

Ilmenau, 14. September 1999

**„Die Veränderung der Kommunikation,
der Mediennutzung und des
Freizeitverhaltens in virtuellen
Gemeinschaften am Beispiel des
Ilmenauer FEM-Netz“**

Hausarbeit zum Medieninnovations-Seminar
„Internet & Öffentlichkeit“

Susan Scholz
Anja Koltes
André Kroll
Markus von Helden
Sebastian Rochow
Gabor Bonyhadi
Sascha Eschmann

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
1. Einleitung	3
2. Forschungsstand	3
3. Zum Untersuchungsgegenstand „FEM-Netz“	5
4. Kommunikation im Netz zwischen Massen- und Face-To-Face-Kommunikation	6
5. Virtuelle Gemeinschaften	9
6. Hypothesen	10
7. Das Instrument	12
7.1 Die Stichprobe	15
7.2 Der Fragebogen	16
7.2.1. Der Fragebogaufbau	16
7.2.2 Der Pretest	16
7.3. Anmerkungen	21
7.4. Verbesserungsvorschläge / Die perfekte Vorgehensweise	22
8. Ergebnisse	23
8.1. Wichtige Kennzahlen der Stichprobe und daraus folgende Probleme bei der Auswertung	23
8.2. Auswertung bezüglich der Hypothesen	26
8.3. Fazit	49
8.4. Kritische Begutachtung der eigenen Arbeit und Vorausblick für die weitere Internetforschung	51
9. Quellen	52
Anhang: Fragebogen	54

1. Einleitung

Mit dem dynamischen Wachstum von Inter- und Intranets gewinnt der Computer als Kommunikationsmedium für uns mehr und mehr an Bedeutung. Im Zusammenhang mit den rapide steigenden Nutzerzahlen fallen immer öfter Begriffe wie „Internet-Sucht“ oder es wird über die mögliche Isolation von Netznutzern und den Verlust von Face-To-Face-Kontakten diskutiert.

Unser Forschungsprojekt widmet sich der Problematik des Freizeitverhaltens von Studenten der TU Ilmenau. Wir wollen dabei untersuchen, ob Unterschiede im Freizeitverhalten auf die Nutzung des FEM-Netzes und seiner Dienste zurückzuführen sind. Unser besonderes Interesse gilt dabei der Intensität der sozialen Kontakte, dem Themenspektrum der interpersonellen bzw. computervermittelten Kommunikation und der Mediennutzung.

2. Forschungsstand

Die Problematik der Online-Nutzung und deren soziale Folgen wird in den Bereichen Medienwissenschaft und Sozialpsychologie schon seit einigen Jahren thematisiert. So schrieb Klaus Merten bereits 1980: „der Fortschritt auf der medialen Ebene geht zu Lasten der personalen Ebene, auf der sich ein Defizit herausbildet. Kommunikation wird knapp“, „[...] entgegen aller Medieneuphorie zeigt sich, daß die personale Kommunikation nach wie vor unverzichtbar ist und daß diese in dem Maße, in dem sie verknappt wird, an Bedeutung gewinnt.“ (vgl. Merten 1980, S. 10)

Theorien über Online-Nutzung und daraus folgende Vereinsamung bzw. Verluste sozialer Kontakte sind recht populär, werden aber meist nicht empirisch belegt.

So stellt Achim Bühl in seinem Aufsatz "Die virtuelle Gesellschaft - Ökonomie, Politik und Kultur im Zeichen des Cyberspace" verschiedene Thesen über die Auswirkungen von Vernetzung und Virtualisierung auf (vgl. Bühl 1997, S. 56 f.):

„Das Surfen in weltweiten Netzen, das Eintauchen in virtuelle Welten korrespondiert tendenziell mit einem zunehmenden Verlust des Realkörpers, mit einer Überbetonung des Geistes.“

„Denkbar ist eine Abwertung der Nahumgebung im Leben der Cyberbürger. zwar wohnen sie weiter an einem geographisch zu lokalisierenden Ort, da sie jedoch tagtäglich überwiegend in virtuellen Welten bewegen, könnte ihr Interesse am sozialen Geschehen in der unmittelbaren Umgebung abnehmen.“

„Die Virtualisierung alltäglicher Beziehungen führt zu einer Entkopplung der Kommunikation vom Realraum. Virtuelle Gemeinschaften werden in wachsendem Maße die Rolle geographisch strukturierter Gemeinschaften übernehmen.“

Barbara Mettler-Meibom stellt in einem Aufsatz Überlegungen über längerfristige Tendenzen und die Anwendung von Computern an. Mettler-Meibom stellt die These auf: "Die Anwendung von Computern hat kommunikationszerstörende Wirkungen, wobei längerfristige Tendenzen der Zerstörung von zwischenmenschlicher Kommunikation intensiviert und beschleunigt werden." (vgl. Mettler-Meibom 1990, S. 66) Sie kommt zu dem Ergebnis:

"Der Computer ist, wie gerade der Blick auf seine Verwendung im Arbeitsprozeß zeigt, ein Instrument der Kommunikationszerstörung. Allerdings ordnet sich diese Funktion des Computers in einen langanhaltenden und weit über den Computer hinausgreifenden Prozeß der Kommunikationszerstörung ein. Er ist nicht etwa ein Instrument der Trendumkehr angesichts einer weit vorangeschrittenen Kommunikationszerstörung, sondern ein Instrument der Trendverstärkung; vermutlich verschafft die Aneignung der Computertechnik in allen Lebens- und Arbeitsbereichen dem Trend eine neue bedrohlichere Qualität." (vgl. Mettler Meibom 1990, S. 87)

Auf den Aspekt der Internet-Sucht geht Elisabeth Reisch sehr unterhaltsam in ihrem Buch "Vernetzte Herzen - Chat, Flirt und Leidenschaft im Cyberspace" ein. Sie sieht in der computervermittelte Kommunikation die Gefahr des Süchtigwerdens und die damit einhergehende Vernachlässigung von Pflichten, der Familie und Hobbys (vgl. Reisch 1997, S. 24 ff.).

Die bisher angeführten Beispiele unterstützen unsere Thesen weitestgehend. Empirische Studien kommen jedoch zu anderen Ergebnissen.

Einsamkeit ist ein zentrales Thema in Nicola Dörings Arbeit „Einsam am Computer? Sozialpsychologische Aspekte der Usenet Community“. Sie beschäftigt sich dabei speziell mit der Frage, welche Voraussetzungen für eine sinnvolle Forschung auf diesem Gebiet notwendig sind. In Bezug auf soziale Kontakte unter dem Einfluß computervermittelter Kommunikation stellt sie fest: „Durch online Verbindungen können bestehende Beziehungen gefestigt, sowie neue Kontakte innerhalb und außerhalb des Netzes angebahnt werden.“ (vgl. Döring 1995)

In ihrer Studie „Führen Computernetze in die Vereinsamung?“ widerlegt sie u.a. die These, Netznutzer wären besonders isoliert und einsam (vgl. Döring 1996). Des weiteren widerlegt sie die Substitutionshypothese, die, ähnlich unserer Hypothese II, besagt: „[...] daß Netzkontakte überhand nehmen und soziale Kontakte verdrängen [...]“ (vgl. Döring 1996).

Die Studie der Österreicher Hans Zimmerl und Beate Panosch hatte zum Ziel, die in Nordamerika behauptete Existenz der sogenannten "Internet Addiction Disorder (IAD)" wissenschaftlich zu hinterfragen. Dazu wurde im beliebtesten deutschsprachigen Programm namens „Metropolis – Chatsystem“ eine Online-Umfrage durchgeführt. Der Fragebogen war am GIN-Server der Universität Innsbruck deponiert und online von 17.2. bis 27.4.98 abrufbar. Ein Link auf der Login-Site des Chatsystems verwies auf den Bogen. Er beinhaltete Fragen zur Soziodemographie, zu den Gebrauchsgewohnheiten, zu den Gebrauchsmotiven- explizit zum Erleben "rauschähnlicher Zustände" während des intensiven Chattens, sowie zur Selbsteinschätzung als "süchtig". Die Auswertung erfolgte am Institut für Biostatistik und Dokumentation der Medizinischen Fakultät der Universität von Innsbruck. Dabei ergab sich das Indiz, daß 12,7% der Probanden ein suchartiges Verhalten aufwiesen. Davon bejahten 30,8% rauschähnliche Zustände bei intensivem Chatten. Auffällig war auch, daß 40,9% derselben Gruppe sich selbst als süchtig einstufen.

Volker Kneer von der Universität Hohenheim beschäftigt sich in seiner Diplomarbeit „Computernetze und Kommunikation“ ebenfalls mit der Problematik der Internet- bzw. Computersucht. Am Beispiel von MUDs erklärt er einerseits Suchtgefahren durch Netznutzung (vgl. Kneer 1994, S. 59). Andererseits liefert er den empirischen Beleg, daß aus Netzkontakten durchaus Face-To-Face-Kontakte entstehen können. 63,1% der von ihm Befragten gaben an, durch E-Mail Kontakt feste Kommunikationspartner gefunden zu haben (vgl. Kneer 1994, S. 112).

3. Zum Untersuchungsgegenstand „FEM-Net“

Die FEM (Forschungsgemeinschaft elektronischer Medien e.V.) hat sich mit dem Ziel gegründet, die Nutzung der Inter- und Intranetdienste des Universitätsrechenzentrums für die Studenten zu vereinfachen und gleichzeitig die Räumlichkeiten des Rechenzentrums zu entlasten. Zu diesem Zweck wurden bisher die Wohnheime Block C, Block D, Block H sowie Block N vernetzt und den

Studenten damit ein relativ preiswerter und schneller Netzzugang zur Verfügung gestellt. Weitere Blocks sollen im Zuge der Renovierung folgen.

Die Studenten können durch das FEM-Netz die Dienste WWW, E-Mail, FTP und Usenet nutzen. Zusätzlich besteht die Möglichkeit der Kommunikation innerhalb des Fem-Netzes durch Chat-Programme wie PopUp, PlopUp oder ICQ. Die Vernetzung wurde durch ein 10 Mbit Ethernet realisiert. Der Netzzugang ist damit erheblich schneller als ein herkömmlicher Modem- oder ISDN-Zugang.

Während der Netzzugang zur Zeit hauptsächlich der Recherche, Information und Unterhaltung dient, könnten in Zukunft beispielsweise Vorlesungen vom Hörsaal in Echtzeit übertragen werden. Dies hätte eine Entlastung der Hörsäle und damit natürlich auch eine Verbesserung der Didaktik zur Folge. Weiterhin besteht auch die Möglichkeit von Televorlesungen durch Dozenten, die nicht persönlich in Ilmenau anwesend sein können.

Außerdem bietet sich an, die Nutzer aus wissenschaftlicher Sicht in Bezug auf Nutzungsgewohnheiten und Veränderungen im Verhalten zu untersuchen, so, wie wir dies hier versuchen.

4. Kommunikation im Netz zwischen Massen- und Face-To-Face-Kommunikation

Da bei dieser Arbeit des öfteren auf verschiedenen Kommunikationsarten eingegangen wird, soll an dieser Stelle versucht werden, die Netzkommunikation (somit auch die Kommunikation im Fem-Netz) in die verschiedenen Arten der Kommunikation einzuordnen und die Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen computervermittelter Kommunikation sowie Massen- und Face-To-Face-Kommunikation herauszuarbeiten.

Kommunikation in Computernetzen ist in den meisten Fällen anonymisiert. Das bedeutet, daß die Teilnehmer nur wenige Informationen über ihr Gegenüber besitzen. Die Kommunikation findet im allgemeinen nur über Schrift statt. Somit können keine Rückschlüsse aus der Mimik, Gestik und der äußerlicher Erscheinung des Kommunikationspartners geschlossen werden. Der computervermittelten Kommunikation fehlen somit wichtige Merkmale, die das kommunikative Verhalten bei einer direkten Face-To-Face-Kommunikation ausmachen. (vgl. Tasche 1997, S. 4). Die Angaben, die die Kommunikationspartner im Netz voneinander besitzen, sind in der Regel freiwilligen Angaben und können vom Gegenüber nicht verifiziert werden. So ist es für eine Person im Netz ohne Probleme möglich, in die Rolle einer anderen Person oder eines anderen Geschlechtes zu schlüpfen. Studien belegen, daß ein Großteil der

Internetnutzer schon einmal mit „falschem“ Geschlecht im Netz unterwegs waren (vgl. Neverla 1998, S. 144ff) .

Ein weiterer Unterschied der beiden Kommunikationsformen besteht darin, daß technisch vermittelte Kommunikation im Gegensatz zur Face-To-Face-Kommunikation auch zeit- und raumunabhängig stattfinden kann. Auch eine physische Präsenz der Kommunikationspartner ist nicht von Nöten. Per Email ist es beispielsweise möglich, einer zweiten Person, in einem weit entfernten Land, eine Nachricht zu schicken, die diese Person erst zwei Tage später beantwortet, aber innerhalb von 10 Sekunden eine Antwort auf die Antwort bekommt. Diese Leistung kann eine Face-To-Face-Kommunikation nicht erbringen. Durch Computer vermittelte Kommunikation ist eine Zeit-, Raum- und präsenzunabhängige zwischenmenschliche Kommunikation möglich (vgl. Tasche 1997, S. 130ff).

Walther (1996,S. 5ff) spricht sogar von der Möglichkeit, daß computervermittelte Kommunikation von den Kommunikanten als intensiver erlebt wird, als Face-To-Face-Kommunikation. Er begründet dieses damit, daß die Kommunikanten eine optimale Form der Selbstpräsentation vorfinden und Informationen über sich selber selektiv preisgeben können und auch Informationen über sich selber zurückhalten können. Auf der Empfängerseite werden alle bekannten Informationen des Gegenübers besonders stark gewichtet, so daß es zu einem genaueren, positiven Feedbacks kommen kann. Außerdem wird der Kommunikationspartner als Mitglied derselben sozialen Gruppe, nämlich als Mitglied des gleichen Online-Dienstes, eingestuft. So kann sich bei computervermittelter Kommunikation ein Gefühl starker Vertrautheit herausbilden, auch wenn dieses nur aufgrund selektiven Informationen besteht. Dieses ist bei Face-To-Face-Kommunikation oft nicht der Fall, da allen Kommunikationspartner eine Vielzahl von Informationen des Gegenübers zur Verfügung stehen, auch wenn diese nicht verbaler Art sind, so daß auf den Kommunikationspartner nur schwer eingegangen werden kann.

Durch dieses intensivere Empfinden bei computervermittelten Kommunikation läßt sich begründen, warum bei vielen Online-Bekanntschäften später mit dem Kommunikationspartner nicht-virtueller Kontakt aufgenommen wird. Untersuchungen bei Newsgroup-Teilnehmern zeigen, daß 2/3 aller Untersuchungsteilnehmer mit Personen die sie erstmalig in einer Newsgroup getroffen haben, später persönlich Kontakt aufgenommen haben. Dieser Kontakt fand in 97 % der Fälle nicht computervermittelt statt (vgl. Tasche 1996, S. 132)¹.

¹ Sekundärquelle. Original stammt von Parks/Lloyd 1996

Hieraus resultiert die Annahme, „...daß die Teilnehmer der computervermittelten Kommunikation, wie andere Kommunikatoren auch, motiviert sind, zu ihren Kommunikationspartner persönliche Beziehungen zu entwickeln“ (vgl. ebd.,S.132)². Nur daß der Aufbau dieser persönlichen Beziehungen langsamer verläuft, da diese in der ersten Zeit nur über die Computertastatur erfolgt.

Computervermittelte Kommunikation besitzt somit einige Parallelen zu Face-To-Face-Kommunikation, z.B. der Wunsch nach Aufbau einer persönlichen Beziehung zu den Kommunikationspartnern, aber auch einige Unterschiede, die gerade durch diese Computervermitteltheit bestehen. Die größten Unterschiede sind die Zeit-, Raum und Präsenzunabhängigkeit der computervermittelten Kommunikation, sowie die optimale Möglichkeit der Selbstdarstellung im Netz und die Nichtverifizierbarkeit der Informationen des Kommunikationspartners. Jedoch sollte man auch beachten das es vielfältige Möglichkeiten der computervermittelten Kommunikation gibt.

Doch wie sieht es mit einem Vergleich zur Massenkommunikation aus? Eine der bekanntesten Definitionen von Massenkommunikation stammt von Maletzke (1963, S: 32):

„Unter Massenkommunikation verstehen wir jene Form der Kommunikation, bei der Aussagen öffentlich durch technische Verbreitungsmittel indirekt und einseitig an ein disperses Publikum vermittelt werden“.

Beim betrachten dieser Definition fallen gleich einige Probleme des Vergleiches von computervermittelter Kommunikation und Massenkommunikation auf. Computervermittelte Kommunikation gibt es in den verschiedensten Formen. Mittels Email kann man ein genau definiertes Zielpublikum erreichen, während die Rezipientengruppe im World Wide Web meistens dispers ist.

Ein weiteres wichtiges Kriterium in Maletzkes Definition ist das der Öffentlichkeit. Auch dieses läßt sich nicht auf alle Formen der computervermittelten Kommunikation beziehen. Selbst bei WWW-Seiten gibt es Angebote, die nicht allen Nutzern zugänglich sind. Ähnliches gilt für die Kriterien der Einseitigkeit und Indirektheit. Auch diese hängen von der jeweiligen Form der Netzkommunikation ab. Das einzige Kriterium von Massenkommunikation, das auf alle Formen der computervermittelten Kommunikation zutrifft, ist daß der Verbreitung durch technische Verbreitungsmittel. Dieses macht jedoch noch keine

² Sekundärquelle. Original stammt von Walther 1992

Massenkommunikation aus, selbst wenn sie ohne diese kaum denkbar ist (vgl. Höflich 1996, S. 89).

Aus diesen Gründen schlägt Höflich (vgl. Höflich 1996, S. 90) die Unterscheidung von medialer Kommunikation via Computer in drei idealtypische Formen vor. Unter der ersten Form sind alle Netzangebote zusammengefaßt, „...die sich an alle Nutzer als disperses Publikum richten und die, nach eigenem Wunsch und ohne an zeitliche Restriktionen gebunden zu sein, bestimmte Kommunikationsinhalte ... abrufen können“ (vgl. ebd., S.90). Die Feedbackfunktionen sollen dabei, die Möglichkeiten von Leserbriefen bei Zeitungen nicht überschreiten.

Zu diesem Typ der Online-Kommunikation zählen die meisten Angebote des WWW. Diese Form der computervermittelten Kommunikation erfüllt dabei alle Kriterien von Maletzkes Definition und kann somit der Massenkommunikation zugeordnet werden.

Die zweite Form der Kommunikation via Computer schließt alle Kommunikationsforen ein, die durch den Nutzer aktiv gestaltet werden. Die Nutzer rezipieren nicht nur, sondern liefern auch aktiv Beiträge. Die dritte Form „...bezieht sich auf die Möglichkeit der zeitverschobenen Kommunikation, wie auch der zeitgleichen Kommunikation zwischen zwei und mehr Nutzern, sofern ... diese privaten Charakter haben“ (vgl. Ebd., S.92). Diese Form der computervermittelten Kommunikation gleicht eher der Individualkommunikation als der Massenkommunikation.

Zusammenfassen läßt sich sagen, daß Netzkommunikation zwischen der Face-To-Face- und der Massenkommunikation angeordnet ist. Einige Formen der computervermittelten Kommunikation lassen sich in die Massenkommunikation ohne Einschränkungen einordnen, anderer gleichen eher der Face-To-Face-Kommunikation, nur das diese technisch verbreitet stattfindet.

5. Virtuelle Gemeinschaften

Unter einer Gemeinschaft wird jene soziale Einheit verstanden, in der Menschen leben, arbeiten und spielen. Ein System von Beziehungen, in der die Aktivitäten der Mitglieder die Voraussetzung für dessen Bestehen darstellen. Die in ihr lebenden Mitglieder müssen miteinander kommunizieren, und zwar möglichst im Kontext einer gemeinsamen Zielsetzung (vgl. Dyson 1997, S. 48).

