
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 Klaufß	

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	
Volkssouveränität 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	
Interessenausgleich 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 <i>Fazit und Schlussbemerkungen</i>	
Liquid Democracy – Status Quo und Ausblick	519
Roland A. Kohn und Mike Friedrichsen	