

Jan Schmidt
Das neue Netz

Jan Schmidt

Das neue Netz

Merkmale, Praktiken und
Folgen des Web 2.0

2., überarbeitete Auflage

HERBERT VON HALEM VERLAG

Diese Publikation wurde gefördert von der Deutschen Forschungsgesellschaft.

Weblog zum Buch: www.dasneuenetz.de

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.

Jan Schmidt

Das neue Netz.

Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0

Köln: Halem, 2017

ISBN 978-3-7445-0459-1

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.

© 2017 Herbert von Halem Verlag, Köln

Zuerst erschienen im UVK Verlag, Konstanz, 2011 (978-3-86764-343-6)

1. Auflage 2009

2. Auflage 2011

Herbert von Halem Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG

Schanzenstr. 22, 51063 Köln

Tel.: +49(0)221-92 58 29 0

E-Mail: info@halem-verlag.de

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

Inhalt

Vorwort zur 2. Auflage	7
1 Einleitung	11
2 Das neue Netz: Entwicklung und Dienste	13
2.1 Die Geschichte(n) des Web 2.0	13
2.2 Gattungen und Angebote	25
2.2.1 Plattformen	25
2.2.2 Personal Publishing	26
2.2.3 Wikis.....	27
2.2.4 Instant Messaging	28
2.2.5 Werkzeuge des Informationsmanagements.....	29
2.3 Verbreitung und Nutzung: Zur Datenlage	30
2.4 Fazit: Jenseits der Anwendungen	39
3 Zur Analyse von Nutzungspraktiken	41
3.1 Theoretische Grundlagen und Bezugspunkte	41
3.2 Rahmen und Rahmung	49
3.2.1 Regeln	51
3.2.2 Relationen.....	56
3.2.3 Code	63
4 Komponenten von Social-Web-Praktiken	73
4.1 Identitätsmanagement	76
4.2 Beziehungsmanagement.....	86
4.3 Informationsmanagement.....	96
4.4 Fazit: Drei zentrale Social-Web-Praktiken.....	105
5 Persönliche Öffentlichkeiten und Privatsphäre	107
5.1 Die Struktur(ierung) persönlicher Öffentlichkeiten	108
5.2 Zur Regulierung von Privatsphäre im Social Web	116
5.3 Fazit: Der Stellenwert persönlicher Öffentlichkeiten	132
6 Erweiterung professionell hergestellter Öffentlichkeiten	135
6.1 Journalismus: Die Konvergenz von Publikation und Konversation.....	136
6.2 Politische Kommunikation und Teilhabe	155
6.3 Fazit: Komplementarität statt revolutionäre Brüche.....	167

7	Der Umgang mit Informationen und Wissen	169
7.1	Tagging und Folksonomies	169
7.2	Wikipedia	175
7.3	Fazit: Praktiken des Informationsmanagements.....	186
8	Ausblick: Zur Kritik des neuen Netzes	189
	Abbildungen und Tabellen.....	195
	Literatur	197