

### Definition und Problemstellung

- Öffentlichkeit manchmal synonym für Öffentlichkeit in Teilbereichen der Gesellschaft gebraucht: Politik, Kunst, Wissenschaft
- Habermas 1992: Ö. ist Netzwerk für Kommunikation von Inhalten und Stellungnahmen (Meinungen) – Kommunikationsflüsse so gefiltert, dass sie sich zu themenspezifisch gebündelten öffentlichen Meinungen verdichten
- Gerhards 1998: (Politische) Ö. besteht aus Vielzahl von Kommunikationsforen, Zugang offen, individuelle u. kollektive Akteure äußern sich vor breitem Publikum zu polit. Themen – Produkt der Kommunikationen in der Ö. heißt öffentliche Meinung – unterscheidbar von aggregierten Individualmeinungen der Bürger
- Auseinandersetzung um Grenzziehung zwischen öffentl. u. privaten Handlungsbereichen: was soll durch Ö. (im Sinne polit. Gemeinschaft) geregelt werden, was bleibt privater Entscheidung überlassen?
- Legitimität demokrat. Herrschaft bedarf der Ö: zur Kontrolle der staatl. Institutionen u. polit. Handlungen
- In Sozialwissenschaften Begriff Ö. normativ (n) u. empirisch-analytisch (e-a) verwendet – auch e-a Verwendungen enthalten meist (implizit) normative Elemente, da diese von Ö. nicht getrennt werden können – Grundlagen u. Wandel der n Gehalte des Ö.verständnisses ist empirische Frage
- Normativer Zugang zu Ö geschieht über polit. Institutionen der modernen demokrat. Gesellschaft, die der Ö. um der Transparenz (und nur mit der können sie funktionieren) willen bedürfen – Meinungs- u. Redefreiheit werden so zur Bedingung der Vernunft – Ö. wird so zentrale Forderung der Aufklärung gegenüber Staatsgewalt der Anciennes Regimes – Ö. Schlüsselbegriff der modernen Staats- u. Gesellschaftstheorie: Vernunft, Rationalität, Grundrechte, Gerechtigkeit, Souverän, Demokratie verweisen alle auf Ö.
- Wirkung der Ö. äußert sich empirisch an Kritik an seinen uneingelösten Potentialen: in Moderne Forderungen, sich zu legitimieren und das Prinzip der Ö. anzuerkennen, auch an totalitäre u. traditionale Herrschaftsordnungen
- Definitionen der „öffentlichen Meinung“: durch Umfragen o. Wahlen gewonnene Summe von Einzelmeinungen (Aggregationsprinzip), Mehrheitsmeinung (Majoritätsprinzip), Ergebnis rationaler u. kritischer Diskussion in der Ö. (Diskursprinzip), öffentl. Meinung als Fiktion, da erst durch ihre Messung hergestellt u. rhetorisches Instrument (Projektionsprinzip)
- Träger der öffentl. Meinung: je nach Konzept Medien, polit. Eliten, Mehrzahl der Bürger

