

INHALT

VORWORT	11
EINLEITUNG	12
AUFBAU DER ARBEIT	19
1. POLITIK UND DEMOKRATIETHEORIE.....	21
1.1 Funktionales Verständnis von Politik.....	22
1.1.1 Luhmanns Verständnis von Politik	24
Die strukturellen Kopplungen des politischen Systems.....	26
Luhmanns Verständnis von Demokratie	28
Luhmanns Sonderbereiche des politischen Systems.....	30
1.2 Demokratie: Moderne politische Systeme	31
1.2.1 Zwischenbetrachtung.....	35
1.3 Die Subsysteme des politischen Systems.....	36
1.3.1 Politische Öffentlichkeit	36
Normative Verständnisse	37
Systemtheoretische Verständnisse	41
Zwischenbetrachtung: Ein Entwurf politischer Öffentlichkeit.....	48
Exkurs: Die Entwicklungen in England	51
Thesen zur politischen Öffentlichkeit und öffentlichen Meinung.....	52
Akteure in der politischen Öffentlichkeit: Massenmedien und PR, neue soziale Bewegungen, Bürgerpublikum/Bürgerpublika	53
1.3.2 Parteien, Parteiensystem und Verbände	63
Zur Zukunft politischer Parteien	67
Wahlen und ihre Legitimationsfunktion in Demokratien	72
1.3.3 Staat	75
Parlament	75
Exkurs. Überlegungen zum Prinzip der Repräsentation und der Volksouveränität	76
Regierung	83
Opposition	84
Parlament, Regierung bzw. Opposition und die politische Öffentlichkeit: Responsivität.....	86

2.	POLITISCHE KOMMUNIKATION	89
2.1	Entwicklung der politischen Kommunikationsforschung	90
2.1.1	Das „dritte Zeitalter“ politischer Kommunikation	92
2.2	Zwischenbetrachtung	97
3.	MEDIENWIRKUNGEN UND DAS AGENDA-SETTING-KONZEPT	99
3.1	Entwicklungsphasen der Medienwirkungsforschung	101
3.1.1	Frühe Phase: starke Medien und schwache Rezipienten	101
3.1.2	Zweite Phase nach Zweitem Weltkrieg: Schwache Medien, starke Rezipienten	102
3.1.3	Dritte Phase: Moderate Medienwirkungen	105
3.2	Das Konzept des Agenda-Setting	108
3.2.1	Salienz	110
3.2.2	Issue und Themenkarrieren	111
	Was macht ein Thema zum Issue – Issues-Management	111
	Die Lebenszeit eines Issues	112
3.2.3	Wirkungskonzepte und Wirkmodelle des Agenda-Setting-Ansatzes	114
3.2.4	Media-, Public und Policy- Agenda: Der Agenda-Setting-Prozess	118
	Massenmedien und die Medien-Agenda	118
	Öffentlichkeit, öffentliche Meinung und die Public-Agenda	124
	Politisches System und Policy Agenda	126
3.3	Fortschritte der Agenda-Setting-Forschung	128
3.3.1	Attribute-Agenda-Setting: Die zweite Stufe des Agenda-Setting-Ansatzes	130
3.4	Zwischenbetrachtung und weitere Grundannahmen	133
4.	POLITIK, DEMOKRATIETHEORIE UND BEFUNDE DER AGENDA-SETTING-FORSCHUNG	135
4.1	Grundsätzliche methodische Problematik	137
4.2	Agenda-Setting und die politische Öffentlichkeit	138
4.2.1	Das Publikum und Befunde der Agenda-Setting-Forschung	139
	Wähler als Spezialform des Publikums	140
	Politisches Involvement	141
	Medien- und präsentationsspezifische Agenda-Setting-Effekte	145
	Die demokratietheoretischen Implikationen der Mediennutzung	151
	Need for Orientation – Das Orientierungsbedürfnis des Publikums bzw. des Wählers	153
4.2.2	Politischer Protest, Kampagnen und Agenda-Setting	154
4.3	Demokratietheorie und die Medien-Agenda	156
4.3.1	Massenmedien und Realität	158
	Medialisierung: Immer größere Anpassung der Politik an mediale Regeln	159
	Demokratietheoretische Implikationen	160

4.4	Agenda-Setting und Demokratie: Parteien und Staat	161
4.4.1	Agenda-Setting der Parteien.....	162
4.4.2	Agenda-Setting des Staates.....	163
	Regierung.....	163
	Parlament.....	163
4.4.3	Agenda-Setting und Repräsentation bzw. Responsivität	164
	Wahlkampf als „Herzstück des demokratischen Prozesses“.....	165
	Responsivität	179
4.5	Zwischenbetrachtung.....	185
	DISKUSSION.....	189
	ABBILDUNGEN.....	192
	LITERATUR	193
	REGISTER.....	206
	PERSONENREGISTER	206
	SACHREGISTER.....	209