ECONSTOR
Make Your Publications Visible.

A Service of

ZBW Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

Rucht, Dieter

Book Part

Politische Öffentlichkeit und Massenkommunikation

Provided in Cooperation with:
WZB Berlin Social Science Center

Suggested Citation: Rucht, Dieter (1994) : Politische Öffentlichkeit und Massenkommunikation, In: Otfried Jarren (Ed.): Medienwandel - Gesellschaftswandel? 10 Jahre dualer Rundfunk in Deutschland. Eine Bilanz, ISBN 3-89158-110-6, Vistas, Berlin, pp. 161-177

This Version is available at:
https://hdl.handle.net/10419/122548

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

WWW.ECONSTOR.EU

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

WZB
Wissenschaftszentrum Berlin
für Sozialforschung

WZB-Open Access Digitalisate

WZB-Open Access digital copies

Das nachfolgende Dokument wurde zum Zweck der kostenfreien Onlinebereitstellung digitalisiert am Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung gGmbH (WZB).
Das WZB verfügt über die entsprechenden Nutzungsrechte. Sollten Sie sich durch die Onlineveröffentlichung des Dokuments wider Erwarten dennoch in Ihren Rechten verletzt sehen, kontaktieren Sie bitte das WZB postalisch oder per E-Mail:
Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung gGmbH
Bibliothek und wissenschaftliche Information
Reichpietschufer 50
D-10785 Berlin
E-Mail: bibliothek@wzb.eu

The following document was digitized at the Berlin Social Science Center (WZB) in order to make it publicly available online.
The WZB has the corresponding rights of use. If, against all possibility, you consider your rights to be violated by the online publication of this document, please contact the WZB by sending a letter or an e-mail to:
Berlin Social Science Center (WZB)
Library and Scientific Information
Reichpietschufer 50
D-10785 Berlin
e-mail: bibliothek@wzb.eu

Digitalisierung und Bereitstellung dieser Publikation erfolgten im Rahmen des Retrodigitalisierungsprojektes **OA 1000+**. Weitere Informationen zum Projekt und eine Liste der ca. 1 500 digitalisierten Texte sind unter http://www.wzb.eu/de/bibliothek/serviceangebote/open-access/oa-1000 verfügbar.

This text was digitizing and published online as part of the digitizing-project **OA 1000+**.
More about the project as well as a list of all the digitized documents (ca. 1 500) can be found at http://www.wzb.eu/en/library/services/open-access/oa-1000.

Dieter Rucht

Politische Öffentlichkeit und Massenkommunikation

Einleitung

Vor dem Aufkommen der modernen Massendemokratie konnte nur in einem beschränkten Sinne von politischer Öffentlichkeit die Rede sein. Politische Entscheidungen waren kleinen, nach Stand und Bildung abgegrenzten Eliten vorbehalten (Wirsching 1990). Der breiten Masse der Bevölkerung blieb im wesentlichen nur die Wahl zwischen stummem Gehorsam, Appellen bzw. Rekursen oder offener Rebellion. Die für sie bestimmten politischen Botschaften bestanden in autoritativen Erlassen und demonstrativen Inszenierungen von Macht, in denen sich Obrigkeit und Untertanen physisch begegneten. Orte solcher Begegnungen waren der fürstliche Hof, der Marktplatz und das Gericht.

In der modernen Massendemokratie spielt politische Öffentlichkeit eine Schlüsselrolle. Zwar werden politische Entscheidungen nach wie vor von Eliten gefällt, doch ist nun die Gesamtheit aller Staatsbürger in Öffentlichkeit einbezogen. Den Entscheidungen der Eliten vor- und nachgeschaltet ist nicht allein die für alle Bürger und Bürgerinnen offene politische Wahl, sondern eine Vielzahl abgestufter Formen von Mitwirkung, Kontrolle, Einspruch und Protest. Regierende und Regierte stehen nun in einem reziproken Machtverhältnis, wobei sie sich allerdings nur in Ausnahmefällen physisch begegnen. Sie befinden sich jedoch in einer Dauerkommunikation, die im wesentlichen durch die Massenmedien vermittelt wird. Darauf haben sich alle interessierten Akteure einzustellen.

Obgleich moderne demokratische Systeme nicht ohne politische Öffentlichkeit denkbar sind, bildet diese keineswegs ein überschaubares und genau vermessenes sozialwissenschaftliches Terrain. Deshalb wird im ersten Teil dieses Essays eine begriffliche und konzeptionelle Klärung versucht. Im weiteren stehen zwei Fragen im Mittelpunkt: Aus welchen Gründen nimmt die Bedeutung der Massenmedien für politische Kommunikation zu? Welche Anpassungszwänge ergeben sich daraus für die politischen Akteure und was bedeutet das für po-

litische Kommunikation im allgemeinen und politische Urteilsbildung im besonderen?

1. Politische Öffentlichkeit: Begriff, Funktionen, Strukturen

1.1. Annäherungen

Wenn ein konstitutives Merkmal von *Öffentlichkeit*, im Unterschied zur Sphäre des Privaten, darin besteht, daß das dortige Sprechen und Handeln der Wahrnehmung eines potentiell unabgegrenzten Publikums zugänglich ist (Habermas 1962, 52), dann realisiert sich Öffentlichkeit am ehesten unter den Bedingungen moderner Massenkommunikation. Was sonst, wenn nicht die Mittel der Massenkommunikation, sollte Tag für Tag den Anschluß potentiell aller Menschen an öffentliche Vorgänge sicherstellen? Andererseits ist die moderne Mediengesellschaft keine hinreichende Bedingung für demokratische Politik. Korrespondierend zum Beteiligungsangebot an ein unabgeschlossenes Publikum fordert demokratische Politik auch die Öffnung der Öffentlichkeit für prinzipiell alle Angelegenheiten, die in normativer Perspektive als res publica gelten können. Was vor vielen berichtet und besprochen wird, ist in empirischem Sinne gewiß öffentlich. Aber nicht alles, was öffentlich wird, ist res publica. So gewiß in Demokratien ein legitimer Anspruch besteht, Informationen über die Verwendung staatlicher Gelder zu bekommen, so wenig gehört es zu den demokratischen Rechten, die Öffentlichkeit müsse über das Liebesleben eines Tennisstars unterrichtet werden. Empirisch trennen wir die Sphären von Öffentlichkeit und Privatheit aufgrund der Zahl faktisch Ein- und Ausgeschlossener. Die Grenzwerte tendieren im ersten Fall gegen unendlich, im zweiten gegen eins. Normativ trennen wir Öffentlichkeit und Privatheit durch Geltungsansprüche auf den Ein- oder Ausschluß von Sprechern und Themen.