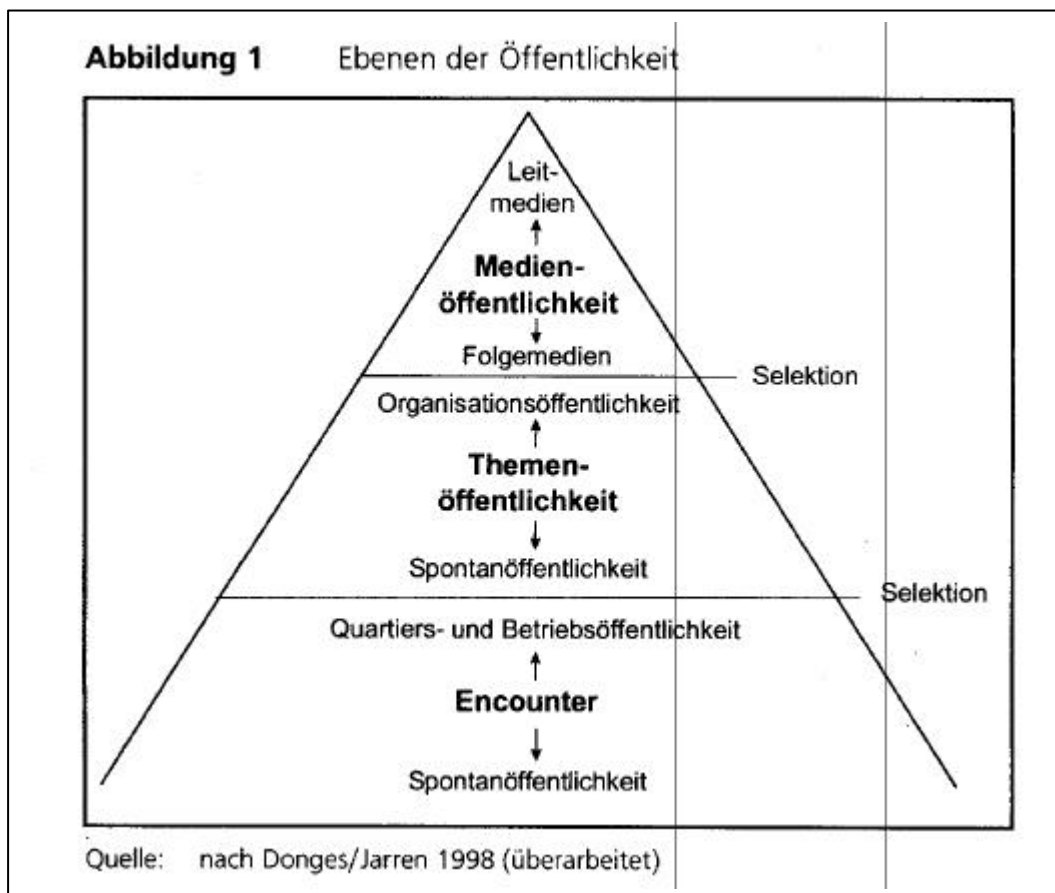
### Differenzierungen der Öffentlichkeit

#### **Ebenen von Öffentlichkeit**

1. *Encounter-Ebene* (bzw. „*Kommunikation au trottoir*“): z.T. spontane öffentl. Kommunikation auf Straße, am Arbeitsplatz, zu Hause – Ö. ist hier einfaches Interaktionssystem – jeder kann Sprecher u. Publikum sein – keine Rolle des Vermittlers – meist räumlich, zeitlich, sozial beschränkt – fließende Übergänge zw. privater Kommunikation mit selektiven Publikumsbezügen u. öffentl. Komm. gegenüber prinzipiell unbegrenztem Publikum
2. *Themen- o. Versammlungsöffentlichkeit*: thematisch zentrierte Interaktions- o. Handlungssysteme (z.B. Veranstaltungen u. Demos), die spontan entstehen oder hoch

organisiert sind – Sprecher, Vermittler u. Publikum wechseln seltener die Rolle (= stärkere Differenzierung von Leistungs- u. Publikumsrollen) – Themenöffentlichkeiten größere innere Stabilität, erlangen eher allg. Aufmerksamkeit

3. *Medienöffentlichkeit*: Differenzierung der Rollen am ausgeprägtesten – Bereit- u. Herstellung von Themen durch spezialisierte Personen (z.B. Journalisten) – im Ggs. zu anderen Formen der Ö. hat MedienÖ. relativ dauerhaftes Publikum (da Medien potentiell alle Mitglieder der Gesellschaft erreichen) – innerhalb der MedienÖ. Leitmedien, die in einzelnen Arenen der Ö. führende Stellung einnehmen u. Anschlusskommunikation ermöglichen (Folgemedien orientieren sich an deren Berichterstattung)
  - Zwischen Ebenen der Ö. Selektionsstufen: nur wenige Themen von Stufe 1 bzw. 2 gelangen auf Ebene 2 bzw. 3 – in Komm.wissenschaft sind auch Interaktionsbeziehungen zw. diesen Stufen von Interesse und damit die Bedingungen von Anschlusskomm.



