

Jahrbuch der
Heinrich-Heine-Universität
Düsseldorf

Heinrich Heine
HEINRICH HEINE
UNIVERSITÄT
DÜSSELDORF

2006/2007

Heinrich Heine

**Jahrbuch der
Heinrich-Heine-Universität
Düsseldorf
2006/2007**

**Jahrbuch der
Heinrich-Heine-Universität
Düsseldorf
2006/2007**

**Herausgegeben vom Rektor
der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf
Univ.-Prof. Dr. Dr. Alfons Labisch**

**Konzeption und Redaktion:
Univ.-Prof. em. Dr. Hans Süßmuth**

© Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf 2007
Einbandgestaltung: Wiedemeier & Martin, Düsseldorf
Titelbild: Schloss Mickeln, Tagungszentrum der Universität
Redaktionsassistentz: Georg Stüttgen
Beratung: Friedrich-K. Unterweg
Satz: Friedhelm Sowa, L^AT_EX
Herstellung: WAZ-Druck GmbH & Co. KG, Duisburg
Gesetzt aus der Adobe Times
ISBN 3-9808514-5-1

Inhalt

Vorwort des Rektors	11
Gedenken	17
Rektorat	19
ANNIKA MORCHNER, RAIMUND SCHIRMEISTER und ALFONS LABISCH (Rektor) Der Corporate-Identity-Prozess an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf	21
ULF PALLME KÖNIG (Kanzler) Grundsätzliche Überlegungen zu Perspektiven der Zentralen Universitäts- verwaltung der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf im Zuge des Hoch- schulfreiheitsgesetzes	29
Medizinische Fakultät	
<i>Dekanat</i>	53
<i>Neu berufene Professorinnen und Professoren</i>	55
BERND NÜRNBERG (Dekan) Chancen und Herausforderungen einer sich wandelnden Hochschulmedizin	63
ANTONIA M. JOUSSEN Wieder lesen können? Möglichkeiten und Grenzen in der Therapie der altersbedingten Makuladegeneration	69
MICHAEL SCHÄDEL-HÖPFNER und JOACHIM WINDOLF Handchirurgie – Ein neues Fachgebiet am Universitätsklinikum Düsseldorf	83
UTE SPIEKERKÖTTER und ERTAN MAYATEPEK Angeborene Störungen der Fettsäureoxidation – Erfolge des Neugeborenen Screenings, Mausmodelle und Pathogenese	93
RÜDIGER E. SCHARF, ANDREA GERHARDT, VOLKER R. STOLDT und RAINER B. ZOTZ Klinische und experimentelle Thromboseforschung – Genetische Deter- minanten, molekulare Mechanismen und therapeutische Strategien bei thrombotischen Komplikationen	105

STEPHAN ROTH, HANS GEORG BENDER, WILFRIED BUDACH, PETER FEINDT, HELMUT ERICH GABBERT, RAINER HAAS, DIETER HÄUSINGER, WOLFRAM TRUDO KNOEFEL, CAROLIN NESTLE-KRÄMLING, HANS-JAKOB STEIGER, JÖRG SCHIPPER und KLAUS-WERNER SCHULTE	
Aktuelle Entwicklungen der interdisziplinären Krebstherapie	127
NORBERT GATTERMANN	
Eröffnung der Universitätstumorambulanz	155
Mathematisch-Naturwissenschaftliche Fakultät	
<i>Dekanat</i>	163
<i>Neu berufene Professorinnen und Professoren</i>	165
PETER WESTHOFF (Dekan)	
Die Mathematisch-Naturwissenschaftliche Fakultät und die Herausforderungen der Zukunft	179
DETLEV RIESNER	
Infektiöse Moleküle: Viroide und Prionen	183
GEORG GROTH	
Strukturbestimmung von Proteinen als Schlüssel zum molekularen Mechanismus	215
THOMAS J. J. MÜLLER	
Multikomponenten- und Dominoreaktionen in der diversitätsorientierten Organischen Synthese	227
BETTINA M. PAUSE	
Emotionale Kommunikation mittels chemischer Signale	245
Philosophische Fakultät	
<i>Dekanat</i>	255
<i>Neu berufene Professorinnen und Professoren</i>	257
ULRICH VON ALEMANN (Dekan)	
Die Zukunft der Düsseldorfer Geistes- und Sozialwissenschaften: Zwischen Humboldt und Henkel, Heine und Heute	261
DIETRICH BUSSE	
Sprache – Kognition – Kultur	
Der Beitrag einer linguistischen Epistemologie zur Kognitions- und Kulturwissenschaft	267
PETER MATUSSEK	
Stille Blicke. Zur Naturlyrik des ‚vorkritischen‘ Goethe	281

GERHARD VOWE	
Mediatisierung? Mediendemokratie? Mediokratie?	
Ein theoretischer Ansatz auf dem Prüfstand	295
PETER H. HARTMANN und INGA HÖHNE	
Freizeitmuster und soziale Strukturen in Düsseldorf –	
Ein Weg zur Bestimmung neuer Zielgruppen.....	311
RALPH WEISS	
Nach dem „Deutschen Sommermärchen“ zurück im alltäglichen Politik-	
verdruss – Wie Medien politische Stimmungslagen beeinflussen und von	
welchen Kontexten der Medieneinfluss abhängt	333
Gastbeitrag	
ULRICH VON ALEMANN	
Vorwort zum Gastbeitrag von Lothar Schröder	349
LOTHAR SCHRÖDER	
Heinrich Heine: „Die Pragueise“ (1824) oder:	
Rekonstruktion eines spektakulären Handschriftenfonds	351
Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät	
<i>Dekanat</i>	361
<i>Neu berufene Professorinnen und Professoren</i>	363
CHRISTOPH J. BÖRNER (Dekan)	
Strategische Positionierung und Profilierung von Universitäten	
und Fakultäten aus betriebswirtschaftlicher Sicht	365
H. JÖRG THIEME	
Soziale Marktwirtschaft – Denkfehler oder Gestaltungsdefekte?	381
GUIDO FÖRSTER	
Steuerliche Probleme bei der Abfindung von Pensionszusagen an	
Gesellschafter-Geschäftsführer einer GmbH	391
Juristische Fakultät	
<i>Dekanat</i>	407
<i>Neu berufene Professorinnen und Professoren</i>	409
JOHANNES DIETLEIN (Dekan)	
Die Düsseldorf Law School – Innovation im Zeichen des Hochschulfrei-	
heitsgesetzes	413
DIRK OLZEN	
Das Dr. med. Micheline Radzyner-Institut für Rechtsfragen der Medizin....	419

KARSTEN ALTENHAIN und MICHAEL HAIMERL Die Praxis der Urteilsabsprachen in Wirtschaftsstrafverfahren – Ergebnisse eines drittmittelfinanzierten juristischen Forschungsprojekts	421
DIRK LOOSCHELDERS und LOTHAR MICHAEL Zur Gründung eines Instituts für Versicherungsrecht	437
JOHANNES DIETLEIN Interessenkonflikte bei der Besetzung von Sparkassengremien	443
Gesellschaft von Freunden und Förderern der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf e.V.	
OTHMAR KALTHOFF Jahresbericht 2006	469
Forscherverbünde der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf	
ANDREA VON HÜLSEN-ESCH, MONIKA GOMILLE, HENRIETTE HERWIG, CHRISTOPH AUF DER HORST, HANS-GEORG POTT, JOHANNES SIEGRIST und JÖRG VÖGELE Kulturelle Variationen und Repräsentationen des Alter(n)s	473
Nachwuchsforschergruppen an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf	
ANNETTE M. SCHMIDT Magnetoaktive weiche Materie – Von der Kombination magnetischer Zwergel mit flexiblen Kettenmolekülen	491
Institute an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf	
<i>Das Düsseldorfer Institut für Außen- und Sicherheitspolitik</i>	
RALPH ALEXANDER LORZ und RAINER WINKLER Das Düsseldorfer Institut für Außen- und Sicherheitspolitik – Ein unabhängiges interdisziplinäres Forum an der Heinrich-Heine-Universität	505
<i>Institut „Moderne im Rheinland“</i>	
GERTRUDE CEPL-KAUFMANN Der „Arbeitskreis zur Erforschung der Moderne im Rheinland“ als An-Institut an der Heinrich-Heine-Universität	515
Kooperationen der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf	
<i>Konfuzius-Institut Düsseldorf</i>	
PETER HACHENBERG und LI XUETAO Das Konfuzius-Institut Düsseldorf an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf e.V. – Gründung, Programm und Perspektiven	533

