Inhalt

Vorwor	t	V		
Inhaltsv	verzeichnis	IX		
	I. Einführung			
1.	Multimedia und Internet – Mythen, Metaphern, Geschichte	1		
1.1	Einleitung	1		
1.2	Mythen und Metaphern des Internet	2		
1.3	Geschichte und Technik des Internet			
1.4	Fazit			
2.	Computer und Computernetze als Medien?	12		
2.1	Einleitung			
2.2	Kommunikationswissenschaftlicher Medienbegriff	12		
2.3	Computer, Computernetze und Internet als Medium?			
2.3.1	Der Computer als Medium?			
2.3.2	Das Computernetz als Medium?			
2.3.3	Das Internet als (Massen-)Medium?			
2.3.4	Der vernetze Computer und das Computernetz als Hybridmedium?			
2.4	Fazit			
3.	"Multimedia" und "Interaktivität"	32		
3.1	Einleitung			
3.2	Multimedia			
3.2.1	Multikode			
3.2.2	Hypertext und Hypermedia			
3.2.3	Zwischenbilanz "Multimedia"			
3.3	Interaktivität			
3.3.1	Handlung, Interaktion, Kommunikation			
3.3.2	Massenkommunikation als "interaktionsfreie" Kommunikation?			
3.3.3	Interaktivität in der computervermittelten Kommunikation			
3.3.4	Systemtheoretischer Exkurs			
3.4	Fazit5			
	II. Kommunikation im Internet			
4.	Kommunikation im WorldWideWeb	57		
4.1	Einleitung			
4.2	Grundbegriffe des WorldWideWeb			
4.3	Typen und Funktionen von Websites			
4.3.1	Kommunikatorzentrierte Klassifikation 59			
4.3.2	Funktionale Klassifikation			
4.3.3	Nutzerzentrierte Klassifikation			
4.4	Inhaltsanalyse von Websites 66			
4.5	Kommunikationsverlauf im WWW			
4.5.1	Allokation von Aufmerksamkeit			
4.5.2	Selektion, Rezeption und Navigation			
4.6	Fazit			
		, 0		

5.	E-Mail-Kommunikation im Internet	80		
5.1	Einleitung			
5.2	Grundbegriffe der E-Mail-Kommunikation			
5.3	Typen und Funktionen von E-Mail			
5.4	Typische Ausdrucksformen in der E-Mail-Kommunikation			
5.5	Motive der E-Mail-Kommunikation			
5.6				
6.	Kommunikation in Mailinglists	96		
6.1	Einleitung			
6.2	Grundbegriffe der Mailinglist-Kommunikation			
6.3	Mailinglist-Typen			
6.4	Kommunikationsprozess und -störungen in Mailinglists			
6.5	Kommunikations- und Sozialstrukturen von Mailinglists			
6.6	Fazit			
7.	Kommunikation in Newsgroups	102		
7.1	Einleitung	102		
7.2	Grundbegriffe der Newsgroup-Kommunikation	102		
7.3	Kommunikationsprozess und -strukturen in Newsgroups	107		
7.4	Kommunikationsprobleme in Newsgroups	111		
7.5	Ethnographische Fallstudien	115		
7.6	Fazit			
8.	Chat-Kommunikation			
8.1	Einleitung			
8.2	Grundbegriffe und -strukturen der Chat-Kommunikation	118		
8.3	Kommunikationsprozess und -strukturen in Chats			
8.4	Chat-Kommunikation als kommunikative Gattung1			
8.5	Chat-Kommunikation als pseudonyme Kommunikation			
8.6	Fazit	133		
9.	Kommunikation in MUDs und MOOs			
9.1	Einleitung			
9.2	Grundbegriffe der Kommunikation in MUDs und MOOs			
9.3	Kommunikationsprozesse in MUDs und MOOs	136		
9.4	Typen und Funktionen der MUD- und MOO-Kommunikation			
9.5	Fallbeispiel LambdaMOO			
9.6	Fazit	146		
	III. Allgemeine Probleme computervermittelter Kommuni	ikation		
	im Înternet			
10.	Anonymität und Identität in der computervermittelten Kommunikation	1.40		
10.1	Einleitung			
10.1 10.2	Anonyme und pseudonyme Kommunikation			
10.2	Identität und Selbstdarstellung in der computervermittelten	147		
10.5	Kommunikation	15/		
10.4	Identity Workshops und Gender Switching			
4 V.T	realized it originals and comes outstand			

10.5	Authentizität in der computervermittelten Kommunikation	160			
10.6	Fazit				
11.	Soziale Beziehungen und "virtuelle Gemeinschaften"				
11.1	Einleitung				
11.2	"Virtuelle Gemeinschaft" - zwischen Sozialutopie und Geschäftsidee				
11.3	Computervermittelte Kommunikation als Gruppenkommunikation				
11.4	Soziale Beziehungen und Netzwerke				
11.5	Soziale Beziehungen und Netzwerke unter Bedingungen				
	computervermittelter Kommunikation	176			
11.6	Fazit				
12.	Regulierung und Selbstregulierung computervermittelter				
12.	Kommunikation	186			
12.1	Einleitung				
12.1					
12.2	Regulierungsprobleme				
	Selbstregulierung				
12.4	Regulierung				
12.5	Fazit	202			
13.	Politische Kommunikation und Öffentlichkeit im Netz	204			
13.1	Einleitung	204			
13.2	Politikvermittlung	206			
13.3	Interessenvermittlung	210			
13.3.1	Partizipation				
13.3.2	Protestkommunikation				
13.3.3	Online-Wahlen				
13.4	Electronic Government				
13.5	Öffentlichkeit im Internet				
13.5.1	Theoretische Grundlagen				
13.5.2	"Netzöffentlichkeit"?				
13.5.2	Fazit				
13.0	razit	220			
14.	Medienwahl und intermediäre Konkurrenz				
14.1	Einleitung				
14.2	Medienwahl				
14.2.1	Faktoren der Medienwahl				
14.2.2	Theorien der Medienwahl				
14.3	Intermediäre Konkurrenz	239			
14.3.1	Theoretische Ansätze				
14.3.2	Empirische Befunde	241			
14.4	Fazit	243			
15.	Diffusion und Nutzung des Internet	244			
15.1	Einleitung				
15.2	Die Diffusion des Internet	244			
15.2.1	Digital Divide				
15.2.2	Diffusionstheorie				
15.3	Die Nutzung des Internet				
15.3.1	Methoden der Nutzungsforschung	253			
15.3.2	Onlinenutzungs-Forschung in Deutschland				

15.3.3	Online-Nutzung in Deutschland	261
15.4	Fazit	267
	Anhang	
Studienp	oraktische Hinweise	271
Verzeich	hnis der Schaubilder und Tabellen	277
Literatur	r	279
Personen- und Sachregister		307