

Inhaltsverzeichnis

Einführung

- Jens Wolling, Andreas Will und Christina Schumann*
Medieninnovationen als Forschungsfeld 11

Teil 1 Medieninnovationen im Journalismus

- Lars Rinsdorf*
Kooperation: Fluch oder Segen? Auswirkungen eines
gemeinsamen Newsdesk auf Qualität und Vielfalt der
Berichterstattung 25

- Bernd Blöbaum, Annika Kutscha, Sophie Bonk und Anne
Karthaus*
Immer mehr und immer schneller – Journalistische
Handlungen in innovativen Redaktionsstrukturen 43

- Stefan Bosshart und Philomen Schönbagen*
Kollaborative Nachrichtenproduktion durch Laien:
Was leistet der sogenannte Citizen Journalism im Internet? 61

- Colin Porlezga, Stephan Russ-Mohl und Marta Zanichelli*
Fehler über Fehler ... Berichterstattungsirrtümer
und Corrections Management in Tageszeitungen im
internationalen Vergleich 83

Teil 2 Medieninnovationen für die politische Kommunikation

Alexander Haas und Hans-Bernd Brosius
Interpersonal-öffentliche Kommunikation in
Diskussionsforen: Strukturelle Äquivalenz zur
Alltagskommunikation? 103

Daniel Heine und Ansgar Zerfaß
Regieren im Social Web – Eine experimentelle Studie
zur Rezeption innovativer Elemente der
Regierungskommunikation im Internet 121

Uta Rußmann
Web-Wahlkampf in Deutschland und Österreich 137

Teil 3 Herausforderungen für Medienregulierung und Medienpädagogik

*Susanne Fengler, Tobias Eberwein, Tanja Leppik-Bork,
Julia Lönnendonker und Judith Pies*
Medieninnovationen – Neue Chancen für die Medien-
selbstkontrolle? Erste Ergebnisse einer international
vergleichenden Studie 159

Imke Hoppe, Alexandra Neumann und Claudia Staats
„Mein Laptop gehört mir!“ Eine empirische Studie zu
Laptops im Alltag von Schülerinnen und Schülern 177

Teil 4 Medieninnovationen und Medienökonomie

Christopher Buschow, Catherina Dürrenberg und Carsten Winter
Change Management in Tageszeitungsredaktionen 195

<i>Pamela Przybylski</i>	
Innovative Interaktionsstrukturen?	
Die Fernsehwirtschaft in der digitalen Welt	211

<i>Katrin Tobies</i>	
Innovationskommunikation im Raum – Bedeutung und Herausforderungen für Technologieunternehmen	229

Teil 5 Nutzer und Nutzungsweisen

<i>Nina Springer</i>	
Suche Meinung, biete Dialog? Warum Leser die Kommentarfunktion auf Nachrichtenportalen nutzen	247

<i>Timmy Hack und Christina Schumann</i>	
Die Diffusion von Online-Videos im Rahmen viraler Kommunikation: Eine empirische Analyse zu einem innovativen Kommunikationsweg	265

<i>Olaf Jandura und Lena Ziegler</i>	
Wer nutzt Fernsehen zeitversetzt? Eine repräsentative Umfrage zur Nutzung und den Determinanten der Nutzung zeitversetzten Fernsehens in Deutschland	285

<i>Ursula Hüsig</i>	
Der digitale Festplattenrekorder im Domestizierungsprozess: Aneignungsweisen einer neuen Medientechnologie	301

Teil 6 Auswirkungen auf soziale Beziehungen

<i>Monika Taddicken und Michael Schenk</i>	
Selbstoffenbarung und Privatsphäre im Social Web	319

<i>Christine Uzler und Michael Schenk</i>	
Wandel der Struktur persönlicher Netzwerke durch die Web-2.0-Nutzung?	333

<i>Sandra Pöschl und Nicola Döring</i> Die Handhabung mobiler Erreichbarkeit – Experimentelle Überprüfung eines interdependenz- und persönlichkeitstheoretischen Modells	349
---	-----

Teil 7 Medieninnovationen im theoretischen Diskurs

<i>Martina Thiele</i> Medienmanifeste als Reaktionen auf Medieninnovationen	371
--	-----

<i>Friederike Schultz und Stefan Wehmeier</i> Medieninnovationskommunikationen in Wissenschaft und Kommunikationsberatung: Zur Konstruktion und Bedeutung von Online Relations	391
---	-----

<i>Cornelia Wallner und Marian Adolf</i> Zur Erklärungskraft von Öffentlichkeitstheorien für Kommunikationsinnovationen – Eine Metastudie zu klassischen Öffentlichkeitstheorien	409
---	-----

<i>Jakob Jünger</i> Aktiv, interaktiv, hyperaktiv? Nutzerkonzeptionen in Diskursen zu medientechnischen Innovationen	427
--	-----

Autorenverzeichnis	445
---------------------------	-----