

**Hefte zur Bildungs- und Hochschulforschung**

---

**Beate Burkhardt / Peggy Förster / Judith Stuckert**

**Befragung von Studierenden  
im Internet**

**Ein methodisch-praktischer Versuch zum  
internationalen Vergleich**

---

**Universität Konstanz: Arbeitsgruppe Hochschulforschung**



Beate Burkhardt / Peggy Förster / Judith Stuckert

## **Befragung von Studierenden im Internet**

Ein methodisch-praktischer Versuch zum internationalen Vergleich

Hefte zur Bildungs- und Hochschulforschung (26)

Arbeitsgruppe Hochschulforschung  
Universität Konstanz, Januar 1999



## **Vorwort**

Allenthalben wird geklagt, Studierenden sei die Experimentierlust verloren gegangen, sie würden sich kaum auf Neues einlassen, zumal wenn es mit erheblichem zeitlichen Aufwand und einigem Risiko verbunden ist. Als Beleg, daß derartige Verallgemeinerungen nicht durchweg zutreffen, kann die Hausarbeit von Beate Burkhardt, Peggy Foerster und Judith Stuckert über „Befragungen von Studierenden im Internet“ dienen.

Mit großer Hartnäckigkeit haben sie sich daran gemacht, das neue Medium für eine Befragung zu nutzen und zu testen. Ein solches „Pilot-Projekt“ schien insbesondere für Absichten des internationalen Vergleichs attraktiv. Allerdings sind damit manche Hürden und Probleme verbunden, aber auch neuartige Chancen und Wege eröffnen sich. Sie sind in der vorliegenden Arbeit gewissenhaft dokumentiert.

Über die mögliche Kritik an einzelnen Partien des Textes oder des verwendeten Fragebogens hinaus kann die Arbeit insgesamt als ein aufschlußreicher Ergebnisbericht gelesen oder als Einführung in Befragungen über das Internet, auch in dessen technische Möglichkeiten und Verfahren, genutzt werden. Deshalb erscheint es gerechtfertigt, den Bericht in der Reihe der Hefte zur Bildungs- und Hochschulforschung für Interessierte zugänglich zu machen, obwohl wir, vor allem angesichts des „Rücklaufs“, unter uns dieses Vorhaben als einen „erfolgreichen Mißerfolg“ klassifiziert haben - manchen Expeditionen ins Neuland ist es ähnlich ergangen.

Nach diesem Einstieg in die Welt der „neuen Medien“ sind wir an weiteren Anregungen zur Nutzung des Internets in der empirischen Sozialforschung sehr interessiert und neugierig auf Hinweise und Vorschläge.

Tino Bargel

## Inhalt

	Seite
<b>1 Einleitung</b> .....	1
<b>2 Vorhaben</b> .....	1
<b>3 Internet als Erhebungsmethode</b> .....	2
3.1 Plazierung.....	3
3.1.1 Technische Möglichkeiten der Plazierung im WWW.....	3
3.1.2 Postdauer des Fragebogens .....	4
3.1.3 Technische Probleme .....	5
3.2 Zugang .....	5
3.3 Auswertung .....	6
<b>4 Fragebogen im Internet</b> .....	7
4.1 Inhalt .....	8
4.1.1 Hypothesenbildung.....	8
4.1.2 Flow-Kriterien.....	9
4.1.3 Fragebogengliederung, Hypothesen und Itemtabellen.....	10
4.1.4 Allgemeine Probleme mit dem Fragebogen.....	11
4.2 Layout .....	12
<b>5 Organogramm</b> .....	13
5.1 Vorbereitungsphase.....	14
5.2 Praktische Phase.....	15
<b>6 Befunde und Auswertung</b> .....	16
6.1 Rücklaufcheck.....	16
6.2 Überprüfung der Hypothesen.....	16
6.3 Schwierigkeiten.....	18
<b>7 Erfahrungen und Ausblick</b> .....	19
<b>Literaturangaben</b> .....	21
<b>Anhang A-D</b> .....	23
A: Deckblatt Survey of Internet-Use during the University Study .....	25
B: Fragebogen im Positivlayout.....	26
C: Fragebogen im Negativlayout .....	29
D: Gültige Fragebogenantworten.....	33
Hefte zur Bildungs- und Hochschulforschung .....	39

## 1 Einleitung

Im Rahmen unseres Projektseminars „Internationaler Vergleich am Beispiel der Hochschulforschung“ sollten anhand einer quantitativ-qualitativen Erhebung, in Form eines Fragebogens, Daten über studierende Internetnutzer gesammelt werden. Dabei ergab sich die Möglichkeit, die Methoden der Arbeits- und Herangehensweise in der international vergleichenden Forschung zu erlernen. Unsere Untersuchung wird sich speziell mit dem Internet als Untersuchungsgegenstand und Erhebungsinstrument befassen.

Das Internet ist ein in den letzten zwanzig Jahren neu entstandenes Medium und bietet vielfältige Möglichkeiten für Kommunikation, Wissenszugang, Wissensspeicherung und Wissenstransfer. Ursprünglich aus dem militärischen Sektor kommend und als geheimes Kommunikationsmittel dienend, entwickelte es sich zu einem weltweit genutzten, zukunftsorientierten Träger informations- und wissensbezogener Produkte. Als solches ist für uns die grenzenlose Internationalität für die geplante vergleichende Studie besonders ausschlaggebend.

Unser Vorhaben kann als Pilotstudie sowohl für das Fach Soziologie als auch für die empirische Hochschulforschung an der Universität Konstanz gelten. Dabei sehen wir die Neuartigkeit der Arbeitsweise und das selbständige Organisieren dieser Studie als Herausforderung innerhalb unseres Studiums an.

Die vorliegende Arbeit ist das Ergebnis einer über zwei Semester laufenden Untersuchung. Ihre Gliederung orientiert sich im allgemeinen an einem zeitlichen Ablaufplan, der unsere Arbeits- und Herangehensweise realistisch reflektiert. So wird im zweiten Kapitel unser Vorhaben detailliert geschildert, und der darauf folgende Abschnitt beschäftigt sich mit den Problemen des Internets als Erhebungsmethode, welche Platzierung, Zugang und Auswertung der Studie beinhalten. Gliederungspunkt vier stellt unseren Hauptarbeitsgegenstand, den standardisierten Fragebogen, in den Mittelpunkt, wobei Kriterien wie zum Beispiel *Layout* und *Flow* behandelt werden. Unser genau ausgearbeiteter zeitlicher Ablaufplan wird in einem Organogramm unter Punkt fünf zusammengefaßt. Im Anschluß daran erfolgt eine Reflexion über das erhobene Datenmaterial und die Resonanz von Seiten der Probanden. In den letzten beiden Kapiteln werden wir unsere Arbeit kritisch resümieren, einen persönlichen Erfahrungsbericht geben und daraus resultierend Vorschläge und einen Ausblick für weitere Studien im Internet entwerfen.

## 2 Vorhaben

Im Mittelpunkt unserer Studie steht das relativ neue Medium Internet. Vor allem die Aspekte der Nutzung des Internets von Studierenden und dessen Anwendung im Studium sollen untersucht werden. Wir beschäftigen uns mit Fragen des technischen und individuell-wissenschaftlichen Know-hows und mit den Inhalten des Internets selbst. Verbunden werden diese Gesichtspunkte mit einem wichtigen Untersuchungsgegenstand der Hochschulforschung, dem Studium. Weniger wichtig sollen dabei andere Internetnutzer, wie Arbeitende oder Lehrende, sein.

Für unsere Studie haben wir zunächst zwei Länder ausgewählt, Deutschland und die Tschechische Republik, da aufgrund persönlicher Erfahrung die Nutzungsweise des Internets unterschiedlich gewichtet ist. Zum einen erschien es uns interessant herauszufinden, wie Studierende eines Landes aus dem ehemaligen Ostblock mit dieser neuen technischen Entwicklung umgehen. Zum anderen ist es für die Hochschulforschung aufschlußreich zu vergleichen, wie die zukünftige Elite von Wissenschaft und Wirtschaft in verschiedenen Ländern dem neuen Medium gegenübersteht.

Nach weiteren Überlegungen sind wir jedoch zu der Erkenntnis gekommen, daß aufgrund der Erhebungsweise im Internet per se keine Länderbeschränkungen existieren können. Damit erreicht die Erhebung offenes, internationales Niveau. Das bedeutet allerdings für uns einen Arbeitsmehraufwand, da der Fragebogen in Tschechisch und Deutsch als auch in Englisch übersetzt werden soll. Es bleibt die Vermutung, daß der in der Muttersprache abgefaßte Fragebogen eher Anklang findet als der in der Weltsprache Englisch verfaßte. So werden wir trotzdem den Hauptschwerpunkt des internationalen Vergleichs auf die ursprünglich festgelegten Länder Deutschland und Tschechische Republik belassen.

Die Arbeitsweise, die mit der Durchführung des Projektes impliziert ist, wird uns mit dem Gegenstand unserer Untersuchung selbst besser vertraut machen. Das Vermittlungsmedium Internet hält durch seine Neuartigkeit und seine Omnipräsenz in der heutigen Zeit interessante Herausforderungen bereit. So steht das Internet als Kommunikationsmedium im Mittelpunkt unserer Arbeiten, mit dessen Hilfe wir dann auch die Untersuchung durchführen werden. In diesem Sinne ist unser Vorhaben in mehrfacher Hinsicht als Pilotprojekt bedeutend.

### **3 Internet als Erhebungsmethode**

Da bereits sehr früh feststand, daß sich der Inhalt unseres Fragebogens mit dem Internet beschäftigen wird - im Hinblick auf international vergleichende Differenzen im Nutzerverhalten - kamen wir überein, die Erhebung selbst auch im Internet durchzuführen. Hierbei bieten sich durch die implizierten technischen Gegebenheiten mehrere Vorteile. Die Anzahl der Probanden erreicht ein Maximum unter dem Aspekt der Internetnutzung, aufgrund des Mediums an sich, und eine relativ große Anzahl, wenn eine Synthese von Studium und Internet erfolgt. Freiwilligkeit und Anonymität dieser Art der standardisierten Befragung können durch technische Voraussetzungen gewährleistet werden. Der größte Vorteil liegt jedoch in der Weiterverarbeitung der Daten. Diese liegen bereits in computerlesbarer Form vor und die Eingabefehler reduzieren sich deutlich gegenüber der weitaus aufwendigeren und zudem fehleranfälligen manuellen Dateneingabe. Ein mögliches Auswertungsverfahren ist ein auf SAS basierendes Datenverarbeitungsprogramm. Nachteile ergeben sich durch das geforderte technische Know-how und dem Zustand der beidseitigen Proband- und Intervieweranonymität; es besteht nämlich keine Rückfragemöglichkeit. Weil diese Vorteile die Nachteile überwiegen, haben wir uns auf das Internet als Erhebungsmethode eingelassen.