### Akteure und Rollen in der Öffentlichkeit

- Akteursgruppen u. Rolleninhaber: Sprecher, Vermittler, Publikum – nur Akteure können ihre Rollen wechseln, das Publikum nicht
- Akteure können zugleich Rolle als Sprecher, Vermittler zw. Publikum u. Sprecher o. Publikum auftreten – Publikum bleibt immer Publikum, da als Kollektiv nicht handlungsfähig – so ist Ö. sozialer Raum, in dem sich Akteure in best. Rollen bewegen können
- *Sprecher*: Angehörige kollektiver o. korporativer Akteure – können versch. Rollen in Ö. wahrnehmen:
  1. Repräsentanten, indem sie sich als Vertreter gesell. Gruppen u. Org.s äußern
  2. Advokaten, die ohne polit. Vertretungsmacht im Namen von Gruppen deren Interessen vertreten

3. Experten mit wissenschaftlich-technischen Sonderkompetenzen
4. Intellektuelle, die sozialmoralische Sinnfragen aufnehmen
5. Kommentatoren = Journalisten, die zu öffentl. Angelegenheiten sich mit eigener Meinung zu Wort melden

→ müssen sich Laienschaft (s.u.) des Publikums anpassen u. wissen manchmal nicht, wer ihr Publikum ist

- *Vermittler*: v.a. Journalisten – in Mehrzahl innerhalb von Org.s wirkend u. nach publizistischem Programm arbeitend – aufgrund u. entsprechend ihrer Programmierung verfolgen sie systematisch gesell. Bereiche
- *Publikum*: Adressat der Äußerungen von Sprechern u. Vermittlern, die Zustimmung des Publikums bei polit. Komm. der Bürger für Entscheidung o. Maßnahme erzielen müssen – Präsenz u. Zusammensetzung des Publikums schwankt in Abhängigkeit von Themen, Meinungen, Sprechern, Medien – zumeist Laien (umso mehr, je größer das Publikum) – sozial heterogen – nicht bis schwach organisiert (deshalb kann es nicht aktiv handeln)

## Theorien von Öffentlichkeit

### **Funktionen von Öffentlichkeit**

- Neidhardt 1994: drei mögliche Funktionsbestimmungen von Ö: Kommunikationssystem, in dem Themen u. Meinungen {A} gesammelt (Input) {B} verarbeitet (Throughput) {C} weitergegeben (Output) werden – für diese drei Prozesselemente nach Neidhardt untersch. normative Ansprüche
  1. *Transparenzfunktion*: Ö. soll offen für alle gesell. Gruppen u. für alle Themen u. Meinungen von kollektiver Bedeutung sein
  2. *Validierungsfunktion*: Ö.sakteure sollen mit Themen u. Meinungen anderer diskursiv umgehen u. ihre eigenen unter Druck der Argumente ggf. revidieren
  3. *Orientierungsfunktion*: öffentl. Komm., die diskursiv betrieben, erzeugt „öffentl. Meinungen“, die Publikum als überzeugend akzeptieren kann

### **Systemtheoretische Spiegelmodelle**

- Ö. ermöglicht demnach die Selbstbeobachtung u. Herstellung einer Selbstbeschreibung von Gesellschaft mittels Veröffentlichung von Themen – Beobachter sieht wie durch Spiegel wie er selbst in öffentl. Meinung abgebildet u. er sieht Konkurrenten u. Möglichkeiten, die für ihn interessieren o. nicht – letzteres relevant für Akteure, die breites Publikum brauchen, z.B. um Wahl zu gewinnen: sie erfahren so relevante Themen, Positionen anderer Akteure, um selbst handeln zu können
- Modell ist normativ anspruchlos – es lässt sich nur Forderung nach Offenheit auf Input-Seite ableiten (Transparenzfunktion), damit Selbstbeobachtung nicht beeinträchtigt – über diskursive Validierung u. Orientierung durch überzeugende Argumente werden keine Aussagen gemacht

### **Diskursmodelle**

- Normativ anspruchsvoller – v.a. von Habermas entwickelt, der alle drei Funktionen von Ö. betont
- Transparenzfunktion (nach Haberm.): bürgerl. Ö. steht u. fällt mit Prinzip des allg. Zugangs (das sei Grundrecht jedes Individuums inkl. der materiellen Lebensbedingungen, die das ermöglichen): wenn auch nur eine Gruppe ausgeschlossen, gibt es keine Ö.

