Inhalt

Klaus Kamps
America ante Portas?
Grundzüge der Amerikanisierungstheorie.............................................. 9

Patrick Donges
Amerikanisierung, Professionalisierung, Modernisierung?
Anmerkungen zu einigen amorphen Begriffen........................................... 27

Wahlkämpfe und Strategien

Christina Holtz-Bacha
Wahlkampf in Deutschland
Ein Fall bedingter Amerikanisierung....................................................... 43

Gerhard Vowe / Jens Wolling
Amerikanisierung des Wahlkampfs oder Politisches Marketing?
Zur Entwicklung der politischen Kommunikation...................................... 57

Christoph Bieber
Millenium-Campaigning
Der US-Präsidentschaftswahlkampf 2000 im Internet .................................. 93

Macht und Beobachtung

Miriam Meckel / Armin Scholl
„Amerika, du hast es besser“
Politik und Journalismus in den USA und in Deutschland......................... 111
Frank Esser
Spin doctoring als Regierungs-PR
Strategisches Skandal-, Themen- und Imagemanagement
der Clinton-Administration .................................................. 129

Klaus Kamps / Heike Scholten-Reichlin
„Ich will den Präsidenten!“
Klatsch- und Skandalrhetorik: Reflexe auf die Lewinsky-Affäre........ 159

Akteure und Medien

Frank Marcinkowski / Volker Greger
Die Personalisierung politischer Kommunikation
im Fernsehen
Ein Ergebnis der „Amerikanisierung“? .................................................. 179

Christoph Strünck
Agenten oder Agenturen?
Amerikanische und deutsche Parteien in vergleichender Perspektive...... 199

Marion G. Müller
Parteitagsinszenierungen dieses und jenseits
des Atlantiks ........................................................................... 221

Stefan Marschall
„Amerikanisierung“ parlamentarischer Öffentlichkeit?
Kommunikative Modernisierungsprozesse zwischen
Anpassung und Authentizität ......................................................... 247

Patrick Rössler / Artur Meinzolt
Persönlichkeit erwünscht!
Anmerkungen zur eigentümlichen Öffentlichkeit der deutschen
Präsidentsenwahl ........................................................................... 263
Pop und Prognosen

Stefanie Kühne
Bilder-Krisen – Krisen-Bilder
Ikonen und Bilderfluten in der multimedialen Gesellschaft .................. 287

Jörg-Uwe Nieland
Politics goes popular
Anmerkungen zur Popularisierung der politischen Kommunikation.......................................................... 307

Rudolf Maresch
Europa – mon amour ................................................................................................................................. 331

Verzeichnis der Autorinnen und Autoren........................................ 341