

Inhalt

Inhalt	5	
Einführung	9	
1	Einleitung	9
1.1	Erkenntnisinteresse	10
1.2	Kurzdarstellung	15
2	Forschungsstand	16
2.1	Forschungsstand zur Wahlkampfkommunikation.....	16
2.2	Forschungsstand zur Amerikanisierungs- und Modernisierungsdiskussion ...	19
2.3	Offene Forschungsbereiche	21
Kapitel I	Theoretischer Bezugsrahmen	23
3	Amerikanisierung vs. Modernisierung	24
3.1	Entstehungs- und Entwicklungsgeschichte.....	25
3.2	Die Begriffe in der interdisziplinären Diskussion.....	28
3.2.1	Die Begriffe in der sozial- und kulturwissenschaftlichen Diskussion	29
3.2.2	Die Begriffe in der Publizistik und kommunikationswissenschaftlichen Diskussion.....	32
3.2.3	Die Begriffe in der öffentlichen Diskussion.....	33
3.2.4	Resümee.....	34
3.3	Amerikanisierung, Modernisierung oder ...? Erklärungsansätze und Erläuterungen	36
3.3.1	Vorstellung der Ansätze.....	36
3.3.2	Differenzierte Betrachtungsweisen und Deutungsmodelle.....	42
3.4	Formulierung der Arbeitshypothesen.....	55
4	Politische Kommunikation als Wahlkampfkommunikation	61
4.1	Wahlen als Legitimationsprozess	62
4.2	Allgemeine Medienwirkungen und –vermittlungsprozesse.....	65
4.2.1	Medien als Kommunikationssystem	66
4.2.2	Politik und Medien als Kommunikationsakteure	70
4.2.3	Öffentlichkeit als Kommunikationsraum	76
4.3	Wahlkampagnen als Kommunikationsereignis.....	80
4.3.1	Theoretische Einordnung und Zielsetzung	80
4.3.2	Typologisierung und Strategien.....	85
4.3.3	Potentielle Effekte und Wirkungen.....	99

Kapitel II	Systemtheoretischer Vergleich. Politisches System, Medien und Gesellschaft in den Vereinigten Staaten und der Bundesrepublik.....	105
5	Das politische System. Präsidentsielle und parlamentarische Demokratie	106
5.1	Regierungssystem der Vereinigten Staaten	106
5.1.1	Politische Institutionen und Akteure	106
5.1.2	Wahlen und Wahlsystem.....	116
5.1.3	Involvierung der Nachbarsysteme	126
5.2	Regierungssystem der Bundesrepublik	127
5.2.1	Politische Institutionen und Akteure.....	127
5.2.2	Wahlen und Wahlsystem.....	137
5.2.3	Involvierung der Nachbarsysteme	144
5.3	Vergleich der politischen Systeme.....	146
6	Das mediale System. Massenmedien und Medienlandschaft.....	151
6.1	Medien in den Vereinigten Staaten.....	151
6.1.1	Entwicklung und Ausgestaltung	151
6.1.2	Rechtliche und organisatorische Rahmenbedingungen	155
6.1.3	Involvierung der Nachbarsysteme	158
6.2	Medien in der Bundesrepublik Deutschland.....	160
6.2.1	Entwicklung und Ausgestaltung	160
6.2.2	Rechtliche und organisatorische Rahmenbedingungen	165
6.2.3	Involvierung der Nachbarsysteme	171
6.3	Vergleich der medialen Systeme	175
7	Das gesellschaftliche System. Politische Kultur und nationales Selbstverständnis.....	178
7.1	Politische Kultur und Selbstverständnis in den Vereinigten Staaten.....	181
7.1.1	Entwicklung und Erklärungskomponenten.....	181
7.1.2	Nationale Differenzen	183
7.1.3	Involvierung der Nachbarsysteme	185
7.2	Politische Kultur und Selbstverständnis in der Bundesrepublik	186
7.2.1	Entwicklung und Erklärungskomponenten.....	186
7.2.2	Nationale Differenzen	190
7.2.3	Involvierung der Nachbarsysteme	193
7.3	Vergleich der gesellschaftlichen Systeme	195
	Zwischenbilanz I: Konsequenzen für die Arbeitshypothesen.....	198
Kapitel III	Empirischer Vergleich. Wahlkampagnen in den USA und Deutschland	202

