

nach Verbesserung im sozialen Raum (beinahe) alles abgedeckt und erklärt werden kann, was zur Nutzung von Medien und speziell des Internets motiviert.

In der Blog-Kommunikation existiert eine Art Mehr-Stufen-Fluss: Selektionsentscheidungen werden bei der Wahl und Aufmachung eines Themas (hier gemessen an der Zahl der Wörter und visuellen Elemente) auf Seiten des Bloggers sowie durch Kommentare und Verlinkungen des Postings auf Seiten der Blogleser getroffen. *Scherer/Hefner/Weisgerber* testen, welchen Beitrag Nachrichtenfaktoren zur Erklärung der Selektion auf diesen Stufen beitragen. Vor allem das Verhalten der Leser lässt sich durch die professionell-journalistischen Faktoren kaum vorhersagen, ergab ihre Inhaltsanalyse von Postings aus sieben Blogs. Entweder, so schließen die Autoren, ist der Faktorenkatalog unvollständig oder aber die Theorie untauglich, weil Leserreaktionen vom umgebenden Netzwerk bestimmt sind.

Mehrfach wird im vorliegenden Band konstatiert, dass – verglichen mit den traditionellen Massenmedien – nur schwache Effekte ermittelt wurden oder vermutet werden (Schweigespirale, „Third-Person“-Effekt, Nachrichtenfaktoren). Entweder ist das Internet tatsächlich „wirkungsarm“, oder aber die klassischen Theorien stoßen an die Grenzen ihrer Erklärungskraft, weil sie für ein anderes Materialobjekt entwickelt wurden: „Wirkungen“ resultieren danach ursprünglich aus dem linearen und direkten Kontakt zwischen Angeboten professionell betriebener Massenmedien und einem dispersen Publikum.

Besonderes Interesse wecken deshalb drei Beiträge, in denen innovative Konzepte ausgearbeitet werden, in denen der Wechsel des Rezipienten in die Kommunikatorrolle mitbedacht ist. Zu den Praktiken, die sich daraus ergeben, zählt die „Social Media Intermediation“, womit *Maveder* meint, dass Facebook- und Twitter-Nutzer auf massenmediale Inhalte verweisen und sie kommentieren. Er spricht hier auch vom „Preframing“ durch User-Empfehlungen, das dem redaktionellen Framing vorausgeht. Im „Social Media Stream“ vermischen sich private und öffentliche Themen, die oft aufeinander bezogen sind. *Weber/Ziegele* schärfen den Begriff „Anschlusskommunikation“. Ebenfalls Theoriearbeit leistet *Deterding*, der Goffmans Rahmenanalyse aufgreift. Zwar konzentriert er sich auf die Rahmung von Mediennutzungssituationen, gleichwohl wird auch hier das Potenzial deutlich, die Trennung der Rollen zu überwinden. Allerdings begnügt sich der Autor damit, die allgemeinen Katego-

rien weiterzuentwickeln, anstatt sie auch auf „zeitgemäße“ Rahmen wie Social Media zu übertragen.

Wie der Kommunikationskontext „Internet“ insgesamt zu fassen ist, erörtern *Brosius* und *Rössler* in zwei erhellenden Aufsätzen am Anfang des Bandes. Hier ist allerdings zu fragen, ob es ausreicht, ältere Begriffe wie „Massenkommunikation“ durch ebenfalls mehrdimensional bestimmte Begriffe zu ersetzen, die derzeit gängige Merkmalskombinationen erfassen und eine klare Abgrenzbarkeit einzelner Bereiche suggerieren (wie „interpersonal-öffentliche Kommunikation“, „individualisierte Massenkommunikation“ oder „persönliche Öffentlichkeit“). Auch mit wenigen pauschalen Merkmalen (wie „Soziabilität“, „Visualität“ und „Mobilität“) wird sich der Kontext „Internet“ nicht auf den Begriff bringen lassen. Seine technische Multioptionalität und soziale Offenheit führen zu einer enormen Heterogenität im Gebrauch. Deshalb dürfte es ratsam sein, spezifische Kontexte in der Sozial-, Zeichen-, Raum- und Zeitdimension innerhalb des Internets immer wieder neu und differenziert zu explorieren. Was die Neudefinition von Wirkungen betrifft, so sollten Interaktionsmuster im Netzwerk ins Auge gefasst werden, deren Dynamik heute noch kaum erschlossen ist.

