

Inhaltsverzeichnis

1	Einführung: Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft	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
2	Sozialwissenschaftliche Basistheorien zur Analyse politischer Kommunikation	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
3	Strukturen politischer Kommunikation I: Politik und politische Systeme	45
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
4	Strukturen politischer Kommunikation II: Medien und Mediensysteme	61
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
5	Strukturen politischer Kommunikation III: Politische Öffentlichkeit	75
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

6	Strukturen politischer Kommunikation IV: Das intermediäre System der Interessenvermittlung	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
7	Akteure politischer Kommunikation I: Politik	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
8	Akteure politischer Kommunikation II: Journalismus	133
8.1	Politischer Journalismus in der Mikroperspektive	134
8.2	Politischer Journalismus in der Mesoperspektive	137
8.3	Politischer Journalismus in der Makroperspektive	139
	Literatur	141
9	Akteure politischer Kommunikation III: Politische PR	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

10 Prozesse politischer Kommunikation I: Prozesse der Politik	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
11 Prozesse politischer Kommunikation II: Kampagnen und Wahlkämpfe	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
12 Prozesse politischer Kommunikation III: Interaktionen zwischen Politik, PR und Journalismus	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