
INHALT

Vorwort	7
I. GRUNDLAGEN	9
<i>Roger Blum</i>	
Einleitung: Politische Kultur und Medienkultur im Wechselspiel	11
<i>Gaetano Romano</i>	
Die Kommunikation der Kulturen. Von der Kultur der Nation zur Kultur der funktional differenzierten Weltgesellschaft	25
<i>Maja Wicks</i>	
Kulturen der Kommunikation. Über Kommunikation als Grundbedürfnis und über die Komplexität von Reziprozität bei der Übersetzung	37
<i>Werner Seitz</i>	
Elemente der politischen Kultur der Schweiz. Eine Annäherung	51
<i>Barbara Pfetsch</i>	
Jenseits der Amerikanisierung. Erträge und Perspektiven der international vergleichenden politischen Kommunikationsforschung.....	65
II. ÖFFENTLICHE KOMMUNIKATION IM ZEITALTER DER MEDIENKONZENTRATION.....	79
<i>Winand Gellner / Gerd Strohmeier</i>	
Zur Bedeutung der politischen Kommunikation für die politische Kultur. Amerikanisierung und Fragmentisierung im Mediensystem als «Hürden» politisch-kultureller Deutungsangebote	81
<i>Michael Meyen</i>	
Führer oder Geführter der öffentlichen Meinung? Politische Kultur und Presse in Leipzig in der Weimarer Republik.....	99
<i>Frank Marcinkowski / Wilfried Marxer</i>	
Die Medien im Dienst der Politik. Politische Kommunikationskultur im Fürstentum Liechtenstein	109
<i>Jürgen Wilke</i>	
Unter Druck: Presse und Journalismus in wirtschaftlicher Rezession.....	127
<i>Edi Kradolfer</i>	
Medieninteressen und -nutzung aus der Perspektive der Entwicklung der lokalen Medienlandschaft	145
<i>Régis Borryat</i>	
La concentration de la presse et ses effets. Vers un appauvrissement du discours d'information médiatique.....	159
III. POLITISCHE KOMMUNIKATION UND SPRACHLICH SEGMENTIERTE ÖFFENTLICHKEIT	173
<i>Barbara Thomaß</i>	
Public Broadcasting in Kanada als Integrationsinstrument in einem zweisprachigen, multikulturellen Staat	175
<i>Markus Jedele / Sabine Zaugg</i>	
«Lüthi und Blanc»: Zum Integrationspotenzial einer Soap opera	189

IV. POLITIKVERMITTLUNG IN DER MEDIENDEMOKRATIE.....	203
<i>Peter Meier</i>	
Kultur der Verweigerung. Der Mediendiskurs über die Rolle der Schweiz im Zweiten Weltkrieg als Prüfstein der politischen und der Medienkultur	205
<i>Jost Aregger</i>	
«Hast noch der Söhne ja». Schweizer Presse und Gleichstellungspolitik nach 1950	223
<i>Claude Longchamp</i>	
Meinungsbildung als Meinungsverstärkung, Meinungsaufbau oder Meinungswandel. Zum Prozess der Entscheidungsfindung der stimmenden Bevölkerung in der direkten Demokratie der Schweiz	233
<i>Andreas Ladner</i>	
Parteien und Politmarketing in der Schweiz	249
<i>Regula Stämpfli</i>	
Baustellen: Öffentlichkeit, politische Kommunikation und Politikgestaltung in der Europäischen Union.....	261
<i>Thomas Häussler</i>	
«Monomedia». Der öffentliche Diskurs in den USA nach dem 11. September	273
V. POLITIKINSZENIERUNG	285
<i>Marcel Burger</i>	
Le discours des medias comme forme de pratique sociale: L'enjeu des débats télévisés	287
<i>Muriel Surdez</i>	
Specialisation journalistique et mise en forme des problèmes publics. Propositions pour une étude des acteurs participant à la catégorisation des politiques de la santé Suisse.	299
<i>Jörg-Uwe Nieland</i>	
Guido in der Spassfalle? Grenzen der Boulevardisierung der politischen Kommunikation.....	309
<i>Susanne Fengler / Stephan Russ-Mohl</i>	
Der Journalist als Homo oeconomicus. Das Beispiel Wahlkampf-Berichterstattung	323
<i>Christine Kugler</i>	
Beruf: Kanzlermacher. Die Personalisierung der Politikberatung im deutschen Bundestagswahlkampf 2002	337
VI. MEDIENETHIK ALS BESTANDTEIL DER POLITISCHEN KULTUR	353
<i>Andreas Vlasic</i>	
Was wollen die Medien – und was sollen sie wollen? Zum Verhältnis von Medienethik und politischer Kultur.....	355
<i>Andrea Ochsner</i>	
Konsens und Diskurs: Wider eine aporetische Medienethik	367
<i>Franz Zölch</i>	
Medienöffentlichkeit vs. Privatsphäre: Eine alte Dialektik neu aufgelegt?	379
AUTORINNEN UND AUTOREN	389