Die heutige Diskussion über Öffentlichkeit, zumal in Frankreich und Deutschland, ist noch immer stark von normativen Vorstellungen beherrscht, die auf eine aufklärerische Vorstellung zurückgehen und nicht zufällig Öffentlichkeit im Singular konzipieren (Gunn 1989, 256). Öffentlichkeit ist hier regulative Idee, Urteilsinstanz und/oder ein Verfahren zur Freilegung von Vernunft durch diskursive Auseinandersetzung (Habermas 1962). Sie hat somit eine besondere Dignität. Im angloamerikanischen Raum dagegen dominiert seit langem eine stärker empirische Betrachtungsweise von *public opinion*, die nicht einmal notwendig eine Mehrheitsmeinung darstellt (Childs 1965, 15–19) und von der, wie schon James Madison und später John Dewey feststellten, eigentlich im Plural gesprochen werden müßte. Die Kategorie von Öffentlichkeit ist somit

mehrdeutig. Öffentlichkeit wird als Terrain wie als Akteur begriffen; sie gilt als Beobachtungssystem wie als Markt von Meinungen; sie präsentiert sich als unverbindliches Stimmengewirr und als Ort und Hort gesellschaftlicher Urteilskraft (Koenen 1993).

Die Rede von *politischer* Öffentlichkeit scheint diesen Unklarheiten eine weitere hinzuzufügen. Wird diesem Begriff nicht, sofern Politik per definitionem von öffentlichen Angelegenheiten handelt, ein überflüssiges Attribut beigeordnet? Ist nicht, gemäß dem bekannten Slogan der feministischen Bewegung, das Private politisch? Hält man sich an einen inzwischen weithin akzeptierten Begriff des Politischen – Politik als Prozeß der Herstellung und Umsetzung gesamtgesellschaftlich bindender Entscheidungen – so ist politische Öffentlichkeit das sichtbare Forum, in dem dieser Gestaltungsanpruch initiiert, kommentiert, repräsentiert, begründet und exekutiert wird. Zur politischen Öffentlichkeit gehören somit die lokale Bürgerinitiative wie das Parlament, das Graffiti eines autonomen »Streetfighters« wie Pressekonferenz eines Ministers, das Interview mit einem ehemaligen Terroristen wie die Normenkontrollklage beim Bundesverfassungsgericht. Das heißt nicht, alle politischen Vorgänge fänden immer und ausschließlich vor den Augen politischer Öffentlichkeit statt; manches Politische wird im Arkanbereich gehalten oder dorthin verlagert – und das selbst ist wiederum ein Vorgang, der öffentlich, und damit Politikum, werden kann.

Die emphatische Idee von Öffentlichkeit taugt in ihrer prozeduralen Wendung als Maßstab politischer Kritik (Habermas 1989), aber kaum als ein sozialwissenschaftliches Konzept. Ein solches sollte mindestens drei Realitätsaspekten Rechnung tragen:

Moderne Öffentlichkeit ist nicht länger »bürgerliche Öffentlichkeit«, die sich in Abgrenzung zum Staat begreift und absolutistische Willkür brechen will. Gesellschaft und Staat sind heute eng verschränkt, politische Macht wird reziprok ausgeübt. Eine Folge davon ist, daß politische Entscheidungsträger Öffentlichkeit brauchen und suchen.

Moderne Öffentlichkeit ist zwar nicht identisch mit massenmedialer Öffentlichkeit, aber diese nimmt eine dominante Stellung im politischen Kommunikationsprozeß ein. Das zwingt die politischen Akteure weithin, sich den Gesetzmäßigkeiten des Medienbetriebs zu unterwerfen, um politische Wirksamkeit entfalten zu können.

Moderne Öffentlichkeit ist kein einheitlich strukturierter Erfahrungs- und Kommunikationsraum. Gab es schon parallel zum Aufkommen »bürgerlicher« auch weitgehend ignorierte Formen »proletarischer Öffentlichkeit« (Negt/Kluge 1972), so ist moderne Öffentlichkeit erst recht in struktureller und fachlicher Hinsicht in Ebenen und Teilöffentlichkeiten differenziert. Zudem zeigen aktuelle Bemühungen um die »Herstellung« von »Gegenöffentlichkeit«, daß Öf-

fentlichkeit ein umstrittenes Terrain darstellt, dessen Bedingungen selbst ein Objekt strategischer Einflußnahme bilden (Koivisto/Valiverronen 1993).

1.2. Funktionen politischer Öffentlichkeit

Es erscheint mir unangemessen, in Luhmannscher Manier Öffentlichkeit im allgemeinen oder speziell politische Öffentlichkeit als ein System analog zu dem von Wirtschaft, Wissenschaft, Kunst usw. zu konzipieren. So ist etwa für Öffentlichkeit kein einzigartiges zentrales Steuerungsmedium und kein binärer Code in Sicht. Gleichwohl stellt sich die Frage, worin der Beitrag von politischer Öffentlichkeit für das Funktionieren von Gesellschaft besteht. Hierbei kann zunächst eine allgemeine Funktionsbestimmung vorgenommen werden, die im nächsten Schritt zu spezifizieren ist.

