



universität
wien

MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

Erasmus 2.0 – Studieren im Ausland und die Nutzung
webbasierter Kommunikationsmöglichkeiten

Verfasserin

Mag.phil. Anna Reschke, Bakk.phil.

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, November 2011

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt: Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreuerin / Betreuer: Ass.-Prof. Mag. Dr. Gerit Götzenbrucker, PD

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, November 2011

Anna Reschke

DANKSAGUNG

An dieser Stelle möchte ich mich bei all jenen Menschen bedanken, die mich bei der Fertigstellung dieser Arbeit unterstützt und gefördert haben. Zuerst möchte ich die Betreuerin meiner Magisterarbeit, Frau Ass.-Prof. Mag. Dr. Gerit Götzenbrucker nennen, die mir durch ihr großes Interesse am Thema viele Anregungen für die Umsetzung der Arbeit geben konnte.

Außerdem möchte ich mich bei Mag. Karin Krall und dem Team des Büros für Internationale Beziehungen der Universität Wien für die Unterstützung bei der Durchführung der Befragung sowie für wertvolle Literaturhinweise bedanken. Mein Dank gilt auch dem Zentrum für Internationale Beziehungen der Universität für Bodenkultur Wien für die Unterstützung bei der Mobilisierung der BefragungsteilnehmerInnen.

Des Weiteren bedanke ich mich bei Heiko Vogl, MA für seine schnelle und unkomplizierte Kooperationsbereitschaft im Rahmen eines akademischen Austausches von Forschungsergebnissen.

Bedanken möchte ich mich auch bei meiner Familie und meinen Freunden, die mir bei der Umsetzung dieses Vorhabens stets Rückhalt geboten haben.

INHALT

1. Einleitung	5
2. Studieren im Ausland unter den Bedingungen des Web 2.0 – Ein Problemaufriss	8
3. Erasmus und das World Wide Web – Eine begriffliche Annäherung ..	10
3.1. Studieren im Ausland	10
3.2. Web 2.0	13
3.2.1. Social Web	14
4. Mediatisierung und Soziale Netzwerke – Ein theoretischer Rahmen ..	17
4.1. Mediatisierung	17
4.1.1. Identität als Netznutzer	25
4.2. Soziale Netzwerke	27
4.2.1. Betrachtungsebenen: persönliches Netzwerk und Gesamtnetzwerk	27
4.2.1.1. Zonen und Funktionen des persönlichen Netzwerks	28
4.2.2. Beziehungstypen	28
4.2.2.1. Soziale Beziehung	29
4.2.2.2. Soziale Gruppe	30
4.2.2.2.1. Soziale Gemeinschaft	31
4.2.2.3. Webbasierte soziale Netzwerke	33
4.2.3. Soziales Kapital	35
4.2.3.1. Formen des Sozialen Kapitals	36
4.2.4. Soziale Homophilie	39
4.3. Zusammenfassung und theoretische Positionierung	41
5. Europäischer Referenzrahmen für Sprachen	43

6. Aktueller Forschungsstand	44
6.1. Studieren im Ausland	44
6.1.1. Erasmus	46
6.2. Web 2.0	48
7. Forschungsdesign	51
7.1. Forschungsfragen und Hypothesen	51
7.2. Erhebungsmethode Online-Befragung	53
7.3. Definition der Grundgesamtheit und Rekrutierung der Probanden	55
7.4. Aufbau und Erstellung des Fragebogens	57
7.5. Untersuchungszeitraum, Stichprobengröße und Dropout	59
8. Ergebnisse	60
8.1. Beschreibung der Stichprobe	60
8.2. Überprüfung der Hypothesen	65
8.3. Weitere Ergebnisse	76
8.3.1. Geschlecht	76
8.3.2. Alter	77
8.3.3. Sprachkenntnisse	78
8.3.4. Studienrichtung	79
9. Diskussion	81
10. Schluss	88
10.1. Zusammenfassung	88
10.2. Ausblick	90
11. Literaturverzeichnis	92
12. Abbildungsverzeichnis	103
13. Glossar	105
Exkurs: das Erasmus-Programm	105
Social Network Site	108

Weblog	110
Forum, Chat, Instant Messaging und Internettelefonie	112
14. Anhang	114
Gemeinsamer Europäischer Referenzrahmen für Sprachen	114
Abschrift des Fragebogens	115
Auswertungstabellen (nach SPSS - Version 19)	124
15. Lebenslauf	173
16. Abstract	174
16.1. Deutsch	174
16.2. English	176

1. EINLEITUNG

Das Erasmus-Austauschprogramm hat seit seiner Gründung im Studienjahr 1987/88 rund 2,3 Millionen¹ Studierenden die Möglichkeit gegeben, einen Teil ihrer Studienzeit im europäischen Ausland zu verbringen. Das erklärte Ziel des Bildungsprogramms der Europäischen Union ist es, dass bis zum Jahr 2020² mindestens 20% aller Studierenden, die ihr Studium abschließen, eine Zeit lang im Ausland studiert haben. Doch nicht nur die EU, auch zukünftige Arbeitgeber sind sehr interessiert an MitarbeiterInnen, die Erfahrungen im Ausland sammeln konnten. Denn diese jungen Menschen bringen nicht nur Kenntnisse in einer oder mehreren Fremdsprachen mit, sondern verfügen meist über eine schnelle und gute Anpassungsfähigkeit und sind aufgeschlossen gegenüber neuen Situationen. „The need to prepare people to function in this new global reality has triggered a surge in international education as the ability to interact with the people of other cultures has become a commodity in itself.“³

Seit der im Jahr 2004 erstmals gebrauchte Begriff „Web 2.0“ auf der Bildfläche erschien, scheint er „magische“ Kräfte entwickelt zu haben. Denn selten wurde ein Begriff so schnell zum Motto einer ganzen Generation und kaum eine „technische Innovation“ hat jemals zuvor so viele Menschen mit dem „Mitmachgedanken“ angesteckt. Facebook, der international erfolgreichsten Social Network Site, gehören derzeit über 750 Millionen⁴ aktive User an, den Kommunikationsdienst Skype⁵ nahmen 2010 im Monat durchschnittlich 145 Millionen User in Anspruch und die Seite blogspot.com⁶ reiht sich international auf dem sechsten, in Österreich auf dem elften Platz der beliebtesten Internetseiten ein – das Internet als Kommunikationsplattform gewinnt immer mehr an Präsenz und Stellenwert und wird von den Usern in den Alltag integriert.

Wie diese Integration während eines Aufenthaltes im Ausland abläuft und wie sich die Nutzung möglicherweise (während und nach dem Aufenthalt) verändert, ist zentraler Bestandteil der Fragestellung dieser Arbeit. Dabei werden die Sprache und deren

¹ Vgl.: European Commission (2011) Seite 4

² Vgl.: ebda Seite 3

³ Zitat: Stoner (2009) Seite 2

⁴ Vgl.: <http://www.facebook.com/press/info.php?timeline>

⁵ Vgl.: <http://about.skype.com/>

⁶ Vgl.: <http://www.alexa.com/topsites/countries/AT> sowie <http://www.alexa.com/siteinfo/blogspot.com>

möglicher Einfluss auf die Auswahl des Kommunikationskanals berücksichtigt.

Zu Beginn erfolgt in Kapitel 2 der konkrete Problemaufriss dieser Forschungsarbeit und die verschiedenen Problemebenen der Fragestellung werden aufgezeigt.

In Kapitel 3 werden die verschiedenen Begriffe und Bereiche, die die Grundlage dieser Arbeit bilden und deren Verständnis für die weitere Untersuchung wesentlich ist, vorgestellt. Dabei werden zuerst das Phänomen „Studieren im Ausland“ und die verschiedenen, auf den Studierenden einwirkenden Dimensionen eines Auslandsaufenthaltes beschrieben. Außerdem wird eine Kategorisierung der unterschiedlichen sozialen Netzwerke, die sich durch ein Studium im Ausland für den Studierenden ergeben, vorgestellt. Des Weiteren erfolgt eine Annäherung an die Begriffe Web 2.0 und Social Web sowie eine Kontrastierung dieser beiden.

Kapitel 4 bietet eine umfassende theoretische Positionierung, bei der diese Forschungsarbeit in zwei verschiedene theoretische Kontexte gestellt wird. Einerseits wird näher auf die Theorie der Mediatisierung und dessen Diskussion in Fachkreisen eingegangen. Dabei wird vor allem das Konzept von Friedrich Krotz⁷ und dessen Weiterführung durch Andreas Hepp⁸ berücksichtigt, welches eine enge Verzahnung von Kulturwandel und Mediatisierung postuliert und dies auf mehreren Ebenen anschaulich darstellt. Im zweiten Teil dieses Kapitels wird außerdem die Theorie der Sozialen Netzwerke vorgestellt und es werden verschiedene soziale Gefüge wie Beziehung, Gruppe, Gemeinschaft, virtuelle Gemeinschaft und webbasiertes soziales Netzwerk näher erläutert. Danach folgt eine Auseinandersetzung zweier wichtiger Konzepte sozialer Netzwerke, und zwar das des Sozialen Kapitals sowie das der Sozialen Homophilie, welche ebenfalls in den Forschungskontext der Arbeit gestellt werden.

Kapitel 5 beschreibt den Inhalt und Sinn des gemeinsamen europäischen Referenzrahmens für Sprachen und zeichnet seine Notwendigkeit in Bezug auf die Kategorisierung und Erfassung von Sprachkenntnissen nach.

In Kapitel 6 wird der aktuelle Forschungsstand, der Status Quo der Untersuchungen, in den Bereichen Studieren im Ausland generell und Erasmus im Speziellen, sowie Web 2.0, Social Web und Webkommunikation unter Berücksichtigung sprachlicher Kompetenzen behandelt. Dabei wird deutlich, welche Lücke wissenschaftlicher Forschung bei der Kombination der Bereiche Studieren im Ausland, Webkommunikation

⁷ Vgl.: Krotz (2001), (2003), (2006), (2007)

⁸ Vgl.: Hepp (2010)

und Sprachkenntnisse vorhanden ist.

Kapitel 7 widmet sich dem Forschungsdesign dieser Untersuchung. Es werden die Forschungsfragen und Hypothesen dieser Arbeit vorgestellt sowie Definition und Rekrutierungsmaßnahmen der zu untersuchenden Grundgesamtheit erläutert. Außerdem werden die Erstellung und der Aufbau des Fragebogens beschrieben und die Vorteile einer Online-Erhebung aufgezeigt. Abschließend erfolgt eine Übersicht über den Untersuchungszeitraum, die tatsächliche Stichprobengröße und den Dropout.

In Kapitel 8 werden die Ergebnisse der Umfrage präsentiert. Zu Beginn dieses Kapitels findet sich eine Beschreibung der Stichprobe anhand soziodemografischer Merkmale, gefolgt von der Überprüfung der Hypothesen. Danach werden weitere Ergebnisse der Befragung präsentiert.

Kapitel 9 widmet sich einer umfassenden Diskussion der Ergebnisse der Untersuchung. Die Ergebnisse werden nochmals reflektiert und in den Kontext der aktuellen Forschung auf diesem Gebiet sowie der theoretischen Konzepte gestellt.

Kapitel 10 fasst abschließend die Ergebnisse der Untersuchung zusammen und bietet einen Ausblick auf die neu entstandenen Fragestellungen und auf weitere Forschungsansätze.

In Kapitel 12 findet sich ein Glossar, in dem verschiedene Begriffe und historische Entwicklungen, wie zum Beispiel „Das Austauschprogramm Erasmus“, Definitionen zu Social Network Site, Weblog etc., die nicht oder nur begrenzt Eingang in die Arbeit gefunden haben, nochmals ausführlicher behandelt werden.

2. STUDIEREN IM AUSLAND UNTER DEN BEDINGUNGEN DES WEB 2.0

Ein Problemaufriss

Diese Arbeit will sich mit dem Kommunikationsverhalten von Studierenden im Ausland beziehungsweise dessen (vermuteter) Veränderung nach der Rückkehr in die Heimat auseinandersetzen. Der Fokus liegt dabei auf den Möglichkeiten der Kommunikation durch das Web 2.0 (gemeint sind damit Social Network Sites wie *Facebook*, *StudiVZ* etc., aber auch themenspezifische Foren, *Skype*, Blogs und Ähnliches) sowie auf der Frage, wie und in welchem Ausmaß diese von Studierenden im Ausland angenommen und genutzt werden. Können sie sich beispielsweise vor den „traditionelleren“ Kommunikationskanälen, wie zum Beispiel Telefonie, E-Mail und Face-to-Face-Kommunikation, positionieren? Welchen Beitrag leisten diese Kommunikationsmedien zur Eingliederung in die „Aufnahmegesellschaft“, aber auch zur Anbindung an die „Heimatgesellschaft“? Es stellen sich Fragen wie „Ist der Studierende jemals wirklich weg?“, „Wie und wie intensiv wird Kontakt mit der Heimat gehalten?“, „Wie wird der Versuch der Eingliederung von den Studierenden gestartet und wie werden einmal geknüpfte Beziehungen gepflegt?“ und „Wie und wie intensiv wird der Kontakt zur ‚Aufnahmegesellschaft‘ nach der Rückkehr in die Heimat gehalten?“.

Bei der Wahl und der Art der Nutzung besagter Kommunikationsmöglichkeiten wird die Annahme unterstellt, dass die verschiedenen Sprachen und Sprachkenntnisse des Studierenden (eigene Muttersprache, Muttersprache der neuen Freunde und Sprache des Gastlandes) eine große Rolle spielen und daher in dieser Arbeit berücksichtigt werden sollen.

Wie wirken sich Sprache und Sprachkenntnisse auf das Kommunikationsverhalten beziehungsweise auf die Wahl des Kommunikationskanals im Web 2.0 tatsächlich aus? Dabei muss im weiteren Verlauf auch beachtet werden, dass sich diese Wahl aufgrund neu erworbener Sprachkenntnisse während des Aufenthaltes verändert beziehungsweise zusätzliche Kommunikationsoptionen entstehen.

Im Rahmen einer Nutzungsstudie, die mittels eines Online-Fragebogens durchgeführt wird, sollen diese Fragen beantwortet, neue Hypothesen generiert und ein Ausblick auf weitere, erforderliche Forschung gegeben werden.

3. ERASMUS UND DAS WORLD WIDE WEB

Eine begriffliche Annäherung

3.1. Studieren im Ausland

Die Entscheidung, ein halbes Jahr oder länger im Ausland zu studieren, wird von vielen Faktoren beeinflusst. Abgesehen von den persönlichen Motiven (Erlernen einer Fremdsprache, differenziertes Studienangebot etc.) ist es mittlerweile auch so, dass Auslandserfahrung und das Beherrschen einer oder mehrerer Fremdsprachen einen entscheidenden Vorteil bei der späteren Jobsuche mit sich bringen können.

„Globalisierung und Internationalisierung haben längst auch den Bildungsbereich erfasst – fast jede/r Studierende überlegt heute, ein Semester oder länger im Ausland zu studieren: Fremdsprachen und Kenntnis vor allem europäischer Zusammenhänge werden immer öfter zur Voraussetzung für den Arbeitsmarkt, ein halbes Jahr lang auf sich allein gestellt ein anderes Land zu erkunden ist allerdings nicht nur eine Erfahrung für den späteren Beruf, es ist auch eine Erfahrung für's Leben.“⁹

Dennoch ist es immer noch so, dass europaweit weniger als zehn Prozent der Studierenden einen Teil ihrer Studienzeit im Ausland verbringen.¹⁰ Jene, die sich dafür entscheiden, das eigene Land und die Universität zu verlassen, um woanders eine Zeit lang zu studieren, kämpfen zu Beginn mit den verschiedensten Problemen.

„Gewohnte Verhaltensmuster, Wertorientierungen und Denkweisen werden in Frage gestellt; selbst ‚Weitgereiste‘ sind bisweilen nicht imstande, die neuen Eindrücke zu verarbeiten.“¹¹

Nach Abschluss des Austauschjahres berichten sie jedoch von wertvollen Erfahrungen, Möglichkeiten, die sich in dieser Art nicht anders bieten würden, sowie der Erweiterung des eigenen Horizontes:

⁹ Zitat: <http://www.oeh.ac.at/studierenleben/studieren/studieren-im-ausland/>

¹⁰ Vgl.: Seebauer (2009) Seite 13

¹¹ Zitat: ebda Seite 35

„Erasmus ist viel mehr als eine Lernerfahrung. Ich sehe die Welt mit neuen Augen, entdecke neue Gefühle und lerne Dinge, die nicht in Lehrbüchern stehen.“¹²

Außerdem gibt ein Aufenthalt im Ausland den Studierenden Sicherheit für die Zukunft und den weiteren, persönlichen Lebensweg: „Ich habe die Freiheit zu wissen, ich kann überall hingehen und dort Fuß fassen.“¹³

Neben einigen anderen Faktoren spielt vor allem das soziale Umfeld, das sich der Studierende im Gastland neu aufbauen muss, eine entscheidende Rolle dabei, ob die Integration und der Aufenthalt generell gelingen oder nicht. „Research has shown that friendship formation plays a significant role in the study abroad experience and that international students form intriguing social networks.“¹⁴

Wer Teil der eigenen „Erasmus-Erfahrung“ ist und wer nicht, welche Menschen aus welchem Herkunftsland Teil des sozialen Netzwerks werden, kann den Aufenthalt entscheidend beeinflussen: „Findings suggest that the more friends one has from the host country the less homesick they are, the more content they are and the more satisfied they are with life in general.“¹⁵

Diese sozialen Netzwerke bilden sich meist in kürzester Zeit – wie dies passiert und durch welche Kommunikationsmittel die Entstehung unterstützt wird, ist Teil der zentralen Fragestellung dieser Forschungsarbeit.

Um etwaige Formulierungs- und Verständnisschwierigkeiten zu vermeiden, wird an dieser Stelle die Kategorisierung der Netzwerke beziehungsweise Gruppen nach Stephen Bochner et al.¹⁶ übernommen:

- Co-nationals: Kontakte mit Herkunft aus dem eigenen Heimatland
- Multi-nationals: Kontakte aus anderen Herkunftsländern (Erasmusgesellschaft)
- Host-nationals: Kontakte mit Herkunft aus dem Gastland

¹² Zitat: http://ec.europa.eu/education/lifelong-learning-programme/doc80_de.htm

¹³ Zitat: Kurier (7.10.2011) Seite 3

¹⁴ Zitat: Hendrickson/Rosen (2009) Seite 2

¹⁵ Zitat: ebda Seite 2f

¹⁶ Vgl.: Bochner et al. (1977) zitiert nach Hendrickson/Rosen (2009) Seite 5

- Basis¹⁷: all jene Kontakte, die man vor dem Aufenthalt schon hatte (Familie, Freunde etc.) und in der Heimat zurücklässt (Heimatgesellschaft)

Im Glossar sind konkrete Daten zum Erasmus-Austauschprogramm sowie ein historischer Überblick der Entwicklung des EU-Bildungsprogramms zur Förderung der Hochschulmobilität zu finden.

¹⁷ Diese Kategorie wurde von der Autorin im Sinne der Vollständigkeit und dem Zweck der Untersuchung dienend hinzugefügt.

3.2. Web 2.0

Der Begriff „Web 2.0“ ist in den letzten Jahren dermaßen inflationär gebraucht worden, dass vielen nicht klar ist, was er überhaupt meint oder beschreibt. Aus diesem Grund folgt hier der Versuch einer Begriffsdefinition, um die Bedeutung für den weiteren Umgang und Gebrauch in dieser Arbeit zu definieren.

Erstmals verwendet wurde der Begriff „Web 2.0“ von Tim O’Reilly und Dale Dougherty, Verleger und Vizepräsident von O’Reilly¹⁸, während eines Brainstormings im Jahr 2004. Dabei „ging es zunächst einmal darum, die Prinzipien zu identifizieren, welche die Firmen teilen, die den Crash der New Economy überlebt haben und heute erfolgreich sind.“¹⁹

Der Begriff meinte eine „gefühlte Veränderung des WWW während der letzten Jahre“²⁰, die vor allem auf die Art und Weise der Nutzung des Internets durch die User anspielte.

„Web 2.0 fungiert als Sammelbegriff für eine lange Reihe neuer Internetanwendungen und -technologien bzw. beschreibt ein neues Verständnis des Nutzungsverhaltens, wonach sich Nutzer von passiven Konsumenten zu aktiven (Co-)Produzenten entwickeln.“²¹

Thilo Trump, Walter Klingler und Maria Gerhards haben dazu eine Grafik entworfen, die die Eigenschaften des sogenannten „Web 1.0“ im Gegensatz zum „Web 2.0“ optisch aufbereitet.

¹⁸ Vgl.: O’Reilly (2011)

¹⁹ Zitat: Alby (2008) Seite 15

²⁰ Zitat: Ebersbach et al. (2010) Seite 23

²¹ Zitat: Sztrakati (2009) Seite 12f

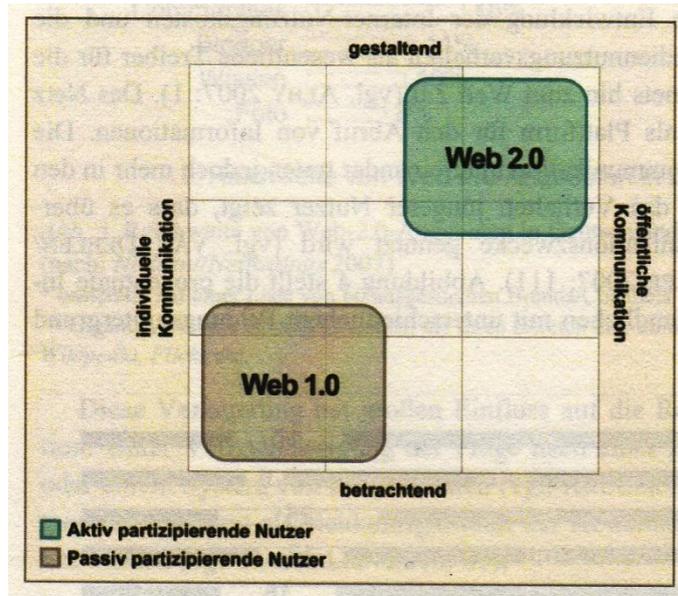


Abbildung 1. Web 1.0 und Web 2.0 im Vergleich
 Vgl.: Trump et al. (2007) Seite 9

Es waren aber nicht nur die Nutzer, die eine neue Haltung gegenüber dem Internet einnahmen und zunehmend selbst Inhalte Online stellten („user generated content“ genannt), sondern auch Zugangsfaktoren wie anwenderfreundliche Softwarelösungen, günstige Flatrates und schnelle Internetverbindungen, die die Auseinandersetzung mit dem World Wide Web für den „durchschnittlichen“ User erleichterten und reizvoll machten.²²

3.2.1. Social Web

Einhergehend mit den vielen Schlagwörtern, die rund um das Web 2.0 fallen, ist auch das sogenannte „Social Web“ oder die „Social Software“ bekannt. Diese Begriffe werden gern und häufig benutzt, dabei ist jedoch auf die Trennung der Begriffe „Web 2.0“ und „Social Web“ und deren Bedeutungen zu achten. Denn:

„Ein Teilbereich des Web 2.0 ist das ‚Social Web‘. Der Begriff fokussiert auf die Bereiche des Web 2.0, bei denen es nicht um neue Formate oder Programmarchitekturen, sondern um die Unterstützung sozialer Strukturen und Interaktionen über das Netz geht.“²³

²² Vgl.: Sztrakati (2009) Seite 12f; Vgl.: Reichert (2008) Seite 9

²³ Zitat: Ebersbach et al. (2010) Seite 29

Anja Ebersbach, Markus Glaser und Richard Heigl schreiben in ihrem Buch „Social Web“ des Weiteren: „Web 2.0 ist ein Begriff, der zwar häufig synonym mit dem Social Web benutzt wird, jedoch wesentlich umfassender ist.“²⁴ Das heißt, das Social Web ist eine „Kategorie“ des Web 2.0 und fokussiert dabei speziell auf die Anwendungen, die soziale Funktionen wie Beziehungsaufbau und Kontaktpflege unterstützen.²⁵

Ebersbach et al. definieren das Social Web, seine Eigenschaften und daraus hervorgehende Produkte folgendermaßen:

Das Social Web²⁶ besteht aus

- (im Sinne des WWW) webbasierten Anwendungen,
 - die für Menschen
 - den Informationsaustausch, den Beziehungsaufbau und deren Pflege, die Kommunikation und die kollaborative Zusammenarbeit
 - in einem gesellschaftlichen oder gemeinschaftlichen Kontext unterstützen,sowie
- den Daten, die dabei entstehen und
- den Beziehungen zwischen Menschen, die diese Anwendungen nutzen.

Simone Schmidts und Meda Mucundorfeanu berücksichtigen bei ihrer Begriffsannäherung an das Social Web auch noch die Möglichkeit der zeitversetzten Interaktion, die somit auch die Aufnahme von Pinnwandeinträgen, Blogkommentaren und Ähnlichem in den Bereich des Social Web ermöglicht:

„...es geht sowohl um real time Interaktion, wenn sich die Gesprächspartner zur gleichen Zeit virtuell begegnen und Informationen austauschen, als auch um ‚slow time‘ Interaktion, wenn sich die Nutzer gegenseitig Kommentare hinterlassen, um sie zu einem späteren Zeitpunkt zu sehen und zu beantworten.“²⁷

Die Social Network Site (SNS abgekürzt) ist das bekannteste Produkt des Social Web. Sie vereint die Möglichkeit zur Selbstdarstellung, Kontaktpflege und optischen

²⁴ Zitat: Ebersbach et al. (2010) Seite 23

²⁵ Vgl.: Mörl/Groß (2008) Seite 55

²⁶ Zitat: Ebersbach et al. (2010) Seite 31

²⁷ Zitat: Schmidts/Mucundorfeanu (2010) Seite 76

Darstellung des eigenen sozialen Netzwerks sowie die Sichtbarmachung der sozialen Netzwerke anderer (der eigenen Kontakte).

Mehr zur Begriffsbestimmung der Social Network Site an sich sowie zu den bekannten Vertretern *Facebook* und *StudiVZ* findet sich im Glossar.

4. MEDIATISIERUNG UND SOZIALE NETZWERKE

Ein theoretischer Rahmen

Diese Forschungsarbeit verlangt aufgrund der thematischen Veranlagung zwei unterschiedliche theoretische Zugänge. Einerseits fragt sie nach der Nutzung und Benutzung technischer Möglichkeiten der Kommunikation und andererseits nach dem sozialen Verhalten, das in einer bestimmten Situation (in diesem Fall der des Auslandsstudiums) an den Tag gelegt wird. Aus diesem Grund werden sowohl die Theorie der Mediatisierung als auch die Theorie der Sozialen Netzwerke vorgestellt, um verschiedene Betrachtungsweisen und Zugänge aufzeigen zu können und anschließend in der empirischen Untersuchung Anwendung zu finden.

4.1. Mediatisierung

„Die Theorie der Mediatisierung will Antwort auf die Frage geben, warum und wie sich Medien und Kommunikation entwickeln und weiter entwickeln werden und welche Folgen das für Mensch und Identität, Kultur und die Formen des menschlichen Zusammenlebens hat.“²⁸

Der technische Fortschritt, den die Medien kontinuierlich durchlaufen, erschließt immer mehr nicht nur die professionelle Kommunikation, im Sinne von „Kommunikation am Arbeitsplatz“, sondern auch den Alltag und die alltägliche Verständigung. „Unsere alltägliche Lebenswelt ist ebenso wie Kultur und Gesellschaft zunehmend von Medien und medienvermittelter Kommunikation durchdrungen.“²⁹

Wie diese Durchdringung wahrgenommen, genutzt, eingebunden und automatisiert wird, aber auch wie sie die Art (und vielleicht auch die Qualität) der Kommunikation

²⁸ Zitat: Krotz (2007) Seite 12

²⁹ Zitat: Lingenberg (2010) Seite 148

verändert, will die Theorie der Mediatisierung beschreiben und erforschen. Dabei sind jedoch nicht die Medien der aktive Teil³⁰, sondern die Menschen, die das Potenzial der zur Verfügung stehenden Kommunikationsmöglichkeiten auf bestimmte Weise nutzen (oder auch nicht).

An dieser Stelle sei auf die in der Fachliteratur zu findende Debatte um die Benennung (und mit der Namensgebung auch um das generelle Verständnis) dieses theoretischen Konzepts hingewiesen. Die Begriffe „Mediatisierung“ beziehungsweise „Medialisierung“ (im englischen auch oft „Mediation“ oder „Mediatization“) werden oft parallel und synonym verwendet.³¹ Trotz wiederholter Verweise, warum sich der Begriff „Mediatisierung“ nicht eigne (weil er in der Geschichtswissenschaft und den Sozialwissenschaften bereits anders belegt ist³²), konnte er sich weitestgehend etablieren beziehungsweise haben die Fürsprachen für die Verwendung des Begriffs „Medialisierung“ wenig Widerhall erfahren. Michael Meyen³³ führt dies auf die generell unterschiedlichen Zugänge zum Thema beziehungsweise unterschiedlich angewendeten Mediumsbegriffe (vergleiche dazu Krotz' Basisbegriff der Kommunikation³⁴ und zum Beispiel den ausdifferenzierten Medienbegriff nach Saxer³⁵, der Medien als „komplexe institutionalisierte Systeme um organisierte Kommunikationskanäle von spezifischem Leistungsvermögen“ definiert) sowie auf die verschiedenen Gegenstandsperspektiven (Veränderung von Alltag, Identität und Kultur der Menschen durch die Entwicklung der Medien oder Folgen von medial vermittelter öffentlicher Kommunikation und der Orientierung von Institutionen und Sozialsystemen an deren Logik) zurück. Thomas Steinmaurer³⁶ verwendet sogar beide Begriffe: Mediatisierung als Bezeichnung für den dichter werdenden Vernetzungsgrad in der Gesellschaft und Medialisierung als Begriff zur Beschreibung medientypischer Verhaltens- und Denkweisen.

Friedrich Krotz hat trotz Einwänden anderer Autoren am Begriff „Mediatisierung“ dennoch festgehalten und ihn, neben Individualisierung, Globalisierung und Kommerzialisierung, als Metaprozess skizziert (mehr dazu später im Kapitel).

³⁰ Vgl.: Krotz (2001) Seite 19

³¹ Vgl.: Meyen (2009) Seite 2f

³² Vgl.: Donges (2005) Seite 323; Vgl.: Stöber (2008) Seite 13f

³³ Vgl.: Meyen (2009) Seite 3f

³⁴ Vgl.: Krotz (2007) Seite 11

³⁵ Vgl.: Saxer (1980)

³⁶ Vgl.: Steinmaurer (2003) Seite 107

Meyen³⁷ zeigt drei wesentliche Vorteile dieser Theorie der Mediatisierung auf:

- Mit Krotz' Basisbegriff „Kommunikation“ können alle Kommunikationsformen erfasst werden (private und öffentliche Kommunikation oder interpersonale Kommunikation und Massenkommunikation).
- Die handlungstheoretische Perspektive berücksichtigt nicht nur mögliche Veränderungen in Politik oder Wirtschaft (bestimmte Technologien werden gefördert oder andere nicht, was Auswirkung auf die Medienentwicklung hat) sondern auch Alltag, Sozialisationsbedingungen, menschliche Ausdrucksformen und Beziehungen sowie die Art, wie Menschen ihre Welt konstituieren.³⁸
- Krotz konstituiert Medien als Kommunikationspotenziale, die die Kommunikation zunächst unabhängig von deren Inhalten beeinflussen. Damit schafft er eine Verbindung zur Mediumstheorie³⁹, die den Medien rein kraft ihrer Beschaffenheit Einfluss auf die Art ihrer Nutzung sowie auf soziale, politische und psychologische Determinanten zuschreibt.⁴⁰

Diese Forschungsarbeit orientiert sich an Krotz' Konzept der Mediatisierung und es wird daher im weiteren Verlauf der Begriff „Mediatisierung“ im seinem Sinn verwendet.

Krotz, der sich seit Langem mit dem Konzept der Mediatisierung beschäftigt, sieht die Mediatisierung als Metaprozess, wobei der Prozess keinen Vorgang mit konkretem Anfangs- und Endpunkt meint.⁴¹ Vielmehr sind unter Metaprozessen „Konstrukte, die spezifische, beobachtbare und als Entität gedachte Phänomene über eine Zeit hinweg beschreiben und theoretisch erfassen“⁴² können, zu verstehen.

Neben der Mediatisierung sieht Krotz auch die Individualisierung, die Globalisierung und die Kommerzialisierung als Metaprozesse, deren Entwicklungen nicht punktuell durch einzelne Studien, sondern durch theoretische Konstrukte, die langfristige

³⁷ Vgl.: Meyen (2009) Seite 6

³⁸ Vgl.: Krotz (2003) Seite 15ff

³⁹ Vgl.: Meyrowitz (1995) Seite 50f

⁴⁰ Vgl.: Sonnberger (2011) Seite 26

⁴¹ Vgl.: Hartmann/Hepp (2010) Seite 12

⁴² Zitat: Krotz (2006) Seite 29

Entwicklungen aufzeigen, erklärt werden können⁴³. Des Weiteren meint Krotz, dass sich diese Metaprozesse gegenseitig beeinflussen:

„Individualisierung und Globalisierung produzieren beide mehr mediatisierte Kommunikation, da Menschen zunehmend mediatisierte Information und Kommunikation benötigen, um informiert und integriert und mit anderen Menschen verbunden zu sein. Dementsprechend kann man sagen, dass beide Metaprozesse die Mediatisierung unterstützen und vorantreiben.“⁴⁴

Mediatisierte Kommunikation lässt sich in drei Arten von Kommunikation ausdifferenzieren:

„mediatisierte interpersonale Kommunikation, interaktive Kommunikation verstanden als Kommunikation zwischen Mensch und einem ‚intelligenten‘ Hardware/Software-System sowie das, was früher ‚Massenkommunikation‘ genannt wurde, aber eigentlich Produktion und Rezeption von standardisierten und allgemein adressierten Kommunikaten genannt werden muss.“⁴⁵

Besonders zu berücksichtigen ist die erstgenannte mediatisierte interpersonale Kommunikation, denn sie umfasst all jene Arten von Kommunikation, die via Internet mit anderen Individuen (sowohl zeitlich synchron als auch zeitlich verschoben) getätigt werden, wie zum Beispiel bei der Verwendung von Social Network Sites, Chats, Foren oder Internettelefonie.

