

Udo Thiedeke (Hrsg.)

Soziologie des Cyberspace

Medien, Strukturen und Semantiken



VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN

Inhalt

Vorwort	9
--------------------------	----------

I Einleitung: Probleme einer Soziologie des Cyberspace

Udo Thiedeke

Wir Kosmopoliten: Einführung in eine Soziologie des Cyberspace	15
---	-----------

II Wirklichkeitsmedien: Ubiquität sozio-technischer Strukturen

Caja Thimm

Mediale Ubiquität und soziale Kommunikation	51
--	-----------

Holger Braun-Thürmann

Agenten im Cyberspace: Soziologische Theorieperspektiven auf die Interaktionen virtueller Kreaturen	70
--	-----------

Thomas Malsch

Kommunikationsbegriff und Agentengesellschaft: Überlegungen zu einer Soziologie des Cyberspace	97
---	-----------

III Grenzüberschreitungen: Semantiken der Virtualisierung

Udo Thiedeke

Cyberspace: Die Matrix der Erwartungen	121
---	------------

Joachim R. Höflich

Kommunikation im Cyberspace und der Wandel von Vermittlungskulturen: Zur Veränderung sozialer Arrangements mediatisierter Alltagskommunikation	144
---	------------

<i>Barbara Becker</i> unter Mitarbeit von <i>Christian Hüls</i> Zwischen Allmacht und Ohnmacht: Spielräume des "Ich" im Cyberspace	170
--	-----

<i>Christiane Funken</i> Female, Male, Neuter, Either: Gibt es ein Geschlecht im Cyberspace?	193
--	-----

IV Liebe und Partnerschaft

<i>Ulrike Landfester</i> Von der Liebe zur Konsenshalluzination: Virtuelle Passionen zwischen Brief und Cybersex	215
--	-----

<i>Nicola Döring</i> Wie verändern sich soziale Beziehungen durch Mobilkommunikation? Eine Analyse von Paar-, Familien- und Freundschaftsbeziehungen	240
--	-----

V Eigentum und Geld

<i>Udo Thiedeke</i> Drei - zwei - eins - download! Über die Schwierigkeit virtualisiertes Eigentum zu besitzen	283
--	-----

<i>Udo Thiedeke</i> Wer wird Millionär? Virtualisierungsprobleme des Geldes im Cyberspace	311
---	-----

VI Bildung und Wissen

<i>Winfried Marotzki und Arnd-Michael Nohl</i> Bildungstheoretische Dimensionen des Cyberspace	335
---	-----

<i>Svenja Möller</i> Wissen, was es ist! Die Bedeutung der Medienkompetenz für die Wissensnavigation im Cyberspace	355
---	-----

<i>Michaela Goll</i> Die Organisation von Wissen in vernetzten Unternehmen	380
---	-----

VII Macht und Einfluss

<i>Jeanette Hofmann und Marc Holitscher</i> Zur Beziehung von Macht und Technik im Internet	411
--	-----

<i>Hans Geser</i> Freiwillige Vereinigungen im Spannungsfeld konventioneller und neuer Medien	437
---	-----

<i>Gerit Götzenbrucker</i> Machtverschiebung im Cyberspace: Virtualisierte soziale Netzwerke als Ausgangspunkt innovativer Organisationsprozesse	464
--	-----

VIII Recht und Verfahren

<i>Franz C. Mayer</i> Völkerrecht und Cyberspace: Entgrenztes Recht und entgrenzte Medien	491
---	-----

<i>Michael Hutter</i> Die globale Regulierung des Internet Domain Name Systems: Fünf Lehren aus dem Fall der 'ICANN'	522
--	-----

<i>Gabriele Siegert und Karin Pühringer</i> Vertrauen ist der Anfang von Allem: Zur Relevanz des Vertrauens im Cyberspace	538
---	-----

Zusammenfassungen	565
Autoren und Autorinnen	576
Sachregister	583
Personenregister	594