

## Literaturverzeichnis

- Abbate, Janet. 1999. *Inventing the Internet*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Adamic, Lada und Natalie Glance. 2005. „The Political Blogosphere and the 2004 U.S. Election: Divided They Blog.“ *LinkKDD '05: Proceedings of the 3rd International Workshop on Link Discovery*. New York, NY: ACM.
- Albers, Hagen. 2009a. *Wahlkämpfe im digitalen Zeitalter: Eine explorative Studie zum Wandel der Internetwahlkämpfe bei den Bundestagswahlen 2002, 2005 und 2009*. Stuttgart: ibidem.
- Albers, Hagen. 2009b. „Onlinewahlkampf 2009.“ *Aus Politik und Zeitgeschichte* 59(51): 33-38.
- Albrecht, Steffen. 2011. „Wahlblogs revisited: Nutzung von Weblogs im Bundestagswahlkampf 2009.“ In *Das Internet im Wahlkampf: Analysen zur Bundestagswahl 2009*, Hrsg. Eva Johanna Schweitzer und Steffen Albrecht. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Albrecht, Steffen, Maren Lübcke und Rasco Hartig-Perschke. 2007. „Weblog Campaigning in the German Bundestag Election 2005.“ *Social Science Computer Review* 25(4): 504-520.
- Altmaier, Peter. 2011. „Mein neues Leben unter Piraten.“ *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 13. Oktober 2011. Abgerufen am 23. November 2011 von <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/digitales-denken/politik-und-internet-mein-neues-leben-unter-piraten-11493287.html>.
- Amann, Melanie und Hendrik Ankenbrand. 2012. „Aufstand der Generation Internet.“ *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung* vom 11. Februar 2012. Abgerufen am 28. Mai 2012 von <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/actagegner-demonstrieren-aufstand-der-generation-internet-11646144.html>.
- Ancu, Monica. 2011. „From Soundbite to Textbite: Election 2008 Comments on Twitter.“ In *Techno Politics in Presidential Campaigning: New Voices, New Technologies, and New Voters*, Hrsg. John Allen Hendricks und Lynda Lee Kaid. New York, NY u.a.: Routledge.

- Anderson, Chris und Michael Wolff. 2010. „The Web is Dead: Long Live the Internet.“ *Wired* 18(9) vom 17. August 2010. Abgerufen am 6. August 2012 von [http://www.wired.com/magazine/2010/08/ff\\_webrip/all/](http://www.wired.com/magazine/2010/08/ff_webrip/all/).
- Anderson, Robert H., Tora K. Bikson, Sally Ann Law und Bridger M. Mitchell. 1995. *Universal Access to E-Mail: Feasibility and Societal Implications*. Santa Monica, CA: RAND.
- Anstead, Nick und Andrew Chadwick. 2009. „Parties, Election Campaigning, and the Internet: Toward a Comparative Institutional Approach.“ In *The Routledge Handbook of Internet Politics*, Hrsg. Andrew Chadwick und Philip N. Howard. New York, NY: Routledge.
- Armstrong, Jerome und Markos Moulitsas Zúniga. 2006. *Crashing the Gate: Netroots, Grassroots, and the Rise of People-Powered Politics*. White River Junction, VT: Chelsea Green Publishing Company.
- Ashton, Kevin. 2009. „That 'Internet of Things' Thing.“ *RFID Journal* vom 22. Juni 2009. Abgerufen am 21. Februar 2012 von <http://www.rfidjournal.com/article/view/4986>.
- Bachl, Marko. 2011. „Erfolgsfaktoren politischer YouTube-Videos.“ In *Das Internet im Wahlkampf: Analysen zur Bundestagswahl 2009*, Hrsg. Eva Johanna Schweitzer und Steffen Albrecht. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bakshy, Eytan, Itamar Rosenn, Cameron Marlow und Lada Adamic. 2012. „The Role of Social Networks in Information Diffusion.“ *WWW 2012: Proceedings*. Lyon, 16.-20. April 2012.
- Baringhorst, Sigrid, Veronika Kneip und Johanna Niesyto (Hrsg.). 2009. *Political Campaigning on the Web*. Bielefeld: transcript Verlag.
- Barlow, John Perry. 1996. *A Declaration of the Independence of Cyberspace* vom 8. Februar 1996. Abgerufen am 5. Februar 2012 von <https://projects.eff.org/~barlow/Declaration-Final.html>.
- Barney, Darin. 2000. *Prometheus Wired: The Hope for Democracy in the Age of Network Technology*. Vancouver, BC: UBC Press.
- Barney, Darin. 2004. *The Network Society*. Cambridge u.a.: Polity Press.
- Barr, Kathleen. 2009. „A Perfect Storm: The 2008 Youth Vote.“ In *Campaigning for President 2008: Strategy and Tactics, New Voices and New Techniques*, Hrsg. Dennis W. Johnson. New York, NY u.a.: Routledge.

- Barwise, T. Patrick, Andrew S. C. Ehrenberg und Gerald J. Goodhardt. 1982. „Glued to the Box? Patterns of TV Repeat-Viewing.“ *Journal of Communication* 32(4): 22–29.
- Batelle, John. 2012. „It’s Not Whether Google’s Threatened. It’s Asking Ourselves: What Commons Do We Wish For?“ *John Batelle’s Searchblog* vom 2. Februar 2012. Abgerufen am 2. Februar 2012 von <http://battellemedia.com/archives/2012/02/its-not-whether-googles-threatened-its-asking-ourselves-what-commons-do-we-wish-for.php>.
- Baumgartner, Jody C. und Jonathan S. Morris. 2010. „MyFaceTube Politics: Social Networking Web Sites and Political Engagement of Young Adults.“ *Social Science Computer Review* 28(1): 24–44.
- Beckedahl, Markus und Falk Lüke. 2012. *Die digitale Gesellschaft: Netzpolitik, Bürgerrechte und die Machtfrage*. München: Deutscher Taschenbuch Verlag.
- Benkler, Yochai. 2002. „Coase’s Penguin, or, Linux and the Nature of the Firm.“ *The Yale Law Journal* 112(3): 369–446.
- Benkler, Yochai. 2006. *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven, CT u.a.: Yale University Press.
- Bennett, W. Lance. 1990. „Towards a Theory of Press-State Relations in the United States.“ *Journal of Communication* 40(2): 103–127.
- Bennett, W. Lance. 2003. „Communicating Global Activism: Strengths and Vulnerabilities of Networked Politics.“ *Information, Communication & Society* 6(2): 143–168.
- Bennett, W. Lance und Jarol B. Manheim. 2006. „The One-Step Flow of Communication.“ *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 608(1): 213–232.
- Bennett, W. Lance, Victor W. Pickard, David P. Iozzi, Carl L. Schroeder, Taso Lagos und C. Evans Caswell. 2004. „Managing the Public Sphere: Journalistic Construction of the Great Globalization Debate.“ *Journal of Communication* 54(3): 437–455.
- Bennett, W. Lance und Alexandra Segerberg. 2011. „Digital Media and the Personalization of Collective Action: Social Technology and the Organization of Protests against the Global Economic Crisis.“ *Information, Communication & Society* 14(5): 770–799.
- Bennett, W. Lance und Alexandra Segerberg. 2012. „The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics.“ *Information, Communication & Society* 15(5): 739–768.

- Berners-Lee, Tim. 1989. „Information Management: A Proposal.“ *Technical Report, CERN*. Abgerufen am 4. Februar 2012 von <http://www.w3.org/History/1989/proposal.html>.
- Berners-Lee, Tim und Mark Fischetti. 1999. *Weaving the Web: The Original Design and Ultimate Destiny of the World Wide Web by It's Inventor*. New York, NY: Harper Collins.
- Berners-Lee, Tim, James Hendler und Ora Lassila. 2001. „The Semantic Web.“ *Scientific American* vom 17. Mai 2001.
- Bertelsmann Stiftung (Hrsg.). 2009. *Lernen von Obama? Das Internet als Resource und Risiko für die Politik*. Bertelsmann Stiftung. Gütersloh: Verlag Bertelsmann Stiftung.
- Bieber, Christoph. 1999. *Politische Projekte im Internet: Online-Kommunikation und politische Öffentlichkeit*. Frankfurt am Main: Campus Verlag.
- Bieber, Christoph. 2001. „Internet, Parteienkommunikation, Multimediapolitiker: Eine Einführung.“ In *ParteiPolitik 2.0: Der Einfluss des Internet auf parteiinterne Kommunikations- und Organisationsprozesse*, Hrsg. Christoph Bieber. Bonn: Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Bieber, Christoph. 2002. „Der Online-Wahlkampf 2002: Formate und Inhalte in der digitalen Politikarena.“ *Media Perspektiven* 6: 277-283.
- Bieber, Christoph. 2005. „Europawahlkampf im Internet.“ In *Wahl-Kampf um Europa: Analysen aus Anlass der Wahlen zum Europäischen Parlament 2004*, Hrsg. Jens Tenscher. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bieber, Christoph. 2010. *politik digital: Online zum Wähler*. Salzhemmendorf: blumenkamp verlag.
- Bieber, Christoph. 2012. „Die Piratenpartei als neue Akteurin im Parteisystem.“ *Aus Politik und Zeitgeschichte* 62(7): 27-33.
- Bieber, Christoph und Claus Leggewie (Hrsg.). 2012. *Unter Piraten: Erkundungen in einer neuen politischen Arena*. Bielefeld: transcript Verlag.
- Bimber, Bruce. 2001. „Information and Political Engagement in America: The Search for Effects of Information Technology at the Individual Level.“ *Political Research Quarterly* 54(1), 53-67.
- Bimber, Bruce. 2003. *Information and American Democracy: Technology in the Evolution of Political Power*. Cambridge u.a.: Cambridge University Press.
- Bimber, Bruce und Lauren Copeland. 2011. *Digital Media and Political Participation Over Time in the US: Contingency and Ubiquity*. Paper presented at the ECPR General Conference. Reykjavik, 25.-27. August 2011.

- Bimber, Bruce und Richard Davis. 2003. *Campaigning Online: The Internet in U.S. Elections*. Oxford u.a.: Oxford University Press.
- Bimber, Bruce, Andrew J. Flanagin und Cynthia Stohl. 2012. *Collective Action in Organizations: Interaction and Engagement in an Era of Technological Change*. Cambridge, u.a.: Cambridge University Press.
- Boatright, Robert G. 2011. *Interest groups and campaign finance reform in the United States and Canada*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Boelter, Dietrich und Vito Cecere. 2003. „Online-Campaigning 2002: Die Internet-Strategie der SPD.“ In *Kampagne! 2: Neue Strategien für Wahlkampf, PR und Lobbying*, Hrsg. Marco Althaus und Vito Cecere. Münster u.a.: LIT Verlag.
- Boulianne, Shelley. 2009. „Does Internet Use Affect Engagement? A Meta-Analysis of Research.“ *Political Communication* 26(2): 193-211.
- boyd, danah und Nicole B. Ellison. 2007. „Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship.“ *Journal of Computer Mediated Communication* 13(1): 210-230.
- Bradley, William. 2011. „Weinergate’s Lasting Impact: The First Big Social Media Political Sex Scandal.“ *Huffington Post* vom 7. Juni 2011. Abgerufen am 7. Mai 2012 von [http://www.huffingtonpost.com/william-bradley/weinergates-lasting-impac\\_b\\_872585.html](http://www.huffingtonpost.com/william-bradley/weinergates-lasting-impac_b_872585.html).
- Brady, Henry E., Sidney Verba und Kay Lehman Schlozman. 1995. „Beyond SES: A Resource Model of Political Participation.“ *The American Political Science Review* 89(2): 271-294.
- Brady, Henry E., Richard Johnston und John Sides. 2006. „The Study of Campaigns.“ In *Capturing Campaign Effects*, Hrsg. Henry E. Brady und Richard Johnston. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.
- Breindl, Yana. 2010. „Critique of the Democratic Potentialities of the Internet: A Review of Current Theory and Practice.“ *tripleC* 8(1): 43-59.
- Bruns, Axel. 2008. *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Producership*. New York, NY: Peter Lang Publishing.
- Burgard, Jan Philipp. 2011. *Von Obama siegen lernen oder „Yes, We Gäh!“?: Der Jahrhundertwahlkampf und die Lehren für die politische Kommunikation in Deutschland*. Baden-Baden: Nomos.
- Busemann, Katrin und Christoph Gscheidle. 2011. „Web 2.0: Aktive Mitwirkung verbleibt auf niedrigem Niveau.“ *Media Perspektiven* 7-8: 360-369.