Nach dieser Definition müßten auch die Mitglieder des Fem-Netzes eine Gemeinschaft darstellen. Da diese Gemeinschaft jedoch nicht körperlicher Natur ist, spricht man hier von einer virtuellen Gemeinschaft. Eine virtuelle

Gemeinschaft versucht „reale“ Kommunikationsräume durch technische Hilfsmittel zu simulieren. Sie ist dabei zeit-, raum- und präsenzunabhängig. Die gemeinsame Zielsetzung besteht im Fem-Netz z.B. aus der gemeinsamen Vorbereitung auf eine Prüfung oder aus dem gemeinsamen Spielen von Netz-Spielen. Folglich kann nicht von einer einzigen Gemeinschaft gesprochen werden, sondern von einer Vielzahl von Teilgemeinschaften, deren Grenzen fließend sind. Die Gemeinschaft konstituiert sich und endet dabei entsprechend den Zielen der Kommunikation, z.B. als Lerngemeinschaft, Datengemeinschaft, oder Unterhaltungsgemeinschaft.

Der Unterschied zwischen realen und virtuellen Gemeinschaften besteht darin, daß man in der virtuellen Gemeinschaft seine Identität selbst gestalten kann (vgl. Turkle 1998, S. 285). Dieses trifft auch auf das Fem-Netz zu, wenn vorher kein physischer Kontakt zwischen den Teilnehmern bestand.

Der Mitgliederbestand virtueller Gemeinschaften fluktuiert. Mitglieder kommen neu in die Gemeinschaft, andere verlassen diese aus verschiedenen Gründen. Im Fem-Netz geschieht dies, wenn ein Mitglied z.B. aus dem Wohnheim auszieht, nicht mehr die technischen Möglichkeiten hat, an der Gemeinschaft teilzunehmen oder aus dieser ausgeschlossen wird, wenn er gegen deren Regeln verstößt.

6. Hypothesen

Vor der Datenerhebung wurden Hypothesen gebildet, die mit der Untersuchung belegt oder widerlegt werden sollten. Ausgangspunkt der Hypothesen war die Literaturarbeit, deren Aspekte in die Hypothesen integriert wurden. Die Hypothesen beziehen sich auf die Unterschiede von computervermittelter Kommunikation in virtuellen Gemeinschaften im Vergleich zur interpersonellen Kommunikation in nicht-virtuellen Gemeinschaften. Die Dimensionen, die dabei genauer untersucht werden, sind die Qualität und Quantität von sozialen Beziehungen, die Themenvarianz der einzelnen Gemeinschaften, die Freizeitgestaltung und die Intensität der Netz und Computernutzung.

Hypothese I bezieht sich auf die Intensität der sozialen Beziehungen der Fem-Netz-Nutzer im Vergleich zur Intensität der sozialen Beziehungen von Nichtnutzern.

Hypothese I: Fem-Netz-Nutzer haben in geringerem Maße interpersonelle Kontakte nicht-virtueller Art als Nicht-FEM-Netz-Nutzer.

Die abhängige Variable ist die Fem-Netz-Nutzung, die unabhängige Variable ist das Maß der interpersonellen Kontakte nicht virtueller Art. Als Indikatoren des interpersonellen Kontaktes dienen: die Häufigkeit des Treffen mit Freunden, die Häufigkeit des Spielens von Gesellschaftsspielen, sowie der Kontakt der Befragten mit Freunden per Brief und Telefon. Außerdem dienen als Indikatoren die Häufigkeit mit der die Befragten Kneipen, Kinos, Cafes, Eisdielen und Studentenclubs besuchen, da an diesen Orten, oft interpersoneller Kontakt gepflegt wird. Die Grundgedanken dieser Hypothese stammen von Rammert (1990), der schon Ende der 80er Jahre eine „Entfremdung“ bei Personen, die viel Zeit vor ihrem Computer verbringen, beobachtet hat. Diese Personen brechen soziale Beziehungen nicht virtueller Art ab, um neue Beziehungen in ihrer Computerwirklichkeit beginnen zu können.

Aus dem gleichen Gedanken entsprang Hypothese Ia.

Unterhypothese Ia: Bei Fem-Netz-Nutzern ersetzt die virtuelle Kommunikation die interpersonelle Kommunikation nicht-virtueller Art.

Ein Indikator dafür könnte darin bestehen, daß Fem-Netz-Nutzer anstatt in Kneipen und Clubs zu gehen, ihre Sozialkontakte in Chaträumen pflegen. Auch das Kommunizieren mittels Email anstelle von Brief und Telefon, deutet auf ein Ersetzen der nicht virtuellen interpersonellen Kommunikation durch virtuelle Kommunikation hin.

Hypothese II bezieht sich auf das Freizeitverhalten und den Medienkonsum der Befragten.

Hypothese II: Fem-Netz-Nutzer haben andere Präferenzen in der Freizeitgestaltung als Studenten ohne FEM-Netz-Zugang.

Bei dieser Hypothese besteht die unabhängige Variable aus der Fem-Netz-Nutzung; die abhängige Variable ist die Freizeitgestaltung. Als Indikatoren für die Freizeitgestaltung dienen die Computernutzung der Befragten, die Mediennutzung sowie die Häufigkeit des Aufenthaltes in Clubs, Kneipen, Cafés, Kinos und anderer kultureller Einrichtungen.

Die Burda-Studie zur Internetnutzung (97/98) zeigt, daß bei Internetnutzern der Fernseh- und Hörfunkkonsum geringer ist als bei Nicht-Nutzern. Ähnliches dürfte bei Fem-Netz-Nutzern der Fall sein, da man im Fem-Netz Filme, Musik und auch eine Vielzahl von Zeitungen abrufen kann.

Die Hypothesen III bis IV beschäftigen sich mit der Internetnutzung von Fem-Netz-Nutzern im Vergleich zu Nicht-Fem-Netz-Nutzern und der Vermutung, die Nutzung klassischer Medien könnte bei häufigerer Internetnutzung abnehmen.

Hypothese III: *FEM-Netz-Nutzer nutzen das Internet häufiger als Nicht-FEM-Netz-Nutzer.*

Unterhypothese IIIa: *FEM-Netz-Nutzer betreiben mehr „Flanier-Surfen“ als Nicht-FEM-Netz-Nutzer.*

Unterhypothese IIIb: *Bei Fem-Netz-Nutzern nimmt der Konsum der „klassischer Medien“ im Gegensatz zu Nichtnutzern ab.*

Hypothese VIII: *FEM-Netz-Nutzer interessieren sich für andere Medieninhalte als Nicht-FEM-Netz-Nutzer*

Als Indikatoren für Themenspektren werden die bevorzugten Bücherarten, die bevorzugten Fernsehgenres und die bevorzugten Zeitschriften der Befragten herangezogen.

Aufgrund der Hypothesen und der damit verbundenen Variablen und Indikatoren wurde der Fragebogen aufgebaut.

7. Das Instrument

Nachdem wir das Erkenntnisinteresse unseres Forschungsprojektes „Kommunikation in virtuellen Gemeinschaften“, die mit dem Forschungsprojekt zusammenhängenden Begriffe und Fragen, den aktuellen Stand der Forschung in diesem Bereich und die von uns entwickelten Hypothesen in den vorangegangenen Kapiteln hinreichend erläutert haben, ist es nun an der Zeit, sich über das angemessene Erhebungsinstrument im Klaren zu werden. Zur Auswahl stehen, wie allen Forschern, die Erhebungsinstrumente der Befragung, der Beobachtung, der Inhaltsanalyse und der nicht-reaktiven Erhebungsmethode. Vor dem Hintergrund unserer Hypothesen mußten wir nun das beste Forschungsdesign und das beste Erhebungsinstrument ausarbeiten.

Das optimale Forschungsdesign ließ sich, das sei schon vorweggenommen, aufgrund eines zu großen Aufwandes bzw. aufgrund des im 6. Semesters

auftretenden Zeitmangels und aus Datenschutzgründen nicht umsetzen. Dies wäre ein Multimethoden-Design mit einer Panelerhebung gewesen. Dazu mehr am Ende dieses Kapitels.

Ein denkbares und sehr nützliches Nicht-reaktives-Erhebungsinstrument wäre das Auswerten von Datenspuren gewesen. So hätte von jedem Nutzer sein spezifisches Nutzungsverhalten im Netz analysiert werden können, da jeder Netznutzer in einem Computernetz Spuren hinterläßt. Durch diese Spuren hätten die spezifischen Nutzungszeiten analysiert werden, z.B. wie lange die Probanden in einem Computernetz eingeloggt sind, welche Dienste sie nutzen etc. und diese Daten dann mit der zweiten Gruppe der Studierenden verglichen werden können. Dies war aber aus Datenschutzgründen nicht möglich. Desweiteren hätten z.B. Telefonrechnungen nach der spezifischen Mediennutzung hin analysiert werden können. Auch hier gab es das Problem des Datenschutzes, sprich der Privatsphäre und des Verhältnisses des eingesetzten Instrumentes zum gesamten Forschungsprojekt (Kosten-Nutzen).

Ein weiteres Forschungsinstrument ist die Inhaltsanalyse. Diese war aber für unser Forschungsprojekt völlig ungeeignet und wurde deshalb nicht in Betracht gezogen.

Die Beobachtung der einzelnen Studierenden wäre auch sehr reizvoll gewesen, zumal diese Nicht-reaktive-Datenerhebung einen „fehlerfreien“ bzw. einen nicht nach der sozialen Erwünschtheit verzerrten Datensatz geliefert hätte. Dies wäre jedoch nur für einige Aspekte unserer Forschung interessant gewesen, wie z.B. zur Überprüfung der Nutzung der Clubs, sprich der Auswertung der sozialen Kontakte. Über die Internetnutzung hätte dieses Erhebungsinstrument nichts ausgesagt. Außerdem ist solch eine „Beschattung“ ethisch sehr bedenklich, abgesehen davon, daß sie bei einer Stichprobe von 70 Personen nicht zu bewältigen gewesen wäre.

Insofern blieb uns nur noch das Erhebungsinstrument der Befragung. Dieses als „Königsweg“ bezeichnete Forschungsinstrument (vgl. Diekmann 1997: 371) gibt es in verschiedenen Ausprägungen. Das *telephonische Interview* war aus Kostengründen schon ungeeignet, zumal so auch alle Personen die keinen Telefonanschluß haben, aus unserer Stichprobe gefallen wären. Anfänglich tendierten wir zu einer *schriftlichen Befragung*, bei der wir einen Fragebogen morgens verteilt und abends wieder abgeholt hätten. Jedoch war, unserer Meinung nach, bei dieser Art der Befragung nicht gewährleistet, daß unser per Zufallsverfahren ausgewählter Proband die Fragen beantwortet (schließlich

wohnen die meisten der Studenten in einer Mehrparteienwohnung). Auch war hier die Gefahr der sozialen Erwünschtheit recht groß, da die Probanden so sehr viel Zeit zum Nachdenken gehabt hätten oder ihre Antworten evt. zuvor in einem Gespräch mit Freunden abgeglichen bzw. verzerrt hätten.

So blieb uns nur noch das persönliche „*Face-To-Face-Interview*“ übrig. Anhand eines standardisierten Fragebogens mit teils offenen, zum größten Teil jedoch geschlossenen Fragen, befragten alle sieben an dem Forschungsprojekt beteiligten Studenten jeweils 10 Probanden. Der Vorteil in diesem Weg der Datenerhebung liegt in seiner hohen Rücklaufquote. So gelang es uns, 61 der 70 Probanden zu befragen (87%), wobei es bei den „unerreichbaren Studenten“ eine statistische Gleichverteilung zwischen Studenten aus dem Haus K und dem Haus H gegeben hat. Als unerreichbar galt ein Student dann, wenn er bei einem dritten Hausbesuch nicht anzutreffen war.

Der aufmerksame Leser könnte nun meinen, daß gerade die unerreichbaren Studenten die wichtigen Personen in unserer Befragung sind, da wir in unserer Forschung auch die Frage nach evtl. Unterschieden in der sozialen Aktivität der beiden Studentengruppen auf den Grund gehen wollten. So könnten diese Studenten sozial sehr aktiv sein, gerade zu den Zeiten, als wir sie befragen wollten. Aufgrund der statistischen Gleichverteilung dieser Probanden zwischen den Gruppen ist dieser Aspekt zu vernachlässigen, da so in beiden Gruppen die Daten gleichmäßig verzerrt werden (Es stellte sich heraus, daß die meisten dieser unerreichbaren Probanden schon zurück in ihre Heimatstadt bzw. in die Semesterferien gefahren sind). Dies lag an dem Zeitraum der Befragung, der in der letzten Woche vor den Prüfungen stattgefunden hat. Aufgrund der Aufteilung des Prüfungszeitraumes an der TU-Ilmenau in zwei Blöcke - einer im Anschluß an das Semester und einer zwei Wochen vor Beginn des Wintersemesters - waren so nicht alle Studenten gezwungen, bis zum Ende des ersten Prüfungszeitraumes in Ilmenau zu verweilen.

Ein weiterer Vorteil des Face-To-Face-Interviews ist die Tatsache, daß die Interviewer evtl. auftretende Unklarheiten beseitigen können. Dies war aufgrund des sehr komplexen Gegenstandes des FEM-Netzes auch oft nötig gewesen. So erhofften wir uns relativ valide Daten.

Der letzte Aspekt ist jedoch nicht nur mit Vorteilen verbunden, so daß wir nun ganz allgemein zu den Nachteilen dieses Erhebungsinstrumentes kommen. Fehlerquellen bei der Befragung können, Diekmann folgend, in drei Kategorien eingeteilt werden:

1. Befragtenmerkmale (soziale Erwünschtheit, etc.)

2. Fragemerkmale (Frageformulierung, etc.)
3. Merkmale des Interviewers und der Interviewsituation (Aussehen/Antipathie, Interviewsituation, etc.)

Der größte Nachteil bei dem „Face-To-Face“-Interview liegt in seiner Reaktivität. Diese haben wir versucht, durch eine Abstimmung der Interviewer vor dem Beginn der Befragung über die Art und den Umfang der erlaubten Hilfeleistung abzustellen. Gerade der sehr komplizierte Gegenstand des FEM-Netzes - oder von Computernetzen im Allgemeinen - hat dieses Briefing nötig gemacht. So mußte der Wissensstand aller Interviewer abgeglichen werden, um so kompetent und möglichst identische Hilfeleistungen zu geben (z.B. bei der Frage, vornehmlich von nicht ans FEM-Netz angeschlossenen Studenten, was den ICQ oder ein POP-up sei etc.). Jedoch gibt es neben dem Problem der nicht identischen Hilfeleistung bzw. dem bewußten Eingreifen in das Antwortverhalten, das Problem der unbewußten Beeinflussung: das Aussehen des Interviewers und die daraus resultierende Sympathie oder Antipathie des Probanden, das Problem welches Auftritt, wenn Bekannte befragt werden müssen (schließlich kennen sich die meisten Studenten der TU Ilmenau mindestens vom Sehen). Geben Probanden, gerade wenn sie ein Bekannter befragt, validere Auskünfte oder verzerren sie diese, da sie die Anonymität ihrer Antworten nicht gewährleistet sehen? Außerdem könnte die These aufgestellt werden, daß Probanden Interviewern vom anderen Geschlecht gegenüber auskunftsfreudiger sind, als denen vom eigenen Geschlecht (dies jedoch eingeschränkt auf Singles).

7.1. Die Stichprobe

Da wir möglichst zwei gleiche/identische Probandengruppen wollten, die sich in möglichst nur einem Merkmal gravierend unterscheiden (FEM-Netz-Anschluß), haben wir uns als Stichprobe für die beiden Wohnheimblöcke H und K auf dem Campusgelände der Technischen Universität Ilmenau entschieden. In beiden Wohnheimen sind die Wohneinheiten als WG aufgebaut (nicht, wie z.B. im Block C, in dem es zwar den FEM-Netz-Anschluß gibt, der allerdings nur Einzelzimmer hat und sich somit schlechter mit dem Block K vergleichen ließe z. B. im Bezug auf die soziale Kontakte). Die einzelnen Bewohner im Block H haben die Möglichkeit, sich an das FEM-Net anschließen zu lassen. Desweiteren liegen beide Wohnheime räumlich recht nah beieinander (beide auf dem Campus, Nähe zu den Studentenclubs), so daß für die Bewohner beider Gebäude gleiche Voraussetzungen gelten, wenn sie in die Stadt oder in die Studentenclubs gehen

wollen. Damit können wir ausschließen, daß die Bewohner eines Wohnheimes nicht weggehen, da es ungünstiger liegt als das andere.

Außerdem haben wir bei unserer Auswahl der Probanden darauf geachtet, daß sie „normal“ studieren (denn im K wohnen auch viele wissenschaftliche Mitarbeiter bzw. Doktoranden), da ein Doktorand o. ä. eher einen anderen Tagesablauf hat als ein gemeiner Student.

Im Wohnheim K waren nach dieser Auswahl nur noch 35 Wohnungen übrig, so daß wir aus jeder dieser Wohnungen jeweils die Person, deren Nachname der erste im Alphabet war, befragt haben. Im H haben wir aus den 39 Wohnungen 35 ausgewürfelt, bei denen wir genauso wie im Block K vorgegangen sind.

7.2. Der Fragebogen

7.2.1. Fragebogaufbau

Die Ausarbeitung eines Fragebogens ist ein langer Prozeß, der eigentlich nie abgeschlossen werden kann. Verbesserungsvorschläge gibt es immer, und so bleibt festzuhalten, daß es den perfekten Fragebogen nicht gibt. Unser Fragebogen hat sieben „Entwicklungsstufen“, durchlaufen (vom ersten absoluten Rohentwurf, bis hin zum später eingesetzten Fragebogen), von denen der Pretest nur eine Entwicklungsstufe war.

7.2.2. Pretest

Obwohl der Pretest auch nur eine Entwicklungsstufe hin zu unserem endgültigen Fragebogen war, so war er doch gleichzeitig eine der wichtigsten, wenn nicht sogar die wichtigste Entwicklungsstufe. Hier konnte das vorhandene Instrument getestet und Fehler ausgemerzt werden. Dies war auch nötig, da wir schon bald den Wald vor lauter Bäumen nicht mehr gesehen haben - einfachste und einleuchtendste Fragen wurden gar nicht gestellt oder umständlich umschrieben. So gaben uns die Probanden viele nützliche und hilfreiche Anregungen, wo der Fragebogen verbesserungswürdig sei. Wir werden nun den Pretest-Fragebogen Frage für Frage durchgehen und die erfolgten Änderungen hin zum endgültigen Fragebogen erläutern.

Der Fragebogen ist in sieben Blöcke eingeteilt. Der erste Block wurde „Intern/Anrede/Einleitung“ genannt.

Jeder Interviewer wurde vor der Feldphase gebrieft, was er den zu Befragenden erzählen kann, bezüglich dem Sinn dieser Umfrage - denn kaum ein Proband

würde wohl ohne jegliche Informationen über den Grund einer Befragung an derselben teilnehmen. Hier galt es, den eigentlichen Sinn dieser Untersuchung zu verschweigen, da sonst wahrscheinlich verzerrte Antworten gegeben worden wären, und eine andere einleuchtende Begründung zu liefern. So gaben wir vor, eine Untersuchung über das Freizeitverhalten Ilmenauer Studenten durchzuführen (nur der Aspekt der Computernutzung durch das FEM-Net und die dadurch angenommenen negativen Auswirkungen wurden verschwiegen). Diese Begründung stand nochmals als Gedächtnisstütze auf dem Fragebogen eines jeden Interviewers. In der Phase der Begrüßung wurden von dem Interviewer dann gleichzeitig wichtige Merkmale des Probanden festgehalten: In welchem Wohnheim wohnt der Proband, ist er männlich oder weiblich, lebt er in einem Einzel- oder Doppelzimmer. Als weitere Daten des ersten Frageblocks Intern/Anrede/Einleitung wurde auf dem Fragebogen noch die Zeit des Interviews, das Datum, die Zimmernummer und der Name des Interviewers festgehalten. Dieser Teil des Fragebogens wurde unverändert in den endgültigen Fragebogen übernommen.

