

Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web

Band 1: Grundlagen und Methoden: Von der Gesellschaft zum Individuum

Bearbeitet von
Ansgar Zerfass, Martin Welker, Jan Schmidt

1. Auflage 2008. Taschenbuch. 400 S. Paperback

ISBN 978 3 938258 66 8

Format (B x L): 14,2 x 21,3 cm

Gewicht: 549 g

[Weitere Fachgebiete > EDV, Informatik > Computerkommunikation, Computervernetzung > Social Media, Semantic Web, Web 2.0](#)

Zu [Leseprobe](#)

schnell und portofrei erhältlich bei

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

NEUE SCHRIFTEN ZUR ONLINE-FORSCHUNG

Ansgar Zerfaß / Martin Welker / Jan Schmidt (Hrsg.)

Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web

Grundlagen und Methoden:

Von der Gesellschaft zum Individuum

Herbert von Halem Verlag

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

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

Ansgar Zerfaß / Martin Welker / Jan Schmidt (Hrsg.):
Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web.
Grundlagen und Methoden: Von der Gesellschaft zum Individuum
Neue Schriften zur Online-Forschung, 2
Köln : Halem, 2008

Die Reihe *Neue Schriften zur Online-Forschung* wird herausgegeben von der Deutschen Gesellschaft für Online-Forschung (DGOR) e.V.

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten.
Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2008 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISSN 1865-2638
ISBN 978-3-938258-66-8

<http://www.halem-verlag.de>

E-Mail: info@halem-verlag.de

SATZ: Herbert von Halem Verlag

DRUCK: FINIDR, s.r.o. (Tschechische Republik)

GESTALTUNG: Herbert von Halem und Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf

Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.

Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

Neue Schriften zur Online-Forschung

hrsg. von der Deutschen Gesellschaft für Online-Forschung e.V. (DGOF)

Beratendes Herausgebergremium der Gesamtreihe

Dr. Wolfgang Bandilla & Lars Kaczmirek, ZUMA
Prof. Dr. Bernad Batinic, Universität Linz
Prof. Dr. Gary Bente, Universität zu Köln
Prof. Dr. Nicola Döring, Technische Universität Ilmenau
Holger Geißler, psychonomics AG
Johannes Hercher, Rogator Software AG
Olaf Hofmann, Skopos GmbH
Dr. Uwe Matzat, Eindhoven University of Technology
Dr. Wolfgang Neubarth, TNS Infratest
Marc Smaluhn, Research now!
Ronald Zwartkruis, NetQuestionnairs AG

Geschäftsführender Reihenherausgeber
Dr. Martin Welker, Universität Leipzig

Inhalt

Vorwort	9
JAN SCHMIDT / MARTIN WELKER	12
Einleitung: Grundlagen und Methoden des Social Web	
I. WANDEL VON ÖFFENTLICHKEITEN UND KOMMUNIKATIONSFORMEN	
JAN SCHMIDT	18
Was ist neu am Social Web? Soziologische und kommunikationswissenschaftliche Grundlagen	
HANS-JÜRGEN BUCHER / SEBASTIAN ERLHOFER / KERSTIN KALLASS / WOLF-ANDREAS LIEBERT	41
Netzwerkkommunikation und Internet-Diskurse: Grundlagen eines netzwerkorientierten Kommunikationsbegriffs	
KLAUS BECK	62
Neue Medien – alte Probleme? Blogs aus medien- und kommunikationsethischer Sicht	
JAN DIRK ROGGENKAMP	78
Rechtliche Verantwortlichkeit im Social Web	
SEBASTIAN HOLLER / SVEN VOLNHALS / THORSTEN FAAS	94
Focal Points und Journalisten – Bedingungen für den Einfluss der Blogosphäre?	
ROMAN SCHNEIDER	112
Web 3.0 ante portas? Integration von Social Web und Semantic Web	

II. AKTIVE REZIPIENTEN UND NUTZUNG IM SOCIAL WEB

MARIA GERHARDS / WALTER KLINGLER / THILO TRUMP	129
Das Social Web aus Rezipientensicht: Motivation, Nutzung und Nutzertypen	
DENNIS MOCIGEMBA	149
Personality Prototyping. Identitätsexperimente auf der Bühne Podcast	
ACHIM LAUBER / ULRIKE WAGNER	168
Podcasts und Internetradio – Wie sich Jugendliche und junge Erwachsene die neuen Medien zwischen Radio und Internet aneignen	
CHRISTIAN STEGBAUER / ELISABETH BAUER	186
Nutzerkarrieren in <i>Wikipedia</i>	
LEONARD REINECKE / SABINE TREPTE	205
Privatsphäre 2.0: Konzepte von Privatheit, Intimsphäre und Werten im Umgang mit ›user-generated-content‹	

III. DAS SOCIAL WEB ALS FORSCHUNGSMETHODIK

JOACHIM SCHOLZ	229
Forschen mit dem Web 2.0 – eher Pflicht als Kür	
MICHAEL SCHENK / MONIKA TADDICKEN /	243
MARTIN WELKER	
Web 2.0 als Chance für die Markt- und Sozialforschung?	
ALEXANDER MEHLER / TILMANN SUTTER	267
Interaktive Textproduktion in Wiki-basierten Kommunikationssystemen	

ANDREAS HARRER / NICOLE KRÄMER / SAM ZEINI / NINA HAVERKAMP	301
Ergebnisse und Fragestellungen aus Psychologie und Informatik zur Analyse von Interaktionen in Online-Communities und Potenziale interdisziplinärer Forschung	
SUSANNE KRAUSS	327
Weblogs als soziale Netzwerke: Eine qualitative Beziehungsanalyse	
CLAUDIA MÜLLER	348
Analyse der Wissenskommunikation in Wiki-basierten Netzwerken	
ANDERA GADEIB	370
Online-Marktforschung der zweiten Generation am Beispiel <i>MindVoyager</i> : Eine interaktive Reise durch die Gedankenwelt der Konsumenten	
Autoren und Herausgeber	391