

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	19
1.2 Innovation	22
1.2.1 Eigenschaften einer Innovation	23
1.2.2 Innovations-Entwicklungs-Prozess	25
1.3 Kommunikationskanäle	30
1.3.1 Der Einfluss verschiedener Kommunikationskanäle im Innovations-Entscheidungs-Prozess	30
1.3.2 Homophily und Heterophily im Diffusionsprozess ..	31
1.3.3 Die Rolle neuer Medien	32
1.4 Soziale Systeme	32
2. Entwicklungsgeschichte	34
2.1 Die Wurzeln der Diffusionstheorie	34
2.1.1 Anthropologie	34
2.1.2 Soziologische Ursprünge: Gabriel de Tarde und Georg Simmel	34
2.1.3 Agrarsoziologie	37
2.2 Konsolidierung zu einem Forschungsfeld	39
2.3 Theoretische Vertiefung verschiedener Aspekte	42
2.3.1 Mögliche Übernehmerebenen und Einflüsse	44
2.3.2 Adoptionsformen	44
2.3.3 Diffusion – Verschiedene Arten von Innovationen ...	46
2.3.4 Kommunikation – Der Einfluss sozialer Netzwerke ..	48
3. Forschungslogik der Methode	50
3.1 Klassische Vorgehensweise	50
3.2 Kategorisierung von Übernehmern	51
3.3 Skalen zur Erfassung der wahrgenommenen Eigenschaften der Innovation	53
3.4 Methodische Weiterentwicklungen	55
3.4.1 Untersuchungen des zeitlichen Verlaufs von Diffusionsprozessen	55
3.4.2 Netzwerkanalysen	57
4. Empirische Befunde	60
4.1 Diffusion und Übernahme von Medieninnovationen	60

Inhaltsverzeichnis

4.2	Diffusion von Nachrichten	64
4.3	News Sharing	69
5.	Kritik	73
5.1	Innovationspositivismus	73
5.2	Einzelverschuldens-Bias	74
5.3	Dichotomie Übernahme vs. Ablehnung einer Innovation	75
5.4	Linearer Diffusionsverlauf	76
5.5	Induktiver Erkenntnisgewinn	76
5.6	KAP-Gap	77
6.	Verwandte Ansätze	78
6.1	Theory of Planned Behavior	78
6.2	Uses-and-Gratifications-Approach	79
6.3	Technology Acceptance Model	81
6.4	Aneignungsforschung und Domestication	81
6.5	Mobile Phone Appropriation Modell	82
6.6	Bass-Modell	85
7.	"Top Ten" der Forschungsliteratur	88
	Literatur	90
	Bildnachweise	113
	Bisher in der Reihe erschienene Bände	115