Der zweite Frageblock des Fragebogens trägt den Namen „demografische Daten“. Hier fragten wir die Probanden nach deren Alter, ob sie ein Auto besitzen, in welchem Studiengang sie immatrikuliert sind, im wievielten Semester sie an der Technischen Universität Ilmenau studieren und ob sie einen Zugang zu einem Telefonanschluß haben. All diese Fragen bzw. die Antworten darauf, können einen erheblichen Einfluß auf unsere Hypothesen haben. So kann die Anzahl der interpersonellen Kontakte vom Alter abhängen, oder von den Jahren die ein Proband schon in Ilmenau studiert. Am Anfang geht ein Student evtl. noch häufiger in Clubs und Kneipen, da er neue Leute kennenlernen will und ihn das Studium noch nicht zu sehr beansprucht. In dieser Zeit könnte ein Student erheblich mehr Bekannte haben, als z.B. im Hauptstudium (wo die Zahl der verbliebenen Studenten eines Studienganges erfahrungsgemäß kleiner wird). Auch der Studiengang selbst kann erhebliche Auswirkungen auf das Freizeitverhalten der Studenten haben. Desto mehr die Studenten studieren müssen, desto weniger Zeit bleibt ihnen vielleicht für soziale Kontakte. Auch kann der Studiengang einen erheblichen Einfluß auf die Computernutzung haben. So müßten Studenten der Informatik eigentlich technisch versierter mit dem Computer um gehen können, als die Studenten der Angewandten Medienwissenschaften. Dies wiederum kann sich auf das Nutzungsverhalten mit diesem Medium auswirken. All diese Aspekte müssen berücksichtigt und damit auch erhoben und in Relation gesetzt werden.

Von dem Frageblock „demografische Daten“ wurde alle Fragen aus dem Pretest übernommen. Lediglich die Frage nach dem Besitz eines Motorrades wurde hinzugefügt.

Der nächste Frageblock trägt den Namen „Freizeitgestaltung“. Dieser befaßt sich, wie der Name schon verrät, mit dem Freizeitverhalten der Probanden. Schon die erste Frage warf Probleme auf: „Wie oft gehst Du durchschnittlich pro Woche in Studentenclubs und Kneipen in der Stadt,.. Das erste Problem lag darin, daß wir die Zeiteinheit vorgegeben hatten: pro Woche. Viele Studenten gehen jedoch nur zweimal im Monat weg, ein Zustand den wir uns schwer vorstellen konnten, welcher aber kein Einzelfall war. Diese mußten dann 0,5 mal pro Woche angeben. Da sich dies jedoch unlogisch anhörte wurde die Zahl von den meisten auf 1 hochgerundet. Dies ergibt eine Fehlerrate/Verzerrung von 50%, welche nicht tolerierbar und vermeidbar war. Als Lösung dieses durchgängigen Problems ließen wir die Antwortvorgabe/-skalierung weg. Der Proband gab nun von sich aus seine Club-/Kneipenbesuche entweder pro Monat oder pro Woche an. Die Antworten wurden dann intern in eine einheitliche Zeiteinheit umgerechnet.

Der zweite große Fehler dieser Frage lag im Teil „Clubs/Kneipen“. Da die Clubs in absoluter Nähe der Studenten liegen erfordert dies ein geringeres Aktivationsniveau, als wenn die Studenten in die Kneipen in der Stadt gehen. Hierzu verabredet man sich meist mit Freunden, wohingegen man in den Studentenclubs nur mal kurz vorbeischaun kann. Ist kein Bekannter da, so geht man wieder nach Hause. Für manche Studenten ist dies fast schon ein Ritual. Somit haben wir diese Frage aufgeteilt und später einmal nach der Häufigkeit der Clubbesuche und einmal nach der Häufigkeit der Kneipenbesuche gefragt.

Im Folgenden werden wir nur noch auf ausgesuchte Fragen eingehen, da eine Abarbeitung aller Fragen den Rahmen dieser Hausarbeit sprengen würde und viele der Fragen offensichtlich sind und unseres Erachtens keiner Erläuterung bedürfen.

Drei weitere Fragen wurden zum Thema Kino gestellt. Auch diese Frage wurde im Rahmen der Freizeitgestaltung untersucht. Hier wurde nur die Reihenfolge der Fragen geändert. So befürchteten wir, daß wenn wir die Frage, wann der Proband das letzte Mal im Kino war vor der Frage nach der Häufigkeit der Kinobesuche stellen, Verzerrungen auftreten. War der Proband nämlich im gleichen Monat im Kino, so könnte er (so unsere Befürchtung) bei der Häufigkeit der Kinobesuche eher nach oben verzerren, als wenn er die Frage direkt am Anfang gestellt bekommt. Die Frage nach dem letzten Kinofilm dient zur

Überprüfung der Frage nach der Häufigkeit der Kinobesuche. Hätte der Proband, der „Forest Gump“ als letzten Kinofilm angegeben hat, gesagt, er gehe durchschnittlich einmal pro Monat ins Kino, so hätte er sicher gelogen und wäre demzufolge nicht in den Datensatz eingegangen.

Bei den Fragen nach der Länge der Telefonate sind wir von der generellen Stundenschätzung aller Telefonate in einer Woche zu der Abschätzung der Länge eines durchschnittlichen Telefonats übergegangen. Dadurch erhofften wir uns validere Daten. Auch wurde die Antwortskala bei der Frage, welche Art von Büchern der Proband liest, auf Anregungen der Befragten hin um einige Kategorien erweitert. Eine Fehlerquelle, die nicht ausgemerzt wurde, ist die Frage nach der Anzahl der gelesenen Bücher. So hätte hier unterschieden werden müssen, zwischen der Fachliteratur die der Proband für die Universität lesen muß und der Literatur, die er privat liest. Es wurden noch weitere Fragen zum Freizeitverhalten der Ilmenauer Studenten in diesem Themenblock abgehandelt, diese wurden jedoch fast unverändert übernommen und bedürfen keiner besonderen Erläuterung.

Der dritte Themenblock befaßt sich mit der Computernutzung. Die Frage, ob der Proband einen Computer besitzt wurde umgeändert in die Frage, ob dem Proband ein Computer zur Verfügung steht. Das Problem in der ersten Fragestellung lag darin, daß ein Student zwar einen Computer besitzen kann, diesen jedoch nicht in Ilmenau haben muß und er so weniger am Computer sitzt. Jedoch sagt auch der Nichtbesitz eines Computers nichts über die potentielle Nutzdauer aus, wenn z.B. der Zimmergenosse einen Computer hat und dieser dem Probanden zur Verfügung steht. Für uns war die Frage nach der potentiellen Nutzmöglichkeit und der unmittelbaren (örtlichen) Nähe eines Computers wichtig. Daher also diese Änderung. Auch vergaßen wir im Pretest noch die logische und offensichtliche Frage nach der Dauer der Computernutzung. Dies haben wir im Endfragebogen nachgeholt. Jedoch hätte auch hier noch unterschieden werden müssen, wie lang der Computer für den Studienbetrieb genutzt wird (Hausarbeiten erstellen etc.) und wie lang demgegenüber der Computer für private Zwecke (Unterhaltung etc.) genutzt wird. Dies haben wir versäumt zu fragen (zumindest quantitativ, qualitativ wurde dies mit weiteren Fragen erfaßt). Speziell für FEM-Net-Nutzer wurden in dem Themenblock Computernutzung noch weitere Fragen eingebaut. Mit denen versuchten wir herauszubekommen, was FEM-Net-Nutzer im FEM-Net treiben. Leider wurden diese Daten auch nur qualitativ und nicht quantitativ erhoben.

Der nächste Frageblock beschäftigt sich mit der Mediennutzung. Einen starken Einfluß auf die Mediennutzung kann bei den Printmedien ein Abonnement haben. Danach vergaßen wir im Pretest zu fragen, jedoch wurde dies im Endfragebogen berücksichtigt. Die Hypothese nach den unterschiedlichen Themeninteressen zwischen Leuten mit und ohne FEM-Net lassen sich hieran überprüfen. So kann dem Datensatz entnommen werden, daß im Wohnheim H mehr Studenten eine technische Zeitschrift lesen als im Wohnheim K. Alle weiteren Fragen zur Mediennutzung wurden vom Pretestfragebogen übernommen und bedürfen keiner besonderen Erläuterung.

Der Frageblock „Internetnutzung“ beschäftigt sich, wie der Name schon sagt, mit der Internetnutzung. Hier wurde schon die erste Frage nach dem Pretest umgestellt, trotzdem mußten noch häufig Hilfestellungen gegeben werden. So muß unterschieden werden zwischen dem FEM-Netz (eine Art Intranet), dem Internet und dem world wide web (www) als einem Teil des Internets. Schließlich wollten wir wissen, wieviele Stunden pro Tag der Proband irgendein Computernetz mit seinen darin angebotenen Diensten nutzt (im Gegensatz zur Nutzung eines einzelnen Computers auf dem mit MS Word eine Hausarbeit geschrieben wird). Auf Anregungen der Pretest-Probanden wurden weitere Nutzungsskalen nach dem Pretest in den Fragebogen eingeführt. So war uns vorher nicht ganz klar, was alles mit dem FEM-Netz möglich ist, welche Programme es gibt (z.B. ICQ, ein Programm, mit dem man in Echtzeit mit seinen Freunden kommunizieren kann und anzeigt, ob bestimmte Personen gerade im Netz eingeloggt sind. Dies sind nur zwei Funktionen des Programmes). An dieser Stelle war der Pretest von sehr großem Nutzen und sehr lehrreich. Weitere Fragen zur Internetnutzung sind gestellt worden, bedürfen aber unseres Erachtens wieder keiner besonderen Erläuterung. Jedoch ist noch anzumerken, daß wir in unserem Fragebogen „Fünfer-Skalen“ verwendet haben (1=sehr selten/nie; 5= sehr häufig/immer). So haben wir zwar den Probanden die Möglichkeit gegeben zur Mitte tendieren zu können, aber wir haben auch keine verzerrten Antworten erzwungen. Bei der Befragung haben wir als Hilfsmittel einen Zettel genutzt, auf dem die Skala aufgemalt war. Dies erwies sich als sehr hilfreich, da der Proband so nicht mehr nachdenken mußte „was war denn nochmal...“, sondern die Skala visualisiert vor sich liegen hatte. Unseres Erachtens nach ließen sich so viele Fehler vermeiden.

Am Ende des Fragebogens haben wir den Frageblock „Fallbeispiele/Nutzertypen“. Hier wurden dem Probanden 14 typische Verhaltensweisen im Internet vorgelesen. Anhand einer visualisierten Skala, die

vor ihm lag konnte er dieses Nutzungsverhalten für seine Person bestätigen oder verneinen. Durch diese Befragung erhofften wir uns einige typische Nutzertypen ausfindig zu machen.

Mit diesem Fragebogen, so wie er diesem Forschungsbericht beiliegt, sind wir dann ins „Feld“ gegangen und haben unsere Interviews durchgeführt

Die Daten, die wir aus dieser Befragung gewonnen haben wurden dann mit Hilfe des Statistikprogrammes SPSS vor dem Hintergrund unserer Hypothesen ausgewertet.

7.3. Anmerkungen

Neben den schon im Text erwähnten Sachen (was noch hätte gefragt werden müssen), bleibt auch festzuhalten, daß es verschiedene Gründe für die unterschiedlichen Ausprägungen der interpersonellen Kontakte geben kann. Alle Einflußfaktoren können nie erfaßt werden. So hätte auch gefragt werden müssen, ob der Proband sich mit seinem Zimmernachbar oder der Wohngemeinschaft in der er lebt versteht oder nicht. Sollte dies nicht der Fall sein, so könnte der Proband gerade aus diesem Grund aus seiner Wohnung flüchten und sozial sehr Aktiv sein. Gleichzeitig hätte er auch nach seinem Wohnkomfort gefragt werden können, ob ihm die Umgebung in der er lebt gefällt oder nicht. Eine gemütliche Wohnung lädt eher zum „daheim bleiben“ ein als eine ungemütliche. Auch ist es nicht unwesentlich, nach den finanziellen Mitteln der Probanden zu Fragen oder zumindest, ob sie BaFöG bekommen oder nicht. Gerade die finanzielle Situation hat erhebliche Auswirkungen auf das Freizeitverhalten der Menschen. Muß der Student neben seinem Studium arbeiten oder nicht. Eine Vielzahl weiterer Einflussgrößen hätte so abgefragt werden können/müssen.

Zur Fragebogenauswertung bleibt festzuhalten, daß aus unserer Gruppe (geschweige denn aus dem Studiengang) niemand umfassende Kenntnisse in Statistik, geschweige denn in SPSS gehabt hat. Die Hilfe von Frau Schmid war an dieser Stelle unentbehrlich. Unseres Erachtens nach sollten die Studenten ruhig drei Semester lang Statistik hören (soetwas kann nicht nebenbei erlernt werden), denn dies gehört zu ihrem Handwerkszeug. Begleitend zu den Statistikvorlesungen sollte es ein Forschungsprojekt geben (z.B. in dem Fach Medienwirkung) und eine Einführung/Schulung in SPSS. So können die aus dem Forschungsprojekt gewonnenen Daten mit Hilfe von SPSS und dem in der Statistikvorlesung erlernten Wissen analysiert werden. Dies wäre erheblich anschaulicher und einprägsamer, sprich leichter zu lernen.

7.4. Verbesserungsvorschläge / Die perfekte Vorgehensweise

Wie oben schon angesprochen waren wir nicht hundertprozentig glücklich mit unserer Vorgehensweise bei diesem Forschungsprojekt. Deshalb wollen wir im folgenden nochmal vorstellen, wie ein (fast) perfektes Untersuchungsdesign und wie ein besseres und auch realisierbares Untersuchungsdesign aussehen könnte.

Um zu sehen, ob sich Studenten in ihren Verhaltensweisen unterscheiden oder sogar ändern, wenn sie ans FEM-Netz angeschlossen werden sollte man am besten die neuen Erstsemester befragen. Hierzu sollten zwei Gruppen ausgesucht werden ähnlich wie wir es gemacht haben. Eine Gruppe aus einem Wohnheim mit FEM-Netz und eine aus einem Wohnheim ohne. Die Studenten beider Gruppen sollten zum ersten Mal an einer Universität immatrikuliert sein (damit sie nicht vorher schon zu sehr mit Internet vertraut waren). Als Methode käme wieder aus o.g. Gründen eine Befragung in Frage, allerdings mit dem Unterschied, daß es sich diesmal um eine Panelbefragung handelt. Die Befragung sollte dann also zum ersten Mal im Oktober, kurz nachdem die neuen Studenten eingezogen sind, stattfinden. Damit erreicht man, daß alle neuen Studenten die gleichen Bedingungen hatten, als sie angefangen haben; sie kennen in der Regel weder die Studentencubs, noch die Stadt, noch besonders viele andere Studenten der Uni.

Die zweite Befragung sollte dann ca. Ende des ersten Semesters stattfinden, da sich die Studenten bis dahin schon etwas eingelebt haben, neue Freunde gefunden haben, in den Clubs waren etc. Evtl. sollte dann nach Ende des zweiten Semesters eine dritte Befragung stattfinden, da sich nun auch die Strukturen gefestigt haben und so auch die Möglichkeit besteht, daß z.B. Studenten mit FEM-Netz dies nun schon fast ritualisiert nutzen, indem sie z.B. morgens nach dem Aufstehen zu allererst ihre Mails kontrollieren.

Anhand dieser Paneluntersuchung ließen sich die Auswirkungen des FEM-Netzes erheblich besser analysieren. Eine Multimethodenuntersuchung, z.B. die Befragung ergänzt durch eine Auswertung der Datenspuren die ein jeder Nutzer im Netz hinterläßt, wäre optimal. Jedoch ist die Untersuchung der Datenspuren aus den Eingangs erwähnten Gründen nicht möglich.

8. Ergebnisse

Nachdem der Fragebogen als Erhebungsinstrument in seiner endgültigen Fassung feststand, wurden die Befragten in Form von mündlichen Interviews anhand der im Fragebogen festgelegten Formulierungen befragt. Auf diese Weise sollte erreicht werden, daß trotz verschiedener Interviewer alle Befragungen gleichen Bedingungen zugrunde lagen und somit keine Verfälschung der Ergebnisse zustande kommen konnte. Es wurde ebenfalls im Vorfeld festgelegt, in wie weit der Interviewer auf Rückfragen des Befragten reagieren darf und Hilfestellungen geben kann.

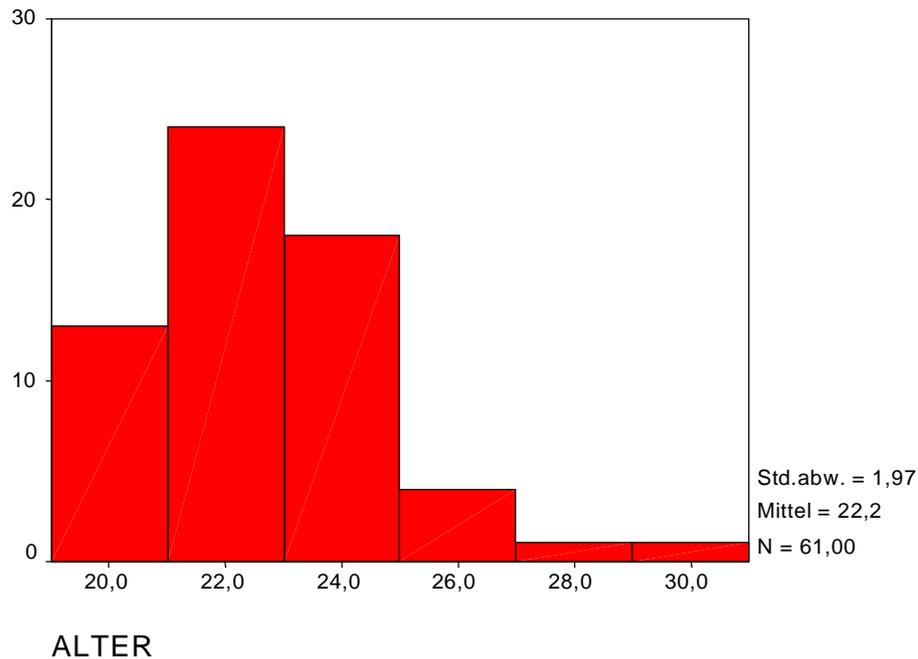
Durch diese Methode ergab sich eine Stichprobe von 61 verwertbaren Fragebögen, davon 32 aus Block H (mit FEM-Netz) und 29 aus Block K (ohne FEM-Netz).

8.1. Wichtige Kennzahlen der Stichprobe und daraus folgende Probleme bei der Auswertung

Die hier vorliegende Untersuchung wurde im Rahmen eines Seminars durchgeführt. Aus diesem Grund mußten zur Konstruktion der Hypothesen Zusammenhänge angenommen werden, die eine ganze Reihe von möglichen Störfaktoren und Drittvariablen ausschließen. Wie erwähnt, vermuteten wir beispielsweise den Zusammenhang, daß FEM-Netz-Nutzer unter sozialer Verarmung leiden oder weniger an kulturellen Veranstaltungen teilnehmen. Nun ist es aber möglich, daß es für bestimmte Verhaltensweisen auch ganz andere erklärende Faktoren geben kann. Die Unterscheidung in männlich und weiblich, das Alter, die Studienrichtung, die Entfernung zum Heimatort, ob der Befragte Single ist oder in einer festen Beziehung lebt – all das könnte ebenso der Grund dafür sein mehr oder weniger im Internet zu surfen oder mehr oder weniger private Briefe zu schreiben. Leider fehlen im Rahmen dieser Seminararbeit sowohl die zeitlichen wie auch die quantitativen Ressourcen. Deswegen sind im folgenden zwar die og. Verteilungen aufgeführt und grafisch aufgearbeitet, können jedoch bei der endgültigen statistischen Auswertung aus den genannten Gründen nicht einfließen.

a) *Altersverteilung*

Insgesamt gab es unter den 61 Befragten folgende Altersstruktur:



Grafik 1

Dies bedeutet, die Befragten waren im Durchschnitt 22,2 Jahre alt und es gab keine unüblichen Ausreiser. Ein geringer Anteil älterer Studenten, die bereits vorher andere Studiengänge belegten oder eine Ausbildung durchlaufen haben entspricht einer normalen Verteilung an Universitäten.

b) *Verteilung der Geschlechter:*

Insgesamt waren unter den Befragten 42 Männer und 19 Frauen (siehe Tabelle 1). Obwohl dies auf den ersten Blick sehr ungewöhnlich scheint, ist hierbei anzumerken, daß es an der Technischen Universität Ilmenau traditionell einen erheblich höheren Anteil männlicher Studenten gibt. Erst durch die Einführung geisteswissenschaftlicher Studiengänge wird diese Ungleichverteilung langsam aufgeweicht. Die von uns erfaßte Stichprobe liegt somit im Rahmen des Verhältnisses, welches auch an der gesamten Universität vorzufinden ist, wo der Anteil weiblicher Studenten bei 20% liegt.

