

Inhaltsverzeichnis

Verzeichnis der Abbildungen	12
Verzeichnis der Tabellen	16
1. EINLEITUNG	25
2. MEDIENINNOVATION WEB 2.0	33
2.1 Historische Entwicklung und Merkmale des Web 2.0	37
2.2 Web-2.0-Anwendungen	49
2.2.1 <i>Blogs</i>	49
2.2.2 <i>Wikis</i>	52
2.2.3 <i>Soziale Netzwerkplattformen</i>	54
2.2.4 <i>Bilder- und Videoplattformen</i>	57
2.2.5 <i>Diskussionsforen</i>	58
2.2.6 <i>Weitere Web-2.0-Anwendungen</i>	60
2.3 Web-2.0-Nutzung in Deutschland	63
2.4 Kommunikationsformen und Nutzungsaktivität im Web 2.0	71
2.4.1 <i>Analyse der Kommunikationsformen im Web 2.0</i>	71
2.4.2 <i>Nutzungsaktivität und Interaktivität im Web 2.0</i>	76
3. USES-AND-GRATIFICATIONS DER WEB-2.0-NUTZUNG	88
3.1 Grundlagen und Entwicklung des Uses-and-Gratifications-Ansatzes	88
3.2 Erweiterung des Uses-and-Gratifications-Ansatzes durch die sozial-kognitive Theorie	100
3.3 Forschungsstand zu Motiven und Gratifikationen der Web-2.0-Nutzung	110

3.3.1	<i>Motive und Gratifikationen der konsumierenden Nutzung</i>	111
3.3.2	<i>Motive und Gratifikationen der partizipierenden Nutzung</i>	116
3.3.3	<i>Motive und Gratifikationen der produzierenden Nutzung</i>	121
3.4	Hypothesen zur Erklärung der Web-2.0-Nutzung anhand von Ergebniserwartungen und Selbstwirksamkeitserwartungen	127
4.	ZUM EINFLUSS DER PERSÖNLICHKEIT AUF DIE NUTZUNGSAKTIVITÄT IM WEB 2.0	134
4.1	Das Fünf-Faktoren-Modell der Persönlichkeit	134
4.2	Forschungsstand zum Zusammenhang zwischen Persönlichkeit, Internetnutzung und Internetnutzungsmotiven	144
4.3	Hypothesen zum Zusammenhang von Persönlichkeit, Web-2.0-Nutzung, Ergebniserwartungen und Selbstwirksamkeit	154
5.	GESAMTMODELL ZUR ERKLÄRUNG VON UNTERSCHIEDEN IN DER WEB-2.0-AKTIVITÄT	158
6.	FORSCHUNGSDESIGN UND METHODIK	167
6.1	Qualitative Studie zu den Ergebniserwartungen der Nutzer	169
6.1.1	<i>Durchführung der Gruppendiskussionen</i>	169
6.1.2	<i>Vorgehen bei der Auswertung der Gruppendiskussionen</i>	174
6.2	Quantitative Studie zur Überprüfung des Erklärungsmodells zur Web-2.0-Aktivität	176
6.2.1	<i>Durchführung eines Pretests zur standardisierten Web-Befragung</i>	177

6.2.2	<i>Operationalisierung der zentralen Konstrukte</i>	178
6.2.2.1	<i>Operationalisierung der Web-2.0-Aktivität</i>	179
6.2.2.2	<i>Operationalisierung der Ergebniserwartungen des Web 2.0</i>	181
6.2.2.3	<i>Operationalisierung der Internet- und Web-2.0-Selbstwirksamkeit</i>	183
6.2.2.4	<i>Operationalisierung der Big-Five-Persönlichkeitsmerkmale</i>	184
6.2.2.5	<i>Operationalisierung der Variablen zur allgemeinen Internetnutzung</i>	186
6.2.3	<i>Durchführung der Web-Befragung mittels Online-Access-Panel</i>	188
6.2.4	<i>Beschreibung der bereinigten Stichprobe</i>	192
6.2.5	<i>Vorgehen bei der Auswertung der Web-Befragung</i>	195
7.	ENTWICKLUNG EINER SKALA ZU WEB-2.0-ERGEBNISERWARTUNGEN	205
7.1	Ergebnisse der Gruppendiskussionen zu den Motiven und Gratifikationen des Web 2.0	205
7.2	Entwicklung von Items aus den Ergebnissen der Gruppendiskussionen und Auswahl anhand eines Pretests	229
7.3	Entwicklung und Überprüfung der Skala zu Ergebniserwartungen des Web 2.0	238
8.	DESKRIPTIVE ANALYSEN DER VERWENDETEN KONSTRUKTE UND ZUSAMMENHÄNGE MIT SOZIODEMOGRAFISCHEN MERKMALEN	257
8.1	Deskriptive Analysen zur Web-2.0-Aktivität	257
8.1.1	<i>Zusammenhang zwischen Web-2.0-Aktivität und soziodemografischen Merkmalen</i>	268
8.2	Deskriptive Analysen zu Web-2.0-Ergebniserwartungen	274

8.2.1	<i>Zusammenhang zwischen Web-2.0- Ergebniserwartungen und soziodemografischen Merkmalen</i>	277
8.3	Deskriptive Analysen zu Internet- und Web-2.0-Selbstwirksamkeit	280
8.3.1	<i>Zusammenhänge zwischen Internet- und Web-2.0-Selbstwirksamkeit und soziodemografischen Merkmalen</i>	285
8.4	Deskriptive Analysen zu den Big-Five-Persönlichkeitsmerkmalen	287
8.4.1	<i>Zusammenhänge zwischen Big-Five-Persönlich- keitsmerkmalen und soziodemografischen Merkmalen</i>	291
8.5	Deskriptive Analysen zur allgemeinen Internetnutzung	293
8.5.1	<i>Zusammenhänge zwischen allgemeiner Internetnutzung und soziodemografischen Merkmalen</i>	298
8.6	Zusammenfassung der deskriptiven Ergebnisse	300
9.	ERGEBNISSE DER ZUSAMMENHANGSHYPOTHESEN ZUR ERKLÄRUNG VON UNTERSCHIEDEN IN DER AKTIVITÄT IM WEB 2.0	304
9.1	Zusammenhang zwischen Ergebniserwartungen und Web-2.0-Aktivität	305
9.2	Zusammenhang zwischen Selbstwirksamkeit und Web-2.0-Aktivität	322
9.3	Zusammenhang zwischen Selbstwirksamkeit und Web-2.0-Ergebniserwartungen	331
9.4	Zusammenhang zwischen Persönlichkeitsmerkmalen und Web-2.0-Aktivität	335
9.5	Zusammenhang zwischen Persönlichkeitsmerkmalen und Ergebniserwartungen	345

9.6	Zusammenhang zwischen Persönlichkeitsmerkmalen und Selbstwirksamkeit	348
9.7	Ergebnisse zum Gesamtmodell zur Erklärung der Web-2.0-Nutzung	353
10.	ZUSAMMENFASSUNG UND DISKUSSION	372
10.1	Zusammenfassung der Arbeit	372
10.2	Diskussion und Ausblick	384
11.	LITERATUR	392
12.	ANHANG	A1 - A53

Der Anhang zu dieser Publikation wurden online veröffentlicht und kann heruntergeladen werden unter <http://www.halem-verlag.de/2012/konsumieren-partizipieren-und-produzieren-im-web-2-0/>