

Inhalt

Intermediäre Akteure und Medien. Eine Einleitung in Begriffe, Konzepte und die Systematik des Sammelbandes.	13
<i>Franziska Oehmer</i>	
Teil I: Politische Interessenvermittlung von Medien im Wandel	25
Gesellschaftlicher Wandel, Demokratie und Politikvermittlung – Entwicklungen und Perspektiven	27
<i>Ulrich Sarcinelli</i>	
Politische Interessensvermittlung im Medienwandel – Entwicklungen und Perspektiven	49
<i>Patrick Donges</i>	
Teil II: Politische Interessenvermittlung von Parteien	65
Politisch-mediales Kräfteressen. Einschätzungen von Partei- und Medieneliten in Deutschland, Österreich und der Schweiz	67
<i>Jens Tenschler & Peter Maurer</i>	
Selektieren Medien Parlamentskandidaten? Medieneinfluss und Medienkompetenz bei innerparteilichen Nominierungen	94
<i>Benjamin Höhne</i>	
Neue Medien – neue Machtverhältnisse? Eine Fallstudie zum Einsatz von Online-Beteiligungsplattformen durch Parteien	115
<i>Katharina Hanel, Stefan Marschall & Nadja Wilker</i>	

Systemische und organisationale Strukturen als Determinanten der Bedeutung der persönlichen Website: Ein Vergleich von Parteien im Schweizer Nationalratswahlkampf 2011	141
<i>Matthias Brändli & Christian Wassmer</i>	
Teil III: Politische Interessenvermittlung von Verbänden	171
Verbände und Massenmedien oder die Varieties of Medialisation	173
<i>Sigrid Koch-Baumgarten</i>	
Making it to the News. Interest Groups in the Danish Media	201
<i>Anne Skorkjær Binderkrantz & Peter Munk Christiansen</i>	
(Opportune) Interessen in den Medien. Eine Analyse der medialen Resonanz deutscher Verbände	220
<i>Franziska Oehmer</i>	
Mediatisierte Verbandskommunikation? Empirische Befunde am Fallbeispiel der Interessengruppen für erneuerbare Energien	243
<i>Alexandra Seibt</i>	
Entmassenmedialisierung intermediärer Organisationen. Eine Unteruchung am Beispiel deutscher Verbände	267
<i>Olaf Hoffjann & Jeannette Gusko</i>	
Die Kommunikation politischer Interessengruppen in Deutschland und der Schweiz: Adressaten, Ziele und Instrumente im Vergleich	292
<i>Matthias Brändli, Patrick Donges & Erik Jentges</i>	
Erwartungen und Ansprüche von Nutzern an den Auftritt intermediärer Organisationen in sozialen Onlinenetzwerken. Eine Studie am Beispiel der facebook-Seiten von NGOs	314
<i>Anne Schulze & Joachim Preusse</i>	

Teil IV: Politische Interessenvermittlung von sozialen Bewegungen	335
Public Space, Media and Protest Movements	337
<i>Olivier Fillieule</i>	
Regionaler Protest und Massenmedien: Die Bedeutung von Massenmedien aus der Sicht von Bürgerinitiativen	358
<i>Marco Bräuer & Jens Wolling</i>	
Soziale Bewegungen online – mediale Kommunikation, Mobilisierung und Proteste im Netz	378
<i>Kathrin Voss</i>	
Reintermediation durch Social-Web? Eine Analyse von Social-Web-Projekten im Bereich des politischen Konsums	399
<i>Mundo Yang & Sigrid Baringhorst</i>	
Building a Better Boomerang? Human Rights NGOs and the New Media	424
<i>A. Trevor Thrall, Dominik Stecula & Rossella Moyer</i>	
Autorenverzeichnis	441