Christoph Neuburger

Cornelia Jers

Konsumieren, Partizipieren und Produzieren im Web 2.0.

Ein sozial-kognitives Modell zur Erklärung der Nutzungsaktivität

Köln: Halem, 2012. – 420 S.

(Neue Schriften zur Online-Forschung; 11)

ISBN 978-3-86962-071-8

Zugl.: Hohenheim, Univ., Diss., 2012

Cornelia Jers stellt im vorliegenden Band auf insgesamt 420 Seiten die Ergebnisse ihres Disserationsprojekts zu den Prädiktoren der Nutzung des Web 2.0 vor. Erklärtes Ziel der Arbeit ist die theoriegeleitete Entwicklung und empirische Überprüfung eines komplexen Modells zur Vorhersage dreier Nutzungsformen: des Konsumierens, Partizipierens und Produzierens im Web 2.0. Ein zentrales Alleinstellungsmerkmal, das die Arbeit von Cornelia Jers von der Mehrheit der existierenden Studien zur Nutzung des Web 2.0 unterscheidet, ist die Tatsache, dass die Autorin nicht eine Betrachtung einzelner Anwendung des Social Webs sondern

eine *plattformübergreifende* Gesamtschau der Nutzeraktivität im Web 2.0 anstrebt. Die Arbeit nimmt dementsprechend die Gemeinsamkeiten der Nutzung von insgesamt sechs Social Media Anwendungen (Social Network Sites, Wikis, Weblogs, Bilder- und Videoplattformen sowie Diskussionsforen) in den Blick.

Nach einer kurzen Einführung (Kapitel 1) zeichnet die Verfasserin dazu zunächst die historische Entwicklung der Web 2.0 nach, stellt die sechs untersuchten Anwendungen im Detail vor und analysiert die im Web 2.0 verfügbaren Kommunikations- und Interaktionsformen (Kapitel 2). Im nachfolgenden dritten Kapitel wird die erste zentrale Gruppe von Prädiktoren der Nutzungsaktivitäten im Social Web eingeführt: die erwarteten Nutzungsgratifikationen. Dabei rekurriert Cornelia Jers auf den Usenand-Gratifications-Ansatz und dessen Erweiterung durch die sozial-kognitive Theorie nach Albert Bandura. Dieser Erweiterung folgend werden insgesamt acht mit der Web 2.0-Nutzung verbundene Gratifikationsdimensionen in Form von Ergebniserwartungen (subjektive Eintretenswahrscheinlichkeit der Gratifikationen) operationalisiert und zusätzlich das Konstrukt der Internet- und Web 2.0-bezogenen Selbstwirksamkeitserwartung als weiterer Prädiktor für die Nutzungsaktivitäten aufgenommen. Als weiteres zentrales Prädiktorkonstrukt wird im vierten Kapitel die Persönlichkeitsstruktur der Nutzerinnen und Nutzer, theoretisch fundiert durch die Konzeption der „Big Five“-Persönlichkeitsdimensionen, eingeführt. Die Autorin postuliert dabei einen Einfluss der Big Five sowohl auf die subjektive Selbstwirksamkeit als auch auf die mit der Web 2.0-Nutzung assoziierten Ergebniserwartungen. Der Theorieteil der Arbeit schließt im fünften Kapitel mit der Synthese der zuvor diskutierten Theorie- und Forschungsstränge, welche die Prädiktoren zu einem komplexen Gesamtmodell kombiniert.

Der zweite Teil des Bandes (Kapitel 6 und 7) dokumentiert die empirischen Methoden, mittels derer das zuvor postulierte Nutzungsmodell einer empirischen Überprüfung unterzogen wurde. In einer qualitativen Vorstudie wurden dazu auf der Basis von Gruppendiskussionen mit partizipierenden und produzierenden Web 2.0-Usern Items für eine Skala zu den Ergebniserwartungen der Web 2.0-Nutzung generiert. Aus der so gewonnenen Itemsammlung wurde auf der Grundlage eines Pre-Tests mit rund 500 Teilnehmerinnen und Teilnehmern mittels konfirmatorischer Faktorenanalyse eine Skala mit insgesamt zehn Gratifikationsdimensionen extrahiert. Dieses Befragungsinstrument

stellt schon für sich genommen ein wertvolles Verdienst der vorliegenden Studie dar. Der aufwendige Prozess der Skalenkonstruktion ist detailliert im siebten Kapitel des Bandes dokumentiert. Das theoretische Modell wird im Anschluss auf der Basis einer Online-Befragung über ein Online-Access-Panel getestet, bei dem eine Stichprobe von 2.653 verwertbaren Datensätzen rekrutiert werden konnte.

