



Zwanzig Jahre nach Beginn der gesellschaftlichen Verbreitung des Internets gewinnen Fragen nach der Authentizität der Online-Kommunikation neues Gewicht. Menschen können die Wahrheit und Echtheit persönlicher Selbstdarstellungen, der Beziehungen, der Informationen und der Kommunikation im Netz schwer beurteilen. Diese Probleme begegnen mittlerweile den meisten Menschen alltäglich. Kann Authentizität hier noch eine Maßgabe sein? Die Texte des medienethischen und kommunikationswissenschaftlichen Bandes erklären die Bedeutung der Authentizität, reflektieren philosophisch über aktuelle moralische Probleme und erforschen sozialwissenschaftlich die Empirie authentischer Kommunikation im Netz.

Martin Emmer / Alexander Filipovic / Jan-Hinrik Schmidt / Ingrid Stapf (Hrsg.)

Echtheit, Wahrheit, Ehrlichkeit

Authentizität in der Online-Kommunikation

2013, 208 Seiten
broschiert, € 24,95
ISBN 978-3-7799-3001-3

Aus dem Inhalt:

Begriff und Relevanz von Authentizität

Authentizität als Eigensein und Konstruktion – Überlegungen zur Wahrhaftigkeit in der computervermittelten Kommunikation
Alles echt? Bewertungsmaßstäbe der Authentizität als normative Kategorie direkter, visueller und virtueller Kommunikation
Authentizität und Wahrhaftigkeit – zwei Tugenden des öffentlichen Raums
Authentizität als Schlüssel zu einer zeitgemäßen Internetethik?

Herausforderungen der Online-Kommunikation für die Authentizität

Klarnamenpflichten vs. Anonymität im Internet: Das Grundrecht auf Nichtidentifizierung
Die Macht der Algorithmen – Selektive Distribution in Twitter
'Doing it for real' – Authentizität als eine kommunikationsethische Grundlage onlinebasierter Forschung
Widerstand im Zeichen der Maske: Anonymous, Hackerethik(en) und die Frage nach dem Subjekt im Zeitalter digitaler Identitäten
Die Notwendigkeit schützender Täuschungen in der Online-Kommunikation

Empirische Befunde zur Authentizität in der Online-Kommunikation

Sind visuelle Selbstverbarungen im Netz immer authentisch?
Jugendliche zwischen Person und Figur, „Medienperson“ als Persona-Typ im „Real-People“-Genre Netzwerkplattform
Authentizität im Online-Reputationsmanagement
Identitätsmanagement beim „Sharing“ in Social Network Services
Glaubwürdigkeit zählt. Die Wirkung der Selbstdarstellung von Politikern in Facebook-Profilen in Bezug auf Authentizität



Bestellcoupon

Ich/wir bestellen von Beltz Juventa

___ Expl. Martin Emmer / Alexander Filipović / Jan-Hinrik Schmidt / Ingrid Stapf (Hrsg.)
Echtheit, Wahrheit, Ehrlichkeit
Leistungsorientierte Vergütung in der Wissenschaft
€ 24,95; ISBN 978-3-7799-3001-3

Bitte senden Sie mir regelmäßig Informationen über neue Beltz Juventa-Bücher per E-Mail

Meine Anschrift:
.....
.....

E-Mail:

X
Datum/Unterschrift

Mit Beiträgen von:

- Julian Ausserhofer
- Mark Dang-Anh
- Anna-Maria Dittrich
- Jessica Einspänner
- Martin Emmer
- Alexander Filipović
- Rüdiger Funiok SJ
- Christoph Gieseler
- Nele Heise
- Axel Maireder
- Sabina Misoch
- Michael Nagenborg
- Claudia Paganini
- Philipp Prigge
- Matthias Rath
- Wolfgang Reißmann
- Christian Schicha
- Jan-Hinrik Schmidt
- Friederike Schultz
- Ingrid Stapf
- Anabel Ternès
- Caja Thimm
- Kerstin Thummes
- Sonja Utz



Bitte richten Sie Ihre Bestellung an
RML Rhenus Medien Logistik GmbH & Co. KG
Justus-von-Liebig-Str. 1
86899 Landsberg am Lech
Tel. 08191/97000-622
Fax: 08191/97000-405
E-Mail: bestellung@beltz.de