## 3.1 Platzierung

### 3.1.1 Technische Möglichkeiten der Platzierung im WWW

Bei der Platzierung im Internet stehen wir vor der Wahl, welcher technische Service für unseren Fragebogen am besten geeignet ist. Das Internet hält dabei mehrere Varianten bereit. Zum einen eröffnet sich die Möglichkeit, über elektronische Postzustellung den Datenerhebungsbogen zuzusenden. Diese sogenannte *eMail-Versendung* hat den Vorteil, daß alle eMail-Adressenbesitzer eines Servers mit dieser „Wurfsendung“ direkt konfrontiert werden. Dabei wäre der Eingang unserer Datenerhebung bei den Probanden sichergestellt. Außerdem könnten wir durch diese Art der Verteilung unsere Zielgruppe besser selektieren. Das heißt, um ein praktisches Beispiel zu nennen, wir könnten eine Postwurfsendung an alle Soziologiestudierenden der Universität Konstanz initiieren oder alle Jura-Studierende an der Prager Universität auf diese Weise ansprechen - den Besitz einer eMail-Adresse vorausgesetzt. Die technischen Möglichkeiten, über den Systemadministrator, der unseren Fragebogen im jeweiligen Fachgruppenbereich plazieren könnte, wären jedenfalls gegeben. Diskussionen innerhalb unserer Arbeitsgruppe ergaben jedoch, daß eine Verschickung über die Serienbrieffunktion des eMail-Programms einige Schwierigkeiten mit sich bringt: Die Akzeptanz bei den eMail-Adressen-Inhabern wäre, wenn eine Überschwemmung von Umfragewurfsendungen stattfände, einerseits extrem gering und andererseits würde dies gegen die allgemein gültige Netiquette<sup>1</sup> verstoßen. Aus diesem Grund entschieden wir uns gegen eine elektronische Briefwurfsendung an unsere Zielgruppe.

Zum anderen kann man auf die Möglichkeit zurückgreifen, die Umfragen in sogenannten *Newsgroups* zu veröffentlichen.

„Die Netnews sind die „Nachrichten“ im Internet (...) in der Teilnehmer selbst Beiträge schreiben (posten), lesen und öffentlich oder privat kommentieren können. [...] Das Themenspektrum der Beiträge besteht häufig aus Hilfen, wobei sich jedoch erste Anzeichen herauskristallisieren, daß die Art der Beiträge in Abhängigkeit der Nutzungsintensität variiert. Neben derartigen Beiträgen können in den Netnews-Gruppen auch Fragebögen veröffentlicht werden, die Rücksendung erfolgt per eMail.“<sup>2</sup>

Die Erfahrung anderer Verfasser von Umfragen im Internet zeigt aber, daß eine Fragebogenverschickung stark selektiv erfolgen muß, „d.h. nur auf die Gruppen, bei denen ein eindeutiger inhaltlicher Zusammenhang zum Umfragethema besteht [...]“<sup>3</sup> Auch hier gilt die Netiquette, gegen die bei einer Massenversendung verstoßen würde. Dementsprechend entschlossen wir uns gegen eine Umfrageveröffentlichung in *Newsgroups*.

Die letzte Möglichkeit, die das Internet als Service bereithält, ist eine Veröffentlichung im *World Wide Web*, kurz WWW. Das WWW ist ein von verschiedenen Anbietern ge-

---

<sup>1</sup> Umgangsregel im Internet

<sup>2</sup> Batinic/Bosnjak (1997), S. 224 [Auslassung von uns]

<sup>3</sup> ebd.

tragenes Rechnernetz, das die unterschiedlichen Informationen über die Programmiersprache HTML verbindet. So werden zum Beispiel Werbung, Einkaufsmöglichkeiten, Archivrecherchen und andere Arten von Informationen im WWW angeboten.

Auch wir haben uns für die Veröffentlichung unseres Fragebogens im WWW entschieden. Verschiedene Vorteile haben uns letztendlich dazu bewogen. So besteht beispielsweise die Gelegenheit, ein *Local*<sup>4</sup> für unseren Fragebogen zu wählen, und die Internetnutzer können über verschiedene Zugangsvarianten dorthin gelangen. Auf dem Server der Universität Konstanz bietet es sich für uns Studierende an, ein kostenfreies *Local* im Internet zu *posten*. Erleichternde Hilfestellung bieten dabei auch sogenannte Suchmaschinen<sup>5</sup>, in denen der *User* unter einem bestimmten Suchbegriff unterschiedliche Adressen für sein angegebenes Themengebiet herausfinden kann.

Für uns als Projektseminargruppe kommt aus Kostengründen ein kommerzieller Anbieter für Werbung oder andere Arten von Informationen nicht in Betracht. Außerdem könnte über eine Streu-eMail-Funktion zusätzlich unsere favorisierte Zielgruppe in Konstanz und Prag auf unseren Fragebogen aufmerksam gemacht werden. Diese Art von Benachrichtigung verstößt unserer Meinung nach nicht wie die Verschickung von eMails mit Anhang gegen die Netiquette. *User* im übrigen Ausland können sich über die Suchmaschinen in unser *Local* einchecken.

Als Nachteil erweist sich der doppelte Aufwand bezüglich des Fragebogens: Neben dem Positivfragebogen, so wie er im Internet erscheint, muß ein Negativfragebogen im HTML-Format erstellt werden. Dieser Arbeitsmehraufwand kostete uns einige Zeit innerhalb unseres Projektes.

Abschließend läßt sich über unsere Methode der Versendung sagen, daß die optimale Variante eine Kombination aus dem *Posten im WWW* und der Serienbrieffunktion mit Hinweis auf das *Local* über eMail ist.

### 3.1.2 Postdauer des Fragebogens

Aufgrund der Erfahrung anderer Verfasser von Fragebögen im Internet, läßt sich sagen, daß der Rücklauf bei einem *Local* im WWW allgemein und im Besonderen ohne zusätzliche Werbefunktion relativ gering ist. Dies läßt sich zum einen darauf zurückführen, daß in den letzten Jahren ein Anstieg von Informationen - explizit an Fragebögen - eingesetzt hat, sich somit die Übersichtlichkeit und demnach die Chance eines Eincheckens von *Usern* verringert. Zum anderen gilt, daß noch bei weitem nicht jede Person das Kommunikationsmedium Internet nutzt<sup>6</sup>. Daher ist es fast zwingend, daß der Frage-

---

<sup>4</sup> Ablageort

<sup>5</sup> wie beispielsweise Altavista, Lycos, Dino, Fireball oder Yahoo

<sup>6</sup> „In Schweden verfügen bereits 12% der Arbeitnehmer über eine Zugangsmöglichkeit zum Internet über ihre Arbeitsstätte. In den USA sind es immerhin 9% und in GB immerhin noch 6%. Deutschland bildet mit 4% beruflichen und nur 2% privaten Zugängen zum Internet das Schlußlicht. (IRIS Institut, 1996).“ In den Ostblockstaaten läßt sich eine noch geringere Beteiligung vermuten.

bogen über einen relativ langen Zeitraum im WWW liegt. Wir haben uns für eine Zeitdauer von circa einem Monat entschlossen. Im Laufe der Forschungsarbeit vergrößerte sich dieser Zeitraum, aufgrund weiter unten genannter Aspekte.

### 3.1.3 Technische Probleme

An dieser Stelle wollen wir noch einmal detaillierter auf die Probleme eingehen, die wir bezüglich der technischen Umsetzung hatten.

Wir mußten Schritt für Schritt vorgehen: In der Kürze der Zeit hatten wir keine Gelegenheit zu einer umfassenden Aneignung der Programmiersprache HTML. So gingen wir nach dem Motto *learning by doing* vor. Dabei bietet sich die Möglichkeit an, bei jeder Art von Internetveröffentlichung über die Befehle *View* und *Source File* die Negativseite, d.h. das eigentliche Programmierdokument, zu betrachten.

Die größte Schwierigkeit lag jedoch nicht im Text, der unverschlüsselt in die Vorlage übernommen werden konnte, sondern in der Gestaltung des Positivlayouts, das im Negativ über HTML-Befehle festgelegt werden mußte. Im Anhang befindet sich das vollständige Positiv- und Negativlayout des deutschen Fragebogens, aus denen die Problematiken bei der Gestaltung hervorgehen (vgl. Anhang B und C).

Eine große Hilfe bei der Eingabe unseres Fragebogens waren - außer dem Betrachten bereits bestehender Umfragen - auch sämtliche Hinweise zur Programmierung von Internetseiten, die auf einem Link der Homepage der Konstanzer Universität zu finden sind<sup>7</sup>.

Auch hier verweisen wir nochmals auf den Anhang, der die dargestellten Schwierigkeiten mit dem Negativlayout verdeutlicht.

## 3.2 Zugang

Für die potentiellen Probanden bieten sich mehrere Zugangswege zu unserem Fragebogen. Die erste Variante ist der direkte Zugriff auf den Server der Universität Konstanz, wo der Fragebogen *gepostet* ist. Die *User* können hier per Zufall oder per manueller Werbung, in Form von Handzetteln, die im universitären Bereich erfolgt und nicht über das Internet, auf unsere Adresse stoßen. Die Werbung im Internet ist allerdings die wichtigste und erfolgsversprechendste Methode für Probandenfishing. Bei dieser Methode wird eine kurze Notiz, in der Schlagwörter, Kurzbeschreibung und *URL*<sup>8</sup> angegeben werden müssen, bei verschiedenen Anbietern von Suchmaschinen veröffentlicht. In Erwägung zogen wir auch *Newsgroups* oder *Homepages* als Verweisträger.

---

<sup>7</sup> zu finden unter: <http://www.uni-konstanz.de/org/provider/provider.html>

<sup>8</sup> Internetadresse der eigenen *Homepage*: Uniform Resource Locators

Die tschechischen Mitstudierenden können einen anderen, direkteren Zugangsweg wählen, die zweite Variante. Wenn ein Hinweis auf unseren Fragebogen in einer *Homepage* oder einer anderen Anbringungsmöglichkeit über den Administrator an der Universität Prag platziert wird, kann dieser mit einem *Link*<sup>9</sup> verbunden werden. Das bietet den Vorteil, daß die tschechischen *User* unsere Adresse nicht erneut in den Suchmechanismus eingeben müssen, sondern sie können durch einen simplen Mausklick auf unseren in Konstanz liegenden Survey sofort zurückgreifen. Unser Deckblatt ist derart gestaltet (siehe Kapitel 4 bzw. Anhang A), daß die verschiedensprachigen *User* durch drei Links den Fragebogen in der von ihnen favorisierten Sprache auswählen können.

Erste Schwierigkeiten kamen bereits durch die Auswahl von Werbeanbietern zustande. So sind zum Beispiel eine große Anzahl dieser Dienste kostenpflichtig. Da in unserem Projekt aber kein Budget zur Verfügung steht, fallen diese Dienste aus unserer Auswahl heraus. Ein weiteres Hindernis ist zum einen die Vielzahl der Anbieter. Unsere Auswahlkriterien richten sich eigentlich nach der Zielgruppe, also den Studierenden, allerdings steht uns auch hier wieder die große Offenheit der Datenautobahn gegenüber, die es grundsätzlich jedem *User* ermöglicht, auf alle Adressen zurückzugreifen. Zum anderen ist es nicht möglich, auf jeder gewünschten Seite unseren Fragebogen zu veröffentlichen. Es muß die Genehmigung des jeweiligen Verantwortlichen, z.B. bei *Newsgroups*, eingeholt werden, um den Survey wunschgemäß zu posten. Nach einem ersten Vorschlag zogen wir eine Werbestreumail an eine geringe, zufällige Auswahl von Studierenden in Erwägung. Wir entschieden uns jedoch, den Fragebogen für eine Testdauer von einem Monat auf dem Server zu lassen und dann, je nach Rücklaufbefunden zu entscheiden, ob der Einsatz der Serienbrieffunktion sinnvoll ist.

