

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

Michael Nagenborg
Widerstand im Zeichen der Maske: Anonymous, Hackerethik(en)
und die Frage nach dem Subjekt im Zeitalter digitaler Identitäten 110

Kerstin Thummes
Die Notwendigkeit schützender Täuschungen in der
Online-Kommunikation 121

C Empirische Befunde zur Authentizität in der Online-Kommunikation

Sabina Misoch
Sind visuelle Selbstoffenbarungen im Netz immer authentisch?..... 136

Wolfgang Reißmann
Jugendliche zwischen Person und Figur: „Medienperson“ als
Persona-Typ im „Real-People“-Genre Netzwerkplattform 155

Sonja Utz, Friederike Schultz
Authentizität im Online-Reputationsmanagement..... 169

Axel Maireder, Julian Ausserhofer
Identitätsmanagement beim ‚Sharing‘ in Social Network Services..... 182

Anabel Ternès, Philipp Prigge
Glaubwürdigkeit zählt. Die Wirkung der Selbstdarstellung von
Politikern in Facebook-Profilen in Bezug auf Authentizität..... 195

Autorinnen und Autoren 207