Generell steht die Mediatisierung in starkem Zusammenhang mit dem kulturellen Wandel. Die unten stehende Grafik zeigt die gemeinsame Entwicklung und gegenseitige Durchdringung der beiden Bereiche von 1950 bis heute.

⁴³ Vgl.: Hartmann/Hepp (2010) Seite 12

⁴⁴ Zitat: Krotz (2006) Seite 35

⁴⁵ Zitat: Krotz (2007) Seite 13

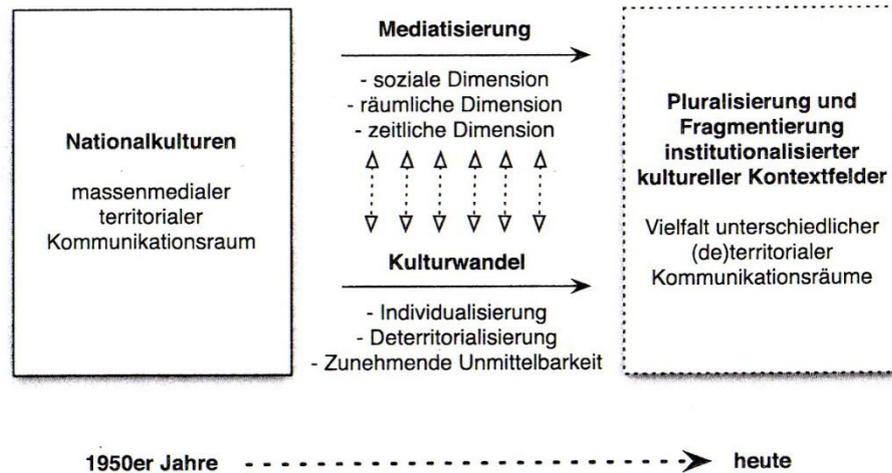


Abbildung 2. Mediatisierung und Kulturwandel

Vgl.: Hepp (2010) Seite 71

„Grundlegend können wir sagen, dass Mediatisierung den Prozess einer zunehmenden Verbreitung technischer Kommunikationsmedien in unterschiedlichen sozialen und kulturellen Sphären bezeichnet.“⁴⁶

Diese Verbreitung findet, wie auch in der Grafik dargestellt, in unterschiedlichen Dimensionen statt: der sozialen, der zeitlichen und der räumlichen Dimension.

Zur sozialen Dimension:

Die soziale Dimension der Mediatisierung verweist in Richtung Individualisierung, das meint die Zersplitterung des klassischen „Wir-Gefühls“ und dessen traditioneller Erzeugung durch Face-to-Face-Kommunikation. Der Ersatz erfolgt durch individuelle, persönlich auserwählte Netzwerke (sowohl reale als auch Online-Netzwerke und Mischformen dieser beiden), die aufgrund der Entgrenzung des Mediengebrauchs ermöglicht und unterstützt werden.

⁴⁶ Zitat: Hepp (2010) Seite 66

„Schließlich sozial/situativ und in ihrem Sinnbezug entgrenzen sich Medien, weil sie allein oder in Kombination in immer mehr Situationen und Kontexten, mit immer mehr Absichten und Motiven verwendet werden, und zwar sowohl kommunikator- als auch rezeptionsseitig. Dadurch sind die sozialen Beziehungen der Menschen immer häufiger auch durch Medien vermittelt und mit deren Hilfe gestaltet.“⁴⁷

Barry Wellman et al.⁴⁸ führen den Begriff des „networked individualism“ ein, der eine Veränderung weg von einer house-to-house hin zu einer person-to-person Kommunikation nachzeichnet, also einer Individualisierung der Auswahl der Netzwerke, denen eine Person angehört. Das bedeutet, dass sich die Menschen ihre Netzwerke (größtenteils) selbst aussuchen, diese nicht mehr lokal-geografisch gebunden sind und sie gleichzeitig auch mehreren Netzwerken angehören können, um einerseits die Vorteile dieser für ihren Lebensstil zu nutzen und andererseits (ob gewollt oder nicht) auch das Optimum an Sozialem Kapital zu generieren (mehr zu Sozialem Kapital in Kapitel 4.2.3.).

Diese Veränderung des sozialen Verhaltens lässt sich am Aufbau des sozialen Netzwerks eines Studierenden im Ausland eindrucksvoll beobachten. Dem klassisch erzeugten „Wir-Gefühl“ durch Familie, Freunde und Heimatland wird ein neues, selbst ausgewähltes, persönliches Netzwerk hinzugefügt beziehungsweise gegenübergestellt. Diese neu entstehenden Netzwerke werden größtenteils über das Internet gepflegt, welches im Zuge der Entgrenzung der Medien Kommunikationsräume anbietet, die für diese spezielle Art von Kontaktservice genutzt werden können.

Zur zeitlichen Dimension:

Die Verbreitung der technisch unterstützten Kommunikation führt auf zeitlicher Ebene laut Andreas Hepp zu einer zunehmenden Unmittelbarkeit. Hepp⁴⁹ verweist weiter auf John Tomlinsons Konzept der „Kultur der Augenblicklichkeit“⁵⁰, welches die Erwartung schneller Lieferung, ständiger Verfügbarkeit und sofortiger Gratifikation von Wünschen beinhaltet. Hepp sieht Medien als „Instanzen der

⁴⁷ Zitat: Krotz (2007) Seite 96

⁴⁸ Vgl.: Wellman et al. (2003); Vgl.: Boase et al. (2006)

⁴⁹ Vgl.: Hepp (2010) Seite 73

⁵⁰ Vgl.: Tomlinson (2007) Seite 74ff

Synchronisation“⁵¹, die sich keinen geographischen Grenzen mehr beugen. Friedrich Krotz formuliert den Einfluss der Mediatisierung auf die zeitliche Dimension, der mit Hepps Idee der „Synchronisation“ konform geht, folgendermaßen:

„Zeitlich stehen alle Medien insgesamt, aber auch jedes einzelne in immer größerer Anzahl zu allen Zeitpunkten zur Verfügung und bieten immer dauerhafter Inhalte an.“⁵²

Die Charakteristika der zeitlichen Dimension können im Fall dieser Untersuchung sowohl auf das „zurückgelassene Netzwerk“ als auch für die neu aufgebauten Kontakte angewendet werden. Die „Daheimgebliebenen“ sind aufgrund von schneller (sofortiger) Datenübermittlung relativ leicht zu kontaktieren beziehungsweise können Daten schnell ausgetauscht werden. Telefonate über das Internet, die zu jedem Zeitpunkt möglich sind, führen zu einem „closeness“-Gefühl, das teilweise vielleicht glauben macht, der Studierende wäre gar nicht wirklich weg. Personen aus dem neu geknüpften Kontaktsystem können ebenfalls bei Bedarf sofort benachrichtigt werden, um zum Beispiel Verabredungen oder Treffpunkte (mehr oder weniger) spontan auszumachen oder andere dringende Belange zu klären.

Zur räumlichen Dimension:

Der Fortschritt der technischen Kommunikation ermöglicht es, Gemeinschaften beizutreten, Netzwerke aufrecht zu erhalten und Beziehungen zu pflegen,⁵³ deren Existenz beziehungsweise persönliche Pflege aufgrund von unterschiedlichen geographischen Standorten nicht möglich wäre, durch die Webkommunikation jedoch nur einen Mausklick weit entfernt liegen.

„Räumlich finden sich Medien an immer mehr Orten und sie verbinden zu immer mehr Orten – potenziell oder tatsächlich. Dies gilt sowohl für geographische als auch für soziale Orte.“⁵⁴

Medien verbinden somit über jegliche Grenzen hinweg und führen zu einer

⁵¹ Zitat: Hepp (2010) Seite 73

⁵² Zitat: Krotz (2001) Seite 22

⁵³ Vgl.: Hepp (2010) Seite 73

⁵⁴ Zitat: Krotz (2007) Seite 96

zunehmenden Deterritorialisierung.

Auf diese Deterritorialisierung beziehen sich auch andere Autoren wie Ulrich Beck, der die „transnationale Ortspolygamie, das Verheiratetsein mit mehreren Orten, die verschiedenen Welten angehören [...] das Einfallstor der Globalität im eigenen Leben“⁵⁵ nennt.

Ebenfalls Bezug nehmend auf die räumliche Dimension der Mediatisierung meinen Claus Tully und Dirk Baier:

„Die im Zuge von Globalisierungs- und Mediatisierungsprozessen zunehmende Multi-Lokalität und Mobilität persönlicher Lebenswelten stellt nicht nur ein Wesensmerkmal, sondern auch ein Freiheitsrecht ebenso wie eine Ideologie moderner Gesellschaften dar. Nie zuvor waren die Menschen so mobil wie heute, nie gab es so viele Touristen, Pendler, Austauschstudenten und Migranten, aber auch Flüchtlinge.“⁵⁶

Multi-Lokalität, Ortspolygamie oder Deterritorialisierung – alle diese Ausdrücke stehen für einen Lebenswandel, der das Leben und Arbeiten an verschiedenen Orten der Welt und die damit verbundenen beziehungsweise dort geknüpften sozialen Beziehungen beschreiben will. Das letzte Zitat greift konkret den Begriff „Austauschstudenten“ auf und lässt die Parallele zur Fragestellung dieser Untersuchung erkennen. Die eigene Wahrnehmung für das Überwinden von Raum und dessen Grenzen hat sich aufgrund der zunehmenden Mediatisierung verändert und lässt oftmals die „Welt als Dorf“ erscheinen. Gepaart mit der Idee der zeitlichen Synchronisation lässt es die Studierenden tatsächlich verschiedenen Welten angehören, wie es Ulrich Beck bereits beschrieben hat. Einerseits leben sie in der neuen Welt des Auslands, andererseits können sie durch den Einsatz von webbasierten Kommunikationsmöglichkeiten stets in Verbindung (je nach Intensität des Kontaktes stärker oder schwächer) in das Geschehen in der Welt ihres Heimatorts eingebunden oder zumindest darüber informiert werden. In letzter Konsequenz können, diesen Gedanken weiterverfolgend, geschlossene Freundschaften und soziale Beziehungen dann auch nach Beendigung des Auslandsaufenthaltes, trotz unterschiedlicher geografischer Standorte, aufrechterhalten werden.

⁵⁵ Zitat: Beck (1997) Seite 129

⁵⁶ Zitat: Tully/Baier (2006) Seite 15ff

4.1.1. Identität als Netznutzer

Im Zuge der Mediatisierung entstehen neue Netz-Identitäten beziehungsweise Identitätsmuster, die der User (meist) freiwillig einnimmt. Nicola Döring⁵⁷ formuliert folgende drei Dimensionen, gemäß denen die User anhand ihres Online-Verhaltens positioniert werden können:

- Chronizität der Interneterfahrung: newbie versus oldbie
- Nutzungsintensität im Sinne von Zeitbudget: light user versus heavy user
- Nutzungsstil im Sinne von aktiv-produktiver Beteiligung (lurker versus poster)

Die Positionierung einer Person auf diesen drei Ebenen kann sehr linear erscheinen (zum Beispiel oldbie/heavy user/poster), sie kann aber durchaus aufgrund persönlicher Vorlieben oder dienstlicher Verpflichtungen „scheinbar“ willkürlich (oldbie/light user/poster) ausfallen. Döring erklärt diese Kombination folgendermaßen:

„...so kann eine Person etwa in Newsgroups aktiv Beiträge schreiben (poster), im WWW aber ohne eigene Homepage nur Fremdangebote rezipieren (lurker bzw. browser). Sie kann seit Jahren chatten (oldbie), aber erst seit kurzem an Online-Spielen teilnehmen (newbie). Sie kann mehrmals täglich E-Mail-Kommunikation betreiben (heavy user), aber nur sporadisch Internet-Telefonie (light user).“⁵⁸

Entsprechend der Positionierung in diesen Dimensionen entwickelt der User eine Netznutzer-Identität, die teilweise auch im realen Leben übernommen wird.

„Wer das Internet sparsam und primär sachbezogen nutzt, kann vielleicht eine Identität als pragmatischer Internetnutzer etablieren. Wer dagegen aktiv und engagiert an der Netzkultur [...] und an einzelnen sozialen Internet-Diensten partizipiert, kann etwa eine Identität als Chatter oder Mudder etablieren und wird durch spezifische Verhaltensweisen (z.B. Jargon, Spezialwissen, Freizeitgestaltung) innerhalb und außerhalb des Netzes auch als solcher erkennbar sein bzw. kann sich als solcher zu erkennen geben.“⁵⁹

⁵⁷ Vgl.: Döring (2003) Seite 372

⁵⁸ Zitat: ebda Seite 372f

⁵⁹ Zitat: ebda Seite 374

Dementsprechend werden auch die Erwartungen des Bekanntenkreises, sowohl die des realen Lebens als auch die der virtuellen Welt, ausfallen. Hat jemand eine Identität als heavy user und poster etabliert, so wird man von ihm eher eine eigene Homepage mit Updates und Geschichten über den Auslandsaufenthalt erwarten, als von jemandem, der das Internet und dessen Kommunikationsmöglichkeiten eher sporadisch nutzt und dessen Wissen bezüglich verschiedenster Anwendungen begrenzt ist.

4.2. Soziale Netzwerke

Die Theorie der sozialen Netzwerke bietet geeignete Anknüpfungspunkte und eröffnet den zweiten theoretischen Zugang. Der Netzwerkansatz ermöglicht die Beschreibung von Mustern und Strukturen sozialer Beziehungen und bietet grundsätzlich zwei verschiedene Betrachtungsebenen: die des persönlichen (egozentrierten) Netzwerks und die des Gesamtnetzwerks.

4.2.1. Betrachtungsebenen: persönliches Netzwerk und Gesamtnetzwerk

Nicola Döring liefert folgende Definition für ein egozentriertes soziales Netzwerk:

„Die Gesamtheit der sozialen Beziehungen, die eine Person (Ego, Fokalsperson, Fokuspersion) mit anderen Menschen (Alteri) unterhält sowie deren Beziehungen untereinander bezeichnet man als soziales Netzwerk dieser Person (egozentriertes Netzwerk, persönliches Netzwerk).“⁶⁰

Nach Horst Heidbrink et al. umfasst ein Gesamtnetzwerk „sämtliche Beziehungen aller Akteure aus der Sicht jedes einzelnen Akteurs“⁶¹.

Lorenz Gräf⁶² definiert das soziale Netzwerk allgemein „als ein Set von Personen, die durch andauernde Beziehungen eines bestimmten Typs miteinander verbunden sind“⁶³. Dabei unterscheidet er erstens das Gesamtnetzwerk, zweitens das allgemeine Beziehungsgeflecht und drittens das persönliche Netzwerk, welches alle Personen, mit denen ein Akteur direkt oder über mehrere Stufen verbunden ist, einschließt.

Damit knüpft Gräf zunächst an Heidbrinks Gesamtnetzwerkverständnis und in weiterer Folge auch an Dörings Verständnis eines egozentrierten oder persönlichen Netzwerks an. In beiden Fällen werden Personen (Akteure) als Knoten und Beziehungen als die verbindenden Linien aufgefasst. Danach kann die Art der

⁶⁰ Zitat: Döring (2003) Seite 409

⁶¹ Zitat: Heidbrink et al. (2009) Seite 175

⁶² Vgl.: Gräf (1997) Seite 102f

⁶³ Zitat: ebda Seite 102

Beziehung, also die Funktion der Linie, untersucht werden.⁶⁴

Heidbrink⁶⁵ beschreibt weiter, dass sich aus der Erfassung egozentrierter Netzwerke später ein soziales System im Sinne eines Gesamtnetzwerks konstruieren lässt.

4.2.1.1. Zonen und Funktionen des persönlichen Netzwerks

Lorenz Gräf⁶⁶ teilt das soziale Netzwerk einer Person in verschiedene Zonen, bestehend aus Personenkreisen, die unterschiedliche Funktionen für Ego erfüllen, ein: die primäre Zone, charakterisiert durch starke Beziehungen und hohe emotionale Beteiligung; die erweiterte Zone, bestehend aus schwachen Beziehungen und geringer affektiver Nähe; und die persönliche Öffentlichkeit, die jede Person, die Ego kennt, einschließt, wie zum Beispiel Freundesfreunde.

Diese persönliche Öffentlichkeit⁶⁷ oder auch Peripherie, wie sie von Döring⁶⁸ bezeichnet wird, hat zwei Funktionen: einerseits wird Egos Verhalten beobachtet und bewertet und zu (s)einem Verhaltenskonto addiert; andererseits stellen alle Personen, die Ego kennt, Ressourcen zur Verfügung, die Ego für seine Zielerreichung nutzen kann – das sogenannte soziale Kapital (siehe Kapitel 4.2.2).

4.2.2. Beziehungstypen

Im Folgenden werden die verschiedenen Ebenen, die sich in einem sozialen Netzwerk finden, umrissen sowie die Beziehungstypen „soziale Beziehung“, „soziale Gruppe“ und „soziale Gemeinschaft“ und deren Kategorien vorgestellt. Anschließend erfolgt eine Annäherung an den Begriff des „webbasierten sozialen Netzwerks“.

⁶⁴ Vgl.: Heidbrink et al. (2009) Seite 175

⁶⁵ Vgl.: ebda Seite 175

⁶⁶ Vgl.: Gräf (1997) Seite 102ff

⁶⁷ Vgl.: ebda Seite 103f

⁶⁸ Vgl.: Döring (2003) Seite 410

4.2.2.1. Soziale Beziehung

„Eine soziale Beziehung zwischen zwei Menschen besteht, wenn sie wiederholt miteinander Kontakt haben. Charakteristisch für soziale Beziehungen ist damit, dass sie sich über mehrere Zeitpunkte erstrecken.“⁶⁹

Döring entwirft dieses Schema, um die möglichen Formen der sozialen Beziehung darstellbar (und in weiterer Folge differenzierbarer) zu machen:

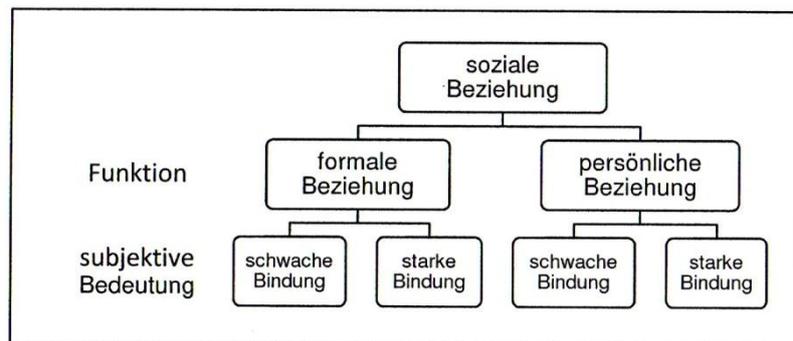


Abbildung 3. Modell Soziale Beziehung

Vgl.: Mörl/Groß (2008) nach Döring (2003) Seite 405

Formale Beziehungen⁷⁰ lassen sich auf der sachlichen Ebene einordnen. Sie bestehen meist, um konkrete Aufgaben zu bewältigen und sind durch formale Vorgaben reglementiert. Persönliche Beziehungen⁷¹ hingegen zeichnen sich durch ein gewisses Maß an Vertrautheit, Wertschätzung und den gegenseitigen Austausch der Beziehungspartner aus. Formale Beziehungen entstehen meist auch aus von außen auferlegten Regeln oder Vorgaben, während persönliche Beziehungen meist aus einer persönlichen Wahl heraus entstehen. Starke und schwache Bindung⁷² unterscheiden sich in ihrem Maß an Intimität und Emotionalität. Sie werden später im Kapitel „Soziales Kapital“ genauer betrachtet und formuliert werden.

⁶⁹ Zitat: Mörl/Groß (2008) Seite 32

⁷⁰ Vgl.: ebda Seite 33

⁷¹ Vgl.: ebda Seite 53

⁷² Vgl.: Döring (2003) Seite 407

4.2.2.2. Soziale Gruppe

Udo Thiedeke definiert die (soziale) Gruppe als „eine angebbare Zahl von Gruppenmitgliedern, die zur Erlangung eines Gruppenziels über längere Zeit in einem kontinuierlichen Interaktionsprozess stehen“⁷³. Dörings⁷⁴ Konzept folgend, kann auch für die soziale Gruppe eine Systematik entworfen werden, die sich wie folgt darstellt:

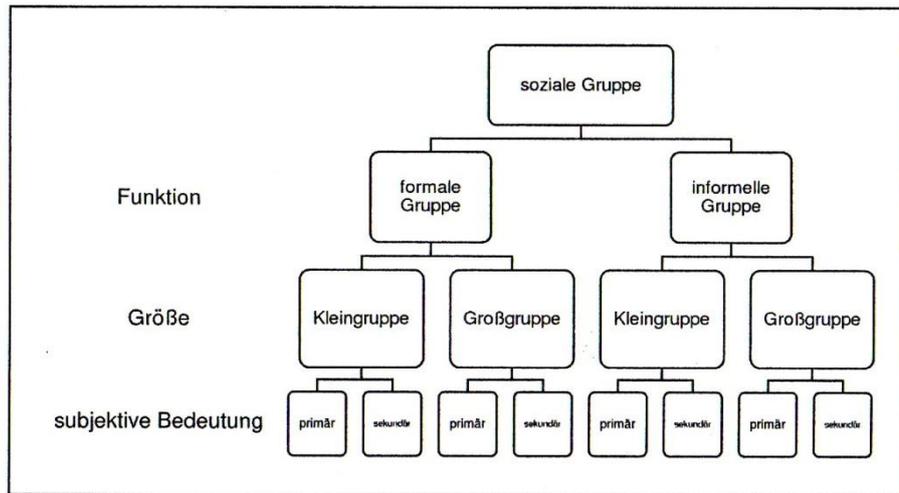


Abbildung 4. Modell Soziale Gruppe

Vgl.: Mörl/Groß (2008) nach Döring (2003) Seite 490

Die Charakteristika der Gruppe ähneln jenen der sozialen Beziehung und seien daher an dieser Stelle nur kurz angerissen: Formale Gruppen „sind durch eine strikte Aufgabenorientierung und eine ausgeprägte Rollendifferenzierung zwischen den Mitgliedern gekennzeichnet (z.B. Arbeitsgruppen)“⁷⁵. Informelle Gruppen „ergeben sich aus spontanen Kontakten. (...) Sie orientieren sich am Zusammenhalt, der Harmonie oder persönlichem Zugewinn.“⁷⁶

Andreas Schelske⁷⁷ beschreibt die Primärgruppe als eine Gruppe mit starken Banden der Zugehörigkeit, kontinuierlicher Interaktion zwischen den Mitgliedern und einer relativ langen Dauer der Zugehörigkeit zur Gruppe. Die Sekundärgruppe hingegen verfügt über schwache persönliche Beziehungen, eine relativ kurze Dauer

⁷³ Zitat: Thiedeke (2000) Seite 37

⁷⁴ Vgl.: Döring (2003) Seite 405

⁷⁵ Zitat: Mörl/Groß (2008) Seite 35

⁷⁶ Zitat: ebda Seite 35

⁷⁷ Vgl.: Schelske (2007) Seite 111

der Zugehörigkeit sowie schwache Bande der Zuneigung zwischen den Gruppenmitgliedern.

Die Gliederungen von Mörl/Groß beziehungsweise Döring und diejenige von Schelske harmonieren anhand ihrer Funktionen und der Intimitätszugeständnisse der Mitglieder: so kann die informelle Gruppe auch als Primärgruppe und die formale Gruppe als Sekundärgruppe bezeichnet werden.

Es besteht natürlich auch die Möglichkeit, dass sich innerhalb einer formalen Gruppe, zum Beispiel einer Arbeitsgruppe, kleinere informelle Gruppen, also kleine Primärgruppen innerhalb einer Sekundärgruppe, herausbilden.⁷⁸ Dieses Phänomen ist des Öfteren zum Beispiel in Schulklassen zu beobachten. Während die Klasse an sich als Sekundärgruppe gewertet werden kann, so bilden sich häufig kleinere Gruppierungen innerhalb der Klasse, die man als Primärgruppe oder informelle Gruppe bezeichnen kann. Das schließt natürlich nicht aus, dass sich die ganze Klasse selbst als Primärgruppe oder soziale Gemeinschaft empfindet, doch in erster Instanz wird die Klasse nach strukturellen und nicht nach sozialen Kriterien zusammengesetzt.

4.2.2.2.1. Soziale Gemeinschaft

Es ist nicht einfach die soziale Gemeinschaft in Bezug zur sozialen Gruppe zu stellen, denn die Grenzen verschwimmen an vielen Stellen. Eine soziale Gemeinschaft zeichnet sich durch ein stärkeres Maß an Wärme, Geborgenheit, Heimatgefühl und Ursprünglichkeit aus.⁷⁹ Diesen Annahmen folgend, müsste eine soziale Gruppe, um als soziale Gemeinschaft zu gelten, eine informelle Gruppe mit eher starken Bindungen sein (Primärgruppe). Die soziale Gemeinschaft kann daher als eine spezielle Ausformung der sozialen Gruppe gesehen werden.

Sandra Seubert trifft noch eine weitere Unterscheidung zwischen Gemeinschaft und Gesellschaft:

⁷⁸ Vgl.: Thiedeke (2000) Seite 34

⁷⁹ Vgl.: Döring (2003) Seite 493

„Während Gemeinschaften kleine, familienähnliche Gruppierungen darstellen, die durch strukturelle, innere Gemeinsamkeiten verbunden sind, werden Gesellschaften als große anonyme Gruppierungen charakterisiert, die durch formelle, äußere Bande, vor allem in Form von Vertragsbeziehungen, zusammengehalten werden.“⁸⁰

Den Kreis zu Döring und Schelske schließend, lässt sich festhalten, dass eine Gesellschaft durchaus Ähnlichkeit mit einer formalen Großgruppe beziehungsweise Sekundärgruppe hat (und daher ebenfalls, wie die soziale Gemeinschaft, auf die Kategorie soziale Gruppe zurückzuführen ist).

Eine besondere Form der sozialen Gemeinschaft ist die virtuelle Gemeinschaft. Reale soziale Gemeinschaften lassen sich von virtuellen Gemeinschaften (auch als virtual communities bezeichnet) in ihrer Beschaffenheit unterscheiden, denn „virtuelle Gemeinschaften sind (...) im Gegensatz zu realen Gemeinschaften sehr dynamisch und veränderbar, sodass sich die Form einer Community nie aus den vorherigen Bestandteilen vorhersagen lässt.“⁸¹

Bernadette Kneidinger⁸² begründet diese Eigenschaft in der Tatsache, dass virtuelle Gemeinschaften keine realen Kontakte oder Interaktionen verlangen und daher ein Verlassen der Gruppe mit wenig Aufwand oder Schuldgefühl verbunden ist.

Weiterführend benennt Kneidinger⁸³ folgende Differenzierungsmerkmale zwischen realen und virtuellen Gemeinschaften: Reale Gemeinschaften können als stabile Einheit gesehen werden, während virtuelle Gemeinschaften sich eher als loser Zusammenschluss, der jederzeit wieder auseinanderfallen kann, charakterisieren lassen. Abgesehen von der Beständigkeit sind aber auch die „formalen“ Hürden, wie der Beitritt und das Austreten aus der Gemeinschaft, in der Realität viel eher mit sozialen Schuldgefühlen und Konsequenzen verbunden, während die virtuelle Gemeinschaft ein unkompliziertes und einfaches Verlassen ermöglicht.

Auf den Ausgangspunkt, nämlich das soziale Netzwerk, zurückkommend, sei hier Andreas Schelskes Beitrag zur Definition eines sozialen Netzwerks verwiesen. Er charakterisiert soziale Netzwerke durch relative Gleichrangigkeit und Autonomie der Akteure, die untereinander nonhierarchische Beziehungen eingehen und im

⁸⁰ Zitat: Seubert (2009) Seite 43

⁸¹ Zitat: Kneidinger (2010) Seite 45

⁸² Vgl.: ebda Seite 45

⁸³ Vgl.: ebda Seite 45f

Vertrauen miteinander kooperieren.⁸⁴ Gruppen und Gemeinschaften seien dagegen öfter hierarchischer organisiert als soziale Netzwerke und weisen „interne Gruppengrenzen der Zugehörigkeit“⁸⁵ auf, das heißt, die Mitglieder wissen wer dazu gehört und wer nicht. Diese Funktion ist bei sozialen Netzwerken weit weniger stark ausgeprägt.⁸⁶

Kneidingers Überlegungen zur virtuellen Gemeinschaft sowie Schelskes Netzwerkverständnis lassen sich auf die Eigenschaften webbasierter sozialer Netzwerke umlegen. Jeder kann mitmachen (sofern er über die notwendigen technischen Voraussetzungen verfügt), aber auch jederzeit wieder aussteigen, es herrscht kaum Hierarchie (wenn man von etwaigen „Moderatoren“ oder „Administratoren“ absieht) und es verlangt ein gewisses Maß an Vertrauen, um Informationen über sich preiszugeben sowie Informationen unbekannter Kontakte annehmen und gegebenenfalls auch verwerten zu können.

4.2.2.3. Webbasierte soziale Netzwerke

Auf die eben erläuterten Ebenen eines sozialen Netzwerkes Bezug nehmend, können webbasierte soziale Netzwerke jede Art von Beziehung hervorbringen beziehungsweise unterstützen.⁸⁷ So kann es zum Beispiel eine soziale Beziehung zwischen engen Freunden geben (realweltlich und/oder virtuell), Primärgruppen zwischen Freunden und Familie, Sekundärgruppen in Form von Online-Arbeitsgruppen oder geschäftlichen Kontakten auf Business-Plattformen und so weiter. Welche Form(en) von Netzwerk(en) sich ein User aufbaut, hängt mit Sicherheit größtenteils von seiner Motivation, Interessen und Zeitinvestition ab (siehe dazu Dörings Kategorien zur Netz-Identität. Jemand, der sehr selten Online ist – light user –, wird nicht so leicht soziale Beziehungen oder eine Mitgliedschaft in einer Primärgruppe aufbauen können, als jemand, der aktiv und regelmäßig – poster/heavy user – am Online-Geschehen teilnimmt).

Eine Definition für webbasierte soziale Netzwerke abzugeben, scheint aufgrund ihrer umfangreichen Funktionen fast nicht machbar. Dennoch bemüht sich die folgende

⁸⁴ Vgl.: Schelske (2007) Seite 123

⁸⁵ Zitat: ebda Seite 123

⁸⁶ Vgl.: ebda Seite 123f

⁸⁷ Vgl.: ebda (2007) Seite 123

Beschreibung, den oben genannten Annahmen folgend und die real beobachtbaren Abläufe und Begebenheiten berücksichtigend, um einen möglichst vollständigen und daher recht ausführlichen Entwurf eines webbasierten sozialen Netzwerks:

„Das idealtypische webbasierte soziale Netzwerk ist ein in sich geschlossenes soziales System, welches der Abbildung, dem Aufbau und der Pflege (realweltlicher und virtueller) zwischenmenschlicher sozialer Beziehungen im Internet dient (Hinzufügen und Verwaltung von persönlichen Kontakten; Möglichkeit, auch Kontakte 2., 3. und 4. Grades zu erreichen), dem Nutzer die Darstellung und Präsentation seiner eigenen Identität in einem spezifischen Umfeld (Beruf, Privat, Studium, Hobby, etc.) ermöglicht (durch die Konfiguration und Veröffentlichung eines individuellen Nutzerprofils), Möglichkeiten zur (a-) synchronen Kommunikation bietet (Kommunikation mit den persönlichen Kontakten (1:1) oder anderen Nutzern (1:n); Informationsaustausch in themenspezifischen Gruppen) und durch innovative Anwendungen und Technologien (vielfältige Nutzungsmöglichkeiten plattformspezifischer Applikationen; Social Software-Anwendungen) unterstützt wird.“⁸⁸

Schelske betont bei den Eigenschaften webbasierter sozialer Netzwerke (er nennt sie „computerunterstützte Netzwerke“) den geringen Aufwand in der Netzwerkpfege bei gleichzeitiger großer Ortsungebundenheit und zeitlicher Flexibilität.⁸⁹

Die von Christoph Mörl und Mathias Groß genannten Eigenschaften eines idealtypischen webbasierten sozialen Netzwerks treffen auf beinahe alle Social Network Site-Angebote zu. Um eine Kategorisierung von webbasierten sozialen Netzwerken zu ermöglichen, können also nicht, oder zumindest nicht nur, deren Funktionen als Merkmale dienen. Mörl und Groß entwerfen in ihrem Buch „Soziale Netzwerke im Internet. Analyse der Monetarisierungsmöglichkeiten und Entwicklung eines integrierten Geschäftsmodells.“ eine Systematik, die dennoch eine gewisse Übersichtlichkeit im vielfältigen Angebot ermöglicht:

⁸⁸ Zitat: Mörl/Groß (2008) Seite 50

⁸⁹ Vgl.: Schelske (2007) Seite 125

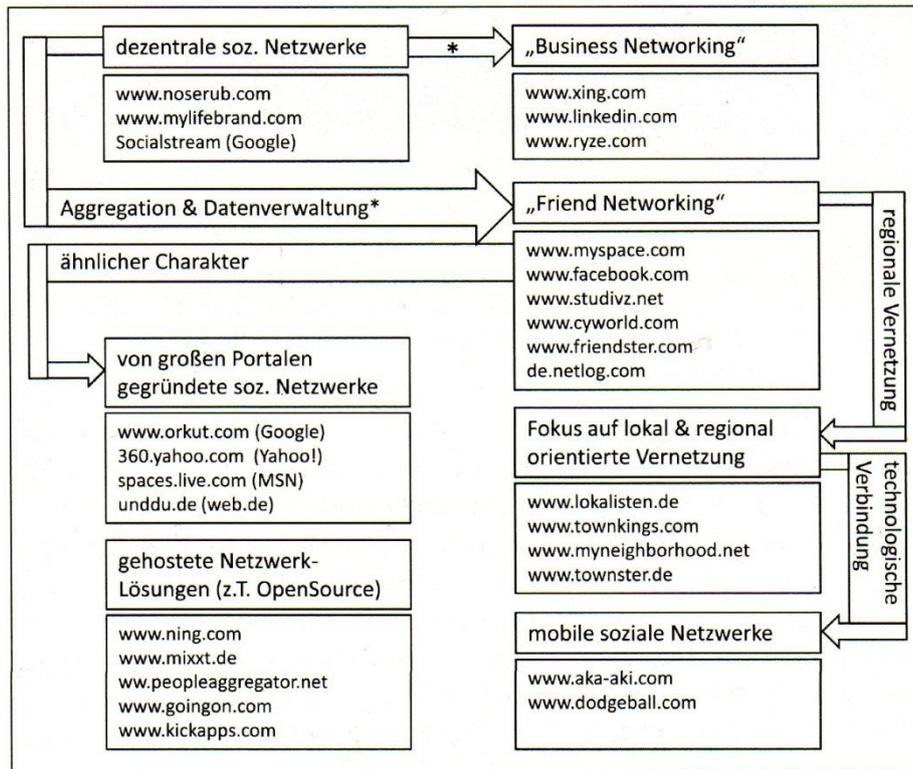


Abbildung 5. Kategorisierung von Social Network Sites

Vgl.: Mörl/Groß (2008) Seite 62

Diese Grafik versucht die Social Network-Angebote nach dem Zweck ihrer Konsultierung beziehungsweise Verwendung einzuordnen. So wird unter anderem zwischen rein freundschaftlichen, beziehungsorientierten SNS, geografisch bezogenen SNS und job- beziehungsweise berufsorientierten SNS unterschieden. Für diese Forschungsarbeit sind vor allem die Friend Networking-Plattformen von Interesse, da sie als Plattformen für die erste Kontaktaufnahme für Studierende im Ausland am erfolgversprechendsten sind.

