

# Inhaltsverzeichnis

<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	XI
<b>Tabellenverzeichnis</b> .....	XIII
<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	XVII
<b>1 Einleitung</b> .....	1
<b>2 Kritische Diskursanalyse</b> .....	7
2.1 Der Diskursbegriff .....	8
2.2 ‚Wertekategorien‘ nach Norman Fairclough .....	11
2.3 Die Analysemethode .....	13
2.3.1 Textanalyse .....	14
2.3.1.1 Wortschatz .....	16
2.3.1.2 Grammatik .....	17
2.3.1.3 Textstruktur .....	20
2.3.1.4 Das Analyseschema .....	22
2.3.2 Analyse der diskursiven Praxis .....	24
2.3.3 Analyse der Diskursdeterminanten und des diskursiven Effektentials .....	27
<b>3 Politische Kommunikation im Internet</b> .....	31
3.1 Charakteristika politischer Online-Kommunikation .....	31
3.2 Soziale Medien und ihre Nutzung in der Politik .....	35
3.2.1 Blogs .....	36
3.2.2 Microblogs: Das Beispiel Twitter .....	38
3.2.3 Soziale Netzwerke: Das Beispiel Facebook .....	41
<b>4 Präsidentschaftswahlkampf in Kolumbien: Analyse der Diskursdeterminanten</b> .....	45
4.1 Das politische System .....	46
4.2 Die politische Kultur .....	49
4.3 Parteien und politische Bewegungen als Machtfaktor .....	52
4.3.1 Die Parteien im Präsidentschaftswahlkampf 2010 .....	53

4.3.2	Die politischen Bewegungen im Präsidentchaftswahlkampf 2010.....	58
4.4	Die Präsidentchaftskandidat_innen 2010 .....	61

<b>5</b>	<b>Die Online-Kommunikation im Präsidentchaftswahlkampf 2010: Textanalyse.....</b>	<b>69</b>
5.1	Die Online-Kommunikation von Jaime Araújo Rentería.....	73
5.1.1	<i>El-Tiempo</i> -Blog.....	74
5.1.2	Facebook.....	77
5.1.3	Twitter.....	82
5.2	Die Online-Kommunikation von Jairo Calderón .....	85
5.2.1	Blog .....	86
5.2.2	Facebook.....	92
5.2.3	Twitter.....	95
5.3	Die Online-Kommunikation von Róbinson Devia .....	97
5.3.1	<i>El-Tiempo</i> -Blog.....	98
5.3.2	Blog .....	105
5.3.3	Facebook.....	106
5.3.4	Twitter.....	110
5.4	Die Online-Kommunikation von Antanas Mockus .....	117
5.4.1	<i>El-Tiempo</i> -Blog.....	118
5.4.2	Facebook.....	129
5.4.3	Twitter.....	135
5.5	Die Online-Kommunikation von Rafael Pardo .....	144
5.5.1	<i>El-Tiempo</i> -Blog.....	145
5.5.2	Blog .....	152
5.5.3	Facebook.....	155
5.5.4	Twitter.....	161
5.6	Die Online-Kommunikation von Gustavo Petro.....	168
5.6.1	<i>El-Tiempo</i> -Blog.....	170
5.6.2	Blog .....	173
5.6.3	Facebook.....	179
5.6.4	Twitter.....	186
5.7	Die Online-Kommunikation von Noemí Sanín.....	192
5.7.1	<i>El-Tiempo</i> -Blog.....	193
5.7.2	Blog .....	203
5.7.3	Facebook.....	207
5.7.4	Twitter.....	213