1.2.1. Politische Öffentlichkeit als intermediärer Raum

Komplexe Gesellschaften bestehen aus differenzierten Teilsystemen, die miteinander in Austausch treten. Dieser Austausch vollzieht sich kaum entlang linearer Grenzen, sondern im Rahmen eigener Bereiche – Richard Münch spricht in diesem Zusammenhang von Interpenetrationszonen –, die intermediäre Systeme darstellen und in denen spezifische Handlungsträger agieren. Politische Öffentlichkeit ist eine solche Zone. Ihre Umwelt bilden funktional spezifizierte Handlungssysteme (dieser Aspekt bleibt hier ausgeklammert) sowie die Sphäre der Privatleute auf der einen Seite und das von der Öffentlichkeit weitgehend abgeschirmte politisch-administrative System auf der anderen Seite (Habermas 1992, 451). Politische Öffentlichkeit stellt Anschlüsse nach beiden Seiten her. Über zwei Schnittstellen werden diese Außenwelten samt ihren je eigenen Rationalitäten kommunikativ miteinander verbunden. Das funktioniert nur durch Übersetzungsleistungen, die man in Anlehnung an einen Begriff von Streeck (1987, 487) als »Management von Interdependenz« bezeichnen könnte. Wie schon einleitend angedeutet, erfolgt öffentliche Kommunikation im Regelfall nicht in face-to-face-Interaktionen, sondern in indirekter Weise: durch Verkettungen verschiedener Handlungsträger (z. B. Delegation), durch Transmission qua Organisation und/oder die Zwischenschaltung von Kommunikationsmedien. Die damit gegebene Logik und Struktur öffentlicher Kommunikation ist vor allem dadurch bestimmt, daß die politischen Akteure vor den Augen des Publikums handeln. Die politischen Akteure treten in aller Regel nicht als Einzelpersonen auf, sondern als Vertreter von Organisationen bzw. Gruppen. Hierbei nehmen Parteien, Verbände, soziale Bewegungen und Massenmedien eine zentrale Stellung ein. Sie sind intermediäre Systeme innerhalb des intermediären Systems politischer Öffentlichkeit, wobei sich ihre Operationsmodi, Ressourcen und internen Verfahrensgrundlagen durchaus unterscheiden (Rucht 1993). Die

Sonderstellung der Massenmedien ist zu beachten. Während Parteien, Verbände und Bewegungen solche Handlungsträger darstellen, die auf die Bündelung und Vertretung bestimmter (politischer) Interessen zugeschnitten sind und deshalb auch eine eigene Programmatik aufweisen, fungieren Massenmedien primär als eine Art Filter bzw. Resonanzboden für externe Themen, Forderungen, Meinungen und Informationen. Sie repräsentieren keine Mitgliederinteressen und weisen im allgemeinen keinen sozialstrukturell und politisch scharf abgrenzbaren Adressatenkreis auf; sie haben allenfalls eine ungefähre politisch-ideologische Linie, aber kein Programm. Und sie sind nicht so sehr wie andere soziale Systeme (etwa Wirtschaft, Recht, Wissenschaft oder Familie) auf eigene Leistungsproduktion angelegt, sondern vielmehr auf die Erzeugung von Resonanzen, deren Impulse zumeist aus der Umwelt kommen. Hierbei haben die neuesten Trends, die lautesten Töne, die ungewöhnlichsten Vorgänge, die erbittertsten Konflikte, die mächtigsten Gruppen und die prominentesten Sprecher die größte Chance, Aufmerksamkeit zu finden (Staab 1990). Für die Beobachtung dieser Umwelt gibt es ausdifferenzierte Rollen und Mechanismen, angefangen vom Wirtschafts- oder Wissenschaftsjournalisten bis hin zur Meinungsforschung im Auftrag von Regierungen und Parteien.

1.2.2. Spezielle Funktionen politischer Öffentlichkeit

Die politischer Öffentlichkeit zugesprochene Grundfunktion der kommunikativen Vermittlung zwischen Privatleuten und Entscheidungsträgern wurde mit dem Bild eines Filters, Übersetzers und Verstärkers veranschaulicht. Diese Metaphorik bleibt allerdings unzureichend und unvollständig. Öffentlichkeit als soziales System sui generis erzeugt auch Töne, formt Meinungen, legitimiert oder delegitimiert soziale Ordnung. In diesem Sinne ist sie multifunktional und sollte nicht schon konzeptionell auf nur eine einzige Funktion reduziert werden. Ein naheliegender Weg zur Erschließung der Funktionen politischer Öffentlichkeit ergibt sich aus der Systematisierung dessen, was in politischer Öffentlichkeit kommuniziert wird. Dies sind Nachrichten, Meinungen, Interessen, Macht und Werte. Entsprechend lassen sich fünf distinkte Funktionen von politischer Öffentlichkeit markieren:

1. *Weitergabe von politischen Informationen.* Um entscheidungs- und strategiefähig zu sein, bedürfen politische Akteure fortlaufend Informationen über sich und vor allem ihre Umwelt. Wichtigste Gegenstände solcher Information sind Ereignisse, Meinungen, Interessen und Zustandsbeschreibungen. Dabei geht es nicht allein um Informationen über Politik i. e. S., sondern auch über andere soziale Teilsysteme (etwa Indikatoren für wirtschaftliche Krisen oder Stimmungen der Bevölkerung). Die Formen bzw. Bahnen dieses Informationstransports sind vielfältiger Art: sie reichen vom Gerücht bis zur Regierungserklärung. Das Gütekriterium für Informationen ist ihr Neuigkeitswert.

2. *Formung und Darstellung von Meinungen.* Politisch relevante Fakten und Zustände sprechen nicht einfach für sich, sondern werden im Lichte von Erfahrungen, Einstellungen, Interessen und Werten interpretiert und bewertet. Diese Wertungen sind nicht bereits gegeben oder liegen auf der Hand, sondern werden, gerade im Falle von kollektiven Akteuren, in der politischen Kommunikation häufig erst geformt. Dem gehen zumeist interne Prozesse voraus (Expertenbefragungen, Klausurtagungen, Mitgliederversammlungen usw.). Im Prozeß der Meinungsbildung kommen Kompromißzwänge, taktische Rücksichten, Meinungsführer, diffuse Stimmungen, eingefleischte Gegnerschaften usw. ins Spiel. Die Ausdrucksmittel politischer Meinung reichen vom Leserbrief bis zum politischen Anschlag. Ein Gütekriterium für die Präsentation von Meinungen ist ihre orientierende Funktion. Sie verdeutlicht den Akteuren, bei wem man in welcher Intensität mit Zustimmung oder Ablehnung rechnen kann.
3. *Vertretung von Interessen.* Hinter der Lancierung von Informationen und der Darstellung von Meinungen stehen zumeist nicht bloßer Mitteilungsdrang, sondern handfeste Interessen. Die Darstellung und Vertretung solcher Interessen in der politischen Öffentlichkeit wird vor allem dann bedeutsam, wenn die Durchsetzung von Interessen nicht mehr oder noch nicht gesichert ist, wenn also neue Konkurrenten bzw. Gegenspieler aufkommen oder wenn diese die Legitimität ihrer Ansprüche und Ziele erst unter Beweis stellen müssen. Gebräuchliche Mittel, um Interessen zu begründen, sind Argumente sowie der Rekurs auf bereits anerkannte Rechte und Werte. Das Gütesiegel von Interessen ist ihre Berechtigung. Da Interessenkonflikte jedoch häufig nicht mit diskursiven Mitteln zu lösen sind, wird darüber vor allem aufgrund der Organisations- und Konfliktstärke der jeweiligen Akteure entschieden.
4. *Herstellung von Entscheidungen.* Interessen werden realisiert und abgesichert durch politische Entscheidungen. Innerhalb des öffentlichen Raums gibt es dafür ausdifferenzierte Teilbereiche mit spezifizierten Kompetenzbereichen. Dies sind vor allem Regierungen, Parlamente und Gerichte. Sie agieren unter den Augen des Publikums, dessen Anwesenheit zumal in Parlamenten und Gerichtssälen eine symbolische Form der Kontrolle darstellt, da formelle Entscheidungsmacht letztlich nur geliehen ist, aber an das Volk als Souverän rückgebunden bleibt. Idealiter geht es somit um die Repräsentation der gesamten Bürgerschaft: Abgeordnete sind »Vertreter des ganzen Volkes«; Urteile ergehen »im Namen des Volkes«. Faktisch wird bei Wahlen, Abstimmungen und Urteilen höherer Instanzen auf das Mehrheitsprinzip zurückgegriffen, das mangels allgemein verbindlicher substantieller Maßstäbe ein prozedurales Gütekriterium darstellt.

