Forschungspraktische Konsequenzen	26
2 Medienpolitik – Meinungsvielfalt, Demokratie und Markt	30
2.1 Einleitung und Problemstellung	30
2.2 Begriffliche Grundlegung: Medienpolitik oder Kommunikationspolitik?	31
2.3 Mediengesellschaft im Wandel: Der politische, gesellschaftliche und ökonomische Bezugsrahmen medienpolitischen Handelns	33
2.4 Akteure, Akteurskonstellationen und Kompetenzen der Medienpolitik	37
2.5 Steuerung und Selbststeuerung: Theoretische und praktische Elemente kooperativer Medienpolitik	40
2.6 Institutionalisierung von Medienkritik als medienpolitische Perspektive	48

**TEIL 2:
LEGITIMATION DURCH KOMMUNIKATION: DEMOKRATIE-
UND KOMMUNIKATIONSTHEORETISCHE GRUNDLEGUNG 51**

Öffentlichkeit und Vertraulichkeit

3	Öffentlichkeit, öffentliche Meinung und Demokratie	53
3.1	Einleitung	53
3.2	Historische, demokratietheoretische und verfassungsrechtliche Aspekte	53
3.3	Theoretische Erklärungsansätze	55
3.4	Öffentliche Meinung, veröffentlichte Meinung und politisches System in Deutschland	60
4	Publizität und Vertraulichkeit im kooperativen Staat	64
4.1	Politik im kooperativen Staat: Einleitung und Problemstellung	64
4.2	Vertraulichkeit in der Politik: Demokratieprobleme und Effizienzchancen	65
4.3	Diskrete Willensbildung und Entscheidungsvorbereitung in der „Verhandlungsdemokratie“	68
4.4	Publizitäts- und Diskretionsspiele: Politiker, Öffentlichkeitsarbeiter und Journalisten	70
4.5	Fazit: Publizität, Diskretion und Indiskretion als Kommunikationsmodi	75

Legitimation und Präsentation

5	Legitimität durch politische Kommunikation	77
5.1	Definition und analytische Differenzierungen	77
5.2	Problemstellungen, Gegenstände und systematische Zugänge	79
5.3	Legitimitätserzeugung im Medium der Öffentlichkeit: Demokratietheoretische Grundmodelle	81
5.4	Zur Anschlussfähigkeit von Legitimität an Arbeits- und Handlungsfelder politischer Kommunikation	86
5.5	Legitimitätsempfindlichkeit und politische Kommunikation: Tendenzen und Ambivalenzen	90

6	Politischer Stil in der Mediengesellschaft	93
6.1	Stilwandel als Demokratiewandel: These	93
6.2	Stilbewusstsein und Stilbrüche: Drei Beispiele	95
6.3	Stile: Zur Dimensionierung einer wissenschaftlich peripheren Kategorie	97
6.4	Elemente der Politikdarstellung in der Mediengesellschaft	99
6.5	Stildefizite der Mediendemokratie: das Verblässen des Amtsethos	103

Darstellungspolitik und Entscheidungspolitik

7	Die Medien und das politische System: Zum Spannungsverhältnis zwischen „Darstellungspolitik“ und „Entscheidungspolitik“	107
7.1	Demokratie als 'Herrschaft der öffentlichen Meinung'?	107
7.2	Politik und Medien: Drei Sichtweisen und ihre Konsequenzen	109
7.3	Zur Unterscheidung zwischen „Entscheidungspolitik“ und „Darstellungspolitik“	113
7.4	„Darstellungspolitik“ und „Entscheidungspolitik“ in konstruktiver und destruktiver Beziehung	122
8	„Symbolische Politik“: Einschätzungen und Fehleinschätzungen einer politischen Allerweltsformel	124
8.1	Das Symbolische als Konstitutivum sozialer Realität	125
8.2	Exkurs: Murray Edelmans „Politik als Ritual“	128
8.3	Funktionen symbolischer Politik	130
8.4	„Symbolische Politik“ im massenmedialen Kontext	134
8.5	Das neue Interesse für das Symbolische in der Politik	135
8.6	Fazit: Zur Ambivalenz symbolischer Politik	137

TEIL 3:		
POLITISCHE KOMMUNIKATION UND DEMOKRATIEENTWICKLUNG IN DEUTSCHLAND		139

Bürger und politische Eliten

9	Bürger in der Mediendemokratie: Medienkompetenz und politische Bildung	141
9.1	Medienkompetenz für die politische Bildung – was sonst?	141
9.2	Der lange Weg der Kommunikationsgesellschaft	143

