

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 Newslin“	126
5.3 Angebote und Nutzungsoptionen von „Augsburg Newslin“	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