

# Inhalt

Vorwort zur Neuauflage 1990	11
Vorwort zur ersten Auflage	51
I Einleitung: Propädeutische Abgrenzung eines Typus bürgerlicher Öffentlichkeit	54
§ 1 Die Ausgangsfrage	54
§ 2 Zum Typus repräsentativer Öffentlichkeit	58
Exkurs: Das Ende der repräsentativen Öffentlichkeit, illustriert am Beispiel Wilhelm Meisters	67
§ 3 Zur Genese der bürgerlichen Öffentlichkeit	69
II Soziale Strukturen der Öffentlichkeit	86
§ 4 Der Grundriß	86
§ 5 Institutionen der Öffentlichkeit	90
§ 6 Die bürgerliche Familie und die Institutionalisierung einer publikumsbezogenen Privatheit	107
§ 7 Die literarische im Verhältnis zur politischen Öffentlichkeit	116
III Politische Funktionen der Öffentlichkeit	122
§ 8 Der Modellfall der englischen Entwicklung	122
§ 9 Die kontinentalen Varianten	133
§ 10 Bürgerliche Gesellschaft als Sphäre privater Autonomie: Privatrecht und liberalisierter Markt	142
§ 11 Die widerspruchsvolle Institutionalisierung der Öffentlichkeit im bürgerlichen Rechtsstaat	148

IV	Bürgerliche Öffentlichkeit – Idee und Ideologie	161	VII	Zum Begriff der öffentlichen Meinung	343
	§ 12 Public opinion – opinion publique – öffentliche Meinung: zur Vorgeschichte des Topos	161		§ 24 Öffentliche Meinung als staatsrechtliche Fiktion – und die sozialpsychologische Auflösung des Begriffs	343
	§ 13 Publizität als Prinzip der Vermittlung von Politik und Moral (Kant)	178		§ 25 Ein soziologischer Versuch der Klärung	352
	§ 14 Zur Dialektik der Öffentlichkeit (Hegel und Marx)	195		Literaturhinweise	360
	§ 15 Die ambivalente Auffassung der Öffentlichkeit in der Theorie des Liberalismus (John Stuart Mill und Alexis de Tocqueville)	209		Namenverzeichnis	373
				Sachverzeichnis	380
V	Sozialer Strukturwandel der Öffentlichkeit	225			
	§ 16 Tendenzielle Verschränkung der öffentlichen Sphäre mit dem privaten Bereich	225			
	§ 17 Polarisierung von Sozial- und Intimsphäre	238			
	§ 18 Vom kulturräsonierenden zum kulturkonsumierenden Publikum	248			
	§ 19 Der verwischte Grundriß: Entwicklungslinien des Zerfalls bürgerlicher Öffentlichkeit	267			
VI	Politischer Funktionswandel der Öffentlichkeit	275			
	§ 20 Vom Journalismus schriftstellernder Privatleute zu den öffentlichen Dienstleistungen der Massenmedien – Werbung als Funktion der Öffentlichkeit	275			
	§ 21 Das umfunktionierte Prinzip der Publizität	293			
	§ 22 Hergestellte Öffentlichkeit und nichtöffentliche Meinung: das Wahlverhalten der Bevölkerung	312			
	§ 23 Die politische Öffentlichkeit im Prozeß der sozialstaatlichen Transformation des liberalen Rechtsstaates	326			