

INHALTSVERZEICHNIS

1	EINLEITUNG	10
1.1	Problemstellung und Zielsetzung.....	10
1.2	Forschungsstand.....	13
1.3	Methode.....	15
1.4	Aufbau der Arbeit	16
2	THEORETISCHER TEIL: Medien und Politik	18
2.1	Theoretische Ansätze zum Verhältnis von Medien und Politik	18
2.2	Verschränkung von Medien und Politik: Die Medialisierungsthese	23
2.2.1	Der massenmediale Wandel.....	23
2.2.2	Mediengesellschaft, Mediokratie, Medialisierung: Zur Klärung zentraler Begriffe	27
2.2.2.1	Dimensionen von Medialisierung	28
2.2.2.2	Die Logik des massenmedialen Systems	30
2.2.2.3	Ablösung oder Koexistenz? Zur Vereinbarkeit medialer und politischer Logik	31
2.2.3	Herstellungs- und Darstellungspolitik	33
2.2.4	Symbolische Politik, politische Inszenierungen und Theatralisierung des Politischen	36
2.2.5	Professionalisierung der Kommunikation	39
2.2.6	Dominanz des Fernsehens.....	41
2.2.7	Indikatoren wahrgenommener und faktischer Medialisierung.....	43
3	DESKRIPTIVER TEIL: Auswirkungen der Medialisierung	47
3.1	Auswirkungen auf den politischen Prozess und die Agenda.....	47
3.1.1	Entpolitisierte Politik? Zu den Thesen der Personalisierung, des Politainment und der Talkshowisierung	47
3.1.2	Der Kampf um die Themen – Agenda-Setting im Zeichen der Medialisierung	36
3.2	Die Auswirkungen auf Parlament und Parlamentarismus	53
3.2.1	Forum der Nation oder bedeutungslose Nebenbühne? Zur These des Postparlamentarismus im Kontext von Medialisierung	54

3.2.2	Graduelle Öffnung – das Verhältnis von Parlament und Medien im Wandel	56
3.3	Die Auswirkungen auf Parteien und Parteienlandschaft	58
3.3.1	Von der Parteien- zur Mediendemokratie? Veränderungen in Parteiengefüge und -wettbewerb.....	59
3.3.2	Veränderungen der innerparteilichen Strukturen: Auf dem Weg zur „Professionalisierten Medienkommunikationspartei“?	61
3.4	Medialisierung im Mehrebenensystem: Unterschiede zwischen Bund und Ländern?.....	65
4.	HAUPTTEIL: Medialisierungsanalyse.....	67
4.1	Methode.....	67
4.1.1	Begründung der Wahl der Methode.....	67
4.1.2	Fragebogen.....	68
4.1.3	Pretest.....	74
4.1.4	Durchführung der Feldarbeit.....	74
4.2	Ergebnisteil	80
4.2.1	Medialisierung im politischen System Deutschlands aus Sicht der Abgeordneten	80
4.2.1.1	Das Machtverhältnis von Medien und Politik	80
4.2.1.2	Indikatoren der Medialisierung	83
4.2.1.2.1	Indikator I: Bedeutungszuwachs der Medien.....	83
4.2.1.2.2	Indikator II: Bedeutungszuwachs der Darstellungspolitik.....	87
4.2.1.2.3	Indikator III: Explizite Orientierung an der Medienlogik.....	92
4.2.1.2.4	Indikator IV: Dominanz des Fernsehens.....	95
4.2.1.2.5	Indikator V: Professionalisierung der Kommunikation.....	97
4.2.1.2.6	Indikator VI: Offenheit der politischen Akteure gegenüber den Medien	101
4.2.1.2.7	Indikator VII: Medienaktivität der Abgeordneten	105
4.2.2	Auswirkungen der Medialisierung.....	110
4.2.2.1	Die Auswirkungen auf das Parlament.....	110
4.2.2.2	Auswirkungen auf die Parteien	116
4.2.2.2.1	Auswirkungen auf Parteiengefüge und -wettbewerb.....	116
4.2.2.2.2	Das Konzept der „Professionalisierten Medienkommunikations- partei“ aus Sicht der Akteure.....	120

4.2.3	Analyse von Gruppenunterschieden	128
4.2.3.1	Indexbildung.....	129
4.2.3.2	Medialisierung im Mehrebenensystem: Bundestag und Landesparlamente im Vergleich	133
4.2.3.3	Medienkonsum, Parteizugehörigkeit und Geschlecht als Unterscheidungskriterien	141
4.2.4	Zur künftigen Entwicklung von Medialisierung.....	145
4.2.4.1	Ein Ausblick der Abgeordneten.....	145
4.2.4.2	Zur Hypothese einer wechselseitigen Festigung wahrgenommener und faktischer Medialisierung.....	149
5	FAZIT	152
5.1	Zusammenfassung der Ergebnisse und Einordnung in den Forschungsstand.....	152
5.1.1	Der gegenwärtige Medialisierungsgrad der deutschen Politik	153
5.1.2	Auswirkungen der Medialisierung.....	159
5.1.3	Medialisierung im Mehrebenensystem: Bund und Länder im Vergleich.....	167
5.2	Ausblick: Von der Politik- zur Inszenierungsverdrossenheit?	169
	Nachwort: Kamera läuft – der medialisierte Bundestags-Wahlkampf 2005	174
	Abbildungsverzeichnis	182
	Tabellenverzeichnis	185
	Bibliographie	186
	Anhang	197