Übersicht 1: Funktionen politischer Öffentlichkeit

Funktion	Bezugsmedium	»Währung«
Selektion/Weitergabe von	Informationen	Neuigkeitswert
Formung/Darstellung von	Meinungen	Orientierung
Vertretung von	Interessen	Berechtigung
Entscheidung qua	Macht	Mehrheit
Stabilisierung durch	Werte	Konsens

5. *Stabilisierung von Werten.* Politische Kommunikation und ihre Grundlegung in bestimmten Verfahren und Institutionen hat eine letzte Verankerung in Basisregeln, die als Grundwerte bezeichnet werden können. Die für westliche Demokratien zentralen Werte sind zwar als abstrakte Postulate bereits mit dem modernen Naturrecht und der Aufklärung gesetzt und finden sich in den geltenden Verfassungen. Doch sie können politisches Handeln allenfalls orientieren, aber nicht konkret und zwingend anleiten, denn sie stehen (a) in einem unauflösbaren Spannungsverhältnis (Freiheit und Gleichheit, Mehrheitsprinzip und Minderheitenschutz) und unterliegen (b) interessengeleiteten und von sozialen Kontexten beeinflußten Interpretationen. Grundwerte müssen in politischer Kommunikation fortlaufend symbolisch bekräftigt, in Konfliktfällen auch gegeneinander abgewogen und legitimiert werden. Hierbei geht es nicht allein um kategoriale Prinzipien wie Freiheit, Gleichheit und Brüderlichkeit, sondern auch um die Stabilisierung bzw. Neubildung von kollektiven Identitäten (etwa Nation), die zur Ableitung von Interessen bemüht werden können. Anders als kontingente politische Entscheidungen, die durch Mehrheiten von Parlamenten, Regierungen und Gerichten abgedeckt sind, bemißt sich die Güte von Werten letztlich daran, inwieweit diese gesellschaftlich geteilt werden.

Diese Überlegungen lassen sich noch einmal schematisch zusammenfassen (vgl. Übersicht 1).

Politische Öffentlichkeit ist somit eine Konfiguration von sozialen Räumen, in denen mit ganz unterschiedlichen Gütern bzw. Bezugsmedien »hantiert« wird. Allerdings handelt es sich dabei weder um reine Verschiebebahnhöfe noch um freie Märkte. Zum ersten werden Güter nicht nur transportiert, sondern mit spezifischen Bewertungen versehen. Zum zweiten ist der Zugang zur Verteilung und Bewertung der Güter selektiv. Schließlich werden bestimmte Güter nicht nur angenommen, bewertet und weitergeleitet, sondern innerhalb dieser sozialen Räume erst fabriziert.

1.3. Strukturen politischer Öffentlichkeit

Das Feld politischer Öffentlichkeit ist in seinen fluiden Randzonen schwer abgrenzbar, aber in seinen Kernbereichen durchaus strukturiert. Hierbei können in einer abstrakten Sichtweise zwei unterschiedliche Strukturierungsprinzipien angelegt werden.

1.3.1. Strukturierung nach Reichweite und Rollendifferenzierung

Einer Systematisierung von Gerhards/Neidhardt (1990, 19–26) folgend, kann man sich politische Öffentlichkeit als eine Hierarchie von drei Ebenen vorstellen, die nach dem Grad ihrer strukturellen Verdichtung geordnet sind:

a) *Einfache Interaktionssysteme* (encounters) basieren auf Kommunikationen im Rahmen mehr oder weniger zufälliger Zusammenkünfte von Menschen. Sie sind kaum strukturiert, weisen keine vorgängige Rollendifferenzierung auf und haben bloß episodischen Charakter (Gespräche am Arbeitsplatz, im Bus, in der Warteschlange usw.). Sie besitzen eine große Offenheit und Themenflexibilität. Da sie untereinander nicht verbunden sind, erlauben sie keine Kontinuität der Themenführung und Synthetisierung von Themen und Meinungen.

b) *Veranstaltungen* sind themenzentrierte Interaktionen mit ausdifferenzierten Rollen (Organisatoren, Referenten, Diskussionsleiter, Publikum usw.). Die Teilnahme setzt ein Interesse an Themen bzw. Rednern voraus. Das Publikum hat immerhin limitierte Möglichkeiten zu Äußerungen und Interventionen. Aufgrund ihrer Strukturiertheit und möglicherweise auch kumulativen Effekte besitzen Veranstaltungen im Vergleich zu encounters größere Chancen der Synthetisierung von Meinungen.

c) *Massenmedienkommunikation* beruht auf einer entwickelten technischen Infrastruktur, ausdifferenzierten und professionalisierten Leistungsrollen sowie einem großen, aber zugleich räumlich vom Kommunikator getrennten Publikum, das auf eine weitgehend passive Rolle beschränkt bleibt.

