

Praxisbuch: Politische Interessenvermittlung

Instrumente - Kampagnen - Lobbying

Legitimität der politischen Kommunikation? Günter Bentele, Universität Leipzig 1
 Legitimität des politischen Systems und zwei Typen politischer Kommunikation Wir leben in einer demokratisch-pluralistischen Gesellschaft und beauftragen unsere Politikverantwortlichen durch Wahlen damit, Entscheidungen zu treffen und diese am - meinwohl auszurichten. So die normativ-theoretische Vorstellung. Gleichzeitig offenbart sich ein Dilemma der modernen westlichen (Medien-)Demokratien: Entspricht die Politik unserem Willen und ist sie in der Lage, die Probleme zu lösen, so wird keiner die Legitimität des politischen Systems und seiner Verfahren bestreiten wollen. Doch was, wenn in - ner Gesellschaft verschiedene Ziel- und Wertvorstellung nicht in Einklang zu bringen sind und dennoch das Wohlergehen der gesamten Gesellschaft davon abhängt? Was, wenn sich die notwendigen politischen Auseinandersetzungen in der Medienarena als personalisierte Kämpfe zeigen, die zu kommentieren sich sicher immer eine Reihe von gesellschaftlichen Akteuren berufen fühlen? Funktioniert die medienvermittelte politische Kommunikation oder weist sie Defizite auf? Sind auch die Kommunikationsmittel und - verfahren, die sich zwischen Politik und Gesellschaft entwickelt haben, ebenso legitim wie z. B. die Wahlv- fahren? Sollte die Kommunikation, der Dialog zwischen Gesellschaft und Politik neu g- taltet, intensiviert oder auch gedämpft werden? Wer sollte und wer darf an der gese- schaftlichen und politischen Meinungsbildung und an den entsprechenden kommunikativen Aktivitäten mitwirken? Die Parteien wirken laut Grundgesetz an der politischen Willensbildung mit. Ebenfalls aber stellen Verbände, Kirchen, Gewerkschaften, NGOs und andere Interessengruppen eine wichtige und legitime politische Kraft dar, vor allem dann, wenn es ihnen gelingt, das - samtinteresse der organisierten Mitglieder zu repräsentieren.

Legitimität der politischen Kommunikation? Günter Bentele, Universität Leipzig 1
 Legitimität des politischen Systems und zwei Typen politischer Kommunikation Wir leben in einer demokratisch-pluralistischen Gesellschaft und beauftragen unsere Politikverantwortlichen durch Wahlen damit, Entscheidungen zu treffen und diese am - meinwohl auszurichten. So die normativ-theoretische Vorstellung. Gleichzeitig offenbart sich ein Dilemma der modernen westlichen (Medien-)Demokratien: Entspricht die Politik unserem Willen und ist sie in der Lage, die Probleme zu lösen, so wird keiner die Legitimität des politischen Systems und seiner Verfahren bestreiten wollen. Doch was, wenn in - ner Gesellschaft verschiedene Ziel- und Wertvorstellung nicht in Einklang zu bringen sind und dennoch das Wohlergehen der gesamten Gesellschaft davon abhängt? Was, wenn sich die notwendigen politischen Auseinandersetzungen in der Medienarena als personalisierte Kämpfe zeigen, die zu kommentieren sich sicher immer eine Reihe von gesellschaftlichen Akteuren berufen fühlen? Funktioniert die medienvermittelte politische Kommunikation oder weist sie Defizite auf? Sind auch die Kommunikationsmittel und - verfahren, die sich zwischen Politik und Gesellschaft entwickelt haben, ebenso legitim wie z. B. die Wahlv- fahren? Sollte die Kommunikation, der Dialog zwischen Gesellschaft und Politik neu g- taltet, intensiviert oder auch gedämpft werden? Wer sollte und wer darf an der gese- schaftlichen und politischen Meinungsbildung und an den entsprechenden kommunikativen Aktivitäten mitwirken? Die Parteien wirken laut Grundgesetz an der politischen Willensbildung mit. Ebenfalls aber stellen Verbände, Kirchen, Gewerkschaften, NGOs und andere Interessengruppen eine wichtige und legitime politische Kraft dar, vor allem dann, wenn es ihnen gelingt, das - samtinteresse der organisierten Mitglieder zu repräsentieren.

Jörg Rieksmeier (Hrsg.)
 Praxisbuch:
 Politische
 Interessenvermittlung
 Instrumente – Kampagnen –
 Lobbying



69,99 €

65,41 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783531155470

Medium: Buch

ISBN: 978-3-531-15547-0

Verlag: VS Verlag für
 Sozialwissenschaften

Erscheinungstermin: 15.05.2007

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 2007

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 462 g

Seiten: 260

Format (B x H): 170 x 244 mm