- Busemann, Katrin und Christoph Gscheidle. 2012. „Web 2.0: Habitualisierung der Social Communitys.“ *Media Perspektiven* 7-8: 380-390.
- Campbell, James E. 2008. *The American Campaign: U.S. Presidential Campaigns and the National Vote*. 2. Auflage. College Station, TX: Texas A&M University Press.
- Camus, Albert. 1994. *Le Premier Homme*. Paris: Gallimard.
- Carr, Nicholas. 2011. „Nicholas Carr: 2012 Will Bring the Appification of Media.“ *Nieman Journalism Lab* vom 19. Dezember 2011. Abgerufen am 21. Februar 2012 von <http://www.niemanlab.org/2011/12/nicholas-carr-2012-will-bring-the-appification-of-media/>.
- Carrington, Peter J., John Scott und Stanley Wasserman, (Hrsg.). 2005. *Models and Methods in Social Network Analysis*. New York, NY u.a.: Cambridge University Press.
- Castells, Manuel. 2001. *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business and Society*. Oxford u.a.: Oxford University Press.
- Castells, Manuel. 2007. „Communication, Power and Counter-Power in the Network Society.“ *International Journal of Communication* 1: 238-266.
- Castells, Manuel. 2009. *Communication Power*. Oxford u.a.: Oxford University Press.
- Castells, Manuel. 2010a [1996]. *The Rise of the Network Society*. 2. Auflage mit einem neuen Vorwort. Chichester u.a.: Wiley-Blackwell.
- Castells, Manuel. 2010b [1997]. *The Power of Identity*. 2. Auflage mit einem neuen Vorwort. Chichester u.a.: Wiley-Blackwell.
- Castells, Manuel. 2010c [1998]. *End of Millennium*. 2. Auflage mit einem neuen Vorwort. Chichester u.a.: Wiley-Blackwell.
- Cecere, Vito. 2004. „Online-Wahlkampf 2002: Neue Maßstäbe für politische Kommunikation im Internet?“ In *Kursbuch Internet und Politik 2003: Politische Kommunikation im Netz*, Hrsg. Alexander Siedschlag und Alexander Bilgeri. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Chadwick, Andrew. 2006. *Internet Politics: States, Citizens, and New Communication Technologies*. Oxford u.a.: Oxford University Press.
- Chadwick, Andrew. 2007. „Digital Network Repertoires and Organizational Hybridity.“ *Political Communication* 24(3): 283-301.

- Chadwick, Andrew. 2009. „Web 2.0: New Challenges for the Study of E-Democracy in an Era of Informational Exuberance.“ *I/S: A Journal of Law and Policy for the Information Society* 5(1): 9-41.
- Chadwick, Andrew. 2011a. „Britain’s First Live Televised Party Leaders’ Debate: From the News Cycle to the Political Information Cycle.“ *Parliamentary Affairs* 64(1): 24-44.
- Chadwick, Andrew. 2011b. „The Political Information Cycle in a Hybrid News System: The British Prime Minister and the “Bullygate” Affair.“ *International Journal of Press/Politics* 16(1): 3-29.
- Chadwick, Andrew und Philip N. Howard (Hrsg.). 2009a. *The Routledge Handbook of Internet Politics*. New York, NY: Routledge.
- Chadwick, Andrew und Philip N. Howard. 2009b. „Introduction: New Directions in Internet Politics Research.“ In *The Routledge Handbook of Internet Politics*, Hrsg. Andrew Chadwick und Philip N. Howard. New York, NY: Routledge.
- Chaffee, Steven H. und John L. Hochheimer. 1982. „The Beginnings of Political Communication Research in the US: Origins of the Limited Effects Model.“ In *The Media Revolution in America and Western Europe*, Hrsg. Everett M. Rogers and Francis Balle. Norwood, NJ: Ablex.
- Clarke, Harold D., Allan Kornberg, Thomas J. Scotto, Jason Reifler, David Sanders, Marianne C. Stewart und Paul Whiteley. 2011. „Yes we can! Valence Politics and Electoral Choice in America, 2008.“ *Electoral Studies* 30(3): 450-461.
- Clemens, Detlev. 1999a. „Das Potential des Internets in Wahlkämpfen: Bestandsaufnahme und Perspektiven anhand aktueller Wahlkämpfe in den USA und in Deutschland 1996-1999.“ In *Internet und Demokratie*, Hrsg. Wichard Woynke. Schwalbach: Wochenschau Verlag.
- Clemens, Detlev. 1999b. „Netz-Kampagnen: Parteien und politische Informationslotsen in den Internet-Wahlkämpfen 1998 in Deutschland und den USA.“ In *Elektronische Demokratie? Perspektiven politischer Partizipation*, Hrsg. Klaus Kamps. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Coase, Ronald H. 1937. „The Nature of the Firm.“ *Economica* 4(16): 386–405.
- Coenen, Christopher. 2005. „Weblogs als Mittel der Kommunikation zwischen Politik und Bürgern: Neue Chancen für E-Demokratie?“ *kommunikation@gesellschaft* 6. Abgerufen am 29. Mai 2012 von [http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B5\\_2005Coenen.pdf](http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B5_2005Coenen.pdf).

- Coleman, Stephen und Jay G. Blumler. 2009. *The Internet and Democratic Citizenship: Theory, Practice and Policy*. Cambridge u.a.: Cambridge University Press.
- Coleman, Stephen und Giles Moss. 2012. „Under Construction: The Field of Online Deliberation Research.“ *Journal of Information Technology & Politics* 9(1): 1-15.
- Comer, Douglas. E. 2006. *Internetworking with TCP/IP: Volume 1 Principles, Protocols, and Architectures*. 5. Auflage. Boston, MA: Addison-Wesley.
- Compaine, Benjamin M. 2001. „Reexamining the Digital Divide.“ In *Communications Policy in Transition: The Internet and Beyond*, Hrsg. Benjamin M. Compaine und Shane Greenstein. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Conover, Michael D., Jacob Ratkiewicz, Matthew Francisco, Bruno Goncalves, Alessandro Flammini und Filippo Menczer. 2011. „Political Polarization on Twitter.“ In *Proceedings of the Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*. Menlo Park, CA: The AAAI Press.
- Cornfield, Michael und Kate Kaye. 2009. „Online Political Advertising.“ In *Politicking Online: The Transformation of Election Campaign Communications*, Hrsg. Costas Panagopoulos. New Brunswick, NJ u.a.: Rutgers University Press.
- Corrado, Anthony und Molly Corbett. 2009. „Rewriting the Playbook on Presidential Campaign Financing.“ In *Campaigning for President 2008: Strategy and Tactics, New Voices and New Techniques*, Hrsg. Dennis W. Johnson. New York, NY u.a.: Routledge.
- Davis, Richard. 1999. *The Web of Politics: The Internet's Impact on the American Political System*. Oxford u.a.: Oxford University Press.
- Davis, Richard, Jody C. Baumgartner, Peter L. Francia und Jonathan S. Morris. 2009. „The Internet in U.S. Election Campaigns.“ In *The Routledge Handbook of Internet Politics*, Hrsg. Andrew Chadwick und Philip N. Howard. New York, NY: Routledge.
- Dean, Howard. 2003. „It's been a Busy Day.“ *Lessig Blog* vom 14. Juli 2003. Abgerufen am 26. April 2012 von [http://lessig.org/blog/2003/07/its\\_been\\_a\\_busy\\_day.html](http://lessig.org/blog/2003/07/its_been_a_busy_day.html).
- Dickinson, Tim. 2008. „The Machinery of Hope: Inside the Grass-Roots Field Organization of Barack Obama.“ *Rolling Stone* vom 20. März 2008.



- DiMaggio, Paul, Eszter Hargittai, W. Russell Neuman und John P. Robinson. 2001. „Social Implications of the Internet.“ *Annual Review of Sociology* 27: 307-336.
- Döring, Nicola. 2003. „Politiker-Homepages zwischen Politik-PR und Bürgerpartizipation.“ *Publizistik* 58(1): 25-46.
- Donsbach, Wolfgang. 1991: *Medienwirkung trotz Selektivität. Einflußfaktoren auf die Zuwendung zu Medieninhalten*. Köln u.a.: Böhlau.
- Downes, Larry. 2009. *The Laws of Disruption: Harnessing the New Forces that Govern Life and Business in the Digital Age*. Cambridge, MA: Perseus Books.
- Drezner, Daniel W. und Henry Farrell. 2008. „Introduction: Blogs, Politics and Power: A Special Issue of Public Choice.“ *Public Choice* 134(1-2): 1-13.
- Druckman, James N., Martin J. Kifer und Michael Parkin. 2007. „The Technological Development of Congressional Candidate Websites. How and Why Candidates Use Web Innovations.“ *Social Science Computer Review* 25(4): 425-442.
- Druckman, James N., Martin J. Kifer und Michael Parkin. 2009. „Campaign Communications in U.S. Congressional Elections.“ *American Political Science Review* 103(3): 343-366.
- Druckman, James N., Martin J. Kifer, Michael Parkin und Samara Klar. 2011. *Technological Development of Congressional Candidate Web Sites 2002-2008*. Paper presented at the Annual Meeting of the American Political Science Association (APSA). Seattle, WA, 31. August – 4. September 2011.
- Dulio, David A., Donald L. Goff und James A. Thurber. 1999. „Untangled Web: Internet Use during the 1998 Election.“ *PS: Political Science and Politics* 32(1): 53-59.
- Dutton, William. 2007. *Through the Network (of Networks): The Fifth Estate*. Inaugural Lecture, Examination Schools, University of Oxford, 15. Oktober 2007. Abgerufen am 29. Juli 2012 von <http://people.oxi.ox.ac.uk/dutton/wp-content/uploads/2007/10/5th-estate-lecture-text.pdf>.
- Dylko, Ivan B., Michael A. Beam, Kristen D. Landreville und Nicholas Geidner. 2012. „Filtering 2008 US Presidential Election News on YouTube by Elites and Nonelites: An Examination of the Democratizing Potential of the Internet.“ *New Media & Society* 14(5): 832-849.
- Dyson, Esther. 1997. *Release 2.0: A Design for Living in the Digital Age*. New York, NY: Broadway Books.