Ob und wieviele *User* Zugriff zu unserem Survey erlangt haben, läßt sich zum einen durch eine anonyme Zählmaschine, die lediglich die Anzahl der Zugreifer festhält, oder zum anderen über sogenannte *Cookies*, über die technische Daten der Benutzerstation des *Useres* zurückverfolgt werden können, feststellen.

Insgesamt gesehen hoffen wir, daß unter der Vielzahl der Adressen dennoch eine mehr oder weniger hohe Anzahl von Probanden durch die genannten Werbeaktionen angesprochen werden. Der Zugang selbst ist aufgrund der genau definierten Möglichkeiten im Internet für den Nutzer recht einfach. Einzig unsere Präsentation der festgelegten Adresse in Quantität und Qualität ist entscheidend für die Motivierung der potentiellen Befragten zum Mitmachen.

### 3.3 Auswertung

In der Auswertung unseres Fragebogens lassen sich erneut mehrere Möglichkeiten ausmachen. Der einfachste und von uns im Verlauf unserer Arbeit favorisierte Weg besteht darin, ein Auffangbecken für alle Rückläufe zu schaffen. Praktischerweise läuft dies auch über die Datenautobahn und nicht über den normalen Postweg. Entweder wird eine

---

<sup>9</sup> Verbindung zwischen Web-Seiten: *Link* setzen

neue Datei für die Rückläufe erstellt, oder ein normaler elektronischer Briefkasten, eine eMail-Adresse, wird der Sammelstelle zur Verfügung gestellt. Die Antworten können im ersten Fall direkt mittels eines SAS-Programmes ausgewertet werden, eine manuelle Auswertung wäre in beiden Fällen möglich. Die Datenaufarbeitung über ein spezielles Programm erfordert allerdings eine Überprogrammierung des in HTML erstellten Surveys in einer neuen Programmiersprache. Zur Verfügung stehen hierbei SQL oder PEARL. Nach Erkundigung bei Spezialisten sind diese Sprachen für eine ad hoc-Untersuchung, so wie wir sie durchführen, zu kompliziert. Wir müßten hier, anders als bei HTML, die Struktur und Anwendungsweise der Sprache von Grund auf lernen, was einen längeren Zeitrahmen beanspruchen würde. Unsere begrenzte Zeitdauer erlaubt es uns also nicht, diesen Weg zu gehen. Außerdem bieten sich solche Programmiersprachen insbesondere für sehr hohe Rücklaufbefunde an, da die manuelle Auswertung Fehler einschließt und zeitintensiver ist. In bezug auf den Rücklauf prognostizieren wir allerdings eine relativ geringe Anzahl, so daß der Aufwand für eine SQL- oder PEARL-Programmierung in keiner Relation zu der erwarteten Resonanz stehen würde. Somit entschieden wir uns für die manuelle Auswertung per eMail.

Das gewählte Vorgehen bedeutet, daß alle Fragebogenantworten in unserem elektronischen Briefkasten landen. Wir werten dann direkt vom Bildschirm weg in ein manuelles Skript aus. Das Rechenzentrum der Universität Konstanz hat uns hierfür eine „Gast“-eMail auf dem Server im Bereich der Arbeitsgruppe Hochschulforschung zur Verfügung gestellt. In unserem Fragebogen läßt sich durch eine einfache Programmierleistung eine Art *Link* für den ausgefüllten Fragebogen zu unserem eMail-Postkasten herstellen. Der Button „Fragebogen senden“ macht es dem *User* leicht, die ausgefüllte Umfrage per einfachem *Click* am Ende des Fragebogens abzuschicken. Wir räumen außerdem bereits im Einleitungstext die Möglichkeit ein, Anmerkungen und Kommentare jeglicher Art bezüglich des Fragebogens an diese Adresse zu senden.

In der HTML-Programmierung wurde jede Antwortkategorie mit einem eigenen Kürzel versehen. Diese Kürzel können wir in Verbindung mit den Variablen oder Items bringen, und so eine Erleichterung der Auswertung herbeiführen. Die drei verschiedenen Teile im Fragebogen spiegeln bereits die Hypothesengliederung in Variablen wieder. Dieser theoretische Teil der Auswertung mit Hypothesenhintergrund wird ausführlicher in den Kapiteln 4 bzw. 6 dargestellt.

#### **4 Fragebogen im Internet**

Es ist wichtig, auf Fragen der Gestaltung, der Ausführung und auf die Ausgangsfragen der Umfrage einzugehen. An diesem Arbeitspunkt sollen eben genannte Kriterien genauer beschrieben werden.

Doch zuvor gehen wir noch einmal auf die konkreten Probleme ein, die eine Veröffentlichung des Fragebogens im Internet mit sich bringt. Als Nachteil bei der Ausführung kann gelten, daß keine visuelle Überprüfbarkeit der Probanden nach ihrer Reaktion stattfindet. Auch die Seriosität einer Umfrage im Internet ist teilweise anzuzweifeln, da

das Internet als solches häufig als „Spielinstrument“ denn als wissenschaftlicher Informationsspeicher angesehen wird. Außerdem besteht bei den meisten Erhebungen aufgrund der Anonymität nicht die Möglichkeit, Rückfragen zu stellen.

Für den „Interviewer“ entsteht das Problem, daß er sich erst das nötige Wissen aneignen muß - genauer und bezogen auf unsere Arbeit sind wir darauf bereits in Kapitel 3 eingegangen.

## **4.1 Inhalt**

In diesem Teil der Arbeit soll der Fragebogen im allgemeinen und speziell im Internet, die Hypothesen, auf denen unser Fragebogen basiert und die Abdeckung der Hypothesen durch die entsprechenden Fragen vorgestellt und erläutert, das heißt, die Operationalisierungskriterien festgelegt werden. Zudem sollen die Reihenfolge bzw. die Anordnung der Fragen, also die sogenannten *Flow*-Kriterien, unserer Arbeit dargestellt werden.

### **4.1.1 Hypothesenbildung**

Im Rahmen unserer Arbeit haben wir drei Hypothesen entwickelt, die in Bezug zu den Fragen im Fragebogen stehen. Unsere Vorgehensweise dabei war, daß wir uns zunächst im Groben über die Thematik klar wurden. Das heißt, wir formulierten im Vorhinein die Fragen, steckten somit einen vorläufigen Rahmen ab und bildeten im Nachhinein den hypothetischen Background.

Abgesehen von den obligatorischen soziodemographischen Fragen, wie die nach Alter, Geschlecht usw., ließen sich drei Hypothesen konstruieren, die im folgenden näher erläutert werden. Eingebettet sind diese Hypothesen in Theorien zur „Modernisierung“ von Gesellschaften, vor allem auch: Bezug auf die Transformation ehemals sozialistischer Gesellschaften (vgl. Zapf 1996). Da unsere Arbeit auf Gruppenarbeit basiert, legten wir fest, daß jeder von uns eine Hypothese entwerfen sollte. So kam es auch, daß zwei entgegengesetzte Hypothesen aufgeführt werden.

#### **Erste Hypothese: Modernisierung I**

Ausgangspunkt für diese These ist die Annahme, daß die Zugänge zu den Universitäten in der Bundesrepublik Deutschland und der Tschechischen Republik ähnlichen sozialen Mustern folgen. Dementsprechend erfolgt auch die Selektion der Studierenden für den Zugang in beiden Ländern gleichermaßen. Daraus läßt sich schließen, daß bei ihnen auch keine Unterschiede in der Internetnutzung und -beurteilung zu finden sein werden. Die Hypothese läßt sich aus diesem Grund also folgendermaßen formulieren:

Es existieren im internationalen Vergleich in bezug auf die Internetnutzung durch Studierende keine Unterschiede zwischen der Tschechischen Republik und der Bundesrepublik Deutschland.

### **Zweite Hypothese: Modernisierung II**

Aufgrund geschichtlicher Vorkommnisse, wie die über vierzig Jahre währende Herrschaft des Sozialismus in der Tschechischen Republik und dem damit verbundenen Rückstand im Bereich neuer Medien im Computerbereich, ist der Modernisierungsprozeß in diesem Land weniger weit fortgeschritten als in Deutschland in der gleichen Zeit. Die politischen und ökonomischen Gegebenheiten in Deutschland ließen die technischen Entwicklungen auf fruchtbarerem Boden in Relation zur Tschechischen Republik gedeihen. Daraus läßt sich folgende Hypothese ableiten:

Da in der Tschechischen Republik der Modernisierungsprozeß nicht so fortgeschritten ist wie in Deutschland, haben weniger Studierende Zugang zum Internet.

### **Dritte Hypothese: Modernisierung III**

Auch hier erfolgt eine Unterscheidung in der Benutzung des Internets zwischen beiden Ländern, gemäß der Theorie der Modernisierung, die das technische Know-how in den Vordergrund stellt. Demnach spielt es keine Rolle, welche Nationalität zum Vergleich herangezogen wird. Die Universitäten sind in allen Ländern des Vergleichs Bildungsinstitute, die über adäquate Mittel verfügen, um sowohl Software als auch Hardware bereitzustellen. Vor allem technische und naturwissenschaftliche Studiengänge beschäftigen sich mit den elektronischen Möglichkeiten für Wissensverarbeitung und -speicherung im Gegensatz zu anderen Studiengängen, beispielsweise geisteswissenschaftliche Disziplinen. Zudem ist in diesen Fächern das Interesse und die Verwendungsmöglichkeit computerunterstützter Hilfsmittel für den Inhalt des Studiums besonders relevant. Das führt dazu, daß die Motivation zur Nutzung des Internets in den beschriebenen Studiengängen recht hoch ist. Aus diesen Gründen kommen wir zu folgender Hypothese:

Absolventen technischer und naturwissenschaftlicher Studiengänge finden eher Zugang zum Internet als Absolventen anderer Studiengänge, und zwar in Deutschland wie in der Tschechischen Republik.

#### **4.1.2 Flow-Kriterien**

Um die Reihenfolge der Fragen im Fragebogen festzulegen, wurden die Fragen in drei Hauptblöcke eingeteilt. Teil A „Zugang und Nutzung“ enthält die meisten Fragen; diese stellten wir an den Anfang, da sie die Aufgabe haben, Interesse zu wecken und zu moti-

vieren. Der zweite Block des Fragebogens Teil B „Internet und Studium“ verknüpft das Medium Internet mit dem Studium. Die hier aufgenommenen zwei offenen Fragen lassen dem *User* Raum für eigene Gedanken und sollen sein Mitteilungsbedürfnis bezüglich des Themas befriedigen. Teil C „Studiensituation“ deckt die persönlichen Hintergrundfaktoren ab, die für die Hypothesen relevant sind. So läßt sich zum Beispiel herausfinden, in welchem Land der *User* Zugang zum Internet respektive zu unserem Fragebogen hat. Innerhalb der einzelnen Blöcke ist die Fragenreihenfolge zufällig gewählt, d.h. sie unterliegt keinem gegliedertem Aufbau.