	<i>Anzahl</i>	<i>%</i>
<i>Männlich</i>	42	68,85
<i>Weiblich</i>	19	31,15

Tabelle 1

Die Verteilung der Geschlechter in den beiden Blöcken ergab folgende Übersicht:

	<i>Block H (FEM-Netz)</i>		<i>Block K (kein FEM-Netz)</i>	
<i>Geschlecht</i>	Anzahl	%	Anzahl	%
<i>männlich</i>	26	81,25	16	55,17
<i>weiblich</i>	6	18,75	13	44,83

Tabelle 2

Hier zeigte sich leider eine statistisch unschöne Ungleichverteilung. Während das Verhältnis im Block H der gesamten Verteilung an der Universität mit knapp 20% Frauen entspricht, zeigt sich in Block K ein höherer Anteil an weiblichen Befragten. Leider ist es an dieser Stelle nicht nachvollziehbar, woher diese Schiefe kommt, evtl. ist es der Reiz des FEM-Netz in Block H, der vor allem männliche Studenten anlockt. Hierzu können allerdings lediglich Vermutungen angestellt werden. In einem weiteren Schritt einer Datenanalyse könnten zu diesem Punkt genauere statistische Untersuchungen durchgeführt werden. Im Rahmen dieser Arbeit muß diese Ungleichverteilung jedoch als mögliche Störvariable hingenommen werden.

c) *Verteilung Single / nicht Single*

Wie ebenfalls in Kapitel 1.1 erwähnt, könnte auch die Tatsache Single zu sein oder in einer festen Partnerschaft zu leben entscheidenden Einfluß auf die Gestaltung von Freizeit und das soziale Verhalten haben. Eine Häufigkeitstabelle zeigt die Verteilung diesbezüglich in den beiden Wohnheimen:

	<i>Block H (FEM-Netz)</i>		<i>Block K (kein FEM-Netz)</i>	
<i>Single</i>	Anzahl	%	Anzahl	%
<i>ja</i>	17	53,13	14	48,28
<i>nein</i>	15	46,88	15	51,72

Tabelle 3

Diese nahezu Gleichverteilung erleichtert die Interpretation der Untersuchungsergebnisse ungemein. Dadurch, daß es keine signifikanten Unterschieden in den einzelnen Blöcken gibt, kann diese mögliche Störvariable außer Acht gelassen werden. Sollte dieser Punkt Einfluß auf unseren Untersuchungsgegenstand haben, wirkt dieser Einfluß auf beide Blöcke gleichermaßen und kann somit vernachlässigt werden.

8.2. Auswertung bezüglich der Hypothesen

a) zu Hypothese 1

„FEM-Netz-Nutzer haben in geringerem Maße interpersonelle Kontakte nicht-virtueller Art im Vergleich zu Nicht-FEM-Netz-Nutzern.“

Zur Überprüfung von Hypothese 1 wurden die entsprechenden Angaben aus den Fragebögen zu den Fragen

Wie oft gehst Du durchschnittlich in Studentenclubs?

Wie oft gehst Du durchschnittlich in Kneipen in der Stadt?

Wie oft gehst Du durchschnittlich in Cafés oder Eisdielen?

Wieviele private Briefe schreibst Du durchschnittlich im Monat?

Wieviele private Briefe erhältst Du durchschnittlich im Monat?

Wie oft pro Woche telefonierst Du durchschnittlich mit Deiner Familie?

Wie oft pro Woche telefonierst Du durchschnittlich mit Freunden?

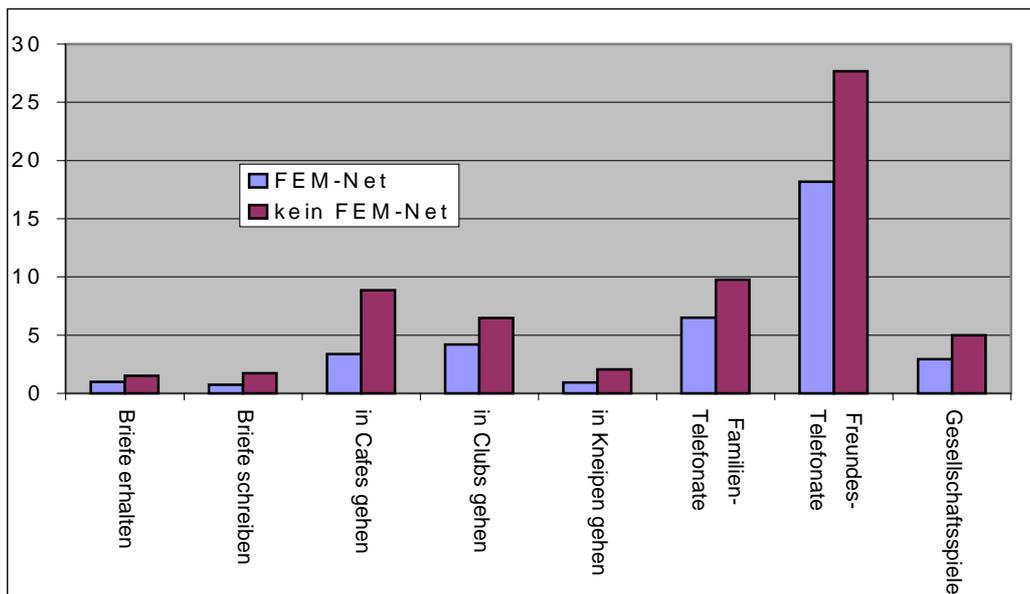
Wie oft spielst Du durchschnittlich Gesellschaftsspiele?

herangezogen und auf eine einheitliche Zeiteinheit (pro Monat) umgewandelt, da die Befragten unterschiedliche Zeitintervalle angaben.

Als statistisches Instrument empfiehlt sich hier der Vergleich von Mittelwerten (arithmetisches Mittel), da die unabhängige Variable (FEM-Netz-Nutzer oder nicht) nur zwei Ausprägungen hat, also dichotom ist und es mehrere abhängige Variable (also hier die nicht-virtuellen Kontakte) mit absoluten Ausprägungen gibt (vgl. Diekmann 1995, S.577). Die Daten aus der Stichprobe ergaben hierzu folgende Tabelle:

	<i>FEM-Netz</i>	<i>kein FEM-Netz</i>
<i>Briefe erhalten pro Monat</i>	0,98	1,52
<i>Briefe schreiben pro Monat</i>	0,74	1,76
<i>in Cafés gehen pro Monat</i>	3,39	8,84
<i>in Clubs gehen pro Monat</i>	4,22	6,47
<i>in Kneipen gehen pro Monat</i>	0,95	2,07
<i>im Monat mit der Familie telefonieren</i>	6,52	9,75
<i>im Monat mit Freunden telefonieren</i>	18,16	27,66
<i>Gesellschaftsspiele spielen pro Monat</i>	2,94	5,0

Tabelle 4



Grafik 2

Aufgrund der Mittelwerte ist sehr schnell zu erkennen, daß es in allen Indikatoren erheblich signifikante Unterschiede gibt, die ausnahmslos alle Hypothese 1 stützen. FEM-Netz-Nutzer haben also im Gegensatz zu ihren Kommilitonen ohne FEM-Netz-Zugang deutlich weniger interpersonelle Kontakte nicht-virtueller Art. Sie schreiben aufgrund dessen weniger private Briefe, gehen weniger aus, telefonieren weniger mit Familie oder Freunden und spielen seltener Gesellschaftsspiele.

Bei der Konstruktion des Fragebogens und der Datenerhebung war ursprünglich vorgesehen zu messen, wie oft sich die Befragten in Ihrer Freizeit (also außerhalb von Vorlesungen) mit Freunden oder Bekannten treffen. Im Verlauf der Auswertung wurde allerdings klar, daß sich hier keine Unterschiede ergeben können. Tatsächlich waren die Werte auch nahezu identisch – nämlich „täglich“. Dies muß dadurch erklärt werden, daß die Wohnheime alle auf dem Campusgelände liegen und viele Studenten in Doppelzimmern wohnen, somit ihre Freunde und Bekannte verständlicherweise täglich treffen. Aus diesem Grund wurde dieser Indikator an dieser Stelle gestrichen, da er keine Aussagekraft bezüglich unserer Intention besaß.

aa) zur Unterhypothese 1

„Virtuelle Kommunikation ersetzt die interpersonelle Kommunikation“

Um anschließend an diese Überprüfung festzustellen, ob aufgrund eines FEM-Netz-Anschlusses und der damit verbundenen Möglichkeit, daß Internet ständig ohne zusätzliche Kosten zu nutzen auch die interpersonelle Kommunikation dadurch substituiert wird, wird in Tabelle 4b eine Gegenüberstellung (wiederum Zwei-Gruppen-Tabelle mit Mittelwertvergleich) aufgezeigt. Hier wurden zusätzlich die Daten aus den Fragen

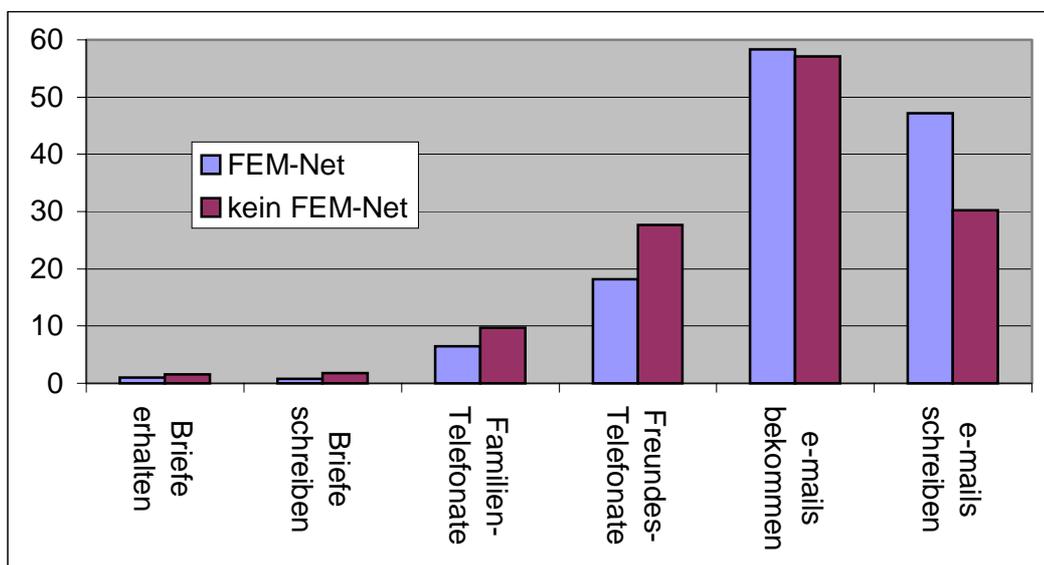
Wieviele e-mails bekommst Du im Monat?

Wieviele e-mails schreibst Du im Monat?

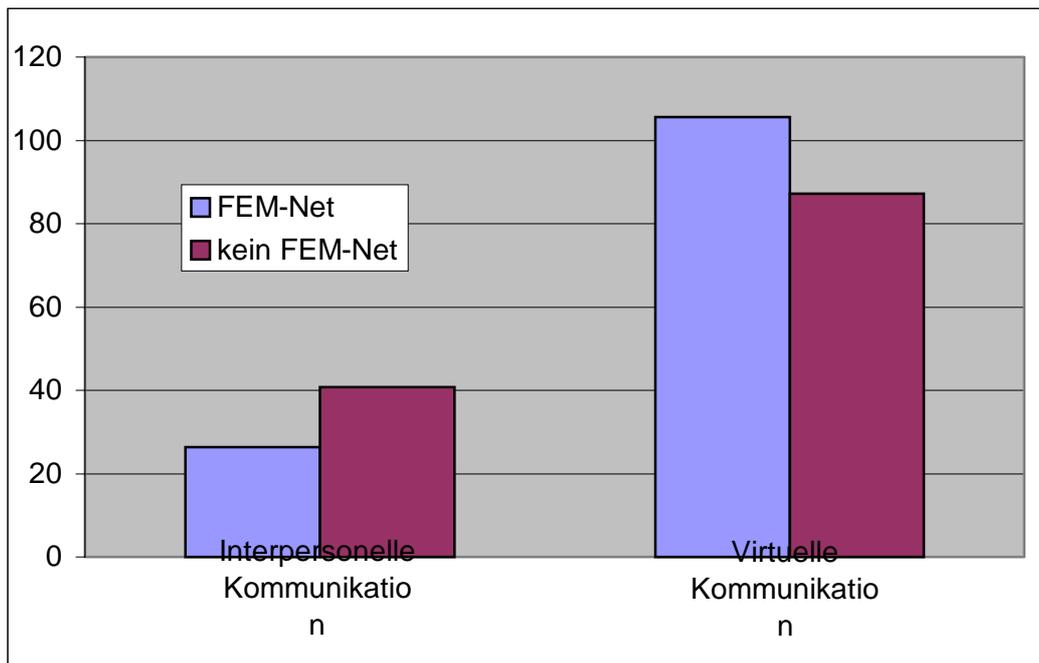
verwendet:

	<i>FEM-Netz</i>	<i>kein FEM-Netz</i>
Interpersonelle Kommunikation:		
<i>Briefe erhalten pro Monat</i>	0,98	1,52
<i>Briefe schreiben pro Monat</i>	0,74	1,76
<i>im Monat mit der Familie telefonieren</i>	6,52	9,75
<i>im Monat mit Freunden telefonieren</i>	18,16	27,66
<u>Summe:</u>	<u>26,40</u>	<u>40,69</u>
Virtuelle Kommunikation:		
<i>e-mails bekommen pro Monat</i>	58,36	57,07
<i>e-mails schreiben pro Monat</i>	47,17	30,17
<u>Summe:</u>	<u>105,53</u>	<u>87,24</u>

Tabelle 4b



Grafik 3



Grafik 4

Auch die Vermutung virtuelle Kommunikation und virtuelle Kontakte würden interpersonelle, also „traditionelle“ Kommunikation und Kontakte substituieren, wird durch die Ergebnisse der Befragung größtenteils unterstützt. Bildet man wie in Tabelle 4b zusätzlich die Indizes „Interpersonelle Kommunikation“ und „Virtuelle Kommunikation“, so zeigt sich, daß sowohl diese Gesamtindizes als auch die Einzelindikatoren die Unterhypothese 1 bestätigen. Studenten mit FEM-Netz-Zugang schreiben und erhalten deutlich weniger Briefe und telefonieren weit weniger mit Freunden und Familie, erhalten und schreiben dafür aber mehr e-mails. Auch der Vergleich der Summen aus den beiden gebildeten Indizes zeigt, mehr virtuelle Kommunikation bei den FEM-Netz-Nutzern steht weniger interpersoneller Kommunikation und umgekehrt gegenüber.

Einzig auffälliger Punkt der Tabelle ist die Anzahl der erhaltenen e-mails. Hier unterscheiden sich beide Gruppen nur sehr gering, so daß man keinesfalls von deutlichen Diskrepanzen sprechen könnte. Eine Erklärung hierfür könnte sein, daß das Verfassen und Erhalten von e-mails mittlerweile zum Kommunikationsalltag von Studenten gehört, unabhängig davon, ob sie an ein kostengünstiges Hochgeschwindigkeitsnetz wie beispielsweise das Ilmenauer FEM-Netz angeschlossen sind oder nicht. E-Mail-Kontakte verlangen keine lange Verbindungszeiten zum Internet, so daß hier keine Online-Kosten als Nutzbarriere vorhanden sind. Schlußfolgerung daraus wäre dann, daß Nicht-FEM-Netz-Nutzer zusätzlich zu Ihrer größeren Zahl an interpersonellen

Kontakten (v.a. Briefe schreiben und telefonieren) auch ähnlich viele e-mails erhalten und schreiben wie FEM-Netz-Nutzer. Das Nutzen des e-mail-Postverkehrs ergänzt also teilweise die „herkömmlichen“ Kontakte und verändert deren Einsatzbedeutung, verdrängt diese aber nicht zwingend.

b) zu Hypothese 2

„FEM-Netz-Nutzer haben andere Präferenzen in der Freizeitgestaltung als Studenten ohne FEM-Netz-Zugang.“

Als Indikatoren dienen die Angaben der Befragten zu den Punkten:

Treibst Du Sport?

Wieviele Stunden treibst Du durchschnittlich pro Woche Sport?

Wie oft gehst Du durchschnittlich pro Monat ins Kino?

Wie oft fährst Du durchschnittlich in größere Städte der Umgebung?

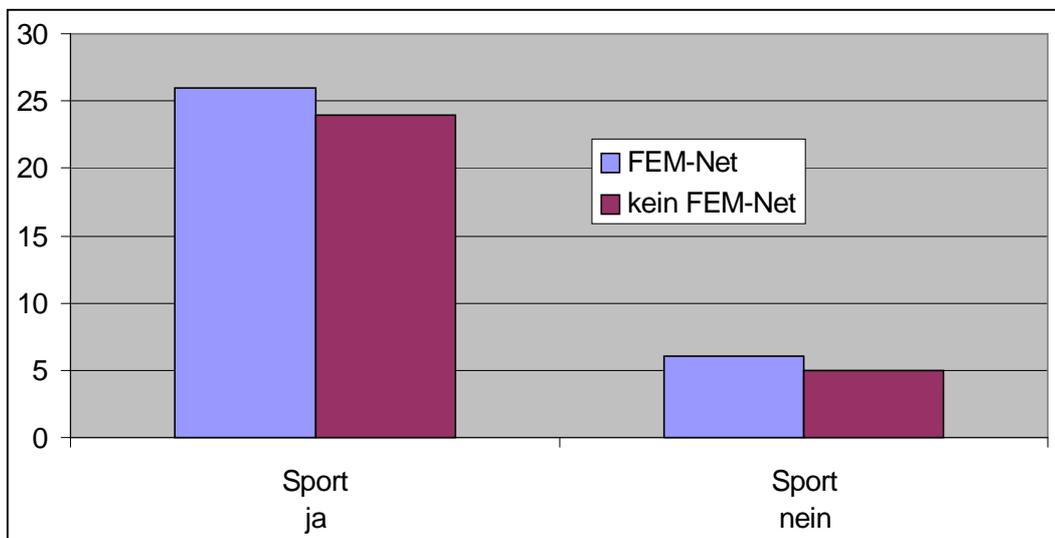
Wieviel Zeit verbringst Du mit aufmerksamen Fernsehen?

Wieviele Wochen fährst Du insgesamt im Jahr in Urlaub?

Wie oft gehst Du durchschnittlich zu anderen Veranstaltungen, wie Theater, Konzerte, etc.)?

