Inhalt

Inhalt ............................................................................................................................................. 9
Abbildungsverzeichnis .................................................................................................................. 13
Tabellenverzeichnis ........................................................................................................................ 15
Abkürzungsverzeichnis ................................................................................................................... 17
1. Gegenstand und Anliegen der Arbeit .......................................................................................... 19
1.1 Entdeckungszusammenhang .................................................................................................. 19
1.2 Stand der Forschung und das spezifische Interesse der Arbeit .................................................. 20
1.3 Forschungsdesiderate und methodisches Vorgehen ................................................................ 22
1.4 Aufbau der Arbeit .................................................................................................................. 25
2. Soziale Konsequenzen der Online-Mediennutzung .................................................................. 27
2.1 Etablierung als neues Forschungsfeld ................................................................................... 27
2.2 Weiterentwicklung der Diskussion und neue Fragestellungen .................................................. 34
2.3 Die Erforschung der wahrgenommenen sozialen Ressourcen .................................................. 39
2.4 Zusammenfassung der Diskussion ......................................................................................... 44
3. Theoretische Fundierung der sozialen Ressourcen .................................................................. 47
3.1 Einführung in die Diskussion um soziale Ressourcen ............................................................... 47
3.2 Die soziologische Perspektive: Soziales Kapital ..................................................................... 51
  3.2.1 Die ressourcenorientierte Perspektive .................................................................................. 52
    3.2.1.1 Granovetter und der Wert von unterschiedlich starken Verbindungen ............................... 52
    3.2.1.2 Bourdieu und die unterschiedlichen Kapitalformen ............................................................ 53
    3.2.1.3 Lin und soziales Kapital im Netzwerk ............................................................................. 56
  3.2.2 Die normative Perspektive ................................................................................................... 59
    3.2.2.1 Coleman und die soziale Struktur ...................................................................................... 60
    3.2.2.2 Putnam und die Diagnose des Verfalls ............................................................................. 61
  3.2.3 Zusammenfassung ................................................................................................................ 64
3.3 Die sozialpsychologische Perspektive: Soziale Unterstützung ................................................. 66
3.3.1 Wahrgenommene soziale Unterstützung ......................................................... 67
3.3.2 Dimensionen der wahrgenommenen sozialen Unterstützung ............................. 71
3.4 Wahrgenommene soziale Ressourcen in der Online-Forschung ............................. 73
3.5 Zusammenfassung ............................................................................................. 78

4. Messung der Online-Mediennutzung .................................................................... 81
4.1 Das Internet und die Online-Medien .................................................................... 81
   4.1.2 Online-Medien – Einzelne Anwendungen mit unterschiedlichen Charakteristika .......... 84
      4.1.2.1 Allgemeine Internetnutzung ......................................................................... 86
      4.1.2.2 E-Mail ......................................................................................................... 87
      4.1.2.3 Chat ........................................................................................................ 87
      4.1.2.4 Foren ........................................................................................................ 88
      4.1.2.5 Soziale Netzwerkseiten ............................................................................ 88
      4.1.2.6 Blogs ....................................................................................................... 89
      4.1.2.7 Foto-, Musik- und Videocommunitys ......................................................... 89
      4.1.2.8 Onlinespiele .............................................................................................. 90
   4.1.3 Unterschiedliche Online-Medien und ihre Funktionen ....................................... 90
4.2 Die Messung der Nutzung von Online-Medien ................................................... 93
   4.2.1 Ansätze in der Kommunikationswissenschaft .................................................... 94
   4.2.2 Typologisierung der Messung von Online-Mediennutzung ............................... 96
4.3 Eine Systematik der Messung von Online-Mediennutzung ..................................... 99
4.4 Zusammenfassung ............................................................................................. 101

5. Erkenntnisinteresse, Forschungsfragen und Hypothesen ....................................... 105
5.1 Forschungsdesiderate und übergeordnetes Erkenntnisinteresse ............................. 106
5.2 Präzisierung der Konzepte und erweitertes Modell .............................................. 109
5.3 Entwicklung von Forschungsfragen und Hypothesen ........................................... 111

6. Methode und Durchführung der Studie .................................................................. 117
6.1 Systematische Literaturübersicht: Survey und Metaanalyse .................................. 117
6.2 Das Messinstrument ........................................................................................... 121
   6.2.1 Im Fokus: Online-Mediennutzung und wahrgenommene soziale Ressourcen .......... 122
   6.2.2 Zusätzliche Einflussfaktoren: Sample- und Studieneigenschaften ........................ 124
6.3 Die Literaturrecherche ....................................................................................... 125
   6.3.1 Definition der Suchbegriffe .......................................................................... 126
   6.3.2 Datenbankauswahl ....................................................................................... 127
6.3.3 Durchführung der Literaturrecherche .................................................. 128