- Dyson, Esther. 2012. „Commentary: Is the Open Web Doomed? Open Your Eyes and Relax.“ *Tech President* vom 6. Februar 2012. Abgerufen am 21. Februar 2012 von <http://techpresident.com/news/21730/open-web-doomed-open-your-eyes-and-relax>.
- Eaton, Marc. 2010. „Manufacturing Community in an Online Activist Organization: The Rhetoric of MoveOn.org’s E-Mails.“ *Information, Communication & Society* 13(2): 174-192.
- Elff, Martin. 2005. „Wertorientierungen und Parteipräferenz.“ In *Wahlen und Wähler: Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 2002*, Hrsg. Jürgen W. Falter, Oscar W. Gabriel und Bernhard Weißels. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Elis, Roy, D. Sunshine Hillygus und Norman Nie. 2010. „The Dynamics of Candidate Evaluations and Vote Choice in 2008: Looking to the Past or Future?“ *Electoral Studies* 29(4): 582-593.
- Emmer, Martin. 2005. *Politische Mobilisierung durch das Internet? Eine kommunikationswissenschaftliche Untersuchung zur Wirkung eines neuen Mediums*. München: Verlag Reinhard Fischer.
- Emmer, Martin und Marco Bräuer. 2010. „Online-Kommunikation politischer Akteure.“ In *Handbuch Online-Kommunikation*, Hrsg. Wolfgang Schweiger und Klaus Beck. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Emmer, Martin, Christoph Kuhlmann, Gerhard Vowe und Jens Wolling. 2002. „Der 11. September – Informationsverbreitung, Medienwahl, Anschlusskommunikation: Ergebnisse einer Repräsentativbefragung zu einem Ereignis mit extremem Nachrichtenwert.“ *Media Perspektiven* 4: 166-177.
- Emmer, Martin und Gerhard Vowe. 2004. „Mobilisierung durch das Internet? Ergebnisse einer empirischen Längsschnittuntersuchung zum Einfluss des Internets auf die politische Kommunikation der Bürger.“ *Politische Vierteljahresschrift* 45(2): 191-212.
- Emmer, Martin, Gerhard Vowe und Jens Wolling. 2011. *Bürger Online: Die Entwicklung der politischen Online-Kommunikation in Deutschland*. Konstanz: UVK.
- Emmer, Martin und Jens Wolling. 2010. „Online-Kommunikation und politische Öffentlichkeit.“ In *Handbuch Online-Kommunikation*, Hrsg. Wolfgang Schweiger und Klaus Beck. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Faas, Thorsten. 2003. „Landtagsabgeordnete in den Weiten des Netzes: Ergebnisse von Umfragen unter Landtagsabgeordneten zur Bedeutung des Internets in Politik und Wahlkämpfen.“ In *Wie das Internet die Politik verändert*, Hrsg. Arne Rogg. Opladen: Leske+Budrich.
- Faas, Thorsten und Julia Partheymüller. 2011. „Aber jetzt?! Politische Internetnutzung in den Bundestagswahlkämpfen 2005 und 2009.“ In *Das Internet im Wahlkampf: Analysen zur Bundestagswahl 2009*, Hrsg. Eva Johanna Schweitzer und Steffen Albrecht. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Faas, Thorsten und Ansgar Wolsing. 2010. „Das Internet als Wahlkampfinstrument: Die Nachfrageseite.“ In *Politische Kommunikation*, Hrsg. Robert Grünewald, Ralf Güldenpopp und Melanie Piepenschneider. Münster u.a.: LIT Verlag.
- Faler, Brian. 2003. „Add ‘Blog’ to the Campaign Lexicon.“ *The Washington Post*, 15. November 2003. A04.
- Farrell, Henry. 2012. „The Consequences of the Internet for Politics.“ *Annual Review of Political Science* 15: 35-52.
- Farrell, Henry und Daniel W. Drezner. 2008. „The Power and Politics of Blogs.“ *Public Choice* 134(1-2): 15-30.4
- Feld, Christian. 2009. „Flashmobs im Wahlkampf: Neue Formen des politischen Protestes in Form von Flashmobs.“ *Tagesthemen* vom 23. September 2009. Abgerufen am 23. November 2011 von <http://www.tagesthemen.de/multimedia/video/sendungsbeitrag12434.html>.
- Feld, Lowell und Nate Wilcox. 2008. *Netroots Rising: How a Citizen Army of Bloggers and Online Activists is Changing American Politics*. Westport, CT u.a.: Praeger.
- Foot, Kirsten A. und Steven M. Scheider. 2006. *Web Campaigning*. Cambridge, MA u.a.: The MIT Press.
- Foot, Kirsten A., Steven M. Scheider, Randolph Kluver, Michael Xenos und Nicholas W. Jankowski. 2007. „Comparing Web Production Practices Across Electoral Web Spheres.“ In *The Internet and National Elections: A Comparative Study of Web Campaigning*, Hrsg. Randolph Kluver, Nicholas W. Jankowski, Kirsten A. Foot und Steven M. Schneider. New York, NY u.a.: Routledge.

- Foot, Kirsten A., Michael Xenos, Steven M. Schneider, Randolph Kluver und Nicholas W. Jankowski. 2009. „Electoral Web Production Practices in Cross-National Perspective: The Relative Influence of National Development, Political Culture, and Web Genre.“ In *The Routledge Handbook of Internet Politics*, Hrsg. Andrew Chadwick und Philip N. Howard. New York, NY: Routledge.
- Garrett, R. Kelly, Bruce Bimber, Homero Gil de Zúñiga, François Heinderyckx, John Kelly und Marc Smith. 2012. „New ICTs and the Study of Political Communication.“ *International Journal of Communication* 6: 214-231.
- Gauntlett, David. 2011. *Making is Connecting: The Social Meaning of Creativity, from DIY and Knitting to YouTube and Web 2.0*. Cambridge u.a.: Polity.
- Gayo-Avello, Daniel. 2012. „I Wanted to Predict Elections with Twitter and all I got was this Lousy Paper.“ Abgerufen am 8. Mai 2012 von <http://arxiv.org/pdf/1204.6441v1.pdf>.
- Gellner, Winand und Gerd Strohmeier. 2002. „Parteien in Internetwahlkämpfen.“ In *Parteien in der Mediendemokratie*, Hrsg. Ulrich von Alemann und Stefan Marschall. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Germany, Julie Barko. 2009. „The Online Revolution.“ In *Campaigning for President 2008: Strategy and Tactics, New Voices and New Techniques*, Hrsg. Dennis W. Johnson. New York, NY u.a.: Routledge.
- Ghonim, Wael. 2012. *Revolution 2.0: The Power of the People is Greater than the People in Power*. New York, NY: Houghton Mifflin Harcourt.
- Gibson, Rachel, Wainer Lusoli und Stephen Ward. 2005. „Online Participation in the UK: Testing a ‘Contextualised’ Model of Internet Effects.“ *The British Journal of Politics & International Relations* 7(4): 561-583.
- Gibson, Rachel, Wainer Lusoli und Stephen Ward. 2008. „Nationalizing and Normalizing the Local? A Comparative Analysis of Online Candidate Campaigning in Australia and Britain.“ *Journal of Information Technology & Politics* 4(4): 15-30.
- Gibson, Rachel, Michael Margolis, David Resnick und Stephen J. Ward. 2003. „Election Campaigning on the WWW in the USA and UK: A Comparative Analysis.“ *Party Politics* 9(1): 47-75.
- Gibson, Rachel und Ian McAllister. 2011. „Do Online Election Campaigns Win Votes? The 2007. Australian ‘YouTube’ Election.“ *Political Communication* 28(2): 227-244.

- Gibson, Rachel, Paul Nixon und Stephen Ward (Hrsg.). 2003. *Political Parties and the Internet: Net Gain?* London u.a.: Routledge.
- Gibson, Rachel und Andrea Römmele. 2005. „Down Periscope’: The Search for High-Tech Campaigning at the Local Level in the 2002 German Federal Election.“ *Journal of E-Government* 2(3): 85-111.
- Gibson, Rachel, Andrea Römmele und Stephen Ward. 2003. „German Parties and Internet Campaigning in the 2002 Federal Election.“ *German Politics* 12(1): 79-108.
- Gibson, Rachel, Andy Williamson und Stephen Ward. 2011. *The internet and the 2010 election: Putting the small "p" back in politics?* London: Hansard Society.
- Gibson, William. 1984. *Neuromancer*. New York, NY: Ace Books.
- Gillies, James und Robert Cailliau. 2000. *How the Web Was Born: The Story of the World Wide Web*. Oxford u.a.: Oxford University Press.
- Gilmore, Jason. 2012. „Ditching the Pack: Digital Media in the 2010 Brazilian Congressional Campaigns.“ *New Media & Society* 14(4): 617-633.
- Golbeck, Jennifer, Justin M. Grimes und Anthony Rogers. 2010. „Twitter Use by the U.S. Congress.“ *Journal of the American Society for Information Science and Technology* 61(8): 1612–1621.
- Goodhardt, Gerald J., Andrew S. C. Ehrenberg und M. A. Collins. 1987. *The Television Audience: Patterns of Viewing*. 2. Auflage. Aldershot: Gower.
- Goslee, Susan und Chris Conte (Hrsg.). 1998. *Losing Ground Bit by Bit: Low-Income Communities in the Information Age*. Washington DC: Benton Foundation und National Urban League.
- Graber, Doris A., Bruce Bimber, W. Lance Bennett, Richard Davis und Pippa Norris. 2004. „The Internet and Politics: Emerging Perspectives.“ In *Academy and the Internet*, Hrsg. Helen Nissenbaum und Monroe E. Price. New York, NY: Peter Lang Publishing.
- Granka, Laura Ann. 2009. *Inferring the Public Agenda from Implicit Query Data*. Paper presented at the Workshop Understanding the User at the SIGIR’09. Boston, 19.-23. April 2009.
- Granka, Laura Ann. 2010. *Measuring Agenda Setting with Online Search Traffic: Influences of Online and Traditional Media*. Paper presented at the Annual Meeting of the American Political Science Association (APSA). Washington, DC, 2.-5. September 2010.

- Green, Donald P. und Alan S. Gerber. 2008. *Get out the Vote: How to Increase Voter Turnout*. 2. Auflage. Washington D.C.: The Brookings Institution.
- Groper, Richard. 1996. „Electronic Mail and Reinvigoration of American Democracy.“ *Social Science Computer Review* 14(2): 157-168.
- Gueorguieva, Vassia. 2008. „Voters, MySpace, and YouTube: The Impact of Alternative Communication Channels on the 2006 Election Cycle and Beyond.“ *Social Science Computer Review* 26(3): 288-300.
- Gulati, Girish Jeff und Christine B. Williams. 2007. „Closing the Gap, Raising the Bar: Candidate Web Site Communication in the 2006 Campaigns for Congress.“ *Social Science Computer Review* 25(4): 443-465.
- Gulati, Girish Jeff und Christine B. Williams. 2010. „Congressional Candidates’ Use of YouTube in 2008: Its Frequency and Rationale.“ *Journal of Information Technology & Politics* 7(2): 93-109.
- Haas, Stefanie und Richard Hilmer. 2012. „Digitale Wutbürger oder Grüne 2.0? Zur Wählerstruktur der Piratenpartei.“ In *Die Web-Revolution: Das Internet verändert Politik und Medien*, Hrsg. Michael Schröder. München: Olzog Verlag.
- Hafner, Katie und Matthew Lyon. 1996. *Where Wizards Stay Up Late: The Origins of the Internet*. New York, NY: Simon & Schuster.
- Haleva-Amir, Sharon. 2011. „Online Israeli Politics: The Current State of the Art.“ *Israel Affairs* 17(3): 467-485.
- Hargittai, Eszter und Amanda Hinnant. 2008. „Digital Inequality: Differences in Young Adults’ Use of the Internet.“ *Communication Research* 35(5): 602-621.
- Hauben, Michael und Ronda Hauben. 1997. *Netizens: On the History and Impact of Usenet and the Internet*. Los Alamitos, CA: IEE Computer Society Press.
- Hebecker, Eike. 2002. „Experimentieren für den Ernstfall: Der Online-Wahlkampf 2002.“ *Aus Politik und Zeitgeschichte* B52 (49-50): 48-54.
- Herold, Maik. 2006. „Die Homepage des teAM Zukunft: Graswurzel im Cyberspace.“ In *In der Mitte der Kampagne: Grassroots und Mobilisierung im Bundestagswahlkampf 2005*, Hrsg. Florian Melchert, Fabian Magerl und Mario Voigt. Berlin: poli-c books.
- Herrnson, Pail S., Atiya Kai Stokes-Brown und Matthew Hindman. 2007. „Campaign Politics and the Digital Divide: Constituency Characteristics, Strategic Considerations, and Candidate Internet Use in State Legislative Elections.“ *Political Research Quarterly* 60(1): 31-42.