1.3.2. Strukturierung nach Funktionskriterien

In einer stärker funktionsbezogenen Perspektive stellt sich die Struktur politischer Öffentlichkeit in einer anderen Weise dar. Man kann sie sich als eine Konfiguration dreier, auf unterschiedliche Aufgaben zugeschnittener Foren beschreiben, in denen jeweils andere Spielregeln gelten und nur bestimmte Akteurstypen zugelassen sind bzw. bevorzugt auftreten:

a) *Darstellungsorientierte Öffentlichkeiten* dienen im wesentlichen der Weitergabe von Informationen, der Präsentation von Meinungen, der Anmeldung von Interessen, der Inszenierung von Macht und der symbolischen Bekräftigung von Werten. Das kann im Prinzip sowohl in einfachen Interaktionssystemen

und Versammlungen als auch in Massenmedien geschehen. Der äußere Rahmen dieser Öffentlichkeiten ist hochgradig variabel. Er umfaßt Kneipengespräche und Talkshows, Nachrichtensendungen und Expertenbefragungen, Wahlkampfauftritte und Staatsfeiern. Strukturbestimmend bleibt, daß diese Öffentlichkeiten von Entscheidungsdruck entlastet sind. Zumindest für die passive Teilnahme daran bestehen so gut wie keine Ausschlußkriterien. Im politischen Alltag erscheinen diese Öffentlichkeiten vielfach als bloßes Stimmengewirr oder Rauschen, das keine Ordnung von Selektionsleistungen erbringt (Luhmann 1971) und somit für das politische Entscheidungssystem folgenlos bleibt. Erst über größere Meinungsaggregationen bis hin zu scharfen Polarisierungen, über den Modus der »Belagerung von Macht« (Habermas), den gelegentlichen »Aufschrei« der öffentlichen Meinung (z. B. bei Skandalen) oder über indirekte Wirkungsketten (»Wahltag ist Zahltag«) vermag diese Form der Kommunikation Druck auf Entscheidungen zu erzeugen.

b) *Entscheidungszentrierte Öffentlichkeiten* zielen auf politische Beschlußfassung. Damit werden Entscheidungsträger zu den unmittelbaren Adressaten der Kommunikation, während das Publikum nur eine Nebenrolle spielt. Das klassische Beispiel einer entscheidungszentrierten Öffentlichkeit ist das Parlament. In diesem Fall kommt allerdings dem Publikum eine wichtige symbolische Funktion zu, weil seine Anwesenheit nicht nur die Transparenz der Begründungen und des Abstimmungsverhaltens sichern soll, sondern es zugleich die Quelle verkörpert, aus der sich die Entscheidungskompetenz des Parlaments ableitet.

c) *Konfliktregulierende Öffentlichkeiten*, die man auch als einen Unterfall von b) ansehen könnte, dienen der Darstellung und Begründung kontroverser Forderungen mit dem Ziel, durch die Einschaltung eines Dritten, der formelle Entscheidungskompetenz besitzt, eine »gerechte« Lösung herbeizuführen. Das klassische Beispiel hierfür ist das Gerichtsverfahren. Daneben existieren aber auch strukturell ähnliche Schlichtungsmechanismen, etwa öffentliche Anhörungen im Zuge von bau- oder atomrechtlichen Genehmigungsverfahren. Auch hier soll die Öffentlichkeit des Verfahrens symbolisch sicherstellen, daß Richter keine Konfliktpartei strukturell bevorzugen oder Willkürentscheidungen fällen.

1.4. Was ist politische Öffentlichkeit?

Fassen wir die bisherigen Überlegungen zusammen: Politische Öffentlichkeit ist ein Raum der Vermittlung zwischen Bürgern und politischen Entscheidungsträgern, innerhalb dessen Informationen selegiert und weitergegeben, Meinungen geformt und dargestellt, Interessen vertreten, Entscheidungen gefällt und

Werte stabilisiert werden. Im Hinblick auf den Grad seiner Rollendifferenzierung und seiner Reichweite für das Publikum ist dieser Raum strukturiert in einfache Interaktionssysteme, Veranstaltungen und massenmediale Kommunikation, im Hinblick auf seine primäre Aufgabenstellung in darstellungsorientierte, entscheidungszentrierte und konfliktregulierende Öffentlichkeiten.

2. Massenmedien und politische Öffentlichkeit

Kommen wir auf die eingangs gestellten Fragen nach den Gründen für den Bedeutungszuwachs von Massenmedien für politische Kommunikation und den damit verbundenen Implikationen und Problemen zurück.

2.1. Vorteile massenmedialer Kommunikation

Die Bedeutung vermittelter, und namentlich massenmedialer politischer Öffentlichkeit hat im Laufe des 19. und insbesondere des 20. Jahrhunderts zu Lasten von kleinen Präsenzöffentlichkeiten (encounters, Veranstaltungen) enorm zugenommen. Ihr Gewicht ergibt sich zum einen aus der oben aufgezeigten Multifunktionalität, die erst unter demokratischen Bedingungen voll zur Entfaltung kommen kann. Interessierte Bürger wie politische Entscheidungsträger brauchen und nutzen Massenmedien nicht nur als Mittel wechselseitiger Beobachtung, sondern suchen möglichst breite Resonanz zur Legitimation und Durchsetzung von Interessen. Das gelingt nur in dem Maße, wie die Beteiligten die Funktionsmechanismen der Massenmedien erkennen und sich darauf einlassen, was sogar in symbiotische Beziehung münden kann (Plasser 1985; Jarren 1988). Zum anderen resultiert die Schlüsselstellung der Massenmedien aus bestimmten strukturellen Eigenschaften, die ihnen gewisse Vorteile im Vergleich zu weniger voraussetzungsvollen Formen politischer Öffentlichkeit sichern:

Die vielleicht attraktivste Eigenschaft für die Teilnehmer an massenmedialer Kommunikation ist deren räumliche und soziale Reichweite. Diese ermöglicht den Anschluß eines in seiner Zahl und seiner Zusammensetzung prinzipiell nicht abgegrenzten Publikums.

Ein zweiter, mit ihrer großen Reichweite eng zusammenhängender Vorteil der Massenmedien ist die räumliche Unabhängigkeit von Kommunikator und Publikum – eine besonders für Politik in großen Flächenstaaten wichtige Bedingung. Die kommunizierte Mitteilung ist im Grunde überall abrufbar; Sprecher und Hörer müssen nicht wie bei encounters und Veranstaltungen am gleichen Ort zusammenkommen.

Zum dritten hat sich mit den technischen Fortschritten im Bereich des Transports und der Verarbeitung von Information der zeitliche Abstand zwi-

schen Ereignis und Rezeption beim »Endverbraucher« verkürzt. Zugleich wird mit dem Einsatz audiovisueller Medien zumindest partiell der spezielle Vorteil unmittelbaren Erlebens kompensiert, den die direkte Teilnahme an encounters und Veranstaltungen gewährt.

