

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XVII
Tabellenverzeichnis	XXI
Abkürzungsverzeichnis	XXV
1 Einleitung	1
1.1 Relevanz des Themas	2
1.2 Forschungsvorgehen	6
1.3 Theoretischer Rahmen	7
2 Begriffsdefinitionen und Grundlagen	11
2.1 Parteien des Bundestags	11
2.2 Gesamtgesellschaftlich relevante Themen	12
2.3 Social Media	13
2.4 Facebook	16
2.4.1 Nutzerstruktur und Mediennutzungsverhalten von Facebook in Deutschland	17
2.4.2 Grundlagen und Funktionsweisen von Facebook	21
3 Der agenda bestimmende Einfluss der Massenmedien	25
3.1 Der Ursprung des Agenda-Setting-Ansatzes	25
3.2 Agenda-Setting-Modelle und Weiterentwicklungen des Agenda-Setting- Ansatzes	28
3.3 Priming und Framing	30
3.4 Die Politik und ihre wechselseitige Rolle im Agenda-Setting-Prozess	32

XIII

3.5	Agenda Setting im Online- und Social-Media-Kontext	34
3.6	Zusammenfassung	36
4	Situationsanalyse und aktueller Forschungsstand	39
4.1	Politische Kommunikation und ihr Wandel im Zuge der Digitalisierung	39
4.2	Nachrichten- und Politikinteresse in Deutschland	41
4.3	Wandel der Informationsbeschaffung von gesellschaftlich relevanten Themen	43
4.4	Der Einfluss sozialer Medien auf die politische Meinungsbildung und Einstellung	50
4.5	Facebook als Kommunikationsplattform für politische Parteien in Deutschland	54
4.6	Zusammenfassung der Situationsanalyse und des aktuellen Forschungsstands	64
5	Die gesamtgesellschaftlich relevanten Themen in Deutschland im Jahr 2019	69
5.1	Vorgehen zur Ermittlung der gesamtgesellschaftlich relevanten Themen	69
5.2	Vorstellung der verwendeten Studien zur Ermittlung der gesamtgesellschaftlich relevanten Themen	71
5.3	Zusammenführung der Studien und Identifizierung der gesamtgesellschaftlich relevanten Themen	76
5.4	Eingrenzung und Definition der identifizierten gesamtgesellschaftlich relevanten Themen	78
6	Forschungsfrage, Thesen und Hypothese	83
7	Vorstellung des Forschungsdesigns	85
7.1	Stichprobe und Untersuchungszeitraum	85
7.2	Analyseeinheiten	87
7.3	Kategoriesystem und Codierungsbogen	88

7.4 Speicherung des Materials	93
7.5 Pretest	93
7.6 Haupterhebung und Datenaufbereitung	95
7.7 Datenauswertung und -analyse	95
8 Darstellung und Interpretation der empirischen Ergebnisse	101
8.1 Die kommunizierten Themen der Bundestagsparteien auf Facebook	102
8.2 Die Reaktionen der Facebook-Nutzer auf die Kommunikation der Parteien im Themenvergleich	113
8.3 Die emotionalen Reaktionen der Facebook-Nutzer	126
8.4 Zusammenfassung der Ergebnisse	131
9 Diskussion	135
10 Reflexion und kritische Würdigung	141
11 Ausblick	145
12 Fazit	147
Literaturverzeichnis	151
Anhang	161