
Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Besonderheiten der sozialen Medien und des Web 2.0	3
	Literatur.	7
3	Kommunikationsmodelle	9
3.1	Kommunikation	10
3.2	Encoder-/Decoder-Modell	17
3.3	Kommunikationsmodell nach Shannon und Weaver	22
3.4	Kommunikationsmodell nach Badura	25
3.5	Axiome der Kommunikation nach Watzlawick	30
3.6	Modell der Perspektivenübernahme.	33
3.7	Feldschema der Massenkommunikation	34
3.8	Modell der elektronisch mediatisierter Gemeinschaftskommunikation	37
3.9	Kommunikationsmodell für die Internetöffentlichkeit	39
	Literatur.	42
4	Soziologische Kommunikationstheorien	45
4.1	Die Theorie des Symbolischer Interaktionismus	45
4.2	Die Theorie des kommunikativen Handelns	51
4.3	Systemtheorie von Niklas Luhmann	54
	Literatur.	59

5	Medienpsychologische Modelle der computervermittelten Kommunikation	61
5.1	Hyperpersonal Model.	64
5.2	Social Identity Model of Deindividuation oder SIDE-Model.	66
5.3	Selbstoffenbarung und Selbstdarstellung.	68
5.4	Soziale Beziehungen in den sozialen Medien	70
5.5	Theorie der kognitiven Dissonanz	71
5.6	Theorie des sozialen Vergleichs.	73
	Literatur.	75
6	Modelle und Theorien der Wirkungsforschung.	77
6.1	Wirkungsmodelle.	77
6.1.1	Das Stimulus-Response-Modell.	77
6.1.2	Das Stimulus-Organismus-Response- Modell	79
6.1.3	Uses & Gratification-Ansatz oder Nutzenansatz von Blumler und Katz	82
6.1.4	Uses & Effects-Modell.	85
6.1.5	Transaktionsaktionale Modelle	86
6.2	Das Zwei-Stufen-Fluss-Modell von Lazarsfeld. . .	90
6.3	Schweigespirale von Noelle-Neumann	94
6.4	Modell der Informationsdiffusion	100
6.5	Agenda-Setting-Modell	102
6.6	Framing	108
6.7	Priming.	111
	Literatur.	113