

# Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	11
Vorwort: Zum Charakter des Lehrbuches.....	13
<b>1 Einführung: Politische Kommunikation als Forschungsgegenstand.....</b>	<b>15</b>
1.1 Begriffsbestimmungen: Politik und Kommunikation.....	15
1.1.1 Differenzierung des Begriffs „Politik“ .....	16
1.1.2 Differenzierung des Begriffs „Kommunikation“ .....	18
1.1.3 Definitionen des Begriffs „Politische Kommunikation“ .....	19
1.2 Mediengesellschaft als analytischer Leitbegriff.....	21
1.2.1 Entwicklung des Mediensystems .....	21
1.2.2 Merkmale der Mediengesellschaft .....	23
1.3 Eigener Ansatz: Politische Kommunikation als Handlungssystem.....	25
<b>2 Sozialwissenschaftliche Basistheorien zur Analyse politischer Kommunikation .....</b>	<b>31</b>
2.1 Basistheorien zwischen System und Handlung .....	31
2.2 Systemtheoretische Ansätze .....	32
2.2.1 Der strukturell-funktionale Ansatz.....	33
2.2.2 Der funktional-strukturelle Ansatz.....	35
2.2.3 Der Ansatz selbstreferentieller Systeme (Autopoiesis).....	37
2.2.4 Der Ansatz der Interpenetration .....	41
2.3 Handlungstheoretische Ansätze.....	42
2.3.1 Der Begriff des Akteurs .....	42
2.3.2 Ökonomische Erklärungsansätze: Rationales Handeln.....	44
2.3.3 Soziologische Erklärungsansätze: Rollen- und normorientiertes Handeln.....	46
2.4 Organisationstheoretische Ansätze.....	47
2.4.1 Paradigmen der Organisationstheorie .....	48
2.4.2 Anwendung der Paradigmen: Elemente und Ziele von Organisationen .....	49
2.4.3 Politische Kommunikation als organisierte Kommunikation ..	51
2.5 Akteurtheoretische Ansätze.....	53

<b>3</b>	<b>Strukturen der Politik: Das politische System</b> .....	<b>61</b>
3.1	Das politische System aus Sicht sozialwissenschaftlicher Basistheorien .....	61
3.1.1	Politik als selbstreferentielles System (Luhmann).....	61
3.1.2	Politik als offenes System (Münch).....	63
3.1.3	Politik als Handlungs- bzw. Verhandlungssystem.....	66
3.2	Politik in verschiedenen Regierungssystemen .....	70
3.3	Politik als Governance.....	72
<b>4</b>	<b>Strukturen der Medien</b> .....	<b>79</b>
4.1	Medienbegriffe .....	79
4.1.1	Merkmale von Medien .....	79
4.1.2	Medien als technische Kommunikationskanäle.....	81
4.1.3	Medien als Organisationen .....	82
4.1.4	Medien als Institutionen.....	82
4.1.5	Medien als System .....	84
4.2	Differenzierung der Medien in Leit- und Prestigemedien.....	86
<b>5</b>	<b>Strukturen der Öffentlichkeit</b> .....	<b>95</b>
5.1	Öffentlich und Öffentlichkeit: Definition und Begriffsgeschichte.....	95
5.2	Öfflichkeitstheorien.....	96
5.2.1	Systemtheoretische Spiegelmodelle.....	97
5.2.2	Diskursmodelle .....	98
5.2.3	Öffentlichkeit als intermediäres System .....	101
5.2.4	Aktive und passive Öffentlichkeit.....	101
5.3	Öffentliche Meinung .....	102
5.3.1	Kategorien öffentlicher Meinung.....	102
5.3.2	Öffentliche Meinung nach Trägern.....	103
5.4	Ebenenmodell der Öffentlichkeit .....	104
5.5	Akteure und Rollen in der Öffentlichkeit.....	106
5.6	Europäische Öffentlichkeit.....	107
5.7	Die Öffentlichkeit des Internets.....	110