### 4.1.3 Fragebogengliederung, Hypothesen und Itemtabellen

Im folgenden gilt es festzulegen, welche Fragen im Fragebogen den drei Hypothesen zugeordnet werden. Die drei Hypothesen der Arbeit lassen sich allgemein mit den Abkürzungen *Modernisierung I* (gleicher Entwicklungsstand), *Modernisierung II* (unterschiedliche Entwicklung) und *Modernisierung III* (Fachunterschiede) umschreiben. Allgemein läßt sich sagen, daß die Fragen aus Teil A und B des Fragebogens für die Hypothese *Modernisierung III* erst dann relevant sind, wenn die allgemeinen Fragen zum Studiengang in Teil C herangezogen werden. Außerdem ist hier darauf zu verweisen, daß eine Frage auch für die Prüfung mehrerer Hypothesen herangezogen werden kann.

An dieser Stelle sollen nun beispielgebend vier Fragen behandelt, den Hypothesen zugeordnet und die dazugehörigen Items erstellt werden:

	Frage	Hypothese	Items
3.	Zu welchem Zweck nutzt du das Internet?	Modernisierung I (kein Unterschied zwischen Tschechischer Republik und Bundesrepublik Deutschland)	- für das Studium: 3 - für berufliche Zwecke: 2 - für private Zwecke: 1
9.	Wie hast du deine Kenntnisse über das Internet erworben?	Modernisierung I	- Selbststudium: 1 - Einweisung durch Dritte: 2 - an der Schule: 3 - an der Universität: 4 - sonstiges: 5
11.	Wie schätzt du den Nutzen des Internets für das Studium im Allgemeinen ein?	Modernisierung III (technische und naturwissenschaftliche Studiengänge finden eher Zugang als andere)	- sehr gut: 5 bis - sehr schlecht: 1
2.	Wie lange beschäftigst du dich schon mit dem Internet?	Modernisierung II (weniger tschechische Studierende haben Zugang als in Deutschland)	- 1 Monat: 1 - ab 24 Monate: 5

Eine Verifizierung der ersten Hypothese findet sich, wenn sich durchschnittlich für alle Fragen, die sich auf die Hypothese beziehen, die gleichen Ziffern finden lassen, wenn also Fragebogen aus der Tschechischen Republik etwa gleich beantwortet und gepunktet sind wie Fragebogen aus der Bundesrepublik Deutschland.



Die zweite Hypothese verifiziert sich hingegen, wenn sich zeigt, daß in der Tschechischen Republik weniger Studierende Zugang zum Internet haben als in der Bundesrepublik Deutschland. Zum einen läßt sich das an der Gesamtanzahl der ausgefüllten Fragebogen messen, die dann im Ländervergleich einen Überschuß an deutschen Antworten ergeben. Zum anderen ist die Hypothese vor allem dann bestätigt, wenn sich die tschechischen Probanden weniger intensiv mit Fragen des Internets befassen als deutsche Probanden; d.h. es müßte sich durchschnittlich eine geringere Punktzahl bei den tschechischen als bei den deutschen Studierenden ergeben.

Bei der dritten Hypothese werden technisch-naturwissenschaftliche Studienfächer als Internet-näher gegenüber andern im Vergleich favorisiert. Das bedeutet, wenn innerhalb aller Umfragen die Studierenden von technischen und naturwissenschaftlichen Studiengängen insgesamt eine höhere Punktzahl erreichen als Studierende anderer Studiengänge, kann von einer Bestätigung der These gesprochen werden. Zusätzlich kann hier noch ein Vergleich zwischen Deutschland und der Tschechischen Republik erfolgen, der ermitteln soll, ob sich die Hypothese in beiden Ländern bestätigt.

Von einer genauen Ausarbeitung der Items bezüglich der Hypothesen sehen wir ab, da im Vordergrund unserer Darlegungen die Arbeit mit dem Internet und den damit verbundenen Schwierigkeiten steht.

#### **4.1.4 Allgemeine Probleme mit dem Fragebogen**

Neben den ganz allgemeinen Problemen, die die Erstellung eines Fragebogens mit sich bringen, können wir an dieser Stelle noch von Schwierigkeiten berichten, die die Umfrage im Medium Internet begleiten. Zunächst mußte der deutsche Fragebogen mehrmals überarbeitet werden, um eine gute und gelungene Wortwahl letztlich zu sichern. Außerdem mußte hierbei auch beachtet werden, welche standardisierten Antworten genau zu den Hypothesen zu erwarten wären. Des weiteren mußte der einführende Text, den es zu entwerfen galt, mehrere Funktionen erfüllen: Aufzeigen von Thematik und Zweck der Studie, das Wecken des Interesses des *Users*, der Verweis einer Rückmeldung der Ergebnisse, die Zusicherung von Anonymität und einen kurzen Hinweis über die Art des Ausfüllens des folgenden Fragebogens. Zudem entschieden wir uns, den Probanden für mögliche Rückfragen zur Verfügung zu stehen, indem wir eine diesbezügliche eMail-Adresse angaben. Hier bot sich auch die Möglichkeit, Kritik und Anregungen unterzubringen.

Einige Diskussionen führten wir auch über die zu verwendende Anrede - Höflichkeitsform oder nicht. Recherchen im Internet ergaben, daß die meisten der Fragebögen die Du-Form wählten. Auch wir entschieden uns für diese Anrede, da sie sich unserer Meinung nach in die gängige Netiquette einfügt.

Die meisten Probleme bereiteten uns die organisatorischen Schwierigkeiten mit der Übersetzung ins Tschechische.

Im Nachhinein stellten wir auch fest, daß bei Frage Nummer 16 *In welchem (Hauptfach-)Semester studierst du?* nicht davon ausgegangen werden kann, daß jedes Land seine Studierenden nach Semestern studieren läßt. Italien beispielsweise rechnet größtenteils noch in Trimestern, tschechische Fachhochschulen sogar in Schuljahren. Die Lösung des Dilemmas wäre die Frage *Seit wann studierst du?* gewesen; leider kam uns diese Einsicht erst nach dem Posten des Fragebogens.

Wir übersetzten den deutschen Fragebogen zunächst selbst ins Englische, legten ihn dann aber zwei Personen zur Korrektur vor.

Die Übersetzung des deutschen Fragebogens ins Tschechische bereitete uns enorme Schwierigkeiten, weil unsere tschechische Kommilitonin, die die Übersetzungsarbeit übernehmen wollte, mittlerweile wieder in Prag studierte und sich somit die unmittelbare Zusammenarbeit erschwerte. Der einzige Kontakt zu ihr blieb über eMail erhalten, der jedoch aufgrund der technischen Probleme in Prag unzuverlässig ablief. Letztlich lag die Übersetzung ins Tschechische auch vor, aber aufgrund des starken Zeitdrucks konnten wir keine HTML-Programmierung des Textes mehr durchführen. Unserer tschechischen Mitstudentin war es auch nicht möglich, kompetente Hilfe aufzutun, um dieses Problem zu lösen.

Letztendlich lag der Fragebogen lediglich in der deutschen und englischen Version vor. Der Vorschlag von Herrn Bargel, die Umfrage auch ins Ukrainische zu übersetzen, scheiterte am Zeitproblem. Zudem führte die Beratung des ukrainischen Kollegen aus Kiew dazu, daß die meisten Kiewer Studierenden Englisch sprechen und somit den englischen Fragebogen auch ohne Schwierigkeiten ausfüllen könnten.

## 4.2 Layout

An dieser Stelle sollen ausführlicher die Probleme, die mit der HTML-Programmierung und dem Aussehen des Fragebogens zusammenhängen, aufgezeigt werden.

Unsere Überlegung, welcher Umfang für unseren Fragebogen angemessen ist und welche wir unseren Probanden zumuten können, führten dazu, daß er für das Internet an sich so kurz wie möglich gehalten werden sollte. Mit der Kürzung des Fragebogens nahmen wir allerdings einigen Informationsverlust in Kauf. Damit glaubten wir, die Bereitschaft zum Ausfüllen des Fragebogens zu erhöhen.

Den nächsten Diskussionsgegenstand bildete die Art und Weise, wie der Einführungstext gepostet werden sollte: direkt vor den Fragebogen oder als eigenständige Seite mit verweisenden *Links* zur Umfrage. Wir entschieden uns dafür, einen größeren Einführungstext an den Seitenanfang des Fragebogens einzufügen, und zwar sowohl im englischen als auch im deutschen Survey. Über die inhaltlichen Kriterien gab das vorangehende Kapitel bereits Aufschluß. Außerdem plazierten wir eine gekürzte Fassung der jeweiligen Einführungstexte auf einer Einstiegsseite mit Links zu den Fragebögen. Für die Umfrage ergaben sich somit vier Bildschirmseiten bzw. zwei DIN A4-Seiten und drei Webseiten.

Das Layout des Surveys stellte uns vor Probleme der Gestaltung von geschlossenen und offenen Fragen sowie vor Schwierigkeiten mit der Strukturierung der einzelnen Abschnitte. Die drei Teile der Umfrage wurden durch graphische Absetzungen in Form von durchgehenden Linien getrennt und erhielten außerdem die Benennungen A, B und C.

Wie konnte es dem *User* nun möglich gemacht werden, die für ihn in Frage kommende Antwortkategorie anzukreuzen? Verschiedene andere Internetfragebögen wiesen uns den Weg. Die meisten Befragungen arbeiten mit zweidimensionalen Buttons oder *Checkboxes*, die der Proband per Mausklick aktiviert und damit automatisch die Antwortkategorie „ankreuzt“, visuell erscheint ein Kreuz und der Button oder die *Checkbox* wird nach unten gerückt. Gleichzeitig bietet sich die Möglichkeit, durch einen erneuten Mausklick die Eingabe zu löschen. Auch wir wählten solche Java-Skripte für unsere geschlossenen Fragen. Die Antwortkategorien der *Checkboxes* setzten wir dabei - des besseren Überblicks halber - untereinander. Bei geschlossenen Fragen, die eine Skalierung beinhalteten, wählten wir Buttons, die nebeneinander gesetzt wurden. Die offenen Fragen gestalteten wir in Form von Textfeldern, welche es dem Probanden ermöglichen, seinen Text frei und ausführlich zu gestalten. Zeilenbreite und Zeilenanzahl werden hier entsprechend in der HTML-Programmierung bereits eingegeben.

Als Schriftform wählten wir, wie in fast jeder wissenschaftlichen Arbeit, *Times New Roman* mit Schriftgröße 12. Die Farbe der Schrift ist außer bei den *Links* schwarz, diese Schriftfarbe muß nicht extra mit einem Befehl festgelegt werden. Die Hintergrundfarbe<sup>10</sup>, welche am Anfang der Programmierung eingegeben wird, sollte für alle Textseiten hellgrün sein. Wir entschieden uns für diese Farbe, weil sie unaufdringlich, freundlich und auch nicht so eintönig wirkt.

Am Ende des jeweiligen Fragebogens plazierten wir eine *Send off*- Box. Durch das Klicken auf dieses Feld wird die Umfrage an die eigens dafür eingerichtete Mailbox abgeschickt.

