



fög discussion papers

GL-2006-0013

Wandel der Gesellschaft im Licht öffentlicher Kommunikation

Kurt Imhof*

* fög / Universität Zürich

September 2006

ISSN 1661-8459

Forschungsfeld:
Grundlagentexte

Zitierhinweise/Citation:

Kurt Imhof (2006): Wandel der Gesellschaft im Licht öffentlicher Kommunikation.
fög discussion paper GL-2006-0013. fög-Forschungsbereich Öffentlichkeit und
Gesellschaft, Zürich.

Ursprünglich:

Imhof, Kurt (2003): Wandel der Gesellschaft im Licht öffentlicher Kommunikation,
S. 153-182. In: Markus Behmer, Friedrich Krotz, Rudolf Stöber, Carsten Winter
(Hg.), Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel. Beiträge zu einer
theoretischen und empirischen Herausforderung und Geschichte, Wiesbaden:
Westdeutscher Verlag.

fög-Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft

Andreasstrasse 15

8050 Zürich

Tel. +41 44 635 21 11

Mail kontakt@foeg.unizh.ch

Web http://www.foeg.unizh.ch/foeg_discussion_papers/

Zusammenfassung

Wandel der Gesellschaft im Licht öffentlicher Kommunikation

Kurt Imhof

Dieser Beitrag illustriert eine Forschungslinie, die den sozialen Wandel moderner Gesellschaften durch die Analyse öffentlicher Kommunikation erschließt. Es handelt sich um ein Forschungsvorhaben, welches die sozialwissenschaftlichen Debatten über den sozialen Wandel moderner Gesellschaften aus ihrem ökonomistischen Korsett befreien will, indem die „gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit“ (Berger/Luckmann [1962], 1980) in den Selektions- und Interpretationslogiken der öffentlichen Kommunikation über die Zeit analysiert wird. Der Kern des Forschungsdesigns besteht in der systematischen Eruiierung der wichtigsten Kommunikationsereignisse (thematisch zentrierte Medienereignisse) in den Leitmedien einer Medienarena und ihr synchroner und diachroner Vergleich. In beiden Vergleichsdimensionen werden diese medienvermittelten Kommunikationsereignisse auch mit den wichtigsten Kommunikationsereignissen im Parlament (thematisch zentrierte Parlamentsdebatten) – dem deliberativen Kern des politischen Systems – verglichen. Um diese Kommunikationsereignistypen in ihrer wechselwirksamen Dynamik zu erfassen, werden sie schließlich auch hinsichtlich ihrer Karriere – beginnend mit ihrer Entstehung bei etablierten oder nicht-etablierten politischen Akteuren (Protestparteien, soziale Bewegungen) oder den Medien selbst – analysiert. Das Forschungsdesign ist somit darauf angelegt, den Wandel der Selektions- und der Interpretationslogiken in der öffentlichen Kommunikation zu erfassen und Selektions-, Interpretations- und Entscheidungsfindungsprozesse als interdependente Kommunikationsdynamiken im Dreieck politisches System, Mediensystem und etablierte wie nicht-etablierte Akteure zu beobachten. Damit operiert dieses Projekt als Beobachtung zweiter Ordnung der öffentlichen Kommunikation in der Medienarena und im Parlament, nimmt also einen Beobachtungsstandpunkt ein, der prinzipiell beliebige Akteure der Teilsysteme moderner Gesellschaften beobachtet wie und was sie beobachten und wie sie auf der Basis dieser Beobachtung mehr oder weniger resonanzträchtig handeln. Dieser methodologische Standpunkt zur Analyse des sozialen Wandels moderner Gesellschaften muss die Effekte des „Strukturwandels der Öffentlichkeit“ (Habermas [1962], 1990) als determinierendes Element öffentlicher Kommunikation berücksichtigen. Dieser doppelte Erklärungsanspruch einer Phänomenologie der öffentlichen Kommunikation zur Analyse des sozialen Wandels moderner Gesellschaften unter Berücksichtigung des Strukturwandels der Öffentlichkeit verweist diese Forschungslinie auf die Makro-, die Meso- und die Mikroebene sozialwissenschaftlicher Analyse. Auf der Makroebene gilt es den Anschluss an die gesellschaftstheoretische Diskussion zu wahren und in einem iterativen Prozess den heuristischen Gehalt einer Theorie sozialen Wandels moderner Gesellschaften (Imhof/Romano 1996) zu vertiefen. Auf der Mesoebene gilt es zu zeigen, wie die Organisationen der zentralen Teilsysteme sich den Inputbedingungen des Mediensystems anpassen (Medialisierung), um zweckmäßige öffentliche Resonanz zu erzielen und in diesem Prozess ihrerseits die Organisationen des Mediensystems für ihre Ziele instrumentalisieren. Und auf der Mikroebene schließlich gilt es die, durch Medialisierungseffekte gefährdete Binnenkommunikation von Organisationen im Hinblick auf ihre Reflexionsfähigkeit und auf ihren identifikativen Gehalt zu untersuchen.

Die Bearbeitung dieser Erkenntnisinteressen begann mit dem Projekt „Krise und sozialer Wandel. Untersuchung von Medienereignissen in der Schweiz“ im Jahre 1990. Im Rahmen des Forschungsprozesses wurden quantitative und qualitative Methoden der Inhaltsanalyse von massenmedialen Quellen erarbeitet und in verschiedenen Projekten umgesetzt. Gleichzeitig wurde ein Basisdatensatz aufgebaut, der von 1910 bis in die Gegenwart die wichtigsten Kommunikationsereignisse in Leitmedien vorab der deutschschweizerischen Medienarena und – in spezifischen Perioden – in der Medienarena der französischen und italienischen Schweiz sowie im Parlament enthält. Mittlerweile hat sich diese Forschungslinie in eine Fülle von Facetten ausdifferenziert, die durch verschiedene Forscherinnen und Forscher an verschiedenen Institutionen, vorab am „fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft“ des Instituts für Publizistikwissenschaft und Medienforschung (IPMZ) und des Soziologischen Instituts der Universität Zürich (SIUZ) gepflegt werden. Als gemeinsamer Nenner hat sich sowohl das Interesse für den Zusammenhang von Gesellschaftsordnungen und öffentlicher Kommunikation erhalten, als auch das Bemühen, die methodischen Zugänge kompatibel zu halten und wesentliche Forschungsergebnisse in gemeinsamen Publikationsreihen zusammenzufassen (vgl. Imhof/Kleger/Romano 1993; 1996; 1999).

Die Forschungslinie entfaltete sich aus einem Kontext intensiver Diskussionen über die Diskontinuität sozialen Wandels moderner Gesellschaften an der Forschungsstelle für Schweizerische Sozial- und Wirtschaftsgeschichte und am Soziologischen Institut der Universität Zürich Ende der 1980er und zu Beginn der 90er Jahre. Diese Debatte in einem Netzwerk von Sozial- und Wirtschaftshistorikern und Soziologen konzentrierte sich vor dem Hintergrund der Theoriediskussionen im Zusammenhang mit der Ausrufung der Postmoderne einerseits, der kommunikationstheoretischen Wende in den Sozial- und Geisteswissenschaften andererseits, auf das Phänomen der eruptiven, durch Umbruchperioden gekennzeichneten Entwicklungsdynamik der Moderne. Im Licht dieser Debatten erhielt auch die Kritik an der Modernisierungstheorie und an den ökonomischen Steuerungsmodellen erneute Aufmerksamkeit. Beides war mit Blick auf den ökonomischen Wachstumseinbruch in den 70er Jahren und dem intensiven Norm- und Wertwandel zum Problem geworden. In Frage standen dadurch nicht weniger als die gängigen Erklärungsangebote zur Beschreibung des sozialen Wandels moderner

Gesellschaften. Für das Verständnis dieser Forschung ist es förderlich, zuerst auf drei (von vielen) Irritationen hinzuweisen, welche die kleine, interdisziplinäre Scientific Community an der Universität Zürich beschäftigte:

- a) Am orthodoxen Konsens der Nachkriegszeit, der Modernisierungstheorie, konnte – was andere auch schon zuvor herausgefunden hatten (vgl. etwa Wehler 1975) – irgendetwas nicht stimmen. Der soziale Wandel moderner Gesellschaften lies sich vor dem Hintergrund der ökonomischen Krise der ersten Hälfte der 70er Jahre und dem in Anschluss daran proklamierten, neoliberalen Gesellschaftsmodell nicht als linearer Prozess der funktionalen Differenzierung, Demokratisierung, Rationalisierung, als kontinuierliche wirtschaftliche Entwicklung und als Universalisierung von Werten und Normen beschreiben. Auch die seit dem Ende der 60er Jahren virulenten sozialen Bewegungen und Protestparteien und nicht zuletzt das „Ethnic Revival“ machten die Modernisierungstheorie unplausibel: Sie entpuppte sich als Artefakt der „zukunftsweisen“ 50er und frühen 60er Jahre und diese umreißen zeitlich auch die Hochphase des sozialmarktwirtschaftlichen Gesellschaftsmodells, das nach dem Zweiten Weltkrieg alle Zentrumsnationen prägte, seinerseits aber als Krisenlösungsmuster der 30er Jahre zeitgleich in den USA des „New Deal“ und auch etwa in Schweden und in der Schweiz entstand (Imhof 1993, S. 11-60).

- b) Wie lässt sich nun aber die sozialwissenschaftliche Grundfrage nach dem sozialen Wandel moderner Gesellschaften neu stellen und angehen? Offensichtlich haben wir es in der Moderne mit diskontinuierlichen Umbrüchen, Krisen und scharfen Zäsuren neben intensiven Wachstumsperioden zu tun. Die inzwischen – nach dem Niedergang der politischen Ökonomie – weitgehend deskriptiv gewordenen ökonomischen Zyklenansätze, seien dies Kuznets- oder Kondratieff-Zyklen, befriedigten nicht. Weder boten Sie eine plausible Erklärung für die Diskontinuität sozialen Wandels, noch bewährten sich diese Zyklen zur Beschreibung der zeitlichen Abfolge von Krisenphasen, die keineswegs der postulierten Zyklendauer gehorchten (Kondratiev 1926; Kuznets 1930, Schumpeter 1939).

c) Die dritte Irritation betraf die kommunikationstheoretische Wende in den Kulturwissenschaften. Sie animiert dazu, Gesellschaft als Kommunikation zu beobachten und zu beschreiben und mit strukturtheoretischen Ansätzen in Beziehung zu setzen. Als inspirierend erwiesen sich die Theorie des Kommunikativen Handelns von Habermas (1981), Foucaults Arbeiten, die Phänomenologie, die Ethnomethodologie, die Wissenssoziologie und der Pragmatismus beziehungsweise der symbolische Interaktionismus. Gleichsam automatisch trat mit dieser kommunikationstheoretischen Wende auch der Begriff der „Öffentlichkeit“ in das Zentrum des Interesses. Fraglich war vieles, insbesondere wie sich diese handlungs- und struktur- bzw. system theoretischen Ansätze auf Mikro-, Meso- und Makroebene fruchtbar miteinander verbinden lassen und wie der Zugriff auf die Gesellschaft über Kommunikation methodisch zu bewerkstelligen war.

