

Inhalt

1	Einleitung	9
2	Überblick: Mediale Kommunikationsprozesse	11
2.1	Aspekte medialer Kommunikationsprozesse: Lasswell-Formel 2.0	11
2.2	Soziale Netzwerkseiten als Anwendung des Web 2.0.....	14
2.3	Überblick: Soziale Kommunikation im Web 2.0.....	15
3	Channel & What: Soziale Netzwerkseiten als Web 2.0-Anwendung	23
3.1	Das Internet: Ein kurzer historischer Abriss	23
3.2	Vom Nutzer zum Gestalter: Web 1.0 vs. Web 2.0.....	25
3.3	Fokus: Social Networking Sites im Social Web	26
3.4	Fazit und Ableitung offener Fragen	31
4	Why: Nutzen und Gratifikationen Sozialer Netzwerkseiten.....	32
4.1	Uses and Gratification – Annahmen, Entwicklungen	32
4.2	Das „Gratification Web“ von Wenner	35
4.3	Uses and Gratification – Neue Medien.....	38
4.4	Gratification Web 2.0: Das „Wenner Web“ in SNS	41
4.5	Fazit und Ableitung offener Fragen	44
5	Why & What: Gossip und Soziale Netzwerkseiten	46
5.1	Gossip – Definitionen und Entwicklungen	46
5.2	Evolutionspsychologie: Erweiterung der Perspektive	49
5.3	Überblick: Gossip in den verschiedenen Disziplinen.....	52
5.4	Zwei Perspektiven auf Gossip: proximat und ultimat	53
5.4.1	Proximat: Gossip in der Sozialwissenschaft.....	54
5.4.2	Ultimat: Gossip in der Evolutionspsychologie	56
5.4.3	Gossip-Themen: Die Klassifikation von De Backer	58
5.5	Gossip 2.0: SNS als actual domain von Gossip.....	64
5.6	Fazit und Ableitung offener Fragen	70
6	Why: Soziale Motive – Das Zürcher Modell	72
6.1	Motivationspsychologie: Zentrale Konzepte	72
6.2	Das Zürcher Modell der sozialen Motivation	74
6.2.1	Die basalen Motivsysteme	75
6.2.2	Motivfragebogen zum „Zürcher Modell“	79
6.3	Fazit und Ableitung offener Fragen	81
7	Who: Charakteristika der Kommunikatoren Sozialer Netzwerkseiten.....	83
7.1	Persönlichkeit der Web-Akteure	83
7.2	Evolutionary Three: Evolutionäre Erweiterung der Big Five	89
7.3	Das (Soziale) Geschlecht.....	91
7.4	Fazit und Ableitung offener Fragen	93
8	Theoretische Bilanz und Übergang zur Empirie.....	94
8.1	What.....	94
8.2	Why	95

8.3	Who	97
8.4	Fragestellungen im Überblick	98
9	What – Form und Inhalt der Profile Sozialer Netzwerkseiten	100
9.1	Ziel und Fragestellung	100
9.2	Methode	101
9.3	Ergebnisse: wkw	110
9.4	Ergebnisse: XING	123
9.5	Breite und Tiefe der Profilinformationen	133
9.6	Deduktive Perspektive: (Gossip-) Informationen	136
9.7	Diskussion und Fazit	144
10	Why – Motive der Kommunikatoren Sozialer Netzwerkseiten	152
10.1	Deduktive Perspektive: „Gossip in Social Networking Sites (GiSS)“	153
10.1.1	GiSS: Die Fragebogenkonstruktion im Überblick	154
10.1.2	Erster Schritt der Konstruktvalidierung	159
10.1.3	Deduktive Perspektive: Diskussion und Fazit	161
10.2	Induktive Perspektive: „Gratifications of Social Networking Sites (GRAToSS)“	165
10.2.1	GRAToSS: Die Fragebogenkonstruktion im Überblick	166
10.2.2	Induktive Perspektive: Diskussion und Fazit	176
10.3	SNS-Nutzungsmotive und allgemeine soziale Motive	179
10.3.1	Ziel und Fragestellung	179
10.3.2	Methode	180
10.3.3	Ergebnisse	187
10.3.4	Diskussion und Fazit	194
11	Who – Kommunikatoren Sozialer Netzwerkseiten	199
11.1	Ziel und Fragestellung	199
11.2	Methode	200
11.2.1	Verwendete Instrumente	200
11.2.2	Durchführung und Stichprobe	203
11.3	Ergebnisse	204
11.3.1	Abgrenzung der Nutzergruppen: Clusteranalyse	204
11.3.2	Hypothesen	209
11.3.3	Hypothesenprüfung	213
11.4	Diskussion und Fazit	217
12	Resümee: Integration, Implikationen und Ausblick	224
12.1	What – Form und Inhalt der SNS-Profile	224
12.2	Why – Motive der Kommunikatoren Sozialer Netzwerkseiten	232
12.2.1	Deduktive Perspektive: GiSS	233
12.2.2	Induktive Perspektive: GRAToSS	235
12.2.3	Zusammenhänge: SNS-Motivsysteme und ZM	237
12.3	Who - Kommunikatoren Sozialer Netzwerkseiten	245
12.4	Integration der Perspektiven: what, why, who, channel und effects	254
13	Literatur	260
14	Anhang	287