- Hindman, Matthew. 2005. „The Real Lessons of Howard Dean: Reflections on the First Digital Campaign.“ *Perspectives on Politics* 3(1): 121-128.
- Hindman, Matthew. 2007. „Open-Source Politics Reconsidered: Emerging Patterns in Online Political Participation.“ In *Governance and Information Technology: From Electronic Government to Information Government*, Hrsg. Viktor Mayer-Schönberger und David Lazer. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Hindman, Matthew. 2009. *The Myth of Digital Democracy*. Princeton, NJ u.a.: Princeton University Press.
- Hoff, Jens. 2010. „Election campaigns on the Internet: How are voters affected?“ *International Journal of E-Politics* 1, 22–40.
- Hoffman, Donna L. und Thomas P. Novak. 1998. „Bridging the Racial Divide on the Internet.“ *Science* 280(5262): 390-391.
- Holbrook, Thomas M. 1996. *Do Campaigns Matter?* Thousand Oaks, CA u.a.: Sage Publications.
- Holler, Sebastian und Ansgar Wolsing. 2008. „Hallo und herzlich willkommen auf meiner Homepage: Direktkandidaten und ihre Internetauftritte im nordrhein-westfälischen Landtagswahlkampf 2005.“ In *Düsseldorfer Forum Politische Kommunikation*. Schriftenreihe DFPK, Band 3, Hrsg. Esra Aydin, Matthias Begenat, Christian Michalek, Jasmin Schemann und Ingo Stefes. Münster: Lit-Verlag.
- Holtz-Bacha, Christina. 2006. „Personalisiert und emotional: Strategien des modernen Wahlkampfes.“ *Aus Politik und Zeitgeschichte* 56(7): 11-19.
- Hooghe, Marc und Sara Vissers. 2009. „Reaching out or Reaching in? The use of party websites during the 2006 electoral campaign in Belgium.“ *Journal of Information Technology & Politics* 6(5): 691-714.
- Hooghe, Marc, Sara Vissers, Dietlind Stolle und Valérie-Anne Mahéo. 2010. „The Potential of Internet Mobilization: An Experimental Study on the Effect of Internet and Face-to-Face Mobilization Efforts.“ *Political Communication* 27(4): 406-431.
- Howard, Philip N. 2006. *New Media Campaigns and the Managed Citizen*. New York, NY: Cambridge University Press.

- Howard, Philip N., Aiden Duffy, Deen Freelon, Muzammil Hussain, Will Mari und Marwa Mazaid. 2011. „Opening Closed Regimes: What Was the Role of Social Media During the Arab Spring?“ *Project on Information Technology & Political Islam*. Abgerufen am 8. Mai 2012 von <http://pitpi.org/index.php/2011/09/11/opening-closed-regimes-what-was-the-role-of-social-media-during-the-arab-spring/>.
- Howard, Philip N. und Muzammil M. Hussain. 2011. „The Role of Digital Media.“ *Journal of Democracy* 22(3): 35-48.
- Huber, Sandra. 2009. *Das Internet als Erweiterung des politischen Kommunikationsraums: Nutzerakzeptanz und Nutzungsprofile und ihre Folgen für die politische Partizipation*. Dissertation, Otto-Friedrich-Universität, Bamberg.
- Imai, Kosuke. 2005. „Do Get-Out-The-Vote Calls Reduce Turnout? The Importance of Statistical Methods for Field Experiments.“ *American Political Science Review* 99(2): 283-300.
- Initiative D21. 2011. *(N)ONLINER Atlas 2011: Eine Topographie des digitalen Grabens durch Deutschland*. Berlin: Initiative D21.
- Initiative D21. 2012. *(N)ONLINER Atlas 2012 Basiszahlen für Deutschland: Eine Topographie des digitalen Grabens durch Deutschland*. Berlin: Initiative D21.
- Innis, Harold. 1951. *The Bias of Communication*. Toronto, CA: University of Toronto Press.
- Iyengar, Shanto, Helmut Norpoth und Kyu S. Hahn. 2004. „Consumer Demand for Election News: The Horserace Sells.“ *Journal of Politics* 66(1): 157-175.
- Jackson, Nigel A. und Darren G. Lilleker. 2009. „Building an Architecture of Participation? Political Parties and Web 2.0 in Britain.“ *Journal of Information Technology & Politics* 6(3-4): 232-250.
- Jackson, Nigel A. und Darren G. Lilleker. 2011. „Microblogging, Constituency Service and Impression Management: UK MPs and the Use of Twitter.“ *The Journal of Legislative Studies* 17(1): 86-105.
- Jenkins, Henry. 2006. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York, NY u.a.: New York University Press.
- Johnson, Dennis W. 2006. „Campaigning on the Internet.“ In *The Electoral Challenge: Theory Meets Practice*, Hrsg. Stephen C. Craig. Washington, DC: CQ Press.



- Johnson, Dennis W. 2009. „An Election Like no Other?“ In *Campaigning for President 2008: Strategy and Tactics, New Voices and New Techniques*, Hrsg. Dennis W. Johnson. New York, NY u.a.: Routledge.
- Johnson, Dennis W. 2011. *Campaigning in the Twenty-First Century: A Whole New Ballgame*. New York, NY u.a.: Routledge.
- Jones, Clifford A. 2006. „Campaign Finance Reform and the Internet: Regulating Web Messages in the 2004 Election and Beyond.“ In *The Internet Election: Perspectives on the Web in Campaign 2004*, Hrsg. Andrew Paul Williams und John C. Tedesco. Lanham, MD u.a.: Rowman & Littlefield Publishers.
- Jungherr, Andreas. 2009. „Twitternde Politiker: Zwischen buntem Rauschen und Bürgernähe 2.0.“ In *Soziale Netze in der digitalen Welt: Das Internet zwischen egalitärer Beteiligung und ökonomischer Macht*, Hrsg. Christoph Bieber, Martin Eifert, Thomas Groß und Jörn Lamla. Frankfurt am Main: Campus Verlag.
- Jungherr, Andreas. 2010. *Twitter in Politics: Lessons Learned during the German Superwahljahr 2009*. Position Paper presented at the Workshop on Microblogging at the CHI10 (ACM Conference on Human Factors in Computing Systems). Atlanta, 10.-15. April 2010.
- Jungherr, Andreas. 2012. „The German Federal Election of 2009: The Challenge of Participatory Cultures in Political Campaigns.“ *Transformative Works and Cultures* 10. Abgerufen am 24. Juni 2012 von <http://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/310/288>.
- Jungherr, Andreas. Im Erscheinen. „Online Campaigning in Germany: The CDU Online Campaign for the General Election 2009 in Germany.“ *German Politics*, DOI: 10.1080/09644008.2012.716043.
- Jungherr, Andreas und Pascal Jürgens. 2010. „The Political Click: Political Participation through E-Petitions in Germany.“ *Policy & Internet* 2(4): 131-165.
- Jungherr, Andreas und Pascal Jürgens. 2011. „E-Petitionen in Deutschland: Zwischen niedrigschwelligem Partizipationsangebot und quasi-plebiszitärer Nutzung.“ *Zeitschrift für Parlamentsfragen* 42: 521-534.
- Jungherr, Andreas und Pascal Jürgens. Im Erscheinen. „Stuttgart’s black Thursday on Twitter: Mapping Political Protests with Social Media Data.“ In *Analyzing Social Media Data and Web Networks: New Methods for Political Science*, Hrsg. Rachel Gibson, Stephen Ward und Marta Cantijoch. New York, NY u.a.: Palgrave Macmillan.

- Jungherr, Andreas, Pascal Jürgens und Harald Schoen. 2012. „Why the Pirate Party Won the German Election of 2009 or the Trouble with Predictions: A Response to Tumasjan, A., Sprenger, T.O., Sander, P.G. & Welpe, I.M. ‘Predicting Elections with Twitter: What 140 characters Reveal about Political Sentiment’.“ *Social Science Computer Review* 30(2): 229-234.
- Jürgens, Pascal und Andreas Jungherr. 2011. „Wahlkampf vom Sofa aus: Twitter im Bundestagswahlkampf 2009.“ In *Das Internet im Wahlkampf: Analysen zur Bundestagswahl 2009*, Hrsg. Eva Johanna Schweitzer und Steffen Albrecht. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Jürgens, Pascal, Andreas Jungherr und Harald Schoen. 2011. „Small Worlds with a Difference: New Gatekeepers and the Filtering of Political Information on Twitter.“ In *Proceedings of the ACM WebSci’11*. New York, NY: ACM.
- Kaid, Lynda Lee. 2006. „Political Web Wars: The Use of the Internet for Political Advertising.“ In *The Internet Election: Perspectives on the Web in Campaign 2004*, Hrsg. Andrew Paul Williams und John C. Tedesco. Lanham, MD u.a.: Rowman & Littlefield Publishers.
- Kaiser, Robert. 1999. „Online-Informationsangebote der Politik: Parteien und Verbände im World Wide Web.“ In *Elektronische Demokratie? Perspektiven politischer Partizipation*, Hrsg. Klaus Kamps. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Kalnes, Øyvind. 2009. „Norwegian Parties and Web 2.0.“ *Journal of Information Technology & Politics* 6(3): 251-266.
- Karpf, David. 2010. „Macaca Moments Reconsidered: Electoral Panopticon or Netroots Mobilization?“ *Journal of Information Technology & Politics* 7(2-3): 143-162.
- Karpf, David. 2011. „Open Source Political Community Development: A Five Stage Adoption Process.“ *Journal of Information Technology & Politics* 8(3): 323-345.
- Karpf, David. 2012. *The MoveOn Effect: The Unexpected Transformation of American Political Advocacy*. Oxford u.a.: Oxford University Press.
- Katz, Elihu und Paul F. Lazarsfeld. 1955. *Personal Influence*. Glencoe, IL: Free Press.
- Kaufmann, Sina Kamala. 2010. *Politik im Web: Zwischen Wahlkampf und Netzpolitik*. Bonn: Bouvier.
- Kepplinger, Hans Mathias. 1989. „Theorien der Nachrichtenauswahl als Theorien der Realität.“ *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 39(7): 3-16.

