

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

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 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.

merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de

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.