

INHALT**I Einführung**

1. Inhalt und Ziel der Arbeit.....	1
2. Struktur der Arbeit.....	2

II Das Medium Internet und seine Medienkonfigurationen E-Mail und WWW-Formulare

1. CvK und Theorien zu CvK als Ansatzpunkt zur Charakterisierung des Mediums Internet	5
1.1 Die inhaltliche Perspektive: Was CvK ist.....	5
1.1.1 Mediale Kommunikation.....	5
1.1.2 Qualitäten der medialen Kommunikation.....	5
1.1.3 Anwendungsbereiche und Formen von CvK im Internet.....	7
1.2 Die grobe Richtung: Abgrenzungsversuche CvK zu FtF-Kommunikationssettings.....	8
1.3 Die feine Richtung: Theorien zu CvK.....	12
1.3.1 Die Theoriekerne.....	12
1.3.2 Fokussierung der theoretischen Ansätze.....	15
2. Die methodologische Perspektive: Der Forschungsansatz von Griffith und Northcraft (1994).....	15
2.1 Der methodologische Ansatz.....	15
2.2 Bedeutung dieses Ansatzes für die Empirie.....	17
3. E-mail als Kommunikationsplattform.....	18
3.1 Nutzungskontext.....	18
3.2 Charakteristika.....	19
3.3 Datensicherheit.....	20
4. WWW als Informationsplattform.....	21
4.1 Nutzungskontext.....	21
4.2 WWW-Formulare: Funktionen.....	22
4.3 Charakteristika der WWW-Formulare.....	23
4.4 Datensicherheit.....	24
5. Psychologie der Wahrnehmung, Nutzung und des Kommunikationsoutputs von E-mail und WWW-Formularen.....	24
5.1 Die psychologischen Wirkzusammenhänge – Grobskizzierung.....	25
5.2 Die psychologischen Wirkzusammenhänge – Feinskizzierung.....	26
5.2.1 Psychologie der sozialen Wahrnehmung.....	27
5.2.2 Psychologie der interpersonellen Kommunikation.....	29
5.2.2.1 Schwerpunkt: Beziehung zum Kommunikationspartner.....	31
5.2.2.2 Schwerpunkt: Kommunikationsinhalte.....	32

5.2.2.3 Schwerpunkt: Prozesse innerhalb des Kommunikationssystems.....	33
5.2.3 Psychologie der Selbstdarstellung.....	34
5.2.3.1 Taxonomie des Selbstdarstellungsverhaltens.....	38
5.2.4 Integrationsversuch.....	40

III Befragungen im Kontext von CvK

1. Befragung im Kommunikationskontext.....	43
1.1 Fragebogen bzw. Schriftliche Befragung.....	44
1.1.1 Charakteristika dieser Erhebungsmethode.....	45
1.2 Kernelemente des Befragungsprozesses.....	46
1.2.1 Der Befrager.....	46
1.2.2 Der Befragte.....	46
1.2.3 Der Fragebogen als Informationsträger.....	49
1.2.3.1 Struktur des Fragebogens.....	49
1.2.3.2 Die Fragen als Prozeßeingabe.....	50
1.2.3.2.1 Formales: Fragenformulierung („Question Wording“.....)	50
1.2.3.2.2 Inhaltliches: Fragetypen.....	50
1.2.3.2.3 Möglichkeiten der Fragen-Verifizierung.....	53
1.2.3.3 Die Antwort(en) als Prozeß-Ergebnis.....	54
1.2.3.3.1 Formales: Antwortvorgaben, -formate („Assessing the answer“.....)	54
1.2.3.3.2 Inhaltliches: Der wahre Wert.....	55
1.2.3.3.3 Response sets: Soziale Erwünschtheit.....	55
1.2.3.4 Die Erhebungsmodalität („Mode of administration“.....)	57
2. Die Datenerhebungsmodalität.....	60
2.1 Mode of administration: Einflüsse auf den Prozeßaspekt „Befragtenverhalten“ und Einflüsse auf das Prozeßergebnis „Antwort - Die Weitwinkelperspektive.....	60
2.1.1 Computergestützte Befragungen- Überblick.....	60
2.1.2 Vergleichende Untersuchungen zu Befragungen per Paper-Pencil-Format und computergestützter Durchführung.....	61
2.2 Mode of administration: Erhebungen im Netz - Die fokussierte Perspektive.....	62
2.3 E-mail und WWW-Formulare als Fragebogenträger.....	63
2.3.1 E-mail.....	63
2.3.2 WWW-Formular.....	65
2.4 Vergleichende Studie von Smith (1997).....	67