Vor dem Hintergrund dieser Irritationen entstand die Idee, den sozialen Wandel moderner Gesellschaften auf der Basis einer theoriegeleiteten Analyse der *öffentlichen Kommunikation* zu erfassen. Im „Medium“ öffentlicher Kommunikation können die Gesellschaftsmitglieder das Abstraktum „Gesellschaft“ wahrnehmen und entsprechend müsste eine Beobachtung „zweiter Ordnung“ zunächst die Relevanzstrukturen, die Selektions- und Interpretationslogiken öffentlicher Kommunikation zum Forschungsobjekt machen. Auf diesem Weg sollte es gelingen, die Debatte über den sozialen Wandel moderner Gesellschaften aus einer Perspektive zu beleben, die weder auf das offensichtlich unbefriedigende modernisierungstheoretische Linearitätspostulat zurückgreifen, noch die Diskussion über Krisen moderner Gesellschaften in ihrer ökonomistischen Beschreibungsformeln belassen muss. Vor diesem Hintergrund wurde das Forschungsinteresse geleitet durch ein Bündel von Fragen, deren allgemeinste nicht grundsätzlich neu, sondern neu gestellt auf die Erklärung der diskontinuierlichen Entwicklungsdynamik der Moderne zielt: Wie lassen sich die Einbrüche auf dem Pfad des „Fortschritts“ seit dem „take off“ an der Schwelle zur Moderne beschreiben und erklären? Lassen sich hierzu korrelierende Regularitäten öffentlicher Kommunikation dingfest machen? Kündigen sich soziale Krisen vorher an? Was bestimmt den Ablauf von Krisenperioden bis zu ihrem Höhepunkt und weiter bis zur Krise der Krise, das heißt bis zu ihrem Ende? Wie „offen“ ist die historische Situation in Krisen? Was

begrenzt das Spektrum von Krisenlösungen zwischen Totalitarismus und Demokratie in einer Gesellschaft? In welcher Beziehung steht die Diskontinuität im sozialen Wandel zu den Phasen kontinuierlicher Entwicklung? Und schließlich: Lassen sich solche Fragen durch die systematische Analyse der öffentlichen Kommunikation erschließen? Grundsätzlich neu sind solche Fragen deshalb nicht, weil sich Umbruchperioden seit Beginn der Moderne immer wieder einstellen und den Blick der Zeitgenossen in die Zukunft verstellen. Die Krise ist in modernen Gesellschaften grundsätzlich ein endogenes Phänomen, d.h. im Unterschied zu traditionellen Gesellschaften haben exogene Ursachenerklärungen – die in letzter Instanz immer einen religiös-transzendenten Charakter haben und auf göttliche Strafen, göttliche Fügung oder das Schicksal verweisen, um kollektives Leid zu erklären – in säkularen „Weltanschauungen“ oder „Ideologien“ keinen Platz mehr. Indem die Krise ihre transzendenten Erklärungen verliert, wird sie „endogenisiert“ und damit in einem *grundsätzlichen Sinn politisch*. Politisch wird sie, weil sie die dominierenden Weltanschauungen zur Disposition stellt: Die Krise dementiert im Rhythmus ihres Auftretens den geschichtsphilosophischen Kern dieser Weltanschauungen, Ideologien oder Leitbilder, die der Konstruktion und Strukturierung der Wirklichkeit dienen. Dieser geschichtsphilosophische Kern der modernen Ideologien interpretiert seit der Aufklärung die Spanne zwischen Vergangenheit und Zukunft unter dem Gesichtspunkt der *Entwicklung* und des *Fortschritts* und rückt damit alles Gesellschaftliche in den Horizont eines Zeitempfindens, in welchem die jeweilige Gegenwart als Etappe auf einem Weg erscheint, auf dem die Geschichte zu ihrem Vollzug drängt und die Zukunft erobert (vgl. Koselleck 1984). Indem nun die Krise die Geschichtsphilosophie dementiert und den Blick in die Zukunft verstellt, wird sie gleichzeitig zum Ursprung der Geschichtsphilosophie, weil das Phänomen der Krise neue Sinnkonstruktionen für die Spanne zwischen Vergangenheit und Zukunft erheischt. Es gilt, die Krise zu erklären und „Vertrauen in die Zukunft“ wiederherzustellen (Siegenthaler 1981; Imhof 1990, 55-90). Beides ist konfliktträchtig. Krisen sind damit kontingente Perioden im sozialen Wandel. In ihnen verändert sich nicht nur die Interpretation der Vergangenheit, in ihnen entscheidet sich auch die Zukunft immer wieder neu. Entsprechend scharf heben sich die Krisenphasen im sozialen Wandel ab: Die „Betrachtungen der allmählichen und dauernden Einwirkungen und Verflechtungen der großen Weltpotenzen“, so schrieb Jakob Burckhardt bereits

1870, seien zu unterscheiden von den „beschleunigten Prozessen“, den „geschichtlichen Krisen“, in denen „Entwicklungen, die sonst Jahrhunderte brauchen ... in Monaten und Wochen wie flüchtige Phänomene vorüberzugehen und damit erledigt zu sein“ scheinen (Burckhardt [1870], 1978, 123).

Solche Einsichten in die strukturerozierende Kraft von sozialen Krisen- und Umbruchsphasen, in denen die institutionellen Bestände der gewachsenen Gesellschaft – mal mehr, mal weniger, aber immer wieder – *zur Disposition* stehen, lassen ein Bild von dieser gut 200jährigen „Neuesten Zeit“ gewinnen, das sich bei genauerer Betrachtung in mehrere einzelne Strukturmuster auflöst. Die gewaltigen ökonomischen Wachstumsraten seit dem industriellen „take off“, die Abfolge industrieller Revolutionen und die Schübe politisch-institutioneller Entwicklung sind die eine, die Krisen- und Umbruchsphasen die andere Seite der Moderne. Diese Annäherung an die Diskontinuität des sozialen Wandels entwertet neben den rein ökonomischen und den modernisierungstheoretischen Erklärungen alle einseitig kulturalistischen bzw. strukturalistischen Ansätze, sie erfordern vielmehr dialektisch argumentierende Konzeptionen. Dem sozialen Wandel lässt sich nur theoretisch und empirisch beikommen, wenn die nicht-intendierten Folgen raschen wirtschaftlichen Wachstums mit dem Wandel der *Erwartungssicherheit in der öffentlichen Kommunikation* in Bezug gesetzt, und die Entwertung des Bestehenden im Rahmen von *Orientierungskrisen* über Anomiekonzepte erklärt wird.

Rascher wirtschaftlicher Aufschwung, mithin Modernisierungsprozesse von hoher Intensität und nicht-intendierten Folgen, setzen die Gesellschaftsmitglieder über kurz oder lang einer starken, lebensweltverändernden Dynamik aus und produzieren anomieträchtige soziale Lagen. In solchen Lagen sehen sich die Akteure in einer Welt, die es ihnen verweigert, so zu sein, wie sie einst glaubten werden zu müssen (Siegenthaler 1984). Eine schwieriger zu verstehende Welt, die dazu die einst verheißenen Erwartungen nicht erfüllt, erhöht wieder die Chancen der Diffusion alternativer Weltinterpretationen, welche die Komplexität des sozialen Wandels weiter steigern und eine Orientierungskrise bewirken können, die einen ökonomischen Einbruch über die Reduktion von Erwartungssicherheit nach sich zieht. Die Komplexitätsreduktion, welche die Gesellschaftsmitglieder im Status der Orientiertheit über die Dinge, ihre Priorität und die erwartbare Entwicklung erreichen, schafft über nicht-intendierte

Folgen regelmäßig wieder Komplexitätssteigerungen, welche die alten Gewissheiten wieder entwerten.

Krise bedeutet dann die Erosion vormals selbstverständlicher Erwartungsstrukturen und damit den Abbruch vieler Konventionen, Denkgewohnheiten und Entwicklungspfade – hinein in eine Phase von „creative destruction“, in der gerade durch die Entwertung des Bestehenden das Innovationspotential eines neuen Aufschwungs entsteht. Nach mühevollen, konfliktiven Restabilisierungsprozessen wird der Anfang vom Ende einer Krisenphase markiert durch die Diffusion eines neuen gesellschaftlichen Selbstverständnisses in Form neuer Leitbilder, die in ihrer wirklichkeitssetzenden Kraft Unsicherheit reduzieren und jene Institutionsgeflechte definieren, worin Probleme erfasst und erfolgreich gelöst, sowie Konfliktaustragungen rationalisiert und institutionalisiert werden können.

Auf dieser Basis kann sich ein ökonomischer Aufschwung entfalten, der aber – durch das den Modernisierungsprozessen inhärente Veränderungspotential – den Keim der Destabilisierung etablierter Erwartungsstrukturen in sich trägt.

Mit einem solchen Modell sozialen Wandels begibt man sich auf einen Pfad gesellschaftstheoretischen Denkens, der sich durch drei Merkmale charakterisieren lässt:

- *Ausgangspunkt* ist – *erstens* – die Konzentration auf die *Deutungsbedingtheit* des Handelns. Wenn die evidente *Deutungsbedingtheit sozialen Handelns* ein Zentrum der Analyse bildet, dann müssen Krisenphänomene entsprechend auch als Prozesse der *Destabilisierung geteilter Erwartungsstrukturen* verstanden werden, bzw. ist umgekehrt die Realisation einer neuen Wachstumsphase an die Diffusion von *Erwartungsstrukturen* gebunden, welche die Handlungskomplexität reduzieren und damit die Zukunft neu erschließen.
- *Zweitens* werden soziale Krisen als zentrales Element gesellschaftlicher Entwicklung thematisiert: Krisen sind nicht nur vorübergehende, mehr oder weniger gravierende Einbrüche in einem im übrigen geradlinigen und sich selbst regulierenden Entwicklungsprozess, sondern *offene Phasen* sozialen Wandels, in denen die Richtung gesellschaftlicher Entwicklung selbst zur Debatte steht. Krisen sind die *kontingenzerweiterten* Entwicklungsperioden, in denen der Aufbau neuer Strukturen

gesellschaftlicher Entwicklung immer wieder von neuem geleistet werden muss und kann. Sie kontrastieren zu den *strukturzentrierten Phasen* raschen ökonomischen Wachstums, in denen die Machtallokation der relevanten gesellschaftlichen Gruppen vor dem Hintergrund wechselseitig transparenter Interessen in konfliktregulierenden Institutionen abläuft, der sozialen Ordnung Legitimität zukommt und dadurch Orientierungssicherheit im Rahmen erwartbarer Reaktionen gewährleistet ist.

- *Drittens* interpretiert dieser Ansatz Orientierungskrisen und die dadurch gesteigerte Aufnahmebereitschaft *alternativer Erwartungsstrukturen* als Folgeerscheinungen von Wachstumsprozessen. Insbesondere die nicht-intendierte Folgen rascher wirtschaftlicher Entwicklung lassen anomieträchtige soziale Lagen entstehen, die sich dadurch auszeichnen, dass sie das einst Erwartete dementieren. Gerade durch aggregiertes Handeln in der Wachstumsphase ergeben sich nicht beabsichtigte Folgen, die im Aggregat die Realisierung von Handlungszwecken einschränken und / oder in ihrer Bedeutung schmälern. Die daraus resultierenden anomischen Spannungen sind die Voraussetzung für die rasche Diffusion neuer und konkurrierender Erwartungsstrukturen.

In dieser Perspektive werden „Kommunikation“ und die daraus zu erschließenden „Erwartungsstrukturen“ zu Schlüsselbegriffen des theoretischen Denkens wie zu Termini eines empirischen Programms. Theoretisch mündet dies in eine kommunikationstheoretische Reformulierung der Gesellschaftstheorie (Imhof 1996, 200-292), empirisch in erster Linie in die Analyse von Aufmerksamkeitsstrukturen (Relevanzstrukturen), Selektions- und Interpretationslogiken öffentlicher Kommunikation (Imhof 1993, 11-60).

Dieser Forschungszugang erschließt die Interaktionsdynamiken zwischen Politik und Medien über die systematische, diachron und synchron vergleichende Analyse der medienvermittelten und der parlamentarischen Kommunikation. Anhand dieser Kommunikationstypen lassen sich die Relevanzstrukturen, die Selektions- und Interpretationslogiken öffentlicher Kommunikation über die Zeit analysieren. Auf dieser Basis interessieren einerseits die Interdependenzen zwischen den Relevanzstrukturen und den Selektions- und Interpretationslogiken im Parlament, dem deliberativen Kern des politischen Systems, und in der Medienarena und andererseits die Interdependenzen

zwischen etablierten sowie nicht-etablierten politischen Akteuren (soziale Bewegungen, Protestparteien, NGO's) und der Medienarena wie dem Parlament. Bei diesem Zugang stellen sich zwei zentrale Problembereiche, die der theoretischen und methodischen Durchdringung bedürfen, um den sozialen Wandel moderner Gesellschaften besser zu verstehen:

Es handelt sich *erstens* um Erkenntnisbedarf bezüglich der Selektion und der Karriere von Themen in der Medienarena und im Parlament. Und zwar von ihrem Ursprung bei etablierten oder nicht-etablierten Akteuren bis hin zum Rechtsetzungsprozess im politischen System. Diese Perspektive erweitert das Policy-Cycle-Konzept (vgl. etwa Schubert 1991) systematisch um die öffentliche Kommunikation in der für einen politischen Geltungsbereich relevanten Medienarena und interessiert sich dementsprechend für den Einfluss der öffentlichen Kommunikation für den Input, den Troughput und den Output politischer Entscheidungsfindung. Von besonderem Interesse sind die Bedingungen unter welchen die Prozessroutinen des politischen Systems durch die Medien selbst oder durch nicht-etablierte wie etablierte Akteure über Medienresonanz gestört oder gar unterbrochen werden. Bei diesem Zugriff sind Leitmedien und die unter ihnen stattfindenden Themendiffusionen von zentraler Bedeutung. Dabei geht es um die Fragen, wer die medienvermittelte öffentliche Kommunikation wann auf welche Weise beeinflussen kann, welche Folgen dies auf das politische System hat und welche Regularitäten öffentlicher Kommunikation in Krisenperioden beziehungsweise „normalen“ Entwicklungsperioden feststellbar sind (1).