	<i>Ich treibe Sport</i>		<i>Ich treibe keinen Sport</i>	
	<i>Anzahl</i>	<i>in %</i>	<i>Anzahl</i>	<i>in %</i>
<i>FEM-Netz</i>	26	52,00	6	54,55
<i>kein FEM-Netz</i>	24	48,00	5	45,45

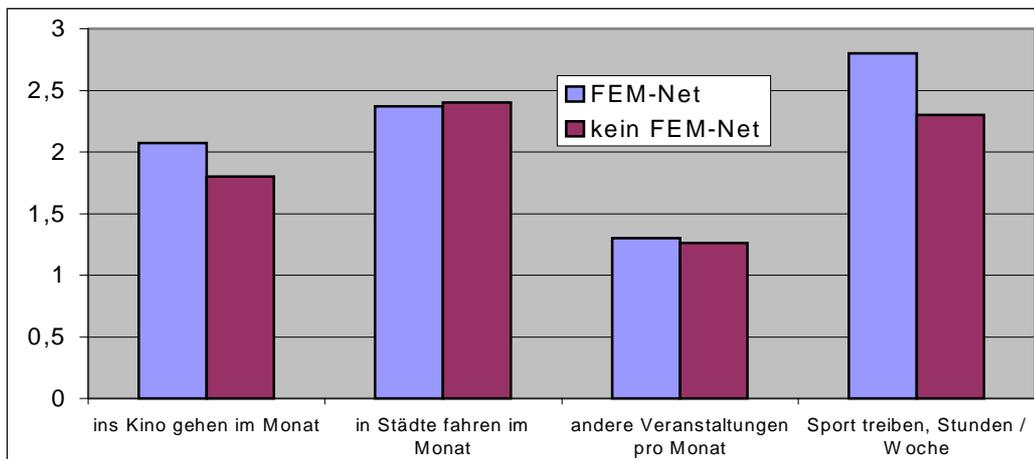
Tabelle 5



Grafik 5

	<i>FEM-Netz</i>	<i>kein FEM-Netz</i>
<i>ins Kino gehen im Monat</i>	2,07	1,8
<i>in größere Städte fahren im Monat</i>	2,37	2,4
<i>andere Veranstaltungen pro Monat wie Theater, Konzerte, usw.</i>	1,3	1,26
<i>Sport treiben, Stunden pro Woche</i>	2,8	2,3

Tabelle 6



Grafik 6

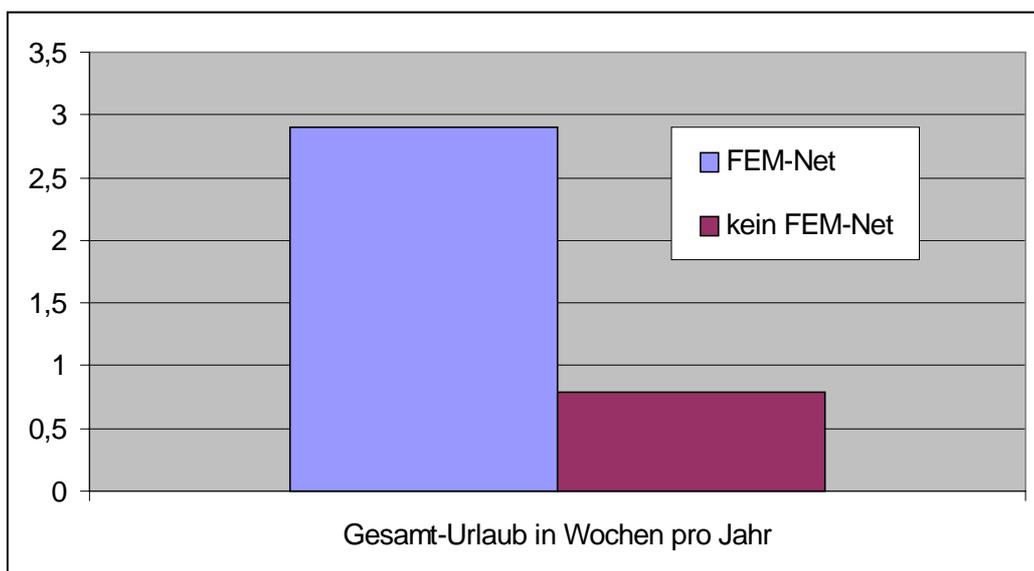
Anhand dieser Tabellen sind einige nicht erwartete Werte ablesbar. So treiben mit 26 Befragten (entspricht 52%) der FEM-Netz-Nutzer gegenüber 24 Befragten (entspricht 48%) der nicht FEM-Netz-Nutzer nicht nur mehr Sport (wenn auch nur geringfügig), sondern diese betreiben den Sport auch noch deutlich intensiver. Tabelle 6 zeigt deutlich, daß Bewohner des Blocks H mit FEM-Netz-Zugang durchschnittlich 2,8 Stunden Sport pro Woche treiben, Studenten im Block K ohne FEM-Netz jedoch nur 2,3 Stunden – immerhin eine Differenz von 0,5 Stunden, also 30 Minuten. Ein durchaus überraschendes Resultat, könnte man im Vorfeld doch annehmen, durch die Möglichkeiten des FEM-Netz würden dessen Nutzer mehr Zeit vor dem Rechner verbringen und dadurch weniger Zeit für sportliche Aktivitäten aufwenden.

Betrachten wir einen weiteren Aspekt der Freizeitgestaltung. Wie oft fahren die Befragten in größere Städte der Umgebung, das ist insoweit sinnvoll, da Ilmenau als sehr kleine ländliche Stadt wenig Möglichkeiten der Freizeitgestaltung bietet. Es ist nahezu unvermeidbar etwa zum Einkaufen, zum Essen oder zum „weggehen“ in die Städte wie Erfurt, Weimar oder Jena zu fahren. Wie oft gehen die Befragten ins Kino und wie oft in andere kulturelle Veranstaltung (z.B. Konzerte, Theater, usw.). Tabelle 6 zeigt, daß hierbei nur unwesentliche

Unterschiede festzustellen sind. Andere kulturelle Veranstaltungen werden von den Nicht-FEM-Netz-Nutzern nur unwesentlich häufiger besucht, hingegen FEM-Netz-Nutzer doch deutlich öfter ins Kino gehen. Bei den Fahrten in andere Städte ist kein nennenswerter Unterschied festzustellen. Die Begeisterung für das Kino könnte damit erklärt werden, daß zur Zeit der Befragung vorwiegend Special-Effect beherrschte Science-Fiction-Filme wie „Die Mumie“, „Die Matrix“ oder „Star Wars“ in den Kinos lief und dieses Genre von Film dann doch eher die Befragten mit FEM-Netz-Anschluß anspricht. Diese Interpretation ist allerdings nur eine Vermutung und keineswegs empirisch nachprüfbar. Festzuhalten bleibt hier also, daß in diesen Punkten der Freizeitgestaltung eher keine signifikanten Unterschiede feststellbar sind, abgesehen davon, daß FEM-Netz-Nutzer mehr Sport betreiben. Der vorletzte Punkt betrifft die Dauer von Urlaubswochen pro Jahr. Es handelt sich hierbei um addierte Werte der Befragten, d.h. alle Urlaubszeiten und Wochenendausflüge, Kurztrips, usw. wurden genannt und berücksichtigt. Hierbei ergab sich folgendes Bild:

	<i>FEM-Netz</i>	<i>kein FEM-Netz</i>
<i>Gesamturlaub in Wochen pro Jahr</i>	2,9	0,79

Tabelle 7



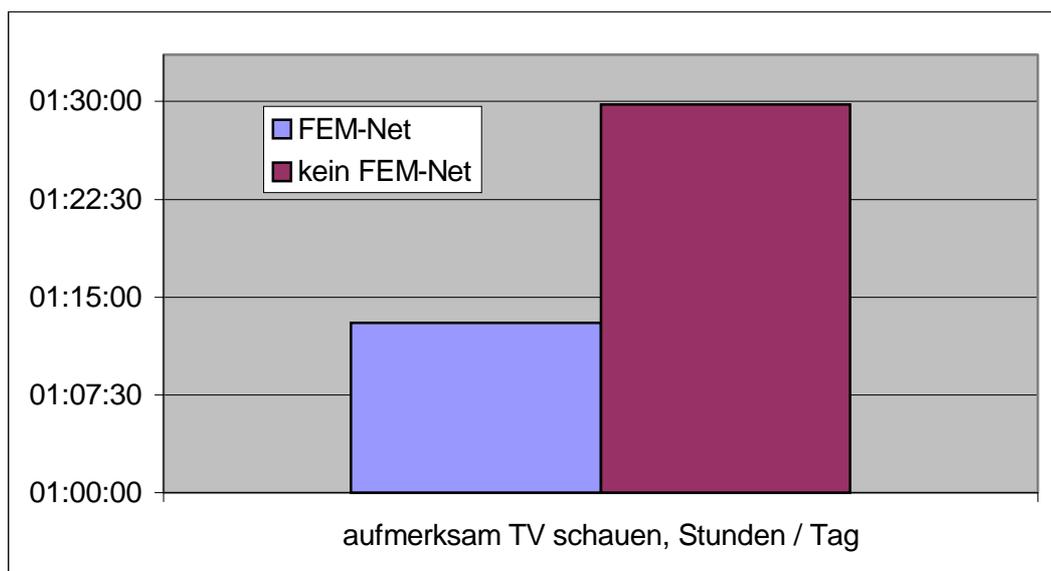
Grafik 7

Hier zeigen sich wieder erheblich signifikante Diskrepanzen. Und wiederum eher unerwartet verbringen FEM-Netz-Nutzer erheblich mehr Zeit (mehr als dreimal soviel) im Urlaub als Nicht-FEM-Netz-Nutzer. Gerade diese Variable macht aber einmal mehr klar, daß hier auch nicht gemessene Drittvariablen (v.a.

Einkommensverhältnisse) das Ergebnis erklären könnten. Geht man allerdings davon aus, daß man auch ohne größere finanzielle Mittel Urlaub machen kann (nochmals zur Erinnerung: auch Wochenendtrips, usw. wurden gezählt), muß man hier den Netznutzern eine größeres Interesse am „Urlaub machen“ zusprechen. Als letztes wurde noch untersucht, wie lange die Befragten aufmerksam Fernsehen pro Tag. Aufmerksam deshalb, weil es sehr oft vorkam, daß angegeben wurde, das TV-Gerät würde oft den ganzen Tag „nebenbei“ laufen. Wir wollten aber wissen, wieviele Minuten oder Stunden tatsächlich das Programm verfolgt wird.

	<i>FEM-Netz</i>	<i>kein FEM-Netz</i>
<i>aufmerksam TV schauen, in Stunden pro Tag</i>	01:13:01	01:29:47

Tabelle 8



Grafik 8

Ähnlich wie beim Urlaub auch hier deutliche Unterschiede in der Freizeitgestaltung bezüglich des TV-Konsums. Nicht-FEM-Netz-Nutzer schauen über 16 Minuten mehr Fern am Tag als FEM-Netz-Nutzer. Hier liegt die Vermutung nahe, daß FEM-Netz-Nutzer weniger Interesse zeigen, beim Fernsehen nochmals vor einem Bildschirm zu sitzen, sie gehen statt dessen wie gesehen lieber häufiger ins Kino.

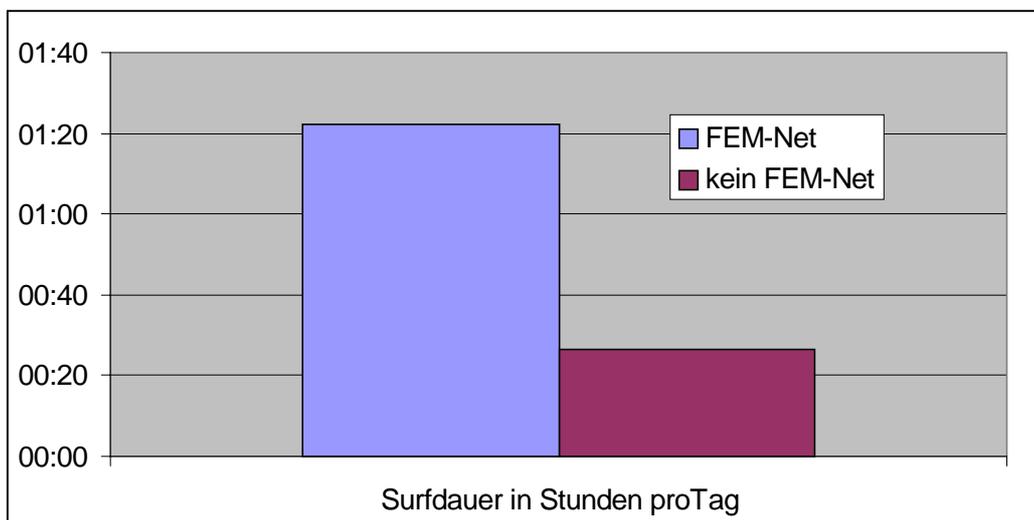
c) zu Hypothese 3

„FEM-Netz-Nutzer nutzen das Internet häufiger als Nicht-FEM-Netz-Nutzer.“

Das FEM-Netz bietet den Studenten sehr viele Nutzensvorteile. Einer davon ist, daß man ständig ohne zusätzliche Kosten und unabhängig von der Tageszeit das Internet, speziell das World-Wide-Web nutzen kann. Somit stellt sich die Frage, ob die FEM-Netz-Nutzer auch das Internet häufiger nutzen als ihre Kommilitonen ohne diesen Komfort. Folgende Tabelle zeigt die Verteilung:

	<i>FEM-Netz</i>	<i>kein FEM-Netz</i>
<i>Surfdauer in Stunden pro Tag</i>	01:22:18	00:26:25

Tabelle 9



Grafik 9

Hier ergeben sich die wohl deutlichsten Unterschiede. FEM-Netz-Nutzer nutzen das Internet in erheblichen Maße öfter als Studenten ohne FEM-Netz-Anschluß – nämlich über eine Stunde täglich mehr. Man kann an dieser Stelle von einer eindeutigen Abhängigkeit sprechen. Diese zeigt, daß vor allem Kosten und Mühen eines eigenen Internetanschlusses (etwa per Modem oder durch den Besuch des Rechenzentrums) noch immer eine Barriere beim „online gehen“ darstellen. Versucht man nun, aus diesen Ergebnisse Schlüsse für die Allgemeinheit zu ziehen, wäre anzumerken, daß die momentan im weltweiten Vergleich hohen Online-Gebühren in Deutschland einer stärkeren Nutzung des Netzes im Wege stehen.

ca) zu Unterhypothese 2

„FEM-Netz-Nutzer betreiben mehr „Flanier-Surfen“

Um Indikatoren für diese Form der Internetnutzung, nämlich ohne festes Ziel als Zeitvertreib und Unterhaltung wahllos durch das Internet zu surfen, herauszufinden, wurden den Befragten am Ende 14 Aussagen vorgelesen, deren sie mit Hilfe einer 5er-Skala (1:trifft nicht zu – 5:trifft voll zu) einen Zustimmungsgrad zuordnen mußten. Mit Hilfe dieser 14 Konstrukte sollte erreicht werden, im Zusammenspiel dieser Aussagen Nutzertypen herausfinden zu können und unter anderen eben auch den Typ, der sehr oft „flanier-surft“. Zunächst ein einfacher Mittelwertvergleich aller Aussagen bezüglich der beiden Wohnblöcke H und K:

Nr.	Aussage	FEM-Netz	kein FEM-Netz
1	<i>Ich suche meine Seiten im Internet über Suchmaschinen</i>	3,81	4,14
2	<i>Je mehr Zeit ich habe, desto mehr nutze ich das Netz</i>	3,61	3,00
3	<i>Je mehr Zeit ich habe, desto mehr gehe ich im WWW auf Entdeckungsreise um neue Seiten zu entdecken</i>	3,03	3,00
4	<i>Ich gehe ins Internet und suche dabei regelmäßig bestimmte Seiten auf</i>	4,25	3,61
5	<i>Ich besuche meine Seiten im Internet über Links</i>	2,78	2,82
6	<i>Ich entdecke durch Links häufig neue Seiten, die mich meinen Ziel aber nicht näher bringen</i>	3,63	3,54
7	<i>Ich besuche meine Seiten im Internet über Bookmarks</i>	3,75	2,82
8	<i>Ich gehe nur ins Internet, wenn ich best. Infos suche</i>	2,78	3,54
9	<i>Ich folge Links nur dann, wenn ich denke, daß sie mich meinem Ziel näher bringen. Tun sie das nicht, gehe ich wieder zur vorigen Seite.</i>	4,00	4,11
10	<i>Ich benutze das Internet, um mich zu unterhalten</i>	3,13	3,04
11	<i>Ich finde Werbebanner im Internet störend</i>	3,32	3,75
12	<i>Ich finde Werbebanner im WWW nicht störend, klicke sie aber kaum an</i>	3,53	3,04
13	<i>Ich finde Werbebanner sogar anregend, um mich zu anderen Seiten zu führen</i>	1,56	1,17
14	<i>Ich besuche meine Seiten im Internet über die direkte Eingabe der URLs</i>	2,38	2,86

Tabelle 10

Um nun neben einer einfachen tabellarischen Gegenüberstellung auch die Zusammenhänge einzelner Aussagen und somit die Existenz von Typmustern nachzuweisen, erfolgte eine Kreuztabelle mit Pearson-Korrelationskoeffizienten. Das Ergebnis war eine noch unübersichtliche Kreuztabelle mit teilweise für die aktuelle Hypothese irrelevanten Korrelationen. Diese Tabelle würde sich sehr gut für die weitere Arbeit mit solchen Internet-Nutzer-Typen eignen, sprengt aber den Rahmen dieser Seminararbeit. Aus diesem Grund wurden die Tabelle auf die Aussagen reduziert, die für die Bestimmung des „Flanier-Surfens“ gewichtig waren. Für das Verhalten des „Flanier-Surfens“ werteten wir die Zustimmung zu den Fällen (Pro-Indikatoren):

- 2) *Je mehr Zeit ich habe, desto mehr nutze ich das Netz.*
- 3) *Je mehr Zeit ich habe, desto mehr gehe ich WWW auf Entdeckungsreise.*
- 10) *Ich benutze das Internet um mich zu unterhalten.*
- 13) *Ich finde Werbebanner nicht störend, sondern sogar anregend, um mich zu anderen Seiten zu führen.*

Um mehr Sicherheit bei der Auswahl der Indikatoren zu haben, werteten wir folgende Fälle – sozusagen als Probe – als Contra-Indikatoren:

- 8) *Ich gehe nur ins Internet, wenn ich bestimmte Informationen suche.*
- 9) *Ich folge Links nur dann, wenn ich denke, daß sie mich meinem Ziel näher bringen. Tun sie das nicht, gehe ich wieder zur vorigen Seite.*

So ergibt sich folgende Korrelationstabelle:

	FALL2	FALL3	FALL8	FALL9	FALL10	FALL13
FALL2						
FALL3	0,57				0,48	
FALL8	-0,39	-0,56			-0,53	
FALL9						
FALL10						
FALL13				-0,25		

Tabelle 11 (nur die signifikanten Korrelationen sind noch angegeben)

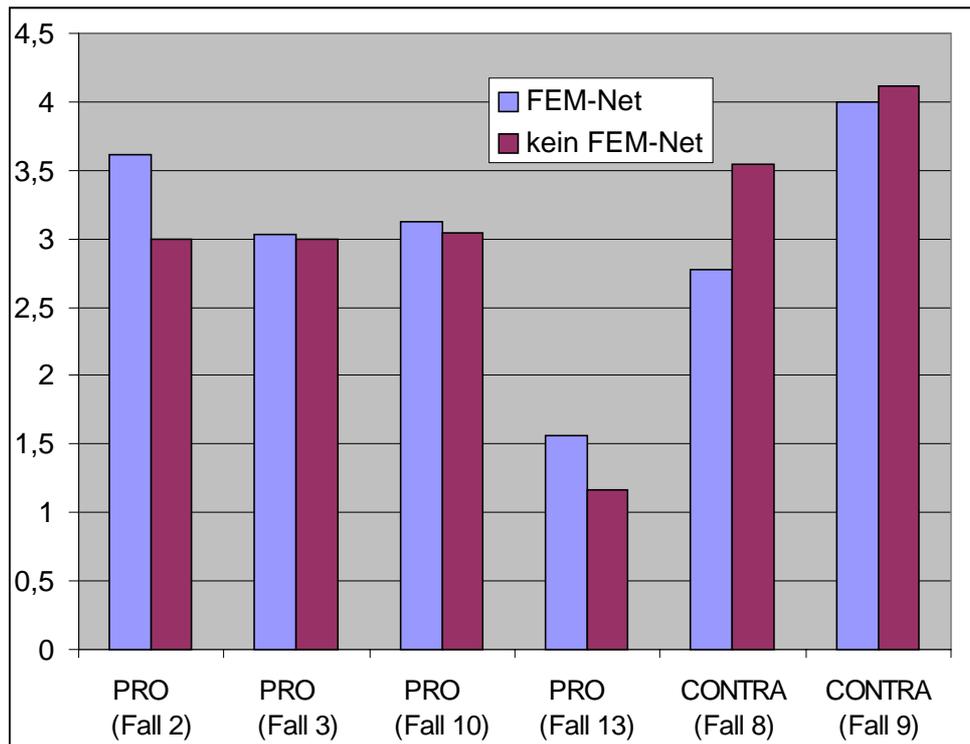
Auf diese Weise erkennt man, welche Aussagen signifikant mit anderen Aussagen positiv oder negativ korrelieren. Beispielsweise hängen Aussage 2 und Aussage 3 positiv zusammen, während natürlich Aussage 2 umgekehrt von Aussage 8 abhängt. Dies ist ein erwartetes Ergebnis, denn wer zustimmt, daß Internet bei mehr Freizeit auch häufiger zu nutzen (dies entsprach Aussage 2), gibt natürlich nicht bei der gleichen Befragung an, er würde das Internet nur nutzen, wenn er bestimmte Informationen sucht (dies entsprach Aussage 8). Diese Zusammenhänge ließen sich nun beliebig weit fortspinnen, wir wollen allerdings zurück zum „Flanier-Surfen“. Tabelle 11 bestätigt die von uns gewählten Pro- und Contra-Indikatoren für das „Flanier-Surfen“. So korreliert z.B. der Contraindikator Fall 8 negativ mit den drei von uns gewählten Proindikatoren Fall 2, Fall 3 und Fall 10. D.h. wer Fall 8 eher zugestimmt hat, der hat mit hoher Sicherheit den Fällen 2,3 und 10 nicht zugestimmt, usw.

