

Inhalt

Kontinuität und Wandel der politischen Kommunikation – Eine kurze Einleitung.....	7
--	---

Michael Jäckel und Uwe Jun

Teil A: Parteien und Medien

Medialisierung von politischen Parteien – strategische Notwendigkeiten und ihre Wirkungen.....	17
---	----

Uwe Jun

Wahlkampfkommunikation 2013: Themenmanagement mit Wahlprogrammen, Plakaten und Kanzlerduell?.....	45
--	----

Frank Brettschneider

Informationsverhalten und Mobilisierung im Wahlkampf.....	65
---	----

Winfried Schulz

Werden Parteien Medienhäuser? Digitale Strategie und analoger Erfolg in der Wahlkampfkommunikation	83
---	----

Guido Zurstiege

Teil B: Die Medienarena und die Politik

Brauchen wir einen neuen ‚Strukturwandel von Öffentlichkeit‘? Politische Kommunikation und demokratische Legitimation jenseits des ‚Circle‘	103
---	-----

Ulrich Sarcinelli

„Kann es noch politische Helden geben?“ Ungefilterte Beobachtungen in der Mediengesellschaft	125
<i>Michael Jäckel</i>	
Politische und mediale Logiken. Ein Vorschlag zur Differenzierung politischer Medialisierung	139
<i>Jens Tenschert und Isabelle Borucki</i>	
Demokratie im Netz – zu den Chancen der <i>Liquid Democracy</i>	169
<i>Manfred Mai</i>	
IPolitics: Parteien, Medien und Wähler in den USA.	191
<i>Winand Gellner und Michael Oswald</i>	
Autorenverzeichnis	205