Ausgründungen aus der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf

KARL-ERICH JAEGER, WERNER HUMMEL und THORSTEN EGGERT evocatal GmbH – Eine neue Biotech-Firma aus der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf	545
--	-----

Zentrale Einrichtungen der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf

Universitäts- und Landesbibliothek

IRMGARD SIEBERT Die Universitäts- und Landesbibliothek Düsseldorf als Teil der Landesbibliotheksstruktur in Nordrhein-Westfalen	555
---	-----

Zentrum für Informations- und Medientechnologie

STEPHAN OLBRICH und SEBASTIAN MANTEN Hochleistungsrechnen und parallele Programmierung: Service für sowie Gegenstand von Forschung und Lehre	575
--	-----

Geschichte der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf

MAX PLASSMANN <i>Public Private Partnership</i> in der Nachkriegszeit – Das Rheinisch-Westfälische Institut für Übermikroskopie und die Medizinische Akademie Düsseldorf	593
---	-----

Forum Kunst

ANDREA VON HÜLSEN-ESCH Zum Sterben schön! Alter, Totentanz und Sterbekunst von 1500 bis heute – Eine Ausstellungsreihe in Nordrhein-Westfalen von September 2006 bis April 2007	605
--	-----

Chronik der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf

ROLF WILLHARDT Chronik 2006/2007	635
---	-----

Campus-Orientierungsplan	653
---------------------------------------	-----

Daten und Abbildungen aus dem Zahlenspiegel der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf	659
--	-----

Autorinnen und Autoren	673
-------------------------------------	-----

GERHARD VOWE

Mediatisierung? Mediendemokratie? Mediokratie? Ein theoretischer Ansatz auf dem Prüfstand

In der öffentlichen Diskussion wird viel darüber geklagt, dass sich Politik verändert habe und dass nicht zuletzt der Einfluss der Medien dafür verantwortlich zu machen sei. Beispiele sind rasch bei der Hand: So beschäftigt sich die Politik vordringlich mit den Themen, die kurzfristig öffentliche Aufmerksamkeit auf sich zögen, und nicht mit denen, die langfristig das Leben bestimmten. Die Entstehung und Entwicklung ganzer Politikfelder sei mittlerweile von Marketinggesichtspunkten dominiert, nicht von Sachnotwendigkeiten. Die Wahrnehmung der Politik durch die Bürger sei mehr durch die Medien geprägt als von der unmittelbaren Erfahrung. Bei der Auswahl des politischen Spitzenpersonals spiele die Telegenität eine immer größere Rolle, wodurch Eigenschaften wie die Sachkompetenz in den Hintergrund gedrängt würden. Selbst in den Regeln des politischen Mit- und Gegeneinanders werde die mediale Verwertbarkeit stärker als früher berücksichtigt. Und alles dies vollzöge sich in immer kürzeren Zyklen. Insgesamt ergibt sich in der öffentlichen Diskussion ein Bild, in dem Politik sich den Spielregeln der Medien anpasst. Politik unterziehe sich einer „Mediatisierung“, und mehr noch: Wir lebten in einer „Mediendemokratie“ oder gar in einer „Mediokratie“.

In welchem Maße halten diese Befürchtungen einer Überprüfung stand? Inwieweit lassen sich diese Vermutungen durch kontrollierte empirische Beobachtungen stützen? Das sind die Fragen, die im Folgenden beantwortet werden sollen, und zwar gezielt im Hinblick auf den Kernbegriff der Debatte: Inwieweit kann man von einer Mediatisierung der Politik sprechen, von einer Anpassung der Politik in allen ihren Facetten an Spielregeln, die von den Medien gesetzt werden?

Zum Begriff der „Mediatisierung“

Die *Begriffsgeschichte* reicht weit zurück: Ursprünglich ist „Mediatisierung“ eine um 1800 aus dem Französischen übernommene staatsrechtliche Kategorie.¹ Zwischen zwei Herrschaftsebenen schiebt sich eine dritte, dadurch verschieben sich die Machtverhältnisse. Jürgen Habermas verallgemeinert das: Zwischen Bürger und Staat treten vermittelnde Instanzen wie Parteien, Verbände und Massenmedien.² Dies wird in der französischen Sozialphilosophie aufgegriffen.³ In Deutschland erlebt der Begriff eine erste Blüte im technikkritischen Diskurs rund um Privatfernsehen und Computerisierung⁴ und wird dann

¹ Vgl. Kluetting (2005).

² Vgl. Habermas (1962).

³ Vgl. Baudrillard (1978).

⁴ Vgl. Kubicek (1983) und v. Hentig (1984).

auch im Zusammenhang mit politischer Kommunikation gebraucht („Mediatisierung und Telektratisierung“).⁵ Im amerikanischen Sprachgebrauch bezeichnet *mediation* und später *mediatization* eine Prägung des politischen Handelns durch die Orientierung an der Medienlogik.⁶ Massenmedien verfügten über Publizität, und je mehr andere Akteure darauf angewiesen seien, desto mehr müssten sie sich der Handlungslogik der Medien in zeitlicher, sachlicher und sozialer Hinsicht unterwerfen. Dies setzt sich dann auch im deutschen Sprachraum durch – mit etlichen Varianten, wie z. B. „Multimedialisierung“⁷, „Fernsehmediatisierung“⁸ oder „Medialisierung“⁹. „Mediatisierung“ avanciert zu einem Schlüsselbegriff, der in vielfältiger Weise dimensioniert und differenziert wird.¹⁰

„Mediatisierung“ ist Teil einer weit verzweigten *Begriffsfamilie*. Den Hintergrund bilden Gesellschaftskonzepte, die sich darin unterscheiden, welches Konzept in den Mittelpunkt der Diagnose gestellt wird. Beispiele sind: „Postindustrielle Gesellschaft“¹¹, „Mediengesellschaft“¹², „Informationsgesellschaft“¹³, „Kommunikationsgesellschaft“¹⁴, „Wissensgesellschaft“¹⁵ oder „Netzwerkgesellschaft“¹⁶.

Und wir finden zahlreiche *verwandte Begriffe*, wie den Gegensatz von „Mediendemokratie“ und „Parteiendemokratie“¹⁷ oder die stark negativ getönten Diagnosen „videoocracy“¹⁸, „Mediokratie“¹⁹, „médiacratie“²⁰, „Telekratie“²¹ und „Politainment“²².

Vor diesem Hintergrund wird der *theoretische Anspruch* deutlich, der sich mit „Mediatisierung“ verbindet. Es ist eine Chiffre für ein Deutungsmuster, ein gedankliches Konstrukt, wie und warum sich Politik verändert. „Mediatisierung der Politik“ soll ausdrücken, dass Medien in doppelter Hinsicht wichtiger für kollektiv bindende Entscheidungen geworden sind, und zwar wichtiger als früher *und* wichtiger als andere Faktoren wie Parteiapparate, Interessengruppen, Experten oder internationale Beziehungen.