Zweitens gilt es, den „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ zu berücksichtigen, weil die strukturelle Basis der öffentlichen Kommunikation diese selbst beeinflusst. Deshalb gilt das Interesse den Differenzierungsprozessen zwischen dem politischen System, dem Mediensystem und dem ökonomischen System und ihren Wirkungen auf die Selektion und die Karriere von Themen politischer Kommunikation (2).

Schliesslich werden *drittens* die wesentlichsten Forschungsfragen skizziert, die – vor dem Hintergrund dieser beiden Grundfragen – gegenwärtig bearbeitet werden (3).

1 Wandel der Gesellschaft – Wandel der öffentlichen Kommunikation

In Revolutionen aber auch in fundamentalen gesellschaftlichen Krisen wird unmittelbar evident, dass der soziale Wandel moderner Gesellschaften in der öffentlichen Kommunikation seinen Katalysator findet und dass diese gleichzeitig einem äußerst intensiven Strukturwandel ausgesetzt ist. Kurz: Öffentliche Kommunikation lässt sich in Perioden, in denen sie selbst radikal umgestaltet wird, unmittelbar als geschichtsbildende Kraft erkennen. Exemplarisch zeigt sich dies schon im revolutionären Paris von 1789: Allein zwischen Februar und Mai dieses Revolutionsjahres entstanden neben 450 Klubs über 200 Journale, während die herkömmlichen drei Zeitungen sang- und klanglos untergingen (Habermas [1962], 1990, 221). Nach dem Sturm auf die Bastille am 14. Juli folgte erneut eine Publikationsexplosion in Gestalt von Hunderten von Broschüren, Pamphleten und Bildflugblättern (Darnton/Henning 1985, Wilke 1988, Imhof/Schulz 1998a). Neben diesen Druckerzeugnissen fanden die Kommunikationsereignisse der Revolution auch im Theater, in der Literatur und im Liedgut, in revolutionären Festen und unzähligen Manifestationen ihren Niederschlag. Wie ein Magnet die Eisenspäne, so zwingt der fundamentale Konflikt um die Gesellschaftsordnung alle öffentliche Kommunikation in seinen Bann. Nachdem Skandalisierungskommunikation diesen fundamentalen Konflikt hervorgerufen hat, sind die Folgen dieses Konflikts selbst wieder Anlass zu Kommunikation (Imhof 2000a, 55-68). Gesellschaftliche Umbrüche lassen sich in ihrer ersten Phase dadurch kennzeichnen, dass sich die Zahl der Kommunikatoren zur Zahl der Themen in umgekehrtem Verhältnis entwickelt, d.h. die Vervielfachung der Kommunikatoren geht mit einer Kommunikationsverdichtung einher, in der wenige Themen im Zentrum der Aufmerksamkeit stehen. Massenmobilisierungen haben diesen Prozess zu ihrer Voraussetzung und gleichzeitig produzieren sie wieder jene dramatischen Ereignisse, auf die hin sich die öffentliche Kommunikation verdichtet. Niemals wird in vergleichbarer Intensität von Vielen über das Gleiche kommuniziert, wie in Perioden, in denen die bestehende Gesellschaftsordnung grundsätzlich zur Debatte steht.

Die relevanten Themen der öffentlichen Kommunikation werden durch Selektion definiert. Hierbei kommt den durch Reichweite, Sozialprestige, Elitenrezeption und

wechselseitige Bezüge hervorgehobenen Leitmedien eine zentrale Rolle zu. Dies macht sie zum idealen Untersuchungsgegenstand um öffentliche Kommunikation aus der Beobachterperspektive analysieren zu können, um also Gesellschaft über Kommunikate zu erfassen, die sich an ein prinzipiell unbegrenztes Publikum adressieren. Dabei sind die wichtigsten Kommunikationsverdichtungen, d.h. die in verschiedenen Leitmedien einer Medienarena gemeinsam fokussierten Themen von Interesse. Solche Kommunikationskonzentrationen – wie etwa anlässlich des Sturms auf die Bastille und des Falls der Berliner Mauer oder um jüngere, nicht-revolutionäre Kommunikationsereignisse zu erwähnen, wie etwa die Waldsterbensdebatte und auch das Weltmedienereignis um Lady Diana – sind abhängig von Relevanzstrukturen, die das Bedeutsame vom Marginalen unterscheiden.

Während solche Aufmerksamkeitsstrukturen in privaten Beziehungen auf der Basis von Eigenlogiken eine große Variabilität aufweisen, sind die Bezüge medienvermittelter Kommunikation Produkt eines Selektionsprozesses, der nur bestimmten Themen Resonanz bzw. Anschlusskommunikation verschafft. Medienvermittelte Kommunikation ist sozial voraussetzungsvoll und zwar allein schon weil sie auf Inhalte verwiesen ist, die an die Interpretationsressourcen der verschiedensten Publika anschliessbar sind. Wenn dies nicht der Fall ist, muss Anschlussfähigkeit über Lernprozesse hergestellt werden. So war – um ein Beispiel zu nennen – die Assoziation von Auspuffrohren und Baumwipfeln in der Waldsterbensdebatte nicht allen politischen Milieus geläufig: hier fanden Lernprozesse statt. Dass aber die Umwelt „Wald“ auf der Basis der ideellen Ressourcen der deutschen Romantik ein äußerst kostbares – weil mythisch überformtes – Gut darstellt, ist ein Interpretationsmuster, das im deutschen Sprachraum – durchaus im Unterschied zum angelsächsischen und romanischen Sprachraum –, gängig ist. Beides, die Anschlussbedürftigkeit an vorhandene Interpretationsressourcen wie Lernprozesse, die neue Deutungsbestände etablieren, begrenzt schon vor allen anderen Selektionsformen die Variabilität von Inhalten öffentlicher Kommunikation und macht diese selbst zu einem ausgezeichneten Feld der vergleichenden Forschung bezüglich kulturell geprägter Bedeutungsfelder.

Nun sind aber intensive und nachhaltige Kommunikationsverdichtungen grundsätzlich von ausschlaggebender Bedeutung für den sozialen Wandel. Die Komplexität der Welt wird auf definierte Problembereiche reduziert, weil bestimmten Dingen in der Welt das

knappes Gut „Aufmerksamkeit“ zukommt und den mit ihnen verbundenen Interpretationen soziale Energie verliehen wird. So führte etwa die Karriere der Waldsterbensdebatte in Deutschland, Österreich und der Schweiz in kürzester Zeit zu Rechtsetzungsprozessen im politischen System.

Kommunikationsverdichtungen sind allerdings konfliktreiche Prozesse: Sie sind das Produkt von Auseinandersetzungen um Problemdefinitionen und Bedeutungsimprägungen. Kommunikationsverdichtungen gehen deshalb mit Polarisierungsprozessen einher. Polarisierungen wiederum bedeuten eine Reduktion relevanter Konfliktgruppen. Im äußersten Fall stehen sich nur noch zwei Bürgerkriegsparteien im Kampf um politische Institutionen gegenüber. Prozesse der Kommunikationsverdichtung bedeuten also eine *doppelte Komplexitätsreduktion* sowohl in thematischer Hinsicht als auch bezüglich der Zahl der relevanten Akteure. Dies ist insbesondere in Umbruchs- und Krisenperioden der Fall. In Konzentration auf die gewichtigen Kommunikationsverdichtungen ist der Beitrag der Kommunikationsforschung für die Analyse des sozialen Wandels evident: Vom Sturm auf die Bastille (Darnton/Henning 1985) bis zum Fall der Berliner Mauer (Kepplinger 1998, 393-416) lassen sich jene Vorgänge als Kommunikationsereignisse analysieren, die schon Karl Marx „große Entwicklungen“ nannte, in denen „Tage kommen ..., worin sich 20 Jahre zusammenfassen“ (Marx/Engels [1847], 1953, 170).

Empirisch lässt sich zeigen, dass die intensiven Kommunikationsverdichtungen ein deutlich diskontinuierliches Phänomen darstellen, das mit Krisen- und Umbruchperioden zusammenfällt. Damit ist ein Indikator sozialen Wandels gewonnen, der auf Krisen und Umbrüche in Gestalt ihrer zentralen Kommunikationsereignisse reagiert. Anhand der Inhaltsanalyse der medienvermittelten Kommunikation in schweizerischen Leitmedien kann seit dem Umbruch der Bundestaatsgründung gezeigt werden, dass Identitätskonflikte in Form einer Problematisierung des Fremden Perioden intensiver Kommunikationsverdichtung kennzeichnen. In der öffentlichen Kommunikation sind die damit verbundenen Aus- und Eingrenzungskonstrukte regelhaft begleitet durch eine Politisierung der Geschichte. Die Imagination von Gemeinschaft in der Gesellschaft funktioniert also über Inklusions- und Exklusionscodes und durch die Historisierung der Gegenwart. Hobsbawms These (1991) einer „Invention of Tradition“ zur Konstitution eines Gemeinsamkeitsglaubens ist ein ausgesprochen repetitiver

Vorgang im Kontext fundamentaler Auseinandersetzungen über zentrale politische Institutionen.

Untersucht man die Karrieren jener Themen, welche diese Kommunikationsverdichtungen in Krisen- und Umbruchperioden „füllen“, dann zeigt sich, dass diese Themen massgeblich auf nicht-etablierte politische Akteure zurückzuführen sind. Entsprechend kann die diachron vergleichende Kommunikationsforschung auch zeigen, dass die Bedeutung sozialer Bewegungen und Protestparteien mit ihren Charismaträgern bis in die 70er Jahre ebenfalls demselben diskontinuierlichen Muster gehorcht (Gilcher-Holthey 1994, 375-392; Ernst 1996). Nicht-etablierte Akteure haben also unterschiedliche Resonanzchancen, um soziale Probleme für die Gesellschaft kreieren zu können und sie sind darauf angewiesen, ihren mangelnden Einfluss auf das politische System über Resonanz im Mediensystem zu kompensieren (Rucht 1994, 337-358; Imhof 1996c, 165-186). Während in Perioden stabiler gesellschaftlicher Entwicklung die etablierten politischen Akteure die medienvermittelte Kommunikation weitgehend bestimmen, sind Umbruchperioden durch die rasche Diffusion neuer Themen seitens sozialer Bewegungen und Protestparteien gekennzeichnet. Rascher Wert- und Normenwandel und Entlegitimierungsschübe lassen sich ohne Berücksichtigung dieser immer wieder neuen politischen Akteure nicht erklären. Beispielhaft ist wiederum bereits die französische Revolution: Seit den 1770er Jahren wurden durch pikante „Enthüllungen“ in einer Unzahl von „Cahiers Scandaleuses“ und Flugschriften die Frivolität, Sittenlosigkeit und Korruption des Adels und der Königsfamilie angeprangert. Auf diese Weise erreichte diese Diskreditierung der Macht laufend mehr Resonanz bis die über Skandalisierungen entstandene politische Öffentlichkeit mit der Einberufung der Generalstände im Frühling 1789 jeglicher Kontrolle entglitt (Wilke 1988). Die politischen Eliten sehen sich in Umbruch- und Krisenphasen neuen, definitionsmächtigen Akteuren ausgesetzt und gleichzeitig verändern sich die Bedingungen medialer Kommunikation mitsamt dem gesellschaftlichen Institutionengefüge. Dieser Befund gilt für die Revolutionen an der Schwelle zur Moderne, für diejenige Ausgangs des Ersten Weltkrieges, für die Krisen und Umbrüche in den 30er Jahren, für Ungarn 1956, für Prag 1968, auch für die „Kulturrevolution“ im Kontext der 68er Bewegung und für die Umwälzungen von 1989.

