

Handbuch für Online-Texter und Online-Redakteure

Die zunehmende Bedeutung der neuen Medien verändert Schreib- und Lesegewohnheiten. WWW-Nutzer klicken sich durch Hypermedia-Texte, in denen Schrift, Bild, Ton und Video untereinander und mit anderen Dokumenten verknüpft sind. Für die journalistische Arbeit bieten diese Texte viele Chancen: schnelle Aktualisierung, unkomplizierter Einbau neuer Module und Links. Leser-Foren, Gästebücher und Chats erlauben neue Formen der Leserbeteiligung und der Kontaktpflege. Das Buch führt umfassend in die Thematik 'Online-Texte' ein und berücksichtigt dabei die Lesegewohnheiten am Bildschirm sowie Aspekte der Wahrnehmungspsychologie und journalistische Grundlagen.

Die zunehmende Verbreitung und Bedeutung der neuen Medien, insbesondere des Internets, verändern unsere Schreib- und Lesegewohnheiten. Statt längere Schrifttexte am Stück zu lesen, klickt sich der Nutzer des World Wide Web durch Hypermedia-Texte, in denen Schrift, Bild, Ton und Video durch Links untereinander und mit anderen Dokumenten im WWW verknüpft sind. Für die journalistische Arbeit bieten Hypermedia-Texte viele Chancen: Inhalte lassen sich schnell aktualisieren, neue Module und Links können unkompliziert hinzugefügt werden. Leserforen, Gästebücher und Chats erlauben neue Formen der Leserbeteiligung und der Kontaktpflege. Hypermedia-Texte werden aber nicht nur anders gelesen, sondern müssen auch anders geplant und geschrieben werden. Dieses Buch bietet eine umfassende Einführung in die Thematik 'Online-Texte' unter Berücksichtigung der Lesegewohnheiten am Bildschirm sowie Aspekten der Wahrnehmungspsychologie und journalistischer Grundlagen.



66,99 €

62,61 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783540440932

Medium: Buch

ISBN: 978-3-540-44093-2

Verlag: Springer

Erscheinungstermin: 12.03.2003

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 2003

Serie: X.media.press

Produktform: Gebunden

Gewicht: 1190 g

Seiten: 240

Format (B x H): 160 x 241 mm