Viertens erlangten die modernen Massenmedien eine gewisse Unabhängigkeit, indem sie sich weitgehend aus ihrer engen Bindung an bestimmte politisch-ideologische Lager befreiten (Donsbach 1993, 393) und im Rahmen demokratisch-rechtsstaatlicher Rahmensetzung vor direkten Zugriffen des Staates oder bestimmter Interessengruppen geschützt wurden (v. a. Pressefreiheit). Das befähigt sie in Verbindung mit der Ausprägung berufsethischer Normen, relativ distanziert über das politische Geschehen zu berichten, wenig Rücksicht auf die jeweiligen politischen Machthaber nehmen zu müssen und sich aus Grabenkämpfen herauszuhalten. Gerade aufgrund dieser relativen Autonomie, die nicht notwendig mit einer größeren Autonomie der Journalisten einhergeht (Curran 1991, 99), kommt Massenmedien in bestimmten Situationen eine wichtige Rolle als Quasi-Urteilsinstanz zu.

Schließlich stabilisiert die Professionalität der modernen Massenmedien, sofern sie nicht zu manipulativen Zwecken mißbraucht wird, bestimmte berufsethische Standards. Dazu gehört das Prinzip der Ausgewogenheit, die journalistische Sorgfaltspflicht (z. B. Verifizierung heikler bzw. nicht bestätigter Informationen) und die Trennung von Nachricht und Meinung. Hiervon profitieren insbesondere solche politischen Akteure, die sich strukturell in einer schwächeren Position befinden (Oppositionsparteien, soziale Minderheiten) bzw. wenig Chancen der eigenen Beschaffung und Überprüfung von Informationen haben (vor allem das breite Publikum).

Angesichts dieser Leistungen fällt es schwer, sich moderne demokratische Politik ohne Massenmedien vorzustellen. Nicht zufällig geht die Ausformung moderner Flächenstaaten, demokratisch-rechtsstaatlicher Institutionen und unabhängiger Massenmedien Hand in Hand, wenngleich sie sich keineswegs zwangsläufig bedingen.

2.2. Entwicklungstrends, Implikationen und Probleme politischer Massenkommunikation

Die angeführten prinzipiellen Stärken von (politischer) Massenkommunikation werden teilweise durch neuere Entwicklungen gesteigert: (a) Zumindest ein Teil der modernen Massenmedien, die zunächst aus logistischen Gründen, vor allem aber aufgrund der Sprachbarrieren überwiegend innerhalb eines nationalen Rahmens agierten, entwickelt sich aufgrund internationaler Kapitalverflechtungen, moderner Kommunikationstechniken und rascher Übersetzungsleistungen (bis hin zu Simultanübersetzungen) zu supranationalen Medien mit einem

globalen Publikum (Gurevitch 1991). Dieser Prozeß geht, wie die Schwierigkeiten der Herausbildung einer europäischen Öffentlichkeit zeigen (Gerhards 1993), ungleich langsamer voran als zunächst erwartet, aber er weist gleichwohl in die angezeigte Richtung. (b) Neben der räumlichen Entkoppelung von Kommunikatoren und Publikum ergibt sich in wachsendem Maße auch eine räumliche, teils auch institutionelle Entkoppelung der Sammlung und Verarbeitung von Informationen. Der Anteil von Eigenberichten nimmt zugunsten von Agenturmeldungen ab. Diese Entwicklung ist für sich genommen nicht problematisch, so lange eine Angebotsvielfalt auf Seiten der Agenturen besteht und entsprechende Qualitätsstandards eingehalten werden. (c) Weiterhin wird dank der Möglichkeiten elektronischer Nachrichtenübermittlung und insbesondere der Live-Übertragung die Zeitdifferenz zwischen Ereignis und Bericht praktisch aufgehoben. Die räumliche Entfernung spielt dabei keine Rolle mehr. (d) Schließlich wächst innerhalb der Massenmedien die Professionalisierung und Arbeitsteiligkeit. Die journalistische Fachkompetenz und das Berufsethos werden gestärkt; das Gewicht medieneigener Selektionskriterien nimmt zu und vermag damit eine höhere Autonomie gegenüber externen Interventionsversuchen zu gewährleisten.

Obgleich sich also Reichweite, räumliche Unabhängigkeit, Geschwindigkeit und Professionalität massenmedialer politischer Kommunikation erhöht haben, wäre es naiv, damit verbundene, aber auch aus anderen Quellen resultierende Probleme zu übersehen. Ohne Anspruch auf Originalität und Vollständigkeit sollen fünf Aspekte herausgehoben werden:

a) Die Dominanz audiovisueller Medien, Aktualitätsdruck und die Tendenz zur Live-Übertragung begünstigen ereignisbezogene und sensationsträchtige Berichterstattungen zu Lasten von abgeklärten, ausholenden und schnelle Eindrücke korrigierenden Analysen. Zugleich entsteht damit ein Schein von Authentizität, der den Zuschauer glauben macht, er sei gleichsam am Ort des Geschehens und die ihm dargebotene Perspektive wäre alternativlos und insofern »objektiv«.
b) Die durch die Angebotsvielfalt und Vermehrung der Informationen pro Zeiteinheit ausgelöste Informationsflut gehört zum Standardtopos zeitgenössischer Medienkritik. Entsprechende Beschwörungen einer Reizüberflutung, Entfremdung und Orientierungslosigkeit haben sich allerdings als überzogen herausgestellt. Auch wird deutlich, daß Reizüberflutung nicht notwendig in Überreizung mündet, sondern häufig mit entschiedener Abwendung oder aber gezielter Selektion beantwortet wird. Gleichwohl bleibt gültig: »Nicht die Menge, sondern die Struktur und Ordnung der Information, d. h. also der sie orientierende und plausibilisierende Kontext der Urteile und Bewertungen, begründen eine qualitative Öffentlichkeit.« (Guggenberger 1993, 290) Genau daran fehlt es weithin.

