

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	5
Abbildungsverzeichnis.....	11
Tabellenverzeichnis	13
Abkürzungsverzeichnis	19
1 Einleitung.....	23
2 Politische Online-Kommunikation	33
2.1 Begriffsverständnis	33
2.2 Wirkungsthesen zur Relevanz des Internets im parlamentarischen Repräsentationssystem.....	43
2.2.1 Technologischer Determinismus	48
2.2.2 Mobilisierungsthese	49
2.2.3 Verstärkungsthese.....	55
2.2.4 Effizienzsteigerung des repräsentativen Demokratiemodells durch Netzöffentlichkeit.....	59
2.3 Anwendungsbeispiele politischer Online-Kommunikation zwischen Parlamentariern und Bürgern	61
2.3.1 Politik- und Interessenvermittlung.....	61
2.3.2 Service – Dienst der Abgeordneten am Bürger	70
2.3.3 Social Media – vom Consumer zum Prosumer.....	72
2.3.4 Online-Wahlkampf – Abgeordnete auf Stimmenfang im Netz.....	82
2.4 Empirischer Forschungsstand zum Online-Mediennutzungsrepertoire deutscher Parlamentarier.....	87
2.5 Zusammenfassung	96

3	Theoretischer Bezugsrahmen zur Entwicklung des Untersuchungsmodells.....	99
3.1	Uses and Gratifications Approach	99
3.2	Rational Choice Theory	102
3.3	Sozialstatistische Faktoren.....	106
3.4	Amtsverständnis von Bundestagsabgeordneten	107
3.4.1	Verfassungs- und sozialstrukturelle Determinanten	108
3.4.2	Komponentenmodell ihrer Funktions- und Aufgabenwahrnehmung.....	115
3.5	Untersuchungsmodell	130
3.6	Zusammenfassung	132
4	Anlage der empirischen Untersuchung.....	135
4.1	Untersuchungsmethode.....	135
4.2	Datenanalyse	137
4.3	Untersuchungsgegenstand und -form.....	140
4.4	Operationalisierung und Fragebogenkonstruktion	141
4.4.1	Messung der Nutzungsarten politischer Kommunikation.....	143
4.4.2	Messung der Einflussfaktoren auf die Nutzung politischer Online-Kommunikation.....	152
4.4.3	Weiterführende Fragestellungen zum Themenkontext	163
4.5	Pretest	169
4.6	Prozess der Datenerhebung und Rücklaufcharakteristik.....	173
4.7	Beurteilung der Datengrundlage	175
4.8	Zusammenfassung	179
5	Ergebnisse der Datenanalyse – Antworten auf die drei leitenden Forschungsfragen	181
5.1	Beschreibung und Beurteilung der Stichprobe.....	181
5.2	Deskriptive Ergebnisse zur Art und Weise der Nutzung politischer Online-Kommunikationsmöglichkeiten durch Bundestagsabgeordnete.....	183
5.2.1	Nutzungsarten politischer Kommunikation	185
5.2.2	Einflussfaktoren auf die Nutzung politischer Online-Kommunikation.....	192
5.2.3	Weiterführende Ergebnisse zum Themenkontext	203
5.3	Faktorenanalysen – Datenkomprimierung für Regressions- und Clusteranalyse.....	206

5.3.1	Relevanz diverser Offline- und Online-Kommunikationskanäle	206
5.3.2	Potenzial- und Leistungseinschätzung politischer Online-Kommunikation	208
5.3.3	Nutzungsmotive und Ziele politischer Online-Kommunikation	209
5.3.4	Amtsverständnis von Bundestagsabgeordneten	211
5.3.5	Beschreibung der Nutzung allgemeiner und spezieller digitaler Kommunikationskanäle	215
5.4	Einflussfaktoren auf die Entscheidung der Bundestagsabgeordneten für oder gegen die Nutzung bestimmter Online-Kommunikationskanäle	222
5.4.1	Öffentlicher Kommunikationsrahmen	222
5.4.2	Individualisierter Kommunikationsrahmen	223
5.4.3	Kommunikation über die eigene Website	225
5.4.4	Beziehungs- und Kommunikationsnetzwerke (Facebook, Twitter & Co)	226
5.4.5	Publikationsnetzwerke (YouTube, Flickr & Co)	227
5.4.6	Abgeordnetenwatch	228
5.5	Abgeordnetentypologie in der Nutzung digitaler Kommunikationskanäle	229
5.5.1	Beschreibung der Cluster	232
5.5.2	Unterschiede zwischen den Clustern	241
5.5.3	Beschreibung der sieben Abgeordnetentypen	263
5.6	Zusammenfassung	280
6	Gesamtdiskussion und Fazit	283
6.1	Betrachtung der zentralen Ergebnisse	285
6.1.1	Art und Weise der Nutzung politischer Online-Kommunikation	285
6.1.2	Einflussfaktoren auf die Nutzungsentscheidung bestimmter Online-Kommunikationskanäle	288
6.1.3	Typologie von Abgeordneten in der Nutzung digitaler Kommunikationskanäle	290
6.2	Limitationen und Ausblick	295
	Literaturverzeichnis	299
	Anhang	327

Online-Kommunikation von Bundestagsabgeordneten
Politiker im Neuland

Blank, C.

2017, XXII, 321 S. 36 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-17494-1