„Mediatisierung der Politik“ bezeichnet folglich ein Erklärungsmuster, einen theoretischen Ansatz, demzufolge Veränderungen der Politik mehr als früher auf Veränderungen der medialen Bedingungen für Kommunikation zurückzuführen sind. Dies klingt schlicht, ist aber voraussetzungsreich. Die Definition enthält eine dreifache Behauptung. Die *erste Behauptung*: Wenn wir uns Politik, Sport oder Wirtschaft anschauen, springen uns Verän-

⁵ Vgl. Sarcinelli (1987).

⁶ Vgl. Altheide und Snow (1988).

⁷ Vgl. Rühl (1999).

⁸ Vgl. Langenbucher (1989).

⁹ Vgl. Schulz (2004).

¹⁰ Vgl. Krotz (2001), Donges (2005), Mazzoleni und Schulz (1999) sowie Schulz (2004). Weitere verwandte Begriffe sind: „Mediatisierte Kommunikation“ (vgl. Weigand 1980), „Mediatisierung der Politik“ (vgl. Kepplinger 1999) und „Televisualization“ (vgl. Daremos und Terzis 2000).

¹¹ Bell (1974).

¹² Goldmann (1973).

¹³ Nora und Minc (1979).

¹⁴ Münch (1991).

¹⁵ Stehr (1994).

¹⁶ Castells (1996).

¹⁷ Vgl. Sarcinelli (1998) und v. Alemann (1997).

¹⁸ Mazzoleni (1995).

¹⁹ Meyer (2001).

²⁰ de Virieu (1990).

²¹ Baudrillard (1993).

²² Dörner (2001).

derungen und Unterschiede ins Auge. Wir stehen vor Phänomenen wie z. B. dem Wandel im Habitus von Spitzenpolitikern. Oder wir beobachten Veränderungen in den Parteiapparaten. Das ist das Explanandum, die abhängige Variable (AV). Die Veränderungen werden als Folge begriffen. Sie verändern sich in Abhängigkeit von einer anderen Veränderung. Die *zweite Behauptung*: Diese Phänomene sind auf Veränderungen der gesellschaftlichen Kommunikation zurückzuführen, und zwar darauf, dass den Medien ein größeres Gewicht zukommt. Mit „Mediatisierung“ wird behauptet: Die Medien stellen die Ursache dar, die unabhängige Variable (UV); ihre Veränderung erklärt einen großen Teil der Phänomene. In der allgemeinen Form von Mediatisierung ist offen, was denn genau die Medienvariablen sind, die als Explanans dienen – die technischen Potenziale oder die ökonomische Attraktivität oder die stärkere Medienpräsenz im Alltag. Und die *dritte Behauptung* ist: Man kann die Voraussetzungen benennen, unter denen die Veränderungen der Medien zu Veränderungen in der Politik führen. In der Logik der Kausalmodelle empirischer Sozialforschung sind das:

- die intervenierenden Variablen (IV), die den Zusammenhang beeinflussen, z. B. Organisationsinteressen;
- die Kontrollvariablen (KV), die neben der unabhängigen Variable ebenfalls die abhängige Variable direkt beeinflussen, z. B. Globalisierung;
- die Konstanten, die das Zusammenwirken der Variablen erst ermöglichen, z. B. ein stabiler Rechtsrahmen.

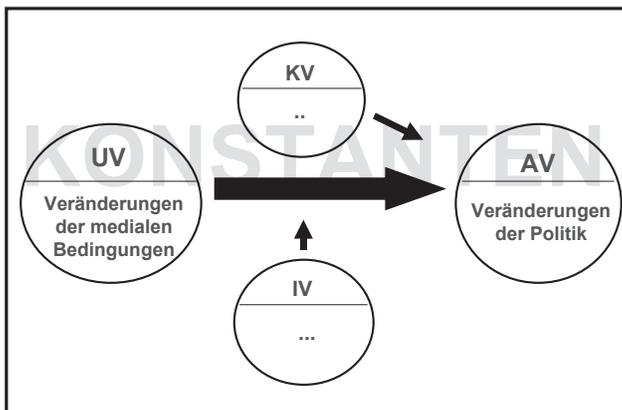


Abb. 1: Mediatisierung der Politik als Kausalmodell

„Mediatisierung“ enthält also eine Frage, nämlich: In welchem Maße sind politische Veränderungen auf Veränderungen der medialen Bedingungen zurückzuführen? Und „Mediatisierung“ enthält eine Antwort, nämlich: stärker als früher und stärker als andere Faktoren. Noch ist diese Antwort nicht mehr als eine Behauptung. Deshalb gehört sie auf den Prüfstand. Der Mediatisierungsansatz hätte sich bewährt, wenn die Prüfung ergäbe: Ein zunehmender Anteil der Veränderungen in der Politik ist auf Medieneinflüsse zurückzuführen. Sollte sich aber zeigen, dass der Anteil stabil bleibt oder gar sinkt, dann wären

andere Ansätze – die sich in diesem Kausalmodell hinter den Kontrollvariablen verstecken – eventuell erklärungskräftiger, z. B. Ökonomisierung, Professionalisierung, Verwissenschaftlichung oder Globalisierung der Politik.

Methode: Distanz, Transparenz, Differenz

Mit Momentaufnahmen ist eine Prüfung dieser Behauptung nicht möglich. Dafür braucht man Distanz zu den nervösen Ausschlägen der Medien. Und man braucht Transparenz: Die Prüfung soll zu einem intersubjektiv nachvollziehbaren Schluss führen. Außerdem erfordert eine Prüfung Differenz: Die Frage ist auf der Allgemeinheitsstufe von „den“ Medien und „der“ Politik nicht zu beantworten. Wie kann man Politik und politische Kommunikation so differenzieren, dass eine systematische Prüfung möglich wird? Eine Antwort finden wir 1651, am Beginn der modernen Staatstheorie, im *Leviathan* von Thomas Hobbes. Das berühmte Titelkupfer von Abraham Bosse erlaubt wie ein Kippbild mehrere Perspektiven auf Politik und politische Kommunikation.²³



Abb. 2: Abraham Bosse (zugeschrieben): Titelkupfer zu Thomas Hobbes' *Leviathan*.

Sieht man den ganzen oberen Teil des Stichs, so sieht man Politik als System. Hobbes und Bosse zeigen eine friedliche Landschaft, idyllisch komponiert aus Stadt und Land. Sie kann so friedlich sein, weil sie beschirmt wird durch den Fürsten, der Schwert und

²³ Zur Zuschreibung des Stichs auf Abraham Bosse siehe Bredekamp (1999).

Bischofsstab in den Händen hält, die Symbole für die weltliche und die geistliche Macht. Politik sieht man hier durch ein Makroskop. Es treten die Funktionen von Politik hervor – hier: Sicherung des inneren Friedens; und es treten die grundlegenden Strukturen hervor – hier: Konzentration von Macht im absoluten Staat. Das ist die Botschaft des Bildes aus dieser Perspektive.

Zum anderen erlaubt das Bild einen Blick auf Politik, bei dem die politischen Organisationen sichtbar werden: In den Feldern links vom Titel und unterhalb des Schwertgriffs ist das Militär als ein Prototyp der Organisation mit seinen Instrumenten und seiner Form der Auseinandersetzung charakterisiert; in den Feldern rechts vom Titel und unterhalb des Bischofsstabs ist die Kirche als ein anderer Prototyp der Organisation mit ihren Instrumenten und ihrer Form der Auseinandersetzung charakterisiert. Beide sind fest im Griff des Fürsten: Koordination durch Herrschaft. Politik wird unter das Mesoskop gelegt; dann werden die politischen Organisationen und ihr Zusammenhalt sichtbar.