Diese diskontinuierliche Bedeutung peripherer Gruppierungen im sozialen Wandel ist trotz des seit den 70er Jahren einsetzenden Aufschwungs der Forschung über die „neuen“ sozialen Bewegungen (Neidhardt/Rucht 1993; Rucht 1994, 337-358; Kriesi 1991) noch nicht genügend erkannt. Dabei bildet die vergleichende historisch-soziologische Untersuchung von sozialen Bewegungen, Protestparteien und der Karriere von Charismaträgern ein ertragreicher Weg zu einer anomietheoretisch geleiteten Analyse rascher Modernisierungs- und Wachstumsprozesse. Die Resonanz nicht-etablierter politischer Akteure, ihr Mobilisierungserfolg und ihre Politisierungseffekte haben den Status von Frühindikatoren im sozialen Wandel, weil sie individuelle Anomie in kollektive Aktion transformieren.¹ Die Resonanzchancen nicht-etablierter Akteure ist freilich von der Struktur des Mediensystems abhängig: Ein Forschungsergebnis zeigt, dass soziale Bewegungen mit totalitären Tendenzen in den 20er Jahren sowohl in Deutschland als auch in Österreich (Melischek/Seethaler 1996, 61-78; 2000, 112-134) zuerst in der Geschäfts- und Boulevardpresse Resonanz erzielten. In der Schweiz wurde die öffentliche Kommunikation in der Zwischenkriegszeit noch fast ausschließlich durch Parteizeitungen mit ihren ausgeprägt politischen Selektionslogiken beherrscht. Entsprechend geringer waren die Resonanzchancen außerparlamentarischer, sogenannt „frontistischer“ Gruppierungen.²

Mit diesem Hinweis auf die entwicklungsrelevante strukturelle Basis der politischen Kommunikation komme ich zum zweiten Teil: In jüngster Zeit haben wir es mit einem beschleunigten Strukturwandel der Öffentlichkeit zu tun, der nicht mit Krisen- und Umbruchperioden zu erklären ist, jedoch die modernen Gesellschaften wachsenden Steuerungs- und Legitimitätsproblemen aussetzt.

1 Ihre Deutungsangebote reduzieren die Komplexität sozialen Wandels radikal, indem sie sich auf Entwicklungen, die es entweder zu verhindern oder zu fördern gilt, monothematisch fixieren.

2 Nur im sogenannten „Frontenfrühling“ 1933 erhielten die rechtsradikalen sozialen Bewegungen Resonanz, weil wesentliche Kräfte innerhalb der bürgerlichen Parteien einer fundamentalen Neuorientierung der Schweiz zunächst nicht ablehnend gegenüberstanden (Jungliberale, Jungkonservative, Konservative Volkspartei, Teile der Bauern-, Gewerbe- und Bürgerpartei) und weil die sozialdemokratische und kommunistische Presse in der Frontenbewegung die Speerspitze der faschistischen Gefahr wahrnahm. Der in der „geistigen Landesverteidigung“ (ab 1936) gipfelnde Konsensualisierungsprozess verdrängte jedoch die Frontenbewegungen aus der öffentlichen Kommunikation. Die Fronten erlitten durch abnehmende Resonanz einen langsamen Niedergang, der auch durch spektakuläre Aufmärsche, Saalschlagereien oder Manifestationen nicht aufzuhalten war (vgl. Imhof 1999a, 453-466).

2 Strukturwandel der Öffentlichkeit

Jürgen Habermas hat – inspiriert durch die Kulturindustriethesen aus der Dialektik der Aufklärung von Adorno und Horkheimer ([1944], 1981) und durch Hannah Arendts „Vita activa“ ([1958], 1985) – den Begriff des „Strukturwandels der Öffentlichkeit“ mit seiner gleichnamigen Habilitationsschrift 1961 geprägt. Obwohl Habermas' Grundargument – durchaus zu Recht breit kritisiert – einem Niedergangsbeschrieb gleichkommt, der mit einer „agora-Öffentlichkeit“ herrschaftsemanzipierten Raisonnements beginnt und in einer „Refeudalisierung“, d.h. einer „Vermachtung“ der Öffentlichkeit durch Staat, politische Organisationen und Wirtschaft endet, bezeichnet doch der Terminus „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ ein zentrales und zuvor entschieden zu wenig beachtetes Phänomen des sozialen Wandels.³ Habermas' Konzeption dieses Strukturwandels hat außerordentlich viele Debatten ausgelöst und ist inzwischen – auch durch ihn (1990) – mannigfaltig revidiert worden. Dies gilt insbesondere für seine dezidiert kulturkritischen Ausführungen zum Zerfall des bildungsbürgerlichen Diskurshabitus und zur Senkung Bildungsniveaus des Publikums sowie für seine Refeudalisierungsthese, welche die Differenzierungsprozesse zwischen politischem System, ökonomischem System und Mediensystem – den Vermachtungsinstanzen seiner refeudalisierten Öffentlichkeit – unterschätzte. In der Tat lässt sich der Strukturwandel der Öffentlichkeit auf den kürzesten Nenner gebracht, gerade mit der *Ausdifferenzierung* des Mediensystems vom politischen System und der Koppelung der Medien an die Marktlogik auf den Punkt bringen (Imhof 1993a, 11-60; Jarren 1994, 23-34, 2001, 10-19; Münch 1995; Donges/Imhof 2001, 101-136).⁴

Die Effekte dieses jüngsten Strukturwandels wurden bisher zu wenig systematisch in Form von aussagekräftigen Zeitreihenanalysen und in Bezug auf die Anpassungsleistungen der politischen (aber auch der ökonomischen) Organisationen

3 Präziser: Die diesbezüglichen, teilweise äußerst ertragreichen Untersuchungen aus der Zwischenkriegszeit von Max Weber ([1910, 1919]; 2001, 1988), Ferdinand Tönnies (1922), Karl Bücher (1926), Gerhard Münzner (1927) sowie Karl (1929) und Ernst Mannheim ([1933], 1979) wurden kaum mehr beachtet. Vgl. hierzu Averbek 2000, 97-111.

4 In der aktuellen kommunikationswissenschaftlichen Literatur lässt sich besonders im Rahmen systemtheoretischer Theoriekonzeptionen (Marcinkowski 1993; 2000, 49-73; Luhmann 1990, 170-182; 1996) theoriekonsistent eine Tendenz erkennen, neben dem *Ausdifferenzierungsprozess* des Mediensystems aus dem politischen System den korrelativen *Entdifferenzierungsprozess*, welcher die Medien der ökonomischen Marktlogik unterwirft, zu übersehen. Das ist der „blinde Fleck“ differenzierungstheoretischen Denkens. In diesem Sinne ist auch der Begriff des Mediensystems als „intermediäres System“ bei Gerhards/Neidhardt (1990) einseitig durch die Vorstellung der Entkoppelung der Medien vom politischen System geprägt.

erforscht (vgl. hierzu Kaase 1998, 24-51). Generell mangelt es der Kommunikationsforschung an langfristigen diachronen Untersuchungen, die es erlauben, die Konsequenzen dieses Strukturwandels in der Medienarena einerseits und über Medialisierungseffekte für die Organisationen der zentralen Teilsysteme andererseits, herauszuarbeiten.

Anhand der vorhandenen Forschungsergebnisse lässt sich eine Reihe von Indikatoren gewinnen, die – deutlich seit den 60er Jahren –, noch deutlicher seit den 80er Jahren tiefgreifende Veränderungen in der medienvermittelten Kommunikation anzeigen.⁵ In ihnen widerspiegeln sich Differenzierungsdynamiken, welche die Allokation von Aufmerksamkeit, Definitionsmacht und Sozialprestige in modernen Gesellschaften neu organisieren.

Erstens kann von den ausgehenden 60er Jahren bis zum Beginn der 90er Jahre eine Verstetigung des Phänomens sozialer Bewegungen und Protestparteien sowie die Institutionalisierung von medienorientierten NGO's beobachtet werden. Im diachronen Vergleich ist die Lebensdauer dieser nicht-etablierten politischen Akteure erstaunlich lang und sie eroberten phasenweise ganze politische Themenbereiche wie Umwelt und Technikfolgeprobleme, Sicherheitspolitik, Geschlechterdifferenz, Migrations- und Asylpolitik für sich. In der Katastrophen- und Risikokommunikation etwa gelang es ihnen, eine neue Mensch-Umwelt-Beziehung normativ wie moralisch zu implementieren, die sich sowohl im Rechtsetzungsprozess wie im Alltagshandeln niederschlug. Die gegenüber den 50er und frühen 60er Jahren sprunghaft erhöhte Resonanz kann nur teilweise krisentheoretisch erklärt werden (Imhof 1999b, 35-54). Die Konstanz dieses Phänomens muss auch auf einen Strukturwandel der Öffentlichkeit zurückgeführt werden, der den *medienwirksamen Aktionsformen* nicht-etablierter Akteure bessere Resonanzchancen vermittelt, als die noch verstärkt durch *parteiolitische Selektionslogiken* gesteuerte mediale Kommunikation zuvor. Inzwischen lässt sich gleichzeitig ein deutlicher Rückgang der Resonanz nicht-etablierter Akteure und ein Institutionalisierungsprozess in etablierte Parteien oder NGO's konstatieren (Imhof 1996c, 165-186). Die These vom Eintritt in die

5 Für die Schweiz gilt es zu beachten, dass dieser Strukturwandel zu einer im Vergleich radikaleren Umgestaltung der medienvermittelten Kommunikation führte, weil diese in weit stärkerem Masse als in den meisten europäischen Ländern bis in die 60er Jahre durch Parteiorgane geprägt wurde (vgl. Imhof 1996b, 3-25).

„Bewegungsgesellschaft“ (Neidhardt/Rucht 1993) erwies sich als falsch. Die nicht nur, aber prominent bei Habermas damit verbundenen Erwartungen an freie, zivilgesellschaftliche Assoziationen, welche der Deliberation eine neue Qualität verleihen (Habermas 1992, 386) sind zumindest verfrüht. Die Gründe für diese Veränderung in den Aufmerksamkeitsbezügen der medienvermittelten Kommunikation werden in der Literatur noch nicht diskutiert. Es handelt sich *zunächst* um eine deutliche Veränderung der Formen der politischen Kommunikation von Seiten der etablierten Akteure. Zu beobachten sind eine massive Zunahme medienwirksamen Eventmanagements (Schmitt-Beck/Pfetsch 1994, 106-138; Imhof/Eisenegger 1999, 195-218), eine ausgesprochene Personenzentrierung und eine gestiegene Bedeutung von Konfliktszenierungen. Kurz: Wir haben es bei den Kommunikationsformen der etablierten Akteure mit erfolgreichen Anpassungen an die Selektionslogiken der Medien zu tun und damit haben sie einen Vorteil der nicht-etablierten Akteure im Wettbewerb um Aufmerksamkeit egalisiert. *Dann* gilt es die substitutive Eigendynamik der medialen Skandalisierungskommunikation zu benennen.

Damit komme ich zum *zweiten Indikator* des Strukturwandels: Zeitreihenanalytische Untersuchungen von Skandalisierungen in der öffentlichen Kommunikation zeigen eine Zunahme des Phänomens. Bei dieser Intensivierung der Skandalkommunikation ist auch eine Veränderung der tripolaren Struktur des Skandals beobachtbar: Während sich der klassische Skandal durch einen Skandalisierer, ein Skandalmedium und einen Skandalisierten zusammensetzt, übernimmt beim modernen Skandal das Skandalmedium auch die Rolle des Skandalisierers (Neckel 1986, 581-605; Kepplinger 1996, 41-58). Seit den 80er Jahren hat sich in den schweizerischen Medien aufgrund des Aufmerksamkeitswettbewerbs eine effiziente Expertenkultur der Skandalisierung ausdifferenziert, die medienexterne Skandalisierer substituiert und damit auch eine zentrale Funktion nicht-etablierter politischer Akteure übernimmt. Besonders auffällig ist die Veränderung in der Katastrophen- oder Risikokommunikation. Deutungsmuster wie Schicksal, Zufall oder Unglück wurden auf systematische Weise durch personalisierte Verantwortungszuordnungen abgelöst.