4.2.3. Soziales Kapital

Die Theorie des Sozialen Kapitals bietet die Möglichkeit, die Verbindungen zwischen den Kommunikationsteilnehmern sowie deren unterschiedliche Qualität(en) füreinander zu erklären. „Alle Personen, die Ego kennen, stellen potenziell Ressourcen (Wertschätzung, Liebe, Fürsorge, Anerkennung, Hilfeleistungen, etc.) bereit.“⁹⁰

⁹⁰ Zitat: Döring (2003) Seite 409f

„Diese potenziellen Ressourcen, die sich aus den sozialen Beziehungen der Mitglieder einer Gruppe bzw. eines Netzwerks ergeben, können bei Bedarf mobilisiert werden und Unterstützung oder Hilfe leisten. Soziales Kapital bezeichnet nicht die Beziehung selbst, sondern die Ressourcen, die aus der Beziehung entstehen können.“⁹¹

Karl Marx hat ebenfalls die enorme Wichtigkeit von sozialen Beziehungen als Ressource erkannt: „Der wirkliche Reichtum eines Menschen ist der Reichtum seiner wirklichen Beziehungen.“⁹²

Voraussetzung für jegliche Art von Sozialem Kapital sind in jedem Fall die Beziehungen, die aufgebaut und gepflegt werden müssen. Soziales Kapital kann in verschiedenen Formen auftreten beziehungsweise aus unterschiedlichen Beziehungstypen entstehen.

4.2.3.1. Formen des Sozialen Kapitals

Hanspeter Kriesi⁹³ unterscheidet, Putnams Konzept⁹⁴ folgend, drei Arten von Beziehungen, die zu unterschiedlichem Sozialen Kapital führen:

- vertikale vs. horizontale Beziehungen
- formelle vs. informelle Beziehungen
- starke vs. schwache Beziehungen

Horizontale beziehungsweise vertikale Beziehungen zeichnen sich entweder durch eine gewisse Gleichrangigkeit oder durch Hierarchie (und somit einer unterschiedlichen Positionierung der Beziehungspartner in der Rangordnung) aus.

„Die beiden Formen von Netzwerken unterscheiden sich dadurch, dass in horizontalen Netzwerken Akteure mit vergleichbarem Status und Macht zusammengebracht werden, während in vertikalen Netzwerken ungleiche Akteure miteinander verknüpft werden.“⁹⁵

Es ist davon auszugehen, dass horizontale Beziehungen Vertrauen und Kooperation

⁹¹ Zitat: Sztrakati (2009) Seite 57

⁹² Zitat: Marx zitiert nach Grimme (2009) Seite 277

⁹³ Zitat: Kriesi (2007) Seite 35

⁹⁴ Vgl.: Putnam (2000)

⁹⁵ Zitat: Kriesi (2007) Seite 35f

eher fördern als vertikale Beziehungen, da bei horizontalen Beziehungen kein Informationsvorsprung oder anderer Vorteil eines Partners gegenüber dem anderen Partner gegeben ist.⁹⁶

Formelle beziehungsweise informelle Beziehungen zielen vor allem auf die Art der Struktur und die oftmals von außen vorgegebene Deklaration der Art einer Beziehung ab. Formelle Beziehungen lassen sich zum Beispiel in Organisationen und Unternehmen sowie in staatlichen Bürokratien⁹⁷ finden. Informelle Beziehungen hingegen sind empirisch schwer zu identifizieren,⁹⁸ lassen aber im Gegensatz zu formellen Beziehungen ein größeres Maß an persönlicher Involviertheit zu.

Starke beziehungsweise schwache Beziehungen zielen besonders auf den Informationsaustausch zwischen Individuen und deren Netzwerken ab. „Einfach gesagt sind starke Beziehungen solche zwischen engen Freunden oder Familienmitgliedern, während schwache Beziehungen eher oberflächlich Bekannte verknüpfen.“⁹⁹

Grundannahme bei diesem strong ties/weak ties-Konzept ist, dass viele strong ties (starke Beziehungen) zu einem eingeschränkten Netzwerk im Sinne von beschränkter Heterogenität (und weiterführend beschränkter Information) führen. „Intuitively speaking, this means that whatever is to be diffused can reach a larger number of people, and traverse greater social distance (i.e., path length), when passed through weak ties rather than strong.“¹⁰⁰ Das bedeutet, wenn Ego Information erhalten oder verbreiten möchte, gelingt dies meist besser über weak ties, da diese weniger wahrscheinlich die gleichen engen Kontakte (strong ties) teilen wie Ego und somit Teil anderer Netzwerke sind. „Weak ties are more likely to link members of different small groups than are strong ones, which tend to be concentrated within particular groups.“¹⁰¹

Personen, die sowohl starke als auch schwache Beziehungen führen, verfügen sowohl über bonding social capital als auch über bridging social capital, wie Putnam es bezeichnet. Ego besitzt umso mehr bonding social capital,¹⁰² je stärker er in ein

⁹⁶ Vgl.: Kriesi (2007) Seite 35f

⁹⁷ Vgl.: ebda Seite 37

⁹⁸ Vgl.: ebda Seite 37

⁹⁹ Zitat: ebda Seite 38f

¹⁰⁰ Zitat: Granovetter (1973) Seite 1366

¹⁰¹ Zitat: ebda Seite 1376

¹⁰² Vgl.: Putnam (2000) zitiert nach Schmidt (2006) Seite 52f

enges Netzwerk eingebunden ist. Strong ties in einem Netzwerk, dessen Mitglieder untereinander ebenfalls starke Beziehungen pflegen, führen zu bonding social capital und verstärken homogene Gruppen. Bridging social capital¹⁰³ hingegen bezeichnet jene Form von Sozialem Kapital, welche Ego erhält, wenn er schwache Beziehungen zu Netzwerken oder einzelnen Akteuren pflegt, die sich wiederum nicht kennen. Er überbrückt somit die Unverbundenheit von einem Netzwerk zu einem anderen und bildet eine weak tie. Mark Granovetter gibt dieses Beispiel:

„If one tells a rumor to all his close friends, and they do likewise, many will hear the rumor a second and third time, since those linked by strong ties tend to share friends. If the motivation to spread the rumor is dampened a bit on each wave of retelling, then the rumor moving through strong ties is much more likely to be limited to a few cliques than that going via weak ones; bridges will not be crossed.“¹⁰⁴

Ellison et al.¹⁰⁵ haben eine dritte Form des Sozialen Kapitals zu Putnams ursprünglich dualem System hinzugefügt: maintained social capital. Darunter verstehen sie jene Art von Sozialem Kapital, das aus einem schon etablierten, jedoch geografisch oder zeitlich zurückgelassenen Netzwerk hervorgeht (zum Beispiel die Klassengemeinschaft aus der Schulzeit oder Nachbarn/soziales Umfeld nach einem Umzug oder die von Ellison et al. genannten Freunde aus der High School Zeit).

Das Konzept des bonding/bridging social capital kann auf die im Kapitel „Studieren im Ausland“ erläuterte Kategorisierung von co-nationals, multi-nationals und host-nationals umgelegt werden. Frank Neri und Simon Ville¹⁰⁶, deren Studie den Zusammenhang von Sozialem Kapital und der Verbesserung akademischer Leistungen bei Austauschstudierenden untersuchte, unterstellten die Kategorisierung von co-national friendships als bonding social capital und host-/multi-national friendships als bridging social capital, was nachvollziehbar und schlüssig erscheint. Legt man die von Kriesi genannten Dimensionen weiter auf die Situation von Auslandsstudierenden, die neue Netzwerke aufbauen, um, so liegt die Vermutung nahe, dass die meisten Beziehungen als horizontal und informell zu beschreiben

¹⁰³ Vgl.: Putnam (2000) zitiert nach Schmidt (2006) Seite 52f

¹⁰⁴ Zitat: Granovetter (1973) Seite 1366

¹⁰⁵ Vgl.: Ellison et al. (2007) Seite 1153

¹⁰⁶ Vgl.: Neri/Ville (2008) Seite 34

sind. Die Positionierung auf der Achse der Intensität der Beziehungen wird sich, wie im obigen Absatz erklärt, sowohl im Bereich der strong als auch der weak ties bewegen.

Wie und ob sich die Kategorie maintained social capital bei den Austauschstudierenden (aus-)bilden wird, soll die Untersuchung zeigen.

In Bezug auf neue Medien beziehungsweise die Kommunikationsangebote des Web 2.0 hat sich ein völlig neuer „Markt“ für Soziales Kapital eröffnet.

„Neue Medien der interpersonalen Kommunikation wie mobiles Telefon, E-Mails, Chats oder Internet mailing lists machen es möglich, dass man soziale Kontakte leichter pflegt und erhält. Sie können insofern zur Bildung und Erhaltung persönlichen sozialen Kapitals beitragen. Chats oder mailing lists können sogar zu neuen sozialen Beziehungen führen.“¹⁰⁷

Soziales Kapital kann durch die Pflege von Beziehungen so über sowohl zeitlich als auch geografisch weite Strecken aggregiert werden. Außerdem liegt die Vermutung nahe, dass mit relativ geringem Zeitaufwand das Netz der weak ties leicht ausgebaut beziehungsweise gepflegt werden kann. Diese Annahme äußern auch Judith Donath und Danah Boyd: „because the type of communication that can be done more cheaply and easily with new technology is well suited for these ties.“¹⁰⁸

Ferner kann neues Soziales Kapital entstehen, wenn im World Wide Web neue Beziehungen (egal ob strong ties oder weak ties) eingegangen werden. Diese neuen Beziehungen können, um den Kreis zum Thema dieser Arbeit zu schließen, das neue soziale Netzwerk eines Studierenden im Ausland bilden.

4.2.4. Soziale Homophilie

Das Prinzip der Sozialen Homophilie meint das, was „salopp gesagt“, unter dem Sprichwort „Gleich und gleich gesellt sich gern“ schon lange bekannt ist. „Homophily is the principle that a contact between similar people occurs at a higher rate than among dissimilar people.“¹⁰⁹ Dieses Konzept ist nachvollziehbar, weil man meist mit

¹⁰⁷ Zitat: Krotz (2007) Seite 298

¹⁰⁸ Zitat: Donath/Boyd (2004) Seite 80

¹⁰⁹ Zitat: McPherson et al. (2001) Seite 416

Menschen, die einem ähnlich sind, ähnliche Gesprächsthemen findet beziehungsweise ähnliche Erwartungen und Ansichten bezüglich der Funktionen einer Beziehung hat. Ergeben sich Diskrepanzen, unterschiedliche Erwartungshaltungen oder verschiedene Verhaltensmuster, so wird der Kontakt weniger wahrscheinlich zu einer längeren Beziehung führen, als wenn die Beziehungspartner verwandte Auffassungen haben.

Das Prinzip, mit Menschen, die einem selbst ähnlich sind, eher Kontakt aufzunehmen oder zu pflegen, beeinflusst das gesamte soziale Netzwerk einer Person (und weiterführend natürlich das sich daraus ergebende Soziale Kapital).

„Similarity breeds connection. This principle – the homophily principle – structures network ties of every type, including marriage, friendship, work, advice, support, information transfer, exchange, comembership, and other types of relationship. The result is that people’s personal networks are homogenous with regard to many sociodemographic, behavioral, and intrapersonal characteristics. Homophily limits people’s social worlds in a way that has powerful implications for the information they receive, the attitudes they form, and the interactions they experience.“¹¹⁰

In Bezug auf die Fragestellung in dieser Arbeit wird sich zeigen, wie sich das Verhältnis von co-nationals, multi-nationals und host-nationals im sozialen Netzwerk des Austauschstudierenden darstellt und ob der Ansatz der Sozialen Homophilie in diesem Fall seine Gültigkeit behält.

¹¹⁰ Zitat: McPherson et al. (2001) Seite 415

4.3. Zusammenfassung und theoretische Positionierung

Die verschiedenen theoretischen Zugänge zum Thema, die bisher aufgegriffen und erläutert wurden, sollen hier noch einmal zusammengefasst, eine Annäherung der beiden aneinander skizziert und letztendlich nochmals in den Forschungskontext gestellt werden.

Die Theorie der Mediatisierung fokussiert, wie oben ausführlich beschrieben, auf die Art und Weise, wie und in welchem Ausmaß die Menschen Technik beziehungsweise Medien in ihren Alltag integrieren. Dabei stellen die Medien nur Kommunikationsangebote dar, die vom Menschen auf individuelle Weise genutzt werden können. „Medien werden in diesem Konzept lediglich als technische Angebote begriffen, die der Nutzung und Institutionalisierung von Menschen bedürfen, um dann auf deren Denken und Handlungen eine Rückwirkung auszuüben.“¹¹¹ Die Frage, wie die Medien welche Art von Kommunikation ermöglichen, wie sie sie unterstützen und dabei möglicherweise aber auch verändern, bildet den Kern dieser theoretischen Überlegungen. In Hinblick auf die Fragestellung dieser Arbeit ist vor allem die Verbindung von Mediatisierung und Kulturwandel von Bedeutung. Besonders die räumliche Dimension der Mediatisierung, die sich in Bezug auf den Kulturwandel in der Deterritorialisierung manifestiert, ist elementar für diese Arbeit, da sie explizit auf das immer stärker werdende „Nomadentum“ der Menschen und die damit verbundenen Strapazen, aber auch Vorzüge hinweist.

Die Theorie der Sozialen Netzwerke widmet sich in erster Linie dem Menschen und seinen Beziehungen zu anderen. Dabei beschreibt sie auf der Mikroebene das persönliche Netzwerk eines jeden Einzelnen (egozentriertes Netzwerk) und zeigt auf der Makroebene die Entstehung einer Gesellschaft und der darin verankerten sozialen Gefüge und Mechanismen auf (Gesamtnetzwerk). Darüber hinaus ermöglicht sie eine Kategorisierung der Eigenschaften und Qualitäten, die diese Beziehungen für die Menschen untereinander haben. Starke und schwache Bindungen resultieren in unterschiedlichem Sozialen Kapital. Dieses Konzept hilft dabei zu untersuchen, ob und wie starke und schwache Bindungen (strong ties/weak ties) im Ausland entstehen und welchen Effekt sie auf die Beziehung zum Netzwerk

¹¹¹ Zitat: Sonnberger (2011) Seite 61; Vgl.: Krotz/Thomas (2008) Seite 28

der „Daheimgebliebenen“ haben (zum Beispiel Beziehungen mit Substitutionscharakter, die zu einer Reduzierung des Kontakts zum Heimatland führen). Ob sich das Konzept der Sozialen Homophilie innerhalb der Sprachverteilung des neuen Netzwerks abzeichnet, wird in der Studie als Trend erkennbar sein.

Will man nun diese beiden Ansätze verbinden und berücksichtigt man die gegenwärtigen Entwicklungen in diesen beiden Lebensbereichen – einerseits Technikanwendung beziehungsweise Technikaffinität von immer jünger werdenden Anwendern (Usern) sowie Omnipräsenz von technisch vermittelter Kommunikation, andererseits Transparentmachung, Veröffentlichung sowie Kategorisierung sozialer Gefüge und Strukturen eben dieser Anwender – so stößt man, mehr oder weniger unausweichlich, auf die neuesten Entwicklungen auf dem Gebiet des Social Web (oder auch Social Software genannt). Allein der Name weist auf eine Verbindung dieser Bereiche hin und bildet eine der Hauptkomponenten dieser Forschungsarbeit.

Der konkreten Fragestellung, was nun das Social Web für den Studierenden im Ausland leisten kann, wird die nachfolgende Untersuchung mittels Fragebogen nachgehen. Dabei wird sich zeigen, welchen Stellenwert die Kommunikation via Social Web (in diesem Fall als Hauptvertreter des Web 2.0) tatsächlich im Kommunikationsverhalten der Studierenden einnimmt und ob die ihr unterstellte Bedeutung als gerechtfertigt gilt.

5. EUROPÄISCHER REFERENZRAHMEN FÜR SPRACHEN

Der gemeinsame Europäische Referenzrahmen für Sprachen¹¹² ist eine Kategorisierung und ein Instrument zur Darstellung beziehungsweise Messung von Sprachkompetenz. Der Referenzrahmen soll vor allem die Vergleichbarkeit von Kenntnissen einer Sprache über die nationalen Grenzen hinweg ermöglichen.

„Indem er eine gemeinsame Basis für die explizite Beschreibung von Zielen, Inhalten und Methoden zur Verfügung stellt, erhöht der Referenzrahmen die Transparenz von Kursen, Lehrplänen und Richtlinien und von Qualifikationsnachweisen und trägt dadurch zu einer Verstärkung der internationalen Zusammenarbeit auf dem Gebiet der modernen Sprachen bei. Die Bereitstellung objektiver Kriterien für die Beschreibung von Sprachkompetenz erleichtert die gegenseitige Anerkennung von Qualifikationsnachweisen, die in unterschiedlichen Kontexten erworben wurden, und fördert so auch die Mobilität in Europa.“¹¹³

Der Referenzrahmen setzt sich aus drei Basiskategorien¹¹⁴ zusammen, die jeweils wieder zwei Unterkategorien aufweisen. 1 steht dabei für die grundlegende, 2 für die fortgeschrittene Kompetenzstufe innerhalb der Kategorie. Dabei kennzeichnen die Unterteilungen A1 und A2 den Kompetenzbereich der elementaren Sprachverwendung, B1 und B2 stehen für den Grad der Kompetenz in der selbstständigen Sprachverwendung und C1 und C2 bescheinigen Sprachkenntnisse im Bereich der kompetenten Sprachverwendung.

¹¹² Vgl.: <http://www.goethe.de/z/50/commeuro/deindex.htm>

¹¹³ Zitat: Trim et al. (2004) Seite 14

¹¹⁴ Vgl.: Europäischer Referenzrahmen für Sprachen im Anhang

6. AKTUELLER FORSCHUNGSTAND

6.1. Studieren im Ausland

Studieren im Ausland ist generell ein eher wenig erforschtes Thema im deutschsprachigen Raum. Zu nennen ist an dieser Stelle Renate Seebauers „Auslandssemester. Eine Chance zur Konfiguration bestehender Interpretationsmuster.“¹¹⁵. In ihrer Arbeit ist der konkrete Bezug zu Österreich als Gastland sowie das Österreich-Image bei Lehramtsstudierenden, die aus dem Ausland nach Österreich kommen, der zentrale Untersuchungsgegenstand. Die Ergebnisse der Studie zeigten, dass zu Beginn hauptsächlich Stereotype und medial transportierte Vorstellungen von Österreich vorherrschten, diese jedoch nach Beendigung des Auslandsaufenthaltes größtenteils durch positivere, eigene Erfahrungen ersetzt wurden. Von Seebauer finden sich noch einige andere Publikationen¹¹⁶ rund um den Themenbereich LehramtsstudentInnen im Erasmus-Austauschprogramm.

Susanne Ritter hat in ihrer Studie die „Internetnutzung von Jugendlichen für einen Auslandsjugendaustausch“¹¹⁷ im Rahmen von problemzentrierten Interviews untersucht. Die Angaben der acht Befragten zeigten unter anderem, dass das Internet zu Beginn vorrangig zur Informationsbeschaffung beziehungsweise Recherchezwecken genutzt wurde. Während des Aufenthaltes wurde es auch zur Kontaktpflege mit Freunden und Familie im Heimatland genutzt, wobei das Ausmaß variierte. Ritter konnte einen Zusammenhang zwischen der Zufriedenheit während des Auslandsaufenthaltes mit der Häufigkeit des Kontaktes mit dem Heimatland feststellen: Jene, die im Gastland zufriedener waren, hatten weniger Kontakt mit Freunden und Familie im Heimatland.

Fremdsprachige Literatur auf diesem Gebiet bietet hingegen eine große Auswahl an Forschungsarbeiten und -ergebnissen und kann daher an dieser Stelle nur in einer Auswahl dargestellt werden.

Mit etwas älterem Erscheinungsdatum (1977), jedoch trotzdem (vor allem auch für diese Arbeit) relevant, ist Stephen Bochners et al. Arbeit „Friendship patterns of overseas students“¹¹⁸, die vor allem durch die Kategorisierung der Netzwerke in co-, host- und

¹¹⁵ Siehe Seebauer (2009)

¹¹⁶ Siehe Seebauer (2003) sowie Seebauer (2001)

¹¹⁷ Siehe Ritter (2010)

¹¹⁸ Siehe Bochner et al. (1977)

multi-nationals Bedeutung hat. Außerdem weist Bochner darauf hin, dass die verschiedenen Netzwerke, die der Austauschstudierende bildet, verschiedene Funktionen (wie Gemeinschaftsgefühl, neue Kulturen und Sprachen kennenlernen etc.) erfüllen.

Blake Hendricksons und Devan Rosens Arbeit „Intercultural Networking“¹¹⁹ konzentriert sich generell auf das Netzwerk und dessen Beschaffenheit (bezüglich der Zusammensetzung aus co-nationals, host-nationals und multi-nationals), dass sich Studierende im Ausland aufbauen. Bei der Studie stellte sich heraus, dass Beziehungen zu co-nationals und multi-nationals aus zwei Gründen häufiger zu finden sind: der Zugang zu dieser Community ist einfacher und diese Gemeinschaft gibt dem Studierenden das Gefühl, nicht alleine in dieser neuen Situation zu sein. Dennoch zeigten die Ergebnisse, dass Studierende, die Bekanntschaften zu host-nationals pflegten, generell zufriedener mit ihren Auslandserfahrungen waren.

Christina Isabelli-García¹²⁰ untersuchte in ihrer Studie über vier US-AmerikanerInnen, die für fünf Monate nach Brasilien gingen, den Prozess des Aufbaus des sozialen Netzwerkes vor Ort und die eventuelle Verbesserung der Sprachkenntnisse. Die Ergebnisse zeigten, dass ein Zusammenhang zwischen dem sozialen Umfeld, der Motivation, eine neue Sprache zu lernen, und der persönlichen Einstellung des Studierenden gegenüber dem Gastland besteht.

Frank Neri und Simon Ville¹²¹ untersuchten den vermuteten Zusammenhang zwischen Sozialem Kapital und der Verbesserung akademischer Leistungen von internationalen Studierenden in Australien, welcher letztendlich jedoch nicht belegt werden konnte. Die befragten Studierenden hatten größtenteils Beziehungen zu anderen Studierenden des eigenen Heimatlandes geknüpft, Beziehungen zu Personen aus dem Gastland waren in der Unterzahl. Neri und Ville bezogen sich daraufhin auf eine Studie von Westwood und Barker¹²², die einen positiven Zusammenhang zwischen vermehrten Beziehungen zu host-nationals und akademischer Leistung feststellen konnten. Sie vermuteten daher, dass der hohe Grad an co-nationals im Beziehungsnetzwerk der befragten Austauschstudierenden zu diesem Ergebnis führte.

¹¹⁹ Siehe Hendrickson/Rosen (2009)

¹²⁰ Siehe Isabelli-García (2006)

¹²¹ Siehe Neri/Ville (2008)

¹²² Siehe Westwood/Barker (1990) zitiert nach Neri/Ville (2008)

6.1.1. Erasmus

Zum konkreten Themengebiet „Erasmus“ lassen sich nur sehr vereinzelt empirische Studien finden.

Das österreichische Bundesministerium für Wissenschaft und Forschung¹²³ stellt gemeinsam mit der Nationalagentur für Lebenslanges Lernen, der neben dem Erasmus-Austauschprogramm für Hochschulmobilität auch die Programme Comenius, Leonardo Da Vinci und Grundtvig unterstellt sind, statistische Auswertungen von Daten in einem gewissen Rahmen zur Verfügung. Der Fokus liegt dabei auf der Geschlechterverteilung, dem Vergleich von Erasmus-Studienaufenthalten und Erasmus-Praktika sowie dem Vergleich der aussendenden Institution Universität beziehungsweise Fachhochschule. Insgesamt studierten im Studienjahr 08/09 an den österreichischen Universitäten mehr Frauen als Männer, an den Fachhochschulen mehr Männer als Frauen. In jeder Kategorie (also Fachhochschule Studienaufenthalt/Praktikum und Universität Studienaufenthalt/Praktikum) lag jedoch der Anteil der Frauen bei deutlich über 50%.

An der Universität Wien liegt eine Diplomarbeit¹²⁴ auf, die sich mit dem Thema Erasmus auseinandersetzt. Sie wurde 2005 geschrieben und konzentrierte sich auf fremdsprachige Incomings und deren Eingliederung in die Gemeinschaft der Studierenden in Wien. Die Ergebnisse zeigten, dass die Incomings kaum Zeit mit Studierenden aus Österreich verbrachten und es schwer fanden, Zugang zur Aufnahmegesellschaft zu finden. Während ihres Aufenthaltes verbrachten sie ihre Zeit eher mit anderen Erasmus-Studierenden beziehungsweise Studierenden aus ihrem eigenen Heimatland.

An der Pädagogischen Hochschule Steiermark entstand die Master-Arbeit von Heiko Vogl¹²⁵, der sich im Zuge einer qualitativen Untersuchung mit der Nutzung von Internet und Social Software während des Erasmus-Auslandsaufenthaltes von Studierenden beschäftigt hat. Dabei konnte er vier Phasen der Nutzung (mit einer Verschiebung der Nutzungsmotive) identifizieren: Phase 0 (prämobile Phase) zeichnet sich durch Vorbereitung auf den Auslandsaufenthalt und Informationsbeschaffung aus. Phase 1 (mobile Phase) ist geprägt durch eine Veränderung vom Konsumenten zum Produzenten und einer intensiven Nutzung von Social Software zur Aufrechterhaltung und Pflege der Kontakte im Heimatland. In Phase 2 (mobile Phase) widmen sich die

¹²³ Siehe Homepage des Bundesministeriums für Wissenschaft und Forschung
http://www.bmwf.gv.at/startseite/studierende/studieren_im_europaeischen_hochschulraum/519/programm_llp_erasmus/statistiken/

¹²⁴ Siehe Czermak (2005)

¹²⁵ Siehe Vogl (2011)

Studierenden dem Aufbau von sozialen Beziehungen im Gastland. Phase 3 (postmobile Phase) bezieht sich auf die Zeit nach dem Auslandsaufenthalt, die dem Ausbau und der Pflege der geknüpften Beziehungen dient. Ein Ausstieg aus dem Angebot der Social Software führt zum Abbruch dieser Beziehungen.

Bezüglich der Wahl der Kommunikationsmittel konnte Vogl feststellen, dass für den Kontakt zu Personen, zu denen eine starke Bindung (strong tie) besteht, eher synchrone Kommunikationsmittel gewählt werden, während zu Kontakten mit schwachen Bindungen (weak ties) eher asynchrone Kommunikation überwiegt. Skype (als synchrone Kommunikationsform) wird dabei insgesamt deutlich geringer genutzt als Facebook.

In Phase 0 wird in der Sprache des Heimatlandes kommuniziert, später erfolgt ein Wechsel zu der in der Erasmus-Community vorherrschenden Sprache (meist Englisch). Je besser die Sprachkenntnisse der Mitglieder sind, desto eher werden auch Postings auf Pinnwänden in der Sprache des Gastlandes verfasst. Nach der Rückkehr werden in der postmobilen Phase 3 Postings sowohl in Englisch als auch in der Sprache des Gastlandes verfasst.

Ritter gelangte zu ähnlichen Ergebnissen wie Vogl bezüglich der Nutzung des Internets für organisatorische Zwecke oder zur Kontaktaufnahme mit der Gastfamilie oder Erasmus-Peergroup.

6.2. Web 2.0

Der Bereich „Web 2.0“ beziehungsweise „Social Web“ ist relativ großflächig abgedeckt. Im deutschen Sprachraum sind folgende Autoren besonders hervorzuheben: Tom Alby¹²⁶ bietet einen kompakten Überblick über die Möglichkeiten des Web 2.0, Anja Ebersbach et al.¹²⁷ gehen konkret auf das Social Web als besondere Ausformung des Web 2.0 ein und Jan-Hinrik Schmidt¹²⁸ bietet eine Vielzahl an Publikationen zum „neuen Netz und seinen Möglichkeiten“.

Simone Schmidts und Meda Mucundorfeanu weisen in ihrem Beitrag „Online Soziale Netzwerk Seiten und deren Anwendungen“¹²⁹ auf deren Vorteile (zum Beispiel gezielte, auf den Kunden zugeschnittene Werbung und Produktinformation) und auch Nachteile beziehungsweise Gefahren (viele Menschen stellen sehr private Informationen über ihr Leben ins Netz) hin.

Bernadette Kneidinger¹³⁰ konnte in ihrer Untersuchung zur Social Network Site Facebook aufzeigen, dass die Online-Plattform in erster Linie zur Pflege von real schon existierenden Beziehungen genutzt wird und das Kennenlernen von fremden Personen via Facebook für die User kaum eine Rolle spielt. Die Nutzung der SNS betrifft außerdem hauptsächlich die Pflege der bereits etablierten strong ties, die Pflege von weak ties wird nach den Angaben der Testpersonen jedoch generell durch Facebook erleichtert.

Die jährlich durchgeführte ARD/ZDF-Onlinestudie untersucht die Webnutzung der Deutschen im Detail und im Vergleich zu den vergangenen Erhebungen. Seit sechs Jahren wird auch speziell die Entwicklung der Web 2.0-Anwendungen verfolgt. Wesentlichstes Ergebnis 2011 war, dass die aktive Partizipation im Web 2.0 noch immer eine Nischentätigkeit ist und weit von einer mehrheitlichen Beschäftigung der Onliner entfernt liegt – lediglich knapp unter 30% sind zumindest „etwas interessiert“ am user-generated-content, also daran, aktiv Beiträge zu verfassen und ins Internet zu stellen. Ein Trend, der sich 2010 abzeichnete und auch bei der Erhebung 2011 zu erkennen war, war die Verdrängung des vielfältigen Web 2.0-Angebots zugunsten von zwei Anwendungen: Videoportale und Soziale Netzwerke (in der Studie auch Community genannt). Soziale Netzwerk Seiten integrieren immer mehr Funktionen, die früher eine eigene Plattform bildeten, wie zum Beispiel Foto-Sharing-Plattformen oder Weblogs. Die

¹²⁶ Siehe Alby (2008)

¹²⁷ Siehe Ebersbach et al. (2010)

¹²⁸ Siehe Schmidt (2006), Schmidt (2009) sowie Schmidt/Lampert (2010)

¹²⁹ Siehe Schmidts/Mucundorfeanu (2010)

¹³⁰ Siehe Kneidinger (2010)

Autoren sehen in dieser Funktion die Erklärung für die Beliebtheit und die vergleichsweise hohen Nutzungszahlen von Sozialen Netzwerk Seiten und die stagnierenden beziehungsweise rückläufigen Zahlen anderer Web 2.0-Angebote.

Im englischsprachigen Raum, hauptsächlich den USA, gibt es etliche wissenschaftliche Arbeiten, die sich ausführlich mit der Beschreibung und Nutzung von (konkreten) Social Network Sites (SNS) unter bestimmten Bedingungen befassen. Auch hier kann aufgrund der Fülle an Arbeiten nur eine Auswahl vorgestellt werden.

Besonders hervorzuheben ist hierbei zunächst die Arbeit von Danah Boyd und Nicole Ellison¹³¹, die sich ausführlich mit der Definition, Funktion und historischen Entwicklung von Social Network Sites befasst. Von Danah Boyd gibt es auch noch einige andere Publikationen zum Thema Social Network Sites. Darin identifizierte sie unter anderem als eines der primären Nutzungsmerkmale die Möglichkeit, das eigene soziale Netzwerk visualisierbar, darstellbar und für andere sichtbar zu machen¹³².

In vielen ihrer Arbeiten finden sich Verweise auf Untersuchungen von Nicole Ellison, Cliff Lampe und Charles Steinfield, deren gemeinsame Publikationen ebenfalls von großer Bedeutung im Forschungsbereich Social Network Sites sind.

