

INHALTSVERZEICHNIS

1. Einleitung.....	13
2. Ausgangspunkt und Thematik.....	14
2.1. Gang der Untersuchung.....	19
2.2. Stand der Forschung.....	20
2.3. Bibliographie Raisonnee.....	21
2.4. Materiallage.....	23
3. Die Ausgangssituation: Die USA im internationalen System.....	24
Die theoretische Studie.....	29
4. Wissenschaftliche Anforderungen an Theorie, Methode und Modell.....	29
4.1. Theoriedesign.....	29
4.1.1. Funktionen von Theorien.....	29
4.1.2. Theorie und Forschungsdesign.....	30
4.1.3. Die Problematik der Fallstudie.....	31
4.1.4. Der Modellbegriff.....	33
4.1.5. Die Problematik des historischen Rückgriffs.....	33
5. Herleitung, Legitimierung und Beschreibung des Ansatzes.....	35
5.1. Grundlagen und -annahmen.....	35
5.1.1. Die Grundbedingungen des internationalen Systems.....	35
5.1.2. Der Machtbegriff.....	36
5.1.3. Machtarten.....	38
5.1.4. Der Ansatz der Transnationalen Beziehungen.....	39
5.2. Kultur in der internationalen Politik.....	42
5.2.1. Die Kulturdefinition.....	45
5.2.2. Populärkultur.....	48
5.2.3. Medien als Kultur.....	49
5.2.3.1. Das Internet als (Massen-) Medium.....	51
5.3. Die politische Anwendbarkeit.....	52
5.4. Hegemonie in der internationalen Politik.....	55
5.4.1. Kulturelle Hegemonie – das Hegemonie-Konzept Gramscis.....	60
5.4.1.1. Die Übertragung von Gramscis Konzept auf die internationale Ebene.....	61
5.5. Hegemonie und Kultur – Zusammenfassung der Argumentation.....	63
5.6. Empirische Operationalisierung des Ansatzes.....	65
5.6.1. Propaganda, Kulturwerbung, Cultural Diplomacy und Auswärtige Kulturpolitik.....	65
5.6.2. Public Diplomacy.....	67

Die empirische Überprüfung.....	71
6. Die internationale Kommunikationspolitik der USA als Rahmensetzung..	71
7. Das kulturelle Instrument in der amerikanischen Außenpolitik.....	77
7.1. Die Entwicklung der staatlichen amerikanischen Public Diplomacy...	77
7.1.1. Erste Schritte.....	77
7.1.2. Die United States Information Agency 1953-1999.....	83
7.1.3. Public Diplomacy nach dem 11. September 2001	93
7.1.3.1. Exkurs: Die Debatte nach dem 11. September 2001	96
7.1.3.2. Annex: Struktur und Organisation der USIA.....	99
7.1.4. Das Bureau of Educational and Cultural Affairs.....	100
7.2. Zwischenfazit	104
7.3. Die staatlichen Public-Diplomacy-Aktivitäten	106
7.3.1. Die Medien- und Informationsaktivitäten.....	108
7.3.1.1. Rundfunk	108
7.3.1.1.1. Die Voice of America.....	108
7.3.1.1.2. Radio Free Europe / Radio Liberty.....	116
7.3.1.2. Fernsehen.....	119
7.3.1.3. Die Printmedien.....	123
7.3.1.3.1. Bücher	123
7.3.1.3.2. Publikationen	129
7.3.1.3.3. Wireless File	131
7.3.2. Die Kulturaktivitäten.....	131
7.3.2.1. Kultur- und Informationszentren.....	131
7.3.2.2. Personenaustauschprogramme	133
7.3.2.3. Education-Programme	136
7.3.2.4. Ausstellungen	137
7.3.2.5. Künstlerauftritte.....	140
7.4. Zwischenfazit	141
7.5. Die Funktion von Film im Kontext der Public Diplomacy.....	143
7.5.1. Der amerikanische Film als Kulturgut	144
7.5.2. Film als amerikanischer Kulturexport.....	147
7.5.3. Filmpropaganda – seeing is believing.....	151
7.5.3.1. Exkurs: Die französische Filmpolitik als kulturelle Gegenmachtbildung.....	157
7.6. Zwischenfazit	161
7.7. Private Akteure in der Public Diplomacy am Beispiel der amerikanischen Stiftungen.....	163
7.7.1. Die Ford Foundation in der Public Diplomacy.....	164
7.8. Zwischenfazit	168

7.9. Annex: Amerikanische Public Diplomacy in Mittel- und Osteuropa nach 1989.....	169
8. Exkurs: Amerikanisierung, Homogenisierung und Kultur- imperialismus.....	175
9. Synopse und Ausblick	184
Anhang	191
Abkürzungsverzeichnis.....	191
Literaturverzeichnis.....	193
Verzeichnis der genannten Filme	240
Tabellen	243