



JULIA NIEMANN

**Risiken und Nutzen der Kommunikation auf Social Networking Sites. Theoretische Modellierung und empirische Befunde auf Basis der »Theory of Reasoned Action«**

Neue Schriften zur Online-Forschung, 14

2016, 424 S., 30 Abb., 79 Tab., engl. Broschur, 213 x 142 mm, dt.

Broschur	978-3-86962-217-0	EUR(D) 34,00
E-Book (PDF)	978-3-86962-218-7	EUR(D) 28,99

**Über dieses Buch:** Social Networking Sites erfreuen sich anhaltender Beliebtheit. Neben ihren Vorzügen als flexible Kommunikationskanäle bergen sie jedoch auch Risiken: Im Rahmen (semi-) öffentlicher Kommunikation tragen die User selbst zum Verlust ihrer Privatsphäre bei, obwohl sie sich in hohem Maße diesbezüglich sorgen. Zum besseren Verständnis dieses Selbstoffenbarungsverhaltens wurde ein Erklärungsmodell aufgestellt, das auf der »Theory of Reasoned Action« basiert. Neben den üblichen Prädiktoren (Intention, Einstellung und subjektive Norm) wurden einstellungsbildende Vorstellungen über Risiken und Nutzen sowie Gewohnheitsstärke integriert. Die Prüfung des Modells erfolgte mit einer Online-Umfrage im Paneldesign unter 1.031 Facebook-Usern. Der Test des aufgestellten Strukturgleichungsmodells belegt seine Gültigkeit. Drei Ergebnisse sind dabei zentral: (1) Neben der rational-intentionalen Ausführung spielt auch ein habituell-automatischer Verhaltensmodus eine Rolle. (2) Soziale Aspekte, wie Normen oder der individuell empfundene soziale Druck, prägen das Verhalten mit und dürfen daher nicht vernachlässigt werden. (3) Die Analyse zu Risiko- und Nutzenvorstellungen zeigt auf, dass die einseitige Fokussierung früherer Studien

auf Risiken nicht gerechtfertigt ist, da der subjektiv empfundene Nutzen die positive Einstellung gegenüber dem Verhalten deutlich stärker prägt. Diese drei Aspekte können als Ausgangspunkte für zukünftige Interventionen, z. B. Aufklärungskampagnen, dienen.

**Über die Autorin:** JULIA NIEMANN, DR., Jg. 1980, studierte Medienmanagement am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der Hochschule für Musik, Theater und Medien in Hannover, an dem sie seit 2015 als wissenschaftliche Mitarbeiterin beschäftigt ist. Von 2009 bis 2015 war sie Doktorandin und wissenschaftliche Mitarbeiterin am Fachgebiet für Kommunikationswissenschaft und Sozialforschung der Universität Hohenheim. Zu ihren Forschungsinteressen zählen vor allem Fragestellungen aus dem Bereich der Rezeptions- und Wirkungsforschung, mit einem besonderen Schwerpunkt auf Online-Medien.

**Weitere Informationen:**  
<http://www.halem-verlag.de/risiken-und-nutzen-der-kommunikation-auf-social-networking-sites/>

**Hiermit bestelle/n ich/wir die oben genannte Publikation:**

<p>.....</p> <p>Datum und Unterschrift</p> <p>.....</p> <p>Vorname und Name</p> <p>.....</p> <p>Straße</p> <p>.....</p> <p>Land, PLZ und Ort</p>	<p>.....</p> <p>2. Unterschrift</p> <p>Vertrauensgarantie: Ich weiß, dass ich diese Bestellung innerhalb von 14 Tagen widerrufen kann. Eine einfache schriftliche Mitteilung an den Verlag oder an die beauftragte Buchhandlung genügt. Das bestätige ich mit meiner zweiten Unterschrift.</p> <p>.....</p> <p>E-Mail</p> <p>.....</p> <p><input type="checkbox"/> Bitte schicken Sie mir regelmäßig (4 x pro Jahr) Ihren kostenlosen E-Mail-Newsletter unter der og. Adresse zu.</p>	<p>Bestellen Sie direkt per  <b>Fax 0221/92 58 29 29</b>                  oder über unseren Online-Buchladen                  oder in Ihrer Buchhandlung</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; text-align: center; margin: 10px 0;"> <p>Buchhandlung (Stempel):</p> </div> <p>Die Lieferung erfolgt gegen Rechnung.</p>
--	---	---