Obwohl nach wie vor Skandalisierungen gegenüber Vertretern des politischen Personals mit Abstand überwiegen lässt sich auch feststellen, dass die Skandalisierung von Unternehmen und ihres Führungspersonals massiv zunimmt. Zudem erweitern sich die

skandalisierungsfähigen Themen. Moralische Verfehlungen, die der privaten Sphäre entstammen, wurden öffentlichkeitsfähig (Imhof 2000a, 55-68).⁶

Drittens ist im historischen Überblick eine beispiellose Privatisierung des Öffentlichen und Personalisierung der politischen Kommunikation zu konstatieren (Imhof/Schulz 1998b; Imhof 1999c, 717-732). Beobachtbar ist eine Zunahme von Human Interest Storys, Betroffenheitsjournalismus und die Etablierung neuer boulevardisierender Nachrichtenformate in Radio und Fernsehen. Zentral manifestiert sich die „Tyrannei der Intimität“ (Sennett [1977], 1983) im Hörfunk. Er bildet die Speerspitze einer Entwicklung in der das Publikum als Hörerfamilie – also als Gemeinschaft – angesprochen wird, so dass selbst der Wetterbericht ohne Gefühlsäußerungen über die kommenden Hochs und Tiefs nicht mehr auszukommen scheint. Die Personalisierung des Politischen findet hingegen im Fernsehen ihr wichtigstes Medium: Politikdarstellung gleicht sich strukturell der Unterhaltung an, und politische Argumente werden durch Charakterdarstellungen im privaten Lebensraum und medienattraktive Konfliktinszenierungen ergänzt (Sarcinelli 1987, 1994; Schmitt-Beck/Pfetsch 1994, 106-138; Münch 1995; Hitzler 1996, 265-288; Jarren 1996, 79-96; 1998, 74-96). Damit manifestiert sich im historischen Vergleich ein Wandel in der medialen Kreation von Prominenz. Die Darstellung von Vertretern des politischen Personals gleicht sich der Darstellung der Gesellschaftsprominenz an: Neben dem Machtstatus entscheidet die telegene Inszenierung privater Lebensstile und Selbstdarstellungskompetenzen über mediale Resonanz (Wilke 1996, 99-106). Durch Ereignisproduktion, z.B. in Form von Homestorys, wirken die medialen Inszenierungsmuster in die Personalselektion des politischen Systems ein und schaffen auch in der Politik ein Starsystem (Peters 1994, 191-213). Entsprechend hat die Betonung von Gruppenpositionen auf Seiten der Medien wie auf Seiten der Vertreter des politischen Personals stark abgenommen. Politische Positionen werden kommunikativ immer mehr Individuen, nicht Parteien oder Verbänden zugeordnet (Imhof 2000b, 324-331; Jarren 2001, 10-19). Dabei darf aber nicht vergessen werden, dass diese neuen Formen der Politikvermittlung angesichts der Erosion der Parteimilieus und des korrelativen

6 Diese Ausweitung des öffentlichen Skandalisierbaren bezieht sich auch auf die Vertreter des politischen Personals. Dies freilich auch, weil im politischen Wettbewerb die Darstellung persönlicher-privater Authentizität zu einem wichtigen Faktor des politischen Marketings geworden ist. Durch diese „Moralfalle“ wird die Skandalisierungsträchtigkeit von Wahlkämpfen auf eine neue Stufe gehoben.

Zerfalls der interpretativen Kraft der Grossideologien der Moderne eine notwendige Komplexitätsreduktion darstellen. Allerdings erhöht sich dadurch die Kontingenz politischer Abstimmungen und Wahlen.

Als *vierten Indikator* des Strukturwandels lässt sich eine deutliche Verschiebung in der intermediären Themen- und Meinungsresonanz feststellen. Die Ära der Parteipresse war gekennzeichnet durch ausgeprägte wechselseitige Themen- und Meinungsresonanz, weil der Kampf um die öffentliche Meinung durch Weltanschauungsorgane bestritten wurde, welche die parlamentarischen Debatten zum Staatsbürgerpublikum vermitteln. Mit der Erosion dieses publikumsoffenen Streits zwischen den Parteiorganen verkürzt sich die Themen- und Meinungsresonanz auf eine bloße Themenresonanz und der deliberative Kernbereich des politischen Systems, das Parlament, findet in der medienvermittelten Öffentlichkeit keine Anschlusskommunikation. Mit diesem Schwund des Meinungsstreits in und zwischen politisch profilierten Medien, erodiert die Deliberation und das Parlament wird zugunsten einer am Nachrichtenwert „Macht“ orientierten Fokussierung auf die Exekutive kommunikativ isoliert (Imhof/Kamber 2001, 425-453).

Schließlich zeichnet sich *fünftens* eine Umkehrung der Vermittlungslogik der politischen Kommunikation ab. Für die Prioritätenordnung politischer Probleme werden die Selektionsregeln des Mediensystems zunehmend wichtiger. Die Aufmerksamkeitsregeln symbolischer, resonanzorientierter Politik drücken auf die Entscheidungspolitik durch (Sarcinelli 1994). Dies bedeutet, dass die Medien selbst und das politische Personal über die Medien Einfluss auf die Agenda des politischen Systems erzielen. Die Schweiz ist hierfür ein gutes Forschungsfeld: Vor dem Hintergrund der direktdemokratischen Institutionen lässt sich diese Einflussdimension etwa bei den asylpolitischen Auseinandersetzungen der 90er Jahre gut verfolgen (Schranz 2000; Imhof/Kamber 2001, 425-453). Das Boulevardmedium Blick erhielt über eigentliche Kampagenberichterstattungen, die intensivstes Framing und Ereignisproduktion miteinander verknüpften, eine plebiszitäre Funktion. Damit haben wir es mit einer mediendramaturgischen Umwertung (Münch 1997, 696-709) – zumeist über die Selektion politischer Konflikte und ihre Akzentuierung – und darüber hinaus mit einer intensiven Ereignisproduktion von Seiten der Medien zu tun. Jede Beschreibung der medienvermittelten Kommunikation, die nur die Selektionsleistungen

im Blick hat, zielt an der aktuellen medialen Konstruktion der Wirklichkeit vorbei. Der Begriff des medialen Agenda Settings wird dieser eigenständigen Ereignisproduktion insbesondere in emotional sensiblen Politikfeldern (Schmolke 1996, 187-200, Blum 1996, 201-212) nicht mehr gerecht.

In diesen Befunden manifestiert sich ein Strukturwandel, der die demokratische Entscheidungsfindung, die Steuerung und Legitimation moderner Gesellschaften grundlegend verändert. Wie sind diese Effekte zu erklären? Beides, sowohl die Ausdifferenzierung des Mediensystems vom politischen System, wie die Koppelung der Medien an die Marktlogik, ist mit einer sozialen und ökonomischen Ablösung der Medienorganisationen von ihren herkömmlichen, sozialräumlich gebundenen Trägern (Parteien, Verbände und Verlegerfamilien) und mit der Dualisierung der elektronischen Medien verbunden. Die neuen Medienorganisationen können sich dadurch sozial, politisch und ökonomisch von ihren Kontexten ablösen und werden zu Dienstleistungsorganisationen mit beliebiger Kapitalversorgung aber hohen Renditeerwartungen. Dadurch unterliegen sie einem raschen technischen Wandel, der sie durch die Nutzung der Konvergenzpotentiale der Massen- und Individualkommunikation in den Cyberspace hineinführt, und sie werden ideologisch offener und flexibler (Kepplinger 1992). Sie generieren sie ihr eigenes Publikum und richten ihre Selektions- und Interpretationslogiken nach dessen Aufmerksamkeitsbedürfnissen aus. Sie generieren ihre eigenen Produkte und Inhalte auf der Basis von Zielgruppenkonzeptionen; sie kreieren eine eigene Zeit indem sie sich am wettbewerbsbedingten Aktualitätstempus orientieren; und sie vernetzen Metropolen und erschließen kommunikativ neue Regionen. Im Zuge dieser sozialen und ökonomischen Autonomisierung unterliegen die Medienorganisationen einem Transnationalisierungs-, Wachstums- und Konzentrationsprozess und einer raschen technischen Entwicklung (Müller-Doohm 1998, 471-486). Die sozialräumliche Gliederung dieser Informationsökonomie folgt einem Transnationalisierungstrend (Gerhards/Rössel 1999, 325-344) der städtische Zentren unter sich und mit ihren Regionen neu verknüpft, d.h. neue Sozialräume generiert und die territorial gebundenen politischen Institutionen einem Wettbewerb um Steuervorteile und Infrastrukturbedingungen aussetzt (Schwengel 1997, 663-678).

Welche Effekte hat nun der Wandel der medienvermittelten Kommunikation auf andere Teilsysteme? Dieser „zweite“ Strukturwandel der Öffentlichkeit hat einen verschärften Wettbewerb um Aufmerksamkeit zur Folge. Er setzt insbesondere die politischen Organisationen einer äußeren und inneren, strukturverändernden Medialisierung aus. Mit diesem Begriff wird implizit oder explizit ein grundsätzlicher Wandel der Sozialintegration moderner Gesellschaften postuliert, in dessen Verlauf die klassischen, norm- und wertsetzenden sowie Zugehörigkeit definierenden Institutionen (Schule, Religion, Armee, Parteien, soziokulturelle Milieus) im Zuge der funktionalen Differenzierung und Individualisierung an Bedeutung verlieren und durch sinn(re)produzierende Medien überformt werden. Die zuvor auf lebensweltlicher Integration basierende Gemeinschaftsbildung muss demzufolge über den Umweg medialer Orientierungsangebote (Pfetsch 1998a, 406-413) substituiert werden. Die Medien sind in dieser Perspektive beides: Mitursache wie Lösung des Problems der Sozialintegration moderner Informationsgesellschaften. In diesem Kontext bezeichnet dieser Begriff eine fortschreitende Medialisierung der Gesellschaft auf Kosten sozialmoralisch integrierter Institutionen (Giddens 1992). Dies erklärt die gewachsene Bedeutung der Diskussion über die Sozialintegration mit Bezug auf die Medien. Konkreter und bezogen auf politische Akteure bezeichnet Medialisierung die generelle Bedeutungssteigerung der medienvermittelten Kommunikation für etablierte politische Akteure infolge der Erosion der klassischen Parteimilieus (Sarcinelli/Wissel 1998, 408-427; Schenk 1998, 387-407) und des Absterbens der versammlungsdemokratischen Institutionen sowie der zunehmenden Bedeutung des medialen Aktualitätsdrucks auf die temporale Ordnung des politischen Systems (Sarcinelli 1994; Müller-Doohm 1998, 471-486; Saxer 1998, 21-63). In diesem Zusammenhang umgreift dann der Begriff Medialisierung *auch* die Adaptionen der politischen Akteure an die Inputerfordernisse des Mediensystems. Im Wettbewerb um die mediale Aufmerksamkeit kommen weder die politischen Organisationen (Sarcinelli 1998b, 273-296; Hackenbroch 1998, 482-488) noch die Behörden (Pfetsch 1998b, 233-252; Patzelt 1998, 431-441), noch die Unternehmen an medienwirksamen Darstellungsformen vorbei.

Als Quintessenz kann festgehalten werden, dass die eigenständigen Vermittlungslogiken der Medien auf vier Dimensionen quer zu den Vermittlungsbedürfnissen der traditionellen politischen Akteure stehen:

In der *Sozialdimension* verlieren die Parteien, parlamentarischen Fraktionen und Verbände mit ihren direkten Vermittlungsorganen auch ihre eigenen Publikumssegmente, während Regierung und Behörden mit einer Medienarena konfrontiert werden, die sich den Agenden der politischen Willensbildung und Entscheidung höchst selektiv annimmt bzw. diese Agenden beeinflusst.

In der *Sachdimension* müssen sich die politischen Organisationen der Produktionslogik der Medien, dem „Siegesszug“ der Visualität auf Kosten des Argumentativen und Narrativen und den Modezyklen der Medienprodukte verstärkt anpassen.

In der *Zeitdimension* gerät die auf interne Koordinations- und fixierte Prozessfristen geeichte Politik unter „Reaktionsstress“ gegenüber dem medialen Aktualitätstempus.

In der *sozialräumlichen Dimension* schließlich entkoppeln sich die medial neu erschlossenen Räume von den Geltungsräumen der territorial gebundenen politischen Institutionen. Dies gilt insbesondere auf nationalstaatlicher Ebene und schafft „entöffentlichte“ politische Geltungsbereiche auf lokaler und regionaler Ebene. Auf europäischer Ebene verhält es sich freilich umgekehrt: Europa ist in der medienvermittelten Kommunikation nur das Kaleidoskop nationalstaatlicher Bezüge (Gerhards 1993, 96-110). Politik und Öffentlichkeit treten also auseinander.

