

## Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis .....	11
Tabellenverzeichnis.....	12
1 Einleitung .....	13
THEORETISCHER TEIL.....	19
2 Online-Kommunikation .....	21
2.1 Internet und World Wide Web.....	22
2.2 Internetnutzung in Deutschland .....	24
2.2.1 Anwendungen und Inhalte der Internetnutzung .....	26
2.2.2 Nutzungsgründe und Funktionen .....	28
2.3 Spektrum online vermittelter Kommunikation.....	30
2.4 Angebote und deren Abgrenzung.....	32
2.4.1 Technische Strukturen.....	33
2.4.2 Inhalte .....	34
2.4.3 Akteure.....	36
2.4.4 Mehrdimensionale Unterscheidungen .....	37
2.5 Konvergenzphänomene.....	39
2.5.1 Endgeräte.....	39
2.5.2 Angebote .....	41
2.5.3 Nutzung .....	42
2.6 Zwischenfazit .....	43
3 Informationsorientierte Mediennutzung.....	45
3.1 Der Nutzen- und Belohnungsansatz .....	45
3.2 Nutzungsmotive und intermediäre Konkurrenz .....	49
3.3 Mediennutzung zur Information.....	54
3.4 Zwischenfazit .....	58

4	Kommunikation und Medien.....	61
4.1	Annäherung an den Kommunikationsbegriff .....	62
4.2	Massenkommunikation und Massenmedien .....	63
4.3	Interpersonale Kommunikation .....	70
4.4	Konvergierende Kommunikationsräume .....	73
4.4.1	Individualisierte Massen- & öffentliche private Komm.....	74
4.4.2	Verortung von Online-Kommunikation .....	77
4.4.3	Exkurs: Juristische Perspektive .....	79
4.5	Zwischenfazit .....	82
5	Das Konzept der Kommunikationsmodi .....	85
5.1	Grundprinzipien der Kommunikationsmodi .....	86
5.1.1	Nutzerorientierte Perspektive .....	87
5.1.2	Situationsabhängige Einschätzung .....	89
5.1.3	Dynamisch-transaktionales Denken.....	89
5.2	Kommunikationsmodus und Kommunikationsdienst .....	92
5.3	Positionierung im Kontext allgemeiner Mediennutzung.....	95
5.4	Beschreibungsmerkmale .....	100
5.5	Zwischenfazit .....	104
6	Kommunikationsmodi und ihre Identifizierung.....	107
6.1	Adaption des Konzepts .....	107
6.2	Informationsbedürfnisse.....	111
6.3	Forschungsleitende Fragestellungen und Annahmen .....	115
6.4	Konzeption der Studie .....	118
6.5	Überprüfung der forschungsleitenden Annahmen .....	120
	 EMPIRISCHER TEIL.....	121
7	Vorstudie: Identifikation der Beschreibungsdimensionen .....	123
7.1	Untersuchungsanlage der Vorstudie .....	123

---

7.1.1	Die Methode des Card Sortings.....	124
7.1.2	Kommunikative Handlungen als Stimulus.....	127
7.1.3	Stichprobe, Datenerhebung und Auswertung .....	131
7.2	Ergebnisse der Vorstudie .....	135
7.2.1	Eigene Nutzerrolle .....	135
7.2.2	Kommunikationspartner.....	137
7.2.3	Typus der Adressierung.....	138
7.2.4	Erreichte Empfänger.....	140
7.2.5	Zeitliche Distanz .....	141
7.3	Diskussion der Ergebnisse .....	142
7.3.1	Nutzerrolle – Was tue ich?.....	142
7.3.2	Kommunikationspartner – Mit wem kommuniziere ich?.	143
7.3.3	Adressaten – Wer ist angesprochen?.....	147
7.3.4	Empfänger – Wer wird erreicht? .....	148
7.3.5	Zeit – Wie nah sind sich Produktion und Rezeption? .....	153
7.4	Zusammenfassung .....	155
8	Hauptstudie: Informationsorientierte Kommunikationsmodi .....	157
8.1	Operationalisierung und Messinstrument.....	157
8.1.1	Kommunikationsmodus.....	158
8.1.2	Informationsbedürfnisse .....	161
8.2	Untersuchungsanlage der Hauptstudie.....	163
8.2.1	Reliabilität .....	164
8.2.2	Datenerhebung .....	165
8.2.3	Sample und Analyseeinheiten.....	166
8.2.4	Auswertungsbedingungen.....	166
9	Ergebnisse der Hauptstudie .....	169
9.1	Informationsbedürfnisbezogene Einzelmerkmale .....	170
9.1.1	Eigene Nutzerrolle .....	170

9.1.2	Kommunikationspartner.....	173
9.1.3	Publikum.....	176
9.1.4	Zeitliche Distanz .....	179
9.1.5	Einordnung und Diskussion der Einzelmerkmale.....	182
9.2	Identifikation von Kommunikationsmodi.....	186
9.2.1	Top 12 der Kommunikationsmodi .....	187
9.2.2	Typische Kommunikationsmodi .....	189
9.2.3	Typische informationsorientierte Kommunikationsmodi	191
9.3	Prototypische Kommunikationsmodi .....	196
9.3.1	Struktur prototypischer Kommunikationsmodi.....	197
9.3.2	Prototypische informationsorientierte Modi .....	204
9.4	Kommunikationsdienste.....	211
9.4.1	Häufig verwendete Kommunikationsdienste .....	211
9.4.2	Kommunikationsdienste und Kommunikationsmodi.....	212
9.5	Zusammenfassung der Ergebnisse .....	216
10	Diskussion und Forschungsausblick.....	223
10.1	Einordnung der empirischen Befunde .....	223
10.2	Theoretische und konzeptionelle Reflexionen.....	229
10.3	Anwendungsbereiche .....	231
10.3.1	Perspektiven für die Medienregulierung .....	232
10.3.2	Perspektiven für die Medienkompetenz .....	233
10.3.3	Perspektiven für die Medienwirkungsforschung .....	233
10.4	Resümee und Forschungsausblick .....	235
11	Literaturverzeichnis .....	239
ANHANG	.....	263
Erhebungsinstrument	.....	265
Tabellen und Diagramme	.....	269