So haben Ellison, Steinfield und Lampe¹³³ herausgefunden, dass die meisten Online-Freundschaften keine neuen Kontakte darstellen, sondern eine Weiterführung und Intensivierung von bereits existierenden Offline- beziehungsweise realweltlichen Beziehungen sind (diese Erkenntnis deckt sich mit Kneidingers (2010) Untersuchungsergebnissen). Sie stellten fest, dass SNS das Pflegen von weak ties und somit die Aufrechterhaltung eines großen, heterogenen Netzwerkes erleichtern und folglich durchaus bridging social capital hervorbringen können. In einer späteren Studie¹³⁴ konnten sie diesen Zusammenhang erneut feststellen und auch die ursprüngliche Annahme der Richtung des Zusammenhangs (häufige Facebook-Nutzung führt zu größerem bridging social capital und nicht vice versa) bestätigen.

Steinfield und Lampe¹³⁵ konnten in einer weiteren Studie drei Kategorien von SNS-Verhalten definieren: initiating (mit dem Ziel, neue Leute kennenzulernen), maintaining (mit dem Ziel, bereits existierende Beziehungen zu intensivieren

¹³¹ Siehe Boyd/Ellison (2007)

¹³² Siehe Boyd (2007)

¹³³ Siehe Ellison et al. (2007)

¹³⁴ Siehe Steinfield et al. (2008)

¹³⁵ Siehe Steinfield/Lampe (2009)

beziehungsweise zu pflegen) und information seeking (mit dem Ziel, Leute mit gleichen Interessen oder Gemeinsamkeiten zu finden). Maintaining war dabei das häufigste, initiating das am wenigsten verbreitete Verhalten.

Generell lässt sich wenig Forschung zum Bereich (Fremd-)Sprach(en)kompetenz und Webkommunikation finden. Andreas Hepp et al. haben in ihrem Buch „Mediale Migranten“¹³⁶ versucht zu klären, wie MigrantInnen Medien und mediale Kommunikationsangebote für die Vergemeinschaftung der Diasporas nutzen. Dabei gliederten sie die MigrantInnen in Herkunftsorientierte, Ethnoorientierte und Weltorientierte. Die Untersuchung zeigte, dass einerseits die Sprachkompetenz einen großen Einfluss auf die Wahl von medialen Angeboten hat, andererseits aber die grundsätzliche Haltung gegenüber der Identität als MigrantIn eben diese Sprachkompetenz und die generelle Zufriedenheit über das Leben in Deutschland stark beeinflusste.

Wie die gerade vorgestellten Untersuchungen zeigen, ist der Forschungsstand bei den verschiedenen, in diese Arbeit einbezogenen Ansätzen unterschiedlich weit fortgeschritten. Keine der vorliegenden Publikationen versucht den Zusammenhang von Auslandsstudium und Nutzung bestimmter Kommunikationsmöglichkeiten unter besonderer Berücksichtigung von Sprache und Sprachkenntnissen zu untersuchen. Gerade in Hinblick auf die intensiv stattfindende Förderung der Hochschulmobilität sowie die Bemühungen zur Schaffung eines gemeinsamen europäischen Hochschulraumes, soll mit der vorliegenden Forschungsarbeit ein erster Schritt gemacht werden, um diese Lücke in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung zu schließen.

¹³⁶ Siehe Hepp et al. (2011)

7. FORSCHUNGSDESIGN

7.1. Forschungsfragen und Hypothesen

Folgende Forschungsfragen und Hypothesen wurden formuliert und sollen durch die empirische Untersuchung überprüft beziehungsweise beantwortet werden.

Forschungsfrage 1

Welche webbasierten Kommunikationsmöglichkeiten nutzen Studierende im Ausland bevorzugt um

- a) Kontakte zu Leuten aus dem Gastland zu knüpfen und
- b) den Kontakt zum Heimatland zu pflegen?

Forschungsfrage 2

Gibt es Unterschiede bei der Art der Kontaktaufnahme beziehungsweise -pflege zwischen den verschiedenen persönlichen Netzwerken eines Studierenden? Manifestieren sich diese Unterschiede in der Sprache der Dialogpartner?

Hypothese 2.1.: Kontaktpflege zur Heimat (Basis) erfolgt eher auf traditionellen Wegen wie Telefon (und/oder Internettelefonie), E-Mail und Brief/Postkarte.

Hypothese 2.2.: Erfolgt Kontaktpflege zur Heimat (Basis) via Social Web-Angeboten wie Chat, Social Network Site oder Forum, dann passiert dies eher in der Muttersprache.

Hypothese 2.3.: Kontaktaufnahme zur Gemeinschaft der Austauschstudierenden (multi-nationals) erfolgt eher mit Medien, die möglichst verschiedene Sprachen zulassen, dabei aber nicht schon eine Bekanntschaft voraussetzen.

Hypothese 2.4.: Kontaktaufnahme zu Mitgliedern der Aufnahmegesellschaft (host-nationals) erfolgt eher durch Face-to-Face-Kommunikation.

Hypothese 2.5.: Kontaktpflege zu Mitgliedern der Aufnahmegesellschaft (host-nationals) erfolgt eher durch verschiedene webbasierte Kommunikationsmöglichkeiten, die schriftlichen Verkehr begünstigen.

Forschungsfrage 3

Wie verändert sich die Nutzung webbasierter Kommunikationsmöglichkeiten von Studierenden im Ausland während ihres Aufenthaltes?

Hypothese 3.1.: Es verändert sich die Häufigkeit und Intensität des Kontakts zu Familie und Freunden in der Heimat (Basis) im Laufe des Studienaufenthaltes in Abhängigkeit zur Menge neu geknüpfter Kontakte.

Hypothese 3.2.: Die Kommunikation zwischen Austauschstudierenden und Mitgliedern der Aufnahmegesellschaft (host-nationals) verändert sich während des Aufenthaltes. Schriftliche Kommunikation wird durch mündliche ergänzt, jedoch nicht ersetzt.

Forschungsfrage 4

Wie verändert sich die Nutzung webbasierter Kommunikationsmöglichkeiten der Studierenden nach der Rückkehr in die Heimat?

Hypothese 4.: Die Häufigkeit der Nutzung webbasierter Kommunikationsmöglichkeiten verändert sich nach der Rückkehr ins Heimatland.

Forschungsfrage 5

Mit welchen Dialogpartnern, die der Studierende im Ausland kennengelernt hat, wird am ehesten Kontakt gehalten?

Hypothese 5.: Zu Dialogpartnern, die dieselbe Muttersprache sprechen, wird eher Kontakt gehalten.

7.2. Erhebungsmethode Online-Befragung

Da es sich im Fall dieser Untersuchung um eine Nutzungsstudie handelt, wird die Methode der schriftlichen Befragung gewählt. Sie ist von Vorteil, da auf diesem Weg eine große Datenmenge erhoben und quantitativ ausgewertet werden kann. Um sinnvolle Aussagen treffen zu können, sollen mindestens 200 Personen befragt werden. Mündliche Interviews wären in diesem Ausmaß nicht durchführbar und im weiteren Verlauf nur schwer auswertbar beziehungsweise die Angaben schwer vergleichbar. Die Befragung findet schriftlich statt, und zwar in Form eines Online-Fragebogens. Dieser Fragebogen ist sowohl Online abzurufen als auch auszufüllen. Die Plattform *voycer.de* bietet diesen Dienst kostenlos an und ermöglicht eine Überführung der Daten in ein Statistikauswertungsprogramm. Zur Auswertung dieser Befragung wird das Statistikprogramm *SPSS Version 19* verwendet.

Wichtigster Vorteil bei dieser Methode (Zusendung des Fragebogen-Links per E-Mail) ist, dass so die zu untersuchende Gruppe am besten erreicht werden kann.

Weitere Vor- und Nachteile¹³⁷ dieser Methode der Datenerhebung sind:

Vorteile	Nachteile
kann anonym ausgefüllt werden	eingeschränkte Kontrolle über die Repräsentativität der Stichprobe
kann unabhängig von Zeit und Aufenthaltsort ausgefüllt werden	keine Kontrolle in welcher Situation/unter welchen Bedingungen ausgefüllt wird
kostengünstig	
unmittelbare Rücksendung des ausgefüllten Fragebogens (Erhöhung der Rücklaufgeschwindigkeit)	keine Kontrolle über vollständiges Ausfüllen des Fragebogens
Eliminierung des Interviewers als mögliche Fehlerquelle	möglicher Ermüdungseffekt durch sich wiederholende Fragenkomplexe
erhöht die Objektivität bei der Datenerhebung und Auswertung	kein direkter Kontakt mit den TeilnehmerInnen und daher keine Rückfragemöglichkeit bei Unklarheiten

Das Problem möglicher ungleicher Zugangsmöglichkeiten zum Internet kann in diesem Fall aufgrund der zu untersuchenden Grundgesamtheit beziehungsweise der

¹³⁷ Vgl.: Hollaus (2007) Seite 34ff; Vgl.: Atteslander (2006) Seite 156

Fragestellung der Untersuchung vernachlässigt werden: Erstens ist es äußerst unwahrscheinlich, dass Studierende einen Auslandsaufenthalt absolvieren, ohne jemals Zugang zum Internet zu haben (Anmeldeverfahren für das Erasmus-Austauschprogramm laufen fast immer über das Internet) und zweitens könnten sie die abgefragten Tätigkeiten nicht durchgeführt haben, wenn sie niemals „Online“ gewesen. Daher wären sie für die Untersuchung nicht geeignet.

7.3. Definition der Grundgesamtheit und Rekrutierung der Probanden

Die zu befragende Grundgesamtheit besteht aus allen ehemaligen deutschsprachigen Outgoing-Studierenden des Erasmus-Austauschprogramms, die aber nach folgenden Kriterien eingeschränkt wird: Der Auslandsaufenthalt soll bereits drei (oder mehr) Monate, jedoch nicht länger als drei Jahre, zurückliegen, um sicherzustellen, dass die abgefragten Ressourcen und Kommunikationsmöglichkeiten zum damaligen Zeitpunkt schon zur Verfügung standen. Außerdem soll die Geschlechterverteilung möglichst ausgeglichen, die Studienrichtungen pluralistisch vertreten und das Gastland kein deutschsprachiges gewesen sein, um die Konfrontation mit einer Fremdsprache zu gewährleisten.

Um den Kontakt zu den ehemaligen Erasmus-Studierenden mit diesen Merkmalen herzustellen, wurden folgende Rekrutierungsmaßnahmen ergriffen:

- Es wurden persönliche und telefonische Anfragen sowie Anfragen per E-Mail bei den Büros für internationale Beziehungen der Universität Wien, Wirtschaftsuniversität Wien, Medizinische Universität Wien, Universität für Bodenkultur Wien, Universität Graz, Universität Innsbruck, Universität Klagenfurt und Universität Salzburg getätigt. Diese Stellen verfügen über die E-Mail-Adressen der ehemaligen Austauschstudierenden und konnten somit bei der Aussendung des Links auch die maximale Zeitspanne, die der Auslandsaufenthalt zurückliegen sollte, und somit die „Zielgruppe“ berücksichtigen. Viele der um Verschickung des Links mit zugehörigem Begleittext gebetenen Büros haben ihr Interesse am Gelingen dieser Untersuchung bestätigt und das Vorhaben unterstützt.
- Aufgrund des eigenen Erasmus-Auslandsaufenthaltes verfügt die Autorin über ein persönliches Netzwerk an Kontakten, die den Auswahlkriterien der Gruppe entsprechen. Es wurden daher Einladungen mit einem Begleittext, dem Fragebogenlink und der Bitte um Teilnahme per E-Mail und auf einer Social Network Site verschickt. Außerdem wurde um Weiterleitung der Anfrage an etwaige Freunde oder Bekannte gebeten, die ebenfalls für die Untersuchung geeignet wären (Schneeballeffekt erhofft).

Der Begleittext enthielt eine Erklärung, worum es in der Befragung geht, sowie eine Zusicherung der vertraulichen Behandlung der Daten. Von „Incentives“ oder anderen Anreizen, die die Wahrscheinlichkeit der Teilnahme erhöhen würden, wurde abgesehen,

da von einer grundsätzlichen Bereitschaft zur Teilnahme ehemaliger Erasmus-Studierender ausgegangen werden konnte. Diese Annahme wurde durch Heiko Vogls¹³⁸ Untersuchung bereits bestätigt und konnte daher für diese Untersuchung übernommen werden.

Das erklärte Ziel zu Beginn der Untersuchung war, eine Stichprobengröße von zumindest 200 bis 250 TeilnehmerInnen, die den genannten Kriterien entsprechen, zu erreichen.

¹³⁸ Vgl.: Vogl (2011) Seite 34

7.4. Aufbau und Erstellung des Fragebogens

Der Fragebogen ist standardisiert und die Fragen sind zum größten Teil geschlossen, lediglich die Fragen nach Studienrichtung und Gastland sind als offene Fragen gestellt. Dies dient dem Zweck der Vergleichbarkeit und Einheitlichkeit und ermöglicht weiterführend eine bessere Auswertung und Überprüfung der Hypothesen. Im Fall dieser Untersuchung ist die Vergleichbarkeit der Antworten besonders wichtig, da nicht nur ein Vergleich der genutzten Kommunikationsmöglichkeiten untereinander, sondern auch eine zeitliche Gegenüberstellung die Häufigkeit der Nutzung betreffend (während dem Auslandsaufenthalt und danach) vollzogen werden soll. Im Fragebogen gibt es eine Filterfrage, die sich darauf bezieht, ob noch Kontakt zu den während des Auslandsaufenthaltes kennengelernten Personen besteht, und wenn ja, welche Sprache diese Personen sprechen. Wird mit „nein“ geantwortet, so wird die Frage nach den Sprachen übersprungen und der Teilnehmer gelangt direkt zum Ende des Fragebogens.

Der Fragebogen besteht größtenteils aus intervallskalierten Fragen, welche die Häufigkeit der Nutzung bestimmter Kommunikationsmöglichkeiten messen sollen. Abstufungen wurden jeweils in Vierschritten („sehr häufig“, „häufig“, „selten“ und „gar nicht“ beziehungsweise „trifft sehr zu“, „trifft zu“, „trifft wenig zu“ und „trifft nicht zu“) gemacht, um die Wahl der „Mitte“, also weder Tendenz in die positive noch in die negative Richtung, von vornherein auszuschließen.

Nominalskalierte Fragen treten hauptsächlich in den Bereichen der Erhebung soziodemografischer Daten sowie zur Messung der Sprachkenntnisse und deren Veränderung auf.

Des Weiteren gliedert sich der Fragebogen in vier Fragenkomplexe, die folgende Daten abfragen:

- Erhebung der soziodemografischen Daten und gruppenspezifischen Merkmale (Gastland, Studienrichtung, Dauer des Aufenthaltes etc.)
- Erhebung der Nutzung von webbasierter Kommunikation zu Beginn des Auslandsaufenthaltes sowie Abfrage der Sprachkenntnisse
- Erhebung der Nutzung von webbasierter Kommunikation während des Auslandsaufenthaltes, Frage nach Verbesserung der Sprachkenntnisse sowie nach der Intensität des Kontakts zur Basis
- Erhebung der Nutzung von webbasierter Kommunikation nach dem Auslandsaufenthalt sowie Abfrage der Sprachkenntnisse

Diese Fragenkomplexe sind mit den Überschriften „Über dich“, „Zu Beginn deines Auslandsaufenthaltes“, „Während deines Auslandsaufenthaltes“ und „Nach deinem Auslandsaufenthalt“ betitelt. Einerseits soll so eine gewisse Orientierung für die Befragten geschaffen werden und andererseits soll die Aufmerksamkeit auf einen bestimmten zeitlichen Rahmen gelenkt werden.

Die Pre-Test-Ergebnisse (sieben Testpersonen, davon vier weiblich und drei männlich, zwischen 23 und 27 Jahren alt) haben gezeigt, dass die Fragen teilweise nicht aufmerksam gelesen und aufgrund ähnlicher Fragestellungen der abgefragte Zeitraum oder die „Zielgruppe“ nicht beachtet wurde. Um die Aufmerksamkeit und Genauigkeit beim Durchlesen der Fragen zu erhöhen, wurden daher oben genannte Überschriften zur besseren Übersicht eingefügt.

Abgesehen davon gaben die Testpersonen beim Pre-Test keine Schwierigkeiten beim Verständnis der Fragen oder der Antwortmöglichkeiten an.

Der vollständige Fragebogen ist als Word-Abschrift im Anhang zu finden.

7.5. Untersuchungszeitraum, Stichprobengröße und Dropout

Die Fragebogen (siehe Anhang) konnte von 17.6.2011 bis 7.9.2011 auf der Plattform *voycer.de* aufgerufen und ausgefüllt werden. Die relativ große Zeitspanne erklärt sich dadurch, dass der Erhebungsbeginn fast zeitgleich mit dem Ferienbeginn der Studierenden zusammenfiel und die Vermutung nahe lag, dass die Internetaktivität der Studierenden sinken beziehungsweise unregelmäßig werden würde. Um diesen Faktor auszugleichen, wurde der Untersuchungszeitraum ausgedehnt.

In diesem Zeitraum haben 642 Personen an der Umfrage teilgenommen, wovon 624 diese auch beendeten und 18 den Fragebogen vorzeitig abgebrochen beziehungsweise unvollständig ausgefüllt haben. Dies entspricht einem Dropout von weniger als drei Prozent.

Nach einer Filterung all jener TeilnehmerInnen, die in einem deutschsprachigen Gastland studiert haben (und trotz ausdrücklichem Hinweis, in diesem Fall nicht an der Befragung teilzunehmen, teilgenommen haben), blieben 596 TeilnehmerInnen übrig.

Diese wurden ein weiteres Mal nach dem Kriterium „nicht in den relevanten Zeitraum fallende Auslandsaufenthalte“ gefiltert (Auslandsaufenthalt vor dem Studienjahr 08/09), was zu einer endgültigen Stichprobengröße von 579 Personen führte.

8. ERGEBNISSE

Die vorliegende Arbeit stellt eine Erhebung des (webbasierten) Kommunikationsverhaltens von Studierenden unter besonderen Umständen, nämlich denen eines Auslandsaufenthaltes zu Studienzwecken, dar. Die erhobenen Daten entsprechen den subjektiven Angaben und Einschätzungen der Probanden über das eigene Nutzungsverhalten und dessen möglicher Veränderung in verschiedenen zeitlich abgegrenzten Phasen. Um genauere Aussagen über die Richtung von Zusammenhängen oder zeitlich gebundene Phänomene machen zu können, wären weiterführende Untersuchungen (zum Beispiel Längsschnittstudien oder die Einführung einer Kontrollgruppe) notwendig, was aber den Rahmen dieser Arbeit sprengen würde. Die im Folgenden dargestellten Ergebnisse der Umfrage erheben daher keinen Anspruch auf Repräsentativität. Sie dienen der Überprüfung der Hypothesen sowie der eventuellen Beobachtung und Erklärung von Tendenzen und Trends, die aus dem vorhandenen Datenmaterial erkennbar sind.

8.1. Beschreibung der Stichprobe

Im Folgenden wird die Stichprobe anhand ihrer soziodemografischen Merkmale beschrieben:

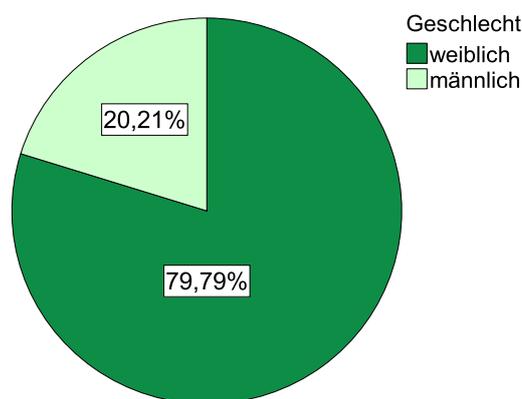


Abbildung 6. Geschlechterverteilung der Stichprobe

Fast 80% der TeilnehmerInnen waren weiblich, lediglich rund 20% männliche

ehemalige Erasmus-Studierende haben an der Umfrage teilgenommen. Laut Angaben der europäischen Kommission¹³⁹ waren im Studienjahr 2009/10 61,1% aller Erasmus-Outgoings weiblich. Das österreichische Bundesministerium für Wissenschaft und Forschung¹⁴⁰ gibt für das Studienjahr 2008/09 ein sehr ähnliches Verhältnis an: 62% der Erasmus-Outgoings der österreichischen Universitäten waren weiblich. Demnach entspricht die Stichprobe in ihrem Geschlechterverhältnis nicht exakt dem realen Verhältnis von weiblichen und männlichen TeilnehmerInnen und ist nicht repräsentativ für die Gesamtheit der Erasmus-Studierenden. Trotzdem spiegelt sie die Tatsache, dass mehr Frauen als Männer am Austauschprogramm teilnehmen, wider.

Mit 74% ist die große Mehrheit der TeilnehmerInnen zwischen 22 und 25 Jahren alt, 19% sind zwischen 26 und 29 Jahren alt. Zwischen 18 und 21 beziehungsweise 30 Jahren und darüber sind lediglich 4,5% beziehungsweise 2,4% der TeilnehmerInnen. Diese Verteilung lässt sich aus der Tatsache erklären, dass ein Erasmus-Aufenthalt meist erst ab dem dritten Semester, das in einer Studienrichtung studiert wird, möglich ist und mit zunehmendem Alter die Wahrscheinlichkeit für den Abschluss der universitären Ausbildung steigt.

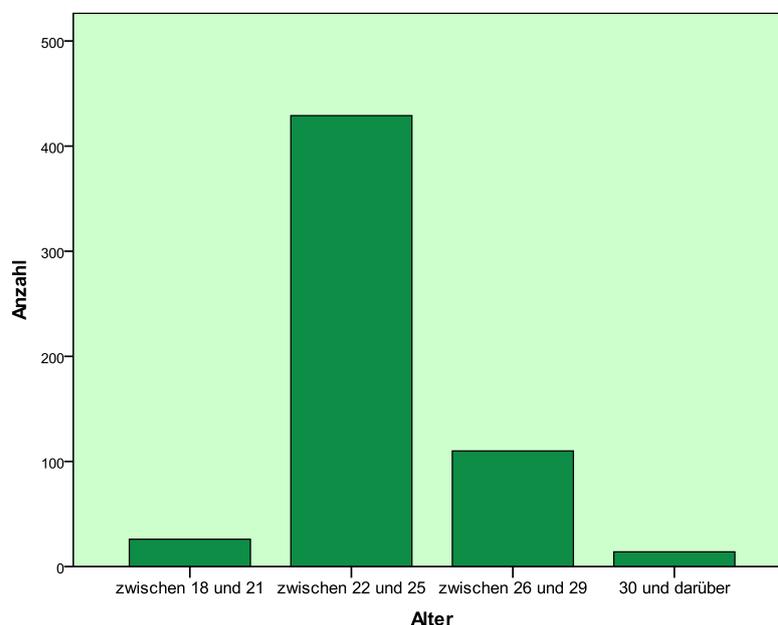


Abbildung 7. Alter der TeilnehmerInnen

¹³⁹ Vgl.: European Commission (2011) Seite 5

¹⁴⁰ Vgl.: http://www.bmwf.gv.at/startseite/studierende/studieren_im_europaeischen_hochschulraum/519/programm_llp_erasmus/statistiken/

Diese Regelung lässt sich auch in den Angaben der Studierenden wiedererkennen. 281 Personen, das sind 48,5% und somit fast die Hälfte aller TeilnehmerInnen, haben ihren Auslandsaufenthalt im sechsten bis achten Semester absolviert. Knapp 26% waren davor im Ausland, 22,3% in ihrem neunten bis elften Semester. Lediglich 19 Personen, das entspricht 3,3%, haben nach ihrem elften Semester im Ausland studiert.

Der größte Teil der TeilnehmerInnen befindet sich zum Zeitpunkt der Befragung noch im Studium beziehungsweise hat zumindest einen Teil davon bereits mit einem akademischen Grad abgeschlossen. Mehr als die Hälfte aller Befragten (55,8%) verfügen momentan über einen Schulabschluss einer Höher bildenden Schule mit Matura. 24,4% haben bereits einen Bachelor-Abschluss einer Universität beziehungsweise Fachhochschule, 16,8% sind bereits Magistra oder Magister der von ihnen gewählten Studienrichtung. Nur eine einzige Person hat zum Zeitpunkt der Befragung bereits ein Doktorat abgeschlossen; 2,9%, das sind 17 Personen, gaben eine höher bildende Schule ohne Matura, jedoch mit Studienberechtigungsprüfung, als höchste abgeschlossene Ausbildung an.

Wie bereits bei der Definition der Gruppe beschrieben, wurden ausschließlich Personen, die in den vergangenen drei Jahren, also den Studienjahren 2008/09, 2009/10 und 2010/11 im Rahmen des Erasmus-Austauschprogramms studiert haben, in die Auswertung übernommen. Dabei verteilen sich die TeilnehmerInnen wie folgt:

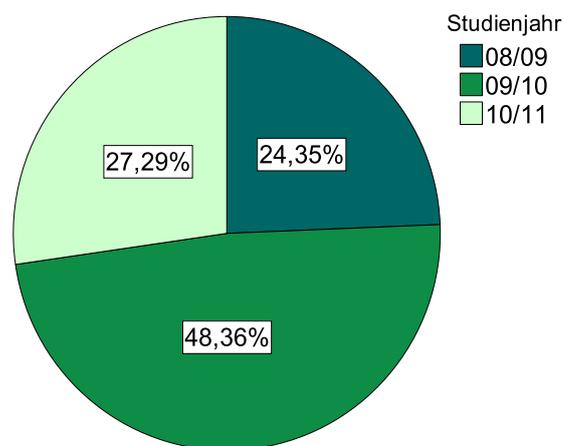


Abbildung 8. Studienjahr, in dem mit Erasmus im Ausland studiert wurde

404 TeilnehmerInnen, das entspricht fast 70% der Stichprobe, haben ca. ein halbes Jahr (drei bis sechs Monate) im Ausland studiert. 175 Personen haben sieben oder mehr Monate zu Studienzwecken im Ausland verbracht.

Es wurden über 60 verschiedene Studienrichtungen angegeben, welche hier in vier Wissenschaftskategorien¹⁴¹ dargestellt werden: Naturwissenschaften, Sozialwissenschaften, Geisteswissenschaften und Wirtschaftswissenschaften. Die Verteilung der Probanden in diesen Gruppen stellt sich wie folgt dar:

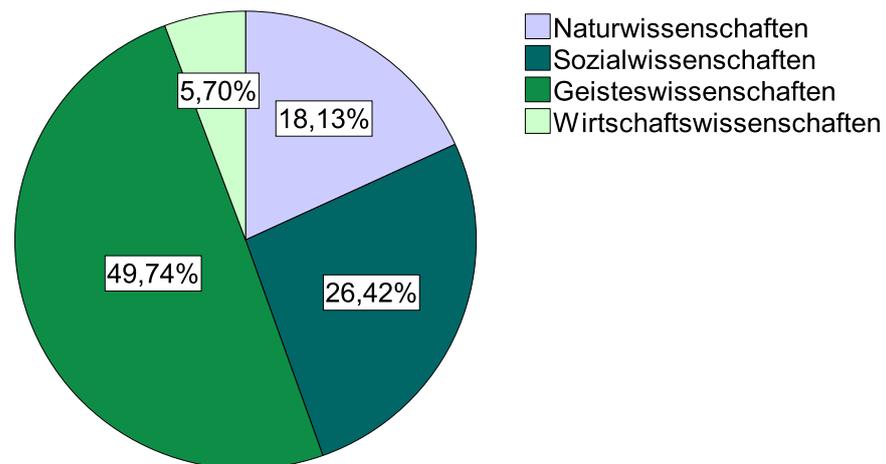


Abbildung 9. Studienrichtung der TeilnehmerInnen

288 TeilnehmerInnen, das entspricht fast 50% der Stichprobe, studieren ein geisteswissenschaftliches Fach. Die Sozialwissenschaften reihen sich mit 153 Personen (26,4%) an den zweiten, die Naturwissenschaften mit 105 Vertretern (18,1%) an den dritten Platz. Die Gruppe der Wirtschaftswissenschaften ist mit 33 TeilnehmerInnen (5,7%) am wenigsten vertreten und befindet sich an vierter Stelle. Der große Überhang der Geisteswissenschaften erklärt sich aus der Tatsache, dass hier all jene Studierende, die eine Sprache erlernen beziehungsweise Sprachwissenschaft studieren, repräsentiert sind. Für diese Gruppe ist ein Aufenthalt im Ausland nahe liegend und oftmals auch vom Studienplan empfohlen.

¹⁴¹ Die Einteilung der Studienrichtungen in die Kategorien orientiert sich an Henz (2011) Seite 21f, ist jedoch nicht obligatorisch. „Funktionen von Wissenschaftsklassifikationen sind also in hohem Maße zielgruppen- bzw. benutzerorientiert. Daher kann es keine eindeutige, ‚objektive‘ Wissenschaftsklassifikation geben.“

Zitat: Rötzer (2003) Seite 109, 77

Die 579 TeilnehmerInnen haben in 25 verschiedenen Ländern Europas studiert. Dabei überwiegen vor allem die südlichen Destinationen wie Spanien (20,4%), Frankreich (18,5%) und Italien (9,8%), gefolgt von Großbritannien und Nordirland (9,2%). Mit ein bisschen Abstand folgen die nördlicheren Staaten Europas wie Schweden (5,9%), Dänemark (5,2%), Finnland (5%) und die Niederlande (4,7%). Untenstehendes Diagramm zeigt die Verteilung in absoluten Zahlen:

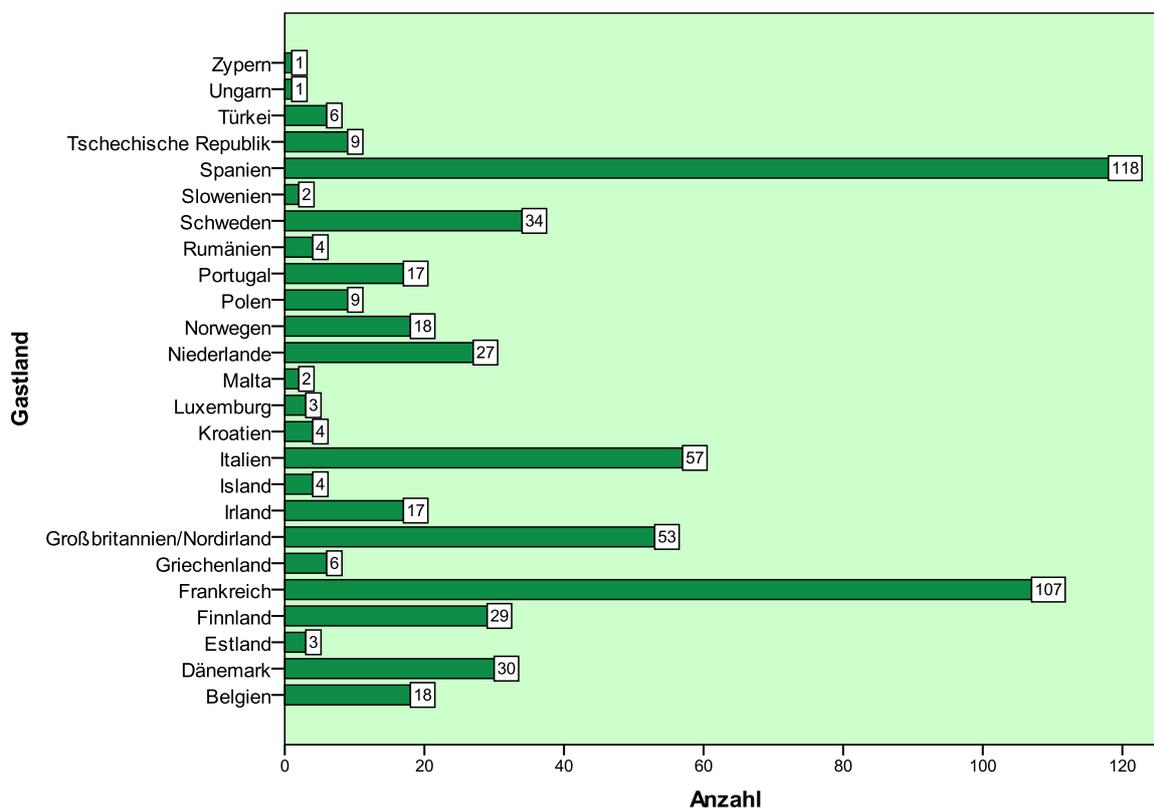


Abbildung 10. Gastland der TeilnehmerInnen

Zu Beginn ihres Auslandsaufenthaltes hatten rund 21% der Studierenden keinerlei Sprachkenntnisse der Landessprache ihres Gastlandes. Circa die Hälfte der Befragten hatte zumindest Basis-Fremdsprachenkenntnisse, als sie ihren Erasmus-Studienaufenthalt begannen: 31,3% konnten alltäglichen Gesprächen folgen und einfache Sätze verstehen (entspricht dem Niveau A1/A2) und 29% konnten sich bereits fließend in der Landessprache unterhalten (entspricht dem Niveau B1/B2). 18,7% der befragten Personen verfügten sogar über eine Sprachkompetenz des Niveaus C1/C2 und konnten daher praktisch alles Gehörte oder Gelesene mühelos verstehen und sich über komplexe Themen unterhalten.

8.2. Überprüfung der Hypothesen

Forschungsfrage 1

Welche webbasierten Kommunikationsmöglichkeiten nutzen Studierende im Ausland bevorzugt um

- a) Kontakte zu Leuten aus dem Gastland zu knüpfen
- b) den Kontakt zum Heimatland zu pflegen?

	Mittelwert	Standardabweichung
1. Face-to-Face	1,41	0,723
2. Telefonie (Handy/Festnetz)	2,54	1,091
3. SNS	2,74	1,082
4. E-Mail	3,15	0,931
5. Chat	3,51	0,816
6. Internettelefonie	3,63	0,692
7. Forum	3,88	0,380

Abbildung 11. Ranking Mittel der Kontaktaufnahme zu Leuten aus dem Gastland
(1=sehr häufig, 2=häufig, 3=selten, 4=gar nicht)

Anhand der Höhe der Mittelwerte lässt sich rein deskriptiv feststellen, dass Kontakte zu Leuten aus dem Gastland am ehesten mittels Face-to-Face-Kommunikation, gefolgt von der telefonischen Kontaktaufnahme, geknüpft werden. Mündliche Kommunikation reiht sich somit vor schriftliche Kommunikation via Social Network Site oder E-Mail.

