

# Inhaltsverzeichnis

Vorbemerkungen. . . . .	7
(1) Politisch ist, was in kommunikativen Prozessen als politisch gilt und als politisch gestaltet, wahrgenommen und erfahren wird. Die Künste werden von diesen Kommunikationsprozessen in Anspruch genommen, greifen aber auch selbst in sie ein . . . . .	16
(2) Für die politische Semantik und Ästhetik war Religion immer grundlegend. Sie ist bis heute ein wichtiges kulturelles und ästhetisches ›Reservoir‹ für politische Kommunikation . . . . .	39
(3) Alle kulturellen Äußerungen, Handlungen, Prozesse sind immer auch ästhetisch. Sie ermöglichen deshalb ästhetische Erfahrungen . . . . .	51
(4) Die Frage nach der Rolle des Ästhetischen für das Politische ist nicht identisch mit der Frage nach der Aussagekraft und dem Quellenwert von Bildern . . . . .	65
(5) Nimmt man diese ästhetische Perspektive auf politische Kommunikation ein, so muss das auch bedeuten, sie zugleich rhetorisch zu verstehen . . . . .	70
(6) Durch ihre grundsätzliche Ästhetizität kommentieren sich politische Äußerungen, Handlungen, Prozesse selbst. Diese Ästhetik des Politischen ist wesentlich performativ . . . . .	81

(7) Etwas anders, auf andere Art und Weise sagen und darstellen, heißt immer: etwas anderes sagen und darstellen . . . . .	89
(8) Je größer und komplexer der Problemdruck und die Aufgaben, die sich in politischen Kommunikationsprozessen stellen, desto stärker fällt der ästhetische Aufwand ins Gewicht. . . . .	95
(9) Ästhetische Gestaltungen und Erfahrungen lassen sich grundsätzlich nicht vollständig ins Begriffliche übersetzen. . . . .	98
(10) Metaphernbildung ist eine Grundoperation der Ästhetik des Politischen zur Erzeugung symbolischer Bedeutung. Sie ist nicht auf Sprache beschränkt . . .	110
(11) Das Allegorische und das Symbolische kennzeichnen zwei grundlegende Möglichkeiten einer politischen Ästhetik. Sie sind immer miteinander verschränkt . .	132
(12) In Demokratien entwickelt sich die politische Kommunikation erlebnisästhetisch und orientiert sich an der Erlebnisästhetik, die sich mehr und mehr massenmedial vermittelt . . . . .	151
(13) Authentizität ist die Bedingung politischer Kommunikation von heute, die ästhetisch eingelöst werden muss . . . . .	159
(14) Politische Kommunikation ist notwendig auf kollektive Anschauungen, Vorstellungen, Mythen angewiesen . . . . .	166
Literaturverzeichnis . . . . .	175