

Inhalt

| | |
|--|----|
| Einleitung | 9 |
| I Theoretischer Teil | 19 |
| Erklärungsmodell für den Populismus der Mitte | |
| 1. Populismus als Akteursverhalten: Ideologische und kommunikationsstrategische Dimensionen | 19 |
| 1.1 Populismus als Ideologie: Vertikale und horizontale Dichotomien | 20 |
| 1.1.1 „Volkssouveränität“ und radikaldemokratischer Ansatz | 23 |
| 1.2 Populismus als Darstellungsform | 25 |
| 1.3 Abgrenzung: Populismus der Mitte | 28 |
| 1.3.1 Die „Mitte“: Eine Begriffsbestimmung | 28 |
| 1.3.2 Charakteristika des Populismus der Mitte | 30 |
| 1.3.2.1 Populistische Parteien der Mitte als professionalisierte Medienkommunikationsparteien | 31 |
| 1.3.2.2 Populistische Elemente im Parteiprogramm | 32 |
| 1.3.2.3 Stellenwert der Inszenierung | 33 |
| 2. Erklärungsmodell des Akteursverhaltens | 35 |
| 2.1 Parteienkonkurrenz | 38 |
| 2.1.1 Stimmenmaximierung als Ziel | 39 |
| 2.1.2 Strategische Konzentration auf den median voter | 40 |
| 2.1.3 Veränderung der gesellschaftlichen Grundlagen: Wertewandel und soziostruktureller Wandel | 43 |
| 2.2 Mehrheitsdemokratie nach dem Westminster-Modell | 47 |
| 2.2.1 Zweieinhalb-Parteien-Konkurrenz | 48 |
| 2.2.2 Dominante Stellung des Premierministers | 51 |
| 2.2.3 „Eingebauter Populismus“ im Westminster-Regierungssystem | 54 |
| 2.3 Mediensystem | 57 |
| 2.3.1 Erklärungsmodelle für das Verhältnis von politischem System und Mediensystem | 59 |
| 2.3.1.1 Hierarchische Ansätze: Top-down- und Bottom-up-Modell | 60 |
| 2.3.1.2 Biotop-Modell | 61 |
| 2.3.1.3 Mediokratie-Modell | 62 |
| 2.3.2 Funktionslogiken des Mediensystems | 64 |
| 2.3.2.1 Selektionslogik | 64 |
| 2.3.2.2 Präsentationslogik | 66 |

| | | |
|---------|--|-----|
| 2.3.3 | Konsequenzen für das politische System | 67 |
| 2.3.3.1 | Auswirkungen auf die Strategien der individuellen Akteure | 68 |
| 2.3.3.2 | Auswirkungen auf die Organisationen der Parteien | 71 |
| 3. | Zwischenergebnis | 75 |
| II | Das Beispiel New Labour | 79 |
| 1. | Veränderte gesellschaftliche Voraussetzungen für Politik | 79 |
| 1.1 | Wandel der Klassen- und Wählerstrukturen | 80 |
| 1.2 | End of a paradigm? Das Erbe des Thatcherismus | 84 |
| 1.3 | Die britische Medienlandschaft | 86 |
| 2. | New Labour als populistische Partei der Mitte | 89 |
| 2.1 | New Labour als professionalisierte Medienkommunikationspartei | 92 |
| 2.2 | „Image determines substance“: Ideologie und Programmatik | 96 |
| 2.3 | Personalisierung: Tony Blair als „Gesicht der Partei“ | 100 |
| 3. | New Labour als Regierungspartei | 103 |
| 3.1 | „Blair presidency“ als personaler Führungsstil | 103 |
| 3.2 | Medienmanagement | 105 |
| 4. | Zum Verhältnis von Entscheidungspolitik und Darstellungspolitik von New Labour | 109 |
| | Schlussbetrachtung: Auf dem Weg in die populistische Demokratie? | 111 |
| | Bibliographie | 117 |