- Validierungsfunktion (nach H.): erfüllt, wenn Akteure in Ö. kommunikativ handeln (Handlungspläne der Akteure nicht über egozentrische Erfolgskalküle, sondern Akte der Verständigung koordiniert: Beteiligte nicht primär am eigenen Erfolg orientiert, sondern verfolgen eigene Ziele unter Bedingung, dass Handlungspläne gegenseitig abgestimmt werden können) – dies setzt auf Einverständnis u. Verständigung – zum Einverständnis eines Hörers kommt es erst dann, wenn dieser nicht nur den Äußerungen des Sprechers, sondern auch den Gründen zustimmen kann
- Orientierungsfunktion (nach H.): Entscheidungsträger im polit. System sollen möglichst eng an öffentl. Meinung gebunden werden = Prinzip der Volkssouveränität, alle Staatsgewalt geht vom Volke aus: erst das ist institutionalisierte Praxis staatsbürgerlicher Selbstbestimmung

**Abbildung 2** Idealtypische Gegenüberstellung des Spiegelmodells und des diskursiven Modells von Öffentlichkeit

|  | Spiegelmodell  | Diskursives Modell   |
|--|--|--|
| I. Input<br>Akteure<br>Akteurs-<br>repräsen-<br>tanz | Kollektive Akteure<br><br>Zugangschancen für alle Akteure/<br>Abbildung der Akteurspräferenzen<br>der Bürger   | Individuelle Akteure oder bürgernahe<br>kollektive Akteure der Zivilgesellschaft<br><br>Dominanz der Akteure der<br>Zivilgesellschaft                |
| II. Kommuni-<br>kation in<br>der Öffent-<br>lichkeit | Alle Kommunikationen und Hand-<br>lungen sind zugelassen bei gleich-<br>zeitigem Respekt vor Akteuren mit<br>anderen Meinungen   | Kommunikation mit Bezug auf die<br>anderen Akteure<br><br>Kommunikation mit Begründungen<br><br>Kommunikation auf einem hohen<br>Rationalitätsniveau |
| III. Resultate                                       | Öffentliche Meinung als kommuni-<br>zierte Mehrheitsmeinung bestimmt<br>durch die Aggregation der Indivi-<br>dualkommunikationen<br><br>Ausklammerung nicht-konsensfähi-<br>ger Fragen aus der Kommunikation | Konsens oder argumentativ gestützte<br>Mehrheitsmeinung<br><br>Legitimität der Entscheidung<br><br>Gemeinschaftsbildung durch Diskurs                |

Gerhards verwendet für das systemtheoretische Modell den Begriff der „liberalen Öffentlichkeit“, der hier aufgrund unterschiedlicher historischer Verwendungen des Begriffs „liberal“ als nicht zweckmäßig erachtet wird/P.D., K.I.

Quelle: nach Gerhards 1997: 12

### Differenzierungstheoretischer Zugriff

- Ö. kann vor dem Hintergrund des bisher Behandelten als ein Element moderner Gesellschaften beschrieben werden
- Um Ö. analysieren zu können, differenzierungstheoretischer Zugriff nötig, der Bedingungen, Formen, Inhalte der Aufmerksamkeitsgenerierung in der öffentl. Komm. in ihrem sozialen Wandel erfasst
- Es ist zweckmäßig [warum, das wurde mir nicht klar – weil „Funktionen von Öffentlichkeit“ in Bezug auf Medien nicht praktikabel oder so] einen den Bedeutungsfeldern gegenüber offener Ö.sbegriff zu verwenden, in dem Ö. als gegliedertes Netzwerk von Kommunikationen beschrieben – dies ist vertikal u. funktional differenziert – vertikal: neben Komm.ebenen (s.o.) auch untersch. Definitionsmacht u. Partizipationschancen berücksichtigen (empirisch z.B. von Interesse,

warum nicht-etablierte Akteure auf Kosten etablierter Akteure in MedienÖ. Resonanz erzielen)