## 5 Organogramm

Das Organogramm gibt Auskunft über die einzelnen Schritte unserer Arbeit im Zeitablauf, einerseits über die Vorbereitungsphase im Sommersemester 1997 und andererseits über die Durchführung der Erhebung in der praktischen Phase im Wintersemester 1997/98.

---

<sup>10</sup> ebenfalls im Konstanzer Programmierkodex, Adresse siehe S. 5, Fußnote 7

## 5.1 Vorbereitungsphase

<b>Sommersemester 1997</b>	
<b>Zeitpunkt</b>	<b>Arbeitsschritte (in chronologischer Reihenfolge)</b>
<b>April/ Mai</b>	<p>Einführung in die Arbeit mit international-vergleichenden Studien anhand theoretischer Texte, wie z.B.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Framhein, G.: Das FORM-Projekt: Ein Forschungsverbund zum Thema Studenten und Studium im internationalen Vergleich</li> <li>- Bargel, T./ Framhein, G. et al: Zur Sozialisation von Akademikern. Zwischenergebnisse einer international-vergleichenden Untersuchung zum Ausbildungseffekt der Hochschule</li> </ul>
<b>Juni</b>	<p>Diskussion von Möglichkeiten, international zu vergleichen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fragebogenkampagne mit in- und ausländischen Studierenden der Universität Konstanz</li> <li>- Beschäftigung mit bereits vorhandenen international-vergleichenden Studien zur Hochschulforschung</li> <li>- Fragebogenuntersuchung im Internet</li> </ul> <p>=&gt; Entscheidung für die Internetumfrage: Die vergleichende Studie soll hauptsächlich mit Studierenden der Universität Konstanz und der Prager Universität durchgeführt werden (vgl. dazu Kapitel 3)</p>
<b>ab Juli</b>	<p>Recherchen nach bereits existierenden Umfragen zum Thema Studium und Studierende:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Forschungsprojekt Studiensituation und studentische Orientierungen (Bargel u.a. 1996)</li> <li>- Erträge des Auslandsstudiums für Studierende und Absolventen (Teichler 1988)</li> <li>- Das soziale Bild der Studentenschaft in der Bundesrepublik Deutschland (Schnitzer u.a. 1995)</li> </ul>
<b>September/ Oktober</b>	<p>Diskussionen um den Inhalt des Fragebogens:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Internet und Studium: Nutzung und Beurteilung</li> <li>- Studiensituation und Studienerfahrungen</li> <li>- Zugang zum Hochschulstudium</li> <li>- Finanzierungsmöglichkeiten und Wohnungssituation</li> </ul> <p>=&gt; Entscheidung für das Thema „Internet und Studium“</p>

## 5.2 Praktische Phase

<b>Wintersemester 1997/98</b>	
<b>Zeitpunkt</b>	<b>Arbeitsschritte (in chronologischer Reihenfolge)</b>
<b>bis Anfang November</b>	Fragebogenbearbeitung: <ul style="list-style-type: none"> <li>- erster Fragebogenentwurf</li> <li>- Differenzierung und Selektion der Fragen im Laufe der Zeit</li> <li>- Aufstellen der Hypothesen und Zuordnung zu den jeweiligen Fragen im Fragebogen</li> <li>- aufgrund der in Kapitel 3 genannten Kriterien, Entscheidung zur Übersetzung ins Englische</li> </ul>
<b>Mitte November</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Durchgehen der Einzelformulierung (<i>Flow</i>-Kriterien, Wortwahl)</li> <li>- Übersetzung ins Englische</li> <li>- Kontaktaufnahme wegen der Übersetzung ins Tschechische zu Mitstudentin in Prag</li> <li>- Endgültige Fassung des Fragebogens</li> <li>- Einführung in HTML und Beginn mit der Programmierung</li> </ul>
<b>Anfang Dezember</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ausarbeitung des Einleitungstextes für das Internet</li> <li>- Korrektur des englischen Fragebogens</li> <li>- Vergleich der Frage- und Antwortkategorien mit dem deutschen Fragebogen</li> <li>- Entwurf eines Deckblattes für das Internet mit den drei Sprachen - Links</li> <li>- Entscheidung, daß der Fragebogen auf dem Server in Konstanz liegen wird</li> <li>- Suche nach Verweismöglichkeiten auf unseren Fragebogen im Internet (z.B. Ankündigung bei Suchmaschinen)</li> </ul>
<b>Mitte Dezember</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Obwohl der tschechische Fragebogen noch nicht vorliegt, soll trotzdem der Survey in deutscher und englischer Fassung <i>gepostet</i> werden: Postdatum Anfang Januar</li> <li>- Beantragung und Genehmigung einer (Gast-) eMail-Adresse auf dem Server in Konstanz</li> <li>- aufgrund organisatorischer Probleme wie in Kapitel 4 beschrieben, Nichtzustandekommen des Fragebogens in Tschechisch</li> </ul>
<b>Februar</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Arbeiten an vorliegender Hausarbeit in Teamwork</li> <li>- aufgrund von Zeitproblemen wurde die Auswertungsphase auf April verschoben</li> </ul>
<b>ab April</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Auswertungsphase</li> </ul>

## 6 Befunde und Auswertung

### 6.1 Rücklaufcheck

Den Abschluß für den Rücklauf, ursprünglich auf einen Monat angesetzt, verlegten wir bis Ende April. Bis dahin bekamen wir acht gültige, ausgefüllte Fragebögen, die sich zur Einsicht im Anhang befinden. Die acht Antworten streuten in der Tat international und kamen aus Mailand (Italien), Griffith (Australien), Konstanz (Deutschland), Kopenhagen (Dänemark), Tartu (Estland), Tübingen (Deutschland), Huntsville (USA) und München (Deutschland).

Leider hatten wir keinen Rücklauf aus Prag und auch keinen repräsentativen aus Konstanz. Dieser Punkt wird im nächsten Kapitel erneut eine Rolle spielen.

Schematisch lassen sich die Nationalitäten der antwortenden User wie folgt darstellen:

#### Usernationalitäten

andere Nationalität	deutsche Nationalität	Gesamt
5	3	8

Einen weiteren Fragebogen erhielten wir nach der gesetzten Frist, der nicht mehr in die Auswertung einfließen konnte, im Anhang jedoch der Vollständigkeit halber zu finden ist.

### 6.2 Überprüfung der Hypothesen

Aufgrund des fehlenden oder sehr geringen Rücklaufs aus Prag und Konstanz konnten wir keinen Vergleich zwischen der Tschechischen Republik und der Bundesrepublik Deutschland ziehen. Die darauf basierenden Hypothesen *Modernisierung I* und *II*, die den unmittelbaren Ländervergleich zum Thema hatten, können somit nicht überprüft werden. Lediglich ein Ansatz, der die Modifikation der Hypothesen zuläßt, könnte uns eine Ausweitung der Thesen und damit einen Vergleich ermöglichen. Die neue Hypothese könnte offen formuliert sein, in etwa wie folgt:

Es existieren international feststellbare Unterschiede im studienbezogenen Zugang zum Internet, dessen Nutzung und Beurteilung.

Eine solche Hypothese ließe genügend Spielraum im Vergleich zwischen einzelnen Ländern und wäre dem Befragungsmedium Internet angemessener als ein spezieller Ländervergleich.

Wenn allerdings Rückläufe generell eine derart geringe Anzahl aufweisen wie in unserem Fall, kann auch eine solche Hypothese nicht fundiert überprüft werden. Gleiches

gilt für die dritte Hypothese, die ebenfalls aufgrund des geringen Rücklaufs nicht überprüft werden kann. Hier erfolgte ein Vergleich zwischen den Studierenden einzelner Fachrichtungen und kein Ländervergleich. Dabei ergab sich ein im Verhältnis zu den vorherigen Thesen offenerer Untersuchungsgegenstand.

Unter den acht Eingängen verzeichneten wir einen technisch-naturwissenschaftlich Studierenden und sechs geistes- und sozialwissenschaftliche Studierende. Eine Person füllte die entsprechende Frage nicht aus und konnte somit nicht zugeordnet werden.

Beispielhaft für die Hypothese *Modernisierung III* war Frage Nummer 11 (vgl. Kapitel 4.1.3, S. 10). Eine auszugsweise Auswertung folgt an dieser Stelle:

### Exemplarische Überprüfung der Hypothese an Frage 11

Frage		Hypothese	Items Antwortskala
11.	Wie schätzt du den Nutzen des Internets für das Studium im Allgemeinen ein?	Modernisierung III (technische und naturwissenschaftliche Studiengänge finden eher Zugang als andere und urteilen positiver)	- sehr gut: 5 bis - sehr schlecht: 1

Die tabellarische Auswertung dieser relevanten Frage zur Hypothese *Modernisierung III* sieht wie folgt aus:

### Auswertung Frage 11

Frage 11	Technisch-naturwissenschaftliche Fächer					Andere Fächer (geistes-sozialwissenschaftl.)					Gesamt
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
<b>Antwort-Skala</b>											
<b>Befragte</b>	0	0	0	0	1	0	1	2	1	2	<b>7</b>

Als Auswertung und zur Beantwortung der Hypothese kann gelten: Items 5,4 bedeuten Bestätigung der Hypothese, Item 3 gleich keine Aussage und Items 2,1 gleich Widerlegung der Hypothese.

## Häufigkeitsverteilungen

		Hypothese			Gesamt
		bestätigt	keine Aus-	widerlegt	
Studien- gang	technisch- naturwissenschaftlich	1/7	0	0	1/7
	sozial-/ geisteswissen- schaftlich	3/7	2/7	1/7	6/7
Gesamt		4/7	2/7	1/7	1

Aufgrund des einen Eingangs aus technisch-naturwissenschaftlicher Richtung, den wir erhalten haben, können wir den Nutzen des Internets im Studium für eine größere Menge von technisch-naturwissenschaftlichen Studierenden nicht rückschließen. Bei den Sozial- und Geisteswissenschaften ist jedoch der Anteil derer, die den Nutzen des Internets für das Studium hoch einschätzen überwiegend. Allerdings lassen sich aus dem letzten Ergebnis keine Rückschlüsse für den technisch-naturwissenschaftlichen Bereich ziehen.

Da bei unserer Studie das Medium Internet zur Fragebogenerhebung als Methode im Mittelpunkt stand und außerdem die Anzahl der Rückantworten relativ gering war, verzichten wir auf eine detaillierte Auswertung der Hypothesen sowie der modifizierten Hypothese.

### 6.3 Schwierigkeiten

Die Probleme mit einer Befragung im Internet lassen sich bereits in den einzelnen Punkten der vorliegenden Arbeit orten, da die Ausarbeitung begleitend und zeitgleich zur Forschungsphase lief. An dieser Stelle sollen lediglich jene Schwierigkeiten aufgeführt werden, welche in der Endphase, also der Aufbereitungsphase, aufgetreten sind.

Wir hatten bereits zu Beginn unserer Forschung die Vermutung, daß relativ wenig *Internetuser* Zugriff zu unserem Survey finden. Diese Vermutung fand sich in den nur sieben vollständig ausgefüllten Fragebogen bestätigt. Aufgrund des geringen Rücklaufs ließen sich bezüglich der Hypothesen keine aussagefähigen Ergebnisse heranziehen.