- Kepplinger, Hans Mathias und Nicole Podschuweit. 2011. „Der Online-Wahlkampf der Parteien: Alternative oder Ergänzung?“ In *Am Ende der Gewissheiten – Wähler, Parteien und Koalitionen in Bewegung: Die Bundestagswahl 2009*, Hrsg. Heinrich Oberreuter. München: Olzog Verlag.
- Kerbel, Matthew R. 2009. *Netroots: Online Progressives and the Transformation of American Politics*. Boulder, CO: Paradigm Publishers.
- King, Gary. 2011. „Ensuring the Data-Rich Future of the Social Sciences.“ *Science* 331(6018): 719-721.
- Klein, Markus und Jürgen W. Falter. 2003. *Der lange Weg der Grünen*. München: Verlag C. H. Beck.
- Klotz, Robert. 2010. „The Sidetracked 2008 YouTube Senate Campaign.“ *Journal of Information Technology & Politics* 7(2): 110-123.
- Kluber, Randolph, Nicholas W. Jankowski, Kirsten A. Foot und Seven M. Schneider (Hrsg.). 2007. *The Internet and National Elections: A Comparative Study of Web Campaigning*. New York, NY u.a.: Routledge.
- Köcher, Renate und Oliver Bruttel. 2011. *1. Infosys-Studie: Social Media IT & Society 2011*. Frankfurt am Main: Infosys Limited.
- Koß, Michael. 2008. *Staatliche Parteienfinanzierung und politischer Wettbewerb. Die Entwicklung der Finanzierungsregimes in Deutschland, Schweden, Großbritannien und Frankreich*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kreiss, Daniel. 2009. „Developing the ‘Good Citizen’: Digital Artifacts, Peer Networks, and Formal Organization During the 2003-2004 Howard Dean Campaign.“ *Journal of Information Technology and Politics* 6(3): 281-297.
- Kreiss, Daniel. 2011. „Open Source as Practice and Ideology: The Origin of Howard Dean’s Innovations in Electoral Politics.“ *Journal of Information Technology & Politics* 8(3): 367-382.
- Kreiss, Daniel. 2012a. *Taking Our Country Back: The Crafting of Networked Politics from Howard Dean to Barack Obama*. Oxford u.a.: Oxford University Press.
- Kreiss, Daniel. 2012b. „Acting in the Public Sphere: The 2008 Obama Campaign’s Strategic Use of New Media to Shape Narratives of the Presidential Race.“ *Media, Movements, and Political Change* 33: 195-223.
- Kreiss, Daniel und Philip N. Howard. 2010. „New Challenges to Political Privacy: Lessons from the First U.S. Presidential Race in the Web 2.0 Era.“ *International Journal of Communication* 4: 1032-1050.

- Kroh, Martin und Hannes Neiss. 2009. *Internet Access and Political Engagement: Self-Selection or Causal Effect?* Paper presented at the Annual Meeting of the American Political Science Association (APSA). Toronto, CA, 3.-6. September 2009.
- Kuhlen, Rainer. 1998. *Mondlandung des Internet: Die Bundestagswahl 1998 in den elektronischen Kommunikationsforen*. Konstanz: UVK Universitätsverlag Konstanz.
- Kunert, Jessica und Jan Schmidt. 2011. „Hub, Fine-Tuner oder Business as Usual? Social Network Sites und die Bundestagswahl 2009.“ In *Das Internet im Wahlkampf: Analysen zur Bundestagswahl 2009*, Hrsg. Eva Johanna Schweitzer und Steffen Albrecht. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kunze, Björn, Yvonne Bauer und Friederike Becker. 2011. „Der Online-Wahlkampf im Praxist-Test: Die Web-Aktivitäten von Direktkandidaten zur Bundestagswahl 2009.“ In *Das Internet im Wahlkampf: Analysen zur Bundestagswahl 2009*, Hrsg. Eva Johanna Schweitzer und Steffen Albrecht. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kubey, Robert. 1986. „Television Use in Everyday Life: Coping with Unstructured Time.“ *Journal of Communication* 36(3): 108–123.
- Lassen, David S. und Adam R. Brown. 2011. „Twitter: The Electoral Connection?“ *Social Science Computer Review* 29(4): 419–436.
- Lawrence, Eric, John Sides und Henry Farrell. 2010. „Self-Segregation or Liberation? Blog Readership, Participation, and Polarization in American Politics.“ *Perspectives on Politics* 8(1): 141-157.
- Lazer, David, Alex Pentland, Lada Adamic, Sinan Aral, Albert-László Barabási, Devon Brewer, Nicholas Christakis, Noshir Contractor, James Fowler, Myron Gutmann, Tony Jebara, Gary King, Michael Macy, Deb Roy und Marshall Van Alstyne. 2009. „Computational Social Science.“ *Science* 323(5915): 721-723.
- Lee, Yeon-Ok. 2009. „Internet Election 2.0? Culture, Institutions, and Technology in the Korean Presidential Elections of 2002 and 2007.“ *Journal of Information Technology & Politics* 6(3): 312-325.
- Lee, Yeon-Ok und Han Woo Park. 2010. „The Reconfiguration of E-Campaign Practices in Korea: A Case Study of the Presidential Primaries of 2007.“ *International Sociology* 25(1): 29-53.

- Lessig, Lawrence. 2003a. „Almost Back; Thanks to the Governor.“ *Lessig Blog* vom 21. Juli 2003. Abgerufen am 26. April 2012 von [http://lessig.org/blog/2003/07/almost\\_back\\_thanks\\_to\\_the\\_gove.html](http://lessig.org/blog/2003/07/almost_back_thanks_to_the_gove.html).
- Lessig, Lawrence. 2003b. „The New Road to the White House: How Grassroots Blogs are Transforming Presidential Politics.“ *Wired* vom November 2003. Abgerufen am 26. April 2012 von [http://www.wired.com/wired/archive/11.11/view\\_pr.html](http://www.wired.com/wired/archive/11.11/view_pr.html).
- Lessig, Lawrence. 2004. *Free Culture: How Big Media Uses Technology and the Law to Lock Down Culture and Control Creativity*. New York, NY: The Penguin Press.
- Lessig, Lawrence. 2006. *Code: Version 2.0*. New York, NY: Basic Books.
- Lev-On, Azi. 2011. „Campaigning Online: Use of the Internet by Parties, Candidates and Voters in National and Local Election Campaigns in Israel.“ *Policy & Internet* 3(1): Artikel 6.
- Levine, Rick, Christopher Locke, Doc Searls und David Weinberger. 2009 [2000]. *The Cluetrain Manifesto: The End of Business as Usual*. 10th Anniversary Edition. New York, NY: Basic Books.
- Levy, Steven. 2010 [1984]. *Hackers: Heroes of the Computer Revolution*. Sebastopol, CA: O'Reilly.
- Lilleker, Darren G. und Nigel A. Jackson. 2010. „Towards a More Participatory Style of Election Campaigning: The Impact of Web 2.0 on the UK 2010 General Election.“ *Policy & Internet* 2(3): Artikel 4.
- Lilleker, Darren G. und Nigel A. Jackson. 2011. *Political Campaigning, Elections and the Internet: Comparing the US, UK, France and Germany*. London u.a.: Routledge.
- Lilleker, Darren G., Karolina Koc-Michalska, Eva Johanna Schweitzer, Michal Jacunski, Nigel A. Jackson und Thierry Vedel. 2011. „Informing, Engaging, Mobilizing or Interacting: Searching for a European Model of Web Campaigning.“ *European Journal of Communication* 26(3): 195-213.
- Lilleker, Darren G. und Casilda Malagón. 2010. „Levels of Interactivity in the 2007 French Presidential Candidates' Websites.“ *European Journal of Communication* 25(1): 25-42.
- Löblich, Maria und Manuel Wendelin. 2012. „ICT Policy Activism on a National Level: Ideas, Resources and Strategies of German Civil Society in Governance Processes.“ *New Media & Society* 14(6): 899-915.

- Lodge, Milton und Charles S. Taber. 2005. „Implicit Affect for Political Candidates, Parties, and Issues: An Experimental Test of the Hot Cognition Hypothesis.“ *Political Psychology* 26, 455-482.
- Lohse, Eckart und Markus Wehner. 2011. *Gutenberg: Eine Biographie*. München: Droemer Knaur.
- MacKinnon, Rebecca. 2012. *Consent of the Networked: The Worldwide Struggle For Internet Freedom*. New York, NY: Basic Books.
- Madsen, Phil. 1998. „Notes Regarding Jesse Ventura’s Internet Use in his 1998 Campaign for Minnesota Governor.“ *jesseventura.org* vom 7. Dezember 1998. Abgerufen am 24. April 2012 von <http://lists.umn.edu/cgi-bin/wa?A2=ind9812&L=do-wire&P=404>.
- Maireder, Axel und Christian Schwarzenegger. 2012. „A Movement of Connected Individuals.“ *Information, Communication & Society* 15(2): 171-195.
- Margetts, Helen, Peter John, Tobias Escher und Stéphane Reissfelder. 2011. „Social Information and Political Participation on the Internet: An Experiment.“ *European Political Science Review* 3(3): 321-344.
- Marien, Sofie, Marc Hooghe und Ellen Quintelier. 2010. „Inequalities in Non-Institutionalised Forms of Political Participation. A Multi-Level Analysis of 25 Countries.“ *Political Studies* 58(1): 187-213.
- Margolis, Michael und David Resnick. 2000. *Politics as Usual: The Cyberspace “Revolution”*. Thousand Oaks, CA u.a.: Sage Publications.
- McLean, Iain. 1989. *Democracy and New Technology*. Cambridge: Polity Press.
- McLuhan, Marshall. 1962. *The Gutenberg Galaxy*. Toronto, CA: University of Toronto Press.
- McLuhan, Marshall. 1964. *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York, NY: McGraw Hill.
- Meier, Dominik. 2009. „Menschen mobilisieren. Effektiveres ‚Grassroots-Campaigning‘ durch den Einsatz Neuer Medien.“ In *Lernen von Obama? Das Internet als Ressource und Risiko für die Politik*, Hrsg. Bertelsmann Stiftung. Gütersloh: Verlag Bertelsmann Stiftung.
- Merz, Manuel und Stefan Rhein. 2012 [2006]. *Wahlkampf im Internet: Handbuch für die politische Online-Kampagne*. 3. Auflage. Berlin: LIT Verlag.
- Metaxas, Panagiotis Takis und Eni Mustafaraj. 2010. „From Obscurity to Prominence in Minutes: Political Speech and Real-Time Search.“ *Proceedings of the ACM WebSci’10*. Raleigh, NC, 26.-27. April 2010.