c) Aus der an sich wünschenswerten Autonomie von Massenmedien gegenüber Staat und gesellschaftlichen Interessengruppen ergibt sich paradoxerweise ein Verlust an politischer Konturierung der Medienlandschaft. Zumindest innerhalb ihres jeweiligen Genres werden damit viele Medien für den Rezipienten austauschbar. Ein Effekt davon ist, daß die Publikumsbindung an bestimmte Medien nachläßt, was wiederum die Medien untereinander in einen verschärften Konkurrenzkampf treibt. Symptomatisch dafür ist das in Fernsehsendungen immer häufiger zu hörende »Bleiben-Sie-dran«. Das tägliche Ringen um Leser, Zuhörer und Zuschauer belebt eben nicht nur das Geschäft, sondern zeitigt auch negative Konsequenzen, die vor allem bei Rundfunk und Fernsehen offenkundig werden (Gurevitch/Blumler 1990; Keane 1991). Die Darstellung politischer Sachverhalte wird zunehmend auf ihre Attraktivität für ein möglichst breites Publikum kalkuliert; die oberflächliche Buntheit des Angebots suggeriert ein Spektrum von Wahlmöglichkeiten, das inhaltlich kaum abgedeckt wird. Das begünstigt die ohnehin angelegten Trends der mediengerechten Inszenierung von Konflikten, der Personalisierung von Politik, der Vereinfachung komplexer Sachverhalte und der Einführung von (unterschwelligen) Unterhaltungselementen in politische Kommunikation. Besonders private Fernsehsender haben sich dabei hervorgetan, politische Themen als Gladiatorenkämpfe zu inszenieren.

d) Auch die in vieler Hinsicht vorteilhafte Professionalisierung des Massenmediensystems kann zu durchaus problematischen Konsequenzen führen. So ist es wahrscheinlich, daß laienhafte Versuche der Beteiligung an politischer Kommunikation von den Massenmedien zunehmend ausgegrenzt werden, Nachrichtenangebote (z. B. Pressemitteilungen) eher aufgrund ihrer formalen Präsentation als wegen ihres Inhalts Berücksichtigung finden, Meinungsführerschaften gefestigt sowie suggestive und manipulative Techniken der Präsentation verfeinert und zugleich unsichtbarer gemacht werden. Es ist bemerkenswert, wie sehr Rundfunk und Fernsehen bemüht sind, öffentliche Meinungen in den Modalitäten einer direkten Kommunikation zwischen Individuen in Szene zu setzen (Livet 1989), expressive Momente einzufangen und damit lebensweltliche Unmittelbarkeit suggerieren. Andererseits führt die Professionalität und die immer aufwendigere technische Infrastruktur der Massenmedien nicht durchgängig zur Abschottung gegenüber Laien bzw. neuen Konkurrenten. Leistungsfähige und leicht verfügbare Kommunikationstechnologien (insbesondere Video und Computer) bieten auch überraschende Möglichkeiten für politische Außenseiter bzw. Einsteiger in das Kommunikationssystem – Möglichkeiten, die freilich weder in ihrer Gesamtwirkung überschätzt werden sollten noch einseitig als Gutschrift auf dem Konto kritischer Öffentlichkeit abzubuchen sind. Von diesen technischen Möglichkeiten profitieren nicht nur internationale Netzwerke, wie die »Asso-

ciation for Progressive Communication«, die sich u. a. der Verteidigung der Menschenrechte widmen, sondern auch rechtsradikale Gruppen.

e) Gerade weil sich das Massenmediensystem gegenüber anderen politischen Kommunikationsformen als so dominant erweist, löst es bei politischen Akteuren starke Anpassungsleistungen mit problematischen Konsequenzen aus. Wo Geschwindigkeit und mediengerechte Präsentation Trumpf wird, bleiben Nachdenklichkeit, Sperrigkeit, Ambivalenz und das Bemühen um Differenziertheit auf der Strecke. Die Auswirkungen dieser Selektionskriterien lassen sich am Führungspersonal der politischen Parteien ablesen. Ausnahmen bestätigen die Regel. Die Gesetze massenmedialer Kommunikation schlagen selbst bei jenen Akteuren durch, die eher unverdächtig sind, Präsentationsformen über politische Inhalte zu stellen. Davon legen nicht nur die Aktionen von Greenpeace Zeugnis ab (Rucht 1993a), sondern auch ein der Presse übergebener »Geschäftsbericht 1992« einer autonomen Gruppe in Berlin, die sich u. a. darauf verlegt hat, »Bonzenautos abzufackeln« (tageszeitung vom 5. 2. 1993). An den Massenmedien und ihren Gesetzmäßigkeiten führt offensichtlich kaum ein Weg vorbei, wenn Politik in nationalem oder gar internationalem Rahmen betrieben werden soll. Das zeigte sich auch bei fast allen Versuchen zum Aufbau von »Gegenöffentlichkeit«, die entweder scheiterten, unbedeutend blieben oder aber sich nolens volens auf die Mechanismen der Massenmedien einließen.

3. Fazit

Politische Öffentlichkeit ist zunehmend massenmedial vermittelt. Zu Unrecht wird hierbei die Kategorie der Vermittlung auf den Aspekt des Nachrichtentransports verengt. Ebenso eindimensional ist auch die Metapher der politischen Öffentlichkeit als Spiegel, in dem Politiker einerseits ihr (Wähler-)Publikum, andererseits Bürger Politiker beobachten und damit aufeinander reagieren können (Luhmann 1992, 121). Die Massenmedien sind nicht nur »mirror«, sondern auch »moulder«. Durch die Medienvermittlung entstehen keine bloßen Abbilder, sondern von den Medien gefilterte, mitgestaltete, zuweilen sogar erzeugte Konstruktionen (Tuchman 1978; Schulz 1987; Gamson u. a. 1992). Ein empirisches Konzept politischer Kommunikation bleibt unzureichend, wenn es (a) dem Aspekt der sozialen Konstruktion der Kommunikationsinhalte nicht Rechnung trägt, (b) den unterschiedlichen Status der kommunizierten Objekte – Informationen, Meinungen, Interessen, Macht und Werte – übersieht und (c) politische Öffentlichkeit nicht in ihrer internen Strukturierung aufschlüsselt.

