

Politiker in der Medialisierungsspirale?

Eine Abgeordneten-Befragung auf Landes-, Bundes- und EU-Ebene

von
Daniel Pontzen

1. Auflage

[Politiker in der Medialisierungsspirale? – Pontzen](#)

schnell und portofrei erhältlich bei [beck-shop.de](#) DIE FACHBUCHHANDLUNG

Thematische Gliederung:

[Kommunikation & Medien in der Politik](#)

Tectum 2013

Verlag C.H. Beck im Internet:

[www.beck.de](#)

ISBN 978 3 8288 3150 6

INHALTSVERZEICHNIS

1 Einleitung	11
1.1 Problemstellung	11
1.2 Forschungsstand	18
1.3 Aufbau und Methode	29
THEORETISCHE UND EMPIRISCHE GRUNDLAGEN	
2 Medialisierung von Politik	33
2.1 Die Medialisierungsthese	33
2.1.1 Mediokratie, Mediengesellschaft oder Medialisierung?	33
2.1.2 Medialisierung: eine Begriffsbestimmung	35
2.1.3 Pessimistische Konzepte von Medialisierung	40
2.1.4 Systemtheoretische Weiterentwicklungen	41
2.2 Die <i>Neue Politische Ökonomie</i> als theoretischer Analyserahmen	46
2.2.1 Theoretische Grundlagen der <i>Neuen Politischen Ökonomie</i>	47
2.2.1.1 Der Homo oeconomicus	48
2.2.1.2 Der Homo politicus	52
2.2.2 Die <i>Neue Politische Ökonomie</i> im Kontext der Medialisierungsthese	54
2.3 Erscheinungsformen von Medialisierung	58
2.3.1 Das Verhältnis von Herstellungs- und Darstellungspolitik	58
2.3.2 Symbolische Politik und Politikinszenierung	63
2.3.3 Personalisierung, Entertainisierung, Talkshowisierung: Erscheinungsformen entsachlichter Politik	68
2.3.4 Agenda-Setting im Spannungsfeld von Medien und Politik	78
2.3.5 Professionalisierung der Kommunikation	83
2.3.6 Dominanz des Fernsehens	86
2.3.7 Indikatoren wahrgenommener Medialisierung und faktischer Medienaktivität	90
2.4 Medialisierung: ein sich selbst festigendes Phänomen?	92
2.4.1 Rückkopplungseffekte im Medialisierungsprozess	92
2.4.2 Zum Entstehen einer Medialisierungsspirale	94
2.5 Zusammenfassung ‚Medialisierung 1.0‘	98
3 Digitale Demokratie als neue Dimension im Medialisierungsprozess	100
3.1 Das Internet als neue Kommunikationsinfrastruktur	101
3.1.1 Das Hybridmedium Internet	102
3.1.2 Web 2.0: eine neue Version?	103

3.2	Politische Online-Kommunikation vor der Folie unterschiedlicher theoretischer Konzepte	104
3.2.1	E-Government, E-Democracy, Cyberdemocracy und Digitale Demokratie	105
3.2.2	Vom Mitmach-Netz zur Mitmach-Politik? Zur These der Stärkung beteiligungszentrierter Demokratietheorien	107
3.2.2.1	Partizipatorische Demokratietheorie	107
3.2.2.2	Deliberative Demokratietheorie	109
3.2.2.3	Internetbezogene Potenziale	113
3.2.2.4	Kritische Gegenpositionen	118
3.3	Empirische Befunde	121
3.3.1	Deliberative Diskurse und weitere institutionelle Partizipationsangebote im Internet	122
3.3.2	Stärkung direkter Demokratie	131
3.3.3	Delegation und wechselseitige Kommunikation	133
3.3.4	Die NPÖ als Interpretationsrahmen	138
3.4	Entmedialisierung oder Medialisierung 2.0? Zur Verknüpfung von Medialisierung und Digitalisierung	141
3.4.1	Begriffsbestimmungen	141
3.4.2	Auswirkungen auf die Kommunikation und den politischen Prozess	143
3.4.2.1	Multikanalität als neue Herausforderung	144
3.4.2.2	Zum Gewinn und Verlust kommunikativer Souveränität	146
3.4.2.3	Zeitlicher Anpassungsdruck: die ‚beschleunigte‘ Politik	150
4	Das deutsch-europäische System als ebenenspezifischer Bezugsrahmen	155
4.1	Die Problematik europäischer Öffentlichkeit	155
4.1.1	Medien bedingte Hemmnisse	156
4.1.2	Institutionen bedingte Hemmnisse	162
4.2	Medialisierung unter erschwerten Voraussetzungen	166
5	Die Medialisierungsanalyse	170
5.1	Methode und Begründung der Wahl	170
5.2	Fragebogen	171
5.2.1	Formale Gestaltung	172
5.2.2	Inhaltliche Gestaltung	175
5.3	Durchführung der Feldarbeit	180
5.3.1	Feldphase	180
5.3.2	Rücklauf	183

