

Inhalt

*Martin Emmer, Alexander Filipović, Jan-Hinrik Schmidt,
Ingrid Stapf*
Einleitung 9

A Begriff und Relevanz von Authentizität

Matthias Rath
Authentizität als Eigensein und Konstruktion –
Überlegungen zur Wahrhaftigkeit in der
computervermittelten Kommunikation 16

Christian Schicha
Alles echt? Bewertungsmaßstäbe der Authentizität als
normative Kategorie direkter, visueller und virtueller Kommunikation 28

Rüdiger Funiok, Anna-Maria Dittrich
Authentizität und Wahrhaftigkeit –
zwei Tugenden des öffentlichen Raums..... 40

Claudia Paganini
Authentizität als Schlüssel zu einer zeitgemäßen Internetethik?..... 51

B Herausforderungen der Online-Kommunikation für die Authentizität

Christoph Gieseler
Klarnamenpflichten vs. Anonymität im Internet:
Das Grundrecht auf Nichtidentifizierung 62

Mark Dang-Anh, Jessica Einspänner, Caja Thimm
Die Macht der Algorithmen – Selektive Distribution in Twitter 74

Nele Heise
‘Doing it for real‘ – Authentizität als eine
kommunikationsethische Grundlage onlinebasierter Forschung..... 88

<i>Michael Nagenborg</i> Widerstand im Zeichen der Maske: Anonymous, Hackerethik(en) und die Frage nach dem Subjekt im Zeitalter digitaler Identitäten.....	110
<i>Kerstin Thummes</i> Die Notwendigkeit schützender Täuschungen in der Online-Kommunikation.....	121
C Empirische Befunde zur Authentizität in der Online-Kommunikation	
<i>Sabina Misoch</i> Sind visuelle Selbstoffenbarungen im Netz immer authentisch?.....	136
<i>Wolfgang Reißmann</i> Jugendliche zwischen Person und Figur: „Medienperson“ als Persona-Typ im „Real-People“-Genre Netzwerkplattform	155
<i>Sonja Utz, Friederike Schultz</i> Authentizität im Online-Reputationsmanagement.....	169
<i>Axel Maireder, Julian Ausserhofer</i> Identitätsmanagement beim ‚Sharing‘ in Social Network Services.....	182
<i>Anabel Ternès, Philipp Prigge</i> Glaubwürdigkeit zählt. Die Wirkung der Selbstdarstellung von Politikern in Facebook-Profilen in Bezug auf Authentizität.....	195
Autorinnen und Autoren	207