



Maja Adena, Steffen Huck

Online Fundraising, Self-Image, and the Long-Term Impact of Ask Avoidance.

'in diesem beitrage werden weitere ergebnisse des zuma-projektes 'egozentrierte netzwerke in massenumfragen' vorgestellt. thematisiert wird die methodische fragestellung, ob die angaben von befragten über 'ihr' netzwerk zuverlässig sind. es werden drei inhaltliche kategorien zur messung der zuverlässigkeit von netzwerkangaben vorgestellt. im abschließenden teil des beitrages werden die namensgeneratoren von ronald burt und claude s. fischer hinsichtlich der identitätsanteile und der netzfluktuation verglichen.'