ERGEBNISTEIL

6	Medialisierung als Prozess? Vergleich der Ergebnisse von 2005 und 2011	191
6.1	Das Machtverhältnis von Medien und Politik	192
6.2	Die Medialisierungsindikatoren	196
6.2.1	Bedeutungszuwachs der Medien	196
6.2.2	Bedeutungszuwachs der Darstellungspolitik	199
6.2.3	Explizite Orientierung an der Medienlogik	204
6.2.4	Dominanz des Fernsehens	210
6.2.5	Professionalisierung der Kommunikation	213
6.2.6	Offenheit der politischen Akteure gegenüber den Medien	215
6.2.7	Medienaktivität der Abgeordneten	224
6.3	Untersuchungen zu Rückkopplungseffekten und dem Entstehen einer Medialisierungsspirale	231
6.3.1	Verwendete Indizes	232
6.3.2	Befunde	236
6.3.2.1	Rückkopplungseffekte im Medialisierungsprozess	236
6.3.2.2	Zur Annahme einer (sich stetig ausweitenden) Medialisierungsspirale	238
6.4	(Selbst-)Medialisierung vor der Folie der NPÖ	240
7	Medialisierung und Internet – Medialisierung 2.0?	250
7.1	Potenzielle des Internet aus Sicht der Abgeordneten	251
7.1.1	Einflusspotenzial	251
7.1.2	Motive und Chancen	252
7.2	Zum aktuellen Digitalisierungsgrad der politischen Kommunikation	255
7.2.1	Nutzungshäufigkeit der einzelnen Kommunikationskanäle/-optionen	256
7.2.1.1	Primär einseitige Kommunikationskanäle/-optionen	256
7.2.1.2	Primär wechselseitige Kommunikationskanäle/-optionen	262
7.2.2	Bedeutung als Informationsmedium	268
7.3	Interpretation der Befunde vor der Folie der theoretischen Konzepte	270
7.3.1	Zur These der Stärkung beteiligungszentrierter Demokratietheorien durch das Internet	270
7.3.1.1	Zum Deliberationspotenzial	271
7.3.1.2	Zur Ausweitung direkter Demokratie	274
7.3.1.3	Zum Delegationsprinzip	275
7.3.2	Online-Kommunikation der Akteure vor der Folie der NPÖ	279
7.4	Entmedialisierung oder ‚Medialisierung 2.0?‘ Auswirkungen der Digitalisierung auf die politische Kommunikation	286
7.4.1	Zum Gewinn und Verlust kommunikativer Souveränität	287
7.4.2	Zeitlicher Anpassungsdruck: die beschleunigte Politik	292

8 Medialisierung als ebenenunspezifisches Phänomen? Landes-, Bundes- und EU-Ebene im Vergleich	298
8.1 Ebenenspezifische Analyse der Medialisierungssindikatoren	298
8.1.1 Bedeutungszuwachs der Medien	298
8.1.2 Bedeutungszuwachs der Medienfähigkeiten und Darstellungspolitik/ Explizite Orientierung an der Medienlogik	302
8.1.3 Dominanz des Fernsehens	306
8.1.4 Professionalisierung der Kommunikation	308
8.1.5 Offenheit der politischen Akteure gegenüber den Medien	310
8.1.6 Medienaktivität der Abgeordneten	312
8.2 Ebenenspezifische Analyse der digitalen Dimension von Medialisierung	315
8.2.1 Potenziale	315
8.2.2 Aktueller Digitalisierungsgrad	317
8.2.3 Zur These der Stärkung beteiligungszentrierter Demokratie	320
8.2.4 Auswirkungen der Digitalisierung auf die politische Kommunikation	322
8.3 Sonderfall EU-Ebene	323
8.3.1 Das Fehlen einer gesamteuropäischen Öffentlichkeit aus Sicht der Akteure	323
8.3.2 Auswirkungen und Erwartungen	326
Exkurs: Analyse weiterer Gruppenunterschiede	331
E I: Unterscheidungskriterium <i>Geschlecht</i>	331
E II: Unterscheidungskriterium <i>Parteizugehörigkeit</i>	335
E III: Unterscheidungskriterien <i>Medienkonsum</i> und <i>Alter</i>	336
9 Fazit	338
9.1 Medialisierung als Prozess	338
9.2 Medialisierung und Digitalisierung: Medialisierung 2.0?	346
9.3 Medialisierung ebenenspezifisch betrachtet	354
9.4 Reflexion und Ausblick	360
LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS	368
ANHANG	396