Reduziert man nun Tabelle 10 auf die sechs og. Aussagen, ergibt sich folgendes Bild:

Nr.	Aussage	FEM-Netz	kein FEM-Netz
PRO „Flanier-Surfen“			
2	<i>Je mehr Zeit ich habe, desto mehr nutze ich das Netz</i>	3,61	3,00
3	<i>Je mehr Zeit ich habe, desto mehr gehe ich im WWW auf Entdeckungsreise um neue Seiten zu entdecken</i>	3,03	3,00
10	<i>Ich benutze das Internet, um mich zu unterhalten</i>	3,13	3,04
13	<i>Ich finde Werbebanner sogar anregend, um mich zu anderen Seiten zu führen</i>	1,56	1,17
CONTRA „Flanier-Surfen“			
8	<i>Ich gehe nur ins Internet, wenn ich best. Infos suche</i>	2,78	3,54
9	<i>Ich folge Links nur dann, wenn ich denke, daß sie mich meinem Ziel näher bringen. Tun sie das nicht, gehe ich wieder zur vorigen Seite.</i>	4,00	4,11

Tabelle 12

Die bereits in den Mittelwerten (zur Erinnerung: 1 bedeutet ‚trifft nicht zu‘ bis 5 gleich ‚trifft voll zu‘) erkennbaren Unterschiede zeigen visualisiert ein deutliches Bild:



Grafik 10

Allen vier Aussagen, die eindeutig dem Verhalten eines „Flanier-Surfers“ zugeordnet wurden, werden von den FEM-Netz-Nutzern in höherem Maße zugestimmt als von den Nicht-FEM-Netz-Nutzern. Ebenso bei den Aussagen für die Gegenprobe. Diesen beiden Fällen (Nr. 8 und 9) stimmen die Nicht-FEM-Netz-Nutzer in höherem Maße zu. Zwar handelt es sich bei den Differenzen nicht um extreme Signifikanzen, dennoch läßt sich hieraus der leichte Trend erkennen, daß FEM-Netz-Nutzer mehr zum „Flanier-Surfen“ neigen als Nicht-FEM-Netz-Nutzer. Die Hypothese wird durch die Untersuchungsergebnisse gestützt.

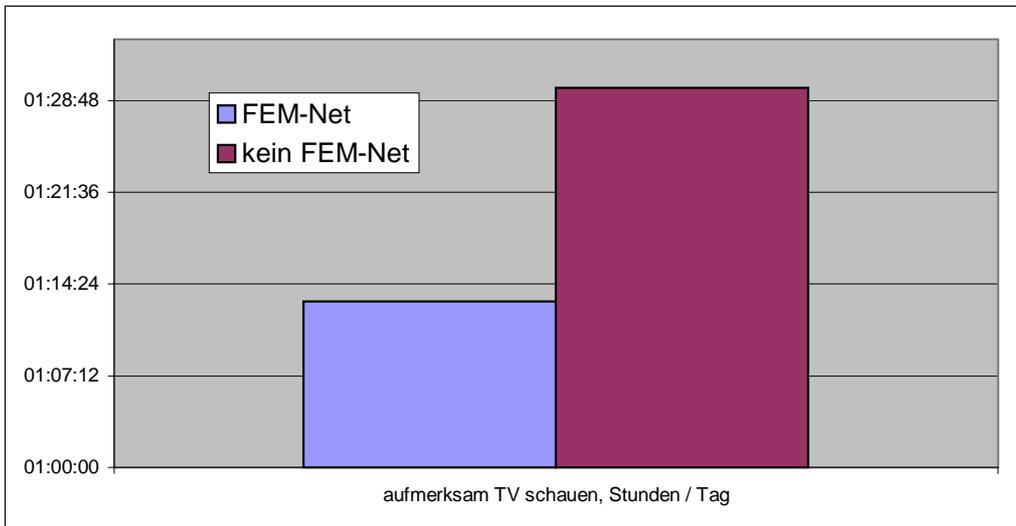
cb) zu Unterhypothese 3

„Die Nutzung klassischer Medien nimmt ab.“

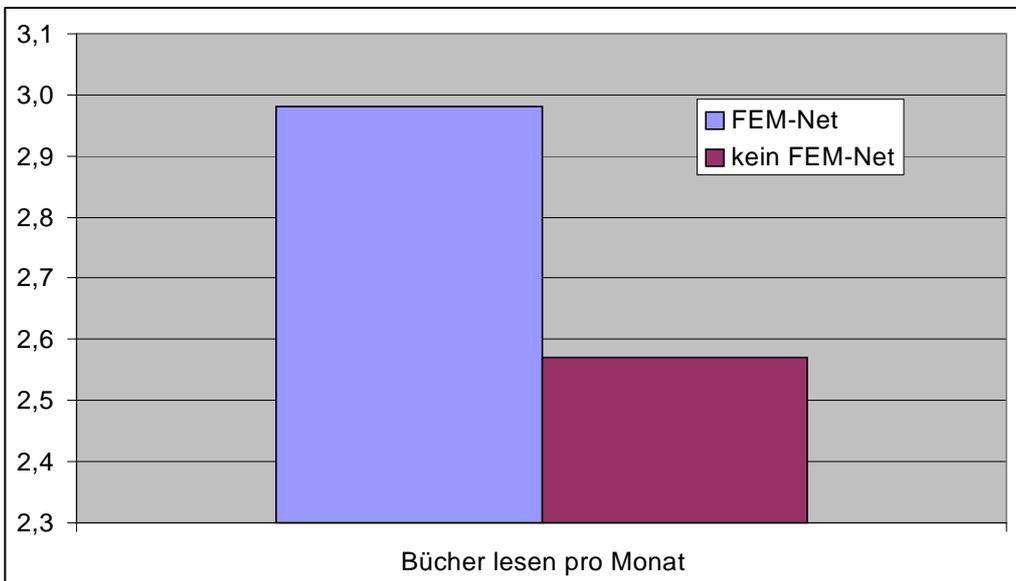
Nachdem nun in den letzten Abschnitten deutlich wurde, daß sich die beiden untersuchten Gruppen doch deutlich im Konsum von Fernsehprogrammen und der Nutzung des Internets unterscheiden, scheint es interessant zu sehen, ob die Nutzung des FEM-Netz sich dahingegen auswirkt, daß gleichzeitig die Nutzung klassischer Medien abnimmt. Als klassische Medien sind in unserem Fall die Nutzung von TV, Tageszeitungen, Zeitschriften und Büchern deklariert. Tabelle 13 zeigt eine erste Übersicht hierzu, Grafik 8 aus Abschnitt 1.2b (‚TV-Nutzung‘) wird nochmals zum Vergleich herangezogen:

	<i>FEM-Netz</i>	<i>kein FEM-Netz</i>
<i>aufmerksam TV schauen pro Tag</i>	01:13:01	01:29:47
<i>Bücher lesen pro Monat</i>	2,98	2,57
<i>Tageszeitung lesen in Std. / Tag</i>	00:17:50	00:27:08
<i>Zeitschriften lesen in Std. / Woche</i>	01:54:09	00:58:51

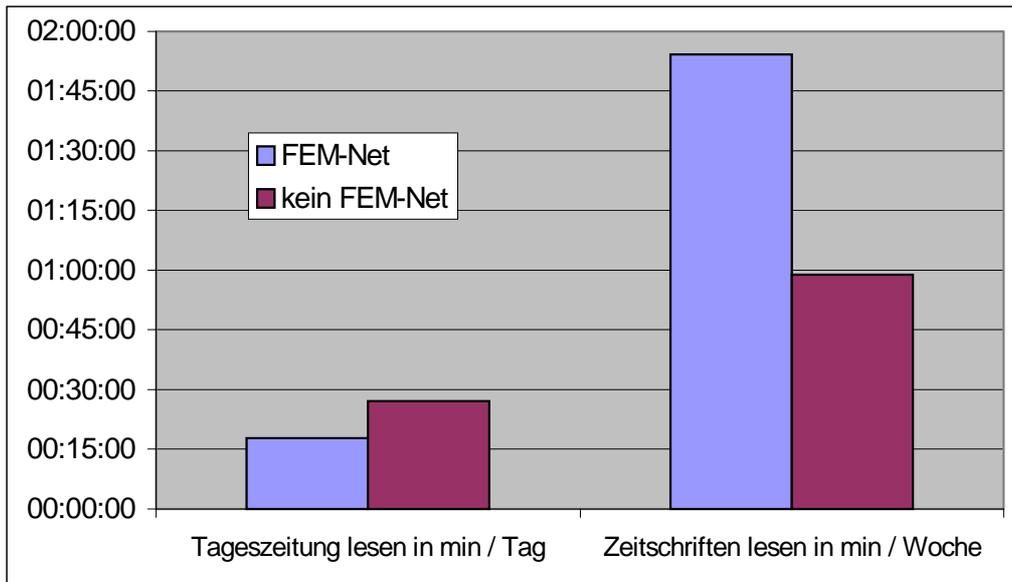
Tabelle 13



Grafik 11



Grafik 12



Grafik 13

Auch hier ergibt sich ein geteiltes Bild. Wie bereits erwähnt sehen FEM-Netz-Nutzer weniger fern. Desweiteren lesen sie mit durchschnittlich 2,98 Bücher im Monat auch signifikant mehr als Nicht-FEM-Netz-Nutzer mit 2,57 Büchern pro Monat. Weiter gestützt wird die Hypothese, daß die Nutzung klassischer Medien zurückgeht durch das verminderte Lesen von Tageszeitungen (regional und überregional). Während Nicht-FEM-Netz-Nutzer damit fast eine halbe Stunde pro Tag verbringen, investieren FEM-Netz-Nutzer nur knapp 18 Minuten Ihrer Freizeit mit dem Blick in eine aktuelle Zeitung.

Ähnlich überraschend wie die Anzahl der gelesenen Bücher ist die Quantität der Zeitschriftennutzung. Hier haben die FEM-Netz-Nutzer einen mehr als deutlichen Vorsprung. Sie verbringen fast zwei Stunden pro Woche mit dem Lesen von Zeitschriften, Fachzeitschriften und Magazinen, während Nicht-FEM-Netz-Nutzer damit nur knapp eine Stunde zubringen. Erklärt wird dieser Zustand aber dadurch, daß sich FEM-Netz-Nutzer fast ausschließlich für technik- und computerorientierte Special-Interest-Zeitschriften wie vor allem ‚C‘t‘ interessieren, diese auch oft abonniert haben, Nicht-FEM-Netz-Nutzer zeigen dagegen kaum Interesse für Fachzeitschriften, lesen häufiger politische Magazine wie „Spiegel“, usw. (siehe hierzu insbesondere die folgenden Abschnitte, in denen die Themenspektren der Mediennutzung untersucht werden).

Abschließend dazu ist zu resümieren, daß man nur teilweise den Trend erkennen kann, daß die Nutzung klassischer Medien durch die stärkere Nutzung „Neuer Medien“ etwas zurückgeht. Durch häufigeres Surfen in Internet schaut man zwar

offenbar weniger Fern, liest aber mehr Bücher und weniger Tageszeitung. Vor allem die Nutzung von Zeitschriften schnell nach oben – wobei sich die Interessen hier aber auf Magazine beschränken, die ebenfalls das Thema „Neue Medien“ behandeln.

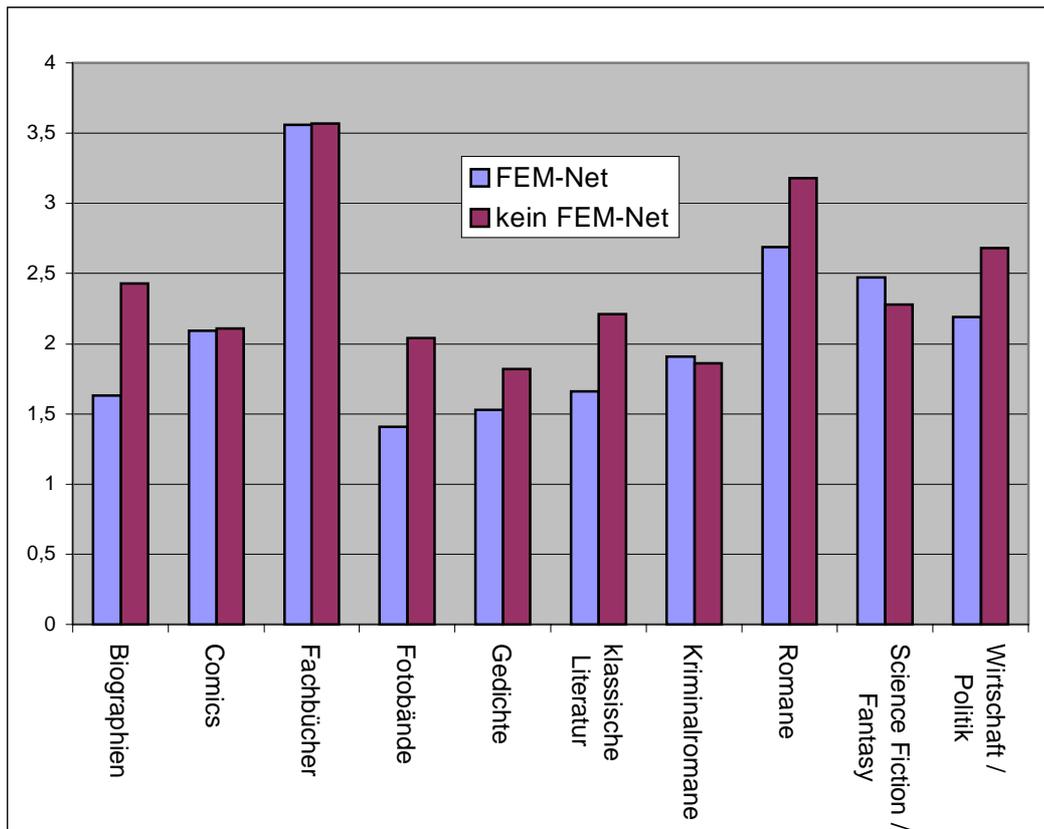
d) zu Hypothese 4

„FEM-Netz-Nutzer interessieren sich für andere Themen in der Mediennutzung als Nicht-FEM-Netz-Nutzer. „

Um Indikatoren für diesen Bereich zu erhalten, wurden die Befragten nach ihren bevorzugten Formaten in den Bereichen „Lesen“, „TV“ und „Internet“ gefragt. In 5er-Skalen von 1 „sehr selten / nie“ bis 5 „sehr oft / immer“ mußten sie für alle in Tabelle 14 - 20 dargestellten Genre ihre eigenen Vorlieben einschätzen – die Vorlieben im Bereich „Tageszeitung“ und „Fachzeitschrift“ wurden im Rahmen der Auswertung aus Namensangaben während der Befragung kodiert, d.h. die Befragten gaben direkt an, welche Zeitung und Zeitschrift sie lesen:

Bücher-Genre	<i>FEM-Netz</i>	<i>kein FEM-Netz</i>
<i>Biographien</i>	1,63	2,43
<i>Comics</i>	2,09	2,11
<i>Fachbücher</i>	3,56	3,57
<i>Fotobände</i>	1,41	2,04
<i>Gedichte</i>	1,53	1,82
<i>klassische Literatur</i>	1,66	2,21
<i>Kriminalromane</i>	1,91	1,86
<i>Romane</i>	2,69	3,18
<i>Science Fiction / Fantasy</i>	2,47	2,28
<i>Wirtschaft / Politik</i>	2,19	2,68

Tabelle 14



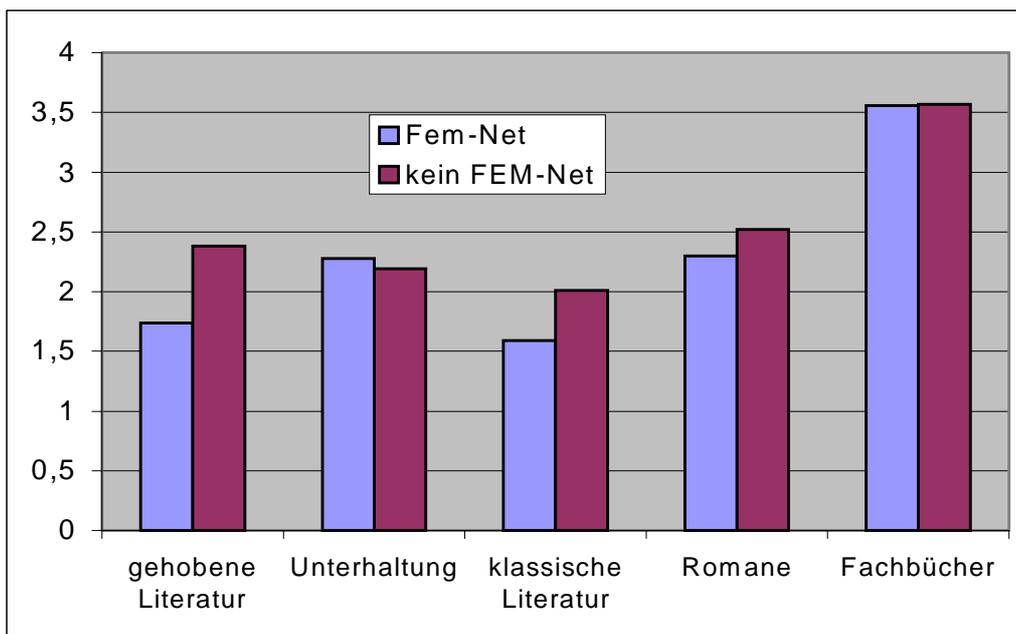
Grafik 14

Zunächst bietet sich ob dieser Grafik ein vermischtes Bild. In einigen Genre lesen FEM-Netz-Nutzer mehr in anderen weniger als ihre Kommilitonen. Der Bereich „Fachbücher“ zeigt keine nennenswerte Diskrepanz. Beide Gruppen lesen gleich oft, was sich wahrscheinlich damit erklären läßt, daß es sich unabhängig vom FEM-Netz um Studenten handelt, die aufgrund ihres Studiums gleich oft zu Fachbüchern greifen müssen.

