

## Manuel Neunkirchen und Jeffrey Wimmer: „Es könnte ja passieren, dass ...“

Beitrag aus Heft »2014/03: Apps«

Während ein Schwerpunkt bei der Erforschung von Risiken in der digitalen Medienwelt sich auf die Nutzung des Internets bezieht, fehlen bisher Untersuchungen zu Apps auf Smartphones und Tablet-Computern, obwohl deren Verwendung enorm an Bedeutung gewonnen hat. Die Studie exploriert daher, welche Risiken von App-Nutzerinnen und -Nutzern wahrgenommen werden und welche Faktoren das Risikobewusstsein beeinflussen. Hierbei zeigt sich unter anderem eine ausgeprägte Divergenz zwischen den real existenten und den wahrgenommenen Risiken.

Literatur:

ALM GbR (Hrsg.) (2012). Jahrbuch 2011/2012. Landesmedienanstalten und privater Rundfunk in Deutschland. Berlin: Vistas.

Böhmer, Matthias et al. (2011). Falling Asleep with Angry Birds, Facebook and Kindle – A Large Scale Study on Mobile Application Usage. MobileHCI 2011, Aug 30-Sept 2, 2011, Stockholm, Sweden.

Charmaz, Kathleen C. (2006). Constructing Grounded Theory: A Practical Guide through Qualitative Analysis. London: Sage.

Einwiller, Sabine (2003). Vertrauen durch Reputation im elektronischen Handel. Wiesbaden: GWV.

Kleining, Gerhard (2010). „Vertrauen“ in den Medien und im Alltag. In: Maren Hartmann/Andreas Hepp (Hrsg.), Die Mediatisierung der Alltagswelt. Wiesbaden: VS Verlag. S. 127-146.

Krotz, Friedrich (2014). Dein ganz persönlicher Einkaufstipp. taz, 22./23.02.2014

Krotz, Friedrich/Hepp, Andreas (Hrsg.) (2012). Mediatisierte Welten. Forschungsfelder und Beschreibungsansätze. Wiesbaden: VS Verlag.

Kuckartz, Udo (2010). Typenbildung. In: Günter Mey/Katja Mruck (Hrsg.), Handbuch Qualitative Forschung in der Psychologie. Wiesbaden: VS Verlag. S. 553-568.

Matthes, Jörg/Kohring, Matthias (2003). Operationalisierung von Vertrauen in Journalismus. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, 51(1), S. 5-23.

Mayring, Philipp (2008). Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken. 10. Auflage. Weinheim und Basel: Beltz.

McKnight, Harrison D./Chervany, Norman L. (2002). What Trust Means in E-Commerce Customer Relationships: An

merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München  
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | [www.merz-zeitschrift.de](http://www.merz-zeitschrift.de)

Interdisciplinary Conceptual Typology. In: International Journal of Electronic Commerce, 6(2), S. 35-59.

Quandt, Thorsten (2012). What's Left of Trust in a Network Society? An Evolutionary Model and Critical Discussion of Trust and Societal Communication. In: European Journal of Communication, 27(1), S. 7-21.

Reichertz, Jo (2010). Die Macht der Worte und der Medien. 3. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag.

Sackl, Andreas (2012). Risikowahrnehmung und Nutzungsverhalten in Computer Supported Social Networks am Beispiel studiVZ. In: Hajo Greif/Matthias Werner (Hrsg.), Vernetzung als soziales und technisches Paradigma. S. 169-186.

Stone, Robert J./Mason, J. Barn (1995). Attitude and Risk: Exploring the Relationship. In: Psychology & Marketing, 12(2), S. 135-153.

Verkasalo, Hannu et al. (2010). Analysis of Users and Non-users of Smartphone Applications. In: Telematics and Informatics, 27, S. 242-255.

Wimmer, Jeffrey/Hartmann, Maren (Hrsg.) (2014). Mobilkommunikation in Bewegung: Mobilisierung – Mobile Medien – Kommunikative Mobilität. Wiesbaden: Springer VS.