Jedoch sei an dieser Stelle ausdrücklich betont, daß diese Studie als Pilotprojekt im Rahmen der empirischen Sozialforschung anzusehen ist. Resultierend aus dieser Forschungsmotivation standen die inhaltlichen Hypothesen und ihre Verifizierung im Hintergrund und dienten somit eher als Mittel zum Zweck. Das Hauptaugenmerk lag auf dem Erhebungsmedium Internet und den damit verknüpften Erfahrungen, die diese Ar-



beit dokumentiert, wie Fragen des Postings, des Survey-Inhaltes und des Layout im Internet.

## 7 Erfahrungen und Ausblick

Das letzte Kapitel befaßt sich mit den Erfahrungen und den für uns resultierenden Umsetzungen bezüglich einer Erhebung via Internet. Der theoretische Teil der Arbeit soll aufgrund oben genannter Aspekte hier nicht mehr erwähnt werden.

Der Survey bereitete uns nicht nur im theoretischen Teil einige Probleme, sondern auch im Hinblick auf die Programmierung in HTML. Es galt Farbgestaltung, Schriftbild und Layout zu koordinieren und in ansprechender Weise in Szene zu setzen. Hierbei halfen Vorbilder im Internet, die mittels des Befehls *source file* in HTML erscheinen. Der Fragebogen ist, unserer Meinung nach fast bis ins Detail gelungen, er weist kaum Fehler oder Lücken auf. Die *Links* sind stimmig, bis auf den Hinweis auf den tschechischen Fragebogen, der leider nicht erstellt werden konnte. Das Zurücksenden wird dem *User* durch einen *Link* am Fragebogenende, wie in fast allen Umfragen im Internet, leicht gemacht.

Das *Posten* lief relativ problemlos. Die Rückläufe haben gezeigt, daß sich ein im Internet veröffentlichter Survey generell international auswirkt, gleichgültig wo sich die *Homepage* befindet. Leider können wir nicht sagen, inwiefern sich spezielle *Links* an ausgesuchten Stellen auswirken, da wir lediglich auf der *Homepage* der Universität Konstanz einen *Link* zu unserem Fragebogen untergebracht haben. Der Rücklauf jedoch meldete einen Großteil an deutschen *Usern*, von denen aber nur einer aus Konstanz antwortete. Welcher Zusammenhang sich hier finden läßt - also ob sich verstärkt deutschsprachige Nutzer auf deutsche Seiten *einloggen* oder ob *Homepage*-nahe Besucher (wie Konstanzer Studierende) auch tatsächlich eher den Weg zu einem *Link* finden oder aber ob überhaupt kein Zusammenhang erkennbar ist - müßte näher untersucht werden. Außerdem wäre es möglich herauszufinden, beispielsweise über ein Zählwerk oder *Cookies*, wieviel eingeloggte User den Fragebogen ausgefüllt und auch tatsächlich abgeschickt haben.

Unsere Postdauer war aufgrund des relativ geringen Rücklaufs vermutlich zu kurz gewählt. Vielleicht hätten wir eine höhere Anzahl von Probanden erreicht, wenn der Survey länger im Internet gelegen hätte. Es bleibt allerdings zu untersuchen, ob die *Postdauer* tatsächlich in enger Verbindung mit den Rücklaufzahlen steht, oder ob sich ein langes *Posting* eher nicht lohnt. Eventuell hätten *Links* in erfahrungsgemäß hoch frequentierten Seiten mehr für den Rücklauf eingebracht.

Schließlich kann man feststellen, daß es für eine umfassende Auswertung programmierbare Hilfen gäbe, die wir aber wegen fehlendem *Know-how* und Zeitmangel nicht einsetzen konnten. Letztlich war für unsere Problemstellung und allgemein für einen geringen Rücklauf ein solcher Aufwand nicht lohnenswert. Es bleibt zu vermuten, daß Projekte mit größerem Umfang von einer solchen Hilfe profitieren.

Als Schlußbemerkung sei uns gestattet, ein Gesamtresümée zu ziehen und daraus Folgerungen für eine solche wissenschaftliche Arbeit, wie die vorliegende, zu ziehen.

Im Hinblick auf den theoretischen Hintergrund unseres Projektes und auf seine Ausführung über das Medium Internet konnten wir keine befriedigenden Ergebnisse verzeichnen. Die Rücklauftrate war trotz der Ankündigung in verschiedenen Suchmaschinen zu gering. Ob nun die aufgetretenen Probleme, wie wir sie beschrieben haben, oder ob das Medium an sich für eine solche Umfrage nachteilig erscheinen, läßt sich nicht konkret feststellen.

Wir können nur vermuten, daß für eine Umfrage im Internet unsere Thematik zu speziell war und die Probandengruppe zu selektiv gewählt wurde. In welcher Weise sich Erfolge verzeichnen lassen, wenn der Gegenstand des Surveys allgemeiner, die Zielgruppe weniger selektiv, die Postdauer länger, etc. gewählt wird, können wir nicht feststellen. Aber für einen Erfahrungsaustausch diesbezüglich sind wir offen und über Meinungen und Kommentare würden wir uns freuen.

## Literatur

- Bargel, T./ Framhein, G. et al. (1977): Zur Sozialisation von Akademikern. Zwischenergebnisse einer international-vergleichenden Untersuchung zum Ausbildungseffekt der Hochschule. In: Konstanzer Blätter für Hochschulfragen, XIV. Jg., Heft 4
- Bargel, T./ F. Multrus/ M. Ramm (1996): Studium und Studierende in den 90er Jahren, hrsg. vom Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft, Forschung und Technologie. Bonn
- Batinic, B. (1997): How to make an internet based survey? In: W. Bandilla and F. Faulbaum (Eds.): SoftStat '97 Advances in Statistical Software 6, Stuttgart, S. 125-132
- Batinic, B. (1997): Internet für Psychologen. Göttingen
- Batinic, B./ Bosnjak, M. (1997): Fragebogenuntersuchungen im Internet. In: Batinic (Hg.): Internet für Psychologen. Göttingen, S. 221-243.
- Dippelhofer-Stiem, B./ G. Lind (Hg.) (1987): Studentisches Lernen im Kulturvergleich. Ergebnisse einer international vergleichenden Längsschnittstudie zur Hochschulsozialisation. Weinheim
- Framhein, G. / J. Langer (Hg.) (1984): Student und Studium im interkulturellen Vergleich. Student worlds in Europe. Klagenfurt
- Merritt, R./ S. Rokkan (1966): Comparing Nations. The Use of Quantitative Data in Cross-National Research. New Haven - London.
- Schnitzer, K. (Hg.) (1996): EURO STUDENT REPORT: Social and Economic Conditions of Student Life in Selected EU-Member-States. HIS GmbH Hannover o.J.
- Schnitzer, K. u.a. (1995): Das soziale Bild der Studentenschaft in der Bundesrepublik Deutschland. 14. Sozialerhebung des Deutschen Studentenwerks, hrsg. vom Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft, Forschung und Technologie. Bonn
- Teichler, U. (1988): Erträge des Auslandsstudiums für Studierende und Absolventen. Hrsg. vom Bundesministerium für Bildung und Wissenschaft, Bonn
- Zapf, W. (1996): Die Modernisierungstheorie und unterschiedliche Pfade der gesellschaftlichen Entwicklung. In: Leviathan, 24. Jg., Heft 1, 1996, S. 63-77



## **Anhang**

A.	Deckblatt Survey of Internet-Use during the University Study.....	25
B.	Fragebogen im Positivlayout .....	26
C.	Fragebogen im Negativlayout.....	29
D.	Gültige Fragebogenantworten.....	33



A. Deckblatt

## Survey of Internet-Use during the University Study

Take part in an international research about the internet! We are a group of students at the Universities of Constance and Prague, who have developed a short questionnaire. We want to know how students in different countries make use of the internet. Please click here for the [english version](#).

Mach mit bei einer internationalen Befragung über das Internet! Wir sind Studierende der Universitäten Konstanz und Prag, die dazu einen kurzen Fragebogen entwickelt haben. Wir möchten wissen, wie Studierende in verschiedenen Ländern mit dem Internet umgehen. Klick hier die [deutsche Version](#) an.

## B. Fragebogen im Positivlayout

# Umfrage zur Internetnutzung für das Studium

Mach mit bei einer internationalen Befragung über das Internet!

Das Internet bietet viele Möglichkeiten, ist aber auch umstritten. Was haltet ihr davon? Teilt uns eure Erfahrungen und Meinungen mit!

Wir sind Studierende der Universitäten Konstanz und Prag, die dazu einen kurzen Fragebogen entwickelt haben. Wir möchten wissen, wie Studierende in verschiedenen Ländern mit dem Internet umgehen.

Die Beantwortung des Fragebogens geht einfach und schnell. In einigen Fragen besteht die Möglichkeit einer Mehrfachnennung. Eure Antworten bleiben natürlich anonym. Antwortet bitte gleich und sendet den Bogen an uns zurück.

Nach der Auswertung werden wir über die Ergebnisse an dieser Stelle berichten. Schaut also im Februar nach. Wenn ihr wollt, schreibt uns eure Anmerkungen und Kommentare bezüglich Befragungen wie dieser an folgende Adresse:

AGHochschulforschung.Int-Umfrage@uni-konstanz.de

Vielen Dank für deine Mitarbeit,  
Alena, Beate, Judith, Peggy und Tino

---

## TEIL A: Zugang und Nutzung

1. Wo befindet sich der von dir genutzte Computer mit Internetzugang?

- zu Hause
- Hochschule
- Arbeitsplatz außerhalb der Hochschule
- sonstiges

2. Wie lange beschäftigst du dich schon mit dem Internet?

(bitte in Monaten angeben)

3. Zu welchem Zweck nutzt du das Internet?

- für das Studium
- für berufliche Zwecke
- für private Zwecke (Spiele/Freizeit)

4. An wieviel Tagen im letzten Monat hast du das Internet genutzt?

(bitte in Tagen angeben)



5. Welche Dienste im Internet hast du bisher schon genutzt?

- WWW
- eMail
- Newsgroups
- sonstige

6. Hast du persönlich eine eMail Adresse?

- nein
- ja, seit  (bitte in Monaten angeben)

7. Wenn ja, wofür verwendest du eMail?

- für das Studium
- für berufliche Zwecke
- für private Zwecke

8. Wie würdest du deine Kenntnisse über das Internet charakterisieren?

sehr schlecht ○ ○ ○ ○ ○ sehr gut

9. Wie hast du deine Kenntnisse über das Internet erworben?

- Selbststudium
- Einweisung durch Dritte
- an der Schule (Kurs/Unterricht)
- an der Universität (Kurs/Lehrveranstaltungen)
- sonstiges:

---

**Teil B: Internet und Studium**

10. Wofür nutzt du das Internet im Studium?

- Zugang zu Skripten und Lehrmaterialien
- Bibliotheksrecherchen und Literatursuche
- Kontakte zu Studierenden und Lehrenden im Ausland
- Kontakte zu Lehrenden und Beratung
- Vorbereitung von Prüfungen und Leistungsnachweisen
- interaktive Lehrveranstaltungen, Übungen via Internet
- Informationen über andere Universitäten und Studienangebote
- Informationen über Arbeitsmarkt (Stellenangebote, Bewerbungen)
- sonstiges:

11. Wie schätzt du den Nutzen von Internet für das Studium im Allgemeinen ein?  
sehr gering ○ ○ ○ ○ sehr hoch

12. Warum? Begründe bitte deine Antwort.

13. In welcher Weise sollte deiner Meinung nach das Internet in die Lehre einbezogen werden?

---

### TEIL C: Studiensituation

14. An welcher Hochschule studierst du?

15. Welches Fach/ welche Fächer studierst du?

16. In welchem (Hauptfach-)Semester?

17. Dein Geschlecht:

- weiblich  
 männlich

18. Hast du bisher schon...

- einen Sprachkurs im Ausland absolviert?  
 ein Praktikum im Ausland absolviert?  
 im Ausland studiert?