8	Von vor- zu postmodern. Kampagnen und Innovationen in der Entwicklung.....	203
8.1	Präsidentenwahlkämpfe	203
8.1.1	Premodern Campaigns (1952-1956)	203
8.1.2	Modern Campaigns (1960-1988).....	206
8.1.3	Postmodern Campaigns (1992- ...).....	219
8.2	Bundestagswahlkämpfe.....	226
8.2.1	Vormoderne Kampagnen (1949-1965)	226
8.2.2	Moderne Kampagnen (1969-1990).....	240
8.2.3	Postmoderne Kampagnen (1994- ...).....	259
8.3	Vormoderne und Moderne Kampagnen. Ein Zwischenstand	265
9	Postmoderne Wahlkämpfe. Innovation oder Stagnation?	267
9.1	Der Präsidentenwahlkampf 1996	267
9.1.1	Ausgangslage und Verlauf	267
9.1.2	Strategien, Methoden, Techniken	269
9.1.3	Neuerungen und Bewertung.....	272
9.2	Der Bundestagswahlkampf 1998	274
9.2.1	Ausgangslage und Verlauf	274
9.2.2	Strategien, Methoden, Techniken	277
9.2.3	Neuerungen und Bewertung.....	290
9.3	Der Präsidentenwahlkampf 2000.....	296
9.3.1	Ausgangslage und Verlauf	297
9.3.2	Strategien, Methoden, Techniken	299
9.3.3	Neuerungen und Bewertung.....	307
9.4	Der Bundestagswahlkampf 2002	309
9.4.1	Ausgangslage und Verlauf	310
9.4.2	Strategien, Methoden, Techniken	313
9.4.3	Neuerungen und Bewertung.....	337
	Zwischenbilanz II: Konsequenzen für die Arbeitshypothesen	342
	Kapitel IV Deutsche Wahlwerbekampagnen <i>made in USA</i>?.....	346
10	Experteninterviews – Einschätzungen aus der Praxis.....	347
10.1	Interviewsystematik.....	347
10.1.1	Ziel und Vorgehensweise	347
10.1.2	Interviewdesign und Auswahlverfahren.....	348
10.1.3	Analyse und Bewertungsmethode.....	350
10.2	Interviews mit US-amerikanischen Experten	351
10.3	Interviews mit bundesrepublikanischen Experten.....	362
10.4	Zusammenfassung und Bewertung	372
11	Exkurs: Transferprozesse auf allen Ebenen.....	375
11.1	Transferleistungen in europäischen Wahlkämpfen	375
11.2	Kleinere Parteien bei postmodernen Bundestagswahlen.....	381

12	Deutsche Kampagnen – Entwicklung unter Anleitung?	387
12.1	US-Einflüsse und deutsche Adaptionen	387
12.2	Auf verschlungenen Pfaden. Transferwege und -strukturen.....	397
13	Einordnung der Ergebnisse.....	401
13.1	Bilanz der Arbeitshypothesen.....	401
13.2	Auswirkungen auf die politische Kommunikation in Deutschland.....	406
14	Ausblick. Postmoderne deutsche Kampagnen der Zukunft.....	408
	Anhang	411
	Experteninterviews.....	411
	Interviewpartner	411
	Interviewleitfaden USA	411
	Interviewleitfaden Deutschland.....	413
	Abbildungsverzeichnis	415
	Literaturverzeichnis.....	416
	Aufsätze und Monographien	416
	Zeitungen und Magazine.....	459
	Fremdgeführte Interviews	461
	Rechtsquellen.....	461