- Im Hinblick auf medienvermittelte Komm. ist auch Perspektive nötig, die funktionale Differenzierung moderner Gesellschaften beachtet – funktional differenzierte Akteure haben gleichzeitig verschiedene Publikumsrollen = Ö. ist Produkt eines Ausdifferenzierungsprozesses, der mit Moderne beginnt (Urform der Ö.: Versammlung – Periodika der Aufklärung etablieren VersammlungÖ. (s.o.) – mit Entkoppelung der Ökonomie von der Politik an Schwelle zur Moderne Bedingung für spätere Ausdifferenzierung des Mediensystems vom polit. System gegeben) – Medien beziehen sich auf untersch. Publikumsrollen:
  - *Polit. Organisationen*: Bestandteile des polit. Systems, die über Parteien u. Verbände gegenüber Zivilgesellschaft offen – Komm.objekt: neben eigener Klientel Staatsbürgerpublikum in Rolle als Souverän – dazu haben diese Orgs. spezielle Kommunikatorrollen ausdifferenziert und interagieren mit speziellen Marketingorg.s
  - *Ökonomische Orgs*: im Wettbewerb um Aufmerksamkeit u. Prestige ist öffentl. Komm. unverzichtbar – Komm.objekt das nach demograph. Kriterien gegliederte Publikum in Rolle als Konsument
  - *Öffentlich-rechtliche (ö-r) u. private Medienorgs*: beobachtet die Gesellschaft für ihre Teilnehmer u. Teilsysteme – im Zuge der Ablösung von polit. u. religiösen Bindungen transformierte sich Komm.objekt der Medien vom Staatsbürgerpublikum (z.B. Klientel der Parteien) hin zu ebenfalls nach demograph. Kriterien gegliedertem Publikum – Medien haben sich auf öffentl. Komm. spezialisiert u. agieren sehr selbstreferentiell
- Polit. Orgs, ökonom. Orgs, Medienorgs in spannungsreichem Abhängigkeitsverhältnis – ökonomisch voneinander abhängig (bzgl. Herstellung von Entscheidungen, Bekanntheitsgrad, Prestige, ...) – Komm.netz maßgeblich im (historisch variablen) Interdependenzverhältnis der auf Publizität angewiesenen Teilsystemen aus Politik, Ökonomie, Medien generiert
- Neben etablierten, gibt es nicht-etablierte Akteure (soziale Bewegungen, Protestparteien) – an Machtallokation innerhalb des polit. Systems i.d.R. nicht beteiligt, weder an ökonom. noch Mediensystem gekoppelt u. ohne traditionelles Sozialprestige – Resonanzchancen nur über Aktionsformen, die ihre Themen medienwirksam in polit. Komm. einbringen

### Strukturwandel der Öffentlichkeit

#### **Der Strukturwandel der Öffentlichkeit bei Jürgen Habermas**

- „Strukturwandel der Ö.“ geht zurück auf gleichnamige Habilitationsschrift von Habermas, in Tradition der kritischen Theorie von Horkheimer u. Adorno (hatten unter Eindruck des Nationalsozialismus Standardisierung der Kultur u. Vorherrschaft des „Amusements“ beklagt, das im Spätkapitalismus von dem gesucht, der dem mechanischen Arbeitsprozess ausweichen will, um ihm neu gewachsen zu sein)
- Habermas orientiert sich an „Idealtypus“ bürgerl. Ö., einem analytisch herausgearbeiteten, prototypischen Ö.sverständnis der Aufklärungsbewegung – analytische u. normative Ausgangsbasis, um Veränderungen der öffentl. Komm. beobachten zu können
- Habermas unterscheidet sozialen Strukturwandel u. polit. Funktionswandel der Ö. – erstes: H. konstatiert Verschränkung der Trennung der öffentl. u. privaten Sphäre durch wachsende staatl. Eingriffspotentiale in Wirtschaft u. Entwicklung des Sozialrechts (damit Bedeutungsverlust der Orientierungswirkung von Klassenschranken) – Ö.

entgrenzt sich vom Bildungsbürgertum u. Diskurs verliert an Bedeutung – als Folge Entwicklung vom kulturraisonnierenden zum kulturkonsumierenden Publikum