Und zum Dritten erlaubt das Bild einen Blick auf Politik, bei dem die Bürger als Individuen hervortreten. Der Körper des Monarchen wird gebildet aus einzelnen Personen. Sie bilden den Staat, sie tragen den Fürsten, denn sie sind übereingekommen, das Recht auf Gewalt dem Staat zu übereignen und dies notfalls auch gegen sich selbst durchzusetzen. Politik wird hier unter das Mikroskop gelegt; dann werden die einzelnen Bürger und ihr Zusammenhang sichtbar.

Jedes Instrument erlaubt eine andere Sicht von Politik. Erst die Kombination ergibt ein Gesamtbild. Diese Differenzierung wird mich leiten, wenn ich die Mediatisierungsbehauptung prüfe. Ich werde empirische Befunde aus laufenden Forschungsprojekten präsentieren. Zusammen soll dadurch ein Forschungsprogramm sichtbar werden.

Politische Kommunikation unter dem Mikroskop: Verändert das Internet die individuelle politische Kommunikation?

In einer mikroskopischen Betrachtungsweise werden die einzelnen Bürger ins Blickfeld genommen – ihre politischen Wissensbestände, Einstellungen und Verhaltensweisen, z. B. als Wähler. In welchem Maße sind individuelle Veränderungen nachweislich auf Medieneinflüsse zurückzuführen? Als Beispiel für eine Antwort möchte ich die Befunde aus einem eigenen Forschungsvorhaben anführen.²⁴ Wir untersuchen gegenwärtig, ob das Internet die individuelle politische Kommunikation verändert.²⁵ Die Untersuchung ist als Panelstudie angelegt; dabei wird eine repräsentative Stichprobe aus der deutschen Bevölkerung über mehrere Jahre hinweg immer wieder danach befragt, wie sie politisch kommuniziert, also wie sie sich politisch informiert, wie sie sich mit anderen über politische Themen unterhält und wie sie ihre politische Meinung öffentlich zeigt, um politische Entscheidungen zu beeinflussen, z. B. indem sie demonstriert oder eine Resolution unterschreibt. Verändern die Bürger ihre politische Kommunikation, wenn sich ihr mediales Repertoire verändert, wenn sie sich einen Internetanschluss zulegen, wenn sie surfen, mailen, chatten und bloggen können? Unsere Antwort: ja, in einem begrenzten Ausmaß. Wir finden einen kleinen, aber signifikanten und dauerhaften Mobilisierungseffekt des Internets auf

²⁴ Der überwiegende Teil der empirischen Forschung zur politischen Kommunikation ist auf der Mikroebene angesiedelt. Vgl. im Überblick Schulz (1997) und Schenk (2007).

²⁵ Vgl. Emmer und Vowe (2004), Emmer (2005) sowie Emmer *et al.* (2006).

die individuelle politische Kommunikation, auch wenn wir alle anderen Faktoren berücksichtigen, die für Unterschiede und Veränderungen verantwortlich sein könnten: Bildung, Einkommen, politisches Interesse usw. „Onliner“ nutzen z. B. die elektronischen Informationsangebote der politischen Organisationen stärker, als sie vorher die traditionellen Informationsangebote genutzt haben. Traditionelle Formen der Kommunikation werden dadurch nicht ersetzt. Die Bürger unterhalten sich am Arbeitsplatz nicht weniger über Politik als früher. Die neuen Formen treten ergänzend hinzu.

Die mediale Erweiterung durch das Internet verändert also die politische Kommunikation. Andersherum formuliert: Ein kleiner Teil der politischen Veränderungen auf der Individualebene ist nachweislich auf eine Erweiterung des medialen Repertoires zurückzuführen, auch wenn wir andere Faktoren kontrollieren.

Wir finden dabei Varianz in der Veränderung – nicht alle „Onliner“ nutzen gleichermaßen alle neuen Möglichkeiten. Wie lassen sich diese Unterschiede in der Aneignung erklären? Wir vermuten, dass die unterschiedlichen Kosten-Nutzen-Kalküle der Individuen dafür der Grund sind. Das Internet senkt nicht nur die finanziellen, sondern auch die sozialen und kognitiven Kosten für bestimmte politische Aktivitäten. Und das Internet steigert den Nutzen bei bestimmten politischen Aktivitäten – zumindest in der Vorstellung der Nutzer.

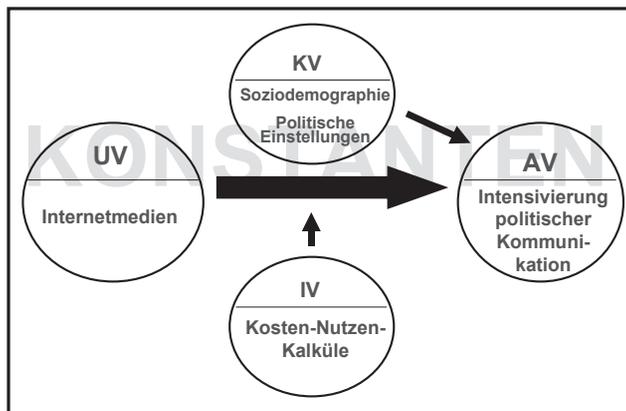


Abb. 3: Kausalmmodell der Mediatisierung auf der Mikroebene

Politische Kommunikation unter dem Mesoskop: Bilden sich neue Kommunikationsdienstleister?

Diese medieninduzierte Veränderung hat nicht nur individuelle Folgen. So stellen sich z. B. die Parteien mit neuen Angeboten auf veränderte Informationsgewohnheiten ein. Wenn man darauf das Augenmerk richten will, muss man das Instrument wechseln und politische Kommunikation unter dem Mesoskop betrachten. Dann stellt sich die Frage: In welchem Maße sind Veränderungen bei politischen Organisationen auf Medieneinflüsse zurückzuführen?

Auch hier sei gestattet, exemplarisch eine Antwort aus der eigenen Forschung anzuführen.²⁶ Seit Kurzem untersuchen wir in einem Forschungsprojekt einen neuen Akteurstyp, die professionellen Dienstleister für politische Kommunikation. Das sind z. B. Public-Affairs-Agenturen oder Anwaltskanzleien, die sich auf Lobbying spezialisiert haben.²⁷ Wir wissen sehr wenig über diese Akteure – über ihr Dienstleistungsspektrum, ihre Organisationsstrukturen und ihre Entwicklungsmuster. In einem ersten Schritt werden wir eine empirisch basierte Typologie dieser Dienstleister erstellen: Welche Unterschiede und welche Gemeinsamkeiten zeichnen diese Organisationen aus? Die Herausbildung dieses neuen Akteurstyps ist eine medieninduzierte Veränderung der Organisationslandschaft und der Organisationsstrukturen; in Gestalt dieser Spezialisten reagiert das Geflecht der politischen Organisationen auf veränderte mediale Bedingungen. Es deutet sich an, dass diese Reaktion wesentlich langsamer und differenzierter abläuft, als wir zunächst vermuteten.

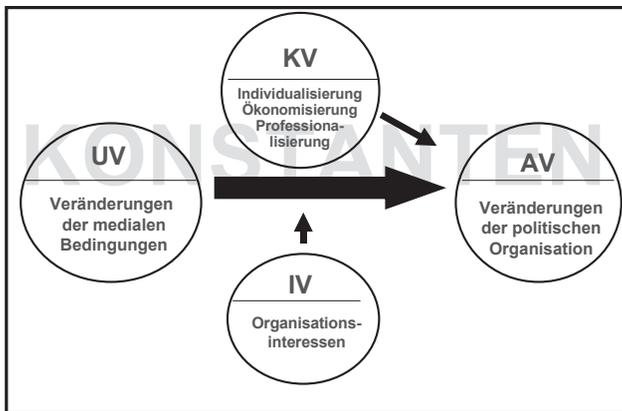


Abb. 4: Kausalmmodell der Mediatisierung auf der Mesebene

Wenn die Organisationslandschaft in Bewegung gerät, kann das Gesamtgefüge der Politik nicht unberührt bleiben; diese Folgen abzuschätzen erfordert einen Blick durch das Makroskop.