Massenmedien weisen gegenüber anderen Formen politischer Kommunikation spezifische Vorteile auf und kommen den Anforderungen moderner Demo-

kratien im Rahmen großer Flächenstaaten in besonderer Weise entgegen (Gerhards 1991). Allerdings beeinflussen die massenmedialen Mechanismen in einer nicht unproblematischen Weise die Inhalte, Präsentationsformen und Wirkungen politischer Kommunikation. Das zeigt sich besonders an neueren Entwicklungen, die u. a. darauf hinauslaufen, einen Schein von Authentizität zu erzeugen, vor allem Geschwindigkeit und Masse von Information zu prämieren, das strategische Moment von Themenauswahl und Präsentation zu verdecken (Champagne 1990; Kepplinger 1992) und politische Akteure zur Anpassung an die Gesetze des Medienbetriebs zu zwingen. Allerdings ist daraus keine durchgehend pessimistische Sicht auf politische Kommunikation abzuleiten. Entwicklungen, die der Ausbildung einer kritisch-aufklärerischen Öffentlichkeit abträglich sind, werden teilweise von gegenläufigen Trends begleitet. Zumindest für die Bundesrepublik läßt sich im Rückblick auf die vergangenen Dekaden folgern, daß es um die politische Kommunikation so schlecht nicht bestellt sein kann, haben doch demokratische Werte eine stärkere Verankerung gefunden und sind politisches Interesse und Partizipationsbereitschaft gewachsen. Die jüngste Welle von Rechtsradikalismus und Ausländerfeindlichkeit, an der Teile der Massenmedien nicht unschuldig sind, beweist aber zugleich, daß es keine Automatik politischer Aufklärung gibt.

Literaturverzeichnis

Champagne, Patrick (1990): Faire l'opinion. Le nouveau jeu politique. Paris: Editions de Minuit.

Childs, Harwood L. (1965): Public Opinion: Nature, Formation and Role. Princeton: Princeton University Press.

Curran, James (1991): Mass Media and Democracy: A Reappraisal. In: James Curran/Michael Gurevitch (Hrsg.), Mass Media and Society. London u. a.: Arnold, S. 82–117.

Donsbach, Wolfgang (1993): Inhalte, Nutzung und Wirkung politischer Kommunikation. In: Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft, 22, S. 389–407.

Gamson, William/Croteau, David/Hoynes, William/Sasson, Theodor (1992): Media Images and the Social Construction of Reality. In: Annual Review of Sociology, 18, S. 373–393.

Guggenberger, Bernd (1993): Vom drohenden Verfall der Urteilskraft. Kulturgesellschaft und Medienkultur. In: Publizistik, 38, S. 280–291.

Gunn, J. A. W. (1989): Public opinion. In: Terence Ball/James Farr/Russell L. Hanson (Hrsg.), Political Innovation and Conceptual Change. Cambridge: Cambridge University Press, S. 247–265.

Gurevitch, Michael (1991): The Globalization of Electronic Journalism. In: James Curran/Michael Gurevitch (Hrsg.), Mass Media and Society. London u. a.: Arnold, S. 178–193.

Gurevitch, Michael/Blumler, Jay G. (1991): Political communication systems and de-

mocratic values. In: Judith Lichtenberg (Hrsg.), Democracy and the mass media. Cambridge: Cambridge University Press, S. 269–289.
Keane, John (1991): Democracy and the media. In: International Social Science Journal, 129, S. 523–540.
Koenen, Elmar (1993): Macht »Öffentlichkeit« Sinn? Erweiterte Fassung eines Vortrags bei der Jahrestagung der Sektion Massen- und Kommunikationssoziologie vom 16.–18. September 1993 am Wissenschaftszentrum Berlin.
Gerhards, Jürgen (1991): Die Macht der Massenmedien und die Demokratie: Empirische Befunde. Discussion Paper FS III 91–108. Wissenschaftszentrum Berlin.
Gerhards, Jürgen (1993): Westeuropäische Integration und die Schwierigkeiten der Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit. In: Zeitschrift für Soziologie, 22, S. 96–110.
Gerhards, Jürgen/Neidhardt, Friedhelm (1990): Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellungen und Ansätze. Discussion Paper FS III 90–101. Wissenschaftszentrum Berlin.
Habermas, Jürgen (1962): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Neuwied/Berlin: Luchterhand.
Habermas, Jürgen (1989): Volkssouveränität als Verfahren. Ein normativer Begriff von Öffentlichkeit. In: Merkur, 43, S. 465–477.
Jarren, Otfried (1988): Politik und Medien im Wandel: Autonomie, Interdependenz oder Symbiose? In: Publizistik, 33, S. 619–632.
Kepplinger, Hans Mathias (1992): »Ereignismanagement«. Wirklichkeit und Massenmedien. Zürich: Edition Interfrom.
Luhmann, Niklas (1971): Öffentliche Meinung. In: ders., Politische Planung. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 9–34.
Luhmann, Niklas (1992): Beobachtungen der Moderne. Opladen: Westdeutscher Verlag.
Negt, Oskar/Kluge, Alexander (1972): Öffentlicheit und Erfahrung. Zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
Plasser, Fritz (1985): Elektronische Politik und politische Technostruktur reifer Industriegesellschaften – Ein Orientierungsversuch. In: Fritz Plasser/Peter A. Ulram/Manfried Welan (Hrsg.), Demokratierituale. Wien: Böhlau, S. 9–31.
Rucht, Dieter (1993): Parteien, Verbände und Bewegungen als Systeme politischer Interessenvermittlung. In: Oskar Niedermayer/Richard Stöss (Hrsg.), Stand und Perspektiven der Parteienforschung. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 251–275.
Rucht, Dieter (1993a): Ökologischer Protest als kalkulierte Rechtsverletzung: Struktur, Aktionen und Wirkungen von Greenpeace und Earth First! In: Komitee für Grundrechte und Demokratie (Hrsg.), Ziviler Ungehorsam. Traditionen, Konzepte, Erfahrungen, Perspektiven. Sensbachtal: Komitee für Grundrechte und Demokratie, S. 283–304.
Schulz, Winfried (1987): Politikvermittlung durch Massenmedien. In: Ulrich Sarcinelli (Hrsg.), Politikvermittlung. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, S. 129–144.
Staab, Joachim Friedrich (1990): Nachrichtenwerttheorie. Formale Struktur und empirischer Gehalt. München/Freiburg: Alber.
Streeck, Wolfgang (1987): Vielfalt und Interdependenz. Überlegungen zur Rolle von in-

termediären Organisationen in sich ändernden Umwelten. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 39, S. 471–495.
Tuchman, Gaye (1978): Making News: A Study in the Construction of Reality. New York: The Free Press.
Wirsching, Andreas (1990): Parlament und Volkes Stimme. Unterhaus und Öffentlichkeit im England des frühen 19. Jahrhunderts. Göttingen: Vandenhoek & Ruprecht.
Vivet, Pierre (1989): Médias et limitations de la communication. In: Dominique Wolton (Hrsg.), Le nouvel espace publique. Paris: Editions du CNRS, S. 67–76.