Die Kontaktpflege zu Freunden und Familie im Heimatland erfolgt primär mittels Internettelefonie und E-Mail, gefolgt von der Social Network Site beziehungsweise dem Chat in der Muttersprache und der Handy- beziehungsweise Festnetztelefonie. Mündliche und schriftliche Kommunikation sind beide unter den ersten fünf Kommunikationsmöglichkeiten vertreten, doch die schriftliche Kommunikation überwiegt.

	Mittelwert	Standardabweichung
1. Internettelefonie	1,75	0,901
2. E-Mail	1,93	0,788
3. SNS in der Muttersprache	2,23	1,161
4. Chat in der Muttersprache	2,46	1,155
5. Telefonie (Handy/Festnetz)	2,47	0,940
6. Besuch	2,83	0,736
SNS in einer Fremdsprache	2,83	1,185
8. Brief/Postkarte	3,06	0,737
9. Chat in einer Fremdsprache	3,34	0,911
10. Blog/eigene Homepage	3,73	0,680
11. Forum in der Muttersprache	3,84	0,482
12. Forum in einer Fremdsprache	3,89	0,374

Abbildung 12. Ranking Mittel der Kontaktpflege zu Freunden und Familie im Heimatland
(1=sehr häufig, 2=häufig, 3=selten, 4=gar nicht)

Forschungsfrage 2

Gibt es Unterschiede bei der Art der Kontaktaufnahme beziehungsweise -pflege zwischen den verschiedenen persönlichen Netzwerken eines Studierenden? Manifestieren sich diese Unterschiede in der Sprache der Dialogpartner?

Hypothese 2.1.: Kontaktpflege zur Heimat (Basis) erfolgt eher auf traditionellen Wegen wie Telefon (und/oder Internettelefonie), E-Mail und Brief/Postkarte.

Betrachtet man die Mittelwerte aus Abbildung 12., so reihen sich die Internettelefonie auf Platz eins, das E-Mail auf Platz zwei und Brief beziehungsweise Postkarte auf Platz 7 der am häufigsten genutzten Kommunikationsmöglichkeiten. Das bedeutet, rein deskriptiv beschrieben, dass zwar die Telefonie und das E-Mail am häufigsten benutzt werden, um den Kontakt mit der Heimat zu pflegen, Brief oder Postkarte jedoch nicht so häufig wie erwartet. Die Hypothese kann daher weder angenommen noch verworfen werden.

Hypothese 2.2.: Erfolgt Kontaktpflege zur Heimat (Basis) via Social Web-Angeboten wie Chat, Social Network Site oder Forum, dann passiert dies eher in der Muttersprache.

Die Nutzung (siehe Abbildung 12.) einer Social Network Site (SNS) in der Muttersprache reiht sich auf Platz drei, in einer Fremdsprache auf Platz sechs. Die Nutzung eines Chats in der eigenen Muttersprache reiht sich auf Platz vier, in einer Fremdsprache auf Platz neun. Das Forum findet sich auf den letzten beiden Plätzen (Rang elf in der Muttersprache, Rang zwölf in einer Fremdsprache). Die Nutzung dieser Social Web-Angebote in der Muttersprache passiert tatsächlich, deskriptiv beschrieben anhand der Mittelwerte, häufiger als die Nutzung in der Fremdsprache. Die Hypothese kann daher angenommen werden.

Hypothese 2.3.: Kontaktaufnahme zur Gemeinschaft der Austauschstudierenden (multi-nationals) erfolgt eher mit Medien, die möglichst verschiedene Sprachen zulassen, dabei aber nicht schon eine Bekanntschaft voraussetzen.

	Mittelwert	Standardabweichung
1. Face-to-Face	1,31	0,639
2. Telefon (Handy/Festnetz)	1,99	1,041
3. SNS in einer Fremdsprache	2,36	1,177
4. SNS in der Muttersprache	2,97	1,079
5. E-Mail in einer Fremdsprache	2,98	0,995
6. Chat in einer Fremdsprache	3,01	1,128
7. Internettelefonie	3,17	0,988
8. Chat in der Muttersprache	3,39	0,878
9. E-Mail in der Muttersprache	3,41	0,821
10. Forum in einer Fremdsprache	3,88	0,438
11. Forum in der Muttersprache	3,95	0,241

Abbildung 13. Ranking Mittel der Kontaktaufnahme zu anderen Austauschstudierenden
(1=sehr häufig, 2=häufig, 3=selten, 4=gar nicht)

Beschreibt man die Mittelwerte in der obigen Tabelle deskriptiv, so erfolgt die Kontaktaufnahme zu anderen Austauschstudierenden am häufigsten durch Face-to-Face-Kommunikation, gefolgt von Telefonie via Handy und/oder Festnetz und der Social Network Site, sowohl in der Fremdsprache als auch in der eigenen

Muttersprache. Platz fünf wird vom E-Mail in einer Fremdsprache belegt. Unter der Annahme, dass die Kontaktaufnahme via Telefon eine vorherige Bekanntschaft, bei der diese Daten ausgetauscht wurden, voraussetzt, Face-to-Face-Kommunikation, E-Mail und die Kontaktaufnahme auf einer Social Network Site jedoch nicht unbedingt, kann die Hypothese weder angenommen noch verworfen werden.

Hypothese 2.4.: Kontaktaufnahme zu Mitgliedern der Aufnahmegesellschaft (host-nationals) erfolgt eher durch Face-to-Face-Kommunikation.

Abbildung 11. zeigt, dass Face-to-Face-Kommunikation, beschrieben anhand des Mittelwertes, am häufigsten genutzt wird, um zu host-nationals Kontakt aufzunehmen. Die Hypothese kann somit angenommen werden.

Hypothese 2.5.: Kontaktpflege zu Mitgliedern der Aufnahmegesellschaft (host-nationals) erfolgt eher durch verschiedene webbasierte Kommunikationsmöglichkeiten, die schriftlichen Verkehr begünstigen.

	Mittelwert	Standardabweichung
1. Face-to-Face	1,30	0,662
2. Telefon (Handy/Festnetz)	1,87	0,918
3. SNS	2,14	1,090
4. E-Mail	2,95	0,962
5. Internettelefonie	3,09	1,028
6. Chat	3,15	1,050
7. Forum	3,94	0,290

Abbildung 14. Ranking Mittel der Kontaktpflege zu Leuten aus dem Gastland
(1=sehr häufig, 2=häufig, 3=selten, 4=gar nicht)

Die obige Tabelle zeigt, dass sich schriftliche Kommunikation erst an dritter (SNS) beziehungsweise vierter (E-Mail) Stelle platzieren konnte. Zur Kontaktpflege mit host-nationals wird eher auf mündliche Kommunikation durch persönliche Treffen (Face-to-Face) oder via Telefon zurückgegriffen. Die Hypothese muss daher verworfen werden.

Forschungsfrage 3

Wie verändert sich die Nutzung webbasierter Kommunikationsmöglichkeiten von Studierenden im Ausland während ihres Aufenthaltes?

Hypothese 3.1.: Es verändert sich die Häufigkeit und Intensität des Kontakts zu Familie und Freunden in der Heimat (Basis) im Laufe des Studienaufenthaltes in Abhängigkeit zur Menge neu geknüpfter Kontakte.

Kreuztabelle: Ich habe viele neue Leute kennengelernt/Kontakt zum Heimatland

		neue Leute kennenlernen				Gesamt
		trifft sehr zu	trifft zu	trifft wenig zu	trifft nicht zu	
Kontakt zum Heimatland	zugenommen	9	10	3	0	22
	ist gleich geblieben	143	92	22	1	258
	abgenommen	160	108	27	4	299
	Gesamt	312	210	52	5	579

Abbildung 15. Kreuztabelle der Variablen „Ich habe viele neue Leute kennengelernt“/„Kontakt zum Heimatland“

Hier wird zunächst eine Kreuztabelle der Variablen „Kontakt zum Heimatland“ und „Ich habe viele neue Leute kennenlernen“ erstellt. Um zu überprüfen, ob zwei Variablen in der Kreuztabelle signifikant zusammenhängen, wird der Chi-Quadrat-Test durchgeführt. Da in der Kreuztabelle jedoch einzelne Zellenbesetzungen kleiner als fünf sind, wird der exakte Wert nach Fisher berechnet.

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymp- totische Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (1-seitig)	Punkt- Wahrschein- lichkeit
Chi-Quadrat nach Pearson	3,585 ^a	6	,733	,719		
Likelihood-Quotient	3,791	6	,705	,705		
Exakter Test nach Fisher	3,839			,687		
Zusammenhang linear-mit-linear	,004 ^b	1	,949	,958	,497	,042
Anzahl der gültigen Fälle	579					

a. 4 Zellen (33,3%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,19.

b. Die standardisierte Statistik ist ,064.

Abbildung 16. Chi-Quadrat Test der Variablen „Ich habe viele neue Leute kennengelernt“/„Kontakt zum Heimatland“

Der exakte Test nach Fisher ($p=0,687$) zeigt, dass es keinen signifikanten Zusammenhang zwischen einer hohen Anzahl an neu geknüpften Beziehungen und der Abnahme des Kontakts zu Freunden und Familie im Heimatland gibt. Die Hypothese ist daher zu verwerfen.

Hypothese 3.2.: Die Kommunikation zwischen Austauschstudierenden und Mitgliedern der Aufnahmegesellschaft (host-nationals) verändert sich während des Aufenthaltes. Schriftliche Kommunikation wird durch mündliche ergänzt, jedoch nicht ersetzt.

Statistik bei gepaarten Stichproben

	Mittelwert	N	Standard abweichung	Standardfehler des Mittelwertes
Paaren 1 Chat zu Beginn	3,51	579	,816	,034
Chat während Aufenthalt	3,15	579	1,050	,044
Paaren 2 SNS zu Beginn	2,74	579	1,082	,045
SNS während Aufenthalt	2,14	579	1,090	,045
Paaren 3 Forum zu Beginn	3,88	579	,380	,016
Forum während Aufenthalt	3,94	579	,290	,012
Paaren 4 Internettelefonie zu Beginn	3,63	579	,692	,029
Internettelefonie während Aufenthalt	3,09	579	1,028	,043
Paaren 5 Telefon zu Beginn	2,54	579	1,091	,045
Telefon während Aufenthalt	1,87	579	,918	,038
Paaren 6 E-Mail zu Beginn	3,15	579	,931	,039
E-Mail während Aufenthalt	2,95	579	,962	,040
Paaren 7 Face to Face zu Beginn	1,41	579	,723	,030
Face to Face während Aufenthalt	1,30	579	,662	,028

Abbildung 17. Mittelwertvergleich der Variablen „Nutzung zur Kontaktaufnahme zu Beginn des Aufenthaltes“/„Nutzung zur Kontaktpflege während des Aufenthaltes“
(1=sehr häufig, 2=häufig, 3=selten, 4=gar nicht)

In der obigen Tabelle sieht man die Mittelwerte der Nutzung verschiedener Kommunikationsmöglichkeiten zu Beginn des Auslandsaufenthaltes und während des Auslandsaufenthaltes im Vergleich. Um eine etwaige Veränderung der Nutzung zu überprüfen, wird ein Mittelwertvergleich durchgeführt.

Test bei gepaarten Stichproben

	Gepaarte Differenzen					T	df	Sig. (2-seitig)	Cohen's d
	Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler des Mittelwertes	95% Konfidenzintervall der Differenz					
				Untere	Obere				
Paa 1 ren Chat Beginn Chat Während	,356	,891	,037	,283	,429	9,610	578	,000	,399
Paa 2 ren SNS Beginn SNS Während	,599	,996	,041	,518	,681	14,483	578	,000	,602
Paa 3 ren Forum Beginn Forum Während	-,052	,334	,014	-,079	-,025	-3,734	578	,000	,155
Paa 4 ren Internettelefoni e Beginn Internettelefoni e Während	,539	,939	,039	,462	,616	13,805	578	,000	,574
Paa 5 ren Telefon Beginn Telefon Während	,668	1,074	,045	,581	,756	14,979	578	,000	,623
Paa 6 ren Email Beginn Email Während	,200	,783	,033	,136	,264	6,153	578	,000	,256
Paa 7 ren FtF Beginn Ftf Während	,112	,730	,030	,053	,172	3,702	578	,000	,154

Abbildung 18. *t*-Test bei abhängigen Stichproben „Kommunikation zu Beginn des Aufenthaltes“/„Kommunikation während des Aufenthaltes“

Aufgrund der großen Stichprobe führen bereits kleine Mittelwertunterschiede zu einem signifikanten Ergebnis, was jedoch nicht automatisch inhaltliche Relevanz bedeutet. Zur besseren Interpretation der signifikanten Ergebnisse wird daher die Effektstärke Cohen's *d* herangezogen, die sich wie folgt klassifizieren lässt:

ab 0,2 = kleiner Effekt
ab 0,5 = mittlerer Effekt
ab 0,8 = großer Effekt

Cohen's d wird nach der Formel $d = \frac{t}{\sqrt{N}}$ berechnet.

Eine inhaltliche relevante Veränderung von mittlerer Effektstärke kann bei der Nutzung von Handy und/oder Festnetz (Telefon) (Cohen's $d=0,623$), bei der Nutzung von Social Network Sites (Cohen's $d=0,602$) und bei der Nutzung von Internettelefonie (Cohen's $d=0,574$) festgestellt werden. Ein kleiner Effekt lässt sich bei der Nutzung von Chat (Cohen's $d=0,399$) und E-Mail (Cohen's $d=0,256$) ablesen. Bei der Nutzung von Foren (Cohen's $d=0,155$) sowie Face-to-Face-Kommunikation (Cohen's $d=0,154$) ist die Effektstärke sehr gering und es ist daher keine inhaltliche Relevanz gegeben.

Anhand der Mittelwerte lässt sich feststellen, dass, bis auf das Forum, die schriftliche Kommunikation in ihrer Nutzungshäufigkeit nicht abgenommen hat und die mündliche Kommunikation in allen drei Kategorien (Internettelefonie, Telefon und Face-to-Face) zugenommen hat. Mündliche Kommunikation hat also zugenommen, die schriftliche Kommunikation wurde dadurch jedoch nicht ersetzt. Somit kann die Hypothese angenommen werden.

Forschungsfrage 4

Verändert sich die Nutzung webbasierter Kommunikationsmöglichkeiten der Studierenden nach der Rückkehr in die Heimat?

Hypothese 4.: Die Häufigkeit der Nutzung webbasierter Kommunikationsmöglichkeiten verändert sich nach der Rückkehr ins Heimatland.

Korrelationen

			Nutzung während des Aufenthalts	Nutzung nach dem Aufenthalt
Spearman-Rho	Nutzung während des Aufenthalts	Korrelationskoeffizient	1,000	,484**
		Sig. (2-seitig)	.	,000
		N	579	579
	Nutzung nach dem Aufenthalt	Korrelationskoeffizient	,484**	1,000
		Sig. (2-seitig)	,000	.
		N	579	579

** . Die Korrelation ist auf dem 0,01 Niveau signifikant (zweiseitig).

Abbildung 19. Korrelation Häufigkeit der Nutzung webbasierter Kommunikationsmöglichkeiten während des Aufenthaltes und danach

Die obige Tabelle stellt eine Rangkorrelation nach Spearman der Variablen „Nutzung webbasierter Kommunikationsmöglichkeiten während des Aufenthaltes“/„Nutzung webbasierter Kommunikationsmöglichkeiten nach dem Aufenthalt“ dar. Es gibt einen signifikanten Zusammenhang zwischen der Nutzung webbasierter Kommunikationsmöglichkeiten während des Auslandsaufenthaltes und danach. Dieser manifestiert sich in einem Korrelationskoeffizienten von 0,484 ($p < 0,001$) und einer Effektstärke $r^2 = 0,23$. Das heißt, 23% der Varianz des Nutzungsverhaltens während des Aufenthaltes werden durch das Nutzungsverhalten nach der Rückkehr erklärt und umgekehrt.

Das bedeutet, jene Studierenden, die während ihres Auslandsaufenthaltes häufig Online waren, um mit anderen Leuten zu kommunizieren, waren dies auch nach ihrer Rückkehr ins Heimatland. Das Nutzungsverhalten ändert sich nach der Rückkehr kaum. Somit muss die Hypothese verworfen werden.

Forschungsfrage 5

Mit welchen Dialogpartnern, die der Studierende im Ausland kennengelernt hat, wird am ehesten Kontakt gehalten?

Hypothese 5.: Zu Dialogpartnern, die dieselbe Muttersprache sprechen, wird eher Kontakt gehalten.

Kontakt				
	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig ja	545	94,1	94,1	94,1
nein	34	5,9	5,9	100,0
Gesamt	579	100,0	100,0	

Abbildung 20. Kontaktpflege nach der Rückkehr

Von 579 TeilnehmerInnen haben rund 94% nach ihrer Rückkehr noch Kontakt zu Personen, die sie im Ausland kennengelernt haben.

Häufigkeit	
1. Sprache des Gastlandes	431
2. andere Sprache	422
3. Muttersprache	375

Abbildung 21. Sprache der Kontakte

(Aufgrund der Möglichkeit der Mehrfachnennung ergibt die Summe der Häufigkeit mehr als 579.)

Anhand dieser Häufigkeitstabelle lässt sich ablesen, dass 431 Personen nach ihrer Rückkehr in das Heimatland noch Kontakt zu jemandem haben, der die Sprache ihres Gastlandes spricht. Geringfügig weniger Befragte haben noch Kontakt zu Personen, die eine andere Sprache als die des Gastlandes oder die eigene Muttersprache sprechen. 375 TeilnehmerInnen gaben an, Kontakt zu Leuten, die ihre eigene Muttersprache sprechen, zu pflegen. Anhand der absoluten Zahlen lässt sich rein deskriptiv feststellen, dass zu Leuten, die die eigene Muttersprache sprechen, am seltensten Kontakt gehalten wird. Die Hypothese muss daher verworfen werden.

8.3. Weitere Ergebnisse

8.3.1. Geschlecht

Die Variable „Geschlecht“ sowie die Kommunikationsmöglichkeiten zur Kontaktaufnahme beziehungsweise Kontaktpflege werden einem *t*-Test zum Vergleich der Mittelwerte für unabhängige Stichproben unterzogen.

Bezüglich der Häufigkeit der Nutzung des Kommunikationsmittels zur Kontaktaufnahme zu anderen Austauschstudierenden (multi-nationals) oder zu Leuten aus dem Gastland (host-nationals) sind keine signifikanten Unterschiede festzustellen. Sowohl Frauen als auch Männer nutzen die Face-to-Face-Kommunikation am häufigsten und das Forum (sowohl in Muttersprache als auch in einer Fremdsprache) am seltensten, um multi-nationals kennenzulernen. Auch bei der Kontaktaufnahme zu host-nationals gaben beide Gruppen an, die Face-to-Face-Kommunikation am häufigsten und das Forum am seltensten zu nutzen.

Bei der Kontaktpflege zu Freunden und Familie im Heimatland wird die Internettelefonie sowohl von Frauen als auch von Männern am häufigsten genutzt, das Forum (sowohl in Muttersprache als auch in einer Fremdsprache) rangiert bei beiden Gruppen auf dem letzten Platz. Signifikante Unterschiede sind jedoch bei der Nutzung des Forums in der Muttersprache, der Internettelefonie, des E-Mails, des Briefs beziehungsweise der Postkarte sowie des persönlichen Besuchs festzustellen.

	Mittelwert		Signifikanz	Effektstärke
	Frauen	Männer		Cohen's <i>d</i>
Forum Muttersprache	3,88	3,68	0,002	0,34
Internettelefonie	1,70	1,94	0,010	0,27
E-Mail	1,86	2,18	<0,001	0,41
Brief/Postkarte	3,01	3,28	<0,001	0,37
Besuch	2,80	2,97	0,026	0,23

Abbildung 22. Signifikante Unterschiede der Variablen „Geschlecht“/„Kontaktpflege Heimatland“

(1=sehr häufig, 2=häufig, 3=selten, 4=gar nicht)

Cohen's *d*: 0,2=kleiner Effekt; 0,5=mittlerer Effekt; 0,8=großer Effekt

Wie bereits oben erwähnt, führen bei einer großen Stichprobe bereits kleine Mittelwertunterschiede zu signifikanten Ergebnissen. Um die inhaltliche Relevanz zu prüfen, wird die Effektstärke Cohen's *d* ermittelt. Mit einer kleinen bis mittleren Effektstärke sind hierbei die Werte $d=0,41$ für die Nutzung des E-Mails und $d=0,37$

für die Nutzung von Briefen beziehungsweise Postkarten inhaltlich von der meisten Relevanz. Beide Kommunikationsmittel werden von Frauen signifikant häufiger genutzt als von Männern; insgesamt liegt bei den Frauen das E-Mail auf Platz zwei und der Brief/die Postkarte auf Platz acht und bei den Männern auf Platz zwei beziehungsweise Platz neun der am häufigsten genutzten Kommunikationsmittel.

Insgesamt positioniert sich die mündliche Kommunikation sowohl bei Frauen als auch bei Männern bei jeder Art der Kontaktaufnahme (Face-to-Face) oder Kontaktpflege (Internettelefonie) an erster, das Forum an letzter Stelle.

Die Kontaktaufnahme via Social Web, sowohl zu multi-nationals als auch zu host-nationals, erfolgt am häufigsten durch die Social Network Site, die sich unabhängig vom Geschlecht immer an dritter Stelle befindet.

Bezüglich der Kontaktzunahme beziehungsweise -abnahme zu Freunden und Familie im Heimatland lässt sich bei den weiblichen und männlichen Teilnehmern kein signifikanter Unterschied feststellen (exakter Test nach Fisher $p=0,069$).

8.3.2. Alter

Zur besseren Auswertung wurden die vier Altersgruppen zwischen „18 und 21“, „22 und 25“, „26 und 29“ sowie „30 und darüber“ in zwei neue Kategorien überführt. Die neuen Gruppen – „18 bis 25“ sowie „26 und darüber“ – werden für die weitere Auswertung übernommen.

Die neu codierte Variable „Alter“ sowie die Kommunikationsmöglichkeiten zur Kontaktaufnahme beziehungsweise Kontaktpflege werden ebenfalls einem t -Test zum Vergleich der Mittelwerte für unabhängige Stichproben unterzogen. Es wird erneut die Effektstärke Cohen's d zur Ermittlung der inhaltlichen Relevanz berechnet.

Bei der Variable „Alter“ unterscheidet sich die Nutzung von E-Mails signifikant bezüglich der Kontaktaufnahme zu anderen Austauschstudierenden. Die Gruppe der TeilnehmerInnen, die 26 Jahre oder älter sind, verwenden E-Mails in der Muttersprache häufiger zur Kontaktaufnahme zu multi-nationals als die jüngeren TeilnehmerInnen. Die Effektstärke (mit Cohen's d berechnet) $d=0,21$ ist gering und hat daher wenig inhaltliche Relevanz. Ein signifikanter Unterschied lässt sich auch

bei der Kontaktaufnahme zu host-nationals feststellen. Auch in diesem Fall verwendet die Gruppe „26 und darüber“ E-Mails häufiger als die Gruppe 18 bis 25. Die Effektstärke beträgt ebenfalls $d=0,21$. Bei der Kontaktpflege zu Familie und Freunden im Heimatland gibt es keine signifikanten Unterschiede bezüglich des Alters.

Die mündliche Kommunikation kann sich insgesamt sowohl bei 18- bis 25-jährigen als auch bei den älteren TeilnehmerInnen bei jeder Art der Kontaktaufnahme (Face-to-Face) oder Kontaktpflege (Internettelefonie) an erster Stelle positionieren. Das Forum rückt bei jeder Altersgruppe und unabhängig vom Kommunikationspartner, sowohl in der Muttersprache als auch in der Fremdsprache, an den letzten Platz.

Die Kontaktaufnahme via Social Web erfolgt, unabhängig vom Alter der TeilnehmerInnen und vom Kommunikationspartner, am häufigsten durch die Social Network Site.

8.3.3. Sprachkenntnisse

Da bereits bei den soziodemografischen Daten ausführlich beschrieben, folgt an dieser Stelle nur eine kurze Übersicht der Sprachkenntnisse der Studierenden zu Beginn ihres Auslandsaufenthaltes:

Sprachniveau	in Prozent
keine Kenntnisse der Landessprache	21,1%
A1/A2	31,3%
B1/B2	29,0%
C1/C2	18,7%

Abbildung 23. Sprachkenntnisse zu Beginn des Aufenthaltes

Nach einer Varianzanalyse und einem post-hoc Test sind drei signifikante Unterschiede festzustellen. Jene Studierenden, die über eine Fremdsprachenkompetenz des Niveaus C1/C2 verfügten, nutzen den Chat ($p=0,025$) zur Kontaktaufnahme mit host-nationals signifikant häufiger als jene, deren Sprachniveau bei B1/B2 lag. Ebenfalls TeilnehmerInnen mit dem Niveau C1/C2 sowie jene mit dem Niveau A1/A2 nutzen die Internettelefonie ($p=0,004$) signifikant häufiger als Studierende mit dem Sprachniveau B1/B2.

Des Weiteren besteht ein signifikanter Unterschied zwischen den Sprachniveaugruppen bei der Nutzung der Social Network Site ($p=0,042$). Aufgrund der α -Adjustierung kann jedoch nicht festgestellt werden, zwischen welchen Gruppen dieser Unterschied besteht.

Nach dem Wilcoxon-Vorzeichen-Rangtest, einem parameterfreien Verfahren für abhängige Stichproben, zeigt sich ein signifikanter Unterschied ($p<0,001$) innerhalb der Studienrichtungsgruppen zwischen dem Sprachniveau zu Beginn des Auslandsaufenthaltes und dem Sprachniveau nach der Rückkehr ins Heimatland. Es haben sich alle Studienrichtungsgruppen signifikant verbessert, wobei sich Studierende der Naturwissenschaften sowie der Sozialwissenschaften am meisten verbessert haben (Mittelwertsdifferenz von 0,81). Platz zwei nehmen die TeilnehmerInnen der Wirtschaftswissenschaften ein (Mittelwertsdifferenz von 0,67) und an den letzten Platz reihen sich die Studierenden der Geisteswissenschaften (Mittelwertsdifferenz von 0,61).

Nach dem Mann-Whitney-U-Test, einem parameterfreien Verfahren für unabhängige Stichproben, zeigt sich beim Vergleich der Studienrichtungen untereinander, dass sich die Gruppe der Geisteswissenschaften in ihrer Verbesserung signifikant ($p<0,001$) von allen anderen Studienrichtungsgruppen unterscheidet. Studierende der Sozialwissenschaften, der Naturwissenschaften und der Wirtschaftswissenschaften unterschieden sich nicht signifikant voneinander in ihrer Verbesserung der Fremdsprachenkenntnisse.

8.3.4. Studienrichtung

Die Variable „Studienrichtung“ sowie die Kommunikationsmöglichkeiten zur Kontaktaufnahme beziehungsweise Kontaktpflege werden einer Varianzanalyse und einem anschließenden post-hoc Test unterzogen.

Bei der Nutzung der verschiedenen Kommunikationsmittel zur Kontaktaufnahme mit anderen Austauschstudierenden (multi-nationals) lassen sich vier signifikante Unterschiede feststellen: Studierende der Sozialwissenschaften nutzen das E-Mail in der Muttersprache ($p=0,004$) und den Chat in der Muttersprache ($p=0,004$) signifikant häufiger als Studierende der Naturwissenschaften.

NaturwissenschaftlerInnen nutzen die Internettelefonie ($p=0,016$) signifikant häufiger als Studierende der Geisteswissenschaften. Studierende der Wirtschaftswissenschaften nutzen die Social Network Site in der Muttersprache ($p=0,015$) signifikant häufiger als Studierende der Naturwissenschaften. Aufgrund der geringen Stichprobe der Studienrichtungen der Wirtschaftswissenschaften kann jedoch davon ausgegangen werden, dass die Stichprobenparameter für diese Population ungenauer geschätzt werden als für die anderen Subpopulationen.

Bei der Kontaktaufnahme zu host-nationals zeigt sich eine signifikant vermehrte Nutzung des Forums ($p=0,021$) bei den Studierenden der Geisteswissenschaften gegenüber jenen der Naturwissenschaften.

Um den Kontakt zur Basis (Freunde und Familie im Heimatland) zu pflegen, nutzen Studierende einer geisteswissenschaftlichen Studienrichtung das Telefon (Handy/Festnetz) ($p=0,028$) signifikant häufiger als jene einer naturwissenschaftlichen Studienrichtung.

9. DISKUSSION

Diese Arbeit hat die Kommunikationsgewohnheiten von Studierenden des Erasmus-Austauschprogramms während ihres Auslandsaufenthaltes, unter besonderer Berücksichtigung ihrer Sprachkenntnisse und der persönlichen Netzwerke, untersucht. Die Ergebnisse beziehen sich auf eine Befragung von 579 ehemaligen Erasmus-Studierenden, die zwischen den Studienjahren 2008/09 und 2010/11 im nicht-deutschsprachigen Ausland einen Teil ihrer Studienzeit absolviert haben.

Kontaktaufnahme zu anderen Erasmus-Studierenden und zu Personen aus dem Gastland erfolgt primär mittels Face-to-Face-Kommunikation. Die Kontaktpflege mit Freunden und Familie erfolgt bevorzugt durch Internettelefonie und E-Mail. Mit Mitgliedern jedes dieser drei Netzwerke wird erst an dritter Stelle via Social Web in Form von Social Network Sites kommuniziert (sieht man von der Internettelefonie ab, die mutmaßlich aufgrund geografischer Entfernung über das Internet passiert und bei lokaler Nähe durch das Handy ersetzt würde). Das bedeutet, dass die erwartete Web 2.0 Omnipräsenz sich weiterhin in gewissen Bereichen traditionelleren Formen der Kommunikation unterordnen muss.

In Bernadette Kneidingers¹⁴² Studie gaben 89% der User an, weniger als zehn Prozent ihrer Freunde auf Facebook (SNS) tatsächlich erst kennengelernt zu haben – die meisten Kontakte stellten bereits existierende Offline-Beziehungen dar. Dieses Ergebnis bestätigt das hier vorgefundene Face-to-Face-Gespräch als primäre Methode um jemanden kennenzulernen.

Auffällig ist die Bewertung eines der ersten Web 2.0 Produkte: das Forum. Egal welchen Alters oder Geschlechts, alle TeilnehmerInnen reihten das Forum (unabhängig von der Sprache) an die letzte Stelle der Kommunikationsmittel, die sie zur Kontaktaufnahme beziehungsweise Kontaktpflege benutzt haben. Auch der eigene Blog, quasi als Online-Tagebuch mit Reiseberichten gedacht, nimmt nur den vorletzten Platz im Ranking ein und wird so gut wie gar nicht genutzt.

Die ARD/ZDF-Onlinestudie 2011¹⁴³ zeigt ähnliche Ergebnisse: nur sieben Prozent aller Onliner bloggen oder lesen Blogs zumindest selten. Dabei nutzt die Gruppe „20

¹⁴² Vgl.: Kneidinger (2010)

¹⁴³ Vgl.: Busemann/Gscheidle (2011)

bis 29 Jahre“ Blogs öfter als die jüngeren Onliner der Gruppe „14 bis 19 Jahre“. Obwohl nicht die gleichen Altersgruppen gewählt wurden, lässt sich dieses Ergebnis zumindest teilweise auch in dieser Untersuchung wiederfinden: die Gruppe „26 Jahre und älter“ nutzt Blogs häufiger als die Gruppe „18 bis 24 Jahre“. Dennoch liegen beide Mittelwerte zwischen den Bereichen „selten“ und „gar nicht“ und die Nutzung ist verschwindend gering.

Auch in Susanne Ritters¹⁴⁴ qualitativer Untersuchung mit acht TeilnehmerInnen fand sich nur ein Proband, der einen Blog nutzt.

Dieses Ergebnis lässt sich möglicherweise durch die Tatsache erklären, dass das Profil einer Person auf einer Social Network Site einer eigenen Homepage beziehungsweise einem Blog sehr nahe kommt. Auch die Möglichkeit, Gruppen, die sich zum Beispiel „Neu in der Stadt“ oder „Erasmus 08/09 in London“ nennen, beizutreten, ist auf einer SNS gegeben. Ist man beigetreten, gibt es die Möglichkeit, mit anderen Gruppenmitgliedern via Pinnwand zu kommunizieren, was den Funktionen eines themenspezifischen Forums oder Blogkommentaren sehr nahe kommt. Diese Begründung ist auch als mögliche Erklärung in der ARD/ZDF-Onlinestudie 2011 zu finden.

Bezüglich geschlechterspezifischer Nutzungsvorlieben lassen sich nur wenige signifikante Unterschiede feststellen. Die Nutzung des E-Mails zur Kontaktpflege mit der Basis passiert bei Frauen signifikant häufiger (mit einer kleinen bis mittleren Effektstärke) als bei Männern; ebenso die Nutzung von Briefen oder Postkarten mit der gleichen Effektstärke. Da das E-Mail in beiden Gruppen auf Platz zwei liegt, scheint dieser geringe Unterschied nicht sehr bedeutend. Das Gleiche gilt auch für den Brief beziehungsweise die Postkarte: Sie nehmen bei den TeilnehmerInnen Platz acht, bei den Teilnehmern Platz neun ein, sind somit eher am Ende der Häufigkeitstabelle angesiedelt und daher nicht wirklich aufschlussreich. Weitere Unterschiede weisen eine so geringe Effektstärke auf, dass sie an dieser Stelle unerwähnt bleiben (siehe Punkt 8.3.1.).

