

Inhalt

Vorwort	9
Zeittafel Meilensteine in der Entwicklung des Internets	11
1 Was Sie vorher wissen sollten	17
2 Einführung in Theorien, Forschungsschwerpunkte und Methoden	19
3 Internet: Infrastruktur, Lebenswelt und Medium	37
3.1 Das Internet als Lebenswelt und Kulturraum	38
3.2 Das Internet als Medium	39
3.3 Soziale Medien	43
3.4 Veränderungen in der Rezeption	45
3.5 Medientheoretische Charakterisierungen des Internets ...	46
4 Technische, ökonomische und kulturelle Rahmenbedingungen .	49
4.1 Netzwerkstrukturen des Internets	50
4.2 Ursprüngliche technische Voraussetzungen und Funktionsweisen des Internets	51
4.3 Ökonomische Rahmenbedingungen des Internets	52
4.4 Geschäftsmodelle der sozialen Medien	55
4.5 Plattform-Paradigma	56
4.6 Geschäftsmodelle des Datenhandels	57
4.7 Entwicklung von Geschäftsmodellen	58
4.8 Aspekte der Regulierung	60
4.9 Amateur:innenkultur als Gegenbewegung zur Ökonomisierung	61
5 Historische Entwicklung des Internets	65
5.1 Wunschkonstellation und Konzeptphase des Internets ...	65

5.2	Erprobungsphase	67
5.3	Frühphase der Angebotsentwicklung	68
5.4	Durchsetzungsphase: Institutionalisierung und Ausdifferenzierung der Angebote	69
5.5	Etablierungsphase	71
5.6	Die Mobilisierung des Internets	76
5.7	Entwicklung sozialer Medien	77
5.8	Entwicklungen des Plattform-Paradigmas	80
5.9	Bisherige und aktuelle Veränderungen	83
6	Ästhetik und Design des Internets	87
6.1	Medienhistorische Vorbilder der Internetästhetik	88
6.2	Einflüsse von Medienkunst, Netzkunst und digitaler Bildästhetik	89
6.3	Webdesign	92
6.4	Metamorphosen des Webdesigns	93
6.5	Seitenstruktur	94
6.6	Grafische Gestaltungselemente	97
6.7	Darstellungskomponenten des Textdesigns	98
6.8	Ästhetik der Onlinewerbung	100
6.9	Nutzungsorientierte Kategorisierungsansätze	101
6.10	Bewegtbildästhetik	102
6.11	Medienhistorische Vorbilder der Bewegtbildästhetik	104
6.12	Sound	105
7	Ordnungsmodelle des Internets	109
7.1	Das Dispositiv Internet	109
7.2	Technische Strukturmodelle	111
7.3	Ordnungsmodelle Hypertext und Hypermedia	113
7.4	Modelle der Selektion und Anordnung von Inhalten	114
7.5	Ordnungsmodelle von Intermediären	115
7.6	Distributionsmodelle: Plattformen	117
7.7	Algorithmen als Grundlage von Angebotsplanung und Empfehlung	118
7.8	Raummodelle und ihre kulturhistorischen Vorbilder	119
7.9	Spielräume	121
7.10	Sprachliche Steuerungselemente	122

7.11	Orientierungsangebote im Internet	124
7.12	Suchmaschinen	124
8	Angebotsschwerpunkte Information, Dokumentation, Wissen . .	131
8.1	Angebotschwerpunkt Information	132
8.2	Angebotsformen des Onlinejournalismus	133
8.3	Strukturen des Onlinejournalismus	135
8.4	Digital Storytelling als transmediale Informationsvermittlung	137
8.5	Newsgames	137
8.6	Blogs als Mischform zwischen Journalismus und Tagebuch	138
8.7	Angebotsschwerpunkt Selbstdarstellung	139
8.8	Angebotsschwerpunkt Dokumentation	141
8.9	Angebotsschwerpunkt Wissen	142
9	Angebotsschwerpunkt Kultur: Grenzgänge zwischen Fakten, Fiktion, Literatur, Theater, Kunst	147
9.1	Grenzgänge zwischen Fakten und Fiktion	148
9.2	Netzliteratur	150
9.3	Netztheater	152
9.4	Webserien als additive Erzählformen	153
9.5	Fiktionale Spielfilme	154
9.6	Intermediale Videogenres	155
9.7	Netzkunst	156
9.8	Webcomics	158
10	Angebotsschwerpunkt Unterhaltung	161
10.1	Stars als personalisierte Unterhaltungsangebote	162
10.2	Musikvideos	164
10.3	Comedy	165
10.4	Transmediale Unterhaltung	166
10.5	Online-Video-Genres des Amateur:innenfilms	167
10.6	Onlinepornografie	168
10.7	Onlinespiele	169
10.8	Let's-Play-Videos	169
10.9	Sport	170

11	Angebotsschwerpunkte Werbung, PR, politische Kommunikation	175
11.1	Influencer:innen-Marketing	177
11.2	PR	179
11.3	Politische Kommunikation	179
12	Nutzungs- und Wirkungspotenziale des Internets	183
12.1	Veränderungen der Netznutzung	184
12.2	We the Media – individuelle Medienproduktion im Internet	186
12.3	Erscheinungsformen der virtuellen Identitätskonstruktion	188
12.4	Aspekte der Wirkung: Das Internet als Öffentlichkeitsraum der digitalen Gesellschaft?	188
12.5	Politische Wirkungspotenziale	190
12.6	Veränderungen von Mediensystemen	191
12.7	Das Internet als Medium der Wissensgesellschaft	193
12.8	Ökonomische Veränderungen	195
12.9	Digitale Kultur	195
12.10	Probleme der Globalisierung	197
12.11	Konflikt- und Problempotenziale des Internets	198
12.12	Herausforderungen an die Medienethik	199
12.13	Onlinekriminalität	200
13	Fazit	205
	Literaturverzeichnis	207
	Register	225