6.4 Durchführung der Studie: Auswahl der Primärstudien ................................ 129
  6.4.1 Auswahl der Primärstudien anhand der Abstracts ............................. 130
  6.4.1.1 Manuelle Codierung der Abstracts ........................................... 130
  6.4.1.2 Automatische Codierung der Abstracts .................................. 132
  6.4.1.3 Ergebnisse bei der Auswahl der Studien anhand der Abstracts ........ 134
  6.4.2 Auswahl der Primärstudien anhand der Volltexte ........................... 135
  6.4.2.1 Datenbereinigung und Download der Volltexte ...................... 136
  6.4.2.2 Auswahl der Studien anhand der Volltexte .............................. 137
  6.4.2.3 Ergebnisse bei der Auswahl der Studien anhand der Volltexte ...... 140

6.5 Durchführung der Studie: Codierung der relevanten Werte .......................... 140
  6.5.1 Bestimmung der relevanten Fälle .............................................. 141
  6.5.2 Extraktion der Effektstärken ..................................................... 143
  6.5.3 Datenbereinigung und Datenmanagement ...................................... 145

6.6 Besonderheiten der Metaanalyse .............................................................. 146
  6.6.1 Auswahl der verwendeten Schätzer ............................................. 146
  6.6.2 Gewichtung der Studien und Auswahl des geeigneten Modells .......... 147
  6.6.3 Auswertung der Ergebnisse ...................................................... 150

7. Ergebnisse der Studie .............................................................................. 151
  7.1 Der Survey ..................................................................................... 152
    7.1.1 Das Sample: Primärstudien und Fälle .................................... 152
    7.1.2 Beschreibung des Forschungsfelds auf Ebene der Primärstudien ...... 153
    7.1.3 Beschreibung des Forschungsfelds auf Ebene der Fälle ............... 154
      7.1.3.1 Online-Medien und Online-Mediennutzung .................. 154
      7.1.3.2 Wahrgenommene soziale Ressourcen ....................... 157
      7.1.3.3 Population und Stichprobe ............................................. 160
    7.1.4 Die Höhe des Sozialkapitals und sozialer Unterstützung in den Fällen .... 161

  7.2 Die Metaanalyse .............................................................................. 164
    7.2.1 Sample der Fälle mit ermitteltem Korrelationskoeffizient ............ 164
      7.2.1.1 Online-Medien und Online-Mediennutzung .................. 165
      7.2.1.2 Wahrgenommene soziale Ressourcen ....................... 166
      7.2.1.3 Population und Stichprobe ............................................. 166
    7.2.2 Die Relation von Online-Mediennutzung und wahrgenommenen sozialen Ressourcen .... 169
7.2.3 Unterschiede zwischen den Forschungsfeldern wahrgenommenes Sozialkapital sowie wahrgenommene soziale Unterstützung ................................................................. 176
7.2.4 Unterschiede zwischen den Dimensionen online, offline und unbestimmt ................. 181
7.2.5. Ein Exkurs zum Thema publication bias ..................................................................... 185
7.3 Zusammenfassung der Ergebnisse .................................................................................. 186

8. Diskussion und Ausblick .................................................................................................. 193
8.1 Resümee: Vorgehensweise und Ergebnisse ................................................................... 193
8.2 Limitationen der Arbeit .................................................................................................. 197
8.3 Implikationen für das Forschungsfeld ......................................................................... 200
   8.3.1 Implikationen für die Theoriebildung ..................................................................... 200
   8.3.1.1 Gesellschaftliche und technologische Veränderungen ........................................ 200
   8.3.1.2 Das Konzept der wahrgenommenen sozialen Ressourcen .................................. 204
   8.3.2 Implikationen für die empirische Forschung .......................................................... 206
   8.3.2.1 Die konzeptionelle Trennung verschiedener Online-Medien ............................. 206
   8.3.2.2 Die standardisierte Messung von Online-Mediennutzung ................................. 208
   8.3.2.3 Unterschiedlichen Dimensionen der wahrgenommenen sozialen Ressourcen .... 211
   8.3.2.4 Die Bedeutung von Drittvariablen .................................................................... 212
   8.3.3 Entwicklung eines Modells und Thesen für die zukünftige Forschung .................... 213
8.4 Ausblick .......................................................................................................................... 217

Literatur .................................................................................................................................. 219
Anhang .................................................................................................................................... 235
Online-Mediennutzung und wahrgenommene soziale Ressourcen
Eine Metaanalyse
Domahidi, E.
2016, XVII, 224 S. 20 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-658-13812-7