- Polit. Funktionswandel: Entwicklung von VersammlungsÖ. Der Aufklärungsbewegung mit ihren Aufklärungsperiodika hin zu massenmedial „hergestellter“ Ö., die sich vom Publikum ablöst u. durch Staat, Parteien u. org. Privatinteressen der Wirtschaft okkupiert u. „vermachtet“ – Elimination des emanzipativen Gehalts (laut Idealtypus bürgerl. Ö. herrschaftsfreier Diskurs usw.) – Publizität von oben entfaltet, ist statt kritisch manipulativ („Refeudalisierung“)
- Kritik an Habermas` Konzept: Ö.swandel an utopisch-politischen Maßstäben von Teilen der Aufklärungsbewegung beurteilt – dennoch ertragreiches Werk – in Teilen von H. selbst revidiert
- Revision (durch H.) des Ausgangspunkts der Analyse, des Idealtypus bürgerl. Ö.: dessen Überstilisierung entging die Heterogenität des bürgerl. Publikums der Aufklärungsära – außerdem unterschätzte H. Bedeutung „zivilgesell. Assoziationen“, sozialer Bewegungen u. Protestparteien für Themen u. Inhalte der medienvermittelten polit. Komm. – auch wurde Strukturwandel der Ö. den eigenlogischen Differenzierungsprozessen zw. „Vermachtungsinstanzen“ (Politik, Wirtschaft) u. dem Mediensystem nicht gerecht

### Mediensystem und Medialisierung

- Ausdifferenzierung des Mediensystems vom polit. System u. Koppelung der Medien an Marktlogik mit sozialer, polit., ökonom. Ablösung der Medienorg.s von herkömmlichen, sozialräumlich gebundenen Trägern (Parteien, Verbänden, ...) verbunden
- Medien unterliegen mit Marktlogik einem starken Wachstums- u. Konzentrationsprozess – hohe Kapitalversorgung (Akquirierung von Kapital durch Renditeerwartungen möglich) ermöglicht rasche Entwicklung, Medien werden ideologisch offener u. flexibler – generieren so ihr eigenes Publikum, richten ihre Selektions- u. Interpretationslogiken nach dessen Aufmerksamkeitsbedürfnissen aus
- Durch Strukturwandel der Ö. verschärfter Wettbewerb um Aufmerksamkeit – klassische normsetzende u. Zugehörigkeit definierende Institutionen (Schule, Parteien, Religion) verlieren im Zuge der funktionalen Differenzierung u. Individualisierung an Bedeutung u. werden durch sinn sinn(re)produzierende Medien überformt – Gemeinschaftsbildung durch lebensweltliche Integration muss durch mediale Orientierungsangebote substituiert werden – Medien Mitursache u. Lösung des Problems der Sozialintegration – Gesellschaft zunehmend medialisiert auf Kosten sozialmoralisch integrierter Institutionen
- Weil das klassische Verbände-/Parteimilieu erodiert, die versammlungsdemokratischen Institutionen absterben, medialer Aktualitätsdruck für Entscheidungsfindung im polit. System herrscht, wird medienvermittelte Kommunikation für polit. Akteure immer wichtiger – um mediale Aufmerksamkeit zu erreichen, braucht es medienwirksame Darstellungsformen
- Quintessenz: Vermittlungslogiken der Medien auf vier Dimensionen stehen quer zu Vermittlungsbedürfnissen der traditionellen polit. Akteure:
  - *Sozialdimension*: Parteien, Verbände usw. verlieren mit ihren Vermittlungsorganen auch ihre jeweils eigenen Publikumssegmente – Medienarena nimmt sich den Agenden der polit. Willensbildung u. Entscheidung (z.B. der Regierung) höchst selektiv an u. beeinflusst sie auch entsprechend
  - *Sachdimension*: polit. Orgs. müssen sich der Produktionslogik der Medien anpassen (Visualität u. Mode über Argumentativem u. Narrativem)
  - *Zeitdimension*: Koordinations- u. Prozessfristen der Politik stehen im Ggs. zu Aktualitätsdruck der Medien (-> Reaktionsstress)

- *Sozialräumliche Dimension*: medial neu erschlossene Räume entkoppeln sich von Geltungsräumen der territorial gebundenen polit. Institutionen (Dt. Fernsehen auch auf Mallorca) – auf europäischer Ebene umgekehrt: einer zunehmend wichtiger werdenden Entscheidungsinstanz wie der EU steht keine europ. Ö. gegenüber
- Mit Strukturwandel der Ö.: Durchsetzungsfähigkeit polit. Akteure u. ökonom. Erfolg von Unternehmen noch enger als zuvor an vorhandenes Sozialprestige geknüpft, das leichter verletzlich, da traditionelle Einflusspotentiale auf Medien stark abgenommen haben

