

NEUE SCHRIFTEN ZUR ONLINE-FORSCHUNG

Ansgar Zerfaß / Martin Welker / Jan Schmidt (Hrsg.)

Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web

Grundlagen und Methoden:
Von der Gesellschaft zum Individuum

Herbert von Halem Verlag

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Ansgar Zerfaß / Martin Welker / Jan Schmidt (Hrsg.):
Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web.
Grundlagen und Methoden: Von der Gesellschaft zum Individuum
Neue Schriften zur Online-Forschung, 2
Köln : Halem, 2008

Die Reihe *Neue Schriften zur Online-Forschung* wird herausgegeben von der Deutschen Gesellschaft für Online-Forschung (DGOF) e.V.

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten.
Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2008 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISSN 1865-2638
ISBN 978-3-938258-66-8

<http://www.halem-verlag.de>

E-Mail: info@halem-verlag.de

SATZ: Herbert von Halem Verlag
DRUCK: FINDR, s.r.o. (Tschechische Republik)
GESTALTUNG: Herbert von Halem und Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf
Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.
Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

Neue Schriften zur Online-Forschung

hrsg. von der Deutschen Gesellschaft für Online-Forschung e.V. (DGOeF)

Beratendes Herausbergremium der Gesamtreihe

Dr. Wolfgang Bandilla & Lars Kaczmirek, ZUMA
Prof. Dr. Bernad Batinic, Universität Linz
Prof. Dr. Gary Bente, Universität zu Köln
Prof. Dr. Nicola Döring, Technische Universität Ilmenau
Holger Geißler, psychonomics AG
Johannes Hercher, Rogator Software AG
Olaf Hofmann, Skopos GmbH
Dr. Uwe Matzat, Eindhoven University of Technology
Dr. Wolfgang Neubarth, TNS Infratest
Marc Smaluhn, Research NOW!
Ronald Zwartkruis, NetQuestionnaires AG

Geschäftsführender Reihenherausgeber
Dr. Martin Welker, Universität Leipzig

Inhalt

Vorwort	9
JAN SCHMIDT / MARTIN WELKER	12
Einleitung: Grundlagen und Methoden des Social Web	
I. WANDEL VON ÖFFENTLICHKEITEN UND KOMMUNIKATIONSFORMEN	
JAN SCHMIDT	18
Was ist neu am Social Web? Soziologische und kommunikationswissenschaftliche Grundlagen	
HANS-JÜRGEN BUCHER / SEBASTIAN ERLHOFER / KERSTIN KALLASS / WOLF-ANDREAS LIEBERT	41
Netzwerkkommunikation und Internet-Diskurse: Grundlagen eines netzwerkorientierten Kommunikationsbegriffs	
KLAUS BECK	62
Neue Medien – alte Probleme? Blogs aus medien- und kommunikationsethischer Sicht	
JAN DIRK ROGGENKAMP	78
Rechtliche Verantwortlichkeit im Social Web	
SEBASTIAN HOLLER / SVEN VOLLNHALS / THORSTEN FAAS	94
Focal Points und Journalisten – Bedingungen für den Einfluss der Blogosphäre?	
ROMAN SCHNEIDER	112
Web 3.0 ante portas? Integration von Social Web und Semantic Web	

II. AKTIVE REZIPIENTEN UND NUTZUNG IM SOCIAL WEB

- MARIA GERHARDS / WALTER KLINGLER / THILO TRUMP 129
Das Social Web aus Rezipientensicht:
Motivation, Nutzung und Nutzertypen
- DENNIS MOCIGEMBA 149
Personality Prototyping.
Identitätsexperimente auf der Bühne Podcast
- ACHIM LAUBER / ULRIKE WAGNER 168
Podcasts und Internetradio –
Wie sich Jugendliche und junge Erwachsene die
neuen Medien zwischen Radio und Internet aneignen
- CHRISTIAN STEGBAUER / ELISABETH BAUER 186
Nutzerkarrieren in *Wikipedia*
- LEONARD REINECKE / SABINE TREPTE 205
Privatsphäre 2.0: Konzepte von Privatheit, Intimsphäre
und Werten im Umgang mit ›user-generated-content‹

III. DAS SOCIAL WEB ALS FORSCHUNGSINSTRUMENT

- JOACHIM SCHOLZ 229
Forschen mit dem Web 2.0 – eher Pflicht als Kür
- MICHAEL SCHENK / MONIKA TADDICKEN /
MARTIN WELKER 243
Web 2.0 als Chance für die Markt- und Sozialforschung?
- ALEXANDER MEHLER / TILMANN SUTTER 267
Interaktive Textproduktion in Wiki-basierten
Kommunikationssystemen

ANDREAS HARRER / NICOLE KRÄMER / SAM ZEINI / NINA HAFERKAMP Ergebnisse und Fragestellungen aus Psychologie und Informatik zur Analyse von Interaktionen in Online-Communities und Potenziale interdisziplinärer Forschung	301
SUSANNE KRAUSS Weblogs als soziale Netzwerke: Eine qualitative Beziehungsanalyse	327
CLAUDIA MÜLLER Analyse der Wissenskommunikation in Wiki-basierten Netzwerken	348
ANDERA GADEIB Online-Marktforschung der zweiten Generation am Beispiel <i>MindVoyager</i> : Eine interaktive Reise durch die Gedankenwelt der Konsumenten	370
Autoren und Herausgeber	391