

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	9
1. Grundzüge der Theorie	11
1.1 Zeit	13
1.1.1 Innovations-Entscheidungs-Prozess	13
1.1.2 Diffusionskurven und Übernehmerkategorien	18
1.2 Innovation	22
1.2.1 Eigenschaften einer Innovation	23
1.2.2 Innovations-Entwicklungs-Prozess	25
1.3 Kommunikationskanäle	28
1.3.1 Einfluss verschiedener Kommunikationskanäle	28
1.3.2 Homophily und Heterophily	30
1.3.3 Rolle neuer Medien	31
1.4 Soziale Systeme	31
2. Entwicklungsgeschichte	33
2.1 Wurzeln der Diffusionstheorie	33
2.1.1 Anthropologie	33
2.1.2 Soziologische Ursprünge: Gabriel de Tarde und Georg Simmel	33
2.1.3 Agrarsoziologie	36
2.2 Konsolidierung zu einem Forschungsfeld	38
2.3 Theoretische Vertiefung verschiedener Aspekte	41
2.3.1 Mögliche Übernehmerebenen und Einflüsse	43
2.3.2 Adoptionsformen	43
2.3.3 Diffusion – Verschiedene Arten von Innovationen ..	44
2.3.4 Kommunikation – Der Einfluss sozialer Netzwerke ..	46
3. Forschungslogik der Methode	49
3.1 Klassische Vorgehensweise	49
3.2 Kategorisierung von Übernehmern	50
3.3 Skalen zur Erfassung der wahrgenommenen Eigenschaften der Innovation	51
3.4 Methodische Weiterentwicklungen	54
3.4.1 Untersuchungen des zeitlichen Verlaufs von Diffusionsprozessen	54
3.4.2 Netzwerkanalysen	56
4. Empirische Befunde	59
4.1 Diffusion und Übernahme von Medieninnovationen	59
4.2 Diffusion von Nachrichten	63

5. Kritik	69
5.1 Innovationspositivismus.....	69
5.2 Einzelverschuldens-Bias.....	70
5.3 Dichotomie Übernahme vs. Ablehnung einer Innovation.....	71
5.4 Linearer Diffusionsverlauf.....	72
5.5 Induktiver Erkenntnisgewinn.....	72
5.6 KAP-Gap.....	73
6. Verwandte Ansätze	74
6.1 Theory of Planned Behavior.....	74
6.2 Uses-and-Gratifications-Approach.....	75
6.3 Technology Acceptance Model.....	77
6.4 Aneignungsforschung und Domestication.....	77
6.5 Mobile Phone Appropriation-Modell.....	78
6.6 Bass-Modell.....	81
7. „Top Ten“ der Forschungsliteratur	84
Literatur	86
Bildnachweise	105
Bisher in der Reihe erschienene Bände	107