

Inhalt

Einführung

<i>Oliver Hahn, Ralf Hobfeld und Thomas Knieper</i> Digitale Öffentlichkeit – Digitale Öffentlichkeiten	11
--	----

Teil 1 Digitale Interaktionen und Diskurse: Folgen für die Öffentlichkeitsentstehung

<i>Christoph Neuberger</i> Interaktionsmodi und Medienwandel	21
---	----

<i>Uwe Hasebrink</i> Kommunikationsrepertoires und digitale Öffentlichkeiten	35
---	----

<i>Marian Adolf</i> Öffentliche Kommunikation und kommunikative Öffentlichkeiten. Zur Konstitution von Öffentlichkeit im Zeitalter der digitalen Medien	51
--	----

<i>Christian Pentzold und Claudia Fraas</i> Framing Big Data: Methode und Ergebnisse einer multimodalen, transmedialen Diskursanalyse der Handygate-Affäre 2011	65
--	----

Christian Strippel und Martin Emmer

Proxy-Logfile-Analyse: Möglichkeiten und Grenzen der automatisierten Messung individueller Online-Nutzung

85

Teil 2 Digitaler Wandel des Journalismus: Herausforderungen und Perspektiven

Tobias Eberwein

Journalistisches Erzählen im Wandel. Ergebnisse einer Mehrmethodenstudie

107

Cornelia Wolf

Zwischen Imitation und Innovation – Anwendungsoptionen und redaktionelle Aneignung von Apps im Journalismus

121

Alexander Godulla

Mehr als lousy pennies? Etablierte vs. alternative Geschäftsmodelle im Online-Journalismus

135

Corinna Oschatz, Marcus Maurer und Jörg Haßler

Klimawandel im Netz: Die Digitalisierung von Informationskanälen und ihre Folgen für die Öffentlichkeit

149

Michael Brüggemann und Sven Engesser

Skeptiker müssen draußen bleiben: Weblogs und Klimajournalismus

165

Daniel Klenke und Stefan Meier

„Through My Eye, Not Hipstamatic’s“: Befunde und Hypothesen zu (digitalen) Ästhetisierungspraktiken in der aktuellen fotojournalistischen Kriegsberichterstattung

183

Teil 3	Neue Formen und Formate der Online-Kommunikation im privaten und öffentlichen Raum	
	<i>Pepe Strathoff und Christoph Lutz</i> Gemeinschaft schlägt Gesellschaft – Die vermeintliche Paradoxie des Privaten	203
	<i>Bernadette Kneidinger</i> „Social TV“ als Tor zu digitalen Öffentlichkeiten. Virtuelle Fernsehgespräche und Vergemeinschaftung durch Second Screens	217
	<i>Axel Maireder und Stephan Schlögl</i> Identifikation, Messung und Interpretation von Twitter-Öffentlichkeiten am Beispiel der Europawahlen 2014	231
	<i>Marc Ziegele, Timo Breiner und Oliver Quiring</i> Nutzerkommentare oder Nachrichteninhalte – Was stimuliert Anschlusskommunikation auf Nachrichtenportalen?	249
	<i>Cornelia Brantner und Katharina Lobinger</i> „Weil das absolute Poserbilder sind!“ Die Wahrnehmung expressiver Authentizität digitaler Selbstbilder und Selfies	267
	Autorinnen und Autoren	285