
Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XIII
Tabellenverzeichnis	XV
Abkürzungsverzeichnis	XVII
1 Forschungsfeld und Analyseperspektiven	1
1.1 Das Forschungsfeld	1
1.2 Die wissenschaftliche Publikationslandschaft	5
1.3 Der „magische Würfel“ als heuristisches Modell	7
1.4 Gegenstandsbereiche	8
1.5 Analyseebenen	9
1.6 Analyseperspektiven	10
1.7 Das Forschungsfeld in englischsprachigen Fachzeitschriften	13
1.8 Theoriemodelle und Aufbau des Buches	18
2 Der Vergleich als grenzüberschreitende Methode	23
2.1 Der Vergleich als Erkenntnisstrategie in Forschung und Alltag	23
2.2 Die vergleichende Methode	28
2.3 Zwei Forschungslogiken des Vergleichs	29
2.4 Die Kombination von Fallorientierung und Variablen designs	33

3	Vergleichen in transnationalen Zeiten	41
3.1	Die Grenzen des traditionellen Ländervergleichs	42
3.2	Zusätzliche Variablen: Erweiterung des traditionellen Vergleichsdesigns	45
3.3	Zusätzliche Analyseebenen: Einbettung in ein Mehrebenendesign	47
3.4	Neue Vergleichsobjekte: Transkultureller Vergleich	50
3.5	Die Vergleichsansätze im Vergleich	51
4	Diskursive Kommunikation	53
4.1	Öffentlichkeit in der Alltagssprache	54
4.2	Begriffsbestimmung und Modellierung von Öffentlichkeit	55
4.3	Die normative Dimension von Öffentlichkeit	58
4.4	Die „postnationale Konstellation“ und das Öffentlichkeitskonzept	61
4.5	Ein empirisch-analytisches Modell transnationaler Öffentlichkeit	63
4.6	Öffentlichkeit als kritische Kategorie transnationaler Kommunikation	68
5	Transnationalisierung von Medienöffentlichkeiten	73
5.1	Transnationale Öffentlichkeit: Die empirische Erforschung eines Mythos	73
5.2	Die Infrastrukturen transnationaler Öffentlichkeiten	78
5.2.1	Transnationale Medien	79
5.2.2	Auslandskorrespondenten	82
5.3	Die Transnationalisierung des Sprecherensembles	83
5.3.1	Zusammensetzung des Sprecherensembles	85
5.3.2	Regierungskommunikation zum Thema EU	86
5.3.3	Medien als Sprecher im Diskurs	87
5.3.4	Die Kommunikation der europäischen Institutionen	88
5.4	Mehrdimensionaler Strukturwandel der Medieninhalte	90
5.4.1	Beobachtung des Regierens	90
5.4.2	Diskursive Integration	91
5.4.3	Diskurskonvergenz	91
5.4.4	Kollektive Identität	94
5.4.5	Nationale und medientypische Europäisierungsmuster	95
5.5	Transnationalisierte Publika	98
5.5.1	Transnationale Mediennutzung	98
5.5.2	Transnationale Bürgerpublika	100
5.6	Fazit: Europäische Öffentlichkeit oder Weltöffentlichkeit?	101

6	Rituelle Kommunikation	105
6.1	Die rituelle Perspektive: Feiern, Trauern, Trösten	105
6.2	Rituelle Medienevents: Das traditionelle Verständnis	107
6.3	Entzauberung, Entgleisung, Spaltung: Medienevents unter Druck	109
6.4	Medienevents als „zentrierende Aufführungen“ im globalen Zeitalter	113
6.5	Schlussfolgerungen für die empirische Medieneventanalyse	116
7	Transnationale Medienevents	119
7.1	Typen transnationaler Medienevents	119
7.1.1	Feiern	121
7.1.2	Trauern	123
7.1.3	Trösten	124
7.2	Eurovision Song Contest 2010: Lena gewinnt Europa für Deutschland	124
7.3	Live Aid und Live 8: Bob Geldof als „celebrity diplomat“	128
7.4	Fazit	134
8	Strategische Kommunikation	137
8.1	Beeinflussen und Überzeugen: die strategische Perspektive	137
8.2	Mediated Public Diplomacy	141
8.2.1	Zeitgemäße Konzepte der Mediated Public Diplomacy	142
8.2.2	Teilprozesse der Mediated Public Diplomacy	143
8.2.3	Erfolgsfaktoren der Mediated Public Diplomacy	144
8.2.4	Einflusskanäle der Mediated Public Diplomacy	145
8.3	Fallstudie: Mediated Public Diplomacy im Nahen Osten	147
8.3.1	Mediated Public Diplomacy der USA nach 9/11	148
8.3.2	Die Wirkung transnationaler Nachrichtenkanäle	150
8.3.3	Mediated Public Diplomacy der Konfliktparteien im Nahen Osten	153
8.4	Fazit	157
9	Folgen grenzüberschreitenden Kulturkontakte bei den Mediennutzern	159
9.1	Die Folgenperspektive	159
9.2	Kulturelle Homogenisierung als Folge transnationaler Kommunikation?	160
9.2.1	Der historische Ausgangspunkt: Die These vom Medienimperialismus	160
9.2.2	Drei Modelle der kulturellen Globalisierung	162
9.2.3	Methodisches Vorgehen	163

9.2.4	Nachrichtennutzung, gesellschaftlicher „Kosmopolitismus“ und individuelle Wertvorstellungen	167
9.2.5	Die Folgen medialer Kulturimporte als mehrstufiger Prozess	170
9.3	Kulturspezifische Aneignung „fremder“ Medienprodukte	173
9.4	Fazit	176
10	Zukunftsperspektiven transnationaler Kommunikation	179
10.1	Transnationale Klimakommunikation: Diskursive, strategische und rituelle Aspekte	179
10.1.1	Nationale Klimadiskurse	180
10.1.2	Globale inszenierte politische Medienevents (GIPME)	183
10.1.3	Kommunikationsstrategien auf dem UN-Klimagipfel 2010 in Cancún	184
10.1.4	Zusammenfassung der Fallstudie zur globalen Klimakommunikation	187
10.2	Digitale Netzwerkmedien und der Arabische Frühling	188
10.2.1	Eine transnationalisierte Revolution	189
10.2.2	Zusammenfassung der Fallstudie zum Arabischen Frühling	194
10.3	Schlusswort	194
	Literaturverzeichnis	197