

Inhalt

Einleitung	5
------------	---

Teil I

Wahlkampfkommunikation als Herausforderung für Politik und Wissenschaft

1. Zur verfassungstheoretischen und sozialwissenschaftlichen Einordnung der Wahlkampfkommunikation	12
1.1 Die Wahl als Ausdruck der Volkssouveränität	12
1.2 Politikvermittlung im Wahlkampf zwischen Komplexitätsreduktion und Manipulation	15
2. Wahl- und Wahlkampfforschung: Analysedefizite und Forschungsperspektiven	20
2.1 Zur Entwicklung des wissenschaftlichen und politischen Interesses an der Wahlkampfforschung	20
2.2 Die Suche nach einer theoretischen Gesamtperspektive	26
2.3 Exkurs: Politikwissenschaftliche Stilsforschung - zur analytischen Untauglichkeit eines kommunikationsstrategisch instrumentalisierbaren Begriffs	30

Teil II

Symbolik, politische Kommunikation und Wahlkampf

3. Politische Steuerung durch Kommunikation	43
3.1 Politische Kommunikation und Macht - die kommunikationstheoretische Umformulierung des Machtbegriffs	44
3.2 Politische Kommunikation und politische Steuerung	47
4. Symbolik und Wirklichkeit: Theoretischer Ansatz und Problemstellung	54
4.1 Symbolisierung und Wirklichkeit: Bedeutungsaspekte des Symbolbegriffs	55
4.2 Politische Symbolik als Mittel der Verhaltenssteuerung	59
5. Wahlkampfkommunikation, Sprache und politische Symbolik	69
5.1 Politische Alltagskommunikation und Wahlkampfkommunikation	70
5.2 Die funktionale Bedeutung der Sprache im Legitimationskontext von Wahlkämpfen	76
5.3 Die Ritualisierung der Wahlkampfkommunikation: Zur Typologie artikulativer Legitimationssymbole	85

Teil III

Struktur und Funktion symbolischer Politik in der Wahlkampfkommunikation

6. Themenkonjunktur und Strukturen kommunikativer Beziehungen	91
6.1 Politischer Problemhaushalt und Themenkonjunkturanalyse: Ziele und Reichweite eines heuristischen Instruments	91
6.2 Methodische und forschungspraktische Aspekte	95
6.3 Ausgewählte Ergebnisse der Themenkonjunkturanalyse	97
6.3.1 Zur Themenstruktur	97
6.3.2 Zum Interaktionsbezug	100
6.3.3 Zum Akteurs- bzw. Themenbezug	110
7. Symbolische Politik als legitimatorisches Problemlösungssurrogat	116
7.1 Politischer Handlungsspielraum und "rhetorische" Politik	116
7.2 Konfliktfelder issuespezifischer Wahlkampfkommunikation	119
7.2.1 Beispiel: Der "Rentenbetrug"	119
7.2.2 Beispiel: Die "Staatsverschuldung"	122
7.2.3 Beispiel: Die "Fahndungspanne"	129
7.3 Symbolische Politik als Problemlösungssersatz: Funktionale und strukturelle Aspekte eines Legitimationstyps	132
7.3.1 Die Bedeutung der Themenselektion	134
7.3.2 Der Aufbau perceptiver Distanzen durch Polarisierung	136
7.3.3 Zur Variation von Argumentationsmustern in wechselnden Wahlkampf-"Arenen"	138
7.3.4 Varianten der Verrechtlichung von Issue-Kontroversen	139
7.3.5 Problemverschiebung durch Dethematisierung von Issue-Konflikten	142
8. Wertorientierung und symbolische Politik: Zur Fiktion der politischen Fundamentalalternative	144
8.1 "Wertladung" als rhetorisches Steuerungselement	144
8.2 Konfliktfelder wertorientierender Wahlkampfkommunikation	147
8.2.1 Beispiel: Das "Friedens"-Paradigma	147
8.2.2 Beispiel: Das "Wende"-Paradigma	151
8.3 Symbolische Politik durch "Inszenierung" politischer Fundamentalalternativen	154
8.3.1 Zur semantisch-logischen Struktur wertorientierender Sprachsymbole	155
8.3.2 Politisch-strategische Verwendungszwecke des symbolischen Wertestreits	158

9. Personalisierung als symbolische Politik	166
9.1 Personalisierung und Kandidatenkonstellation im Wahlkampf	166
9.2 Personalisierung als Bestandteil des "Negative-Campaigning"	169
9.2.1 Personalisierende Hauptargumentationsmuster	170
9.2.2 Zur symbolischen Funktion des personalisierten "Negative-Campaigning"	173
9.3 Personalisierung durch positive Selbstdarstellung	175
9.4 Zur sozialpsychologischen und politisch-kulturellen Bedeutung der Personalisierung	177
10. Wahlkampfkommunikation <i>über</i> symbolische Politik: Die Kommunikation über die Kommunikation	181
10.1 Domestizierung oder Instrumentalisierung politischer Kommunikation durch Wahlkampfabkommen?	182
10.2 Argumentationsebenen und Begründungsdimensionen in der Wahlkampfkommunikation über symbolische Politik	188
10.3 Wahlkampfkommunikation als Metakommunikation: Kommunikationstheoretische Überlegungen zur symbolischen Bedeutung der Kommunikation über Kommunikation	194
Teil IV	
<i>Symbolische Politik und politische Realität</i>	
11. Realitätskonstruktion und symbolische Beteiligung: der massenkommunikative Bezugsrahmen symbolischer Politik	199
11.1 Politisches System und Massenkommunikation	199
11.2 Realitätskonstruktion durch Massenkommunikation: Zur Struktur massenkommunikativ vermittelter Politik	205
11.3 Zur "Symbiose" politischer und medialer Akteure	213
11.4 Symbolische Beteiligung durch Massenkommunikation	222
12. Symbolische Politik und sozialpsychologische Kalkulation: Politik als "Sprachspiel" zur "Inszenierung" diffuser Unterstützung	229
12.1 Zur dualistischen Grundstruktur symbolisch verdichteter Argumentationsweise	229
12.2 Sozialpsychologische Kalkulation und politische Symbolik	235
12.3 Politische Symbolik als "Ersatzbefriedigung" im Wahlkampf-"Schauspiel"	238
12.4 Resümee	240
Literaturverzeichnis	245