9.3	Medien als gesellschaftliche und politische Wirklichkeitsgeneratoren	146
9.4	Wandel der Legitimitätsgrundlagen des demokratischen Systems	148
9.5	Medienkompetenz in der politischen Bildung	150
9.6	Einige praktische Hinweise	155
10	Von der politischen Elite zur Prominenz? Politisches Führungspersonal zwischen Medien- und Verhandlungsdemokratie	157
10.1	Eliten und Demokratie	157
10.2	Mediencharisma und Amtsverantwortung	159
10.3	Max Weber revised: Die Mediendemokratie als plebiszitäre Führerdemokratie	161
10.4	Medienprominenz und politische Kompetenz	164
10.5	Politiker als Stars	167
10.6	Politikvermittlungsexperten: eine neue Elite in der demokratischen Grauzone?	168
10.7	Mediale Präsenz und institutionelle Bindungen	170
<i>Parteien und Wahlen</i>		
11	Parteien und Politikvermittlung: Von der Parteien- zur Mediendemokratie?	173
11.1	„Parteienstaat - oder was sonst?": Einführung und Problemstellung	173
11.2	Funktionen und Funktionswandel: Vom Aufmerksamkeitsprivileg zum Flexibilitätsmanagement	176
11.3	Parteien als Kommunikatoren und als Kommunikationsraum: Grundlagen der Politikvermittlung „nach innen“ und „nach außen“	181
11.4	Politikvermittlung im Rahmen neuer institutioneller Arrangements	185
11.5	Ausblick: Die Parteien in der Mediengesellschaft	193
12	Wahlkampfkommunikation: Modernisierung von Wahlkämpfen und Modernisierung von Demokratie	197
12.1	Wahlkampf für den homo oeconomicus oder für den homo politicus?	197
12.2	Parteiendemokratie in der Mediengesellschaft	200
12.3	„Amerikanisierung“ oder „Modernisierung“ der Wahlkämpfe?	202
12.4	Die individualisierte Mediendemokratie als Wahlkampfumfeld	205

12.5	Modernisierungstrends: Wahlkampfkommunikation und Öffentlichkeit im Wandel	207
12.6	Politik als Dauerwahlkampf? – Begrenzung und Entgrenzung	213

Parlament und Öffentlichkeit

13	Parlamentarische Öffentlichkeitsarbeit: Zwischen Public Relations und Parlamentsdidaktik	215
13.1	Parlament und Öffentlichkeit	215
13.2	Parlamentsimage und Parlamentsverdrossenheit	217
13.3	Die Entzauberung des Parlaments	220
13.4	Dimensionen parlamentarischer Öffentlichkeitsarbeit in der Gegenwart	222
13.5	Parlamentarische Öffentlichkeitsarbeit: Thesen zur Einlösung einer kommunikativen Bringschuld	226
14	Arenen parlamentarischer Kommunikation: Vom repräsentativen zum präsentativen Parlamentarismus?	230
14.1	Einleitung und Problemstellung	230
14.2	Medienattraktive Versammlungsöffentlichkeit und das Ideal des klassisch-liberalen Parlamentarismus	231
14.3	Das Parlament als Politikvermittler in der (post)parlamentarischen Demokratie	234
14.4	Arenen parlamentarischen Handelns in der Mediengesellschaft	236
14.5	Schlussfolgerungen	246

Regieren und Repräsentieren

15	Stilbildung und Machtsicherung: Bundespräsident und Bundeskanzler in der politischen Kommunikation	251
15.1	Staatsamt und politische Kommunikation	251
15.2	Der Bundespräsident: Stilbildung durch Staatsrepräsentation	252
15.3	Der Bundeskanzler: Machtsicherung durch Politikpräsentation	257
15.4	Demokratiegewinne oder Demokratieverluste?	262
16	Demokratie unter Kommunikationsstress? Das parlamentarische Regierungssystem in der Mediengesellschaft	264
16.1	Politische Legitimation in der Mediengesellschaft	264

16.2 Die Parteiendemokratie in der Mediengesellschaft	269
16.3 Das Parlament: medienattraktives Staatsnotariat oder mehr?	273
16.4 Medialisierung des Regierungsstils	277
16.5 Die liberale Demokratie im Medienzeitalter: Mehr als die Legitimation des Augenblicks	282
Literatur	286
Nachweise	329