
Inhaltsverzeichnis

Einführung	1
Mike Friedrichsen und Roland A. Kohn	
Teil I Digitale Politikvermittlung und politische Kommunikation	
Neue politische Kommunikation durch Medienwandel	9
Mike Friedrichsen	
Die Rolle der Medien im gesellschaftlichen Legitimitätskonstrukt	25
Hauke Laackmann	
Immer schön der Reihe nach	37
Stefan Richter	
Symbole und Öffentlichkeit im digitalen Zeitalter	45
Stephan Weichert	
Alles außer Nachrichten	59
Cornelia Walter und Mathias Rentsch	
Zwei Paradigmen nebeneinander: Meinungsbildung durch klassische vs. Interaktive Medien	83
Martin Gertler	
Soziale Medien und journalistische Berichterstattung	105
Jochen Spangenberg	
Wer bestimmt, was Meinung ist?	127
Veit Quack	

Teil II Digitale Politikvermittlung und Öffentlichkeit

- Das mediale Allzeit-Jetzt und der Einzelne** 145
Kurt E. Becker

- Politik und Öffentlichkeit angesichts des gesellschaftlichen
Strukturwandels im „digitalen“ Zeitalter** 161
Nils Diederich

- Die Welt steht auf dem Kopf – Wie Social Media das Paradigma
von Öffentlichkeit verändert** 169
Alexander Zeitelhack

- Systemwandel, Entwicklungen und Potenziale gesellschaftlicher
Öffentlichkeit im Zeitalter der Digitalisierung und Globalisierung
der Massenkommunikation am „Modell“ der BRIC-S Staaten** 179
Jens Wendland

- Strukturwandel der Öffentlichkeitsarbeit durch interaktive Medien** 189
Sonja-Maria Klauß

- Ja, Nein oder vielleicht doch? Sollen wir es wagen? – Politische
Kommunikation in sozialen Netzwerken** 207
Christian Hauck

- Ethik der digitalen Kollaboration** 215
Christopher Gohl

Teil III Digitale Politikvermittlung und Partizipation

- Einsatz von Social Media im politischen Umfeld –
Partizipationsgedanke in der Politik 2.0 -Umgebung** 233
Mike Friedrichsen

- Das Informationszeitalter beginnt erst jetzt. Über die
Industrialisierung der IT und ihre Wirkungen auf Politik
und Gesellschaft** 267
Bernd Becker

Digitale Partizipation im politischen Konflikt – „Wutbürger“ online	285
Caja Thimm und Tobias Bürger	
Politische Meinungsbildung und Kommunikation von Abgeordneten	
über soziale Medien	305
Hans-Joachim Otto	
Erfolgreich beteiligt: Die Bedeutung einer begleitenden	
Kommunikationsarbeit bei (Online-)Beteiligungsprojekten	311
Nina Keim	
Volkssovveränität und Shitstorm – neue Formen der politischen	
Willensbildung und verfassungsrechtlicher Rahmen	323
Nicolaus Heise	
„Nebenwirkungen“ der Digitalen Modernisierung politischer	
Öffentlichkeit	347
Sandor Ragaly	
Erfolg hat, wer Internet kann!	369
Michael Theurer	
Teil IV Digitale Politikvermittlung und Perspektiven	
Parlamentarismus – analoges Auslaufmodell in einer digitalen Welt?	397
Roland A. Kohn	
„Brussels Tweets“: Einfluss digitaler Medien auf Lobbying?	413
Irina Michalowitz	
Gefahren digitaler Politikvermittlung – Zwischen Shopping	
Mall und Basar	427
Dirk Loomans	
Bundestag und digitale Medien	441
Jimmy Schulz	

Digitale Politikvermittlung – Chancen und Risiken interaktiver : Medien für Verbände	451
Peter Bisa	
Interessensaustausch 2.0 – Neue Dialogformen in der Praxis	463
Michael Wedell	
Liquid Democracy im Feldversuch – Beteiligungsmöglichkeiten in der Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“ des Deutschen Bundestages	485
Sven Harraß	
Potenziale nutzen mit Liquid Democracy	499
Jennifer Paetsch und Daniel Reichert	
Teil V Fazit und Schlussbemerkungen	
Liquid Democracy – Status Quo und Ausblick	519
Roland A. Kohn und Mike Friedrichsen	