19. In welchen anderen Ländern warst du schon?

20. Hast du Kontakt zu Personen im Ausland über das Internet? Wenn ja, wohin?

21. Glaubst du, daß Computer-Kenntnisse deine beruflichen Aussichten verbessern?  
gar nicht ○ ○ ○ ○ sehr stark





```

<input type=checkbox name="uoption6" value="schulkurs"> an der Schule
(Kurs/Unterricht)<br>
<input type=checkbox name="uoption6" value="unikurs"> an der Universit&auml;t
(Kurs/Lehrveranstaltungen)<br>
<input type=checkbox name="uoption6" value="others2"> sonstiges:&nbsp;&nbsp;&nbsp;<input
type=text name="sonst3" size=30,2><br>
</ul>
<br>
<hr><h3>Teil B: Internet und Studium</h3>
<br><br>
<li><b>Wof&uuml;r nutzt du das Internet im Studium?</b>
<ul>
<input type=checkbox name="uoption5" value="dokument"> Zugang zu Skripten und
Lehrmaterialien<br>
<input type=checkbox name="uoption5" value="literatur"> Bibliotheksrecherchen und
Literatursuche<br>
<input type=checkbox name="uoption5" value="studikontakt"> Kontakte zu Studierenden
und Lehrenden im Ausland<br>
<input type=checkbox name="uoption5" value="profkontakt"> Kontakte zu Lehrenden und
Beratung<br>
<input type=checkbox name="uoption5" value="leistung"> Vorbereitung von
Pr&uuml;fungen und Leistungsnachweisen<br>
<input type=checkbox name="uoption5" value="uebung"> interaktive
Lehrveranstaltungen,&Uuml;bungen via Internet<br>
<input type=checkbox name="uoption5" value="uniinfos"> Informationen &uuml;ber andere
Universit&auml;ten und Studienangebote <br>
<input type=checkbox name="uoption5" value="arbeitsinfo"> Informationen &uuml;ber
Arbeitsmarkt (Stellenangebote, Bewerbungen)<br>
<input type=checkbox name="uoption5" value="others3"> sonstiges:&nbsp;&nbsp;&nbsp;<input
type=text name="sonst4" size=30,2><br>
</ul>
<br>
<li><b>Wie sch&auml;tzt du den Nutzen von Internet f&uuml;r das Studium im Allgemeinen
ein?</b>
<ul> sehr gering <input type=radio name="nutzen" value="1"><input type=radio
name="nutzen" value="2">
<input type=radio name="nutzen" value="3"><input type=radio name="nutzen" value="4">
<input type=radio name="nutzen" value="5"> sehr hoch<br>
</ul>
<br>
<li><b>Warum? Begr&uuml;nde bitte deine Antwort.</b><br>
<textarea name="gruende" rows=2 cols=40></textarea>
<br><br>
<li><b>In welcher Weise sollte deiner Meinung nach das Internet in die Lehre einbezogen
werden?</b>
<br><textarea name="meinung" rows=2 cols=40></textarea>
<br><br>
<hr><h3>TEIL C: Studiensituation</h3>
<br><br>
<li><b>An welcher Hochschule studierst du?</b>

```

```

<input type=text name="hochsch" size=10,1><p>
<br>
<li><b>Welches Fach/ welche F&auml;cher studierst du?</b>
<input type=text name="Fach" size=10,1><p>
<br>
<li><b>In welchem (Hauptfach-)Semester?</b>
<input type=text name="semester" size=4,1><p>
<br>
<li><b>Dein Geschlecht:</b>
<ul><input type=checkbox name="uoption8" value="weiblich">weiblich<br>
<input type=checkbox name="uoption8" value="maennlich">m&auml;nnlich<br>
</ul>
<br>
<li><b>Hast du bisher schon...</b>
<ul><input type=checkbox name="uoption9" value="sprach"> einen Sprachkurs im Ausland
absolviert?<br>
<input type=checkbox name="uoption9" value="praktika"> ein Praktikum im Ausland
absolviert?<br>
<input type=checkbox name="uoption9" value="ausstudi"> im Ausland studiert?<br>
</ul>
<br>
<li><b>In welchen anderen L&auml;ndern warst du schon?</b>
<input type=text name="laender" size=10,2><p>
<br>
<li><b>Hast du Kontakt zu Personen im Ausland &uuml;ber das Internet? Wenn ja,
wohin?</b>
<input type=text name="interkont" size=10,2><p>
<li><b>Glaubst du, da&szlig; Computer-Kenntnisse deine beruflichen Aussichten
verbessern?</b>
<ul>
gar nicht <input type=radio name="aussicht" value="1">
<input type=radio name="aussicht" value="2">
<input type=radio name="aussicht" value="3">
<input type=radio name="aussicht" value="4">
<input type=radio name="aussicht" value="5">
sehr stark<br>
</ul>
<br><br>
<input type=submit value="Fragebogen abschicken"><br>
</form>
</body>
</HTML>

```

## D. Gültige Fragebogenantworten

(Nr. 1 bis 8, Nr. 9 ergänzend)

---

### 1. Below is the result of your feedback form. It was submitted by () on Tuesday, January 27, 1998 at 09:54:49

---

uoption1: sonst  
sonst1: UNIVERSITAT  
dauer: 1  
uoption2: studium  
tage: 5  
uoption3: www, email  
uoption7: adresse  
seit: 1  
uoption4: studium1, privat1  
wissen: 1  
uoption6: selbst  
nutzen: 3  
gruende: MAN KANN DIE GANZE WELT UNTER DEN FINGERN HABEN  
meinung: PRUFUNGEN AUF INTERNET  
hochsch: UNIVERSITA DI MILANO  
Fach: SOZIOLOGIE  
semester: 3  
uoption8: weiblich  
uoption9: sprach, ausstudi  
laender: FAST GANZ EUROPA.AUSSER SP UND PORTUGALL  
interkont: USA  
aussicht: 4

---

### 2. Below is the result of your feedback form. It was submitted by () on Friday, February 27, 1998 at 02:58:10

---

uoption1: heim, uni  
dauer: 24  
uoption2: studium, privat  
uoption3: www, email, news  
uoption7: adresse  
seit: 24  
uoption4: studium1, privat1, selbst, dritte  
wissen: 4  
uoption6: geschlecht  
uoption5: dokument, literatur, leistung, uniinfos  
nutzen: 5  
meinung: Students should be encouraged to use the i'net in research for assignments, projects etc. If lecturers provided a list of relevant sites, then students could use these and from these sites, develop a working knowledge of how to use the web and find information  
hochsch: Griffith University (Australia)  
fach: Psychology  
semester: 1995  
interkont: USA  
aussicht: 5

-----  
**3. Below is the result of your feedback form. It was submitted by () on Friday, February 27, 1998 at 09:01:08**  
-----

uoption1: uni  
dauer: 17  
uoption2: studium, privat  
tage: 20  
uoption3: www, email, news, other  
sonst2: Suchmaschinen, E-Malls, Chat  
uoption7: adresse  
seit: 20  
uoption4: studium1, privat1  
wissen: 5  
uoption6: selbst, dritte, unikurs  
nutzen: 5  
gruende: Hohe Informationsleistung  
meinung: Wie bereits praktiziert: virtuelle Kommunikationsforen; allerdings nur studienbegleitend  
hochsch: Konstanz  
Fach: Informationswissenschaft  
semester: 3  
uoption8: maennlich  
laender: Süden Europas, Nordafrika  
interkont: Italien  
aussicht: 5

-----  
**4. Below is the result of your feedback form. It was submitted by () on Saturday, March 14, 1998 at 13:09:04**  
-----

uoption1: uni  
dauer: 20  
uoption2: beruf, privat  
tage: 4  
uoption3: news  
uoption7: adresse  
seit: 6  
uoption4: privat1, selbst  
wissen: 1  
uoption6: geschlecht  
hochsch: copenhagen  
fach: litterature and film  
semester: 1994  
interkont: no  
aussicht: 3

-----  
**5. Below is the result of your feedback form. It was submitted by () on Tuesday, April 14, 1998 at 17:52:33**  
-----

uoption1: uni  
dauer: 14  
uoption2: studium, beruf, privat  
tage: 25  
uoption3: www, email, news, other



**(Fortsetzung Fragebogen Nr. 5)**

sonst2: talkers  
uoption7: adresse  
seit: 14  
uoption4: studium1, privat1  
wissen: 2  
uoption6: selbst, dritte, unikurs  
nutzen: 4  
gruende: Viele Materiellen gibt es nur im internet  
hochsch: Universität Tartu (in Estland)  
Fach: soziologie  
semester: 1.  
uoption8: maennlich  
laender: Ukrainen, Lettland, Littaunen  
interkont: Leider noch nicht  
aussicht: 4

-----  
**6. Below is the result of your feedback form. It was submitted by () on Friday, April 17, 1998 at 21:50:07**  
-----

uoption1: heim  
dauer: 2  
uoption2: beruf  
tage: 5  
uoption3: www, email  
uoption7: adresse  
seit: 2  
uoption4: beruf1  
wissen: 2  
uoption6: selbst  
nutzen: 2  
gruende: Man muß noch zu viel suchen bis man etwas brauchbares findet.  
meinung: Einführung und Infoquelle.  
hochsch: TÛ  
Fach: Erz.wissenschaft  
semester: Doktorand  
uoption8: maennlich  
uoption9: ausstudi  
laender: England und ca. 100 andere!  
aussicht: 2

-----  
**7. Below is the result of your feedback form. It was submitted by () on Sunday, April 19, 1998 at 06:49:19**  
-----

uoption1: uni  
dauer: 36  
uoption2: studium, beruf  
tage: 16  
uoption3: www, email  
uoption7: adresse  
seit: 15  
uoption4: studium1, beruf1, privat1, selbst, schulkurs, unikurs

**(Fortsetzung Fragebogen Nr. 7)**

wissen: 3

uoption6: geschlecht

uoption5: dokument, literatur, uniinfos

nutzen: 5

meinung: I would like to see classes that have as their primary focus internet technology as it pertains to your particular discipline be it sociology, political science, economics, etc. One thing I have found in my limited experience with the net is that it takes time to find your way around. it takes alot of time - time I'm usually studying or working. As far as in-class use I'm a little divided. If used sparingly as a visual aide I like it. On the other hand, I can't say that I'm too fond of the "non-stop power-point presentation" that some proffessors at my university have come to use as a crutch.

hochsch: Sam Houston State University Huntsville, Texas

fach: 1st semester graduate student in sociology

semester: I started here on my undergraduate studies in 1992

interkont: no

aussicht: 5

-----  
**8. Below is the result of your feedback form. It was submitted by () on Monday, May 4, 1998 at 17:40:00**  
-----

uoption1: uni

dauer: 8

uoption2: studium, privat

tage: 25

uoption3: www, email, other

sonst2: ftp, telnet

uoption7: adresse

seit: 6

uoption4: privat1

wissen: 4

uoption6: selbst

sonst4: Online-Literatur, fachrelevante pages (Soziologie, Philosophie --> Philnet)

nutzen: 3

gruende: gute Angebote schwer zu finden, zu lange Einarbeitungszeit fuer die Handhabung des Internet, wozu brache ich so viel Info?

meinung: fachbezogene WWW-Links nach dem Motto "Qualität vor Quantität"

hochsch: Konstanz

Fach: Soziologie/Philosophie/Engl.Literatur

semester: 2

uoption8: maennlich

uoption9: sprach, praktika

laender: CZ, SK, RUS, SF, F, GB, CDN, M, I, CH, A, FL, San Marino, ehem. Jugoslawien, H, PL, E

interkont: CDN, GB, CZ

aussicht: 5

Der folgende Antwortbogen wurde erst nach Abschluß unserer Auswertungsarbeit eingeschickt. Der Vollständigkeit halber ist er trotzdem aufgeführt.