Politische Kommunikation unter dem Makroskop: Verändert sich die Referenzstruktur von Parlamentsdebatten?

Mit einem Makroskop lässt sich das Spannungsfeld von Medien und Politik aus der Vogelperspektive betrachten. Dabei müsste sich zeigen, inwieweit strukturelle Verschiebungen im politischen System durch Medien bedingt sind. Es geht um Veränderungen des Rahmens für politisches Handeln, um die grundlegenden Koordinaten für bindende Entscheidungen.

²⁶ Markante Beispiele aus der Forschung zur Mesebene der politischen Kommunikation finden sich bei Jarren und Donges (2006).

²⁷ Vgl. Vowe und Opitz (2006) sowie Opitz (2006).

Wie lässt sich das messen? Eine Tür öffnet sich, wenn man die Frage konkreter fasst: Wie hat sich die Kommunikation von politischen Entscheidern verändert, und in welchem Maße ist dies durch Medien bedingt? Sicherlich ist die Kommunikation von Politikern – und damit ihr Entscheiden und Handeln – vor allem vom unmittelbaren Umfeld bestimmt, also von den Organisationen, in denen die Politiker agieren, in Deutschland vor allem von ihrer jeweiligen Partei und den anderen Parteien. Aber welche Rolle spielen in der Kommunikation von Politikern die anderen Akteure, z. B. Interessengruppen, Experten oder Medien? Und wie hat sich dies entwickelt? Es geht darum, das Bezugsnetz von Politikern nachzuzeichnen: Welche Knoten sind dicker als andere und dicker als früher? Besonders interessieren uns dabei die Medien: Stimmt es, dass sich Politiker heute in ihrem Denken und Sprechen öfter auf Medien beziehen, als sie es noch vor zehn Jahren getan haben?

Wir haben in einem vor Kurzem begonnenen Forschungsprojekt²⁸ die abhängige Variable, die Veränderung der Kommunikation von Politikern, anhand ihrer öffentlichen Verlautbarungen im Parlament untersucht. Das Parlament ist die zentrale Arena für politische Auseinandersetzungen im liberal-demokratischen System. Parlamentsdebatten bilden den Kern des kollektiven politischen Gedächtnisses – mit wenigen großen und vielen kleinen Debatten. Insofern bietet die Analyse der Reden im Parlament einen Zugriff auf die Makroebene der politischen Kommunikation. Wir haben die Parlamentsdebatten daraufhin ausgewertet, auf welche externen Instanzen sich Abgeordnete in ihren Reden ausdrücklich beziehen. Wenn z. B. ein Oppositionsredner im Bundestag behauptet, die Regierungsfractionen seien über zentrale Fragen zerstritten, und dies mit einem Bericht aus dem *Spiegel* belegt, dann ist das eine Referenz auf Medien. Oder: Ein Regierungsvertreter sieht die Konjunktur im Aufwind; und damit dies mehr ist als gefühltes Wachstum, zitiert er in seiner Rede das *ifo Institut*. Das ist eine Referenz auf Experten. Weitere externe Bezugsinstanzen sind:

- Verbände,
- Bürger,
- Gerichte,
- supranationale und internationale Organisationen,
- ausländische Politiker,
- Bürger,
- Öffentlichkeit.

Nicht erfasst werden Bezüge auf den inneren Kreis politischer Akteure, also auf Bundestag und Bundesrat, Bundesregierung, Parteien, Landesregierungen und Ministerialverwaltung – es sei denn, sie sind mit einem expliziten Verweis auf eine Medienquelle verbunden.²⁹

Sicherlich gibt es auch *implizite Bezüge* zu Medien; das ist der Fall, wenn z. B. ohne Quellenangabe ein Medienthema aufgegriffen wird. Dies einzubeziehen würde aber ein

²⁸ Vgl. Vowe und Dohle (2006a).

²⁹ Das Codebuch für die Inhaltsanalyse ist einzusehen unter http://www.sowi.uni-duesseldorf.de/sowi/mewi/mewi1/lehre/forschung_html/mediatisierung (28.09.2007).

völlig anderes Herangehen erfordern. Die Konzentration auf den expliziten Medienbezug ermöglicht es, über große Zeiträume und viele Politikfelder einen Überblick zu gewinnen. Dieses „Scannen“ lässt die langfristigen Grundtendenzen hervortreten, und es werden die Punkte sichtbar, an denen sich die Entwicklung zuspitzt: Verdichtungen, Wendepunkte und Ausreißer. Dann könnten in einem weiteren Schritt punktgenau das Framing durch die Medien – die Übernahme von medial kommunizierten Deutungsmustern durch Politiker – oder das Agenda-Setting – die Übernahme von Themenprioritäten aus den Medien durch die Politiker – untersucht werden. Das ist mit der flächendeckenden Inhaltsanalyse von Debatten nicht möglich, aber auch nicht ohne sie. Man muss erst einmal die ganze Oberfläche überblicken, um zu wissen, wo man in der Tiefe nach den impliziten Referenzen fischen soll.

Nach dem Mediatisierungsansatz ist zu vermuten: Gegenwärtige Politiker wählen mehr als frühere Politiker in ihrer Kommunikation die Medien als Bezugspunkt. Denn für heute gefällte Entscheidungen ist die Bedeutung von öffentlicher Aufmerksamkeit größer, als es bei gestern gefällten Entscheidungen der Fall war, und bei denen ist sie wiederum größer als bei denen von vorgestern. Folglich ist die Kernhypothese: Jahr für Jahr nehmen die Verweise auf Medien stärker zu als die Verweise auf andere Akteure. Dies kann selbstverständlich nur im Hinblick auf Entscheidungen gleicher Größenordnung gelten. Deshalb haben wir uns beschränkt auf die alljährlichen Haushaltsdebatten; dadurch ist der Stellenwert der Debatte über die Zeit hinweg annähernd gleich. Insofern untersuchen wir keine Ausnahmesituation, sondern den Normalfall der Sachpolitik, und zwar ihr Rückgrat, die Budgetentscheidungen.³⁰ Ich kann hier Ergebnisse des ersten Schritts der Untersuchung wiedergeben; die Stichprobe umfasst die Debatten zur Einbringung des Bundeshaushalts aus den Jahren 1985, 1996 und 2004 und deckt damit drei Legislaturperioden und einen Zeitraum von 20 Jahren ab.³¹ Die Inhaltsanalyse der drei Debatten erbrachte insgesamt 1.535 Fälle, in denen ein Redner Bezug auf einen externen Akteur nahm.

Diese Datenbasis erlaubt ein erstes Bild. Das werde ich in groben Strichen zeichnen und mich dabei an den Hypothesen orientieren, die der Auswertung zugrunde lagen und die in weiteren Schritten mit größeren Stichproben und im Vergleich verschiedener Parlamente geprüft werden müssen.

Hypothesenkonform fiel die Antwort auf die generelle Frage aus, worauf sich Politiker über den ganzen Zeitraum hinweg am meisten beziehen. Die expliziten Verweise auf Medien bilden den größten Anteil an den Referenzen insgesamt. Knapp jede fünfte Referenz ist eine Medienreferenz. Dann folgen Verweise auf ausländische Politiker und auf einzelne Bürger oder Bürgergruppen und auf Experten.

