

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort .....</b>	<b>9</b>
<b>Essays .....</b>	<b>11</b>
UWE ALSCHNER	
<b>Die deutsche Politik hat Angst vor dem Internet .....</b>	<b>13</b>
HANS-JÜRGEN BEERFELTZ	
<b>Rettung durch Dialog?</b>	
<b>Die Parteien brauchen eine neue Kommunikation .....</b>	<b>15</b>
BARBARA PFETSCH	
<b>Die Ernüchterung danach. Ein Jahr nach Barack Obamas grandioseem Kommunikations- und Wahlerfolg .....</b>	<b>19</b>
GODEHARD UHLEMANN	
<b>Am Puls des Bürgers.</b>	
<b>Was Deutschlands Politiker von Obama lernen müssen .....</b>	<b>23</b>
<b>Beiträge.....</b>	<b>27</b>
MANUEL ADOLPHSEN	
<b>Branding in Election Campaigns: Just a Buzzword or a New Quality of Political Communication? .....</b>	<b>29</b>
ANDREA BURMESTER	
<b>Personalisierung reconsidered. Zur Notwendigkeit der Neubetrachtung eines »alten« Phänomens in der politischen Kommunikation.....</b>	<b>47</b>

CHRISTOPH BUSCH	
<b>Politikherstellung und Politikdarstellung in der kommunalen Parlamentsarbeit von pro Köln .....</b>	<b>67</b>
ANKE HUB	
<b>»Alles nicht so schlimm!« Globale Risiken und deren Wahrnehmung vor Ort .....</b>	<b>87</b>
JAN KERSTEN & RÜDIGER MÜLLER	
<b>Zur Selektion und Wirkung von Pressefotos. Eine empirische Untersuchung auf Basis von Fotonachrichtenfaktoren .....</b>	<b>107</b>
MATHIAS KÖNIG & WOLFGANG KÖNIG	
<b>Politische Kommunikation durch regierungsinitierte Bürgerpartizipation? Die politische Kommunikation im Kontext der Bürgerbeteiligung im Rahmen der Kommunal- und Verwaltungsreform in Rheinland-Pfalz.....</b>	<b>129</b>
CHRISTIAN MICHALEK	
<b>Journalistische Unabhängigkeit oder politische Instrumentalisierung? Das Selbstverständnis der Deutschen Welle und ihr politischer Auftrag im Rahmen von Public Diplomacy.....</b>	<b>149</b>
PHILIPP MÜLLER	
<b>Tabloid Britain – Broadsheet Germany? Die Bedeutung der Boulevardpresse für die politische Kommunikation in Deutschland und Großbritannien .....</b>	<b>167</b>
ANJA OBERMÜLLER, DOROTHEA HÖPPNER, MARTIN RENTSCH	
<b>Der öffentlich-rechtliche Stammtisch? Eine inhaltsanalytische Untersuchung von Polittalkshows am Beispiel von Anne Will und Maybrit Illner .....</b>	<b>187</b>

SÜNJE PAASCH-COLBERG <b>Konsonanz und Meinungsführung in der Tagespresse? Eine vergleichende Analyse regionaler und überregionaler Zeitungen im Bundestagswahlkampf 2005.....</b>	<b>199</b>
EIKE MARK RINKE & JULIA LÜCK <b>Cognitive Style, Selectivity, and Reinforcement: Toward Clarifying the Role of Political Ideology in the Reception of Political Communication.....</b>	<b>219</b>
BRITTA ROTTBECK <b>Die Online-Kommunikation der Volksparteien im Bundestagswahlkampf 2009 .....</b>	<b>235</b>
FRIEDER SCHMID, RALF GRÜNWALD, FRANK M. SCHNEIDER, JUDITH FRISCH, SARA LOVREKOVIC, HADY NEHM <b>Klimawandel in der Presse. Eine inhaltsanalytische Betrachtung der Berichterstattung über Klimapolitik vor, während und nach der deutschen EU-Ratspräsidentschaft 2007 .....</b>	<b>255</b>
LISA WESSA <b>Darstellung stereotyper Weiblichkeit im Wahlkampf: Ein deutsch-französischer Vergleich.....</b>	<b>263</b>
<b>Abstracts.....</b>	<b>283</b>
<b>Autoren.....</b>	<b>289</b>
<b>Herausgeber.....</b>	<b>297</b>