

Inhalt

Einleitung	9
I Theoretischer Teil	19
Erklärungsmodell für den Populismus der Mitte	
1. Populismus als Akteursverhalten: Ideologische und kommunikationsstrategische Dimensionen	19
1.1 Populismus als Ideologie: Vertikale und horizontale Dichotomien	20
1.1.1 „Volksouveränität“ und radikaldemokratischer Ansatz	23
1.2 Populismus als Darstellungsform	25
1.3 Abgrenzung: Populismus der Mitte	28
1.3.1 Die „Mitte“: Eine Begriffsbestimmung	28
1.3.2 Charakteristika des Populismus der Mitte	30
1.3.2.1 Populistische Parteien der Mitte als professionalisierte Medienkommunikationsparteien	31
1.3.2.2 Populistische Elemente im Parteiprogramm	32
1.3.2.3 Stellenwert der Inszenierung	33
2. Erklärungsmodell des Akteursverhaltens	35
2.1 Parteienkonkurrenz	38
2.1.1 Stimmenmaximierung als Ziel	39
2.1.2 Strategische Konzentration auf den median voter	40
2.1.3 Veränderung der gesellschaftlichen Grundlagen: Wertewandel und soziostruktureller Wandel	43
2.2 Mehrheitsdemokratie nach dem Westminster-Modell	47
2.2.1 Zweieinhalb-Parteien-Konkurrenz	48
2.2.2 Dominante Stellung des Premierministers	51
2.2.3 „Eingebauter Populismus“ im Westminster-Regierungssystem	54
2.3 Mediensystem	57
2.3.1 Erklärungsmodelle für das Verhältnis von politischem System und Mediensystem	59
2.3.1.1 Hierarchische Ansätze: Top-down- und Bottom-up-Modell	60
2.3.1.2 Biotop-Modell	61
2.3.1.3 Mediokratie-Modell	62
2.3.2 Funktionslogiken des Mediensystems	64
2.3.2.1 Selektionslogik	64
2.3.2.2 Präsentationslogik	66

2.3.3 Konsequenzen für das politische System	67
2.3.3.1 Auswirkungen auf die Strategien der individuellen Akteure	68
2.3.3.2 Auswirkungen auf die Organisationen der Parteien	71
3. Zwischenergebnis	75
II Das Beispiel New Labour	79
1. Veränderte gesellschaftliche Voraussetzungen für Politik	79
1.1 Wandel der Klassen- und Wählerstrukturen	80
1.2 End of a paradigm? Das Erbe des Thatcherismus	84
1.3 Die britische Medienlandschaft	86
2. New Labour als populistische Partei der Mitte	89
2.1 New Labour als professionalisierte Medienkommunikationspartei	92
2.2 „Image determines substance“: Ideologie und Programmatik	96
2.3 Personalisierung: Tony Blair als „Gesicht der Partei“	100
3. New Labour als Regierungspartei	103
3.1 „Blair presidency“ als personaler Führungsstil	103
3.2 Medienmanagement	105
4. Zum Verhältnis von Entscheidungspolitik und Darstellungspolitik von New Labour	109
Schlussbetrachtung: Auf dem Weg in die populistische Demokratie?	111
Bibliographie	117