Entscheidend für die These aber ist die Entwicklung des Medienanteils. Die Vermutung hat sich nicht bestätigt, dass der Anteil der Bezüge auf Medien mit der Zeit steigt. Es zeigt sich vielmehr ein konstant hoher Anteil über die 20 Jahre hinweg (Abb. 6). Weitere Mes-

³⁰ Hilfreich für das Design unserer Studie waren insbesondere die Arbeiten von Schneider (1996), Scherer und Baumann (2002) sowie Kepplinger (2002).

³¹ Die Debatte zur Einbringung des Haushalts ist traditionell Anlass zu einer generellen Auseinandersetzung mit der Politik der Bundesregierung. Folgende Debatten wurden analysiert: 10. Wahlperiode: 152. bis 154. Sitzung vom 4. bis 6. September 1985; 13. Wahlperiode: 120. bis 123. Sitzung vom 10. bis 13. September 1996; 15. Wahlperiode: 121. bis 124. Sitzung vom 7. bis 10. September 2004.

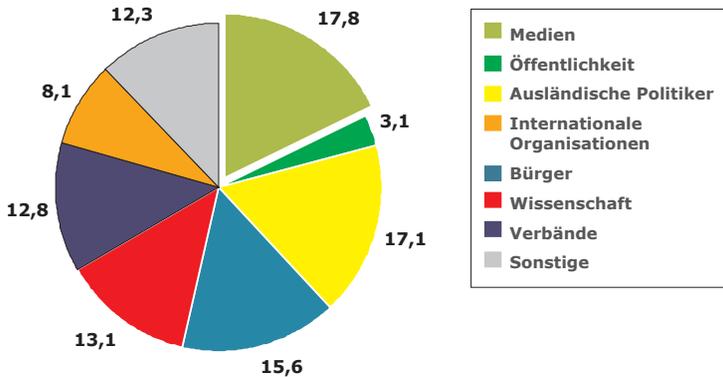


Abb. 5: Auf welche externen Instanzen verweisen Redner in Debatten zum Bundeshaushalt? (Verteilung der Referenzen insgesamt in Prozent; N = 1.535)

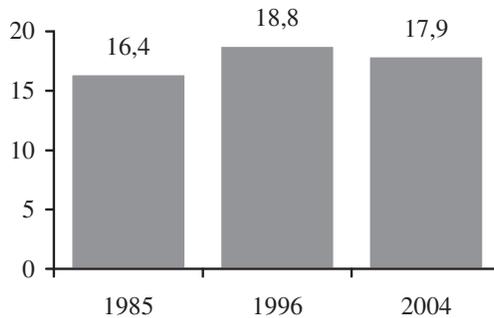


Abb. 6: Wie haben sich die Verweise auf Medien und Öffentlichkeit in Haushaltsdebatten entwickelt? (Anteil an den Referenzen insgesamt in Prozent; N = 1.535)

sungen werden zeigen, ob im Vorfeld dieses Ausschnitts eine klare Tendenz festzustellen ist.

Wie ist das Verhältnis zur Entwicklung der Verweise auf andere Faktoren? Sollte sich zeigen, dass wissenschaftlicher Sachverstand als Bezugspunkt der politischen Kommunikation an Bedeutung gewinnt, dann wäre das ein Beleg für eine Gegenhypothese zur Mediatisierung, für die These einer Verwissenschaftlichung der Politik. Tatsächlich ist die Steigerung der Verweise auf Experten deutlicher ausgeprägt, als es bei den Verweisen auf Medien der Fall ist (Abb. 7). Im Übrigen nehmen die Verweise auf organisierte Interessengruppen ab; wir finden keinen Beleg für eine Korporatisierung der Politik.

Die Studie erlaubt außerdem Aussagen zu speziellen Aspekten der Medienreferenzen im engeren Sinn, also der Verweise auf Medien. Wir haben vier funktionale Typen der Medienreferenz unterschieden:

- Wenn ein Redner der Opposition die Regierung mit einer Äußerung Stoibers bei „Christiansen“ konfrontiert, dann dient der Bezug auf Medien der Bekräftigung, dass Stoiber dieses wirklich gesagt hat: Medien als Quelle.

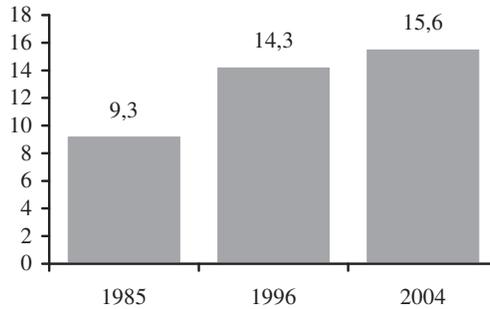


Abb. 7: Wie haben sich Expertenreferenzen in Haushaltsdebatten entwickelt? (Anteil an den Referenzen insgesamt in Prozent; N = 1.535)

- Wenn ein Redner einen Zeitungskommentar mit den Worten zitiert, „Selbst die FAZ – Ihr Leib- und Magenblatt – schreibt ...“, dann dient dies der Unterstützung seiner Meinung: Medien als Stütze.
- Wenn ein Redner der Regierungsfraktion die Opposition vor einer Blockadepolitik warnt und dies mit potenziellen Pressestimmen illustriert („Ich sehe doch schon die Schlagzeilen vor mir!“), dann dienen die Medien als Keule.
- Wenn ein Redner die Medien auffordert, sie mögen endlich sein Thema aufgreifen, dann ist dies ein Appell an die Medien; die Medien sind der Adressat der Äußerung.

Unter dem funktionalen Gesichtspunkt ergab die Inhaltsanalyse: Über zwei Drittel aller Referenzen verweisen auf die Medien als Quelle. Allerdings steigt der Anteil der Medien als Stütze mit der Zeit von 33,3 Prozent 1985 bis auf 37,3 Prozent 2004. Als Keule werden die Medien nur in Ausnahmefällen geschwungen, auch Appelle finden sich selten.

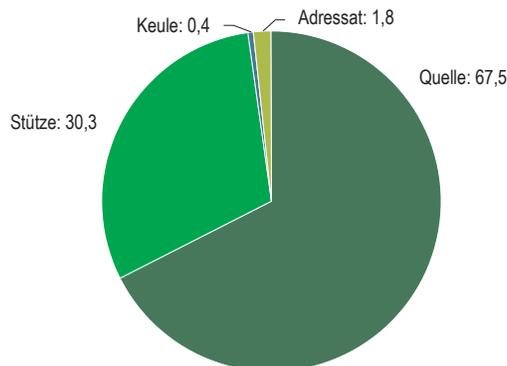


Abb. 8: Welche Funktionen haben die Medienreferenzen? (Anteile an Medienreferenzen insgesamt in Prozent; N = 271)

Auf welches Medium wird verwiesen? Wie vermutet, bezieht sich der weit überwiegende Teil der Medienreferenzen auf die Presse, und das stabil über die Zeit. Entgegen

unserer Vermutung ist kein Anstieg der Verweise auf das Fernsehen zu verzeichnen. Leitmedien für Politiker sind *Der Spiegel*, die *Süddeutsche Zeitung*, die *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Die Zeit* und die *Welt am Sonntag*. Das heimliche Leitmedium dürfte aber der jeweilige Pressespiegel der Fraktion oder des Ministeriums sein.

