

Robert Heron

Politische Kommunikation von Parteien im Internet - Parteien- und Politiker-Weblogs im Bundestagswahlkampf 2005

Diplomarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2006 GRIN Verlag
ISBN: 9783638584227

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/66124>

Robert Heron

**Politische Kommunikation von Parteien im Internet -
Parteien- und Politiker-Weblogs im Bundestagswahl-
kampf 2005**

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Freie Universität Berlin, FB Politik- und Sozialwissenschaften,
Otto-Suhr-Institut

DIPLOMARBEIT

Politische Kommunikation von Parteien im Internet – Parteien- und Politiker-Weblogs im Bundestagswahlkampf 2005

Vorgelegt von: Robert Heron
FB Politik- und Sozialwissenschaften

Inhalt

1.	Einleitung	2
1.1.	Forschungsstand und Fragestellung	4
1.2.	Aufbau der Arbeit.....	6
2.	Politische Kommunikation von Parteien im Internet	7
2.1.	Parteiorganisation und Parteienkommunikation – Merkmale und Bedingungen des Parteienwandels	11
2.2.	Wahlkampfkommunikation im Wandel – Auf dem Weg zur “postmodernen“ Kampagne?	19
2.3.	Zwischenfazit	25
3.	Weblogs.....	29
3.1.	Weblogs und Politikvermittlung – Ein Online-Format im Spannungsfeld zwischen demokratietheoretischen Vorstellungen und politisch-instrumentellen Nutzungsmöglichkeiten.....	29
3.2.	Sind Weblogs wirklich neu? Anmerkungen zu einem Internet-Phänomen	30
3.3.	Blogosphäre, Blogger, Blogpraktiken – Probleme der Strukturierung und Vermessung eines neuen Forschungsfeldes	33
3.4.	Weblogs als Plattform politischer Kommunikation – Empirische Untersuchungen zur politischen Nutzung von Weblogs	36
3.5.	Zwischenfazit	45
4.	Material und Methode	49
5.	Empirischer Teil	54
5.1.	Bloggen im Bundestagswahlkampf 2005 – Eine inhaltsanalytische Auswertung von Parteien- und Politiker- Weblogs	55
5.2.	Warum bloggen Parteien? Nutzenerwartungen und Kommunikationsstrategien im Hinblick auf Weblogs	64
5.3.	Zwischenfazit	65
6.	Zusammenfassung und Hypothesen.....	68
7.	Anhang	74
7.1.	Experteninterview	74
7.2.	Abbildungen.....	80
8.	Literaturverzeichnis	82

1. Einleitung

Parteien- und Politiker-Weblogs gehörten zu den hervorstechendsten Neuerungen im Online-Wahlkampf im Vorfeld der Bundestagswahl 2005. Nachdem Bundespräsident Horst Köhler am 21. Juli Neuwahlen angesetzt hatte, setzten fast alle Bundestagsparteien auf ihren Internetseiten interaktive, tagebuchähnlich Formate auf, die Lesern personalisierte Informationen oder authentisches Hintergrundwissen suggerierten und Interessierten die Möglichkeit zum Kommentieren gaben¹. Zu diesem Zeitpunkt hatten bereits einige Politiker die Initiative ergriffen und bloggten jenseits der offiziellen Parteien-Websites auf unabhängigen oder kommerziellen Plattformen wie wahlblog05.de bzw. Focus Online.

Weblogs, auch Blogs genannt, sind funktional erweiterte Internet-Tagebücher, die sich von den bisher in Wahlkämpfen genutzten Online-Formaten vor allem durch eine veränderte Medienlogik (höherer Aktualitäts- und Personalisierungszwang) sowie eine ausgeprägte Vernetzungstendenz unterscheiden (vgl. Coenen 2005, 3). Während Diskussionen in Foren oft auf die lokalen Seiten begrenzt bleiben, können in Weblogs aufgebrachte Themen regelrechte „Informationsepidemien“ (Adar u.a. 2004) auslösen. In den letzten Jahren sind in der so genannten „Blogosphäre“, der Gesamtheit verlinkter Weblogs, neben den etablierten Online-Medien neue Öffentlichkeiten und Informationsnetzwerke entstanden, die immer öfter als Quelle massenmedialer Berichterstattung dienen und in zunehmenden Maße eine Meinungsmacht darstellen (vgl. Sixtus 2005, 148ff.). Die Sozialwissenschaften haben Weblogs als Untersuchungsgegenstand spätestens seit dem US-Präsidentenwahlkampf 2004 entdeckt, welches sich in der stetig anwachsenden Zahl entsprechender Publikationen sowie in den zahlreichen Konferenzen und Tagungen, die sich mit dem Format auseinandersetzen², ausdrückt.

¹ Die SPD startete bereits Anfang Juni ihre Weblog-Plattform roteblogs.de, zu der allerdings erst am 28.07. von der SPD-Website verlinkt wurde. Die FDP setzte ein ähnliches Angebot am 08.07. auf (www.fdp-buergerfonds.de/plog/ später blog.fdp.de), die Linkspartei/PDS am 29.07. (sozialisten.de/wahlen2005/magazin/weblog/index.htm), B90/Grüne am 11.08. (blog.gruene.de) und die CSU am 16.08 (www.blog4berlin.de). Die CDU verzichtete auf ein offizielles Parteien-Weblog.

