

Inhalt

Vorwort.....	5
1 Einführung: „Interaktive Medien“: Von den Entwicklungen des Fernsehens und des Computers als Kommunikationsmedium.....	7
2 Kommunikation im „Cyberspace“ – eine erste Annäherung.....	25
3 Computerrahmen I: Der Umgang mit medialen Restriktionen	37
3.1 Zum Begriff des Rahmens	37
3.2 Entkontextualisierung und mediatisierte Beziehungen	42
3.3 Egalisierung und „Enthemmung“.....	48
3.4 Virtualisierung, Imagination und Medienidentität	54
3.5 Computerrahmen und Kommunikationsregeln	61
3.6 Exkurs: Computerrahmen und „virtuelle Gemeinschaften“.....	65
4 Computerrahmen II: Multimedialität als multiple Rahmen.....	75
4.1 Der Computer als Hybridmedium	75
4.2 „Interaktivität“ und mediale Interaktionen.....	84
4.3 Nutzungsdimensionen und der bedeutungsvolle Platz des Computers im Alltag	94
4.4 Zur Konstitution von Computerrahmen oder: Was machen die Menschen mit dem Medium?	107

5 Die Analyse der Online-Aktivität einer Tageszeitung im Rahmen einer Fallstudie	119
5.1 Methodisches Vorgehen und erkenntnistheoretische Erwartungen	119
5.2 Entstehung und Entwicklung von „Augsburg Newsline“	126
5.3 Angebote und Nutzungsoptionen von „Augsburg Newsline“.....	135
6 Kommunikative Einbindung und die Nutzung des Computers als Hybridmedium – empirische Befunde.....	149
6.1 Uses and Gratifications „interaktiver“ Medien – zum Stand der Forschung	149
6.2 Der Computer im Alltag der Nutzer.....	159
6.2.1 Technikorientierter Lebensstil	159
6.2.2 Image der Unentbehrlichkeit	165
6.2.3 Mediale Bedeutungszuschreibungen.....	170
6.3 Nutzungsmuster und Kommunikationsabsichten.....	176
6.3.1 Angebote der Zeitungsmailbox und deren Nutzung	176
6.3.2 Online-„Chat“ und die Teilnahme an elektronischen Foren	181
6.3.3 Soziodemographische Hinweise auf Nutzungspräferenzen	198
6.3.4 Gratifikationsdimensionen	202
6.4 Zusammenfassung	216
7 Die soziale und lokale Dimension computervermittelter Kommunikation: Einige abschließende Bemerkungen	223
8 Literatur	235