Nicht-FEM-Netz-Nutzer lesen mehr Biographien, mehr Fotobände, mehr Gedichte, mehr klassische Literatur, mehr Romane und mehr Wirtschafts- und Politikliteratur. FEM-Netz-Nutzer hingegen bevorzugen Science-fiction, Fantasy und Kriminalromane, bei Comics ist das Verhältnis fast ausgeglichen. Faßt man nun aus diesen zehn Genre die vier übergeordneten Klassen „Unterhaltung“ (aus Comics, Science-fiction / Fantasy), „Romane“ (aus Romane und Krimis), „gehobene Literatur“ (aus Biographien, Fotobände und Wirtschaft / Politik) und „klassische Literatur“ (aus Gedichte und klassische Literatur) zusammen – der Bereich „Fachbücher“ bleibt bestehen – ergibt sich folgende Übersicht:

Bücher-Genre 2	<i>FEM-Netz</i>	<i>kein FEM-Netz</i>
<i>gehobene Literatur</i>	1,74	2,38
<i>Unterhaltung</i>	2,28	2,19
<i>klassische Literatur</i>	1,59	2,01
<i>Romane</i>	2,3	2,52
<i>Fachbücher</i>	3,56	3,57

Tabelle 15



Grafik 15

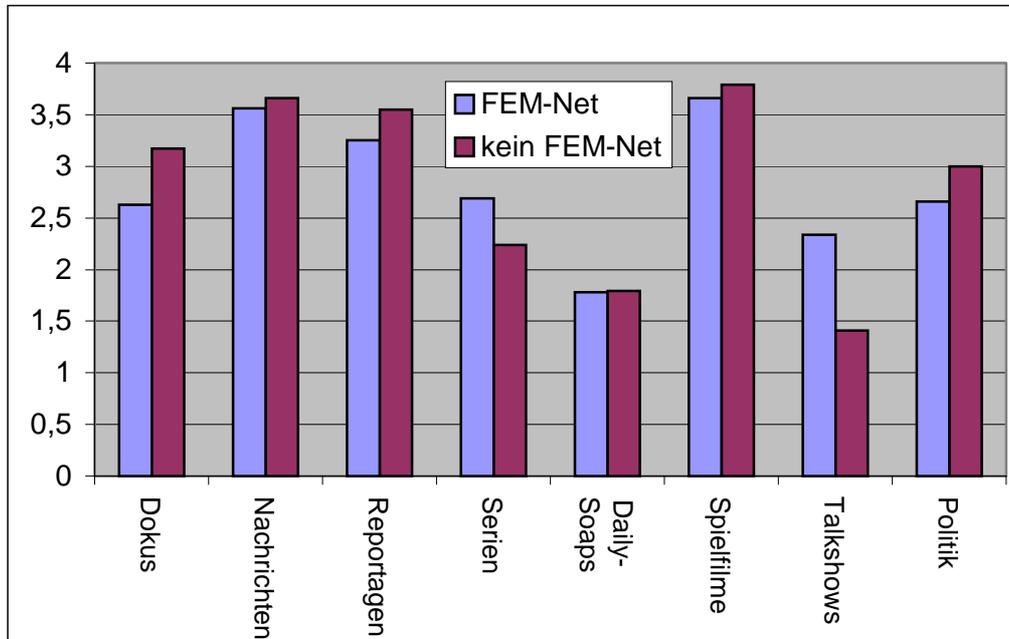
Anhand dieser neuen Grafik ist klarer erkennbar, daß Nicht-FEM-Netz-Nutzer stärker zu gehobener und klassischer Literatur sowie zu Romanen greifen, während FEM-Netz-Nutzer sich stärker für Unterhaltungsliteratur interessieren. Die Daten für die Fachbücher haben sich selbstverständlich nicht verändert.

Analog zur obigen Übersicht wurden auch für den Bereich „TV“ die Lieblingsgenres in einer 5er-Skala abgefragt. Dabei ergab sich folgende Tabelle:

TV-Genre	<i>FEM-Netz</i>	<i>kein FEM-Netz</i>
<i>Dokus</i>	2,63	3,17
<i>Nachrichten</i>	3,56	3,66
<i>Reportagen</i>	3,25	3,55
<i>Serien</i>	2,69	2,24
<i>Daily-Soaps</i>	1,78	1,79

<i>Spielfilme</i>	3,66	3,79
<i>Talkshows</i>	2,34	1,41
<i>Politik</i>	2,66	3,00

Tabelle 16



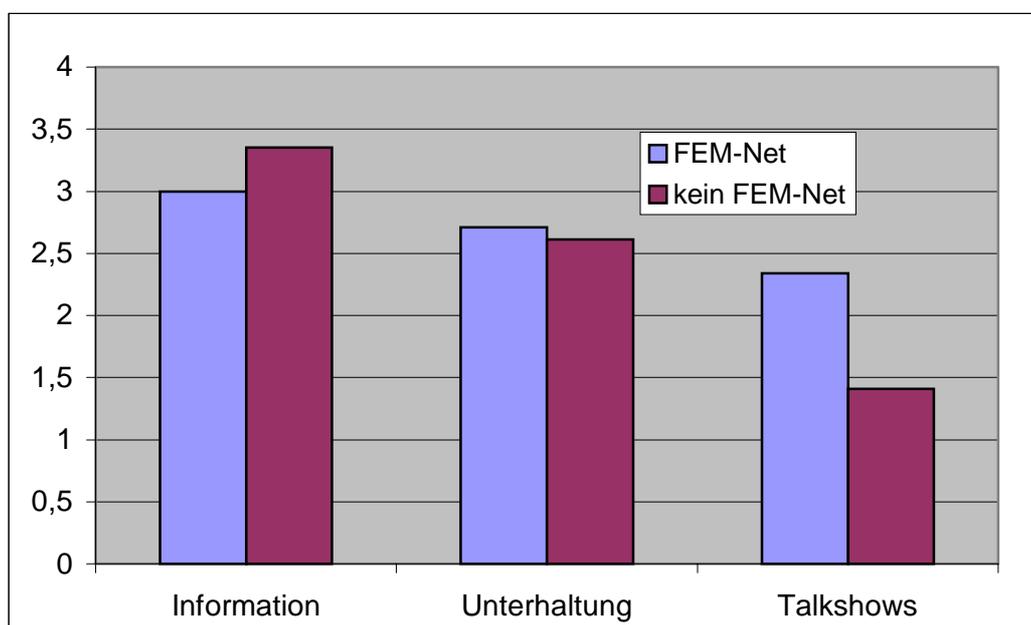
Grafik 16

Auch hier zeigt die Grafik zunächst ein gemischtes Bild. FEM-Netz-Nutzer schauen sich weniger Dokumentationen, weniger Nachrichten, weniger Reportagen, weniger Spielfilme und weniger politische Sendungen an. Sie interessieren sich in gleichem Maße wie Nicht-FEM-Netz-Nutzer für Daily-Soaps (Sendungen wie „Verbotene Liebe“, „Marienhof“ oder „Unter uns“), sehen aber lieber Serien und Talkshows (auch Daily Talks wie „Hans Meiser“, usw.). Um das Bild zu vereinfachen, fassen wir die Genre ‚Dokumentationen‘, ‚Nachrichten‘, ‚Reportagen‘ und ‚Politik‘ zu ‚Informationssendungen‘, die Genre ‚Serien‘, ‚Daily-Soaps‘ und ‚Spielfilme‘ zu ‚Unterhaltungssendungen‘ zusammen. Der Bereich ‚Talkshows‘ nimmt hier eine unschöne Sonderstellung ein. Leider war es im Rahmen dieser Untersuchung nicht möglich hier zwischen „anspruchsvollen“ Talkshows (etwa wöchentliche Sendungen in den öffentlich-rechtlichen Programmen) und den momentan stark vertretenen „Daily-Talks“ (die auf nahezu allen privaten Sendern den ganzen Nachmittag über ausgestrahlt werden) zu unterscheiden. Nur dann könnte man den Teil „Anspruchsvolle Talkshows“ zweifellos dem Genre ‚Informationssendungen‘ und die „Daily Talks“ dem Genre ‚Unterhaltung‘ oder dann vielleicht auch ‚Infotainment‘ zuschreiben. Da diese

Trennung aber leider nicht erfolgte, wird das Genre ‚Talkshows‘ hier zunächst keinem Bereich zugeordnet und muß alleine stehen bleiben. Nach dieser Vereinfachung ergibt sich folgendes Bild:

TV-Genre 2	FEM-Netz	kein FEM-Netz
Information	3,00	3,35
Unterhaltung	2,71	2,61
Talkshows	2,34	1,41

Tabelle 17



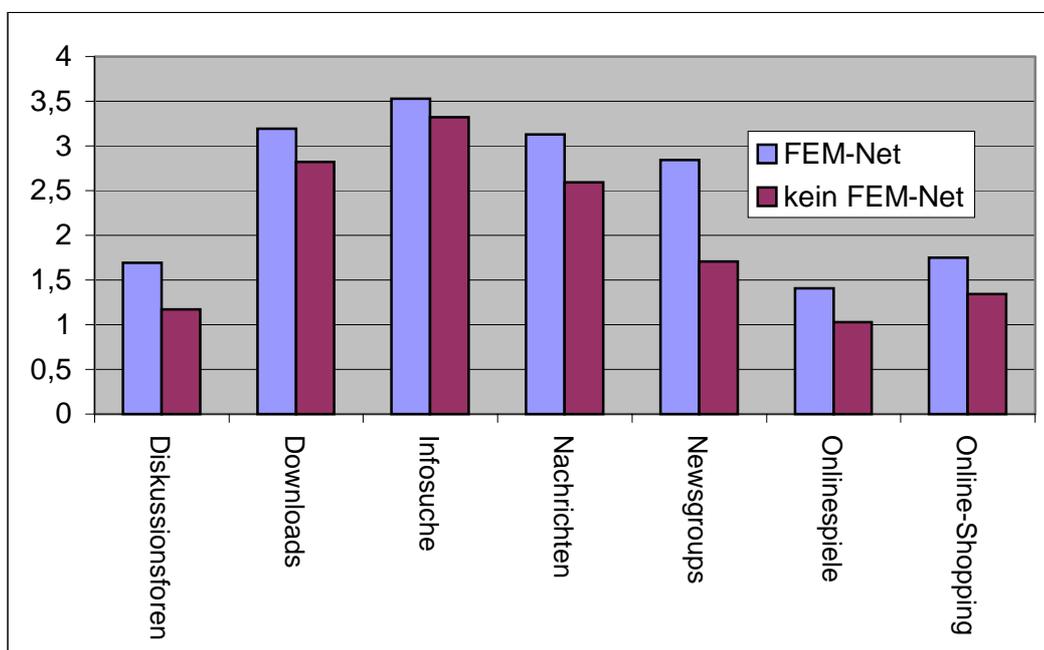
Grafik 17

Nun erkennt man, daß sich FEM-Netz-Nutzer – ähnlich wie bei den Bücher-Genre – doch weniger für anspruchsvollere Informationssendungen und mehr für Unterhaltungssendungen interessieren als Nicht-FEM-Netz-Nutzer. In diesem Zusammenhang würde als Vermutung gelten, daß sich die Beliebtheit der Talkshows unter FEM-Netz-Nutzern eher auf die Daily Talks beziehen könnte. An dieser Stelle bleibt diese Aussage freilich als reine Spekulation stehen und würde genauere Untersuchungen benötigen.

Als vorletzter Punkt in diesem Abschnitt bleibt die Frage nach der Beliebtheit verschiedener Genre im Internet. Die Befragten wiederum in 5er-Skalen befragt, ergab sich folgende Mittelwerttabelle:

Internet-Genre	FEM-Netz	kein FEM-Netz
Diskussionsforen	1,69	1,17
Downloads	3,19	2,82
Infosuche	3,53	3,32
Nachrichten	3,13	2,59
Newsgroups	2,84	1,71
Onlinespiele	1,41	1,03
Online-Shopping	1,75	1,34

Tabelle 18



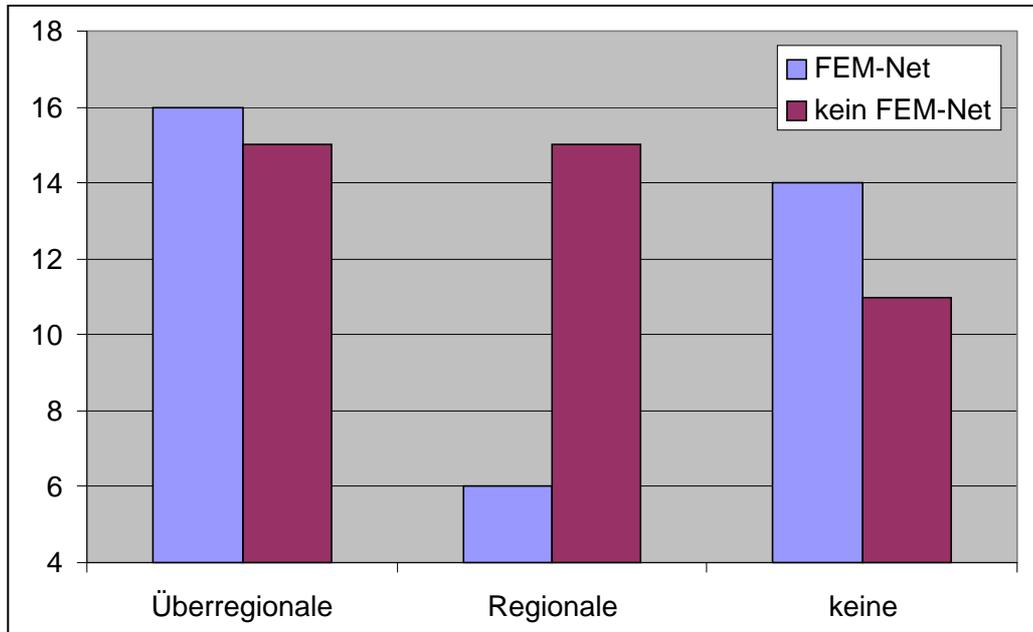
Grafik 18

Eindeutiger kann sich eine Befragung nicht zeigen. In allen Bereichen zeigen die FEM-Netz-Nutzer signifikant höheres Interesse als Nicht-FEM-Netz-Nutzer. Vor allem in den Genre ‚Diskussionsforen‘ und ‚Newsgroups‘ unterscheiden sich die beiden Gruppen erheblich voneinander. So ist klar feststellbar, daß FEM-Netz-Nutzer nicht nur mehr Internet nutzen (vgl. Tabelle 9) sondern auch dessen einzelne Möglichkeit anscheinend besser kennen und zu nutzen wissen.

Abschließend zu der gesamten Untersuchung ist noch aufschlußreich zu sehen, welche Zeitungen und Zeitschriften von den befragten Studenten gelesen werden. Nachdem in Abschnitt cb) die Dauer der Mediennutzung gemessen und analysiert wurde, ergaben sich bei der inhaltlichen Auswertung folgende Tabellen:

Zeitung lesen	FEM-Netz	kein FEM-Netz
Überregionale	16	15
Regionale	6	15
keine	14	11

Tabelle 19



Grafik 19

Trotz der Feststellung, daß FEM-Netz-Nutzer deutlich weniger Zeit mit dem Lesen von Tageszeitungen verbringen, ergeben sich bei der Art der gelesenen Zeitungen nur teilweise signifikante Unterschiede. Unter den FEM-Netz-Nutzern wurden die großen überregionalen Blätter (Mehrfachnennungen waren erlaubt) 16 mal angegeben, unter den Nicht-FEM-Netz-Nutzer 15 mal. Hierbei dominierte „Die Welt“ mit jeweils 11 Angaben vor der „FAZ“, der „Süddeutschen“ und der „TAZ“. Dies liegt daran, daß „Die Welt“ erstens sehr oft kostenlos in den Studentenwohnheimen ausliegt und auch im Abonnement für Studenten in den neuen Bundesländern nur 9,90 DM pro Monat kostet, während die anderen Tageszeitungen meist mehr als doppelt so teuer sind. Der deutlichste Unterschied zeigte sich dann aber bei den Regionalzeitungen (genannt wurden die „Thüringer Allgemeine“, „Freies Wort“, „Ostthüringer Zeitung“, „Leipziger Volkszeitung“ und „Berliner Zeitung“). Während diese unter den FEM-Netz-Nutzern lediglich 6 mal gelesen werden, greifen die Nicht-FEM-Netz-Nutzer 15 mal zu einer dieser Regionalzeitungen. Außerdem lesen mit 14 Befragten aus Block H etwas mehr Studenten überhaupt gar keine Tageszeitung als 11 Befragte aus Block K, also ohne FEM-Netz-Zugang. Bezüglich der Nutzung von

Tageszeitungen bliebe demnach festzuhalten, daß Studenten ohne FEM-Netz quantitativ mehr Zeitungen lesen und auch mehr Zeit damit verbringen. Vor allem regionale Zeitungen werden von diesen Studenten stärker genutzt, der Anteil der Nicht-Leser ist zudem etwas geringer.

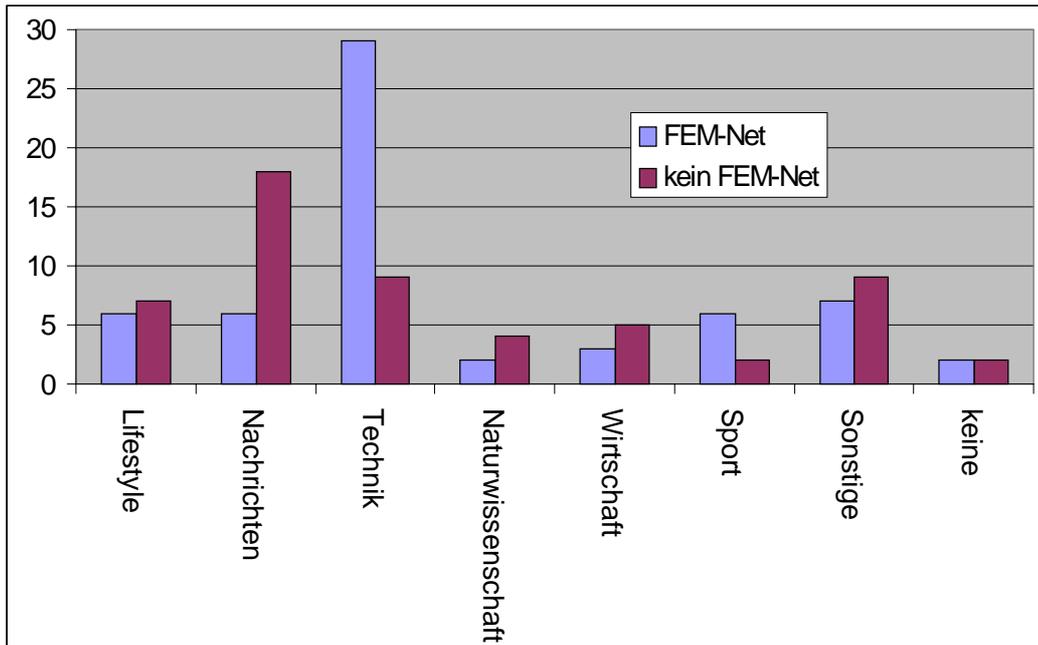
Wie verhält es sich bei den Zeitschriften. Hier wurde in Abschnitt cb) festgestellt, daß FEM-Netz-Nutzer deutlich mehr Zeit mit dem Lesen von Fachzeitschriften verbringen – ein im Vergleich zu den Zeitungen umgekehrtes Bild. Schauen wir uns zunächst folgende Tabelle an, die zeigt, welche Zeitschriften von wievielen Befragten gelesen werden.

Zeitschriften	<i>FEM-Netz</i>	<i>kein FEM-Netz</i>
<i>Lifestyle</i>	6	7
<i>Nachrichten</i>	6	18
<i>Technik</i>	29	9
<i>Naturwissenschaft</i>	2	4
<i>Wirtschaft</i>	3	5
<i>Sport</i>	6	2
<i>Sonstige</i>	7	9
<i>keine</i>	2	2

Tabelle 20

Die in der Tabelle in der linken Spalte aufgezählten Genre ergaben sich durch folgende Zusammenfassung: Lifestyle-Magazine waren „Amica“, „Max“ und „BIZZ“; Nachrichtenmagazine waren „Spiegel“, „Stern“ und „Focus“; Technikzeitschriften waren „C’t“, „Computer-Bild“, „Mobilfunk“, „Auto Bild“, „PC-Direkt“, „PC-Professional“ und „Chip“; Wirtschaftsmagazine waren „Börse-Online“, „Wirtschaftswoche“ und „DM“; Sportzeitschriften waren „Kicker“, „Sport-Bild“, „Tauchsport“ und „Fit-for-fun“. Unter Sonstiges fielen alle genannten TV-Zeitschriften, Kinozeitschriften und Frauenzeitschriften wie „Brigitte“.

