

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einführung: Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft</b>	<b>1</b>
1.1	Begriffsbestimmungen: Politik und Kommunikation	1
1.1.1	Definitionen des Begriffs „Politik“	2
1.1.2	Definitionen des Begriffs „Kommunikation“	6
1.1.3	Definitionen des Begriffs „politische Kommunikation“	8
1.2	Mediengesellschaft als analytischer Leitbegriff	10
1.2.1	Die Mediengesellschaft der Massenmedien	10
1.2.2	Die Mediengesellschaft der Plattformen	12
1.3	Eigener Ansatz: Politische Kommunikation als Handlungssystem	14
	Literatur	17
<b>2</b>	<b>Sozialwissenschaftliche Basistheorien zur Analyse politischer Kommunikation</b>	<b>21</b>
2.1	Basistheorien zwischen Handlung und Struktur	21
2.2	Systemtheoretische Ansätze	23
2.3	Handlungstheoretische Ansätze	30
2.3.1	Der Begriff des Akteurs	31
2.3.2	Ökonomische Theorien: Rationales Handeln	34
2.3.3	Soziologische Theorien: Rollen- und normorientiertes Handeln	36
2.3.4	Praxistheorien: Dinge tun und mit Objekten umgehen	37
2.4	Institutionalistische Theorien	38
2.5	Organisationstheorien	40
2.5.1	Paradigmen der Organisationstheorie	40
2.5.2	Elemente und Ziele von Organisationen	42
2.5.3	Politische Kommunikation als organisierte Kommunikation	44
2.6	Akteurtheorien	47
	Literatur	50

<b>3</b>	<b>Strukturen politischer Kommunikation I: Politik und politische Systeme</b>	<b>55</b>
3.1	Das politische System aus Sicht sozialwissenschaftlicher Basistheorien	55
3.1.1	Politik als selbstreferentielles System	56
3.1.2	Politik als Handlungs- bzw. Verhandlungssystem	57
3.2	Politik in verschiedenen Regierungssystemen	60
3.3	Politik als Governance	62
	Literatur	65
<b>4</b>	<b>Strukturen politischer Kommunikation II: Medien und Plattformen</b>	<b>67</b>
4.1	Medienbegriffe	67
4.2	Differenzierungen der Medien	72
4.3	Typologien von Mediensystemen	74
4.4	Plattformen	78
4.5	Zur Abgrenzung von Medien, Plattformen und Intermediären	80
	Literatur	84
<b>5</b>	<b>Strukturen politischer Kommunikation III: Politische Öffentlichkeiten</b>	<b>87</b>
5.1	Öffentlich und Öffentlichkeit: Definition und Begriffsgeschichte	87
5.2	Öfflichkeitstheorien	90
5.2.1	Liberales Verständnis von Öffentlichkeit	92
5.2.2	Deliberatives Verständnis oder Diskursmodelle	93
5.2.3	Partizipatorisches Verständnis	95
5.2.4	Konstruktionistisches Verständnis	96
5.3	Öffentliche Meinung	97
5.4	Ebenenmodelle der Öffentlichkeit	98
5.5	Europäische Öffentlichkeit	103
	Literatur	107
<b>6</b>	<b>Strukturen politischer Kommunikation IV: Das intermediäre System der Interessen- und Entscheidungsvermittlung</b>	<b>111</b>
6.1	Interessen- und Entscheidungsvermittlung	111
6.2	Das intermediäre System als constraint für politische Akteure	114
6.3	Veränderungen des intermediären Systems als Herausforderung für politische Akteure	115
	Literatur	118
<b>7</b>	<b>Akteure politischer Kommunikation I: Politik</b>	<b>121</b>
7.1	Differenzierung der Akteure politischer Kommunikation	121
7.2	Akteure der Interessenartikulation	125
7.2.1	Verbände	125
7.2.2	Soziale Bewegungen	128

---

7.3	Akteure der Interessenaggregation: Parteien .....	130
7.4	Akteure der Politikdurchsetzung .....	135
7.4.1	Parlament .....	135
7.4.2	Regierung .....	137
7.4.3	Verwaltung .....	139
7.5	Zur Rolle individueller Akteure in der politischen Kommunikation ....	140
7.6	„Gewinner“ und „Verlierer“ der Digitalisierung .....	142
	Literatur. ....	144
<b>8</b>	<b>Akteure politischer Kommunikation II: Journalismus</b> .....	<b>149</b>
8.1	Politischer Journalismus in der Mikroperspektive .....	150
8.2	Politischer Journalismus in der Mesoperspektive .....	152
8.3	Politischer Journalismus in der Makroperspektive .....	154
	Literatur. ....	157
<b>9</b>	<b>Akteure politischer Kommunikation III: Politische PR</b> .....	<b>159</b>
9.1	Merkmale und Besonderheiten der politischen PR .....	159
9.2	Funktion und Aufgabe politischer PR .....	161
9.3	Abgrenzungen zwischen PR und anderen Formen politischer Kommunikation .....	163
	Literatur. ....	167
<b>10</b>	<b>Prozesse politischer Kommunikation: Prozesse der Politik</b> .....	<b>171</b>
10.1	Modelle des politischen Prozesses .....	171
10.1.1	Der politische Prozess als Arena .....	172
10.1.2	Policy-Cycle-Modelle .....	175
10.1.3	Kritik an Phasenmodellen: Der Ansatz der Advocacy- Koalitionen .....	181
10.2	Politische Prozesse in direktdemokratischen Systemen .....	183
10.3	Entscheidungsprozesse: Typen von Politik und ihre mediale Beachtung .....	184
	Literatur. ....	186
<b>11</b>	<b>Prozesse politischer Kommunikation II: Kampagnen und Wahlkämpfe</b> .....	<b>189</b>
11.1	Politische Kampagnen .....	189
11.2	Wahlkämpfe .....	194
11.2.1	Wahlen und Wahlverhalten .....	194
11.2.2	Wahlkampf als Handlungssystem aus Parteien, Medien und Bevölkerung .....	196
	Literatur. ....	200

---

<b>12 Prozesse politischer Kommunikation III: Interaktionen zwischen Akteuren aus Politik, PR und Journalismus</b>	<b>203</b>
12.1 Erklärungsansätze zum Verhältnis von Politik, PR und Journalismus	203
12.1.1 Determinationsthese	203
12.1.2 Dominanz-Dependenz-Thesen	205
12.1.3 Interdependenzmodelle	206
12.1.4 Interpenetrationsmodelle	207
12.1.5 Politische Kommunikationskultur	208
12.2 Eigener Ansatz: Von der Interaktion zur Produktionsgemeinschaft und einem Handlungssystem	210
12.2.1 Die Akteure und ihre Ziele	210
12.2.2 Die Akteure und ihre Rollen	215
12.2.3 Formen der Interaktion	217
12.2.4 Politik, PR und Journalismus als Produktionsgemeinschaft und Handlungssystem	219
Literatur	223