## Wandel der öffentlichen Kommunikation

- Schweiz: bis in die 1960er medienvermittelte Komm. (m. K.) durch Parteiorgane vermittelt – führte zu radikalerer Umgestaltung der m. K. als in anderen europ. Ländern
- Indikatoren (1. bis 5.) zeigen seit den 1960ern, deutlicher seit den 1980ern Veränderungen in Formen der m. K. an – darin spiegeln sich Differenzierungsdynamiken, die die Allokation von Aufmerksamkeit, Definitionsmacht u. Sozialprestige in modernen Gesellschaften neu organisieren
- 1. Von 60ern bis Anfang 90er *Verstetigung des Phänomens sozialer Bewegungen u. Protestparteien* – deren Lebensdauer relativ lang – folgenreich sowohl im Alltagshandeln als auch im Rechtssetzungsprozess – Konstanz des Phänomens auf Strukturwandel zurückzuführen, der medienwirksamen Aktionsformen nicht-etablierter Akteure bessere Resonanzchancen vermittelte als noch durch polit. Selektions- u. Interpretationslogiken gesteuerte mediale Komm. zuvor
- Inzwischen deutlicher Rückgang der Resonanz nicht-etablierter Akteure u. Institutionalisierungsprozess in etablierte Parteien oder NGO's (Non-Governmental Organizations) – Gründe für Veränderung in Aufmerksamkeitsbezügen (also warum nicht-etablierte Akteure weniger Resonanz bekommen): u.a. haben sich etablierte polit. Akteure an Selektionslogiken der Medien angepasst (Eventmanagements, Personenzentrierung, Konfliktinszenierungen) u. so den Vorteil der nicht-etablierten Akteure im Aufmerksamkeitswettbewerb egalisiert
- In öffentl. Komm. neue Form moralischer Subpolitik; tangiert polit. System nicht, höchst verallgemeinerte moralische Werte – eingesetzt in Unternehmenskomm., z.B. Moral im Marketing u. Konsum (3. Welt-Läden, kommerzielle Kulturevents mit moralischen Botschaften)
- 2. *Intensivierung der Skandalkommunikation*: klassischer Skandal hat Skandalierer, Skandalmedium u. Skandalisierten – im modernen Skandal übernimmt Skandalmedium auch Rolle des Skandalierers, da Aufmerksamkeitswettbewerb (ich: d.h. wohl, dass Medien selbst Dinge zum Skandal erklären)
- 3. *Privatisierung des Öffentlichen u. Personalisierung der polit. Kommunikation* – mehr Human-Interest, Betroffenheitsjournalismus, boulevardisierender Nachrichtenformate festzustellen – Politikdarstellung gleicht sich strukturell der Unterhaltung an – polit. Argumente durch Charakterdarstellungen im privaten Lebensraum u. medienattraktive Konfliktinszenierungen ergänzt – auch in Politik Starsystem – polit. Positionen kommunikativ immer mehr Individuen, nicht Parteien o. Verbänden zugeordnet
- diese neuen Formen der Politikvermittlung sind wohl notwendige Komplexitätsreduktion angesichts der Erosion des Parteimilieus u. des Zerfalls der Großideologien – dadurch polit. Entscheidungen stärker an Charisma gebunden
- 4. *Verschiebung in der intramedialen Themen- u. Meinungsresonanz*: Ära der Parteipresse: wechselseitige Themen- u. Meinungsresonanz, weil Kampf um Meinung durch Weltanschauungsorgane – heute nur noch Themenresonanz, in Kommentarspalten kaum Anschlusskomm. an andere Medien – es erodiert Deliberation und verschiebt sich in Talkmagazine

- *5. Umkehrung der Vermittlungslogik der polit. Komm.:* für Prioritätenordnung polit. Probleme werden Selektionsregeln des Mediensystems zunehmend wichtiger – Aufmerksamkeitsregeln symbolischer, resonanzorientierter Politik drücken auf Entscheidungspolitik durch – Medien selbst u. das polit. Personal durch die Medien gewinnen Einfluss auf Agenda des polit. Systems – m. K., die nur Selektionsleistungen im Blick hat zielt an aktueller medialer Konstruktion der Wirklichkeit vorbei (Medien u. Politiker durch Medien machen nicht nur Agenda-Setting (Veröffentlichung vorhandener Inhalte), sie produzieren Ereignisse auch speziell für die Medien)