Deutlich wird die Verteilung auf die Befragten an folgender Grafik:



Grafik 20

Hier sind wiederum hochsignifikante Unterschiede zu erkennen. Bemerkenswert ist die erhebliche Diskrepanz bei den Technikzeitschriften. Mehr als dreimal soviel FEM-Netz-Nutzer lesen Technikzeitschriften (hier v.a. die „C't“). Nicht-FEM-Netz-Nutzer dagegen interessieren sich erheblich stärker für Nachrichtenmagazine. Ansonsten nutzen Nicht-FEM-Netz-Nutzer etwas mehr Lifestyle-, Naturwissenschaft- und sonstige Magazine. Wie bereits im Laufe der Untersuchung erkannt wurde, betreiben FEM-Netz-Nutzer mehr und öfter Sport als ihre Kommilitonen ohne FEM-Netz. Dieser Trend zeigt sich auch hier: Befragte aus Block H lesen deutlich mehr Sportzeitschriften. Bei den Nicht-Lesern gibt es in Bereich Zeitschrift keine Unterschiede – jeweils 2 Befragte lesen nichts.

8.3 Fazit

Abschließend zu den Befragungsergebnissen und den Resultaten der Forschungsarbeit soll nun – um die vielen Tabellen und Grafiken zusammenzufassen – ein Resümee gezogen werden. Welche Unterschiede konnten nun zwischen FEM-Netz-Nutzern und Nicht-FEM-Netz-Nutzern festgestellt werden, welche ursprüngliche Vermutung und Hypothese wurde nicht bestätigt? Eindeutig waren die Ergebnisse in Sachen Internetnutzung. Studenten mit FEM-Netz-Anschluß nutzen das Internet sehr viel intensiver und auch alle

damit verbundenen Dienste. Etwas überraschend scheint jedoch, daß eben diese intensiven Netznutzer körperlich sehr viel aktiver sind. Sie treiben mehr Sport und öfter Sport und fahren auch mehr in Urlaub. Außerdem lesen sie mehr Bücher und mehr Fachzeitschriften, konzentrieren sich hierbei aber auf „leichte“ Unterhaltungsangebote und Computerzeitschriften, während Nicht-FEM-Netz-Nutzer mehr fern sehen, mehr aktuelle Tageszeitungen lesen und sich in Sachen TV, Bücher und Zeitschriften mehr für anspruchsvollerer Medieninhalte wie Nachrichten, Biographien, klassische Literatur, etc. interessieren. FEM-Netz-Nutzer bevorzugen unterhaltungsorientierte Medienangebote wie Daily-Talks, Science-fiction-Filme und lesen Krimis. Ebenfalls wieder deutlich waren die Unterschiede bezüglich interpersoneller Kontakte. Hier schreiben FEM-Netz-Nutzer weniger private Briefe, sie telefonieren weniger mit Freunden oder der Familie und gehen deutlich seltener in Cafés und Kneipen – sitzen dafür eben länger vor ihrem Rechner. Bis auf den Bereich Sport wurden somit unsere Erwartungen bezüglich den Auswirkungen eines kostengünstigen FEM-Netz-Anschlusses auf das soziale Verhalten dessen Nutzer bestätigt, was man letztlich auch in den Hypothesen sehen kann. Hypothese 1 „FEM-Netz-Nutzer haben in geringerem Maße interpersonelle Kontakte nicht-virtueller Art...“ wurde voll gestützt, auch die Unterhypothese konnte bestätigt werden – mit der Ausnahme von e-mail-Kontakten verdrängt virtuelle Kommunikation die interpersonelle Kommunikation. Bezüglich Hypothese 2 ergab sich ein geteiltes Bild. Die beiden befragten Gruppen haben tatsächlich andere Präferenzen in der Freizeitgestaltung. Während FEM-Netz-Nutzer mehr Sport treiben und Urlaub machen, nutzen Nicht-FEM-Netz-Nutzer stärker Medien wie TV und Zeitungen und gehen öfters mit ihren Freunden aus, besuchen auch ab und zu kulturelle Veranstaltungen. Hypothese 3 war wiederum eindeutig signifikant. FEM-Netz-Nutzer nutzen das Internet deutlich häufiger und neigen auch eher zum „flanier-surfen“. Nicht bewiesen werden konnte die Unterhypothese „Die Nutzung klassischer Medien nimmt ab“. Einerseits schauen FEM-Netz-Nutzer weniger TV und lesen weniger Tageszeitung, lesen aber auf der anderen Seite mehr Bücher und Zeitschriften (wenn auch sehr fokussiert auf Computerzeitschriften wie C't). Unabhängig von den Inhalten der Medien kann somit nicht davon gesprochen werden, daß die Nutzung klassischer Medien zurückgeht. Bleibt als letzter Punkt Hypothese 4, die sich mit den Medieninhalten bei der Nutzung beschäftigt. Hier ist wiederum relativ deutlich erkennbar, daß sich FEM-Netz-Nutzer meist mehr für „leichtere“ Unterhaltungsangebote im Fernsehen, „oberflächlichere“ Literatur und stark technikorienteerte Zeitschriften interessieren. Nicht-FEM-Netz-Nutzer

dagegen bevorzugen „gehobenerer“ Informationssendungen im Fernsehen, „anspruchsvollere“ und „klassische“ Literatur sowie Lifestyle- und Nachrichtenmagazine im Printbereich. Im Internet dagegen dominieren wieder die Befragten mit FEM-Netz-Anschluß. In allen abgefragten Web-Genre haben sie die Nase vorn – nutzen das Internet einfach intensiver und häufiger.

8.4. Kritische Begutachtung der eigenen Arbeit und Vorausblick für die weitere Internetforschung

Bereits in Kapitel 1.1 wurde erwähnt, daß wir aufgrund des Zeitdrucks in einer Seminararbeit viele mögliche Störvariablen außer Acht lassen mußten. Dadurch kann es – obwohl die Ergebnisse der Studie sehr eindeutig und aufschlußreich erscheinen – zu Scheinkorrelationen gekommen sein. Es wäre deshalb sicher sinnvoll, wenn der von uns erhobene Datensatz – dessen Potential wir hier in keinsten Weise statistisch ausschöpfen konnten – für weitere, intensivere und zeitaufwendigere Auswertungen herangezogen werden würde. Desweiteren muß an dieser Stelle der Ablauf unseres Studiums kritisiert werden. Im Laufe der Auswertung mußten alle Beteiligten feststellen, daß uns jegliche statistische Grundlage (v.a. die Benutzung von Standardsoftware wie SPSS) fehlt. So mußten wir uns die notwendigen Kenntnisse unter Hilfestellung der wissenschaftlichen Mitarbeiterin des Instituts für Medien- und Kommunikationswissenschaft, Ingrid-Andrea Schmidt, aneignen. Aus diesem Grund kann es durchaus sein, daß bestimmte statistische Abläufe unserer Untersuchung von „Profis“ auf diesem Gebiet differenziert durchgeführt worden wären. Hier muß für zukünftige Studenten Abhilfe im Studienablaufplan geschaffen werden!

Trotz aller Probleme erhielten wir sehr interessante Ergebnisse. Der wissenschaftliche Stand in Sachen Internetforschung und insbesondere der Forschung über Internetnutzung ist noch sehr gering. Wir können nur unbedingt anregen, sich auf diese von uns begonnen Art und Weise der Empirie weiter mit diesem überaus spannenden und für die Zukunft der Medienwissenschaft wichtigen Thema zu beschäftigen.

Ilmenau, 14.09.1999

Quellen

Literatur:

Bertelsmann (1997): Der Online-User in Deutschland. Mensch im Netz. München: Burda Media Forschung

Bühl, Achim (1997): "Die virtuelle Gesellschaft - Ökonomie, Politik und Kultur im Zeichen des Cyberspace". In: Gräf, Lorenz/ Krajewski, Markus: Soziologie des Internet. Handeln im elektronischen Web-Werk. Frankfurt/ M., New York: Campus

Diekmann, Andreas (1997): Empirische Sozialforschung

Dyson, Esther (1997): Release 2.0 – Die Internet Gesellschaft. Spielregeln für unsere digitale Zukunft. Droemer Knauer Verlag

Höflich, Joachim R. (1997): Zwischen massenmedialer und technisch vermittelter interpersonaler Kommunikation – der Computer als Hybridmedium und was der Mensch damit macht. In: Beck, Klaus / Vowe, Gerhard (Hrsg.): Computernetze – ein Medium öffentlicher Kommunikation? Seite 85 – 105. Berlin: Wiss.-Verl. Spiess

Maletzke, Gerhard (1984): Bausteine zur Kommunikationswissenschaft 1949-1984: Ausgewählte Aufsätze zu Problemen, Begriffen, Perspektiven. Berlin: Spiess

Mettler-Meibom, Barbara (1990): Wie kommt es zur Zerstörung zwischenmenschlicher Kommunikation? Überlegungen über längerfristige Tendenzen und die Anwendung von Computern. In: Rammert, Werner (Hrsg.): Computerwelten – Alltagswelten. Wie verändert der Computer die soziale Wirklichkeit? Opladen: Westdeutscher Verlag 1990

Merten, Klaus (1980): Personale oder mediale Kommunikation? Soziale Auswirkungen neuer Medien. In: Bertelsmann Briefe II. Quartal 1980

Neverla, Irene (1998): Geschlechtsordnungen in der virtuellen Realität: Über Herrschaft, Identität und Körper im Netz. In: Neverla, Irene (Hrsg.): Das Netz-Medium. Seite: 137 – 153. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Reisch, Elisabeth (1997): Vernetzte Herzen. Chat, Flirt und Leidenschaft im Cyberspace. Düsseldorf, München: Econ

Tasche, Karl (1997): Das Internet – ein weiteres Unterhaltungsmedium? Medienpsychologische Aspekte computervermittelter Kommunikation. In: Beck, Klaus/ Vowe, Gerhard (Hrsg.): Computernetze – ein Medium öffentlicher Kommunikation? Seite 127 – 144. Berlin: Wiss.-Verl. Spiess

Turkle, Sherry (1998): Leben im Netz. Reinbeck: Rowohlt

Walther, Joseph (1996): Computer-Mediated Communication. In: Communication Research 1/1996, S. 3-43

Internet:

Döring, Nicola (1995): Isolation und Einsamkeit bei Netznutzern? Öffentliche Diskussion und empirische Daten.

ftp://ftp.uni-stuttgart.de/pub/doc/networks/misc/netz_und_einsamkeit

Döring, Nicola (1996): Führen Computernetze in die Vereinsamung? Öffentliche Diskussion und empirische Daten.

<http://psychologie.fernuni-hagen.de/SOZPSYCH/GD/Artikel/doer1.htm>

Kneer, Volker: Computernetze und Kommunikation

<http://www.uni-stuttgart.de/pub/doc/networks/misc/Computer-und-Kommunikation>

Zimmerl, Hans/ Panosch, Beate: Internetsucht.

<http://gin.uibk.ac.at/gin/sachthema/gin.cfm?nr=11269>

Anhang: Fragebogen

Intern

Datum:

Zeit:

Interviewer:

Block H

Einzelzimmer

männlich

Block K

Doppelzimmer

weiblich

Zimmernummer:

Anrede/Einleitung:

Hallo. Wir führen im Rahmen eines Seminars eine Befragung zur Freizeitgestaltung der Ilmenauer Studenten durch. Per Auslosung wurdest Du als einer der zu Befragenden ausgewählt. Können wir den Fragebogen mal zusammen durchgehen?

1. Demographische Daten

1.1 Wie alt bist Du?

Jahre

1.2 Wieviele Kilometer liegt Dein Heimatort ungefähr von Ilmenau entfernt?

km

1.3 Besitzt Du ein Auto oder Motorrad?

Ja

Nein

1.4 In welchem Studiengang bist Du immatrikuliert?

-

1.5 Im wievielten Hochschulsesemester studierst Du an der TU-Ilmenau?

Semester

1.6 Hast Du Zugang zu einem Telefonanschluß?

Ja

Nein

2. Freizeitgestaltung

2.1 Wie oft gehst Du durchschnittlich in Studentenclubs? (pro Woche)

2.2 Wie oft gehst Du durchschnittlich in Kneipen in der Stadt?

2.3 Wie oft gehst Du durchschnittlich in Cafés und/oder Eisdielen? (inklusive c-cafe)

2.4 Wie oft durchschnittlich ins Kino (auch Hochschulfilmclub)? (Monat)

2.5 Wann warst Du das letzte mal im Kino?

2.6 Welchen Film hast Du als letztes gesehen?

2.7 Wie oft gehst Du durchschnittlich zu anderen Veranstaltungen (Konzerte, Theater, Fußballspiele usw.). Ausgenommen Veranstaltungen der Studentenclubs. (Monat)

2.8 Treibst Du Sport?

Ja

Nein

2.9 Wieviele Stunden treibst Du durchschnittlich Sport? (Woche)

Stunden

2.10 Wie oft triffst Du Dich durchschnittlich in Deiner Freizeit mit Freunden und/oder Bekannten? (Woche)

2.11 Wie oft spielst Du durchschnittlich Gesellschaftsspiele (z.B. Schach, Siedler, Monopoly, etc.)? (Monat)

2.12 Wieviele private E-Mails schreibst Du durchschnittlich ? (Woche)

2.13 Wieviele private E-Mails empfängst Du durchschnittlich ? (Woche)

2.14 Wie oft pro Woche telefonierst Du mit Deiner Familie?

2.15 Wie lange dauert ein Gespräch ungefähr?

2.16 Wie oft pro Woche telefonierst Du durchschnittlich mit Freunden?

2.17 Wie lange dauert ein Gespräch ungefähr?

2.18 Wieviele private Briefe schreibst Du durchschnittlich im Monat? -

2.19 Wieviele private Briefe erhältst Du durchschnittlich im Monat? -

2.20 Wie lange fährst Du insgesamt im Jahr in Urlaub? (Tage)

2.21 Mit wem fährst Du in den Urlaub (Mehrfachnennung möglich)?

- Alleine Mit Freunden
 Mit dem Partner Mit der Familie

2.22 Wie oft fährst Du durchschnittlich nach Hause?

2.23 Wie oft fährst Du durchschnittlich in größere Städte in der Umgebung?

2.24 Aus welchen Gründen? (Warum? Bsp.: Nach Hause fahren, Einkaufen, Bummeln, Kino, etc.)

-

2.25 Wieviel Bücher liest Du durchschnittlich?

2.26 Welche Art von Büchern liest Du?

	sehr selten/nie					sehr häufig
	1	2	3	4	5	
Fachbücher	<input type="checkbox"/>					
Fotobände	<input type="checkbox"/>					
Romane	<input type="checkbox"/>					
Science Fiction / Phantasy	<input type="checkbox"/>					
Biographien	<input type="checkbox"/>					
Wirtschaft / Politik / Zeitgeschehen	<input type="checkbox"/>					
Klassische Literatur	<input type="checkbox"/>					
Gedichte	<input type="checkbox"/>					
Comics	<input type="checkbox"/>					
Krimis	<input type="checkbox"/>					
Sonstige:						

2.27 Bist Du Single? Ja Nein

3. Computernutzung

3.1 Hast Du einen Computer zur Verfügung? Ja Nein

3.2 Wie lange sitzt du durchschnittlich am Computer?

3.3 Hast Du ein RZ-Login? Ja Nein

3.4 Wieviel Stunden surfst Du durchschnittlich im Internet? -

3.5 Wieviele Stunden davon nutzt Du das Internet im RZ? -

[nur im H]

3.6 Hast Du einen FEM-Netz-Anschluß? Ja Nein

3.7 Wieviele Stunden nutzt Du durchschnittlich das Intranet des FEM-Netzes mit seinen Möglichkeiten? -

(Skala von 1=sehr selten/nie, 5=sehr oft/immer)

- Ich schaue Filme über das Fem-Net .
- Ich spiele Netzwerk-Spiele über das Fem-Net .
- Ich höre Musik über das Fem-Net.
- Ich gebe Daten auf meinem Rechner für andere Fem-Net-Nutzer frei.
- Ich chatte mit Leuten aus dem Fem-Net.
- Ich lerne Leute übers Fem-Net kennen.

3.7 Besitzt Du ein Modem? Ja Nein

3.8 Wenn ja, welchen Provider benutzt Du?

- Rechenzentrum
- AOL
- T-Online
- Compuserve
- Internet-by-call-Anbieter
- Sonstige:

4. Mediennutzung

4.1 Wieviel Zeit verbringst du täglich mit dem Lesen einer Tageszeitung?

4.2 Welche Tageszeitungen liest Du regelmäßig?

-
-
-

4.3 Welche davon hast Du abonniert?

4.4 Wieviel Zeit verbringst Du pro Woche mit dem Lesen von Zeitschriften?

4.5 Welche Zeitschriften liest Du regelmäßig?

-
-
-

4.6 Welche davon hast Du abonniert?

4.7 Besitzt Du einen Fernseher?

Ja

Nein

4.8 Welche Sendeformate schaust Du häufig?

Skala von 1 bis 5 (1= sehr selten/nie, 5= sehr oft/immer)

Spielfilme

Soaps

Serien

Reportagen

Dokumentationen

Politik-Sendungen/Sendungen zum Zeitgeschehen

Nachrichtensendungen

Talkshows

4.09 Wieviel Zeit verbringst Du durchschnittlich mit aufmerksamen fernsehen? -

4.10 Schaust Du überwiegend allein oder in Gesellschaft fern?

Allein

In Gesellschaft

5. Internetnutzung

5.1 Wieviele Stunden nutzt Du durchschnittlich irgendein Computer-Netz?

5.2 Wozu nutzt Du das Netz?

	sehr selten/nie		sehr oft/immer			kenne ich nicht
	1	2	3	4	5	
E-Mail	<input type="checkbox"/>					
www	<input type="checkbox"/>					
POP-Up	<input type="checkbox"/>					
Chatten	<input type="checkbox"/>					
ICQ	<input type="checkbox"/>					
FTP	<input type="checkbox"/>					
Newsgroup	<input type="checkbox"/>					
Downloads	<input type="checkbox"/>					
Infosuche/Recherche	<input type="checkbox"/>					
Sonstige:						

5.3 Nun speziell zum www. Welche Angebote nutzt Du dort?

	sehr selten/nie					sehr oft/immer	kenne ich nicht
	1	2	3	4	5		
Suchmaschinen/-kataloge	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>				
Nachrichten	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>				
Shopping	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>				
Online-Spiele	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>				
Diskussionsforen	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>				
Datenbanken/Archive	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>				
Sonstige:							

Fallbeispiele/Nutzertypen:

Skala von 1 bis 5 (1= trifft nicht zu, 5=trifft voll zu)

- Ich suche meine Sites im Internet über Suchmaschinen.
- Je mehr Zeit ich habe, desto mehr nutze ich ein Computer-Netz.
- Je mehr Zeit ich habe, desto mehr gehe ich im WWW auf Entdeckungsreise um neue Seiten zu entdecken.
- Ich gehe ins Internet, und such dabei regelmäßig bestimmte Seiten auf.
- Ich suche meine Sites im Internet über Links.
- Ich entdecke durch Links häufig neue Seiten im www, die mich meinem Ziel nicht näher bringen.
- Ich besuche meine Sites im Internet über Bookmarks.
- Ich gehe nur ins Internet, wenn ich bestimmte Informationen suche.
- Ich folge Links nur dann, wenn ich denke, daß sie mich meinem Ziel näher bringen. Tun sie das nicht, gehe ich wieder auf die vorige Seite.
- Ich benutze das Internet mich zu unterhalten (um viel Neues zu entdecken).
- Ich finde Werbebanner im Netz störend.
- Ich finde Werbebanner nicht störend, klicke sie aber kaum an.
- Ich finde Werbebanner nicht störend, sondern sogar anregend, um mich zu anderen Sites zu führen.
- Ich suche meine Sites im Internet über URLs.