

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“	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
2 Sozialwissenschaftliche Basistheorien zur Analyse politischer Kommunikation	21
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

3 Strukturen politischer Kommunikation I: Politik und politische Systeme	55
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
4 Strukturen politischer Kommunikation II: Medien und Plattformen	67
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
5 Strukturen politischer Kommunikation III: Politische Öffentlichkeiten	87
5.1 Öffentlich und Öffentlichkeit: Definition und Begriffsgeschichte	87
5.2 Öffentlichkeitstheorien	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
6 Strukturen politischer Kommunikation IV: Das intermediäre System der Interessen- und Entscheidungsvermittlung	111
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
7 Akteure politischer Kommunikation I: Politik	121
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
8	Akteure politischer Kommunikation II: Journalismus	149
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
9	Akteure politischer Kommunikation III: Politische PR	159
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
10	Prozesse politischer Kommunikation: Prozesse der Politik	171
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
11	Prozesse politischer Kommunikation II: Kampagnen und Wahlkämpfe	189
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

12 Prozesse politischer Kommunikation III: Interaktionen zwischen Akteuren aus Politik, PR und Journalismus	203
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