- Metaxas, Panagiotis Takis, Eni Mustafaraj und Daniel Gayo-Avello. 2011. „How (Not) to Predict Elections.“ *Proceedings of the IEEE SocialCom Conference*. Boston, MA, 9.-11. Oktober 2011.
- Miniwatts Marketing Group. 2011. „Internet Usage and Population in North America.“ *Internet World Stats*. Abgerufen am 23. Mai 2012 von <http://www.internetworldstats.com/stats14.htm#north>.
- Miniwatts Marketing Group. 2012. „Internet Users in the European Union.“ *Internet World Stats*. Abgerufen am 23. Mai 2012 von <http://www.internetworldstats.com/stats9.htm>.
- Moorstedt, Tobias. 2008. *Jeffersons Erben: Wie die digitalen Medien die Politik verändern*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Morris, Dick. 1999. *Vote.com: How Big-Money Lobbyists and the Media are Losing Their Influence, and the Internet is Giving Power Back to the People*. Los Angeles, CA: Renaissance Books.
- Mossberger, Karen. 2009. „Toward Digital Citizenship: Addressing Inequality in the Information Age.“ In *The Routledge Handbook of Internet Politics*, Hrsg. Andrew Chadwick und Philip N. Howard. New York, NY: Routledge.
- Mossberger, Karen, Caroline J. Tolbert und Ramona S. McNeal. 2008. *Digital Citizenship: The Internet, Society, and Participation*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Münker, Stefan. 2009. *Emergenz digitaler Öffentlichkeiten: Die Sozialen Medien im Web 2.0*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Mustafaraj, Eni, Panagiotis Takis Metaxas und Catherine Grevet. 2009. „The Use of Online Videos in the 2008 US Congressional Elections.“ In *CSE '09: Proceedings of the 2009 International Conference on Computational Science and Engineering*. Washington, DC: IEE Computer Society.
- Negroponce, Nicholas. 1995. *Being Digital*. New York, NY u.a.: Vintage Books.
- Neuberger, Christoph. 2007. „Interaktivität, Interaktion, Internet: Eine Begriffsanalyse.“ *Publizistik* 52(1): 33-50.
- Neuberger, Christoph und Frank Lobigs. 2010. *Die Bedeutung des Internets im Rahmen der Vielfaltssicherung: Gutachten im Auftrag der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK)*. Berlin: VISTAS Verlag.
- Neuberger, Christoph, Christian Nuernbergk und Melanie Rischke (Hrsg.). 2009a. *Journalismus im Internet: Profession – Partizipation – Technisierung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Neuberger, Christoph, Christian Nuernbergk und Melanie Rischke. 2009b. „Journalismus im Internet: Zwischen Profession, Partizipation und Technik. Ergebnisse eines DFG-Forschungsprojekts.“ *Media Perspektiven* 4: 174-188.
- Neuberger, Christoph, Hanna Jo vom Hofe und Christian Nuernbergk. 2010. *Twitter und Journalismus: Der Einfluss des Social Web auf die Nachrichten*. Düsseldorf: Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen.
- Neuman, W. Russell. 1991. *The Future of the Mass Audience*. Cambridge u.a.: Cambridge University Press.
- Neuman, W. Russell, Bruce Bimber und Matthew Hindman. 2011. „The Internet and Four Dimensions of Citizenship.“ In *The Oxford Handbook of American Public Opinion and the Media*, Hrsg. Robert Y. Shapiro und Lawrence R. Jacobs. Oxford u.a.: Oxford University Press.
- Niedermayer, Oskar (Hrsg.). 2012. *Die Piratenpartei*. Wiesbaden: Springer VS.
- Nielsen Company. 2012. *State of the Media: U.S. Digital Consumer Report Q3-Q4 2011*. Abgerufen am 30. April 2012 von <http://www.nielsen.com/us/en/insights/reports-downloads/2012/us-digital-consumer-report.html>.
- Nielsen, Rasmus Kleis. 2009. „The Labors of Internet-Assisted Activism: Overcommunication, Miscommunication, and Communicative Overload.“ *Journal of Information Technology & Politics* 6(3): 267-280.
- Nielsen, Rasmus Kleis. 2011. „Mundane Internet Tools, Mobilizing Practices, and the Coproduction of Citizenship in Political Campaigns.“ *New Media & Society* 13(5): 755-771.
- Nielsen, Rasmus Kleis. 2012. *Ground Wars: Personalized Communication in Political Campaigns*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Norris, Pippa. 2000. *A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies*. Cambridge u.a.: Cambridge University Press.
- Norris, Pippa. 2001. *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*. Cambridge u.a.: Cambridge University Press.
- Norris, Pippa und John Curtice. 2008. „Getting the Message Out: A Two-Step Model of the Role of the Internet in Campaign Communication Flows During the 2005 British General Election.“ *Journal of Information Technology & Politics* 4(4): 3-13.



- Odefey, Max. 2011. *Interpersonal Communication and Opinion Leadership in the Context of the 2009 Federal Election: How the Internet Raises the Bar for Most, but Lowers it for Some; and How Ideas Seem to Flow from the Internet to the General Public via Opinion Leaders*. Dissertation, Otto-Friedrich-Universität, Bamberg.
- O'Reilly, Tim. 2005. „What is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software.“ *O'Reilly Blog* vom 30. September 2005. Abgerufen am 16. Januar 2012 von <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>.
- Ott, Raphaela. 2006. „Weblogs als Medium politischer Kommunikation im Bundestagswahlkampf 2005.“ In *Die Massenmedien im Wahlkampf: Die Bundestagswahl 2002*, Hrsg. Christina Holtz-Bacha. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Panagopoulos, Costas und Daniel Bergan. 2009. „Clicking for Cash: Campaigns, Donors, and the Emergence of Online Fun-Raising.“ In *Politicking Online: The Transformation of Election Campaign Communications*, Hrsg. Costas Panagopoulos. New Brunswick, NJ u.a.: Rutgers University Press.
- Papacharissi, Zizi A. 2010. *A Private Sphere: Democracy in a Digital Age*. Cambridge u.a.: Polity Press.
- Patterson, Thomas E. 1980. *The Mass Media Election: How Americans Choose Their President*. New York, NY: Praeger.
- Patterson, Thomas E. 1993. *Out of Order*. New York, NY: Alfred A. Knopf.
- Perlmutter, David D. 2008. *Blogwars*. Oxford u.a.: Oxford University Press.
- Perse, Elizabeth M. und John A. Courtright. 1993. „Normative Images of Communication Media Mass and Interpersonal Channels in the New Media Environment.“ *Human Communication* 19(4): 485–503.
- Plasser, Fritz und Gunda Plasser. 2002. *Global Political Campaigning: A Worldwide Analysis of Professionals and Their Practices*. Westport, CO: Praeger.
- Plouffe, David. 2009. *The Audacity to Win: The Inside Story and Lessons of Barack Obama's Historic Victory*. New York, NY u.a.: Viking.
- Pole, Antoinette und Michael Xenos. 2011. *Like, Comments and Retweets: Facebooking and Tweeting on the 2010 Gubernatorial Campaign Trail*. Paper presented at the State Politics and Policy Conference. Hanover, NH, 3.-4. Juni 2011. Abgerufen am 23. August 2012 von [http://www.sppc2011.org/Papers/1\\_Pole.pdf](http://www.sppc2011.org/Papers/1_Pole.pdf).

- Pörksen, Bernhard und Hanne Detel. 2011. „Evidenzerfahrung für alle: Das kontraproduktive Krisenmanagement des Verteidigungsministers und die Logik der Skandalisierung im digitalen Zeitalter.“ In *Inszenierung als Beruf: Der Fall Gutenberg*, Hrsg. Oliver Lepsius und Reinhart Meyer-Kalkus. Berlin: Suhrkamp Verlag.
- Postelnicu, Monica, Justin D. Martin und Kristen D. Landreville. 2006. „The Role of Campaign Web Sites in Promoting Candidates and Attracting Campaign Resources.“ In *The Internet Election: Perspectives on the Web in Campaign 2004*, Hrsg. Andrew Paul Williams und John C. Tedesco. Lanham, MD u.a.: Rowman & Littlefield Publishers.
- Powell, Larry. 2010. „Obama and Obama Girl: YouTube, Viral Videos, and the 2008 Presidential Campaign.“ In *Communicator-in-Chief: How Barack Obama Used New Media Technology to Win the White House*, Hrsg. John Allen Hendricks und Robert E. Denton, Jr. Plymouth u.a.: Lexington Books.
- Prior, Markus. 2007. *Post-Broadcast Democracy: How Media Choice Increases Inequality in Political Involvement and Polarizes Elections*. Cambridge u.a.: Cambridge University Press.
- Putnam, Robert. 2000. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York, NY: Simon & Schuster.
- R Development Core Team. 2011. *R: A Language and Environment for Statistical Computing*. Wien: R Foundation for Statistical Computing.
- Rainie, Lee. 2001. „How Americans Used the Internet after the Terror Attack.“ *Pew Internet & American Life Project* vom 15. September 2001. Abgerufen am 25. April 2012 von [http://pewinternet.org/~media/Files/Reports/2001/PIP\\_Terror\\_Report.pdf](http://pewinternet.org/~media/Files/Reports/2001/PIP_Terror_Report.pdf).
- Rainie, Lee und Bente Kalsnes. 2001. „The Commons of the Tragedy: How the Internet was Used by Millions after the Terror Attacks to Grieve, Console, Share News, and Debate the Country’s Response.“ *Pew Internet & American Life Project* vom 10. Oktober 2001. Abgerufen am 25. April 2012 von [http://pewinternet.org/~media/Files/Reports/2001/PIP\\_Tragedy\\_Report.pdf](http://pewinternet.org/~media/Files/Reports/2001/PIP_Tragedy_Report.pdf).
- Rainie, Lee und Barry Wellman. 2012. *Networked: The New Social Operating System*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Ratkiewicz, Jacob, Michael D. Conover, Mark Meiss, Bruno Goncalves, Alessandro Flammini, Filippo Menczer Menczer. 2011. „Detecting and Tracking Political Abuse in Social Media.“ In *Proceedings of the Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*. Menlo Park, CA: The AAAI Press.

- Raymond, Eric S. 1999. *The Cathedral and the Bazaar: Musings on Linux and Open Source by an Accidental Revolutionary*. Sebastopol, CA: O'Reilly.
- Redlawsk, David P. 2002. „Hot Cognition or Cool Consideration? Testing the Effects of Motivated Reasoning on Political Decision Making.“ *Journal of Politics* 64, 1021-1044.
- Rheingold, Howard. 1987. „Virtual Communities: The Computer Network as Electronic Waterholes.“ *Whole Earth Review* 57: 78-80.
- Rheingold, Howard. 1996 [1992]. „A Slice of My Life in My Virtual Community.“ In *High Noon on the Electronic Frontier: Conceptual Issues in Cyberspace*, Hrsg. Peter Ludlow. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Rheingold, Howard. 2000 [1993]. *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier, Revised Edition*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Rheingold, Howard. 2002. *Smart Mobs: The Next Social Revolution*. Cambridge, MA: Basic Books.
- Ripberger, Joseph T. 2011. „Capturing Curiosity: Using Internet Search Trends to Measure Public Attentiveness.“ *Policy Studies Journal* 39(2): 239–259.
- Robinson, John P. 1976. „Interpersonal Influence in Election Campaigns: Two Step-Flow Hypotheses.“ *Public Opinion Quarterly* 40 (3): 304-319.
- Rogers, Richard. 2009. *The End of the Virtual: Digital Methods*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Römmele, Andrea und Sabine Einwiller. 2012. „Soziale Medien in der Bundestagswahl 2009.“ *Zeitschrift für Parlamentsfragen* 1/2012: 103-113.
- Rosen, Jay. 2006. „The People Formerly Known as the Audience.“ *Pressthink: Ghost of Democracy in the Media Machine* vom 27. Juni 2006. Abgerufen am 27. Juni 2006 von [http://archive.pressthink.org/2006/06/27/ppl\\_frmr.html](http://archive.pressthink.org/2006/06/27/ppl_frmr.html).
- Rosenbach, Marcel und Hilmar Schmundt. 2009. „Aufstand der Netzbürger.“ *Der Spiegel* vom 3. August 2009. Abgerufen am 23. November 2011 von <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-66284673.html>.
- Rubin, Alan M. 1983. „Television Uses and Gratifications: The Interactions of Viewing Patterns and Motivations.“ *Journal of Broadcasting* 27(1): 37–51.
- Ruggiero, Thomas E. 2000. „Uses and Gratifications Theory in the 21st Century.“ *Mass Communication & Society* 3(1): 3-37.
- Ruta, Philipp. 2008. *Politische Kommunikation 2.0: Weblogs als Wahlkampfinstrument*. Saarbrücken, u.a.: VDM.