Die Ergebnisse der Hauptstudie werden in den Kapiteln 8 (deskriptive Statistiken) und 9 (Test des postulierten Modells) präsentiert. Die Überprüfung der Hypothesen erfolgt auf hohem statistisch-methodischen Niveau mittels Pfadanalysen und Strukturgleichungsmodellen. Das postulierte Modell erfährt dabei substantielle Unterstützung durch die empirischen Daten. Insbesondere die Selbstwirksamkeits- und Ergebniserwartungen erweisen sich als zentrale positive Prädiktoren der Web 2.0-Aktivität. Interessante Ergebnismuster zeigen sich in Bezug auf die Wichtigkeit der einzelnen Gratifikationen für die drei differenzierten Nutzungsformen. Während konsumierende Tätigkeiten nur von vier der zehn erfassten Gratifikationsdimensionen vorhergesagt wurden, spielt für Partizipation und Produktion ein größeres Spektrum von Ergebniserwartungen eine signifikante Rolle. Insgesamt sind die Gratifikationsprofile der partizipierenden und der produzierenden Nutzung erstaunlich ähnlich, was für einen starken Verwandtschaftsgrad beider Nutzungsformen spricht. Die erfassten Persönlichkeitseigenschaften der User erweisen sich hingegen nicht als brauchbare Nutzungsprädiktoren und zeigen nur schwache und unsystematische statistische Bezüge zu den abhängigen Variablen. Insgesamt kann das Gesamtmodell mit rund 48 Prozent der Varianz einen erheblichen Beitrag zur Vorhersage der Web 2.0-Gesamtaktivität leisten. Das zehnte Kapitel leistet eine gelungene und hilfreiche Abschlussdiskussion der Ergebnisse und ihrer Implikationen.

Insgesamt besticht der von Cornelia Jers vorgelegte Band durch die akribische und fundierte theoretische Aufarbeitung des Forschungsgegenstands und die uneingeschränkt überzeugende methodische Umsetzung des empirischen Designs. Der Theorieteil bietet einen überaus nützlichen und fundierten Überblick über den aktuellen Status quo der Forschung zu Nutzung und Gratifikationen des Web 2.0. Das von der Verfasserin postulierte Modell ist stimmig, die empirische Überprüfung vorbildlich. Die so gewonnenen Ergebnisse sind indes wenig überraschend oder innovativ. In den vergangenen Jahren ist eine Vielzahl von empiri-

schen Untersuchungen zu den Prädiktoren der Nutzung einzelner Web 2.0-Anwendung publiziert worden. Die von Cornelia Jers präsentierten Daten decken sich in vielen Punkten mit den Ergebnissen dieser bereits verfügbaren Arbeiten. Dennoch leistet der vorliegende Band einen wichtigen Impuls für die zukünftige Forschung zur Nutzung des Social Web, indem er sich gegen die verbreitete Forschungspraxis der mikroperspektivischen Analyse einzelner Angebotsformen des Web 2.0 stellt. Insbesondere angesichts der rasanten Weiterentwicklung des Social Web erscheint Forschung, die in erster Linie von den technischen Innovationen des Social Web getrieben ist, als wenig nachhaltig. Während eine Konzentration auf die der Nutzung einzelner Anwendungen zugrundeliegenden Prozesse in der Frühzeit der Web 2.0-Forschung durchaus wichtige Erträge liefern konnte, stellt sich nun die Integration und Konsolidierung der bisherigen Befunde als Herausforderung an die aktuelle Forschung. Die Arbeit von Cornelia Jers leistet zu diesem Prozess einen wichtigen ersten Beitrag, indem sie aufzeigt, dass auch eine integrierte Betrachtung der allgemeinen Web 2.0-Nutzung zu vielversprechenden Ergebnissen kommen kann.