Insgesamt wird mit diesem „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ die Beziehung zwischen Politik und Medien grundlegend neu gestaltet. Die politische aber auch die ökonomische Durchsetzungsfähigkeit wird noch enger als zuvor an das Sozialprestige geknüpft, dessen Verletzlichkeit durch die Deregulation traditioneller Einflusspotentiale auf die Medien sprunghaft zugenommen hat.

3 Forschungsentwicklung

Die Effekte der skizzierten Differenzierungsprozesse sind noch viel zu wenig erforscht. Wenn sich diese Entwicklung fortsetzt, dann ist für die moderne Gesellschaft mit zunehmenden Steuerungs- und Legitimitätsproblemen zu rechnen. Abschließend werden drei Forschungsfragen, welche derzeit am „fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft/Universität Zürich“ bearbeitet werden, um Erkenntnisse bezüglich der Effekte dieses Strukturwandels bereitstellen zu können.

Erstens: Erfolgreiche Politik wird sich integral der Ereignisproduktion des modernen Mediensystems anpassen. Dies bedeutet eine massive Zunahme des Eventmanagements,

d.h. der Produktion von Ereignissen ausschließlich für die Medien unter Berücksichtigung ihrer Vermittlungslogiken und ihrer Publikumssegmente (Schmitt-Beck/Pfetsch 1994, 106-138; Imhof/Eisenegger 1999, 195-218). Dadurch wird die strukturelle Verflechtung von Politik und Medien aus der Ära der Parteipresse und des Integrationsrundfunks durch die wechselseitige Instrumentalisierung politischer und medialer Akteure ersetzt.

Dabei können die Parteien ihre Medienarbeit nicht mehr auf die „Saisonöffentlichkeit der Wahlen“ (Negt/Kluge 1972) beschränken, weil sie sich mangels direkter Medienmacht und unter dem Druck des Wettbewerbs um mediale Resonanz permanent um Aufmerksamkeit bemühen müssen. Gleichzeitig müssen sich nun jedoch auch die Verbände aufgrund schwindender Binnenintegration mit denselben Techniken um die Akkumulation öffentlicher Aufmerksamkeit kümmern. Die Mitgliederbindung kann dabei zunehmend weniger durch Binnenkommunikation aufrechterhalten werden: Von innen wie von außen wird das Gewicht von politischen Organisationen und ihrer Vertreter an der medialen Resonanz gemessen. Um das knappe Gut „Aufmerksamkeit“ werden sich also mehr Akteure mit professionelleren Mitteln bemühen. Damit vergrößert sich die Kluft zwischen der Binnen- und der Außenkommunikation und der Kampf um Sozialprestige erreicht eine neue Qualität. In diesem Prozess erodiert die Basis korporativer Entscheidungsfindungsprozesse, denn diese ist etwa bezüglich der Interaktion der Verbände auf publizitätsfreie Räume angewiesen. Letztlich tangiert der gesteigerte Zwang zur Publizität auf Seiten der Verbände das neokorporative Verfahren aus dem sozialmarktwirtschaftlichen Gesellschaftsmodell.

Die neuen Kommunikationsanforderungen führen außerdem zu einer Zentralisierung der politischen Organisationen in Richtung Präsidialparteien, zu einer Professionalisierung der Aussenkommunikation durch die Ausdifferenzierung von Kommunikatorrollen und von Kommunikationsabteilungen, zu einem intensivierten Beizug externer Berater und zur Einrichtung einer systematischen Umweltbeobachtung (Sarcinelli 1998, 273-296; Imhof/Eisenegger 2001). Durch diese Professionalisierung der Außenkommunikation gerät die traditionelle, gemeinschaftsorientierte Binnenkommunikation in Konflikt mit der personalisierten Außenkommunikation, die sich an den Imperativen des Mediensystems orientiert. Beides, sowohl die neuen Anforderungen in der Außen- wie in der Binnenkommunikation hat Folgen für die Besetzung von

Führungspositionen: Dabei erweist sich Charisma als wichtige Ressource im Kampf um öffentliche Aufmerksamkeit und für die Sicherung der Binnenintegration. Figuren mit entsprechenden Askriptionen können nicht nur intensive Medienresonanz erzielen, die charismatische Beziehung – insbesondere im Rahmen des neuen Typs von „Bewegungsparteien“⁷ – erleichtert auch die Integration der Organisationsmitglieder (Imhof 1996c, 165-186; Arlt/Jarren 1996, 298-308).

Bisher gibt es keine systematische Analyse der Entwicklung der Kommunikationsstrukturen und -formen der politischen Organisationen im Zusammenhang mit dem Strukturwandel der Öffentlichkeit. Notwendig ist deshalb die systematische In-Bezugsetzung der medienvermittelten Kommunikation, der Außen- und Binnenkommunikation politischer Organisationen und des Wandels der organisationellen Kommunikationsstrukturen in diachroner Perspektive. Das wird in einem größeren Forschungsverbund in Zürich zur Zeit erforscht.

Zweitens: Auffallend sind jedoch nicht nur die Medialisierungseffekte gegenüber politischen Organisationen sondern auch gegenüber Unternehmen. Die medienvermittelte Kommunikation über die Wirtschaft hat sprunghaft zugenommen, während die herkömmliche, wirtschaftsfreundliche Verlautbarungsberichterstattung der traditionellen Medien schwindet. Die Wirtschaftsberichterstattung gleicht sich der Politikberichterstattung an und die traditionelle Ressortteilung zwischen Wirtschaft und Politik verliert in den Medien an Bedeutung. In ihrem Wirkungsraum werden Unternehmen als Akteure wahrgenommen, die soziale Verpflichtungen einzuhalten haben. Das „Image“ der Unternehmen wird hinterfragt und zunehmend geraten die wirtschaftlichen wie die politischen Eliten unter medialen Legitimations- und Skandalisierungsdruck. Was sich abzeichnet ist nichts weniger als eine Repolitisierung der Privatwirtschaft, die im sozialmarktwirtschaftlichen Gesellschaftsmodell durch gesetzliche Regelungen und sozialpartnerschaftliche Kooperation erfolgreich entpolitisiert werden konnte.

Umgekehrt hat die Wirtschaft zum Zwecke der Erweckung positiver Aufmerksamkeit die Moral entdeckt. Das Bild ist noch diffus, aber immer mehr Unternehmen verbinden

7 Dieser Parteitypus verkörpern etwa die „Schweizerische Volkspartei“ (SVP), die „Freiheitliche Partei Österreichs“ (FPÖ), die „Forza Italia“, die „Lega Nord“ und die „Lega dei Ticinesi“ sowie der „Front National“ in Frankreich.

ihre persuasive Kommunikation an das Publikum in seiner Konsumentenrolle mit moralischen Bekenntnissen und sie implementieren zuhauf Unternehmensethiken, die auch in der Außenkommunikation verwendet werden. Die Unternehmen erklären sich zu „good citizens“, lassen sich ihre „Sozialverträglichkeit“ zertifizieren⁸, bekennen sich zum Antirassismus, zur Fremdenfreundlichkeit, zur umweltschonenden Produktion, zur Gleichberechtigung oder sie bekämpfen in ihren Marketingkampagnen gar aktiv den Krieg oder die Todesstrafe.⁹ Durch dieses Marketing lädt sich der Konsum moralisch auf. Immer mehr Güter des täglichen Gebrauchs entstammen einem nachhaltigen Umgang mit der Natur, sind ressourcenschonend produziert oder unterstehen gar dem ständischen „gerechten Preis“, wie immer größere Anteile des europäischen Kaffeumsatzes (Max Haavelar). Diese moralische Aufladung betrifft auch kommerzielle kulturelle Events: In Pop- und Rockkonzerten wird die Kulturkonsumation mit dem moralisch-ethischen Einstehen für eine tolerante Welt verbunden. Auch die Medienunternehmen werden mehr und mehr moralisch aktiv. Im Zusammenhang mit der Kriegs- und Katastrophenberichterstattung beteiligen sich vorab die elektronischen Medien an Spendenkampagnen oder gründen gar selbst Hilfsorganisationen, deren Tätigkeit das Publikum in den Nachrichtenformaten des Senders gleich selbst wieder beobachten kann. Die dramatisch inszenierte Kriegs- und Katastrophenberichterstattung verbindet sich mit dem moralischen Appell an den Spendenwillen des Medienpublikums und der Einsatz des Senders samt Kamera vor Ort schließt – unterstützt durch moralische aktive Kulturprominenz – den Kreis.¹⁰ Die Liste dieser Erscheinungsformen einer bezüglich der Akteurstruktur neuen, teilweise selbstverpflichtenden und integrationsstiftenden Subpolitik von Seiten kommerziell orientierter Unternehmen ließe sich fortsetzen (vgl. Baringhorst 1998). Zur Zeit wird

8 So hat die Société Générale de Surveillance (SGS), das weltweit grösste Inspektionsunternehmen mit der „Social Accountability 8000“ einen Normkatalog für sozialetisches Verhalten von Unternehmen erstellt. Vergleichbar den ISO 9000 und ISO 14000 Zertifikaten, welche die Einhaltung von Qualitäts- bzw. von Umweltnormen belegen, sollen mit der „SA 8000“ soziale und ethische Grundsätze standardisiert werden (Unternehmenspolitik, Kommunikation, Versammlungsrecht, Diskriminierungs- und Repressionsverbot etc.).

9 Vgl. insbesondere die Marketingkampagnen von „reebook“, „Body Shop“, „Daimler&Chrysler“; „benetton“ oder „Otto Kern“.

10 Neben der Fokussierung der nicht-staatlichen Entwicklungshilfe auf akute humanitäre Katastrophen und der damit verbundenen Abhängigkeit der NGO's von der Medienpräsenz vor Ort, färbt diese moralische Aufladung auch die Medienberichterstattung ein. Vor allem in der Kriegs- und Katastrophenberichterstattung erodiert die Trennung von Nachricht und Kommentar zu Gunsten einer Mischform, kognitiver, moralischer und emotionaler Kommunikation.

diesbezüglich ein Forschungsdesign erarbeitet, welches die außenorientierte und die binnenorientierte Organisationskommunikation, d.h. der Wandel der Kommunikationsstrukturen privatwirtschaftlicher Unternehmen mit den Aufmerksamkeitsstrukturen und Formen der medienvermittelten Kommunikation in Beziehung setzt.

Und schließlich *drittens*: Die politische Öffentlichkeit hinkt nicht nur der ökonomischen Globalisierung, sondern auch noch dem Transfer politischer Macht an supranationale Institutionen hinterher. In der Dialektik von ökonomischer Globalisierung und dem nationalen bzw. regionalen Wettbewerb um Standortvorteile schwindet dabei die „klassische“ Korrespondenz zwischen medial erschlossenen Räumen und territorial gebundenen politischen Geltungsräumen in zwei Dimensionen:

In der Berichterstattung der nationalen Leitmedien gibt es zum einen keine europäische Innenpolitik. Die medienvermittelte politische Kommunikation hinkt der Entgrenzung der Ökonomie und auch noch dem Transfer politischer Macht an supranationale Institutionen hinterher. Es gibt weder ein europäisches Mediensystem noch nationale Mediensysteme, die sich europäisch ausrichten. Im Gegenteil: Die Berichterstattung über die Institutionen der EU ist gemessen an ihrer politischen Bedeutung marginal und eng an nationalen Interessensgesichtspunkten ausgerichtet. Dieses Öffentlichkeitsdefizit muss als Legitimations- und Integrationsdefizit beschrieben werden. Unter diesen Bedingungen ist zu erwarten, dass das Thema Europa mehr und mehr zu den emotional sensiblen Bereichen zählen wird, denen sich Bewegungsparteien und Boulevardmedien politisch annehmen.

Umgekehrt verhält es sich auf nationaler Ebene: In der laufenden Restrukturierung und Konzentration der Medienlandschaft werden ganze Regionen medial neu erschlossen. Dieser Erschließungsprozess orientiert sich nicht mehr an politisch definierten Geltungsbereichen sondern auf der Basis von Kriterien des Absatzmarktes. Dadurch werden traditionelle regionale Strukturen überformt bzw. neue Regionen kreiert. In diesem Prozess schwindet die Korrespondenz zwischen Wahlkreisen und darauf bezogene politische Öffentlichkeiten.

