

Maria Kolyschkow

Frauen und Neue Medien

*Einstellungen, Zielintentionen und
Handlungspläne bei der Informationssuche
von Hypertext-Novizen*

Verlag Dr. Kovač

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	1
2. Zum Umgang mit Neuen Medien	9
2.1 Begriffsbestimmung Neue Medien	9
2.1.1 Medium und Multimedia	9
2.1.2 Hypertext und Hypermedia	11
2.1.3 Neue Medien	17
2.1.4 Internet	18
2.1.5 Zusammenfassung	24
2.2 Internetnutzung in Deutschland	25
2.2.1 Internetnutzung in Abhängigkeit vom Geschlecht	26
2.2.2 Internetnutzung in Abhängigkeit vom Alter	27
2.2.3 Internetnutzung in Abhängigkeit von der Schulbildung	29
2.2.4 Zusammenfassung	30
2.3 Anwendungsbereiche von Hypertextsystemen	32
2.3.1 Informationssuche mit Hypertexten	35
2.3.2 Zusammenfassung	48
2.3.3 Wissenserwerb mit Hypertexten	48
2.3.4 Zusammenfassung	58
2.3.5 Probleme beim Umgang mit Hypertexten	59
2.3.6 Computerphobie als spezielles Problem beim Umgang mit Hypertexten	63
2.3.7 Zusammenfassung	72
3. Handlungstheorie	73
3.1 Die handlungstheoretische Perspektive	73
3.2 Das Rubikonmodell der Handlungsphasen	75

3.2.1 Prädezyionale Phase: Abwägen	76
3.2.2 Präaktionale Phase: Planen	77
3.2.3 Aktionale Phase: Handeln	80
3.2.4 Postaktionale Phase: Bewerten	81
3.3 Kritik am Rubikonmodell der Handlungsphasen	83
3.4 ZART - Strukturalistisches Rekonstrukt der Rubikontheorie	85
3.4.1 Strukturalismus - der non-statement view	85
3.4.2 ZART - Zentrale Aussagen der Rubikontheorie (Gerjets, Westermann & Heise, 1992)	88
3.5 Die Theory of Reasoned Action und die Theory of Planned Behavior	101
3.5.1 Einstellungen zum Verhalten	103
3.5.2 Subjektive Norm	105
3.5.3 Gewichtung von Einstellung und Subjektiver Norm	106
3.5.4 Wahrgenommene Verhaltenskontrolle	106
3.6 Kritik an der Theory of Reasoned Action und an der Theory of Planned Behavior	107
3.7 Vergleich von Rubikonmodell und Theory of Planned Behavior	109
3.8 Zusammenfassung	112
4. Methode	115
4.1 Informationssuche im Hypertext als schwierige Handlung	115
4.2 Methodische Überlegungen und Planung der Untersuchung	120
4.3 Operationalisierungen	126
4.3.1 Unabhängige Variablen	126
4.3.2 Moderatorvariablen	129
4.3.3 Abhängige Variablen	137
4.4 Beschreibung der Stichprobe	140

4.5 Versuchsdurchführung	141
4.6 Empirische und Statistische Hypothesen	145
4.6.1 EH 1: Veränderbarkeit der Medienpräferenz in Richtung CD-ROM-Nutzung	145
4.6.2 EH 2: Leistung in der Informationssuchaufgabe	146
4.6.3 EH 3/EH 4: Subjektive Zufriedenheit mit der Aufgaben- bearbeitung	147
4.6.4 EH 5: Erwartungs-Wert-Modell der Intentionbildung	149
4.7 Testplanung	150
4.7.1 Testplanung für zweiseitige t-Tests bei unabhängigen Stichproben	151
4.7.2 Testplanung für einfaktorielle Kovarianzanalysen	151
4.7.3 Testplanung für zweifaktorielle Kovarianzanalysen	152
4.7.4 Testplanung für dreifaktorielle Kovarianzanalysen	152
4.7.5 Testplanung für Produkt-Moment-Korrelationen	153
4.7.6 Zusammenfassung	153
5. Ergebnisse	155
5.1 Merkmale der Stichprobe	155
5.1.1 Soziodemographische Variablen	155
5.1.2 Erfahrungen mit Computern und Internet	157
5.2 Entscheidung für Nutzung der CD-ROM versus des Printlexikons	159
5.3 Einstellung und Subjektive Norm	162
5.3.1 Einstellung zum Umgang mit Neuen Medien	162
5.3.2 Subjektive Norm bezüglich des Umgangs mit Neuen Medien	163
5.4 Fragebogen zur Subjektiven Aufgabenzufriedenheit	164
5.5 Zusammenhänge zwischen Einstellung, Subjektiver Norm,	