IV	Zur methodischen Vorgehensweise	
	1. Strategie-Skizze.....	69
	2. Strategie-Begründung.....	69
V	Empirie: Interview mit hypothesengenerierendem Schwerpunkt	
	1. Das Interview.....	71
	2. Ergebnisse des Interviews.....	71
	2.1 Die Nutzerorientierte Perspektive.....	71
	2.1.1 Beschreibung der Stichprobe: (Sozio)demographische Angaben.....	72
	2.1.2 Beschreibung der Stichprobe: Nutzer-Charakteristika.....	73
	2.1.2.1 Allgemeine EDV-Kenntnisse und Netzkenntnisse.....	73
	2.1.2.2 Netznutzung.....	74
	2.1.2.3 Zusammenfassung: Internetnutzung.....	77
	2.1.3 Gebrauchskontext von E-mail und WWW.....	77
	2.1.3.1 Gebrauchskontext: E-mail.....	77
	2.1.3.1.1 Nutzungszweck.....	78
	2.1.3.1.2 Nutzungsfrequenzen.....	78
	2.1.3.1.3 Prozeßaspekte: E-mailing.....	80
	2.1.3.2 Gebrauchskontext: WWW(-Formulare).....	83
	2.1.3.2.1 Nutzungszweck.....	84
	2.1.3.2.2 Nutzungsfrequenzen.....	84
	2.1.3.2.3 Prozeßaspekte beim Gebrauch von WWW (-Formularen).....	85
	2.1.4 Zusammenfassung: Gebrauchskontexte von E-mail und WWW-Formularen.....	88
	2.2 Die medienorientierte Perspektive.....	90
	2.2.1 Charakterisierung von E-mail und WWW-Formularen als Kommunikationsszenarien.....	90
	2.2.1.1 Einschätzung von vorgegebenen Kommunikations- szenarien.....	90
	2.2.1.2 Inanspruchnahme diverser Dienstleistungen per E-mail und WWW-Formularen.....	94
	2.2.2 Charakterisierung von E-mail und WWW-Formularen als Befragungsplattformen.....	99
	2.2.2.1 Direkter Vergleich von E-mail und WWW-Formu- laren als „Datenerhebungswerkzeuge“.....	99
	2.2.3 Charakterisierung von E-mail und WWW-Formularen als Informationsträger.....	103
	2.2.4 Zusammenfassung der medienorientierten Perspektive.....	113
	2.3 Isolierung der Fragestellung für das Experiment.....	114

VI	Empirie: Experiment als Hypothesenprüfung	
	1. Fragestellung.....	116
	1.1 Ableitung aus der Theorie.....	116
	1.2 Ableitung aus den Interviewergebnissen.....	117
	1.3 Das Ziel: Formulierung der experimentellen Fragestellung.....	119
	2. Methode.....	119
	2.1 Versuchspersonen.....	119
	2.2 Material.....	120
	2.2.1. Zur Konstruktion der elektronischen Fragebögen.....	120
	2.2.1.1 Zur Konstruktion der einzelnen Fragebogenitems.....	121
	2.2.2 Der Akzeptanzfragebogen.....	123
	2.2.3 Zusammenfassung: Anlage der Untersuchung.....	124
	2.3 Durchführung.....	124
	3. Das Experiment: Ergebnisse.....	126
	3.1 Kurze Beschreibung der Stichprobe.....	126
	3.2 Antwortverhalten in E-mail-gestützter Befragung und in WWW- Formularen.....	128
	3.2.1 Antwortverhalten I: Verhältnis von Wert- und Wissensfragen mit geschlossenen Antwortalternativen.....	128
	3.2.2 Antwortverhalten II: Fragen zu Eigenschaften der eigenen Person mit geschlossenen Antwortalternativen.....	129
	3.2.3 Zusammenfassung.....	130
	3.2.4 Antwortverhalten III: Werturteile und Beschreibungen mit offenen Antwortmöglichkeiten.....	131
	3.2.4.1 Formale Antwortkriterien.....	131
	3.2.4.2 Inhaltliche Antwortkriterien.....	134
	3.2.4.3 Zusammenfassung.....	135
	3.3 Ergebnisse der Akzeptanzbefragung.....	136
	3.3.1 Affektive Beurteilungen der beiden Trägerdienste E-mail und WWW-Formular.....	136
	3.3.2 Vergleich von E-mail-basierter Fragebogenerhebung und WWW-Formular-Technik.....	138
	3.3.3 Zusammenfassung.....	140
VII	Diskussion der Ergebnisse und Ausblick	142
VIII	Zusammenfassung	146
	Literatur	149
	Anhang A - Interview-Materialien	
	Anhang B - Experiment-Materialien	