-----  
**9. Below is the result of your feedback form. It was submitted by () on Sunday, June 7, 1998 at 18:44:31**  
-----

uoption1: heim, uni

dauer: 24

**(Fortsetzung Fragebogen Nr.9)**

uoption2: studium, beruf, privat

tage: 25

uoption3: www, email

uoption7: adresse

seit: 40

uoption4: studium1, beruf1, privat1

wissen: 4

uoption6: selbst, dritte, unikurs

sonst4: Internet als Teil des Themas fuer die Diplomarbeit

nutzen: 1

gruende: Der Zeitaufwand fuer die Einarbeitung und die Benutzungskosten (bzw. Kosten fuer die Anschaffung eines neuen Computers) sind zu hoch. Die Aenderungen in den Programmen und in den Moeglichkeiten der Internetnutzung sind zu haeufig; die Halbwertszeit des Wissens ueber Internet und Internetbenutzung ist sehr kurz (ca. 6 Monate ?), zu kurz; gleichzeitig wird beim Nutzer bzw. in der gesamten Bevoelkerung die Illusion erzeugt, dass das Internet \_Informationen\_ beinhaltet (von der enthaltenen Werbung bzw. dem enthaltenen Schrott wird kaum gesprochen). Damit einher geht auch, dass viele Internetbenutzer eine weltfremde Selbstueberschaetzung entwickeln. Das wiederum arbeitet gegen den Zweck jeder Hochschulausbildung, naemlich eigeninitiierte, selbstmotivierte Aneignung von Wissen und Fertigkeiten, die im Berufsalltag benoetigt werden. Wer meint, dass er super informiert ist und solche I-Informationen auch das Wichtigste fuer Berufstaetigkeiten von Hochschulabgaengern sind, wird kaum noch Energie und Motivation besitzen, anderes Wissen bzw. andere Fertigkeiten zu erwerben. Da nicht alle Hochschullehrer ausreichend firm im Internet sind, werden viele der ueblichen Leistungsnachweise durch Kopieren aus dem Internet oder durch Weiterreichen per e-mail erbracht werden, ohne dass dieses auffaellt. Es wird dadurch zu Fehleinschaetzungen der Leistungen und zu noch mehr Ungleichheiten unter den Studierenden kommen. Es wird auch kaum danach gefragt, wer mit welcher Verzoegerungszeit, mit welcher Qualitaet, Informationen etc. ins Internet gibt.

meinung: Betreuung von Studierenden im Praxissemester bzw. im Auslandssemester. Zur Verfuegung stellen von Arbeitsunterlagen, Skripten etc. zusaetzlich zu herkoemmlichen Formen der Zurverfuegungstellung.

hochsch: Uni Bielefeld

Fach: Gesundheitswissenschaften

semester: >6

uoption8: weiblich

aussicht: 4



## **Hefte zur Bildungs- und Hochschulforschung**

- Bargel, T. (Hg.): Hochschulprofile - Studierende und Studium an acht Universitäten und sechs Fachhochschulen (Heft 1). Konstanz, Arbeitsgruppe Hochschulforschung, Januar 1990.
- Bargel, T.: Wieviele Kulturen hat die Universität? Ein Vergleich der Rollen- und Arbeitskultur in vierzig Einzelfächern (Heft 2). Konstanz, Arbeitsgruppe Hochschulforschung, März 1988.
- Bargel, T./ J.-U. Sandberger: Trendbericht. Studierende in den 80er Jahren. Befunde der Erhebungen 1983, 1985, 1987 und 1990 im Zeitvergleich nach Hochschulart, Geschlecht und Fächergruppen (Heft 3). Konstanz, Arbeitsgruppe Hochschulforschung, März 1992.
- Sandberger, J.-U.: Motive der Fachwahl und attribulierter Nutzen des Studiums bei westdeutschen Studierenden: Struktur, Verteilung und Fachunterschiede (Heft 4). Konstanz, Arbeitsgruppe Hochschulforschung, Juni 1992.
- Bargel, T. (Hg.): Studiensituation - Effizienz und Qualität. Beiträge zu einem Fachgespräch (Heft 5). Konstanz, Arbeitsgruppe Hochschulforschung, November 1992.
- Bargel, T.: Zur Entwicklung der Hochschulen - Zwischen Ausbau und Strukturreform (Heft 6). Konstanz, Arbeitsgruppe Hochschulforschung, Dezember 1992.
- Sandberger, J.-U.: Soziale Ungleichheit und Legitimität im Urteil von Studierenden. Analysen zur Struktur und Verteilung einer Orientierungsdomäne. (Tagungsbeiträge 1988-1990) (Heft 7). Konstanz, Arbeitsgruppe Hochschulforschung, Februar 1993.
- Sandberger, J.-U.: Studentinnen. Studienerfahrungen, Zukunftsperspektiven, Forderungen (Heft 8). Konstanz, Arbeitsgruppe Hochschulforschung, November 1992.
- Bargel, T.: Studienmotive, Studierenerwartungen und Studienerfolg. Die Alma Mater nährt viele Kinder (Heft 9). Konstanz, Arbeitsgruppe Hochschulforschung, Dezember 1993.
- Ramm, M.: Studierende und Studiensituation in der DDR und in der BRD (Heft 10). Konstanz, Arbeitsgruppe Hochschulforschung, Mai 1994.
- Bargel, T. (Hg.): Studium und Studierende im vereinten Deutschland. Beiträge zum 2. Fachgespräch (Heft 11). Konstanz, Arbeitsgruppe Hochschulforschung, Mai 1994.
- Multrus, F.: Zur Lehr- und Studienqualität. Dimensionen, Skalen und Befunde des Studierendenurveys (Heft 12). Konstanz, Arbeitsgruppe Hochschulforschung, Dezember 1995.
- Hage, N. el: Zur Validität studentischer Veranstaltungskritiken. Befunde empirischer Studien zu einem umstrittenen Verfahren (Heft 13). Konstanz, Arbeitsgruppe Hochschulforschung, November 1995.
- Hage, N. el: Instrumente studentischer Veranstaltungskritik - Konstruktion, Einsatz und Beispiele (Heft 14). Konstanz, Arbeitsgruppe Hochschulforschung, Dezember 1995.
- Hage, N. el: Studienreform durch Lehrevaluation? Ansätze, Projekte und Verwendungsmöglichkeiten der Lehrbewertung (Heft 15). Konstanz, Arbeitsgruppe Hochschulforschung, Oktober 1995.
- Bargel, T./ T. Knittel/ F. Multrus: Internet und Hochschulbereich. Recherchen über Potentiale und Probleme für Studium und Studierende (Heft 16). Konstanz, Arbeitsgruppe Hochschulforschung, November 1995.

- Multrus, F.: Zur Lernstrategie von Studierenden. Indizierung, Typologie und Zusammenhänge (Heft 17). Konstanz, Arbeitsgruppe Hochschulforschung, März 1996.
- Leitow, B.: Studentische Haltungen zur Studieneffizienz - Ein Beitrag zur Typologie studentischer Orientierungen (Heft 18). Konstanz, Arbeitsgruppe Hochschulforschung, Dezember 1996.
- Hage, N. el: Studentische Urteile zur Lehr- und Studienqualität. Analysen zu ihrer Validität anhand der Indikatoren und Skalen im Studierendensurvey (Heft 19). Konstanz, Arbeitsgruppe Hochschulforschung, Dezember 1996.
- Bargel, T. (Hg.): Studium und Studierende in den 90er Jahren. Beiträge zum 3. Fachgespräch am 8. Oktober 1996 im Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft, Forschung und Technologie in Bonn (Heft 20). Konstanz, Arbeitsgruppe Hochschulforschung, November 1996.
- Knittel, T./ T. Bargel: Die Organisation der gymnasialen Oberstufe und Wahl der Leistungskurse in ihren Folgen für die Studienvorbereitung und Studienbewältigung (Heft 21). Konstanz, Arbeitsgruppe Hochschulforschung, Dezember 1996.
- Bargel, T.: Differenzierung und Wandel der Studentenschaft. Zwei Vorträge (Heft 22). Konstanz, Arbeitsgruppe Hochschulforschung, Juli 1997.
- Bargel, T./ M. Ramm: Attraktivität des Ingenieurstudiums. Zur Diagnose einer Nachfragekrise und Folgerungen (Heft 23). Konstanz, Arbeitsgruppe Hochschulforschung, November 1998.
- Ramm, M./ C. Kolbert-Ramm/ T. Bargel/ G. Lind: Lehramtsstudierende in den Geistes- und Naturwissenschaften. Beurteilungen der Lehr und Studienqualität (Heft 24). Konstanz, Arbeitsgruppe Hochschulforschung, Dezember 1998.
- Ramm, M./ C. Kolbert-Ramm/ T. Bargel/ G. Lind: Praxisbezug im Lehramtsstudium. Erfahrungen und Beurteilungen der Lehramtsstudierenden (Heft 25). Konstanz, Arbeitsgruppe Hochschulforschung, November 1998.
- Burkhardt, B./ P. Förster/ J. Stuckert: Befragung von Studierenden im Internet. Ein methodisch-praktischer Versuch zum internationalen Vergleich. Konstanz, Arbeitsgruppe Hochschulforschung, Januar 1999.

**Anfragen an:**

Arbeitsgruppe Hochschulforschung  
z. H. Frau Doris Lang  
Sozialwissenschaftliche Fakultät  
Universität Konstanz  
78457 Konstanz

Tel.: 07531/882896  
Fax: 07531/884530

**Kontakt und Informationen:**

E-Mail: [Doris.Lang@uni-konstanz.de](mailto:Doris.Lang@uni-konstanz.de)  
<http://www.uni-konstanz.de/FuF/SozWiss/fg-soz/ag-hoc/ho-fo-i.html>