² Ein Beispiel ist die Tagung „Weblogs, Podcasting&Videojournalismus“ am Zentrum für Kunst und Medientechnologie Karlsruhe im September 2005

Erste Untersuchungen der Einstellungen von Politikern gegenüber Weblogs legen nahe, daß Blogs als Instrument der direkten politischen Kommunikation mit Meinungsführern und Multiplikatoren (z.B. mit Blog lesenden Journalisten) wahrgenommen werden (vgl. Coenen 2005, 17). Damit erhoffen sich politische Akteure insgesamt eine Verringerung ihrer Abhängigkeit von massenmedialen Selektionsmechanismen. Zudem erhalten in der Öffentlichkeit bekannte Politiker durch das neue Format erweiterte Möglichkeiten der Selbstdarstellung und Personalisierung. Weniger prominente Politiker versprechen sich von Weblogs hingegen mehr Unabhängigkeit von innerparteilichen Gatekeepern sowie eine größere Sichtbarkeit in der Öffentlichkeit (vgl. Albrecht/Perschke 2006, 4).

Aus einer demokratietheoretischen Warte heraus erscheint, je nach Perspektive, entweder die Vorherrschaft der Parteien oder die Dominanz der Medien im Kräftedreieck "Parteien-Medien-Bürger" als problematisch. Mit der Diskussion um die "Krise des Parteiendemokratie" (Stöss/Niedermayer 1993) oder den "Abstieg der Parteien" (Wiesendahl 1992) verbindet sich in der Bundesrepublik die Kritik an der Machtexpansion der Parteien im Staatsektor und an den Oligarchisierungstendenzen innerhalb der Parteiorganisationen sowie daran anknüpfend die Problematisierung ihrer Repräsentations-, Responsivitäts- und Legitimationssdefizite (vgl. Stöss 1997, 35f.). In Zusammenhang mit den Begriffen "Mediendemokratie" oder "Mediokratie" wird vor dem Hintergrund der seit den 1980er Jahren anhaltenden Medienexpansion eine Diskussion um die zentrale Bedeutung der Massenmedien im politischen Vermittlungsprozeß geführt. Demnach reagieren die um öffentliche Aufmerksamkeit konkurrierenden Parteien mit der Professionalisierung ihrer politischen Außenkommunikation auf die konsumenten- und marktbedingten Selektionsvorgaben der Medien bzw. des Leitmediums Fernsehen (vgl. Sarcinelli 1998a, 284ff.). Die Anpassung der Kommunikation politischer Akteure an die massenmediale Logik – vor allem in Form der Selektion, Vereinfachung und Personalisierung von Politikinhalt – höhlt den Vertretern der Mediokratie-These zu Folge die legitimatorische Funktion politischer Vermittlungsprozesse aus (vgl. Meyer 2001, 8ff.; Meyer/Schicha/Brosda 2001, 16f.). Andere Autoren betonen in diesem Kontext wiederum die aktive Rolle der Parteien, indem sie von einer

symbiotischen Tauschbeziehung (z.B. von Alemann 1997) oder von einer bewußten Annäherung der Partielite an die Medien (Katz und Mair 1995) ausgehen. Vor dem Hintergrund der problematisierten Responsivitätsdefizite und Abhängigkeit der Parteien von massenmedialen Selektionsmechanismen nehmen einige Autoren Parteien- und Politiker-Weblogs u.a. als Möglichkeit wahr, einen direkten, herrschaftsfreien und rationalen Dialog zwischen Bürgern und politischen Akteuren herzustellen (z.B. Abold 2006; Coenen 2005).

1.1. Forschungsstand und Fragestellung

Die wissenschaftliche Literatur, die sich mit Weblogs auseinandersetzt, ist bisher noch recht überschaubar. Einen Überblick über das hochgradig interdisziplinäre und fachlich schwer abgrenzbare Forschungsfeld geben Schmidt, Schönberger und Stegbauer (Schmidt/Schönberger/Stegbauer 2005) sowie Herring u.a. (Herring u.a. 2006). Kommunikationswissenschaftlich orientierte Arbeiten konzentrieren sich sowohl auf die theoretische Einordnung von Weblogs (Perschke/Lübcke 2005), den Einfluß von Weblogs auf die Medienagenda (z.B. Gill 2004; Delwiche 2005) als auch auf die Bedeutung von Weblogs für den Journalismus (z.B. Welch 2003, Gillmor 2004; Matheson 2004; Witt 2004) und die Öffentlichkeitsarbeit allgemein (z.B. Horton 2002). Neben frühen Veröffentlichungen aus dem Bereich der Informatik (Kumar u.a. 2003; Adar u.a. 2004) bilden sie z.T. grundlegende Anknüpfungspunkte für die vorliegende Arbeit. Der US-Präsidentschaftswahlkampf von 2004 gab Anlaß für eine Reihe von Untersuchungen zur Nutzung von Weblogs im politischen Kontext. Gegenstand der zumeist empirisch-deskriptiv angelegten Studien sind im Fall mehrerer Autoren strukturelle Eigenschaften und Verknüpfungsmuster politischer Weblogs im US-Wahlkampf (Drezner/Farrell 2004; Adamic/Glance 2005; Ackland 2005). Dabei wurde u.a. aufgezeigt, daß enge Verbindungen zwischen Bloggern und Journalisten bestehen und sich in der politischen Blogosphäre ähnlich hierarchische und polarisierte Strukturen wie in der massenmedial hergestellten Öffentlichkeit herausbilden. McKenna und Pole sowie Sivek untersuchten demographische Merkmale bzw. Aspekte des Nutzungsverhaltens von politischen Bloggern (McKenna/Pole 2004; Sivek 2006). Zudem beleuchteten mehrere Autoren