

# Inhaltsverzeichnis

<b>1 Einführung: Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft</b> . . . . .	1
1.1 Begriffsbestimmungen: Politik und Kommunikation . . . . .	1
1.1.1 Definitionen des Begriffs „Politik“ . . . . .	2
1.1.2 Definitionen des Begriffs „Kommunikation“ . . . . .	4
1.1.3 Definitionen des Begriffs „Politische Kommunikation“ . . . . .	6
1.2 Mediengesellschaft als analytischer Leitbegriff . . . . .	8
1.2.1 Entwicklung des Mediensystems . . . . .	8
1.2.2 Merkmale der Mediengesellschaft . . . . .	10
1.3 Eigener Ansatz: Politische Kommunikation als Handlungssystem . . . . .	12
Literatur . . . . .	15
<b>2 Sozialwissenschaftliche Basistheorien zur Analyse politischer Kommunikation</b> . . . . .	17
2.1 Basistheorien zwischen Handlung und Struktur . . . . .	17
2.2 Systemtheoretische Ansätze . . . . .	18
2.2.1 Der strukturell-funktionale Ansatz . . . . .	19
2.2.2 Der funktional-strukturelle Ansatz . . . . .	21
2.2.3 Der Ansatz selbstreferenzieller und autopoietischer Systeme . . . . .	23
2.2.4 Der Ansatz der Interpenetration . . . . .	26
2.3 Handlungstheoretische Ansätze . . . . .	27
2.3.1 Der Begriff des Akteurs . . . . .	28
2.3.2 Ökonomische Erklärungsansätze: Rationales Handeln . . . . .	30
2.3.3 Soziologische Erklärungsansätze: Rollen- und normorientiertes Handeln . . . . .	32
2.4 Akteurtheoretische Ansätze . . . . .	33
2.5 Organisationstheoretische Ansätze . . . . .	36
2.5.1 Paradigmen der Organisationstheorie . . . . .	36
2.5.2 Elemente und Ziele von Organisationen . . . . .	37

2.5.3	Politische Kommunikation als organisierte Kommunikation .....	39
Literatur.....		42
<b>3</b>	<b>Strukturen politischer Kommunikation I: Politik und politische Systeme .....</b>	<b>45</b>
3.1	Das politische System aus Sicht sozialwissenschaftlicher Basistheorien .....	45
3.1.1	Politik als selbstreferenzielles System (Luhmann) .....	45
3.1.2	Politik als offenes System (Münch) .....	47
3.1.3	Politik als Handlungs- bzw. Verhandlungssystem .....	50
3.2	Politik in verschiedenen Regierungssystemen.....	53
3.3	Politik als Governance .....	55
Literatur.....		58
<b>4</b>	<b>Strukturen politischer Kommunikation II: Medien und Mediensysteme .....</b>	<b>61</b>
4.1	Medienbegriffe.....	61
4.1.1	Merkmale von Medien .....	61
4.1.2	Medien als technische Kommunikationskanäle .....	64
4.1.3	Medien als Organisationen .....	64
4.1.4	Medien als Institutionen .....	65
4.1.5	Medien als System .....	67
4.2	Differenzierung der Medien in Leit- und Prestigemedien .....	67
4.3	Typologien von Mediensystemen.....	69
Literatur.....		73
<b>5</b>	<b>Strukturen politischer Kommunikation III: Politische Öffentlichkeit .....</b>	<b>75</b>
5.1	Öffentlich und Öffentlichkeit: Definition und Begriffsgeschichte.....	75
5.2	Öffentlichkeitstheorien.....	77
5.2.1	Typen von Öffentlichkeitstheorien .....	77
5.2.2	Systemtheorie: Öffentlichkeit als Spiegel der Selbstbeobachtung .....	79
5.2.3	Diskursmodelle.....	80
5.2.4	Partizipative Modelle .....	82
5.3	Öffentliche Meinung .....	83
5.3.1	Kategorien öffentlicher Meinung .....	83
5.3.2	Öffentliche Meinung nach Trägern.....	84
5.4	Ebenen der Öffentlichkeit .....	85
5.5	Akteure und Rollen in der Öffentlichkeit.....	86
5.6	Europäische Öffentlichkeit.....	88
5.7	Die Öffentlichkeit und das Internet .....	91
Literatur.....		95