Leonard Reinecke

J. David Johnson / Donald O. Case

Health Information Seeking

Oxford: Lang, 2012. – 274 S.

(Health Communication; 4)

ISBN 978-1-4331-1824-1

Die Suche nach Gesundheitsinformationen zählt oft zu den ersten Schritten nach einer unerwarteten ärztlichen Diagnose oder beim Bemerkten verdächtiger körperlicher Symptome. Das Ergebnis dieser Informationssuche hat bedeutende Implikationen für den Umgang mit potenziellen oder tatsächlichen Erkrankungen sowie der Entscheidungen für oder gegen Therapien bzw. Änderungen des Gesundheitsverhaltens. Es handelt sich um ein vielschichtiges Phänomen, welches ohne Rücksicht auf akademische Fächergrenzen von biologischen, sozialen, finanziellen, institutionellen, technischen und kulturellen Einflussfaktoren determiniert sein und interpersonale genauso wie massenmediale oder hybride Kommunikationsformen umfassen kann. Der Zeitpunkt des Eintretens der Informationssuche, der konkrete Verlauf und das Ergebnisse sind kaum prognostizierbar. Und falls es noch eines Belegs dafür bedürft hätte, dass Menschen in starkem Maße – schein-

bar oder tatsächlich – irrational handeln, wird man im Bereich des gesundheitsbezogenen Informationsverhaltens schnell fündig: Entsprechende Suchen werden oft spät, nicht selten nach mehr oder minder erfolgreichen Phasen der Verdrängung, gestartet und nur selten systematisch betrieben. Die Recherche endet oft schon, sobald eine erste halbwegs plausible bzw. akzeptierbare Antwort gefunden wurde. Nicht selten wird dem Rat von Laien – Freunden etwa oder anonymen Kommentatoren in Internetforen – ein höherer Stellenwert zugeschrieben als Ratschlägen ausgewiesener Experten. Sachliche Aufklärung stößt schnell an Grenzen: Schon das Lesen eines sorgfältig formulierten Beipackzettels für ein nachweislich hochwirksames Medikament kann einen sofortigen Vertrauensverlust und Therapieabbruch bewirken. Die Attraktivität teurer, wirkungsloser oder sogar gefährlicher „alternativer“, „ganzheitlicher“ oder „energetischer“ Therapieansätze nimmt dann oft zu, wohlgerne in allen Einkommens- und Bildungsschichten – und kann verheerende gesundheitliche Konsequenzen haben, die nur selten (etwa im Kontext der Krebserkrankung von Steve Jobs) öffentlich thematisiert und wahrgenommen werden. Problematische Such- und Wahrnehmungsverzerrungen finden sich ebenfalls in der Gruppe der Ärzte, die ihr Wissen über Therapieoptionen viel zu selten aus relevanten Fachzeitschriften beziehen und es natürlich angesichts der Informationsflut in den seltensten Fällen schaffen, auf dem aktuellen Stand der Forschung zu bleiben; ganz zu schweigen von den sprichwörtlichen Kommunikationsbarrieren zwischen Ärzten und Patienten.

In diesem gleichermaßen sozial relevanten wie komplexen Spannungsfeld ist das knapp 280 Seiten starke Buch „Health Information Seeking“ von J. David Johnson und Donald O. Case anzusiedeln. Die Autoren sind ausgewiesene Experten und haben das Feld durch eigene Forschungsaktivitäten aktiv mitgeprägt. Dem Vorwort ist zu entnehmen, dass eine Krebserkrankung und das Erleben der Folgen des beschränkten Zugangs zu entsprechenden Informationen den Erstautor zu ersten Forschungsarbeiten inspirierten. Das u. a. daraus entstandene *Comprehensive Model of Information Seeking* (CMIS; Johnson & Meischke, 1993) zählt zu den bekanntesten Ansätzen der Informationssuche und wird im Buch, zumindest im Vergleich zu alternativen Ansätzen, vielleicht sogar etwas zu intensiv thematisiert. Donald O. Case ist als Autor eines der Standardwerke der Informationssuche (Case, 2012) nicht minder einschlägig. Die Expertise der Autoren ist auf