---

<b>6</b>	<b>Strukturen des intermediären Systems der Interessenvermittlung .....</b>	<b>119</b>
6.1	Interessen- und Entscheidungsvermittlung.....	119
6.2	Die Vermittlungsebenen des intermediären Systems .....	121
6.3	Das intermediäre System als constraint für politische Akteure.....	123
6.4	Veränderungen des intermediären Systems als Herausforderung für politische Akteure .....	125
<b>7</b>	<b>Politische Akteure.....</b>	<b>129</b>
7.1	Differenzierung der Akteure politischer Kommunikation.....	129
7.2	Akteure der Interessenartikulation .....	131
7.2.1	Initiativen .....	132
7.2.2	Verbände.....	132
7.2.3	Soziale Bewegungen.....	135
7.3	Akteure der Interessenaggregation: Parteien.....	136
7.4	Akteure der Politikdurchsetzung .....	141
7.4.1	Parlament .....	141
7.4.2	Regierung.....	143
7.4.3	Verwaltung.....	145
7.5	Zur Rolle individueller Akteure in der politischen Kommunikation..	146
<b>8</b>	<b>Journalismus und journalistische Akteure.....</b>	<b>153</b>
8.1	Politischer Journalismus in der Mikroperspektive .....	153
8.1.1	Basisdaten zum Journalismus in Deutschland .....	154
8.1.2	Rollenbilder im Journalismus .....	156
8.2	Politischer Journalismus in der Mesoperspektive .....	159
8.3	Politischer Journalismus in der Makroperspektive.....	165
<b>9</b>	<b>Politische PR und PR-Akteure .....</b>	<b>169</b>
9.1	Merkmale und Besonderheiten der politischen PR .....	169
9.1.1	Funktion und Aufgabe politischer Öffentlichkeitsarbeit.....	170
9.1.2	Politische PR im Zielkonflikt.....	172
9.1.3	Professionalisierungsprobleme für die politische PR .....	174

9.2	Abgrenzungen zwischen PR und anderen Formen politischer Kommunikation.....	175
9.2.1	Politische Werbung.....	175
9.2.2	Politisches Marketing.....	175
9.2.3	Politische Propaganda.....	176
9.2.4	Spin Doctoring.....	177
9.3	PR-Strategien.....	178
9.3.1	Entwicklung von PR-Strategien.....	180
9.3.2	Themenmanagement: Agenda-Setting/Thematisierung.....	183
9.3.3	Newsmanagement.....	184
9.3.4	Ereignis-Management: Inszenierungen, symbolische Politik.....	186
9.3.5	Personalisierungsstrategien: Vertrauensbildung und Imagekreation.....	187
9.4	PR-Instrumente.....	190
<b>10</b>	<b>Prozesse der Politik.....</b>	<b>197</b>
10.1	Modelle des politischen Prozesses.....	197
10.1.1	Der politische Prozess als anhaltende Diskussion.....	198
10.1.2	Der politische Prozess als Arena.....	199
10.1.3	Policy Cycle-Modelle.....	202
10.1.3.1	Modell nach Handlungsprodukten.....	202
10.1.3.2	Modell nach Phasen.....	204
10.1.4	Kritik an Phasenmodellen: Der Ansatz der Advocacy-Koalitionen.....	209
10.2	Politische Prozesse in direktdemokratischen Systemen.....	211
10.3	Entscheidungsprozesse: Typen von Politik und ihre mediale Beachtung.....	212
<b>11</b>	<b>Spezialfälle politischer Kommunikationsprozesse: Kampagnen und Wahlkämpfe.....</b>	<b>217</b>
11.1	Politische Kampagnen.....	217
11.2	Wahlkämpfe.....	221
11.2.1	Wahlen und Wahlverhalten.....	221
11.2.2	Wahlkampf als Handlungssystem aus Parteien, Medien und Bevölkerung.....	224

---

<b>12</b>	<b>Interaktionsprozesse zwischen Politik, PR und Journalismus .....</b>	<b>229</b>
12.1	Journalisten, Politiker und politische PR: Erklärungsansätze .....	229
12.1.1	Determinationsthese.....	229
12.1.2	Dominanz-Dependenz-Thesen.....	230
12.1.3	Interdependenzmodelle .....	231
12.1.4	Interpenetrationsmodelle.....	233
12.2	Politiker, Journalisten und Öffentlichkeitsarbeiter in der Interaktion .....	234
12.2.1	Die Akteure und ihre Ziele.....	235
12.2.2	Die Akteure und Rollen .....	240
12.2.3	Formen der Interaktion .....	243
12.3	Politik, PR und Journalismus als Produktionsgemeinschaft und Handlungssystem.....	249
<b>13</b>	<b>Politikberichterstattung als Ergebnis von Aushandlungsprozessen ....</b>	<b>255</b>
13.1	Politikberichterstattung – Ein- und Abgrenzungsprobleme .....	255
13.2	Das mediale Politikbild und seine Formate.....	257
13.2.1	Medienschemata als Handlungsregeln für Journalisten und Rezipienten .....	257
13.2.2	Medienschemata als Handlungsvoraussetzungen .....	259
13.3	Das Bild von Politik in verschiedenen Massenmedien .....	261
13.3.1	Das Politikbild der Presse .....	262
13.3.2	Das Politikbild des Radios .....	266
13.3.3	Das Politikbild des Fernsehens .....	268
13.3.4	Das Politikbild der Online-Medien .....	272
13.4	Politikberichterstattung als soziale Konstruktion .....	274
	<b>Index der Stichwörter und Definitionen .....</b>	<b>281</b>