Medienpräferenzveränderbarkeit, Leistung und	
Aufgabenzufriedenheit	165
5.6 Zur Prüfung der Hypothesen	167
5.6.1 EH 1: Veränderbarkeit der Medienpräferenz in Richtung CD-ROM-Nutzung	167
5.6.2 EH 2: Leistung in der Informationssuchaufgabe	170
5.6.3 EH 3/EH 4: Subjektive Zufriedenheit mit der Aufgabenbe- arbeitung	171
5.6.4 EH 5: Erwartungs-Wert-Modell der Intentionsbildung	174
5.7 Manipulation check	176
5.7.1 Realisierbarkeitseinschätzung	177
5.7.2 Handlungsplanentwurf	179
6. Interpretation und Diskussion der Ergebnisse	181
6.1 EH 1: Veränderbarkeit der Medienpräferenz in Richtung CD-ROM-Nutzung	181
6.2 EH 2: Leistung in der Informationssuchaufgabe	189
6.3 EH 3/EH 4: Subjektive Zufriedenheit mit der Aufgabenbe- arbeitung	191
6.4 EH 5: Erwartungs-Wert-Modell der Intentionsbildung	194
6.5 Grenzen der Untersuchung	199
6.5.1 Stichprobenumfang	200
6.5.2 Quasi-experimentelles Design	201
6.5.3. Verteilung erfahrungsbezogener und Moderatorvariablen unter verschiedenen Experimentalbedingungen	202
6.5.4 Operationalisierung der Moderatorvariablen	204
6.5.5 Ausmaß der experimentellen Manipulation	205
6.5.6 Generalisierbarkeit der Ergebnisse: Externe Validität	205

7 Fazit	207
7.1 Zusammenfassung der Ergebnisse	207
7.2 Anwendungsbezogene Implikationen der Ergebnisse zur problemorientierten Fragestellung	210
8 Literatur	213
9 Anhang	231
9.1 Konstruktion des Fragebogens "Einstellung zum Umgang mit Neuen Medien"	231
9.1.1 Itemsammlungen zum Fragebogen „Einstellungen zum Umgang mit Neuen Medien“	231
9.1.2 Trennschärfen und Schwierigkeiten der Einstellungsfragebögen bei der studentischen Konstruktionsstichprobe	237
9.2 Versuchsmaterialien	242
9.2.1: Versuchspersonenaufwurf	242
9.2.2 Fragebogen zu soziodemographischen Variablen und Erfahrungen mit Computern und Internet	244
9.2.3 Mündliche Information über den Versuch	247
9.2.4 Fiktiver Computergeeignetheitstest zur Manipulation der Realisierbarkeitseinschätzung bezüglich der Verwendung eines Neuen Mediums	248
9.2.5 Skalen zur Messung der Subjektiven Norm	250
9.2.6 Skala zur Messung der Präferenz für ein Medium	257
9.2.7 Manipulation check für den Faktor Realisierbarkeitseinschätzung	258
9.2.8 Versuchsmaterialien zur Untersuchungsbedingung „Planungsrelevante versus -irrelevante Information“	259
9.2.9 Manipulation check für den Faktor „Planungs-	

relevanz der Informationen“ (Formblatt zur Skizzierung eines Handlungsplans)	261
9.2.10 Aufgabenblatt	262
9.2.11 Skalen zur Messung der subjektiven Zufriedenheit	266
9.3 Darstellung weiterer Ergebnisse	268
9.3.1 Häufigkeitsverteilungen verschiedener soziodemographischer Variablen in der Analysestichprobe	268
9.3.2 Häufigkeiten in den Variablen zur Erfahrung mit Computern und dem Internet in der Analysestichprobe	270
9.3.3 Trennschärfen und Schwierigkeiten des Fragebogens „Einstellung zum Umgang mit Neuen Medien“ in der Analysestichprobe	273
9.3.4 Deskriptive Statistiken für die Fragebögen „Einstellung zum Umgang mit Neuen Medien“, „Subjektive Norm bezüglich des Umgangs mit Neuen Medien“ und „Subjektive Zufriedenheit mit der Aufgabenbearbeitung“ in der Analysestichprobe	274