- Safire, William. 2006. „Netroots.“ *The New York Times* vom 19. November 2006. Abgerufen am 15. Mai 2012 von [http://www.nytimes.com/2006/11/19/magazine/19wwln\\_safire.html](http://www.nytimes.com/2006/11/19/magazine/19wwln_safire.html).
- Saleh, Adel. 2005. *Uses and Effects of New Media on Political Communication in the United States of America, Germany, and Egypt*. Marburg: Tectum.
- Schatz, Bruce R. und Joseph B. Hardin. 1994. „NCSA Mosaic and the World Wide Web: Global Hypermedia Protocols for the Internet.“ *Science* 265(5174): 895-901.
- Schement, Jorge Reina. 1999. „Of Gaps by which Democracy we Measure.“ In *The Digital Divide: Facing a Crisis or Creating a Myth*, Hrsg. Benjamin M. Compaine. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Schlozman, Kay Lehman, Sidney Verba und Henry E. Brady. 2010. „Weapon of the Strong? Participatory Inequality and the Internet.“ *Perspectives on Politics* 8(2): 487-509.
- Schmidt, Jan. 2006. *Weblogs: Eine kommunikationssoziologische Studie*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Schmidt, Jan. 2009. *Das neue Netz: Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Schneider, Steven M. und Kirsten A. Foot. 2006. „Web Campaigning by U.S. Presidential Primary Candidates in 2000 and 2004.“ In *The Internet Election: Perspectives on the Web in Campaign 2004*, Hrsg. Andrew Paul Williams und John C. Tedesco. Lanham, MD u.a.: Rowman & Littlefield Publishers.
- Schoen, Harald. 2005. „Wahlkampfforschung.“ In *Handbuch Wahlforschung*, Hrsg. Jürgen W. Falter und Harald Schoen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Scholz, Stefan. 2003. „Online-Kampagne der CDU: Wahlfakten.de und mehr.“ In *Kampagne! 2: Neue Strategien für Wahlkampf, PR und Lobbying*, Hrsg. Marco Althaus und Vito Cecere. Münster u.a.: LIT Verlag.
- Scholz, Stefan. 2004. *Internet-Politik in Deutschland: Vom Mythos der Unregulierbarkeit*. Münster u.a.: LIT Verlag.
- Schulz, Winfried. 2011. *Politische Kommunikation: Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung*. 3. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schwartz, Ed. 1996. *NetActivism: How Citizens Use the Internet*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.

- Schweitzer, Eva Johanna. 2003. „Wahlkampf im Internet: Eine Analyse der Internetauftritte von SPD, CDU, Bündnis '90/Die Grünen und FDP zur Bundestagswahl 2002.“ In *Die Massenmedien im Wahlkampf: Die Bundestagswahl 2002*, Hrsg. Christina Holtz-Bacha. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Schweitzer, Eva Johanna. 2010. „Normalisierung 2.0: Die Online-Wahlkämpfe deutscher Parteien zu den Bundestagswahlen 2002-2009.“ In *Die Massenmedien im Wahlkampf: Das Wahljahr 2009*, Hrsg. Christina Holtz-Bacha. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schweitzer, Eva Johanna. 2011. „Mediatisierung im Online-Wahlkampf: Befunde einer vergleichenden Inhaltsanalyse deutscher Partei-Websites zu den Wahljahren 2002-2009.“ In *Das Internet im Wahlkampf: Analysen zur Bundestagswahl 2009*, Hrsg. Eva Johanna Schweitzer und Steffen Albrecht. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schweitzer, Eva Johanna und Steffen Albrecht. 2011. „Das Internet im Wahlkampf: Eine Einführung.“ In *Das Internet im Wahlkampf: Analysen zur Bundestagswahl 2009*, Hrsg. Eva Johanna Schweitzer und Steffen Albrecht. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Scotto, Thomas J., Harold D. Clarke, Allan Kornberg, Jason Reifler, David Sanders, Marianne C. Stewart und Paul Whiteley. 2010. „The Dynamic Political Economy of Support for Barack Obama During the 2008 Presidential Election Campaign.“ *Electoral Studies* 29(4): 545-556.
- Seimel, Julia. 2008. *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft: Die Online-PR der Parteien im Bundestagswahlkampf 2005*. Saarbrücken u.a.: VDM.
- Shamma, David A., Lyndon Kennedy und Elizabeth F. Churchill. 2011. „Peaks and Persistence: Modeling the Shape of Microblog Conversations.“ In *Proceedings of the ACM 2011 Conference on Computer Supported Cooperative Work*. New York, NY: ACM.
- Shapiro, Carl und Hal R. Varian. 1999. *Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Shaw, Aaron und Yochai Benkler. 2012. „A Tale of Two Blogospheres: Discursive Practices on the Left and Right.“ *American Behavioral Scientist* 56(4): 459-487.
- Shirky, Clay. 2008. *Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations*. New York, NY u.a.: The Penguin Press.

- Shirky, Clay. 2010. *Cognitive Surplus: Creativity and Generosity in a Connected Age*. New York, NY u.a.: The Penguin Press.
- Sifry, Micah L. 2011. *Wikileaks and the Age of Transparency*. New Haven, CT u.a.: Yale University Press.
- Sigelman, Lee und David Bullock. 1991. „Candidates, Issues, Horse Races, and Hoopla. Presidential Campaign Coverage, 1888-1988.“ *American Politics Quarterly* 19: 5-32.
- Siri, Jasmin, Miriam Melchner und Anna Wolff. 2012. „The Political Network: Parteien und politische Kommunikation auf Facebook.“ *kommunikation@gesellschaft* 13. Abgerufen am 10. August 2012 von <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0228-201213068>.
- Slater, Don. 2002. „Social Relationships and Identity Online and Offline.“ In *Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs*, Hrsg. Leah Liervrouw und Sonia Livingstone. London: Sage Publications.
- Slotnick, Allison. 2009. „‘Friend’ the President: Facebook and the 2008 Presidential Election.“ In *Politicking Online: The Transformation of Election Campaign Communications*, Hrsg. Costas Panagopoulos. New Brunswick, NJ u.a.: Rutgers University Press.
- Smith, Aaron. 2011. „The Internet and Campaign 2010.“ *Pew Internet & American Life Project* vom 17. März 2011. Abgerufen am 19. März 2012 von <http://www.pewinternet.org/Reports/2011/The-Internet-and-Campaign-2010.aspx>.
- Smith, Aaron und Lee Rainie. 2008. „The Internet and the 2008 Election.“ *Pew Internet & American Life Project* vom 15. Juni 2008. Abgerufen am 19. März 2012 von <http://www.pewinternet.org/Reports/2008/The-Internet-and-the-2008-Election.aspx>.
- Smith, Marc A. und Peter Kollock (Hrsg.). 1999. *Communities in Cyberspace*. London: Routledge.
- Solop, Frederic I. 2010. „RT @Barack Obama We just made history: Twitter and the 2008 Presidential Election.“ In *Communicator-in-Chief: How Barack Obama Used New Media Technology to Win the White House*, Hrsg. John Allen Hendricks und Robert E. Denton, Jr. Plymouth u.a.: Lexington Books.
- Steinbrecher, Markus. 2009. *Politische Partizipation in Deutschland*. Baden-Baden: Nomos.
- Stephenson, Neal. 1992. *Snowcrash*. New York, NY: Bantam Books.

- Stöcker, Christian. 2011. *Nerd Attack! Eine Geschichte der digitalen Welt vom C64 bis zu Twitter und Facebook*. München: Deutsche Verlags-Anstalt.
- Stöcker, Christian. 2012. „Governance des digitalen Raumes: Aktuelle netzpolitische Brennpunkte.“ *Aus Politik und Zeitgeschichte* 62(7): 9-14.
- Stone, Allucquére Rosanne. 1991. „Will the Real Body Please Stand Up?“ In *Cyberspace: First Steps*, Hrsg. Michael Benedikt. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Stone, G. und D. Stone. 1990. „Lurking in the Literature: Another Look at Media Use Habits.“ *Mass Communications Review* 17: 25–33.
- Stromer-Galley, Jennifer. 2000a. „Democratizing Democracy: Strong Democracy, U.S. Campaigns, and the Internet.“ *Democratization* 7(1): 36-58.
- Stromer-Galley, Jennifer. 2000b. „On-Line Interaction and Why Candidates Avoid it.“ *Journal of Communication* 50(4): 111-132.
- Stromer-Galley, Jennifer und Andrea B. Baker. 2006. „Joy and Sorrow of Interactivity on the Campaign Trail: Blogs in the Primary Campaign of Howard Dean.“ In *The Internet Election: Perspectives on the Web in Campaign 2004*, Hrsg. Andrew Paul Williams und John C. Tedesco. Lanham, MD u.a.: Rowman & Littlefield Publishers.
- Strover, Sharon. 2001. „Rural Internet Connectivity.“ *Telecommunications Policy* 25(5): 331-347.
- Sudulich, Maria Laura und Matthew Wall. 2009. „Keeping up with the Murphys? Candidate Cybercampaigning in the 2007 Irish General Election.“ *Parliamentary Affairs* 62(3): 456-475.
- Sudulich, Maria Laura und Matthew Wall. 2010. „‘Every Little Helps’: Cyber-Campaigning in the 2007 Irish General Election.“ *Journal of Information Technology & Politics* 7(4): 340-355.
- Suellentrop, Chris. 2003. „‘We’ll See if it Happens’: Will Howard Dean do what he just said he would?“ *Slate* vom 7. November 2003. Abgerufen am 26. April 2012 von [http://www.slate.com/articles/news\\_and\\_politics/on\\_the\\_trail/2003/11/well\\_see\\_if\\_it\\_happens.html](http://www.slate.com/articles/news_and_politics/on_the_trail/2003/11/well_see_if_it_happens.html).
- Taber, Charles S. und Milton Lodge. 2006. „Motivated Skepticism in the Evaluation of Political Beliefs.“ *American Journal of Political Science* 50, 755-769.
- Taber, Charles S., Damon Cann und Simona Kucsova. 2009. „The Motivated Processing of Political Arguments.“ *Political Behavior* 31, 137-155.



- Tapscott, Don. 2009. *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World*. New York, NY u.a.: McGraw Hill.
- Tapscott, Don und Anthony D. Williams. 2006. *Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything*. New York, NY: The Penguin Group.
- Teachout, Zephyr und Thomas Streeter (Hrsg.). 2007. *Mousepads, Shoe Leather, and Hope: Lessons from the Howard Dean Campaign for the Future of Internet Politics*. Boulder, CO: Paradigm Publishers.
- Tenscher, Jens. 2011. „Defizitär – und trotzdem professionell? Die Parteienkampagnen im Vergleich.“ In *Superwahljahr 2009: Vergleichende Analysen aus Anlass der Wahlen zum Deutschen Bundestag und zum Europäischen Parlament*, Hrsg. Jens Tenscher. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Tenscher, Jens und Laura Will. 2010. „Abgeordnete online? Internetaktivitäten und -bewertungen der Mitglieder des Deutschen Bundestages.“ *Zeitschrift für Parlamentsfragen* 41(3): 504-518.
- Teorell, Jan, Mariano Torcal und José Ramón Montero. 2007. „Political Participation: Mapping the Terrain.“ In *Citizenship and Involvement in European Democracies: A Comparative Perspective*, Hrsg. Jan W. van Deth, José Ramón Montero und Anders Westholm. London u.a.: Routledge.
- Tomik, Stefan. 2010. „Eine Bühne für die Netzgesellschaft.“ *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 5. Mai 2010. Abgerufen am 28. Mai 2012 von <http://www.faz.net/aktuell/politik/inland/enquete-kommission-internet-eine-buehne-fuer-die-netzgesellschaft-1607888.html>.
- Towner, Terri L. und David A. Dulio. 2011. „The Web 2.0 Election: Does the Online Medium Matter?“ *Journal of Political Marketing* 10(1-2): 165-188.
- Trammell, Kaye D. 2006. „The Blogging of the President.“ In *The Internet Election: Perspectives on the Web in Campaign 2004*, Hrsg. Andrew Paul Williams und John C. Tedesco. Lanham, MD u.a.: Rowman & Littlefield Publishers.
- Trippi, Joe. 2008 [2004]. *The Revolution Will Not Be Televised: Democracy, the Internet, and the Overthrow of Everything*. New York, NY: Regan Books.
- Turner, Fred. 2006. *From Counterculture to Cyberculture: Stewart Brand, the Whole Earth Network, and the Rise of Digital Utopianism*. Chicago, IL u.a.: The University of Chicago Press.
- Utz, Sonja. 2009. „The (Potential) Benefits of Campaigning via Social Network Sites.“ *Journal of Computer-Mediated Communication* 14(2): 221-243.