Auch bei den Altersgruppen lässt sich nur ein einziger signifikanter Unterschied mit geringer Effektstärke messen: E-Mails werden von der Gruppe „26 Jahre und älter“ zur Kontaktaufnahme sowohl zu multi-nationals als auch zu host-nationals häufiger genutzt als von den jüngeren TeilnehmerInnen. Dieses Ergebnis lässt sich dahin

¹⁴⁴ Vgl.: Ritter (2010)

gehend interpretieren, dass sich ältere Studierende eventuell wohler dabei fühlen, fremden Personen zunächst schriftlich näher zu kommen, bevor sie einander persönlich gegenüber treten oder sich in Echtzeit mündlich mit ihnen unterhalten wollen.

In der ARD/ZDF-Onlinestudie 2011 werden ähnliche Ergebnisse präsentiert: ältere Onliner nutzen E-Mails häufiger als jüngere.

Bei den verschiedenen Studienrichtungen lassen sich zwar signifikante Unterschiede bei der Kontaktaufnahme und Kontaktpflege feststellen, diese beziehen sich jedoch erneut auf jene Kommunikationsmittel, die sich eher am hinteren Ende des Rankings befinden und daher nicht von besonderem Interesse sind (siehe Punkt 8.3.4.).

In Hinblick auf die Sprachkompetenz der Studierenden und die Kommunikationsmittel, die zur Kontaktaufnahme mit host-nationals genutzt werden, haben sich signifikante Unterschiede ergeben. Diese geben jedoch nicht wirklich relevanten Aufschluss über die Einflussnahme der Sprachkenntnisse auf die Wahl der Kommunikationsmittel, da sie bei jenen Kommunikationsmitteln zu finden sind, die generell nicht bevorzugt zur Kontaktaufnahme genutzt wurden (siehe Punkt 8.3.3.).

Zur Kontaktaufnahme mit der Gruppe der multi-nationals werden, wie angenommen, die Kommunikationsmittel häufiger in einer Fremdsprache als in der eigenen Muttersprache verwendet. Dies lässt sich aus der Tatsache erklären, dass sich die Gemeinschaft der Austauschstudierenden meist aus Personen vieler verschiedener Herkunftsländer zusammensetzt und daher die Kommunikation in einer Fremdsprache, die alle bis zu einem gewissen Grad beherrschen (Englisch wäre in diesem Fall nahe liegend), von Vorteil ist.

Heiko Vogl¹⁴⁵ stellt ebenfalls einen Wechsel von der Muttersprache in eine Fremdsprache fest, um Kontakt zur Erasmus-Community herzustellen. Englisch ist dabei die bevorzugte Sprache, wobei je nach Sprachkompetenz und Dauer des Aufenthaltes durchaus Elemente aus der Sprache des Gastlandes in die Konversation aufgenommen werden.

Betrachtet man diese Angaben unter dem Gesichtspunkt der Sozialen Homophilie und legt dieses Konzept auf die Bereitschaft, mit Personen anderer Muttersprache zu kommunizieren und diese kennenlernen zu wollen, um (und somit auch das

¹⁴⁵ Vgl.: Vogl (2011)

Verlassen der eigenen „Komfortzone“, die die perfekte Beherrschung einer Sprache dem Sprechenden gibt), so kann das Konzept im Fall der Kontaktaufnahme zur Gemeinschaft der Austauschstudierenden nicht bestätigt werden.

Die Art der Kommunikation zu host-nationals verändert sich im Laufe des Aufenthaltes: schriftliche Kommunikation wird beibehalten, bei gleichzeitigem Anstieg der Häufigkeit von mündlicher Kommunikation (sowohl webbasiert als auch Face-to-Face). 95,5% der Studierenden gaben an, dass sich ihre Sprachkenntnisse während des Aufenthaltes im Gastland verbessert haben. Es konnte zwar kein signifikanter Zusammenhang dieser Variablen festgestellt werden, diese Tatsache bietet jedoch trotzdem zwei mögliche Erklärungen für die Verschiebung der Kommunikationsart: Wer sich sicher fühlt und sich selbstbewusst in der Fremdsprache ausdrücken kann, der greift eher auf mündliche Echtzeit-Kommunikation zurück. Es kann aber auch sein, dass durch verstärkte Anwendung mündlicher Kommunikation die Fremdsprachenkompetenz gesteigert wird.

Die Häufigkeit der Kontaktpflege mit Freunden und Familie im Heimatland hat bei rund 96% der TeilnehmerInnen (das sind 557 Personen) während des Auslandsaufenthaltes abgenommen oder ist zumindest gleichgeblieben. Nur 22 Personen gaben an, während des Aufenthaltes mehr Kontakt zur Basis gehabt zu haben als zu Beginn. Von diesen 557 Personen geben 503 an (das sind rund 90%), dass sie während des Aufenthaltes viele neue Leute kennengelernt und enge Kontakte geknüpft haben. Es konnte kein signifikanter Zusammenhang zwischen der Abnahme des Kontaktes zur Basis und dem Aufbau neuer Beziehungen festgestellt werden, doch betrachtet man die absoluten Zahlen, bietet dieses Ergebnis trotzdem zwei mögliche Erklärungen: Der Kontakt zur Heimat ist gleich geblieben oder weniger geworden und daher wurde vermehrt Kontakt zu neuen Leuten mit Substitutionscharakter für freundschaftliche und familiäre Beziehungen im Heimatland aufgebaut oder aber, andersherum, es wurden so viele neue, enge Beziehungen hergestellt, dass eben deswegen der Kontakt zur Basis nicht mehr so essentiell beziehungsweise intensiv war und zumindest stagniert ist. Letztere Erklärung erscheint sinnvoller, da es ein Auslandsaufenthalt mit sich bringt, viele verschiedene Leute kennenzulernen und schnell enge Beziehungen zu knüpfen.

Nach der Rückkehr ins Heimatland haben 94% der Studierenden noch Kontakt zu Personen, die sie während des Erasmus-Auslandsaufenthaltes kennengelernt

haben. Von diesen 545 TeilnehmerInnen haben rund 79% noch Kontakt zu Personen, die die Sprache des Gastlandes sprechen, rund 77% zu Personen, die weder die Sprache des Gastlandes noch die eigene Muttersprache sprechen und rund 69% zu Personen, die die eigene Muttersprache teilen.

Von den 79%, die Kontakt zu Personen pflegen, die die Sprache des Gastlandes sprechen, zeigen die absoluten Zahlen, dass jene dies am häufigsten berichten, die am Ende des Aufenthaltes ein fortgeschrittenes Sprachniveau (B1/B2 oder C1/C2) angaben. Dieses Ergebnis scheint schlüssig, denn erstens wird die Kontaktpflege ohne ausreichende Sprachkenntnisse problematisch und zweitens bietet sich so die Möglichkeit für die Studierenden, die angeeigneten Sprachkenntnisse zu pflegen.

Das Konzept der Sozialen Homophilie wird in diesem Punkt erneut widerlegt: Kontaktpflege zu Personen, mit denen in einer Fremdsprache kommuniziert wird, passiert häufiger als Kontaktpflege zu Personen, die die eigene Muttersprache sprechen. Würde das Konzept der Sozialen Homophilie vorherrschen, so müssten die Angaben bezüglich der Kontakte mit Personen der gleichen Muttersprache höher ausfallen, als die Angaben bezüglich fremdsprachlicher Kontakte.

Betrachtet man die Studienrichtungsgruppen im Vergleich, so unterscheiden sich Studierende der Geisteswissenschaften signifikant von allen anderen Gruppen bezüglich der Verbesserung ihrer Sprachkompetenz zu Beginn und am Ende des Auslandsaufenthaltes. Dieses Ergebnis lässt sich so erklären, dass diese Gruppe all jene TeilnehmerInnen beinhaltet, die eine Sprache beziehungsweise Sprachwissenschaft studieren und somit von gewissen Vorkenntnissen bezüglich der Sprache des Gastlandes ausgegangen werden kann. Diese Gegebenheit kann auch als Erklärung dienen, warum sich die GeisteswissenschaftlerInnen, gemessen innerhalb ihrer Gruppe, insgesamt am wenigsten steigern konnten: Es ist anzunehmen, dass sie bereits mit einem fortgeschrittenen Sprachniveau im Gastland angekommen sind und weniger Raum für Entwicklung gegeben ist als in den anderen Gruppen.

Die Tatsache, dass 94% der ehemaligen Erasmus-Studierenden noch Kontakt zu Personen pflegen, die sie im Ausland kennengelernt haben, führt zu der Annahme, dass aus diesen Beziehungen Soziales Kapital erwachsen sein könnte beziehungsweise erwachsen ist, welches sich der Kategorie des maintained social capital zuordnen lässt. Grund für diese Annahme ist die Ähnlichkeit der

Beschaffenheit der Netzwerke von einerseits im Ausland entstandenen Beziehungen und andererseits dem von Ellison et al.¹⁴⁶ als Beispiel genannten High School-Netzwerk US-amerikanischer StudentInnen. Beide Netzwerke werden aufgrund geografischer oder zeitlicher Differenzen „zurückgelassen“, existieren aber teilweise als maintained social capital weiter. Nachdem die meisten Kontakte die Sprache des Gastlandes oder eine andere Sprache als die eigene Muttersprache sprechen, ist davon auszugehen, dass nach der Rückkehr eine geografische Distanz zwischen den Kommunikationspartnern besteht. Vogl¹⁴⁷ identifiziert auch die Basis, also Freunde und Familie, die im Heimatland zu Beginn des Auslandsaufenthaltes zurückgelassen werden, als Quelle für maintained social capital, was nachvollziehbar ist.

Über die Qualität der Beziehungen (strong ties/weak ties) lässt sich keine genaue Aussage treffen. Vogl¹⁴⁸ verweist ebenfalls auf die Unterschiedlichkeit der Studienergebnisse bezüglich dieser Fragestellung, kommt aber in seiner Studie zum Schluss, dass sowohl strong ties als auch weak ties über die Funktionen von Social Software gepflegt werden. Es kann daher sowohl bonding als auch bridging social capital entstehen und bestehen bleiben.

Rund 90% der Befragten dieser Untersuchung gaben an, dass das Kennenlernen neuer Leute und das Knüpfen enger Beziehungen zu diesen Personen für sie „zutrifft“ beziehungsweise „sehr zutrifft“. Dabei handelt es sich mit großer Wahrscheinlichkeit um überwiegend informelle (persönliche) Beziehungen, da „enge Beziehungen“ doch ein gewisses Maß an Vertrautheit und emotionaler Nähe implizieren.

Vogls¹⁴⁹ Ergebnisse bezüglich der Pflege dieser Kontakte zeigen, dass informelle Beziehungen eher über Wege des Social Web, formelle Kontakte eher via E-Mail gepflegt werden.

Insgesamt verändert sich die Häufigkeit der Nutzung des Internet zu Kommunikationszwecken nach dem Auslandsaufenthalt nicht signifikant. Jene, die während des Aufenthaltes im Gastland light user beziehungsweise heavy user waren, waren dies auch nach ihrer Rückkehr. Betrachtet man die Mittelwerte und die

¹⁴⁶ Vgl.: Ellison et al. (2007)

¹⁴⁷ Vgl.: Vogl (2011)

¹⁴⁸ Vgl.: ebda

¹⁴⁹ Vgl.: ebda

prozentuelle Verteilung, so zeichnet sich jedoch ein kleiner Rückgang der Häufigkeit der Internetnutzung zu Kommunikationszwecken im Laufe der Zeit ab: Wurde es zu Beginn deutlich mehrheitlich ein- bis mehrmals täglich genutzt (80%), gefolgt von einem minimalen Abfall während des Aufenthaltes (rund 79% nutzen es ein- bis mehrmals täglich), so passiert dies nach der Rückkehr zwar immer noch bei 59%, doch es findet eine klare Verschiebung in Richtung einmal täglich bis mehrmals wöchentlich statt.

Von einer voranschreitenden Mediatisierung im Sinne von immer häufiger werdender Nutzung von webbasierter Kommunikation durch einzelne Personen kann in diesem Lebensbereich, den Ergebnissen dieser Untersuchung folgend, nach der Rückkehr nicht gesprochen werden.

10. SCHLUSS

10.1. Zusammenfassung

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die Kommunikationsmöglichkeiten des Internets zur Kontaktaufnahme zu anderen Austauschstudierenden sowie zu Personen aus dem Gastland nicht die erste (und auch nicht die zweite) Wahl der Studierenden sind. Die Social Network Site, als Produkt des Web 2.0, im Besonderen des Social Web, kann sich in beiden Fällen erst an dritter Stelle in der Häufigkeitstabelle positionieren und muss damit den klassischen Kommunikationsmodi wie Face-to-Face-Kommunikation und Telefon den Vortritt lassen.

Zur Kontaktpflege mit Familie und Freunden im Heimatland wird die webbasierte Kommunikation jedoch, situationsbedingt, mit den Diensten von Internettelefonie, E-Mail und Social Network Site am häufigsten genutzt.

Es gibt signifikante Unterschiede in der Nutzung der Kommunikationsmöglichkeiten zur Kontaktaufnahme zu host-nationals und den Sprachkenntnissen der Erasmus-Studierenden. Diese Unterschiede sind jedoch nicht von besonderer inhaltlicher Relevanz, da sie die generell eher selten bis gar nicht genutzten Kommunikationskanäle betreffen.

Während des Aufenthaltes stagniert beziehungsweise nimmt die Häufigkeit der Kommunikation mit der Basis bei 96% der Studierenden ab. Gleichzeitig gibt auch eine überwiegende Mehrheit an, neue enge Beziehungen mit Personen, die sie vor Ort kennengelernt haben, geknüpft zu haben. Trotz fehlenden signifikanten Zusammenhangs liegt aufgrund der Angaben der Befragten die Vermutung nahe, dass Beziehungen mit Substitutionscharakter Einfluss auf die Intensität der Beziehungen zu Freunden und zur Familie im Heimatland haben.

Beziehungen zu host-nationals werden vermehrt mündlich, bei gleichbleibender Häufigkeit schriftlicher Kommunikation, gepflegt. Gleichzeitig wird eine Verbesserung der Sprachkenntnisse bei rund 96% der Studierenden festgestellt.

Nach Beendigung des Auslandsaufenthaltes verändert sich die Nutzung des

Internets zu Kommunikationszwecken kaum.

94% der Befragten pflegen nach der Rückkehr noch den Kontakt zu Personen, die sie im Ausland kennengelernt haben.

Abschließend lässt sich feststellen, dass die webbasierte Kommunikation für Studierende im Ausland besonders viel bezüglich der Kontaktpflege von Freunden und Familie im Heimatland leisten kann. Zur Kontaktaufnahme zu anderen, fremden Personen (host-nationals, multi-nationals) kann sie nur bedingt beitragen. Dieses Ergebnis bestätigt einmal mehr, die schon öfter durch Studien belegte These, dass sich das Social Web eher zur Erhaltung und Pflege bereits bestehender Offline-Beziehungen, als zum Knüpfen neuer Kontakte eignet.

10.2. Ausblick

In dieser Untersuchung konnte gezeigt werden, welche Kommunikationsmittel Studierende im Ausland nützen, um sich ihre dortigen, neuen sozialen Netzwerke aufzubauen und wie sie ihre bestehenden Beziehungen pflegen. Bezüglich dieser Ergebnisse wäre eine weitere Untersuchung in Form einer qualitativen Netzwerkanalyse und der Erstellung von Netzwerkkarten zur genauen Erfassung der Struktur der sozialen Netzwerke der Erasmus-Studierenden sinnvoll. In weiterer Folge würde so auch der Aspekt der strong ties und weak ties besser berücksichtigt werden. Vogls¹⁵⁰ qualitative Untersuchung zeigte zwar erste Tendenzen auf (strong ties eher mittels synchroner, weak ties eher mittels asynchroner Kommunikation), doch die Stichprobe ist mit sechs Probanden recht klein.

Es konnte außerdem festgehalten werden, dass die Kontaktpflege zur Basis primär mittels webbasierter Kommunikation, genauer gesagt mittels Angeboten des Social Web, passiert. Dabei liegt die Vermutung nahe, dass dies aufgrund von geografischer Distanz geschieht und bei Nichtexistenz dieser auf herkömmliche Kommunikationsmittel wie Face-to-Face-Gespräche oder Telefonate via Handy zurückgegriffen würde. Um diese Annahme zu bestätigen, wäre die Einführung einer Kontrollgruppe sinnvoll, um das Kommunikationsverhalten von Studierenden, die nicht ins Ausland gehen, in Bezug auf die Kontaktpflege mit der Basis zu erheben und anschließend gegenüberzustellen.

Des Weiteren konnte die Zusammensetzung des sozialen Netzwerks der Erasmus-Studierenden bezüglich der Pluralität der Sprachen in Ansätzen umrissen werden.

Auch hier wäre eine Netzwerkanalyse mittels Netzwerkkarte aufschlussreich, um die Nähe und Funktionen der Beziehungen zu co-, multi- und host-nationals zu untersuchen. Die Funktionen der unterschiedlichen Netzwerke für den Studierenden wurden von Bochner et al.¹⁵¹ bereits umrissen, die Ergebnisse sind jedoch mit älterem Erscheinungsdatum und mittlerweile neu entstandene technische Kommunikationsressourcen konnten noch nicht berücksichtigt werden.

Die Frage, wie und ob das Erlernen der Fremdsprache mittels webbasierter Kommunikation passiert beziehungsweise unterstützt wird, stellt ebenfalls ein ertragreiches Forschungsfeld dar.

¹⁵⁰ Vgl.: Vogl (2011)

¹⁵¹ Vgl.: Bochner et al. (1977)

Letztlich bleibt die Frage offen, ob und wie die Freundschaften, die im Ausland entstanden sind, über längere Zeit hinweg bestehen können. Welche Beziehungen trotzen der Zeit und der Distanz und welche nicht? Welche Gründe kann es dafür geben? Diese Fragen wären mit einer Längsschnittuntersuchung in Form einer Panel-Studie und somit einer erneuten Befragung der 94% dieser Stichprobe, die momentan noch Kontakt haben, in beispielsweise zehn Jahren zu klären. Außerdem wäre es, sollte eine Erhebung auf diese oder ähnliche Weise wiederholt werden, reizvoll zu wissen, welche Gründe dazu führen, dass manche Studierende gleich nach ihrer Rückkehr jeglichen Kontakt zu Personen, die sie während des Aufenthaltes kennengelernt haben, abbrechen (in dieser Stichprobe 6%).

11. LITERATURVERZEICHNIS

Literatur

Ohne Autor: Lernen im Ausland. Mehr als 5000 Studenten absolvieren jedes Jahr ein Auslandssemester. Zwei von ihnen berichten von ihren Erfahrungen. In: Kurier. Nr. 276: erschienen am 7.10.2011. Seite 3

ALBY, Tom (2008): Web 2.0. Konzepte, Anwendungen, Technologien. München: Hanser Verlag ^{3. Auflage}

ATTESLANDER, Peter (2006): Methoden der empirischen Sozialforschung. Berlin: Erich Schmidt Verlag ^{11. Auflage}

BECK, Ulrich (1997): Was ist Globalisierung? Irrtümer des Globalismus. Antworten auf die Globalisierung. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag

BOCHNER, Stephen / MC LEOD, Beverly / LIN, Anli (1977): Friendship patterns of overseas students. A functional model. In: International Journal of Psychology. Volume 12: Issue 4: Page 277-294

BOYD, Danah (2007): Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life." MacArthur Foundation Series on Digital Learning – Youth, Identity, and Digital Media Volume (ed. David Buckingham). Cambridge, MA: MIT Press.

BOYD, Danah M. / ELLISON, Nicole B. (2007): Social Network Sites. Definition, history and scholarship. In: Journal of Computer Mediated-Communication. Volume 13: Issue 1: Page 210-230

BUSEMANN, Katrin / GSCHEIDLE, Christoph (2011): Web 2.0. Aktive Mitwirkung verbleibt auf niedrigem Niveau. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2011. In: Mediaperspektiven. Heft 7-8: Seite 360-369

CZERMAK, Birgit (2005): Europäische Bildungspolitik. Erasmus als Prüfstein der Europäischen Interkulturalität. Wien: Diplomarbeit

DONATH, Judith / BOYD, Danah (2004): Public Displays of Connection. In: BT Technology Journal. Volume 22: Issue 4: Page 71-82

DONGES, Patrick (2005): Medialisierung der Politik - Vorschlag einer Differenzierung. In: RÖSSLER, Patrick / KROTZ, Friedrich (Hrsg.): Mythen der Mediengesellschaft - The Media Society and its Myths. Konstanz: UVK

DÖRING, Nicola (2003): Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Göttingen: Hogrefe-Verlag^{2.Auflage}

EBERSBACH, Anja / GLASER, Markus / HEIGL, Richard (2010): Social Web. Konstanz: UTB/UVK^{2. Auflage}

ELLISON, Nicole B. / STEINFIELD, Charles / LAMPE, Cliff (2007): The Benefits of Facebook Friends. Social Capital and College Student's Use of Online Social Network Sites. In: Journal of Computer-Mediated Communication. Volume 12: Issue 4: Page 1143-1168

GRÄF, Lorenz (1997): Locker verknüpft im Cyberspace. Einige Thesen zur Änderung sozialer Netzwerke durch die Nutzung des Internet. In: GRÄF, Lorenz / KRAJEWSKI, Markus (Hrsg.): Soziologie des Internet. Handeln im elektronischen Web-Werk. Frankfurt am Main: Campus Verlag

GRANOVETTER, Mark (1973): The Strength of Weak Ties. In: The American Journal of Sociology. Volume 78: Number 6: Page 1360-1380

HEIDBRINK, Horst / LÜCK, Helmut E. / SCHMIDTMANN, Heide (2009): Psychologie sozialer Beziehungen. Stuttgart: Verlag W. Kohlhammer

HENDRICKSON, Blake / ROSEN, Devan (2009): Intercultural Networking. An Analysis of International Student's Friendship Networks and Satisfaction. In: Conference Papers - International Communication Association. Annual Meeting. Page 1-35

HENZ, Katharina (2011): Vorwissenschaftliches Arbeiten. Ein Praxisbuch für die Schule. Wien: Dorner Verlag

HEPP, Andreas (2010): Mediatisierung und Kulturwandel. Kulturelle Kontextfelder und die Prägkräfte der Medien. In: HARTMANN, Maren / HEPP, Andreas (Hrsg.) (2010): Die Mediatisierung der Alltagswelt. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften

HEPP, Andreas / BOZDAG, Cigdem / SUNA, Laura (2011): Mediale Migranten. Mediatisierung und die kommunikative Vernetzung der Diaspora. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften

HOLLAUS, Martin (2007): Der Einsatz von Online-Befragungen in der empirischen Sozialforschung. Aachen: Shaker Verlag

HUBER, Melanie (2010): Kommunikation im Web 2.0. Twitter, Facebook und Co. Konstanz: UVK ^{2. Auflage}

ISABELLI-GARCÍA, Christina (2006): Study Abroad Social Networks, Motivation and Attitudes. Implications for Second Language Acquisition. In: DUFON, Margaret A. / CHURCHILL, Eton (Hrsg.): Language Learners in Study Abroad Contexts. Clevedon: Multilingual Matters Ltd

KNEIDINGER, Bernadette (2010): Facebook und Co. Eine soziologische Analyse von Interaktionsformen in Online Social Networks. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften

KRIESI, Hanspeter (2007): Sozialkapital. Eine Einführung. In: FRANZEN, Axel / FREITAG, Markus (Hrsg.) (2007): Sozialkapital. Grundlagen und Anwendungen. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften

KROTZ, Friedrich (2001): Die Mediatisierung kommunikativen Handelns. Der Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien. Opladen: Westdeutscher Verlag

KROTZ, Friedrich (2003): Metaprozesse sozialen und kulturellen Wandels und die Medien. In: Medien Journal. Heft 1: Seite 7-19

KROTZ, Friedrich (2006): Konnektivität der Medien. Konzepte, Bedingungen und Konsequenzen. In: HEPP, Andreas / KROTZ, Friedrich / MOORES, Shaun / WINTER, Carsten (Hrsg.) (2006): Konnektivität, Netzwerk und Fluss. Konzepte gegenwärtiger Medien-, Kommunikations- und Kulturtheorie. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften

KROTZ, Friedrich (2007): Mediatisierung. Fallstudien zum Wandel von Kommunikation. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften

KROTZ, Friedrich / THOMAS, Tanja (2008): Medienkultur und Soziales Handeln: Begriffsarbeiten zur Theorieentwicklung. In: THOMAS, Tanja (Hrsg.): Medienkultur und soziales Handeln. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften

LINGENBERG, Swantje (2010): Mediatisierung und transkulturelle Öffentlichkeiten. Die Aneignung des Politischen im Kontext multi-lokaler und mobiler Lebenswelten. In: HARTMANN, Maren / HEPP, Andreas (Hrsg.) (2010): Die Mediatisierung der Alltagswelt. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften

MARX, Karl zitiert nach GRIMME, Alexander (2009): Vom Reichtum sozialer Beziehungen. Zum Verhältnis von Gemeinschaft und Sozialkapital. Marburg: Tectum Verlag

MCPHERSON, Miller / SMITH-LOVIN, Lynn / COOK, James M. (2001): Birds of a feather. Homophily in Social Networks. In: Annual Review of Sociology. Volume 27: Page 415-444

MEYEN, Michael (2009) Medialisierung. In: Medien & Kommunikationswissenschaft. Hamburg: Nomos Verlagsgesellschaft. Heft 1: Seite 23-38

MEYROWITZ, Joshua (1995): Medium Theory. In: CROWLEY, David / MITCHELL, David (Hrsg.): Communication Theory Today. Cambridge: Polity Press: Page 50-77
MÖRL, Christoph / GROSZ, Mathias (2008): Soziale Netzwerke im Internet. Analyse der Monetarisierungsmöglichkeiten und Entwicklung eines integrierten Geschäftsmodells. Boizenburg: Verlag Werner Hülsbusch

NERI, Frank / VILLE, Simon (2008): Social Capital Renewal and the Academic Performance of International Students in Australia. In: Journal of Socio-Economics. Volume 37: Issue 4: Page 1515-1538

NEUMANN-BRAUN, Klaus / AUTENRIETH, Ulla P. (Hrsg.) (2011): Freundschaft und Gemeinschaft im Social Web. Bildbezogenes Handeln und Peergroup-Kommunikation auf Facebook und Co. Baden-Baden: Nomos Verlag

PUTNAM, Robert (2000): Bowling Alone. The collapse and revival of American community. London/New York Zitiert nach: SCHMIDT, Jan-Hinrik (2006): Weblogs. Eine kommunikationssoziologische Studie. Konstanz: UVK

REICHERT, Ramón (2008): Amateure im Netz. Selbstmanagement und Wissenstechnik im Web 2.0. Bielefeld: Transcript Verlag

RITTER, Susanne (2010): Internetnutzung von Jugendlichen für einen Auslandsjugendaustausch. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften

RÖTZER, Andreas (2003): Die Einteilung der Wissenschaften. Analyse und Typologisierung von Wissenschaftsklassifikationen. Passau: Dissertation

SAXER, Ulrich (1980): Grenzen der Publizistikwissenschaft. Wissenschaftliche Reflexionen zur Zeitungs-/Publizistik-/Kommunikationswissenschaft seit 1945. In: Publizistik. Jahrgang 25: Heft 4: Seite 525-543

SCHELSKE, Andreas (2007): Soziologie vernetzter Medien. Grundlagen computervermittelter Vergesellschaftung. München: Oldenbourg Verlag

SCHMIDT, Jan-Hinrik (2006): Weblogs. Eine kommunikationssoziologische Studie. Konstanz: UVK

SCHMIDT, Jan-Hinrik (2009): Das neue Netz. Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0. Konstanz: UVK

SCHMIDT, Jan-Hinrik / LAMPERT, Claudia (2010): Jugendliche im Social Web. Empirische Befunde zu Nutzungspraktiken. In: Amos International. Jahrgang 4: Nummer 3: Seite 3-10

SCHMIDTS, Simone / MUCUNDORFEANU, Meda (2010): Online Soziale Network Seiten und deren Anwendungen. In: Journal of Media Research. Volume 3: Issue 1: Page 75-85

SEEBAUER, Renate (2001): Empirische Studie an LehramtsstudentInnen zum kommunikativen Verhalten in ERAMUS-Intensivprogrammen mit besonderer Berücksichtigung der Ergebnisse aus einigen mittel- und osteuropäischen Ländern im Kontext der EU-Erweiterung. In: SEEBAUER, Renate (Hrsg.): Vom Europa-Projekt zum Projekt Europa. Wien: Mandelbaum

SEEBAUER, Renate (2003): Empirische Studien an internationalen LehramtsstudentInnen in ERAMUS-Intensivprogrammen mit besonderer Berücksichtigung der ‚Vorstellungen‘ von den Projektstandorten, allfälliger Veränderungen, kulturschockspezifischer Aspekte – der Stimulierung einer ‚Europäischen Bewusstheit‘ und ‚kommunikativer Aspekte‘. In: SEEBAUER, Renate (Hrsg.): Szenen europäischer Bildungslandschaften. Wien: Mandelbaum

SEEBAUER, Renate (2009): Auslandssemester. Eine Chance zur Konfiguration bestehender Interpretationsmuster? Wien: Lit-Verlag

SEUBERT, Sandra (2009): Das Konzept des Sozialkapitals. Eine demokratiethoretische Analyse. Frankfurt am Main: Campus Verlag

SONNBERGER, Roman (2011): Facebook-Veränderung des Alltags und der Kommunikationsgewohnheiten? Wien: Diplomarbeit

STEFANONE, Michael A. / JANG, Chyng-Yang (2007): Writing for Friends and Family. The Interpersonal Nature of Blogs. In: Journal of Computer-Mediated Communication. Volume 13: Issue 1: Page 123-140

STEINFIELD, Charles / ELLISON, Nicole / LAMPE, Cliff (2008): Net Worth. Facebook Use and Changes in Social Capital over Time. In: Conference Papers – International Communications Association. Annual Meeting. Page 1-23

STEINFIELD, Charles / LAMPE, Cliff (2009): Connection Strategies. Relationship Formation and Maintenance on Social Network Sites. In: Conference Papers – International Communication Association. Annual Meeting. Page 1-39

STEINMAURER, Thomas (2003): Medialer und gesellschaftlicher Wandel. Skizzen zu einem Modell. In: BEHMER, Markus / KROTZ, Friedrich / STÖBER, Rudolf / WINTER, Carsten (Hrsg.): Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel. Beiträge zu einer theoretischen und empirischen Herausforderung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag

STÖBER, Rudolf (2008): M wie Medialisierung. In: Aviso. Nr. 47: Seite 13-14

STONER, Adriane (2009): Sorting out a Sojourn. In: Conference Papers - International Communication Association. Annual Meeting. Page 1-41

SZTRAKATI, Kim (2009): Soziales Kapital in Online-Netzwerken. Eine Umfrage zur Nutzung der Social Network Site Facebook. Wien: Diplomarbeit

THIEDEKE, Udo (2000): Virtuelle Gruppen. Begriff und Charakteristik. In: THIEDEKE, Udo (Hrsg.) (2000): Virtuelle Gruppen. Charakteristika und Problemdimensionen. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag

TOMLINSON, John (2007): The Culture of Speed. The Coming of Immediacy. Los Angeles/London/New Delhi/Singapore: SAGE Publications

TRIM, John / NORTH, Brian / COSTE, Daniel (2004): Gemeinsamer europäischer Referenzrahmen für Sprachen – lernen, lehren, beurteilen. Council for Cultural Cooperation/Modern Languages Division. Herausgegeben vom Goethe-Institut. Straßburg (Europarat): Langenscheidt

TRUMP, Thilo / KLINGLER, Walter / GERHARDS, Maria (2007): Web 2.0. Begriffsdefinition und eine Analyse der Auswirkungen auf das allgemeine Mediennutzungsverhalten. Grundlagenstudie des Markt- und Medienforschungsinstitutes result in Zusammenarbeit mit der Medienforschung des Südwestrundfunks. Herausgegeben von result GmbH, Köln.

