

Cornelia Jers

Konsumieren, Partizipieren und Produzieren im Web 2.0. Ein sozial-kognitives Modell zur Erklärung der Nutzungsaktivität

Neue Schriften zur Online-Forschung, 11

2012, 424 S., 47 Abb., 73 Tab., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

EUR(D) 34,50 / EUR(A) 35,30 / sFr. 57,10

ISBN 978-3-86962-071-8

Facebook, YouTube, Wikipedia – die Anwendungen des Web 2.0 sind längst im Alltagsleben vieler Internetnutzer angekommen. Doch nicht jeder, der diese Anwendungen nutzt, trägt auch aktiv etwas dazu bei. Im Gegenteil, viele Internetnutzer konsumieren sie ähnlich wie die Massenmedien Fernsehen, Zeitung oder Radio. Cornelia Jers beschäftigt sich auf Grundlage des Uses-and-Gratification-Ansatzes und der Persönlichkeitspsychologie mit den unterschiedlichen Aktivitätsformen im Web 2.0, erforscht deren Ursachen und erklärt, warum einige Nutzer die Möglichkeiten des Web 2.0 aktiver wahrnehmen als andere. Dabei unterscheidet sie zwischen drei verschiedenen Nutzungsaktivitäten: Konsumieren, Partizipieren und Produzieren. Diese unterschiedlichen Formen werden anhand eines sozial-kognitiven Modells erklärt, das sowohl Ergebniserwartungen der Nutzer als auch Selbstwirksamkeit und Persönlichkeitsmerkmale berücksichtigt.