

(Mobile library) Wahlkampagne 2.0: Politische Kommunikation im Web 2.0 mehr Demokratie durch mehr Kommunikation?

Wahlkampagne 2.0: Politische Kommunikation im Web 2.0 mehr Demokratie durch mehr Kommunikation?

Von Marco Bosch

ePub | *DOC | audiobook | ebooks | Download PDF

Marco Bosch

Wahlkampagne 2.0

Politische Kommunikation im Web 2.0 –
mehr Demokratie durch mehr Kommunikation?



DOWNLOAD



READ ONLINE

Produktinformation -Verkaufsrank: #2796156 in BcherVerffentlicht am: 2008-11-01Abmessungen: 8.31 x .67b x 5.87l, Einband: Taschenbuch108 Seiten | File size: 32.Mb

Von Marco Bosch : Wahlkampagne 2.0: Politische Kommunikation im Web 2.0 mehr Demokratie durch mehr Kommunikation? before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Wahlkampagne 2.0: Politische Kommunikation im Web 2.0 mehr Demokratie durch mehr Kommunikation?:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Guter Einblick in Kommunikationskampagnen im Web 2.0Von T. MattfeldtIch finde das Buch gibt einen guten berblick darber, wie das Internet fr Kampagnen im Internet / Web 2.0 bisher genutzt wurde und wird. Die Beispiele sind gut

aufbereitet. Es ist natürlich ein sachliches Buch, aber dies ist in meinen Augen genau seine Stärke. Der Autor lässt sich nicht davon hinreißen, einfach alles, was mit dem Web 2.0 zu tun hat, bei den "grünen Klee" zu loben. Die Angebote der Parteien und Politiker werden hinterfragt. Hinterfragt nach Mastbergen, die in der Politik- und Gesellschaftswissenschaft angelegt werden. Und darüber mehr zu erfahren, fand ich sehr spannend und einleuchtend. Gerade wenn man bedenkt, wie gerne Medien und Politik in Sachen Web 2.0 nur an der Oberfläche kratzen. 0 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Enttäuschend! Von Carl Es scheint eine Dissertation zu sein, die publiziert werden musste, was die Qualität der Arbeit leider senkt. Viele Kapitel scheinen nur geschrieben worden zu sein, um Meter zu machen, dennoch ist der Text mit nur etwa 100 Seiten sehr kurz. Gut ein Drittel ist die Begriffsdefinition, ein weiteres Drittel allgemeine Theorie und das letzte Drittel widmet sich den Wahlkämpfen in Frankreich (Royal v. Sarkozy) und den Vorwahlkämpfen der USA (Clinton, Obama, McCain). Bosch beschränkt sich leider darauf aufzuzählen und zu beschreiben, anstatt zu analysieren, damit wird seine Arbeit für die Verwendung abseits der Wissenschaft obsolet.

Kurzbeschreibung Das Internet ist seit einigen Jahren fester Bestandteil in Wahlkämpfen weltweit. Auch im Web 2.0 präsentieren sich die Parteien auf Internet-Videokanälen wie YouTube, legen Profile in Social-Software-Anwendungen wie Facebook, MySpace oder Flickr an, bitten um einen intensiveren Dialog mit den Wählern. Was aber steht hinter diesem neuen Internet, welche Form von Partizipation ist erwünscht? Worin liegen die Chancen auf ein höheres Maß an Demokratie, wie groß sind die Risiken, dass Menschen ohne Internetanschluss vermehrt ausgegrenzt werden? Kann das bereits zu Beginn des Internetzeitalters gemachte Versprechen einer breiteren politischen Beteiligung durch interaktive und multimediale Anwendungen im Web 2.0 eingelöst werden? Zwei Wahlkämpfe aus dem Jahr 2007 dienen als Fallbeispiele für Marco Boschs kommunikationswissenschaftliche Studie zur Nutzung von Web 2.0 und Social-Software-Elementen beim Internet-Campaigning. Im Fokus stehen der französische Präsidentschaftswahlkampf und die Vorwahlen für die Präsidentschaftskandidatur der Demokraten in den USA. Das Buch gibt anhand der konkreten Beispiele Aufschluss darüber, ob das Web 2.0 sein interaktives Potenzial in der Politik ausschöpfen kann, oder vorerst nur ein weiteres Werkzeug in der Trickkiste der Kampagnenplaner bleibt.