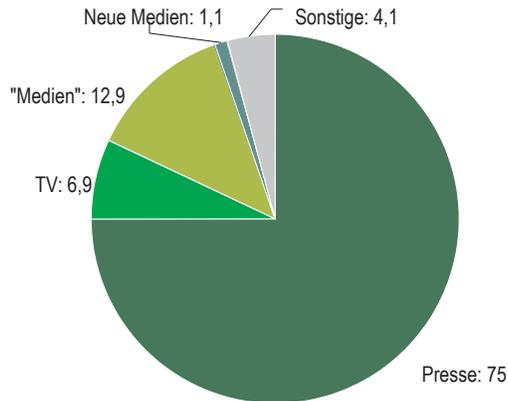


Abb. 9: Auf welches Medium wird verwiesen? (Anteile an Medienreferenzen insgesamt in Prozent; N = 271)

Im Übrigen ist die namentliche Nennung eines einzelnen Journalisten die krasse Ausnahme. Das ist bei den Bezügen auf die Wissenschaft anders: Da wird oft die persönliche Autorität des Experten ins Feld geführt.

Zeigt sich insgesamt unter dem Makroskop ein Befund, den man als Bestätigung für Mediatisierung werten kann? Das Ergebnis ist zwiespältig: Medien sind wichtig, aber sind sie wichtiger als früher? Ein abschließendes Urteil ist beim gegenwärtigen Wissensstand nicht möglich. „Mediatisierung“ in ihrer anspruchsvollen – entwicklungsorientierten – Form hat sich unter dem Makroskop nicht voll bestätigt.

Fazit: das Erklärungsmuster nach der Prüfung

Soweit drei exemplarische Antworten auf die Frage, ob der Medieneinfluss in der Politik zunimmt. Der Mediatisierungsansatz hat die empirische Prüfung in mehreren Durchgängen nicht unbeschadet überstanden, aber er ist auch nicht in sich zusammengefallen. Wir finden nachweislich medieninduzierte Veränderungen in der Politik, aber Tempo und Breite dieser Tendenz wurden und werden vielfach überschätzt.³²

Was bedeutet das für Mediatisierung als Ansatz der Medienwirkungsforschung? Wenn wir bestimmte Phänomene erklären wollen, können wir nicht auf Medien als Ursache verzichten, aber wir dürfen andere Faktoren darüber nicht vergessen. Erst die Kombination von medialen Möglichkeiten, Organisationen und individuellem Handeln ergibt ein erklärungskräftiges Kausalmodell – nicht nur für Veränderungen in der Politik. Und so kann

³² Deshalb ist es durchaus gerechtfertigt, nach dem „Mythos Mediatisierung“ zu fragen (vgl. Rössler und Krotz 2005).

als vorläufiges Fazit formuliert werden: Je größer die medialen Möglichkeiten werden (UV), desto wahrscheinlicher wird es, dass sich zwischen politischen Organisationen und Medienorganisationen Tauschbeziehungen bilden (IV); desto lohnender wird es für Individuen, ihre politischen Interessen mittels Medien zu verfolgen (IV); und desto ausgeprägter ist insgesamt die medieninduzierte Veränderung der Politik (AV) – auch unter Berücksichtigung anderer Tendenzen, wie z. B. der Verwissenschaftlichung oder der Globalisierung (KV), und immer unter der Voraussetzung, dass einige weitere Faktoren stabil bleiben (Konstanten).

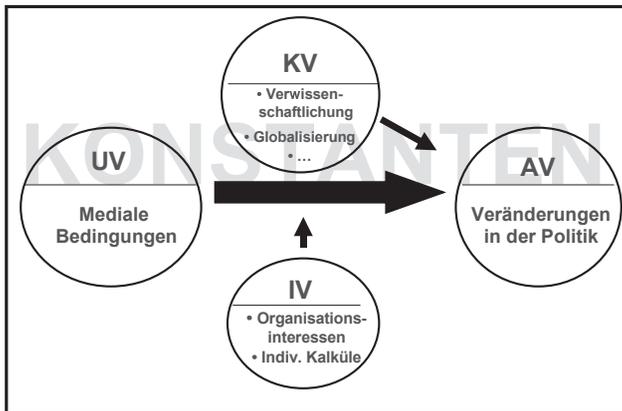


Abb. 10: Mediatisierung als Kausalmodell

Forschungsprogramm: Leben wir in einer Mediengesellschaft?

Damit ist ein langfristiges Forschungsprogramm umrissen. Noch sind unsere empirischen Instrumente grob und die theoretischen Modelle erst in den Grundzügen entwickelt.³³ Aber ich bin zuversichtlich, dass wir in absehbarer Zeit eine intersubjektiv gültige Antwort auf die Frage geben können: Ist der Stellenwert von Medien für politische Veränderungen marginal, ist er gewichtig oder ist er zentral? Und wie hat er sich entwickelt? Letztlich steht dahinter die Frage, was unsere soziale Welt im Innersten zusammenhält. Leben wir in einer „Mediengesellschaft“? Mit dem Begriff verbindet sich die Vorstellung, dass sich die Gesellschaft (und nicht nur die deutsche) um die Achse medialer Kommunikation drehe.³⁴ Medien wären dann neben Marktwirtschaft und Demokratie ein eigenständiger zentraler Faktor unseres Gesellschaftsmodells. Davon bin ich noch nicht restlos überzeugt.

„Mediengesellschaft“ und „Mediatisierung“ sind kommunikationswissenschaftliche Antworten auf die Fragen nach passenden Etiketten für unsere Gesellschaft. Diese Antworten stehen im Wettstreit mit den Antworten anderer Sozialwissenschaftler, die andere Faktoren höher gewichten. Welche Wissenschaft kann einen größeren Anteil an den ge-

³³ Zur wissenschaftlichen Tradition, in der dieses Forschungsprogramm steht, vgl. Vowe und Dohle (2006b).

³⁴ Analog dazu ging Bell (1974) im Konzept der „postindustriellen Gesellschaft“ davon aus, dass das theoretische Wissen die Achse moderner Gesellschaften bilde, um die sich alles dreht – Politik, Sozialstruktur und Kultur.

sellschaftlichen Veränderungen zuverlässiger erklären? Dieser Wettstreit ist methodisch gezügelt und lebt von der Spannung aus kooperativen und kompetitiven Momenten. Ohne diesen Wettstreit keine Erkenntnis. Wir sind aufgerufen, uns mit unseren Theorien und Methoden an der Auseinandersetzung darüber zu beteiligen, wer die besseren Erklärungen hat für das, worüber wir uns in der politischen Welt wundern. Und auch dafür gilt die Warnung, die für das Parlament formuliert wurde: „Denken Sie daran: Unser Tun wird draußen sorgfältig beobachtet!“³⁵ Denn auch die, die wir Wissenschaftler beobachten, wissen, dass wir sie beobachten.