Hier sind Forschungsdesigns notwendig, die – neben den Entstehungsbedingungen einer europäischen Öffentlichkeit – die Effekte dieses Prozesses insbesondere auf der lokalen

Ebene nachzeichnen bei denen eine medienvermittelte öffentliche Kommunikation nicht mehr existiert oder durch interaktive elektronische Kommunikation ersetzt wird.

Literaturverzeichnis

- Anderson, Benedict (1988): Die Erfindung der Nation. Frankfurt a.M.: Campus Verlag.
- Arendt, Hannah ([1958], 1985): Vita activa oder vom tätigen Leben, 4. Auflage. München. (Originalausgabe: Arendt, Hannah (1958): The Human Condition. Chicago).
- Arlt, Hans-Jürgen, Otfried Jarren (1996): Mehr PR wagen? Über Agitation, Öffentlichkeitswandel und Gewerkschaftsreform. S. 298-308. In: GMI, 5/96.
- Averbeck, Stefanie (2000): Zerfall der Öffentlichkeit? Sozialwissenschaftliche Diagnosen in der Zeit der Weimarer Republik, S. 97-111. In: Otfried Jarren, Kurt Imhof, Roger Blum (Hrsg.), Zerfall der Öffentlichkeit? Reihe Mediensymposium Luzern Band 6. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Baringhorst, Sigrid (1998): Politik als Kampagne. Zur medialen Erzeugung von Solidarität, Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Berger, Peter, Thomas Luckmann ([1962],1980): Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit, Frankfurt a.M.
- Blum, Roger (1996): Berlusconis Modell – Parallelen in der Schweiz? S. 201-212. In: Kurt Imhof, Peter Schulz (Hrsg.), Politisches Raisonement in der Informationsgesellschaft. Reihe Mediensymposium Luzern Band 2. Zürich: Seismo.
- Bornschiefer, Volker (1988): Westliche Gesellschaft im Wandel. Frankfurt a.M.: Campus Verlag.
- Bücher, Karl (1926): Die Grundlagen des Zeitungswesens. In: Gesammelte Aufsätze zur Zeitungskunde. Tübingen.
- Burckhardt, Jakob ([1870], 1978): Weltgeschichtliche Betrachtungen. Über geschichtliches Studium, München.
- Darnton, Robert, Ritter, Henning (tr.), (1985): Literaten im Untergrund: Lesen, Schreiben und Publizieren im vorrevolutionären Frankreich. Hanser München (etc.).
- Donges, Patrik, Kurt Imhof (2001): Öffentlichkeit im Wandel. S. 101-136. In: Otfried Jarren, Heinz Bonfadelli (Hrsg.), Publizistikwissenschaft: Eine Einführung, Stuttgart: UTB.

- Ernst, Andreas (1996): Sonderfall und Sonderweg: Krise und Stabilisierung in Deutschland und der Schweiz nach dem Ersten Weltkrieg, Dissertation an der Philosophischen Fakultät der Universität Zürich.
- Ettinger, Patrik, in diesem Band.
- Gerhards, Jürgen (1993): Westeuropäische Integration und die Schwierigkeit der Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit. S. 96-110. In: Zeitschrift für Soziologie, Heft 2, April.
- Gerhards, Jürgen, Friedhelm Neidhardt (1990): Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit, Discussion Paper FS III 90-101, Wissenschaftszentrum Berlin.
- Gerhards, Jürgen, Jörg Rössel, (1999): Zur Transnationalisierung der Gesellschaft der Bundesrepublik. Entwicklungen Ursachen und mögliche Folgen für die europäische Integration. S. 325-344. In: Zeitschrift für Soziologie, Jg. 28, Heft 5.
- Giddens, Anthony (1985): The Nation-state and violence. Cambridge.
- Giddens, Anthony (1992): Kritische Theorie der Spätmoderne, Wien.
- Giesen, Bernhard (Hrsg.) (1991): Nationale und kulturelle Identität. Studien zur Entwicklung des kollektiven Bewusstseins in der Neuzeit, Band 1. Frankfurt am Main: Suhrkamp
- Gilcher-Holthey, Ingrid (1994): Die Nacht der Barrikaden. Eine Fallstudie zur Dynamik sozialen Protests. S. 375-392. In: Friedhelm Neidhardt (Hrsg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen, Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Habermas, Jürgen ([1962],1990): Strukturwandel der Öffentlichkeit, [Darmstadt], Frankfurt a.M.
- Habermas, Jürgen (1981): Theorie des kommunikativen Handelns, 2 Bde., Frankfurt a.M.
- Habermas, Jürgen (1992): Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats, Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Hackenbroch, R. (1998): Verbändekommunikation. S. 482-488. In: Otfried Jarren, Ulrich Sarcinelli, Ulrich Saxer (Hrsg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft, Opladen/Wiesbaden.

- Haferkamp, Hans (1992): Von der „Entzauberung des Staates“ zur „Wiederkehr des Leviathan“. In: Prokla, Zeitschrift für kritische Sozialwissenschaft, Vereinigung zur Kritik der Politischen Ökonomie (Hrsg.), Heft 87. Berlin: Rotbuch Verlag.
- Hintze, Otto (1970): Staat und Verfassung. Gesammelte Abhandlungen zur allgemeinen Verfassungsgeschichte. Göttingen.
- Hitzler, Ronald (1996): Die Produktion von Charisma. Zur Inszenierung von Politikern im Medienzeitalter. S. 265-288. In: Kurt Imhof, Peter Schulz (Hrsg.), Politisches Raisonement in der Informationsgesellschaft. Reihe Mediensymposium Luzern Band 2. Zürich: Seismo.
- Hobsbawm, Eric John (1991): Nationen und Nationalismus. Mythos und Realität seit 1780. Frankfurt a.M.: Campus Verlag.
- Horkheimer, Max, Theodor W. Adorno ([1944], 1981): Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente. Frankfurt a.M.
- Imhof, Kurt (1990): Mythos und Moderne. Zur Fragilität der posttraditionalen Gesellschaft. S. 55-90. In: Volker Bornschie, Manuel Eisner, Kurt Imhof, Gaetano Romano, Christian Suter (Hg.), Zur Diskontinuität des sozialen Wandels, Frankfurt a.M.: Campus.
- Imhof, Kurt (1993a): Vermessene Öffentlichkeit – vermessene Forschung? Vorstellung eines Projekts. S. 11-60. In: Kurt Imhof, Heinz Kleger, Gaetano Romano (Hrsg.), Zwischen Konflikt und Konkordanz. Analyse von Medienereignissen in der Schweiz der Vor- und Zwischenkriegszeit, Reihe: Krise und sozialer Wandel, Band 1, Zürich: Seismo.
- Imhof, Kurt (1996a): Intersubjektivität und Moderne. S. 200-292. In: Kurt Imhof, Gaetano Romano: Die Diskontinuität der Moderne. Zur Theorie des sozialen Wandels, Reihe «Theorie und Gesellschaft» hg. von Axel Honneth, Hans Joas, Claus Offe, Bd. 36. Frankfurt a.M.: Campus.
- Imhof, Kurt (1996b) «Öffentlichkeit» als historische Kategorie und als Kategorie der Historie. S. 3-25. In: Schweizerische Zeitschrift für Geschichte 1/1996, Basel.
- Imhof, Kurt (1996c): Eine Symbiose: Soziale Bewegungen und Medien. S. 165-186. In: Kurt Imhof, Peter Schulz (Hrsg.): Politisches Raisonement in der Informationsgesellschaft, Reihe: Mediensymposium Luzern Bd. 2. Zürich: Seismo.

- Imhof, Kurt (1999a): Schock und Schöpfung: Die Wirkung der „Machtergreifung“ und der „Gleichschaltung“ 1933 auf die politische Kommunikation in der Schweiz. S. 453-466. In: Jürgen Wilke (Hrsg.), Massenmedien und Zeitgeschichte. Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft, Band 26. Konstanz: UVK Medien.
- Imhof, Kurt (1999b): Entstabilisierungen. Zukunftsverlust und Komplexitätsreduktion in der öffentlichen politischen Kommunikation der 60er Jahre. S. 35-54. In: Kurt Imhof, Heinz Kleger, Gaetano Romano (Hrsg.), Vom Kalten Krieg zur Kulturrevolution, Analyse von Medienereignissen in der Schweiz der 50er und 60er Jahre. Reihe: Krise und sozialer Wandel, Band 3. Zürich: Seismo.
- Imhof, Kurt (1999c): Die Privatisierung des Öffentlichen: Zum Siegeszug der Primärgruppenkommunikation in den Medien. S. 717-732. In: Claudia Honegger, Stefan Hradil, Franz Traxler (Hg.), Grenzenlose Gesellschaft? Verhandlungen des 29. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Freiburg i. Br. 1998, Teil 1, Opladen: Leske+Buderich.
- Imhof, Kurt (2000a): Öffentlichkeit und Skandal. S. 55-68. In: Klaus Neumann-Braun, Stefan Müller-Doohm (Hrsg.), Einführung in die Medien- und Kommunikationssoziologie. Eine Einführung in zentrale Begriffe und Theorien. München: Juventa.
- Imhof, Kurt (2000b):, Strukturwandel der Politik durch den Strukturwandel der Öffentlichkeit. S. 324-331. In: Raoul Blindenbacher, Bruno Letsch: Vom Service Public zum Service au Public hrsg. von der Schweizerischen Bundeskanzlei, Bern.
- Imhof, Kurt, Ester Kamber (2001): Politik und Gesellschaft im Strukturwandel der Öffentlichkeit. Zur Veränderung der Konstitutionslogiken der öffentlichen Kommunikation im Licht der Integrations- und Ordnungsdebatten. S. 425-453. In: Jutta Allmendinger (Hrsg.), Gute Gesellschaft? Plenumsband A zum 30. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Soziologie, Opladen: Leske+Buderich.
- Imhof, Kurt, Gaetano Romano (1996): Die Diskontinuität der Moderne. Zur Theorie des sozialen Wandels, Reihe «Theorie und Gesellschaft» hg. von Axel Honneth, Hans Joas, Claus Offe, Bd. 36. Frankfurt a.M.: Campus.

- Imhof, Kurt, Heinz Kleger, Gaetano Romano (Hrsg.) (1993): Zwischen Konflikt und Konkordanz. Analyse von Medienereignissen in der Schweiz der Vor- und Zwischenkriegszeit. Reihe: Krise und sozialer Wandel, Band 1. Zürich: Seismo.
- Imhof, Kurt, Heinz Kleger, Gaetano Romano (Hrsg.) (1996): Konkordanz und Kalter Krieg. Analyse von Medienereignissen in der Schweiz der Zwischen- und Nachkriegszeit. Reihe: Krise und sozialer Wandel, Band 2. Zürich: Seismo.
- Imhof, Kurt, Heinz Kleger, Gaetano Romano (Hrsg.) (1999): Vom Kalten Krieg zur Kulturrevolution. Analyse von Medienereignissen in der Schweiz der 50er und 60er Jahre. Reihe: Krise und sozialer Wandel, Band 3. Zürich: Seismo.
- Imhof, Kurt, Mark Eisenegger (1999): Inszenierte Politik: Resonanz von „Events“ in den Medien. S. 195-218. In: Peter Szyszka (Hrsg.), Öffentlichkeit. Diskurs zu einem Schlüsselbegriff der Organisationskommunikation. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Imhof, Kurt, Mark Eisenegger (2001): Issue Monitoring: Die Basis des Issues Managements. Zur Methodik der Früherkennung organisationsrelevanter Umweltentwicklungen. S. 257-278, in: Ulrike Röttger (Hrsg.), Issue Management. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Imhof, Kurt, Peter Schulz (Hrsg.) (1998a): Kommunikation und Revolution. Reihe: Mediensymposium Luzern Band 3. Zürich: Seismo.
- Imhof, Kurt, Peter Schulz (Hrsg.) (1998b): Die Veröffentlichung des Privaten – die Privatisierung des Öffentlichen. Reihe: Mediensymposium Luzern, Band 4. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Jarren, Otfried (1994): Mediengewinne und Institutionenverluste? – Zum Wandel des intermediären Systems in der Mediengesellschaft. Theoretische Anmerkungen zum Bedeutungszuwachs elektronischer Medien in der politischen Kommunikation. S. 23-34. In: Ders., (Hrsg.): Politische Kommunikation in Hörfunk und Fernsehen. Elektronische Medien in der Bundesrepublik Deutschland. Opladen: Leske+Buderich.
- Jarren, Otfried (1996): Auf dem Weg in die „Mediengesellschaft“? Medien als Akteure und institutionalisierter Handlungskontext. Theoretische Anmerkungen zum Wandel des intermediären Systems. S. 79-96. In: Kurt Imhof, Peter Schulz

