

Psychologie des Internet

**Empirische Arbeiten zu Phänomenen der digitalen
Kommunikation**

Band 2

herausgegeben von
Peter Vitouch und Andrea Payrhuber

W U V Universitätsverlag

INHALT

Vorwort	7
Einleitung	9
Navigationsverhalten und kognitive Landkarten im Hypertext <i>Marc Hollenstein</i>	13
Navigationsverhalten in Hypertexten - Welche Rolle spielen thematisches Vorwissen und Struktur des Hypertextes? <i>Sandra Sturm</i>	55
Ausprägung des Flow-Erlebnis beim Internetsurfverhalten in Abhängigkeit von persönlichen und situativen Faktoren <i>Robert T^anetakis</i>	87
Informationsaufbereitung von Webpages in Bezug auf das individuelle Nutzerverhalten <i>Edith Moser</i>	123
Redaktionelle Online-Medien - Neue Anforderungen und Möglichkeiten für den Rezipienten <i>Andrea Payrhuber</i>	155
Die persönlichkeits- und geschlechtsspezifischen Unterschiede von Internetbenutzern unter Berücksichtigung der Verwendungszwecke <i>Rana Gouhaneh-Koure</i>	187
Buch und Internet. Geschlechts- und persönlichkeitsspezifische Unterschiede von Lesern und Usern unter Einbeziehung der Nutzungsmotive <i>Alexandra Brandlmaier</i>	207
Herausgeber	243