Literatur

- VON ALEMANN, Ulrich (1997). „Parteien und Medien“, in: Oscar W. GABRIEL (Hrsg.). *Parteiendemokratie in Deutschland*. Opladen, 478–494.
- ALTHEIDE, David L. und Robert P. SNOW (1988). „Toward a theory of mediation“, in: James A. ANDERSON (Hrsg.). *Communication Yearbook 11*. Newbury Park, 194–223.
- BAUDRILLARD, Jean (1978). „Requiem für die Medien“, in: Jean BAUDRILLARD (Hrsg.). *Kool Killer oder der Aufstand der Zeichen*. Berlin, 83–118.
- BAUDRILLARD, Jean (1993). „Telekratie“, in: Gert KAISER (Hrsg.). *Kultur und Technik im 21. Jahrhundert*. Frankfurt am Main, 255–268.
- BELL, Daniel (1974). *The coming of post-industrial society. A venture in social forecasting*. London.
- BREDEKAMP, Horst (1999). *Thomas Hobbes' visuelle Strategien. Der Leviathan: Urbild des modernen Staates*. Berlin.
- CASTELLS, Manuel (1996). *The information age: Economy, society, and culture. 1. Band: The rise of the network society*. Oxford.
- DAREMOS, Georgios und George TERZIS (2000). „Televisualization of politics in Greece“, *Gazette* 62, 117–131.
- DONGES, Patrick (2005). „Medialisierung der Politik – Vorschlag einer Differenzierung“, in: Patrick RÖSSLER und Friedrich KROTZ (Hrsg.). *Mythen der Mediengesellschaft – The media society and its myths*. Konstanz, 321–339.
- DÖRNER, Andreas (2001). *Politainment. Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft*. Frankfurt am Main.
- EMMER, Martin und Gerhard VOWE (2004). „Mobilisierung durch das Internet? Ergebnisse einer empirischen Längsschnittuntersuchung zum Einfluss des Internets auf die politische Kommunikation der Bürger“, *Politische Vierteljahresschrift* 45, 191–212.
- EMMER, Martin (2005). *Politische Mobilisierung durch das Internet? Eine kommunikationswissenschaftliche Untersuchung zur Wirkung eines neuen Mediums*. München.
- EMMER, Martin, Gerhard VOWE und Angelika FÜTING (2006). „Wer kommuniziert wie über politische Themen? Eine empirisch basierte Typologie individueller politischer Kommunikation“, *Medien & Kommunikationswissenschaft* 54, 216–236.
- GOLDMANN, Lucien (1973). *Kultur in der Mediengesellschaft*. Frankfurt am Main.
- HABERMAS, Jürgen (1962). *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Neuwied am Rhein.
- VON HENTIG, Hartmut (1984). „Tafel oder Video? Über die Schrecken einer Mediatisierung des Geistes. Kritische Anmerkungen zu den neuen Medien“, *Die Zeit* 21, 20.

³⁵ Bundestagspräsidentin Rita Süsmuth bei der Haushaltsdebatte 1996 (Deutscher Bundestag, 13. Wahlperiode, 120. Sitzung vom 10. September 1996).

- HOBBS, Thomas (1651). *Leviathan*. London.
- JARREN, Otfried und Patrick DONGES (2006). *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft*. Wiesbaden. 2. Auflage.
- KEPPLINGER, Hans Mathias (1999). „Die Mediatisierung der Politik“, in: Jürgen WILKE (Hrsg.). *Massenmedien und Zeitgeschichte*. Konstanz, 55–63.
- KEPPLINGER, Hans Mathias (2002). „Mediatization of politics. Theory and data“, *Journal of Communication* 52, 972–986.
- KLUETING, Harm (2005). *200 Jahre Reichsdeputationshauptschluss: Säkularisierung, Mediatisierung und Modernisierung zwischen Altem Reich und neuer Staatlichkeit*. Münster.
- KROTZ, Friedrich (2001). *Die Mediatisierung kommunikativen Handelns. Wie sich Alltag und soziale Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien wandeln*. Wiesbaden.
- KUBICEK, Herbert (1983). „Soziale Fragen der Verkabelung. Absehbares für Betriebe und Haushalte“, *medium* 13, 4–13.
- LANGENBUCHER, Wolfgang R. (1989). „Grenzen (fernseh)mediatisierter Politik“, in: Frank E. BÖCKELMANN (Hrsg.). *Medienmacht und Politik. Mediatisierte Politik und politischer Wertewandel*. Berlin, 87–96.
- MAZZOLENI, Gianpietro (1995). „Towards a ‚videocracy‘. Italian political communication at a turning point (Auf dem Wege zur ‚Videokratie‘: die politische Kommunikation Italiens am Wendepunkt)“, *European Journal of Communication* 10, 291–319.
- MAZZOLENI, Gianpietro und Winfried SCHULZ (1999). „Mediatization of politics. A challenge for democracy?“, *Political Communication* 16, 247–261.
- MEYER, Thomas (2001). *Mediokratie. Die Kolonisierung der Politik durch das Mediensystem*. Frankfurt am Main.
- MÜNCH, Richard (1991). *Dialektik der Kommunikationsgesellschaft*. Frankfurt am Main.
- NORA, Simon und Alain MINC (1979). *Die Informatisierung der Gesellschaft*. Frankfurt am Main.
- OPITZ, Stephanie (2006). „Neue Dienstleister für politische Kommunikation. Deuten empirische Indikatoren auf eine Professionalisierung der politischen Kommunikation hin?“, in: Lutz HOFER, Jasmin SCHEMANN, Torsten STOLLEN und Christian WOLF (Hrsg.). *Düsseldorfer Forum Politische Kommunikation. Akteure, Prozesse, Strukturen*. Berlin und München, 213–226.
- RÖSSLER, Patrick und Friedrich KROTZ (Hrsg., 2005). *Mythen der Mediengesellschaft – The media society and its myths*. Konstanz.
- RÜHL, Manfred (1999). „Publizieren und Publizistik – kommunikationswissenschaftlich beobachtet“, *Publizistik* 44, 58–74.
- SARCINELLI, Ulrich (1987). *Politikvermittlung. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur*. Bonn.
- SARCINELLI, Ulrich (1998). „Parteien und Politikvermittlung. Von der Parteien- zur Mediendemokratie“, in: Ulrich SARCINELLI (Hrsg.). *Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur*. Opladen, 273–296.
- SCHENK, Michael (2007). *Medienwirkungsforschung*. Tübingen. 3. Auflage.
- SCHERER, Helmut und Eva BAUMANN (2002). „Medien in der parlamentarischen Debatte. Eine empirische Analyse von Medienverweisen in den Debatten des Niedersächsischen Landtags“, in: Kurt IMHOF, Otfried JARREN und Roger BLUM (Hrsg.). *Integration und Medien*. Wiesbaden, 201–218.
- SCHNEIDER, Beate (1996). „Zur Funktion des Medienzitats in der politischen Rede. Eine Inhaltsanalyse von Debatten des Deutschen Bundestages 1949–1984“, in: PRESSE- UND INFORMATI-

- ONSAMT DER BUNDESREGIERUNG (Hrsg.). *Kommunikationspolitische und kommunikationswissenschaftliche Forschungsprojekte der Bundesregierung (1985-1994)*. Bonn, 309–315.
- SCHULZ, Winfried (1997). *Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung zur Rolle der Massenmedien in der Politik*. Opladen.
- SCHULZ, Winfried (2004). „Reconstructing mediatization as an analytical concept“, *European Journal of Communication* 19, 87–101.
- STEHR, Nico (1994). *Arbeit, Eigentum und Wissen. Zur Theorie von Wissensgesellschaften*. Frankfurt am Main.
- DE VIRIEU, Francois-Henri (1990). *La médiacratie*. Paris.
- VOWE, Gerhard und Marco DOHLE (2006a). „Ich sehe doch schon die Schlagzeilen vor mir!“ Medialisierung der öffentlichen Kommunikation am Beispiel von Parlamentsdebatten. Vortrag auf dem Workshop „Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft“ der Fachgruppe für Soziologie der Medienkommunikation der DGPK, Zürich, 25. bis 27. Mai 2006.
- VOWE, Gerhard und Marco DOHLE (2006b). „Politische Kommunikation“, in: *Publizistik*, Sonderheft „50 Jahre Publizistik“. Wiesbaden, 250–275.
- VOWE, Gerhard und Stephanie OPITZ (2006). „Professionelle Kommunikationsdienstleister. Ein neuer Akteurstyp in der strategischen politischen Kommunikation?“, in: Kurt IMHOF, Roger BLUM, Heinz BONFADELLI und Otfried JARREN, (Hrsg.). *Demokratie in der Mediengesellschaft?* Wiesbaden, 58–76.
- WEIGAND, Karl Heinz (1980). „Mensch-Maschine-Kommunikation. Probleme des Angebots interaktiver Kommunikationsdienste in Organisationen und auf Märkten“, *Publizistik* 25, 187–192.