- Vaccari, Cristian. 2008a. „Research Note: Italian Parties’ Websites in the 2006 Elections.“ *European Journal of Communication* 23(1): 69-77.
- Vaccari, Cristian. 2008b. „Surfing to the Élysée: The Internet in the 2007 French Elections.“ *French Politics* 6(1): 1-22.
- Vaccari, Cristian. 2010. „‘Technology Is a Commodity’: The Internet in the 2008 United States Presidential Election.“ *Journal of Information Technology & Politics* 7(4): 318-339.
- Vaccari, Cristian. 2011. „A Tale of Two E-Parties: Candidate Websites in the 2008 US Presidential Primaries.“ *Party Politics*, Online First. Abgerufen am 10. August 2012 von <http://ppq.sagepub.com/content/early/2011/04/02/1354068810391287>.
- van Deth, Jan W. 2009. „Politische Partizipation.“ In *Politische Soziologie: Ein Studienbuch*, Hrsg. Viktoria Kaina und Andrea Römmele. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- van Dijk, Jan. 2012 [1991]. *The Network Society*. 3. revidierte Auflage. London u.a.: Sage.
- van Eimeren, Birgit und Beate Frees. 2011. „Drei von vier Deutschen im Netz – ein Ende des digitalen Grabens in Sicht?“ *Media Perspektiven* 7-8: 334-349.
- van Eimeren, Birgit und Beate Frees. 2012. „76 Prozent der Deutschen online – neue Nutzungssituationen durch mobile Endgeräte.“ *Media Perspektiven* 7-8: 362-379.
- van Schewick, Barbara. 2010. *Internet Architecture and Innovation*. Cambridge, MA u.a.: The MIT Press.
- Vargas, Jose Antonio. 2008a. „Obama Raised Half a Billion Online.“ *The Washington Post* vom 20. November 2008. Abgerufen am 7. Mai 2012 von <http://voices.washingtonpost.com/44/2008/11/obama-raised-half-a-billion-on.html>.
- Vargas, Jose Antonio. 2008b. „Obama’s Wide Web.“ *The Washington Post* vom 25. August 2008. Abgerufen am 7. Mai 2012 von <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2008/08/19/AR2008081903186.html>.
- Vavreck, Lynn. 2009. *The Message Matters: The Economy and Presidential Campaigns*. Princeton, NJ u.a.: Princeton University Press.
- Verba, Sidney, Kay Lehman Schlozman und Henry E. Brady. 1995. *Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

- Vergeer, Maurice, Liesbeth Hermans und Steven Sams. 2011. „Online Social Networks and Micro-Blogging in Political Campaigning: The Exploration of a New Campaign Tool and a New Campaign Style.“ *Party Politics*, Online First. Abgerufen am 10. August 2012 von <http://ppq.sagepub.com/content/early/2011/06/16/1354068811407580>.
- Vergeer, Maurice und Liesbeth Hermans. 2013. Im Erscheinen. „Campaigning on Twitter: Micro-Blogging and Online Social Networking as Campaign Tools in the General Elections 2010 in the Netherlands.“ *Journal of Computer-Mediated Communication*.
- Vinge, Vernor. 2001 [1981]. „True Names.“ In *True Names and the Opening of the Cyberspace Frontier*, Hrsg. James Frankel. New York, NY: Tor.
- vom Hofe, Hanna Jo und Christian Nuernbergk. 2012. „Twitter im professionellen Journalismus.“ *Journalistik Journal* 1: 30-31.
- von Pape, Thilo und Thorsten Quandt. 2010. „Wen erreicht der Wahlkampf 2.0? Eine Repräsentativstudie zum Informationsverhalten im Bundestagswahlkampf 2009.“ *Media Perspektiven* 9: 390-398.
- Wagner, Sandra. 2004. „Die Nutzung des Internet als Medium für die politische Kommunikation: Reinforcement oder Mobilisierung?“ In *Die Bundestagswahl 2002: Analysen der Wahlergebnisse und des Wahlkampfes*, Hrsg. Frank Brettschneider, Jan W. van Deth und Edeltraud Roller. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Wagner, Kevin M. und Jason Gainous. 2009. „Electronic grassroots: Does online campaigning work?“ *Journal of Legislative Studies* 15, 502–520.
- Wallsten, Kevin. 2007. „Many Sources, One Message: Political Blog Links to Online Videos During the 2008 Campaign.“ *Journal of Political Marketing* 10(1-2): 88-114.
- Wallsten, Kevin. 2008. „Political Blogs: Transmission Belts, Soapboxes, Mobilizers, or Conversation Starters?“ *Journal of Information Technology & Politics* 4(3): 19-40.
- Wallsten, Kevin. 2010. „„Yes We Can“: How Online Viewership, Blog Discussion, Campaign Statements, and Mainstream Media Coverage Produced a Viral Video Phenomenon.“ *Journal of Information Technology & Politics* 7(2-3): 163-181.
- Wallsten, Kevin. 2011. „Agenda Setting and the Blogosphere: An Analysis of the Relationship between Mainstream Media and Political Blogs.“ *Review of Policy Research* 24(6): 567-587.

- Ward, Stephen und Rachel Gibson. 2009. „European Political Organizations and the Internet: Mobilization, Participation, and Change.“ In *The Routledge Handbook of Internet Politics*, Hrsg. Andrew Chadwick und Philip N. Howard. New York, NY: Routledge.
- Ward, Stephen, Diana Owen, Richard Davis und David Taras (Hrsg.). 2008. *Making a Difference: A Comparative View of the Role of the Internet in Election Politics*. Plymouth: Lexington Books.
- Wasserman, Stanley und Katherine Faust. 1994. *Social Network Analysis: Methods and Applications*. New York, NY u.a.: Cambridge University Press.
- Weber, Ingmar, Venkata Rama Kiran Garimella und Erik Borra. 2012. „Mining Web Query Logs to Analyze Political Issues.“ In *Proceedings of the ACM WebSci'12*. New York, NY: ACM.
- Weinberger, David. 2002. *Small Pieces Loosely Joined: A Unified Theory of the Web*. Cambridge, MA: Perseus Books.
- Weinberger, David. 2003. „Out of the Closet: For Howard Dean.“ *Joho the Blog* vom 31. Juli 2003. Abgerufen am 26. April 2012 von <http://www.hyperorg.com/blogger/2003/07/31/out-of-the-closet-for-howard-dean/>.
- Wellman, Barry und Caroline Haythornthwaite. 2002. *The Internet in Everyday Life*. Malden, MA u.a.: Blackwell Publishers.
- Welzel, Carolin und Sven Wieboldt. 2001. „Die Online-Angebote der Bundestagsparteien im Vergleich.“ In *ParteiPolitik 2.0: Der Einfluss des Internet auf parteiinterne Kommunikations- und Organisationsprozesse*, Hrsg. Christoph Bieber. Bonn: Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Westermayer, Till. 2001. „Zur Funktionsweise Virtueller Parteitage.“ In *ParteiPolitik 2.0: Der Einfluss des Internet auf parteiinterne Kommunikations- und Organisationsprozesse*, Hrsg. Christoph Bieber. Bonn: Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Wickham, Hadley. 2009. *ggplot2: Elegant Graphics for Data Analysis*. 2. Auflage. Dordrecht u.a.: Springer.
- Wilhelm, Anthony G. 2000. *Democracy in the Digital Age: Challenges to Political Life in Cyberspace*. New York, NY u.a.: Routledge.
- Williams, Andrew Paul. 2006. „Self-Referential and Opponent-Based Framing: Candidate E-Mail Strategies in Campaign 2004.“ In *The Internet Election: Perspectives on the Web in Campaign 2004*, Hrsg. Andrew Paul Williams und John C. Tedesco. Lanham, MD u.a.: Rowman & Littlefield Publishers.

- Williams, Andrew Paul und Evan Serge. 2011. „Evaluating Candidate E-Mail Messages in the 2008 U.S. Presidential Campaign.“ In *Techno Politics in Presidential Campaigning: New Voices, New Technologies, and New Voters*, Hrsg. John Allen Hendricks und Lynda Lee Kaid. New York, NY u.a.: Routledge.
- Williams, Christine B. und Girish Jeff Gulati. 2009. *Social Networks in Political Campaigns: Facebook and Congressional Elections 2006, 2008*. Paper presented at the Annual Meeting of the American Political Science Association (APSA). Toronto, CA, 3.-6. September 2009.
- Williams, Christine B. und Girish Jeff Gulati. 2010. *Communicating with Constituents in 140 Characters or Less: Twitter & the Diffusion of Technology Innovation in the United States Congress*. Paper presented at the Midwest Political Science Association, Chicago, IL.
- Wimmer, Kathrin. 2009. „Die Internetkampagnen im Bundestagswahlkampf 2009.“ *C·A·P Working Paper der Forschungsgruppe Deutschland*. Abgerufen am 29. Mai 2012 von <http://www.cap-lmu.de/publikationen/2009/wimmer.php>.
- Wolling, Jens, Anja Schmolinsky und Martin Emmer. 2010. „Politiker vernetzt: Wie und warum sich Landtagsabgeordnete online präsentieren.“ In *Politik 2.0? Die Wirkung computervermittelter Kommunikation auf den politischen Prozess*, Hrsg. Jens Wolling, Markus Seifert und Martin Emmer. Baden-Baden: Nomos.
- Wolsing, Ansgar und Thorsten Faas. 2010. „Das Internet als Wahlkampfinstrument: Die Angebotsseite.“ In *Politische Kommunikation*, Hrsg. Robert Grünewald, Ralf Gülden-zopf und Melanie Piepenschneider. Münster u.a.: LIT Verlag.
- Zeisberger, Oliver. 2001. „Der Weg ins Netz: Ein Leitfaden für die digitale Parteiarbeit.“ In *ParteiPolitik 2.0: Der Einfluss des Internet auf parteiinterne Kommunikations- und Organisationsprozesse*, Hrsg. Christoph Bieber. Bonn: Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Zittel, Thomas (2009): „Entmedialisierung durch digitale Medien.“ In *Politik in der Mediendemokratie* (Politische Vierteljahresschrift — Sonderheft 42), Hrsg. Frank Marcinkowski und Barbara Pfetsch. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Zittel, Thomas. 2009b. „Lost in Technology? Political Parties and the Online Campaigns of Constituency Candidates in Germany’s Mixed Member Electoral System.“ *Journal of Information Technology and Politics* 6(3-4): 298–311.
- Zittel, Thomas. 2010. *Mehr Responsivität durch neue digitale Medien? Die elektronische Wählerkommunikation von Abgeordneten in Deutschland, Schweden und den USA*. Baden-Baden: Nomos.
- Zittel, Thomas und Thomas Gschwend. 2007. „Individualisierte Wahlkämpfe im Wahlkreis: Eine Analyse am Beispiel des Bundestagswahlkampfes von 2005.“ *Politische Vierteljahresschrift* 48(2): 293-321.
- Zittrain, Howard. 2008. *The Future of the Internet: And How to Stop It*. New Haven, CT u.a.: Yale University Press.