<b>6</b>	<b>Strukturen politischer Kommunikation IV: Das intermediäre System der Interessenvermittlung</b>	99
6.1	Interessen- und Entscheidungsvermittlung	99
6.2	Die Vermittlungsebenen des intermediären Systems	102
6.3	Das intermediäre System als constraint für politische Akteure	103
6.4	Veränderungen des intermediären Systems als Herausforderung für politische Akteure	105
	Literatur	108
<b>7</b>	<b>Akteure politischer Kommunikation I: Politik</b>	111
7.1	Differenzierung der Akteure politischer Kommunikation	111
7.2	Akteure der Interessenartikulation	113
7.2.1	Verbände	113
7.2.2	Soziale Bewegungen	115
7.3	Akteure der Interessenaggregation: Parteien	117
7.4	Akteure der Politikdurchsetzung	122
7.4.1	Parlament	122
7.4.2	Regierung	124
7.4.3	Verwaltung	126
7.5	Zur Rolle individueller Akteure in der politischen Kommunikation	127
	Literatur	128
<b>8</b>	<b>Akteure politischer Kommunikation II: Journalismus</b>	133
8.1	Politischer Journalismus in der Mikroperspektive	134
8.2	Politischer Journalismus in der Mesoperspektive	137
8.3	Politischer Journalismus in der Makoperspektive	139
	Literatur	141
<b>9</b>	<b>Akteure politischer Kommunikation III: Politische PR</b>	143
9.1	Merkmale und Besonderheiten der politischen PR	143
9.1.1	Funktion und Aufgabe politischer PR	145
9.1.2	Unterschiede zur PR in anderen Systemen	146
9.1.3	Professionalisierungsprobleme für die politische PR	147
9.2	Abgrenzungen zwischen PR und anderen Formen politischer Kommunikation	148
9.2.1	Politische Werbung	148
9.2.2	Politisches Marketing	149
9.2.3	Spin Doctoring	150
9.2.4	Public Affairs	151
9.2.5	Lobbying	151
9.2.6	Public Diplomacy	152
	Literatur	153

<b>10 Prozesse politischer Kommunikation I: Prozesse der Politik . . . . .</b>	157
10.1 Modelle des politischen Prozesses . . . . .	157
10.1.1 Der politische Prozess als Arena . . . . .	159
10.1.2 Policy Cycle-Modelle . . . . .	162
10.1.3 Kritik an Phasenmodellen: Der Ansatz der Advocacy-Koalitionen . . . . .	167
10.2 Politische Prozesse in direktdemokratischen Systemen . . . . .	168
10.3 Entscheidungsprozesse: Typen von Politik und ihre mediale Beachtung . . . . .	170
Literatur . . . . .	171
<b>11 Prozesse politischer Kommunikation II: Kampagnen und Wahlkämpfe . . . . .</b>	173
11.1 Politische Kampagnen . . . . .	173
11.2 Wahlkämpfe . . . . .	177
11.2.1 Wahlen und Wahlverhalten . . . . .	177
11.2.2 Wahlkampf als Handlungssystem aus Parteien, Medien und Bevölkerung . . . . .	179
Literatur . . . . .	182
<b>12 Prozesse politischer Kommunikation III: Interaktionen zwischen Politik, PR und Journalismus . . . . .</b>	185
12.1 Journalisten, Politiker und politische PR: Erklärungsansätze . . . . .	185
12.1.1 Determinationsthese . . . . .	185
12.1.2 Dominanz-Dependenz-Thesen . . . . .	186
12.1.3 Interdependenzmodelle . . . . .	187
12.1.4 Interpenetrationsmodelle . . . . .	188
12.1.5 Politische Kommunikationskultur . . . . .	189
12.2 Eigener Ansatz: Von der Interaktion zur Produktionsgemeinschaft und einem Handlungssystem . . . . .	191
12.2.1 Die Akteure und ihre Ziele . . . . .	191
12.2.2 Die Akteure und ihre Rollen . . . . .	196
12.2.3 Formen der Interaktion . . . . .	198
12.2.4 Politik, PR und Journalismus als Produktionsgemeinschaft und Handlungssystem . . . . .	200
Literatur . . . . .	203