TULLY, Claus J. / BAIER, Dirk (2006): Mobiler Alltag. Mobilität zwischen Option und Zwang. Vom Zusammenspiel biographischer Motive und sozialer Vorgaben. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften

VOGL, Heiko (2011): Mit Facebook und Co auf Erasmus. Eine sozialwissenschaftliche Studie über die Nutzung von Social-Software während des Erasmus-Studienaufenthaltes. Norderstedt: Grin Verlag

WELLMAN, Barry / QUAN-HAASE, Anabel / BOASE, Jeffrey / CHEN, Wenhong / HAMPTON, Keith / DÍAZ, Isabel / MIYATA, Kakuko (2003): The Social Affordances of the Internet for Networked Individualism. In: Journal of Computer-Mediated Communication. Volume: 8: Issue: 3

WESTWOOD, Marvin / BARKER, Michelle (1990): Academic Achievement and Social Adaptation among International Students. A Comparison Groups Study of the Peer-Pairing Program. In: International Journal of Cultural Relations. Volume 14: Issue 2: page 251-263 zitiert nach: NERI, Frank / VILLE, Simon (2008): Social Capital Renewal and the Academic Performance of International Students in Australia. In: Journal of Socio-Economics. Volume 37: Issue 4: page 1515-1538

Internetquellen

BOASE, Jeffrey / HERRIGAN, John / WELLMAN, Barry / RAINIE, Lee (2006): The Strength of Internet Ties. In: PEW Internet & American Life Project. www.pewinternet.org
aufgerufen am 7.10.2011

EUROPEAN COMMISSION (2011): Erasmus-Facts, Figures and Trends. The European Union for student and staff exchanges and university cooperation in 2009/2010. Luxemburg: Publications Office for the European Union
http://ec.europa.eu/education/erasmus/doc920_en.htm
aufgerufen am 14.5.2011

O'REILLY, Tim: What is web 2.0. <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>
aufgerufen am 4.5.2011

<http://www.alexa.com/topsites/countries/AT>
aufgerufen am 19.9.2011

<http://www.alexa.com/siteinfo/blogspot.com>
aufgerufen am 19.9.2011

www.arbeiterkammer.com/online/internet-telefonie-28523.html
aufgerufen am 10.5.2011

http://www.bmwf.gv.at/startseite/studierende/studieren_im_europaeischen_hochschulraum/519/programm_llp_erasmus/statistiken/
aufgerufen am 10.10.2011

http://ec.europa.eu/education/lifelong-learning-programme/doc80_de.htm
aufgerufen am 14.5.2011

http://ec.europa.eu/education/erasmus/doc1709_de.htm
aufgerufen am 14.5.2011

http://ec.europa.eu/news/culture/091006_de.htm
aufgerufen am 14.5.2011

<http://www.facebook.com/press/info.php?timeline>
aufgerufen am 19.9.2011

www.friendster.de
aufgerufen am 19.9.2011

www.goethe.de/z/50/commeuro/deindex.htm
aufgerufen am 15.1.2011

www.internet-abc.de/eltern/chatten-instant-messaging.php
aufgerufen am 10.5.2011

www.oeh.ac.at/studierenleben/studieren/studieren-im-ausland/
aufgerufen am 10.5.2011

www.oeh.ac.at/studierenleben/studieren/studieren-im-ausland/#/studierenleben/studieren/studieren-im-ausland/austauschprogramme/#erasmus
aufgerufen am 10.5.2011

www.pcmag.com/encyclopedia_term/0,2542,t=Internet+forum&i=57794,00.asp
aufgerufen am 10.5.2011

<http://about.skype.com/>
aufgerufen am 19.9.2011

www.studivz.net/l/about_us/1/
aufgerufen am 7.5.2011

www.xing.de
aufgerufen am 19.9.2011

12. ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1. Web 1.0 und Web 2.0 im Vergleich	14
Abbildung 2. Mediatisierung und Kulturwandel.....	21
Abbildung 3. Modell Soziale Beziehung	29
Abbildung 4. Modell Soziale Gruppe	30
Abbildung 5. Kategorisierung von Social Network Sites	35
Abbildung 6. Geschlechterverteilung der Stichprobe.....	60
Abbildung 7. Alter der TeilnehmerInnen	61
Abbildung 8. Studienjahr, in dem mit Erasmus im Ausland studiert wurde	62
Abbildung 9. Studienrichtung der TeilnehmerInnen	63
Abbildung 10. Gastland der TeilnehmerInnen	64
Abbildung 11. Ranking Mittel der Kontaktaufnahme zu Leuten aus dem Gastland.....	65
Abbildung 12. Ranking Mittel der Kontaktpflege zu Freunden und Familie im Heimatland.....	66
Abbildung 13. Ranking Mittel der Kontaktaufnahme zu anderen Austauschstudierenden.....	67
Abbildung 14. Ranking Mittel der Kontaktpflege zu Leuten aus dem Gastland....	68
Abbildung 15. Kreuztabelle der Variablen „Ich habe viele neue Leute kennengelernt“/„Kontakt zum Heimatland“	69
Abbildung 16. Chi-Quadrat Test der Variablen „Ich habe viele neue Leute kennengelernt“/„Kontakt zum Heimatland“	70

Abbildung 17. Mittelwertvergleich der Variablen „Nutzung zur Kontaktaufnahme zu Beginn des Aufenthaltes“/„Nutzung zur Kontaktpflege während des Aufenthaltes“	71
Abbildung 18. <i>t</i> -Test bei abhängigen Stichproben „Kommunikation zu Beginn des Aufenthaltes“/„Kommunikation während des Aufenthaltes“	72
Abbildung 19. Korrelation Häufigkeit der Nutzung webbasierter Kommunikationsmöglichkeiten während des Aufenthaltes und danach	74
Abbildung 20. Kontaktpflege nach der Rückkehr	75
Abbildung 21. Sprache der Kontakte.....	75
Abbildung 22. Signifikante Unterschiede der Variablen „Geschlecht“/ „Kontaktpflege Heimatland“	76
Abbildung 23. Sprachkenntnisse zu Beginn des Aufenthaltes	78

13. GLOSSAR

Exkurs: das Erasmus-Programm

„Erasmus ist das Flaggschiffprogramm der Europäischen Union zur Förderung der Mobilität im Bildungsbereich und eine der bekanntesten Maßnahmen auf EU-Ebene. Es wurde 1987 ins Leben gerufen und hat seither mehr als zwei Millionen Studierenden aus allen Teilen Europas bereichernde Lernerfahrungen ermöglicht.“¹⁵²

Viele können sich unter dem in den letzten Jahren häufig (fast inflationär für eine ganze Generation) verwendeten Begriff „Erasmus“ etwas vorstellen (ins Ausland gehen, studieren, neue Leute kennen lernen, etc.), doch nur wenige wissen, dass das Erasmus-Programm auf eine lange Geschichte zurückblickt. Daher folgt an dieser Stelle ein kleiner historischer Rückblick sowie eine Konkretisierung der wichtigsten Programmpunkte.

Den Namen hat das Hochschulprogramm dem Philosophen, Theologen und Humanisten Erasmus von Rotterdam (1465-1536) zu verdanken. Dieser lebte und arbeitete in verschiedenen Teilen Europas, vermachte sein Vermögen der Universität Basel und wurde so zum Vorreiter der Mobilitätsstipendien.¹⁵³

Erasmus verweist jedoch nicht nur auf Erasmus von Rotterdam, sondern kann auch als „Akronym für **Eu**Ropean Community **A**ction **S**cheme for the **M**obility of **U**niversity **S**tudents (Europäisches Aktionsprogramm für die Mobilität von Hochschulstudenten) gelesen werden“¹⁵⁴.

Anfang 1986 schlug die Europäische Kommission die Einführung des Erasmus-Programms vor, welches im Juni 1987¹⁵⁵ angenommen wurde. Das Programm baute auf Pilot austauschprogrammen für Studierende aus den Jahren 1981 bis 1986¹⁵⁶ auf und im ersten Jahr seines offiziellen Bestehens konnten bereits 3244 Studierende aus elf Ländern teilnehmen.¹⁵⁷ Fast zehn Jahre später erfolgte eine weitere

¹⁵² Zitat: http://ec.europa.eu/education/erasmus/doc1709_de.htm

¹⁵³ Vgl.: http://ec.europa.eu/education/erasmus/doc1709_de.htm

¹⁵⁴ Zitat: http://ec.europa.eu/education/erasmus/doc1709_de.htm

¹⁵⁵ Vgl.: http://ec.europa.eu/education/erasmus/doc1709_de.htm

¹⁵⁶ Vgl.: http://ec.europa.eu/education/erasmus/doc1709_de.htm

¹⁵⁷ Vgl.: http://ec.europa.eu/education/erasmus/doc1709_de.htm

Modifikation des Programms:

„Das Erasmus-Programm wurde zusammen mit weiteren Bildungsprogrammen in das 1995 gegründete Sokrates-Programm integriert. Im Januar 2000 wurde Sokrates durch Sokrates II abgelöst, das wiederum 2007 durch das Programm für lebenslanges Lernen (2007-2013) ersetzt wurde.“¹⁵⁸

Erasmus wird zum größten Teil aus Geldern der Europäischen Union finanziert. Das Jahresbudget liegt bei über 450 Millionen Euro und mehr als 4000 Hochschuleinrichtungen in 33 Ländern nehmen teil – darunter rund 90% der Hochschulen in der EU.¹⁵⁹ „In den rund 22 Jahren seit Bestehen des Programms hat Erasmus zwei Millionen europäischen Studenten zu einem Studienaufenthalt (...) im Ausland verholfen.“¹⁶⁰ Bis 2012 soll die selbstgesetzte Zielmarke von drei Millionen Erasmus-Studierenden¹⁶¹ erreicht werden.

Grundlegende Voraussetzung für einen Erasmus-Auslandsaufenthalt ist, „dass sowohl Heimat- als auch Gastinstitution von der Europäischen Kommission eine Erasmus Hochschulcharta erhalten haben und dass die beiden Institutionen untereinander ein Abkommen über Erasmus-Studierendenaustausch geschlossen haben.“¹⁶² Folgende Länder zählen zu den „Erasmus-Mitgliedsstaaten“¹⁶³:

Belgien, Bulgarien, Deutschland, Dänemark, Estland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Irland, Island, Italien, Lettland, Liechtenstein, Litauen, Luxemburg, Malta, Niederlande, Norwegen, Polen, Portugal, Rumänien, Schweden, Slowakei, Slowenien, Spanien, Tschechische Republik, Türkei, Ungarn, Vereinigtes Königreich und Zypern.

„Die Schweiz ist derzeit zwar nicht am Erasmus-Programm beteiligt, auf Basis bilateraler Vereinbarungen ist allerdings ein Austausch zu „Erasmus-Bedingungen“

¹⁵⁸ Zitat: http://ec.europa.eu/education/erasmus/doc1709_de.htm

¹⁵⁹ Vgl.: http://ec.europa.eu/news/culture/091006_de.htm

¹⁶⁰ Zitat: http://ec.europa.eu/news/culture/091006_de.htm

¹⁶¹ Vgl.: http://ec.europa.eu/education/lifelong-learning-programme/doc80_de.htm

¹⁶² Zitat: <http://www.oeh.ac.at/studierenleben/studieren/studieren-im-ausland/#/studierenleben/studieren/studieren-im-ausland/austauschprogramme/#erasmus>

¹⁶³ Vgl.: <http://www.oeh.ac.at/studierenleben/studieren/studieren-im-ausland/#/studierenleben/studieren/studieren-im-ausland/austauschprogramme/#erasmus>

möglich.“¹⁶⁴

Für welches Land sich ein Studierender entscheidet, hängt von vielen verschiedenen Faktoren ab: studienbezogene Motive (Qualität und Image der Gastuniversität, fachliche Schwerpunktsetzung), Verbesserung fremdsprachlicher Kenntnisse, gesellschaftliche Rahmenbedingungen (soziale Zugehörigkeiten, Einkommens- und Besitzmerkmale), persönliche Reisemotive (Erwartungen, Werthaltungen, Interessen, Neigungen, Wünsche), Reiseerfahrungen, soziale Normen, die Verfügbarkeit von Informationen sowie die Attraktivität und das Image der verschiedenen Reiseziele.¹⁶⁵

Für den Erasmus-Studierenden bietet das Austauschprogramm konkret folgende Leistungen¹⁶⁶:

- ein garantierter Studienplatz an der Gastinstitution
- die im Ausland absolvierten Studienleistungen werden an der Heimatinstitution anerkannt
- die Studierenden sind sowohl an der Heimat- als auch an der Gastuniversität von den Studiengebühren befreit
- während des Aufenthaltes erhalten die Studierenden einen Mobilitätzuschuss, um erhöhte Lebenshaltungskosten abzudecken (dieser Betrag variiert je nach Gastland)

Ferner geht mit den oben genannten materiellen Vorteilen und Leistungen ein persönlicher Gewinn einher: „Neben einer Erweiterung der akademischen Möglichkeiten bringt das Programm den Studierenden einen Gewinn auf der persönlichen Ebene: Es verbessert ihre interkulturellen Fähigkeiten und verhilft ihnen zu größerer Unabhängigkeit.“¹⁶⁷

¹⁶⁴ Zitat: <http://www.oeh.ac.at/studierenleben/studieren/studieren-im-ausland/#/studierenleben/studieren/studieren-im-ausland/austauschprogramme/#erasmus>

¹⁶⁵ Vgl.: Seebauer (2009) Seite 93

¹⁶⁶ Vgl.: <http://www.oeh.ac.at/studierenleben/studieren/studieren-im-ausland/#/studierenleben/studieren/studieren-im-ausland/austauschprogramme/#erasmus>

¹⁶⁷ Zitat: http://ec.europa.eu/news/culture/091006_de.htm

Social Network Site

Social Network Sites (kurz SNS genannt) sind eine bestimmte Form der Social Software, bei der, wie der Name bereits sagt, der Netzwerkgedanke im Vordergrund steht. Es handelt sich um Internetplattformen, die die Darstellung der eigenen Person mittels eines Profils sowie die Darstellung des sozialen Netzes einer Person unterstützen.¹⁶⁸

Eine umfassende Begriffsbestimmung einer Social Network Site liefert Ramón Reichert:

„Soziale Netzwerkseiten (Social Networking Sites) sind Internetplattformen zur Bildung von sozialen Netzwerken. Mitglieder von Social Networking Sites können ein Profil anlegen und Kontakte zu anderen Bekannten, Freunden, Kollegen und Mitarbeitern pflegen. Unter anderem besteht die Möglichkeit, Fotoalben anzulegen, Gruppen zu gründen und interne Nachrichten an andere Mitglieder zu senden.“¹⁶⁹

Eine ähnliche Definition ist auch bei Danah Boyd und Nicole Ellison zu finden:

„We define social network sites as web-based services that allow individuals to 1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, 2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and 3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system.“¹⁷⁰

Ebersbach, Glaser und Heigl¹⁷¹ nennen folgende Merkmale, die eine SNS ausmachen:

- Registrierung erforderlich
- Profilsseiten mit Interessen und Tätigkeiten
- Daten liegen hauptsächlich in strukturierter Form vor
- Beziehungen zu anderen Menschen werden dargestellt
- Bekanntschaften über die sprichwörtlichen ‚fünf Ecken‘ werden nachvollziehbar gemacht

¹⁶⁸ Vgl.: Sztrakati (2009) Seite 23

¹⁶⁹ Zitat: Reichert (2008) Seite 9

¹⁷⁰ Zitat: Boyd / Ellison (2007) Seite 211

¹⁷¹ Vgl.: Ebersbach et al. (2010) Seite 79

- starker Bezug zu realen Sozialbindungen

Besonders zu unterstreichen ist der hier betont starke Bezug zu realen Sozialbindungen, das heißt, dass nicht primär neue Kontakte entstehen oder neue Bekanntschaften gesucht werden, sondern dass bereits existierende Beziehungen des Offline-Lebens Online übernommen werden. „Although exceptions exist, the available research suggests that most SNSs primarily support pre-existing social relations.“¹⁷²

Es ist jedoch grundsätzlich zwischen den einzelnen Social Network Sites zu unterscheiden, die verschiedenen Funktionen dienen. Es gibt SNS, die bei der Suche nach dem richtigen Lebenspartner helfen wollen (zum Beispiel friendster.de), andere unterstützen berufliches Weiterkommen und Kontaktaufnahme im Arbeitsbereich (zum Beispiel xing.de) und einige dienen der Beziehungspflege bereits vorhandener Kontakte, wie zu Freunden oder Verwandten.¹⁷³

Um hierfür konkrete Beispiele zu nennen, werden im Folgenden die zwei im deutschsprachigen Raum beziehungsweise weltweit populärsten Social Network Sites kurz vorgestellt.

Die Social Network Site *StudiVZ* wurde im Oktober 2005¹⁷⁴ gegründet, ist kostenlos und die derzeit verbreitetste soziale Netzwerk Seite Deutschlands.¹⁷⁵ Momentan nutzen über 17 Millionen User (Stand Juli 2010¹⁷⁶) die Plattform, um mit ihren Freunden, Studienkollegen oder ehemaligen Klassenkameraden in Kontakt zu bleiben.

„Die Zielgruppe dieser beliebten Plattform sind Studenten, Alumni und Abiturienten. Der Sinn ist es also, Kommilitonen zu vernetzen, Informationen auszutauschen und Kontakte zu knüpfen. Das Profil der Mitglieder enthält neben den Hobbys (sic!) und Interessen auch den Namen der Hochschule und die besuchten Veranstaltungen. Gleichgesinnte können sich somit finden, eine Lerngruppe bilden und sogar geschlossenen (sic!) Diskussionsforen einrichten.“¹⁷⁷

¹⁷² Zitat: Boyd / Ellison (2007) Seite 221, Vgl. auch Steinfield / Lampe (2009) Seite 10

¹⁷³ Vgl.: Boyd / Ellison (2007) Seite 210

¹⁷⁴ Vgl.: Neumann-Braun / Autenrieth (2011) Seite 10

¹⁷⁵ Vgl.: Neumann-Braun / Autenrieth (2011) Seite 10

¹⁷⁶ Vgl.: http://www.studivz.net/l/about_us/1/

¹⁷⁷ Zitat: Ebersbach et al. (2010) Seite 84

Neben *StudiVZ* gibt es seit Februar 2007 auch die Plattform *SchülerVZ*, 2008 folgte *MeinVZ*, die mit ähnlichen Funktionen aufwarten, aber eine andere Zielgruppe beziehungsweise keine spezifische Zielgruppe ansprechen.¹⁷⁸

StudiVZ wird oft als deutsches Pendant zum (ursprünglich) englischsprachigen *Facebook* bezeichnet. Die Plattformen verfügen über sehr ähnliche Funktionen, *Facebook* wurde jedoch schon Anfang des Jahres 2004 von den Harvard-Studenten Mark Zuckerberg, Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz und Chris Hughes gegründet.¹⁷⁹ In mehreren Schritten folgte zunächst die Expansion an andere Universitäten in den USA und England, später wurden auch Highschools angeschlossen. Ab September 2006 war *Facebook* auch für Studierende ausländischer Hochschulen geöffnet¹⁸⁰ und verfügt mittlerweile über mehr als 50 Millionen¹⁸¹ User weltweit.

Über *Facebook* als Social Network Site lässt sich, wie bereits erwähnt, ähnliches wie über *StudiVZ* sagen:

„Facebook ist ein onlinebasiertes soziales Netzwerk, das es Benutzern erlaubt, ein Profil zu erstellen und dieses mit Profilen anderer Benutzer zu verknüpfen. Das Profil, angereichert mit persönlichen Daten (z.B. Profilbild, Name, Geburtsdatum, etc.) wirkt stellvertretend für den Benutzer, um eine Identifikation für andere Teilnehmer der Onlinekommunikation herzustellen.“¹⁸²

Weblog

Der Begriff „Weblog“ (abgekürzt auch oft Blog genannt) ist ein zusammengesetztes Wort: Es besteht einerseits aus dem Wort „web“, das das Internet repräsentiert, und dem Wort „log“, was so viel wie Protokoll oder Log wie Logbuch heißt.¹⁸³ Jan Schmidt charakterisiert das Weblog wie folgt:

¹⁷⁸ Vgl.: Neumann-Braun / Autenrieth (2011) Seite 10

¹⁷⁹ Vgl.: Neumann-Braun / Autenrieth (2011) Seite 10

¹⁸⁰ Vgl.: Neumann-Braun / Autenrieth (2011) Seite 10

¹⁸¹ Vgl.: Ebersbach et al. (2010) Seite 83

¹⁸² Zitat: Sztrakati (2009) Seite 35

¹⁸³ Vgl.: Alby (2008) Seite 21

„Es handelt sich bei ihnen um regelmäßig aktualisierte Webseiten, die bestimmte Inhalte (zumeist Texte beliebiger Länge, aber auch Bilder oder andere multimediale Inhalte) in umgekehrt chronologischer Reihenfolge darstellen. Die Beiträge sind einzeln über URLs adressierbar und bieten in der Regel die Möglichkeit, Kommentare zu hinterlassen. Dadurch sowie durch Verweise auf andere Weblogs, denen interessante Informationen entnommen werden oder zu deren Autoren ein persönlicher Kontakt besteht, bilden sich Netzwerke von untereinander verbundenen Texten und Webseiten heraus; die Gesamtheit aller Weblogs wird auch als ‚Blogosphäre‘ bezeichnet.“¹⁸⁴

Blogs sind demnach im World Wide Web geführte Protokolle, meist in Form eines Tagebuchs, bei denen Menschen teilweise über sehr private Ereignisse berichten und durch die Kommentarfunktion in Interaktion mit den Lesern treten. „Bei Weblogs geht es darum, andere am eigenen Leben oder Wissen teilhaben zu lassen. Die Leser spielen also eine wichtige Rolle, mitsamt ihres Feedbacks in Form von Kommentaren.“¹⁸⁵

Melanie Huber¹⁸⁶ weist in ihrem Buch „Kommunikation im Web 2.0. Twitter, Facebook und Co“ darauf hin, dass Blogs von Experten auch als eigentlicher Ursprung des Web 2.0 gesehen werden. Die Erfüllung einiger Kriterien, die das Web 2.0 ausmachen, geben Grund zu dieser Annahme: Privates wird veröffentlicht, Geschehnisse werden von Bekannten wie von Fremden kommentiert und diskutiert, die Technologie ist kostenlos und einfach zu bedienen und es findet durch die Verlinkung verschiedener Blogs untereinander auch der Aufbau eines sozialen Netzwerks statt.

Jan Schmidt weist auf zwei weitere Eigenschaften des Blogs hin: Erstens ist er ein Werkzeug der Beziehungspflege¹⁸⁷ und unterstützt daher zweitens die Formierung von Sozialkapital¹⁸⁸. Michael Stefanone und Chyng-Yang Jang unterstützen diesen Ansatz ebenfalls: „...distance may act as a powerful motivation to use blogs as a supplemental communication channel.“¹⁸⁹

¹⁸⁴ Zitat: Schmidt (2006) Seite 13

¹⁸⁵ Zitat: Huber (2010) Seite 27

¹⁸⁶ Vgl.: Huber (2010) Seite 27

¹⁸⁷ Vgl.: Schmidt (2006) Seite 90, Vgl. auch Schmidt (2006) Seite 92

¹⁸⁸ Vgl.: Schmidt (2006) Seite 52

¹⁸⁹ Zitat: Stefanone / Jang (2007) Seite 135

Forum, Chat, Instant Messaging und Internettelefonie

Chatsysteme und Foren zählen ebenfalls zum Social Web.¹⁹⁰ Ein Forum ist eine „Web site that provides an online exchange of information between people about a particular topic“¹⁹¹. Auch der Chat findet über einen Server im Internet statt, es gibt jedoch einen wesentlichen Unterschied zwischen diesen beiden Gesprächsformaten:

„Users (of Forums, Anmerkung) can scroll back in time and do not have to be logged in the moment they are posted. In contrast, chat rooms are interactive, real-time sessions, and users must be present to read them.“¹⁹²

Das Forum ermöglicht eine zeitverschobene Kommunikation, während der Chat ein gleichzeitiges Online-sein der User verlangt und eine synchrone Kommunikation unterstützt. Instant Messaging (bedeutet so viel wie „sofortige Nachrichtenübermittlung“¹⁹³), kurz IM genannt, funktioniert sehr ähnlich wie ein Chat, mit dem Unterschied, dass

„Instant Messaging nicht über eine öffentliche Plattform eines Chatbetreibers im WWW läuft. Vielmehr sind die Computer quasi direkt miteinander verbunden. Die Unterhaltungen spielen sich in der Regel nur zwischen zwei Personen ab, die sich wie bei einem Telefonat oder einer E-Mail gezielt adressieren.“¹⁹⁴

Um mit einem anderen User kommunizieren zu können, muss das Programm, ein so genannter „Client“¹⁹⁵, sowohl am eigenen Computer als auch am Computer des Gesprächspartners installiert werden. Danach muss der gewünschte Teilnehmer noch als Kontakt in der Kontaktliste hinzugefügt und kann durch Anklicken ausgewählt werden.

¹⁹⁰ Vgl.: Alby (2008) Seite 89f

¹⁹¹ Zitat: http://www.pcmag.com/encyclopedia_term/0,2542,t=Internet+forum&i=57794,00.asp

¹⁹² Zitat: http://www.pcmag.com/encyclopedia_term/0,2542,t=Internet+forum&i=57794,00.asp

¹⁹³ Vgl.: <http://www.internet-abc.de/eltern/chatten-instant-messaging.php>

¹⁹⁴ Zitat: <http://www.internet-abc.de/eltern/chatten-instant-messaging.php>

¹⁹⁵ Vgl.: Schmidt (2009) Seite 25

„Instant Messaging ist weniger darauf ausgelegt, neue Leute kennen zu lernen, sondern wird eher als billige und schnelle Alternative zu Telefon, E-Mail und SMS genutzt, um sich mit bekannten Schulfreunden, Verwandten oder Kollegen auszutauschen.“¹⁹⁶

Abgesehen von Textnachrichten bieten Dienste wie AIM, Windows Live Messenger/MSN, ICQ oder Skype meist auch den Versand von SMS sowie Audio- und Videotelefonie (auch VoIP¹⁹⁷ – Voice over Internet Protocol genannt) an.

¹⁹⁶ Zitat: <http://www.internet-abc.de/eltern/chatten-instant-messaging.php>

¹⁹⁷ Vgl.: <http://www.arbeiterkammer.com/online/internet-telefonie-28523.html>

14. ANHANG

Gemeinsamer europäischer Referenzrahmen für Sprachen

Elementare Sprachverwendung	A1	Kann vertraute, alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze verstehen und verwenden, die auf die Befriedigung konkreter Bedürfnisse zielen. Kann sich und andere vorstellen und anderen Leuten Fragen zu ihrer Person stellen – z. B. wo sie wohnen, was für Leute sie kennen oder was für Dinge sie haben – und kann auf Fragen dieser Art Antwort geben. Kann sich auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartnerinnen oder Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen.
	A2	Kann Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen (z. B. Informationen zur Person und zur Familie, Einkaufen, Arbeit, nähere Umgebung). Kann sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. Kann mit einfachen Mitteln die eigene Herkunft und Ausbildung, die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen beschreiben.
Selbstständige Sprachverwendung	B1	Kann die Hauptpunkte verstehen, wenn klare Standardsprache verwendet wird und wenn es um vertraute Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. geht. Kann die meisten Situationen bewältigen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet. Kann sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. Kann über Erfahrungen und Ereignisse berichten, Träume, Hoffnungen und Ziele beschreiben und zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben.
	B2	Kann die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen verstehen; versteht im eigenen Spezialgebiet auch Fachdiskussionen. Kann sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. Kann sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben.
Kompetente Sprachverwendung	C1	Kann ein breites Spektrum anspruchsvoller, längerer Texte verstehen und auch implizite Bedeutungen erfassen. Kann sich spontan und fließend ausdrücken, ohne öfter deutlich erkennbar nach Worten suchen zu müssen. Kann die Sprache im gesellschaftlichen und beruflichen Leben oder in Ausbildung und Studium wirksam und flexibel gebrauchen. Kann sich klar, strukturiert und ausführlich zu komplexen Sachverhalten äußern und dabei verschiedene Mittel zur Textverknüpfung angemessen verwenden.
	C2	Kann praktisch alles, was er/sie liest oder hört, mühelos verstehen. Kann Informationen aus verschiedenen schriftlichen und mündlichen Quellen zusammenfassen und dabei Begründungen und Erklärungen in einer zusammenhängenden Darstellung wiedergeben. Kann sich spontan, sehr flüssig und genau ausdrücken und auch bei komplexeren Sachverhalten feinere Bedeutungsnuancen deutlich machen.]

Abschrift des Fragebogens, der auf voycer.de auszufüllen war:

Universität Wien

Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

**Mein Name ist Anna Reschke und ich führe im Rahmen meiner
Magisterarbeit in Publizistik- und Kommunikationswissenschaft eine Studie
über das Erasmus-Austauschprogramm und Mediennutzung durch. Mit
deiner Hilfe kann ich die notwendigen Daten erheben, um meine
Hypothesen zu überprüfen.**

Dieser Fragebogen wird max. 10 Minuten deiner Zeit in Anspruch nehmen.

**Deine Angaben sind anonym und die Daten werden nicht an Dritte weiter
gegeben.**

Vielen Dank für deine Unterstützung!

Über dich

1. Geschlecht

- männlich
 - weiblich
-

2. Alter

- zwischen 18 und 21
 - zwischen 22 und 25
 - zwischen 26 und 29
 - 30 und darüber
-

3. Höchste abgeschlossene Ausbildung

- Höher bildende Schule ohne Matura (mit Studienberechtigungsprüfung)
 - Höher bildende Schule mit Matura (AHS/BHS/HTL/HBLA)
 - Universität / Fachhochschule – Bachelor- bzw. Bakkalaureatsabschluss
 - Universität / Fachhochschule – Master- bzw. Magisterabschluss
 - Universität – Doktorat
-

4. Studienrichtung in der du das Erasmus-Programm absolviert hast:

5. Semester der Studienrichtung in dem du das Erasmus-Programm absolviert hast

- 3-5 Semester
 - 6-8 Semester
 - 9-11 Semester
 - 12-14 Semester
 - darüber
-

6. Ich habe meinen Auslandsaufenthalt im Studienjahr

- davor
- 06/07
- 07/08
- 08/09
- 09/10
- 10/11

absolviert.

7. Gastland:

8. Dauer deines Aufenthaltes

- 3-6 Monate (ein Semester)
 - 7-12 Monate (zwei Semester)
-

Zu Beginn deines Auslandsaufenthaltes

9. Wie oft warst du zu Beginn deines Auslandsaufenthaltes Online, um über das Internet mit anderen zu kommunizieren?

- mehrmals täglich
 - einmal täglich
 - mehrmals wöchentlich
 - einmal in der Woche
 - mehrmals im Monat
 - einmal im Monat
 - seltener
-

10. Welche der folgenden Kommunikationsmittel hast du benutzt, um den Kontakt mit deinen Freunden und deiner Familie im Heimatland zu pflegen?

	sehr häufig	häufig	selten	gar nicht
Chat in meiner Muttersprache	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chat in einer Fremdsprache	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Social Network Site in meiner Muttersprache	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Social Network Site in einer Fremdsprache	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Forum in meiner Muttersprache	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Forum in einer Fremdsprache	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Blog/eigene Homepage	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Internettelefonie (z.B. Skype)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Telefonie (Handy und/oder Festnetz)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E-Mail	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Brief/Postkarte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Besuch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Wie gut hast du die Sprache deines Gastlandes zu Beginn deines Auslandsaufenthaltes beherrscht?

- Ich hatte keine Kenntnisse der Landessprache
 - Ich konnte alltägliche Ausdrücke und einfache Sätze verstehen und über mir bekannte Themen sprechen. (A1/A2)
 - Ich konnte mich spontan und fließend verständigen und Diskussionen führen. (B1/B2)
 - Ich konnte alles Gehörte oder Gelesene verstehen und mich mühelos über komplexe Themen unterhalten. (C1/C2)
-

12. Welche der folgenden Kommunikationsmittel hast du benutzt, um im Gastland Kontakte zu anderen Austauschstudierenden zu knüpfen?

	sehr häufig	häufig	selten	gar nicht
Chat in meiner Muttersprache	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chat in einer Fremdsprache	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Social Network Site in meiner Muttersprache	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Social Network Site in einer Fremdsprache	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Forum in meiner Muttersprache	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Forum in einer Fremdsprache	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Internettelefonie (z.B. Skype)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Telefonie (Handy und/oder Festnetz)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E-Mail in meiner Muttersprache	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E-Mail in einer Fremdsprache	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Face-to-Face (zum Beispiel bei einem „Kennenlern-Stammtisch“ in einem Lokal, in Lehrveranstaltungen, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Welche der folgenden Kommunikationsmittel hast du benutzt, um im Gastland Kontakte zu Personen aus deinem Gastland zu knüpfen?

	sehr häufig	häufig	selten	gar nicht
Chat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Social Network Site	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Forum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Internettelefonie (z.B. Skype)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Telefonie (Handy und/oder Festnetz)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E-Mail	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Face-to-Face (zum Beispiel bei einem „Kennenlern-Stammtisch“ in einem Lokal, in Lehrveranstaltungen, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Während deines Auslandsaufenthaltes

14. Während meines Aufenthaltes habe ich viele neue Leute kennengelernt und enge Kontakte geknüpft:

trifft sehr zu	trifft zu	trifft wenig zu	trifft nicht zu
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. Während meines Aufenthaltes hat die Häufigkeit des Kontaktes zu meiner Familie und meinen Freunden im Heimatland

- zugenommen
 - ist gleich geblieben
 - abgenommen
-

16. Meine Sprachkenntnisse haben sich während meines Auslandsaufenthaltes

- sind gleich geblieben
 - verbessert
-

17. Wie oft hast du während deines Aufenthaltes das Internet genutzt, um mit anderen zu kommunizieren?

- mehrmals täglich
 - einmal täglich
 - mehrmals wöchentlich
 - einmal in der Woche
 - mehrmals im Monat
 - einmal im Monat
 - seltener
-

18. Welche der folgenden Kommunikationsmittel hast du benutzt, um während deines Aufenthaltes mit Personen aus deinem Gastland (die du bereits kennengelernt hast) zu kommunizieren?

	sehr häufig	häufig	selten	gar nicht
Chat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Social Network Site	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Forum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Internettelefonie (z.B. Skype)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Telefonie (Handy und/oder Festnetz)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E-Mail	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Face-to-Face	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Nach deinem Auslandsaufenthalt

19. Wie oft warst du nach deinem Auslandsaufenthalt Online, um über das Internet mit anderen zu kommunizieren?

- mehrmals täglich
 - einmal täglich
 - mehrmals wöchentlich
 - einmal in der Woche
 - mehrmals im Monat
 - einmal im Monat
 - seltener
-

20. Wie gut hast du die Sprache deines Gastlandes gegen Ende deines Auslandsaufenthaltes beherrscht?

- Ich hatte keine Kenntnisse der Landessprache
 - Ich konnte alltägliche Ausdrücke und einfache Sätze verstehen und über mir bekannte Themen sprechen. (A1/A2)
 - Ich konnte mich spontan und fließend verständigen und Diskussionen führen. (B1/B2)
 - Ich konnte alles Gehörte oder Gelesene verstehen und mich mühelos über komplexe Themen unterhalten. (C1/C2)
-

FILTERFRAGE

21. Hast du, seit dem du zurückgekehrt bist, noch Kontakt zu Personen, die du während deines Auslandsaufenthaltes kennengelernt hast?

- Ja
 - Nein
-

22. Wenn ja, welche Sprache sprechen diese Personen? (Mehrfachnennungen möglich)

- meine Muttersprache
 - die Sprache meines Gastlandes
 - eine andere Sprache
-

Vielen Dank für deine Teilnahme an meiner Umfrage!