- (Hrsg.): Politisches Raisonement in der Informationsgesellschaft. Zürich: Seismo.
- Jarren, Otfried (1998): Medien, Mediensystem und politische Öffentlichkeit im Wandel. S. 74-96. In: Ulrich Sarcinelli (Hrsg.): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft, Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Jarren, Otfried (2001): Mediengesellschaft – Risiken für die politische Kommunikation. S. 10-19. In: Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament. 5. Oktober 2001. B 41-42 2001.
- Kaase, Max (1998): Demokratisches System und die Mediatisierung von Politik. S. 24-51. In: Ulrich Sarcinelli (Hrsg.): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft, Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Käsler, Dirk et al. (1991): Der politische Skandal. Zur symbolischen und dramaturgischen Qualität von Politik. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Kepplinger, Hans Mathias (1992): Ereignismanagement. Wirklichkeit und Massenmedien. Zürich/Osnabrück: Edition Interfrom.
- Kepplinger, Hans Mathias (1996): Skandale und Politikverdrossenheit – ein Langzeitvergleich. S. 41-58. In: Otfried Jarren, Heribert Schatz, Hartmut Weßler (Hrsg.): Medien und politischer Prozess. Politische Öffentlichkeit und massenmediale Politikvermittlung im Wandel. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag,.
- Kepplinger, Hans-Mathias (1998): Motor oder Bremse? Die Rolle der Medien auf dem Weg zur Einheit. S. 393-416. In: Kurt Imhof, Peter Schulz (Hrsg.), Kommunikation und Revolution. Reihe Mediensymposium Luzern, Band 3. Zürich: Seismo
- Kondratiev, Nikolai D. (1926): Die langen Wellen der Konjunktur, in: Archiv für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik 56.
- Koselleck, Reinhard (1984): Vergangene Zukunft. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Kriesi, Hanspeter (1991): The political Opportunity Structure of New Social Movements: Its Impact on Their Mobilization. Discussion Paper FS III 91-103, Wissenschaftszentrum Berlin.
- Kuznets, S. (1930): Secular Movements in Production and Prices. New York.

- Luhmann, Niklas (1990): Gesellschaftliche Komplexität und öffentliche Meinung. S. 170-182. In: Ders. Soziologische Aufklärung 5. Wiesbaden/Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Luhmann, Niklas (1996): Die Realität der Massenmedien. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Mannheim, Ernst, ([1933] 1979): Aufklärung und öffentliche Meinung. Studien zur Soziologie der Öffentlichkeit im 18. Jahrhundert. Schindler, Norbert (Hrsg.). Stuttgart.
- Mannheim, Karl (1929): Ideologie und Utopie. Frankfurt a.M.
- Marcinkowski, Frank (1993): Publizistik als autopoietisches System. Politik und Massenmedien. Eine systemtheoretische Analyse. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Marcinkowski, Frank (2000): Die Medien-Öffentlichkeit des Parlaments in der Verhandlungsdemokratie. S. 49-73. In: Otfried Jarren, Kurt Imhof, Roger Blum (Hrsg.), Zerfall der Öffentlichkeit. Reihe Mediensymposium Luzern, Band 6. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Marx, Karl, Friedrich Engels (1953): Ausgewählte Briefe, Berlin.
- Melischek, Gabriele, Josef Seethaler (1996): Zwischen Gesinnung und Markterfolg. Zum politischen Spektrum der Wiener Tagespresse der Ersten Republik. S. 61-78. In: Kurt Imhof, Peter Schulz (Hrsg.): Politisches Raisonement in der Informationsgesellschaft. Reihe Mediensymposium Luzern Band 2. Zürich: Seismo.
- Melischek, Gabriele, Josef Seethaler (2000): Zerfall der Öffentlichkeit versus Re-Integration: Zu möglichen Folgen des Ausdifferenzierungsprozesses des Mediensystems in der Weimarer Republik. S. 112-134. In: Otfried Jarren, Kurt Imhof, Roger Blum (Hrsg.), Zerfall der Öffentlichkeit. Reihe Mediensymposium Luzern Band 6. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Müller-Doohm, Stefan (1998): Medienkultur und Globalität. S. 471-486. In: Imhof, Kurt, Peter Schulz (Hrsg.), Kommunikation und Revolution. Reihe Mediensymposium Luzern Band 3. Zürich: Seismo.
- Münch, Richard (1995): Dynamik der Kommunikationsgesellschaft. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

- Münch, Richard (1997): Mediale Ereignisproduktion: Strukturwandel der politischen Macht. S. 696-709. In: Stefan Hradil (Hrsg.): Differenz und Integration. Die Zukunft moderner Gesellschaften. Verhandlungen des 28. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Dresden. Frankfurt a.M.
- Münzner, Gerhard (1927): Presse und öffentliche Meinung. Karlsruhe.
- Neckel, Sighard (1986): Das Stellhölzchen der Macht. Zur Soziologie des politischen Skandals, S. 581-605. In: Leviathan, Nr. 4, 14. Jg.
- Neidhardt, Friedhelm, Dieter Rucht (1993): Auf dem Weg in die Bewegungsgesellschaft? Über die Stabilisierbarkeit sozialer Bewegungen, Soziale Welt, Heft 3.
- Patzelt, W. J. (1998): Parlamentskommunikation. S. 431-441. In: Otfried Jarren, Ulrich Sarcinelli, Ulrich Saxer (Hrsg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Peters, Birgit (1994): „Öffentlichkeitselite – Bedingung und Bedeutung von Prominenz. S. 191-213. In: Friedhelm Neidhardt (Hrsg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegung. Sonderheft 34 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Pfetsch, Barbara (1998a): Bürger – Publikum. S. 406-413. In: Otfried Jarren, Ulrich Sarcinelli, Ulrich Saxer (Hrsg.), (1998): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft, Opladen.
- Pfetsch, Barbara (1998b): Regieren unter den Bedingungen medialer Allgegenwart. S. 233-252. In: Ulrich Sarcinelli (Hrsg.): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft, Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Rucht, Dieter (1994): Öffentlichkeit als Mobilisierungsfaktor für soziale Bewegungen. S. 337-358. In: Friedhelm Neidhardt (Hrsg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen, KZfSS, Sonderheft 34: Opladen: Westdeutscher Verlag..
- Sarcinelli, Ulrich (1987): Symbolische Politik. Zur Bedeutung symbolischen Handelns in der Wahlkampfkommunikation der Bundesrepublik Deutschland. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Sarcinelli, Ulrich (1994): Mediale Politikdarstellung und politisches Handeln: analytische Anmerkungen zu einer notwendigerweise spannungsreichen Beziehung. In: Otfried Jarren (Hrsg.): Politische Kommunikation in Hörfunk und Fernsehen, Opladen: Leske & Buderich.

- Sarcinelli, Ulrich (1998): Parteien und Politikvermittlung: Von der Parteien- zur Mediendemokratie? S. 273-296. In: Ders. (Hrsg.): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft, Opladen.
- Sarcinelli, Ulrich, M. Wissel (1998): Mediale Politikvermittlung, politische Beteiligung und politische Bildung: Medienkompetenz als Basisqualifikation in der demokratischen Bürgergesellschaft. S. 408-427. In: Ulrich Sarcinelli (Hrsg.): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft, Opladen,.
- Saxer, Ulrich (1998): System, Systemwandel und politische Kommunikation. S. 21-63. In: Otfried Jarren, Ulrich Sarcinelli, Ulrich Saxer (Hrsg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft, Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Schenk, Michael (1998): Mediennutzung und Medienwirkung als sozialer Prozess. S. 387-407. In Ulrich Sarcinelli (Hrsg.): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft, Opladen.
- Schmitt-Beck, Rüdiger, Barbara Pfetsch (1994): Politische Akteure und die Medien der Massenkommunikation. Zur Generierung von Öffentlichkeit in Wahlkämpfen. S. 106-138. In: Friedhelm Neidhardt (Hrsg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen, KZfSS, Sonderheft 34. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Schmolke, Michael (1996): Von der Parteipresse zur Medienpartei: ein fragwürdiges Verhältnis unter dem Druck der real existierenden Politik. S. 187-200. In: Kurt Imhof, Peter Schulz (Hrsg.), Politisches Raisonement in der Informationsgesellschaft. Reihe Mediensymposium Luzern Band 2. Zürich: Seismo.
- Schranz, Mario (2000): Die Debatte über die Asyl- und Flüchtlingsproblematik in der öffentlichen politischen Kommunikation der Schweiz. Zur Thematisierung des „Fremden“ im Fernsehen DRS und zentralen Printmedien der deutschen Schweiz von 1985-1996, Lizentiatsarbeit, Universität Zürich.
- Schubert, Klaus (1991): Politikfeldanalyse. Opladen: Leske+Budrich.
- Schumpeter, Josef, A. ([1939], 1961): Konjunkturzyklen. Eine theoretische, historische und statistische Analyse des kapitalistischen Prozesses, 2 Bde., Göttingen (erste Ausgabe 1939: Business Cycles. A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process: London).

- Schwengel, Hermann (1997): Vor und nach dem Medienspiel. Globalisierung als kulturelle Verfassung der Moderne. S. 663-678. In: Stefan Hradil, (Hrsg.): Differenz und Integration. Die Zukunft moderner Gesellschaften. Verhandlungen des 28. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Dresden. Frankfurt/New York 1997.
- Sennett, Richard ([1977], 1983): Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei der Intimität, Frankfurt am Main, Fischer (Originalausgabe: 1977, The Fall of Public Man, Alfred A. Knopf, Inc., New York).
- Siegenthaler, Hansjörg (1981): Entscheidungen in Wirtschaft und Politik unter Bedingungen struktureller Instabilität und ökonomischer Depression im Rhythmus langweilliger Wachstumsschwankungen. In: D. Petzina, G. v. Roon (Hrsg.): Konjunktur, Krise, Gesellschaft, wirtschaftliche Wechsellagen und soziale Entwicklung im 19. und 20. Jahrhundert, Stuttgart.
- Siegenthaler, Hansjörg (1984): Vertrauen, Erwartungen und Kapitalbildung im Rhythmus von Strukturperioden wirtschaftlicher Entwicklung: Ein Beitrag zur theoriegeleiteten Konjunkturgeschichte. In: G. Bombach, B. Gahlen, A. E. Ott (Hrsg.), Perspektiven der Konjunkturforschung, Tübingen.
- Siegenthaler, Hansjörg (1993): Supranationalität, Nationalismus und regionale Autonomie. Erfahrungen des schweizerischen Bundesstaates – Perspektiven der Europäischen Gemeinschaft. In: Heinrich August Winkler, Hartmut Kaelble (Hrsg.): Nationalismus – Nationalitäten – Supranationalität. Stuttgart: Klett-Cotta.
- Tönnies, Ferdinand (1922): Kritik der öffentlichen Meinung. Berlin.
- Weber, Max ([1910], 2001): Vorbericht über eine vorgeschlagene Erhebung über die Soziologie des Zeitungswesens. In: Pöttker, Horst (Hrsg.), Öffentlichkeit als gesellschaftlicher Auftrag. Klassiker der Sozialwissenschaften über Journalismus und Medien. Konstanz.
- Weber, Max ([1919], 1988): Politik als Beruf. In: Johannes Winckelmann (Hrsg.): Gesammelte politische Schriften/Max Weber. Tübingen.
- Wehler, Hans-Ulrich (1975): Modernisierungstheorie und Geschichte. Göttingen.
- Wilke, Jürgen (1988): Geschichte als Kommunikationsereignis – dargestellt an der Französischen Revolution. Antrittsvorlesung am der Johannes Gutenberg-Universität Mainz, 7. 7. 1988. Sonderdruck.

Wilke, Jürgen (1996): Status und Medienprominenz. S. 99-106. In: Kurt Imhof, Peter Schulz (Hrsg.): Politisches Raisonement in der Informationsgesellschaft. Zürich: Seismo.