5.8	Die Online-Kommunikation von Juan Manuel Santos.....	218
5.8.1	<i>El-Tiempo</i> -Blog.....	219
5.8.2	Facebook.....	229
5.8.3	Twitter.....	237
5.9	Die Online-Kommunikation von Germán Vargas Lleras.....	245
5.9.1	<i>El-Tiempo</i> -Blog.....	246
5.9.2	Facebook.....	257
5.9.3	Twitter.....	261
5.10	Zwischenfazit: Textanalyse.....	266
5.10.1	Nutzungsintensität sozialer Medien im Wahlkampf.....	266
5.10.2	Urheberschaft.....	266
5.10.3	Personalisierung.....	268
5.10.4	Onlinespezifische Textgestaltung.....	271
5.10.5	Die zentralen Texteigenschaften im Überblick.....	273
<b>6</b>	<b>Wahlkampfdiskurse 2010: Analyse der diskursiven Praxis....</b>	<b>285</b>
6.1	Der Demokratiediskurs.....	286
6.1.1	Die Darstellung der kolumbianischen Demokratie im Online-Wahlkampf.....	287
6.1.2	Korruption als Demokratiedefizit.....	292
6.1.3	Wahlbeteiligung als Ausübung von Demokratie.....	297
6.1.4	Wahlbetrug als Demokratieverachtung.....	300
6.1.5	Zensur als Belastung für die Demokratie.....	302
6.2	Der Gerechtigkeitsdiskurs.....	304
6.2.1	Die Thematisierung von ‚Gerechtigkeit‘ im Online- Wahlkampf.....	306
6.2.2	Bildungsgerechtigkeit.....	310
6.2.3	Das Recht auf angemessenen Wohnraum.....	316
6.2.4	Das Recht auf Arbeit.....	320
6.2.5	Das Recht auf eine medizinische Grundversorgung.....	327
6.3	Der Gleichberechtigungsdiskurs.....	332
6.3.1	Die Gleichstellung von Frauen und Männern.....	333
6.3.1.1	Positionierungen der Kandidat_innen zur Gleichstellung von Frauen.....	334
6.3.1.2	Die Thematisierung der Diskriminierung von Frauen.....	335
6.3.1.3	Besondere Zielgruppen: Frauen und ihre sozialen Rollen.....	339
6.3.1.4	Allusionen auf Frauen.....	341

6.3.1.5	Gendersensibler Sprachgebrauch.....	342
6.3.2	Die Rechte von Minderheiten.....	344
6.3.2.1	Kolumbianer_innen mit afrikanischen Vorfahren .....	344
6.3.2.2	<i>Indígenas</i> .....	347
6.3.2.3	Menschen mit Behinderung .....	350
6.3.2.4	Sexuelle Orientierung und Genderidentität .....	355
6.4	Zwischenfazit: Diskursive Praktiken in den Wahlkampfdiskursen 2010.....	358
6.4.1	Der Demokratiediskurs.....	358
6.4.2	Der Gerechtigkeitsdiskurs.....	361
6.4.3	Der Gleichberechtigungsdiskurs.....	364
6.4.4	Die Auseinandersetzung mit zentralen Wahlkampfthemen ...	369
6.4.5	Kritik in den Wahlkampfdiskursen .....	369
<b>7</b>	<b>Der politische Online-Diskurs: Analyse des diskursiven Effektpotentials.....</b>	<b>371</b>
7.1	Die Diskursteilnehmer_innen.....	371
7.1.1	Die soziale Rolle ‚Präsidentchaftskandidat_in‘ .....	373
7.1.2	Die Kategorie ‚Gender‘ .....	375
7.2	Das politische System .....	376
<b>8</b>	<b>Abschließende Betrachtung und Ausblick.....</b>	<b>381</b>
<b>9</b>	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>387</b>
9.1	Primärquellen .....	387
9.2	Sekundärquellen.....	389
<b>10</b>	<b>Anhang.....</b>	<b>411</b>
10.1	Überblick des <i>El-Tiempo</i> -Blog-Korpus .....	411
10.2	Überblick des Blog-Korpus.....	416
10.3	Überblick des Facebook-Korpus.....	419
10.4	Überblick des Twitter-Korpus .....	420
10.5	Die Metaphern in den Blogtexten.....	423