

# Inhalt

Vorwort	ix
1 Soziologie und Informatik	1
1.1 Soziologie und Medien der Vergesellschaftung	4
1.1.1 Technik- oder Mediensoziologie als Leitidee	8
1.2 Informatik und Gesellschaft	12
1.2.1 Was ist Informatik?	12
1.2.2 Was ist Medieninformatik?	15
1.2.3 Wie bezieht sich Informatik auf Gesellschaft?	17
1.3 Soziologie vernetzter Medien	25
1.4 Zusammenfassung: Soziologie	27
2 Sozialstruktur der Netzwerkgesellschaften	29
2.1 Netzwerkgesellschaft in Deutschland	31
2.1.1 Internationaler Vergleich der Netzwerkgesellschaften	37
2.2 Die globalisierte Netzwerkgesellschaft	39
2.2.1 IT in globaler Sozialstruktur	43
2.2.2 Globale Demografie	45
2.2.3 Globaler E-Commerce	50
2.2.4 Global Governance	51
2.3 Zusammenfassung: Sozialstruktur	53
3 Gesellschaft in vernetzten Medien	55
3.1 Allgemeine Gesellschaftsbegriffe	55
3.2 Informationsgesellschaft in Bewegung	57
3.3 Spezielle Gesellschaftsbegriffe – Der Beginn der Informationsgesellschaft	60
3.4 Wissensgesellschaft – Peter F. Drucker	61
3.4.1 Kritik an Druckers Theorie der Wissensgesellschaft	64
3.5 Postindustriellen Informationsgesellschaft – Daniel Bell	65
3.5.1 Fünf Dimensionen postindustrieller Entwicklung	69
3.5.2 Kritik an Beils Theorie der postindustriellen Informationsgesellschaft	72

3.6	Informationelle Netzwerkgesellschaft - Manuel Castells.....	73
3.6.1	Informationalismus als neue materielle Basis der Gesellschaft.....	74
3.6.2	Konzept des informationeilen Paradigmas.....	75
3.6.3	Vernetzungslogik der Netzwerkgesellschaft.....	76
3.6.4	Raum der Orte und der Raum der Ströme.....	78
3.6.5	Strukturierung der informationellen Gesellschaft.....	79
3.6.6	Kritik an Castells Theorie der informationellen Netzwerkgesellschaft.....	82
3.7	Zusammenfassung: Gesellschaft.....	83
<b>4</b>	<b>Soziologische Grundlagen in der Netzwerkgesellschaft</b>	<b>85</b>
4.1	Soziales Handeln und Verhalten.....	87
4.1.1	Handeln.....	88
4.1.2	Verhalten.....	88
4.1.3	Können Maschinen handeln?.....	90
4.1.4	Fazit: Handeln.....	93
4.2	Identität und virtuelle Identität.....	94
4.2.1	Virtuelle Identität.....	96
4.2.2	Soziologische Aspekte der Identität.....	99
4.2.3	Ich, Selbst und Identität.....	101
4.2.4	Identitätsmanagement und Wissensgemeinschaften.....	103
4.2.5	Fazit: Identität.....	107
4.3	Soziale Gruppe, Gemeinschaft und Community.....	107
4.3.1	Gruppe.....	109
4.3.2	Gruppen in computervermittelter Kommunikation.....	113
4.3.3	Gemeinschaft und Virtual Communities.....	115
4.3.4	Virtual Communities - Die Ökonomie einer Idee.....	120
4.3.5	Soziale Netzwerke.....	123
4.3.6	Fazit: Gruppe.....	128
4.4	Macht und Herrschaft in vernetzten Medien.....	129
4.4.1	Aktionsmacht.....	132
4.4.2	Instrumentelle Macht.....	134
4.4.3	Autoritative Macht.....	136
4.4.4	Datensetzende Macht.....	139
4.4.5	Fazit: Macht.....	140
4.5	Zusammenfassung: Grundlagen.....	141
<b>5</b>	<b>Ethik in vernetzten Medien</b>	<b>145</b>
5.1	Was ist Ethik und Moral?.....	145
5.2	Warum Ethik?.....	149
5.3	Ethische Regulierung.....	151
5.3.1	Selbstregulierung durch ethische Normen.....	151

1.1 Soziologie und Medien derJVCTgeseHschaffung		Vif
5.3.2	Regulierung durch Gesetze.....	152
5.3.3	Regulierung durch Marktmechanismen.....	153
5.4	Ethische Probleme in vernetzten Medien.....	154
5.4.1	Zugangsschranken zur IuK-Technik.....	155
5.4.2	Kommerzialisierung als ethisches Problem.....	157
5.4.3	Informationsflut durch Medien.....	160
5.4.4	Soziale Folgen der IuK-Technik.....	163
5.4.5	Wahrheit und Glaubwürdigkeit.....	165
5.4.6	Fragwürdige Inhalte.....	170
5.4.7	Datenschutz und Datensicherheit.....	173
5.5	Zusammenfassung: Ethik....."	jS4
6	Schlusswort	(87
	Abbildungen	<b>191</b>
	Tabellen	<b>193</b>
	Literatur	<b>195</b>
	Studien - Demografische Daten	<b>213</b>
	Verzeichnis von Institutionen	<b>215</b>
	Glossar	<b>21.7</b>
	Index	<b>223</b>

PPN: 118122800

Titel: Soziologie vernetzter Medien : Grundlagen computervermittelter Vergesellschaftung / von  
Andreas Schelske. - München : Oldenbourg, 2007

ISBN: 978-3-486-27396-0; 3-486-27396-5Br.ca EUR 29.80

Bibliographischer Datensatz im SWB-Verbund