Auswertungstabellen (nach SPSS - Version 19)

Beschreibung der Stichprobe

Geschlecht

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	weiblich	462	79,8	79,8	79,8
	männlich	117	20,2	20,2	100,0
	Gesamt	579	100,0	100,0	

Alter

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	zwischen 18 und 21	26	4,5	4,5	4,5
	zwischen 22 und 25	429	74,1	74,1	78,6
	zwischen 26 und 29	110	19,0	19,0	97,6
	30 und darüber	14	2,4	2,4	100,0
	Gesamt	579	100,0	100,0	

Semester

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	3-5 Semester	150	25,9	25,9	25,9
	6-8 Semester	281	48,5	48,5	74,4
	9-11 Semester	129	22,3	22,3	96,7
	darüber	19	3,3	3,3	100,0
	Gesamt	579	100,0	100,0	

Studienjahr

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	08/09	141	24,4	24,4	24,4
	09/10	280	48,4	48,4	72,7
	10/11	158	27,3	27,3	100,0
	Gesamt	579	100,0	100,0	

Ausbildung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Höher bildende Schule ohne Matura (mit Studienberechtigungsprüfung)	17	2,9	2,9	2,9
	Höher bildende Schule mit Matura (AHS/BHS/HTL/HBLA)	323	55,8	55,8	58,7
	Universität / Fachhochschule – Bachelor- bzw. Bakkalaureatsabschluss	141	24,4	24,4	83,1
	Universität / Fachhochschule – Master- bzw. Magisterabschluss	97	16,8	16,8	99,8
	Universität – Doktorat	1	,2	,2	100,0
	Gesamt	579	100,0	100,0	

Dauer

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	3-6 Monate (ein Semester)	404	69,8	69,8	69,8
	7-12 Monate (zwei Semester)	175	30,2	30,2	100,0
	Gesamt	579	100,0	100,0	

Studienrichtung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Naturwissenschaften	105	18,1	18,1	18,1
	Sozialwissenschaften	153	26,4	26,4	44,6
	Geisteswissenschaften	288	49,7	49,7	94,3
	Wirtschaftswissenschaften	33	5,7	5,7	100,0
	Gesamt	579	100,0	100,0	

Gastland

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Belgien	18	3,1	3,1	3,1
	Dänemark	30	5,2	5,2	8,3
	Estland	3	,5	,5	8,8
	Finnland	29	5,0	5,0	13,8
	Frankreich	107	18,5	18,5	32,3
	Griechenland	6	1,0	1,0	33,3
	Großbritannien/Nordirland	53	9,2	9,2	42,5
	Irland	17	2,9	2,9	45,4
	Island	4	,7	,7	46,1
	Italien	57	9,8	9,8	56,0
	Kroatien	4	,7	,7	56,6
	Luxemburg	3	,5	,5	57,2
	Malta	2	,3	,3	57,5
	Niederlande	27	4,7	4,7	62,2
	Norwegen	18	3,1	3,1	65,3
	Polen	9	1,6	1,6	66,8
	Portugal	17	2,9	2,9	69,8
	Rumänien	4	,7	,7	70,5
	Schweden	34	5,9	5,9	76,3
	Slowenien	2	,3	,3	76,7
	Spanien	118	20,4	20,4	97,1
	Tschechische Republik	9	1,6	1,6	98,6
	Türkei	6	1,0	1,0	99,7
	Ungarn	1	,2	,2	99,8
	Zypern	1	,2	,2	100,0
	Gesamt		579	100,0	100,0

Sprachkenntnisse zu Beginn des Aufenthalts

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	keine Kenntnisse	122	21,1	21,1	21,1
	(A1/A2)	181	31,3	31,3	52,3
	(B1/B2)	168	29,0	29,0	81,3
	(C1/C2)	108	18,7	18,7	100,0
	Gesamt	579	100,0	100,0	

Überprüfung der Hypothesen

G=Gastland (Kommunikation mit host-nationals)

A=Austauschstudierende (Kommunikation mit multi-nationals)

H=Heimatland (Kommunikation mit der Basis)

Fs=Fremdsprache

Ms=Muttersprache

Statistiken

		G_Chat	G_SNS	G_Forum	G_Skype	G_Telefon	G_Email	G_FtF
N	Gültig	579	579	579	579	579	579	579
	Fehlend	0	0	0	0	0	0	0
Mittelwert		3,51	2,74	3,88	3,63	2,54	3,15	1,41
Standardabweichung		,816	1,082	,380	,692	1,091	,931	,723
Varianz		,666	1,171	,144	,480	1,190	,867	,523

Statistiken

		H_Ch at_Ms	H_Ch at_Fs	H_SN S_Ms	H_SN S_Fs	H_For um_M s	H_For um_Fs	H_Blo g_HP	H_S kype	H_Te lefon	H_E mail	H_B rief	H_B esuc h
N	Gültig	579	579	579	579	579	579	579	579	579	579	579	579
	Fehlend	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mittelwert		2,46	3,34	2,23	2,83	3,84	3,89	3,73	1,75	2,47	1,93	3,06	2,83
Standardabweichung		1,155	,911	1,161	1,185	,482	,374	,680	,901	,940	,788	,737	,736
Varianz		1,335	,830	1,348	1,405	,232	,140	,462	,812	,883	,621	,543	,542

Statistiken

		A_Ch at_Ms	A_Ch at_Fs	A_SN S_Ms	A_SN S_Fs	A_Foru m_Ms	A_Foru m_FS	A_S kype	A_Te lefon	A_Em ail_Ms	A_Em ail_Fs	A_Ft F
N	Gültig	579	579	579	579	579	579	579	579	579	579	579
	Fehlend	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mittelwert		3,39	3,01	2,97	2,36	3,95	3,88	3,17	1,99	3,41	2,98	1,31
Standardabweichung		,878	1,128	1,079	1,177	,241	,438	,988	1,041	,821	,995	,639
Varianz		,772	1,271	1,163	1,386	,058	,192	,976	1,085	,675	,989	,408

Statistiken

	G_Chat_ Während	G_SNS_ Während	G_Forum _Während	G_Skype _Während	G_Telefo n_Währen d	G_Email_ Während	G_Ftf_Wä hrend
N Gültig	579	579	579	579	579	579	579
Fehlend	0	0	0	0	0	0	0
Mittelwert	3,15	2,14	3,94	3,09	1,87	2,95	1,30
Standardabweichung	1,050	1,090	,290	1,028	,918	,962	,662
Varianz	1,103	1,187	,084	1,058	,842	,925	,438

Weitere Ergebnisse

Geschlecht

Geschlecht/Nutzung der Kommunikationsmittel

Gruppenstatistiken

Geschlecht		N	Mittelwert	Standardabweic hung	Standardfehler des Mittelwertes
G_Chat	weiblich	462	3,51	,832	,039
	männlich	117	3,50	,750	,069
G_SNS	weiblich	462	2,72	1,097	,051
	männlich	117	2,79	1,022	,094
G_Forum	weiblich	462	3,88	,395	,018
	männlich	117	3,91	,310	,029
G_Internette lefonie	weiblich	462	3,65	,687	,032
	männlich	117	3,56	,713	,066
G_Telefon	weiblich	462	2,53	1,107	,052
	männlich	117	2,57	1,028	,095
G_Email	weiblich	462	3,13	,955	,044
	männlich	117	3,24	,827	,076
G_FtF	weiblich	462	1,39	,710	,033
	männlich	117	1,48	,772	,071

Test bei unabhängigen Stichproben

	Levene-Test der Varianzgleich heit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
	F	Signif ikanz	T	df	Sig. (2- seitig)	Mittler e Differe nz	Standar dfehler der Differen z	95% Konfidenzintervall der Differenz	
								Untere	Obere
G_Ch at Varianzen sind gleich	,441	,507	,204	577	,838	,017	,085	-,149	,183
			,217	194,891	,828	,017	,079	-,139	,174
G_SN S Varianzen sind gleich	3,051	,081	-,661	577	,509	-,074	,112	-,294	,146
			-,690	189,592	,491	-,074	,107	-,286	,138
G_For um Varianzen sind gleich	3,892	,049	-,965	577	,335	-,038	,039	-,115	,039
			-1,113	221,660	,267	-,038	,034	-,105	,029
G_Int ernett elefon ie Varianzen sind gleich	3,154	,076	1,279	577	,201	,092	,072	-,049	,232
			1,252	174,592	,212	,092	,073	-,053	,236
G_Tel efon Varianzen sind gleich	3,085	,080	-,413	577	,680	-,047	,113	-,269	,175
			-,432	190,017	,666	-,047	,108	-,260	,167
G_Em ail Varianzen sind gleich	4,163	,042	-1,181	577	,238	-,114	,096	-,303	,075
			-1,287	201,888	,200	-,114	,088	-,288	,061
G_FtF Varianzen sind gleich	2,954	,086	-1,132	577	,258	-,085	,075	-,232	,062
			-1,077	168,994	,283	-,085	,079	-,240	,071

Gruppenstatistiken

	Geschlecht	N	Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler des Mittelwertes
A_Chat_Ms	weiblich	462	3,40	,894	,042
	männlich	117	3,38	,817	,076
A_Chat_Fs	weiblich	462	3,02	1,134	,053
	männlich	117	2,98	1,106	,102
A_SNS_Ms	weiblich	462	2,97	1,098	,051
	männlich	117	2,97	1,004	,093
A_SNS_Fs	weiblich	462	2,37	1,187	,055
	männlich	117	2,31	1,141	,105
A_Forum_Ms	weiblich	462	3,95	,242	,011
	männlich	117	3,94	,238	,022
A_Forum_FS	weiblich	462	3,87	,450	,021
	männlich	117	3,89	,389	,036
A_Internettelefonie	weiblich	462	3,18	1,000	,047
	männlich	117	3,10	,941	,087
A_Telefon	weiblich	462	2,00	1,057	,049
	männlich	117	1,97	,982	,091
A_Email_Ms	weiblich	462	3,41	,825	,038
	männlich	117	3,39	,809	,075
A_Email_Fs	weiblich	462	2,95	1,008	,047
	männlich	117	3,08	,939	,087
A_FtF	weiblich	462	1,32	,652	,030
	männlich	117	1,28	,585	,054

Test bei unabhängigen Stichproben

	Levene-Test der Varianzgleichheit	T-Test für die Mittelwertgleichheit								
		F	Signifikanz	T	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Standardfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
									Untere	Obere
A_Chat_Ms	Varianzen sind gleich	1,352	,245	,220	577	,826	,020	,091	-,159	,199
	Varianzen sind nicht gleich			,232	192,550	,817	,020	,086	-,150	,190

A_Chat _Fs	Varianzen sind gleich	,224	,636	,313	577	,754	,037	,117	-,193	,266
	Varianzen sind nicht gleich			,318	182,694	,751	,037	,115	-,190	,264
A_SNS _Ms	Varianzen sind gleich	4,114	,043	-,042	577	,967	-,005	,112	-,224	,215
	Varianzen sind nicht gleich			-,044	192,443	,965	-,005	,106	-,214	,204
A_SNS _Fs	Varianzen sind gleich	1,419	,234	,512	577	,609	,062	,122	-,177	,302
	Varianzen sind nicht gleich			,525	184,872	,601	,062	,119	-,172	,297
A_Foru m_Ms	Varianzen sind gleich	,857	,355	,489	577	,625	,012	,025	-,037	,061
	Varianzen sind nicht gleich			,494	181,338	,622	,012	,025	-,037	,061
A_Foru m_FS	Varianzen sind gleich	,631	,427	-,366	577	,715	-,017	,045	-,106	,073
	Varianzen sind nicht gleich			-,399	202,204	,691	-,017	,042	-,099	,065
A_Inter nettelef onie	Varianzen sind gleich	1,867	,172	,775	577	,439	,079	,102	-,122	,280
	Varianzen sind nicht gleich			,803	187,887	,423	,079	,099	-,115	,274
A_Telef on	Varianzen sind gleich	,815	,367	,297	577	,767	,032	,108	-,180	,244
	Varianzen sind nicht gleich			,310	189,933	,757	,032	,103	-,172	,236
A_Emai l_Ms	Varianzen sind gleich	,169	,681	,238	577	,812	,020	,085	-,147	,187
	Varianzen sind nicht gleich			,241	182,035	,810	,020	,084	-,146	,186
A_Emai l_Fs	Varianzen sind gleich	3,167	,076	-1,189	577	,235	-,122	,103	-,324	,080
	Varianzen sind nicht gleich			-1,240	189,442	,216	-,122	,099	-,317	,072
A_FtF	Varianzen sind gleich	1,242	,266	,546	577	,585	,036	,066	-,094	,166
	Varianzen sind nicht gleich			,583	195,712	,561	,036	,062	-,086	,158

Gruppenstatistiken

	Geschlecht	N	Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler des Mittelwertes
H_Chat_Ms	weiblich	462	2,43	1,164	,054
	männlich	117	2,56	1,117	,103
H_Chat_Fs	weiblich	462	3,36	,901	,042
	männlich	117	3,27	,953	,088
H_SNS_Ms	weiblich	462	2,22	1,174	,055
	männlich	117	2,28	1,113	,103
H_SNS_Fs	weiblich	462	2,83	1,188	,055
	männlich	117	2,81	1,181	,109
H_Forum_Ms	weiblich	462	3,88	,418	,019
	männlich	117	3,68	,654	,060
H_Forum_Fs	weiblich	462	3,91	,345	,016
	männlich	117	3,82	,466	,043
H_Blog_HP	weiblich	462	3,77	,636	,030
	männlich	117	3,61	,820	,076
H_Internettelefo nie	weiblich	462	1,70	,888	,041
	männlich	117	1,94	,931	,086
H_Telefon	weiblich	462	2,45	,943	,044
	männlich	117	2,58	,921	,085
H_Email	weiblich	462	1,86	,772	,036
	männlich	117	2,18	,805	,074
H_Brief	weiblich	462	3,01	,723	,034
	männlich	117	3,28	,753	,070
H_Besuch	weiblich	462	2,80	,729	,034
	männlich	117	2,97	,754	,070

Test bei unabhängigen Stichproben

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
		F	Signifikanz	T	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Standardfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
									Untere	Obere
H_Chat_Ms	Varianzen sind gleich	,864	,353	-1,134	577	,257	-,136	,120	-,370	,099
	Varianzen sind nicht gleich			-1,162	185,097	,247	-,136	,117	-,366	,095
H_Chat_Fs	Varianzen sind gleich	1,222	,269	,887	577	,376	,084	,094	-,102	,269
	Varianzen sind nicht gleich			,858	172,272	,392	,084	,098	-,109	,276
H_SNS_Ms	Varianzen sind gleich	1,298	,255	-,528	577	,598	-,063	,120	-,300	,173
	Varianzen sind nicht gleich			-,545	186,794	,587	-,063	,116	-,293	,166
H_SNS_Fs	Varianzen sind gleich	,146	,702	,174	577	,862	,021	,123	-,220	,263
	Varianzen sind nicht gleich			,175	180,016	,862	,021	,122	-,220	,263
H_Forum_Ms	Varianzen sind gleich	51,854	,000	4,186	577	,000	,206	,049	,109	,302
	Varianzen sind nicht gleich			3,238	140,811	,002	,206	,064	,080	,331
H_Forum_Fs	Varianzen sind gleich	17,616	,000	2,239	577	,026	,086	,039	,011	,162
	Varianzen sind nicht gleich			1,878	149,737	,062	,086	,046	-,005	,177
H_Blog_HP	Varianzen sind gleich	16,208	,000	2,274	577	,023	,159	,070	,022	,297
	Varianzen sind nicht gleich			1,959	153,242	,052	,159	,081	-,001	,320

H_Skype	Varianzen sind gleich	,167	,683	-2,598	577	,010	-,241	,093	-,423	-,059
	Varianzen sind nicht gleich			-2,525	173,216	,012	-,241	,095	-,429	-,053
H_Telefon	Varianzen sind gleich	,640	,424	-1,392	577	,164	-,135	,097	-,326	,056
	Varianzen sind nicht gleich			-1,412	182,508	,160	-,135	,096	-,324	,054
H_Email	Varianzen sind gleich	,844	,359	-3,920	577	,000	-,316	,081	-,474	-,158
	Varianzen sind nicht gleich			-3,821	173,829	,000	-,316	,083	-,479	-,153
H_Brief	Varianzen sind gleich	8,346	,004	-3,652	577	,000	-,276	,075	-,424	-,127
	Varianzen sind nicht gleich			-3,566	174,176	,000	-,276	,077	-,428	-,123
H_Besuch	Varianzen sind gleich	,318	,573	-2,229	577	,026	-,169	,076	-,318	-,020
	Varianzen sind nicht gleich			-2,185	175,005	,030	-,169	,077	-,322	-,016

Geschlecht/Kontaktausmaß mit der Basis

Geschlecht * Kontakt_H Kreuztabelle

		Anzahl			Gesamt
		Kontakt_H			
		zugenommen	ist gleich geblieben	abgenommen	
Geschlecht	weiblich	20	214	228	462
	männlich	2	44	71	117
Gesamt		22	258	299	579

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (1-seitig)	Punkt- Wahrscheinlichkeit
Chi-Quadrat nach Pearson	5,599 ^a	2	,061	,063		
Likelihood-Quotient	5,910	2	,052	,051		
Exakter Test nach Fisher	5,315			,069		
Zusammenhang linear-mit-linear	5,574 ^b	1	,018	,018	,011	,004
Anzahl der gültigen Fälle	579					

a. 1 Zellen (16,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 4,45.

b. Die standardisierte Statistik ist 2,361.

Alter

Alter/Nutzung der Kommunikationsmittel

Gruppenstatistiken

	Alter_neu	N	Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler des Mittelwertes
G_Chat	18-25 Jahre	455	3,49	,842	,039
	26 oder Älter	124	3,59	,710	,064
G_SNS	18-25 Jahre	455	2,71	1,082	,051
	26 oder Älter	124	2,83	1,080	,097
G_Forum	18-25 Jahre	455	3,90	,368	,017
	26 oder Älter	124	3,83	,418	,037
G_Skype	18-25 Jahre	455	3,64	,690	,032
	26 oder Älter	124	3,57	,700	,063
G_Telefon	18-25 Jahre	455	2,51	1,078	,051
	26 oder Älter	124	2,63	1,137	,102
G_Email	18-25 Jahre	455	3,18	,928	,044
	26 oder Älter	124	3,03	,936	,084
G_FtF	18-25 Jahre	455	1,44	,754	,035
	26 oder Älter	124	1,31	,587	,053

Test bei unabhängigen Stichproben

	Levene-Test der Varianzgleichheit	T-Test für die Mittelwertgleichheit								
		F	Signifikanz	T	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Standardfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
									Untere	Obere
G_Chat	Varianzen sind gleich	5,259	,022	-1,220	577	,223	-,101	,083	-,263	,061
	Varianzen sind nicht gleich			-1,344	226,251	,180	-,101	,075	-,249	,047
G_SNS	Varianzen sind gleich	,031	,861	-1,102	577	,271	-,121	,110	-,336	,094
	Varianzen sind nicht gleich			-1,103	195,571	,271	-,121	,109	-,337	,095

G_Forum	Varianzen sind gleich	10,017	,002	1,779	577	,076	,068	,038	-,007	,144
	Varianzen sind nicht gleich			1,654	178,298	,100	,068	,041	-,013	,150
G_Skype	Varianzen sind gleich	1,395	,238	1,018	577	,309	,071	,070	-,066	,209
	Varianzen sind nicht gleich			1,009	193,061	,314	,071	,071	-,068	,211
G_Telefon	Varianzen sind gleich	1,776	,183	-1,078	577	,281	-,119	,111	-,336	,098
	Varianzen sind nicht gleich			-1,046	187,644	,297	-,119	,114	-,344	,106
G_Email	Varianzen sind gleich	,964	,327	1,570	577	,117	,148	,094	-,037	,333
	Varianzen sind nicht gleich			1,563	193,926	,120	,148	,095	-,039	,335
G_Forum	Varianzen sind gleich	10,294	,001	1,821	577	,069	,133	,073	-,010	,277
	Varianzen sind nicht gleich			2,098	245,132	,037	,133	,063	,008	,258

Gruppenstatistiken

	Alter_neu	N	Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler des Mittelwertes
A_Chat_Ms	18-25 Jahre	455	3,37	,896	,042
	26 oder Älter	124	3,47	,811	,073
A_Chat_Fs	18-25 Jahre	455	2,99	1,122	,053
	26 oder Älter	124	3,10	1,146	,103
A_SNS_Ms	18-25 Jahre	455	2,98	1,067	,050
	26 oder Älter	124	2,92	1,123	,101
A_SNS_Fs	18-25 Jahre	455	2,32	1,185	,056
	26 oder Älter	124	2,48	1,144	,103
A_Forum_Ms	18-25 Jahre	455	3,95	,230	,011
	26 oder Älter	124	3,94	,278	,025
A_Forum_FS	18-25 Jahre	455	3,87	,445	,021
	26 oder Älter	124	3,88	,415	,037
A_Skype	18-25 Jahre	455	3,17	,985	,046
	26 oder Älter	124	3,15	1,002	,090
A_Telefon	18-25 Jahre	455	1,95	1,028	,048
	26 oder Älter	124	2,15	1,080	,097

A_Email_Ms	18-25 Jahre	455	3,45	,800	,037
	26 oder Älter	124	3,27	,887	,080
A_Email_Fs	18-25 Jahre	455	2,99	,993	,047
	26 oder Älter	124	2,94	1,002	,090
A_FtF	18-25 Jahre	455	1,31	,645	,030
	26 oder Älter	124	1,32	,619	,056

Test bei unabhängigen Stichproben

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
		t		T	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz z	Standardfehler der Differenz z	95% Konfidenzintervall I der Differenz	
		F	Signifikanz						Untere	Obere
A_Chat_Ms	Varianzen sind gleich	4,278	,039	-1,082	577	,279	-,096	,089	-,271	,078
	Varianzen sind nicht gleich			-1,146	212,053	,253	-,096	,084	-,262	,069
A_Chat_Fs	Varianzen sind gleich	,089	,766	-1,033	577	,302	-,118	,114	-,342	,106
	Varianzen sind nicht gleich			-1,021	192,110	,309	-,118	,116	-,346	,110
A_SNS_Ms	Varianzen sind gleich	,403	,526	,597	577	,551	,065	,109	-,149	,280
	Varianzen sind nicht gleich			,580	187,856	,563	,065	,113	-,157	,287
A_SNS_Fs	Varianzen sind gleich	,211	,647	-1,349	577	,178	-,161	,119	-,395	,073
	Varianzen sind nicht gleich			-1,377	200,801	,170	-,161	,117	-,391	,069
A_Forum_Ms	Varianzen sind gleich	2,217	,137	,752	577	,452	,018	,024	-,030	,066
	Varianzen sind nicht gleich			,676	171,700	,500	,018	,027	-,035	,072
A_Forum_FS	Varianzen sind gleich	,062	,804	-,097	577	,923	-,004	,044	-,092	,083
	Varianzen sind nicht gleich			-,101	206,614	,920	-,004	,043	-,089	,080

A_Skype	Varianzen sind gleich	,343	,558	,262	577	,793	,026	,100	-,170	,223
	Varianzen sind nicht gleich			,260	192,783	,795	,026	,101	-,173	,226
A_Telefon	Varianzen sind gleich	1,758	,185	-1,859	577	,064	-,196	,105	-,402	,011
	Varianzen sind nicht gleich			-1,807	188,179	,072	-,196	,108	-,409	,018
A_Email_Ms	Varianzen sind gleich	1,403	,237	2,072	577	,039	,172	,083	,009	,335
	Varianzen sind nicht gleich			1,954	181,201	,052	,172	,088	-,002	,346
A_Email_Fs	Varianzen sind gleich	,300	,584	,553	577	,581	,056	,101	-,142	,254
	Varianzen sind nicht gleich			,550	193,946	,583	,056	,101	-,144	,256
A_FtF	Varianzen sind gleich	,033	,856	-,230	577	,818	-,015	,065	-,142	,112
	Varianzen sind nicht gleich			-,235	201,852	,814	-,015	,063	-,140	,110

Gruppenstatistiken

	Alter_neu	N	Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler des Mittelwertes
H_Chat_Ms	18-25 Jahre	455	2,46	1,153	,054
	26 oder Älter	124	2,44	1,170	,105
H_Chat_Fs	18-25 Jahre	455	3,36	,887	,042
	26 oder Älter	124	3,26	,995	,089
H_SNS_Ms	18-25 Jahre	455	2,26	1,172	,055
	26 oder Älter	124	2,12	1,116	,100
H_SNS_Fs	18-25 Jahre	455	2,84	1,192	,056
	26 oder Älter	124	2,81	1,166	,105
H_Forum_Ms	18-25 Jahre	455	3,84	,488	,023
	26 oder Älter	124	3,82	,461	,041
H_Forum_Fs	18-25 Jahre	455	3,89	,369	,017
	26 oder Älter	124	3,88	,395	,035
H_Blog_HP	18-25 Jahre	455	3,75	,654	,031
	26 oder Älter	124	3,66	,764	,069
H_Skype	18-25 Jahre	455	1,72	,893	,042
	26 oder Älter	124	1,86	,922	,083

H_Telefon	18-25 Jahre	455	2,48	,948	,044
	26 oder Älter	124	2,44	,913	,082
H_Email	18-25 Jahre	455	1,93	,785	,037
	26 oder Älter	124	1,94	,804	,072
H_Brief	18-25 Jahre	455	3,03	,725	,034
	26 oder Älter	124	3,17	,773	,069
H_Besuch	18-25 Jahre	455	2,82	,721	,034
	26 oder Älter	124	2,88	,792	,071

Test bei unabhängigen Stichproben

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
		F	Signifikanz	T	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Standardfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
									Untere	Obere
H_Chat _Ms	Varianzen sind gleich	,031	,861	,222	577	,824	,026	,117	-,204	,256
	Varianzen sind nicht gleich			,220	192,954	,826	,026	,118	-,207	,259
H_Chat _Fs	Varianzen sind gleich	3,785	,052	1,133	577	,258	,105	,092	-,077	,286
	Varianzen sind nicht gleich			1,061	179,773	,290	,105	,099	-,090	,299
H_SNS _Ms	Varianzen sind gleich	2,959	,086	1,196	577	,232	,141	,118	-,090	,371
	Varianzen sind nicht gleich			1,230	203,120	,220	,141	,114	-,085	,366
H_SNS _Fs	Varianzen sind gleich	,179	,673	,239	577	,811	,029	,120	-,207	,265
	Varianzen sind nicht gleich			,242	198,561	,809	,029	,119	-,205	,263
H_Forum _Ms	Varianzen sind gleich	,441	,507	,438	577	,662	,021	,049	-,075	,117
	Varianzen sind nicht gleich			,452	204,417	,652	,021	,047	-,072	,115

H_Forum_Fs	Varianzen sind gleich	,477	,490	,350	577	,726	,013	,038	-,061	,088
	Varianzen sind nicht gleich			,336	185,538	,737	,013	,039	-,065	,091
H_Blog_HP	Varianzen sind gleich	5,417	,020	1,345	577	,179	,093	,069	-,043	,228
	Varianzen sind nicht gleich			1,232	175,224	,220	,093	,075	-,056	,241
H_Skype	Varianzen sind gleich	,055	,814	-1,606	577	,109	-,146	,091	-,325	,033
	Varianzen sind nicht gleich			-1,577	190,557	,116	-,146	,093	-,330	,037
H_Telefon	Varianzen sind gleich	,401	,527	,397	577	,692	,038	,095	-,149	,225
	Varianzen sind nicht gleich			,405	201,048	,686	,038	,093	-,146	,222
H_Email	Varianzen sind gleich	,493	,483	-,128	577	,898	-,010	,080	-,167	,147
	Varianzen sind nicht gleich			-,126	191,651	,900	-,010	,081	-,170	,150
H_Brief	Varianzen sind gleich	4,625	,032	-1,831	577	,068	-,136	,074	-,283	,010
	Varianzen sind nicht gleich			-1,765	186,157	,079	-,136	,077	-,289	,016
H_Besuch	Varianzen sind gleich	,472	,492	-,824	577	,411	-,061	,075	-,208	,085
	Varianzen sind nicht gleich			-,780	182,250	,436	-,061	,079	-,217	,094

Sprachkenntnisse

Sprachniveaugruppen/Nutzung der Kommunikationsmittel

ONEWAY deskriptive Statistiken

		N	Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler	95%-Konfidenzintervall für den Mittelwert		Minimum	Maximum
						Untergrenze	Obergrenze		
G_Chatt	keine Kenntnisse	122	3,61	,722	,065	3,48	3,74	1	4
	(A1/A2)	181	3,47	,834	,062	3,35	3,59	1	4
	(B1/B2)	168	3,61	,734	,057	3,50	3,72	1	4
	(C1/C2)	108	3,31	,963	,093	3,13	3,50	1	4
	Gesamt	579	3,51	,816	,034	3,44	3,58	1	4
G_SNS	keine Kenntnisse	122	2,62	1,108	,100	2,42	2,82	1	4
	(A1/A2)	181	2,76	1,099	,082	2,60	2,92	1	4
	(B1/B2)	168	2,90	1,028	,079	2,75	3,06	1	4
	(C1/C2)	108	2,56	1,079	,104	2,36	2,77	1	4
	Gesamt	579	2,74	1,082	,045	2,65	2,82	1	4
G_Forum	keine Kenntnisse	122	3,92	,304	,028	3,86	3,97	2	4
	(A1/A2)	181	3,93	,280	,021	3,89	3,97	2	4
	(B1/B2)	168	3,86	,408	,032	3,80	3,93	2	4
	(C1/C2)	108	3,81	,520	,050	3,71	3,90	2	4
	Gesamt	579	3,88	,380	,016	3,85	3,92	2	4
G_Skype	keine Kenntnisse	122	3,62	,708	,064	3,50	3,75	1	4
	(A1/A2)	181	3,58	,731	,054	3,47	3,69	1	4
	(B1/B2)	168	3,77	,536	,041	3,69	3,85	2	4
	(C1/C2)	108	3,50	,791	,076	3,35	3,65	1	4
	Gesamt	579	3,63	,692	,029	3,57	3,69	1	4
G_Telefon	keine Kenntnisse	122	2,60	1,111	,101	2,40	2,80	1	4
	(A1/A2)	181	2,47	1,067	,079	2,31	2,63	1	4
	(B1/B2)	168	2,61	1,094	,084	2,45	2,78	1	4
	(C1/C2)	108	2,45	1,106	,106	2,24	2,66	1	4
	Gesamt	579	2,54	1,091	,045	2,45	2,62	1	4
G_Email	keine Kenntnisse	122	3,25	,846	,077	3,09	3,40	1	4
	(A1/A2)	181	3,13	,943	,070	2,99	3,27	1	4
	(B1/B2)	168	3,15	,958	,074	3,00	3,29	1	4
	(C1/C2)	108	3,07	,964	,093	2,89	3,26	1	4
	Gesamt	579	3,15	,931	,039	3,07	3,22	1	4

G_FtF	keine Kenntnisse	122	1,39	,709	,064	1,26	1,51	1	4
	(A1/A2)	181	1,45	,763	,057	1,34	1,56	1	4
	(B1/B2)	168	1,44	,732	,056	1,33	1,55	1	4
	(C1/C2)	108	1,32	,653	,063	1,20	1,45	1	4
	Gesamt	579	1,41	,723	,030	1,35	1,47	1	4

Test der Homogenität der Varianzen

	Levene-Statistik	df1	df2	Signifikanz
G_Chat	8,053	3	575	,000
G_SNS	1,764	3	575	,153
G_Forum	11,780	3	575	,000
G_Skype	12,480	3	575	,000
G_Telefon	,247	3	575	,863
G_Email	1,087	3	575	,354
G_FtF	2,079	3	575	,102

ONEWAY ANOVA

		Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Signifikanz
G_Chat	Zwischen den Gruppen	7,132	3	2,377	3,621	,013
	Innerhalb der Gruppen	377,565	575	,657		
	Gesamt	384,698	578			
G_SNS	Zwischen den Gruppen	9,588	3	3,196	2,755	,042
	Innerhalb der Gruppen	666,982	575	1,160		
	Gesamt	676,570	578			
G_Forum	Zwischen den Gruppen	1,232	3	,411	2,880	,035
	Innerhalb der Gruppen	82,014	575	,143		
	Gesamt	83,247	578			
G_Skype	Zwischen den Gruppen	5,474	3	1,825	3,861	,009
	Innerhalb der Gruppen	271,691	575	,473		
	Gesamt	277,164	578			
G_Telefon	Zwischen den Gruppen	3,002	3	1,001	,840	,472
	Innerhalb der Gruppen	685,022	575	1,191		
	Gesamt	688,024	578			
G_Email	Zwischen den Gruppen	1,839	3	,613	,706	,549
	Innerhalb der Gruppen	499,387	575	,868		
	Gesamt	501,226	578			
G_FtF	Zwischen den Gruppen	1,363	3	,454	,868	,457
	Innerhalb der Gruppen	300,806	575	,523		
	Gesamt	302,169	578			

Robuste Testverfahren zur Prüfung auf Gleichheit der Mittelwerte

		Statistik ^a	df1	df2	Sig.
G_Chat	Welch-Test	3,173	3	290,249	,025
G_SNS	Welch-Test	2,842	3	293,492	,038
G_Forum	Welch-Test	2,377	3	279,539	,070
G_Skype	Welch-Test	4,552	3	283,604	,004
G_Telefon	Welch-Test	,835	3	293,154	,476
G_Email	Welch-Test	,775	3	296,107	,509
G_FtF	Welch-Test	,950	3	299,818	,417

a. Asymptotisch F-verteilt

Mehrfachvergleiche

G_SNS

Tukey-HSD

		Mittlere Differenz (I-J)	Standardfe hler	Signifika nz	95%- Konfidenzintervall	
					Untergren ze	Obergren ze
(I) Sprache_Beginn	(J) Sprache_Beginn					
keine Kenntnisse	(A1/A2)	-,134	,126	,713	-,46	,19
	(B1/B2)	-,282	,128	,125	-,61	,05
	(C1/C2)	,058	,142	,977	-,31	,42
(A1/A2)	keine Kenntnisse	,134	,126	,713	-,19	,46
	(B1/B2)	-,148	,115	,575	-,45	,15
	(C1/C2)	,192	,131	,458	-,15	,53
(B1/B2)	keine Kenntnisse	,282	,128	,125	-,05	,61
	(A1/A2)	,148	,115	,575	-,15	,45
	(C1/C2)	,340	,133	,052	,00	,68
(C1/C2)	keine Kenntnisse	-,058	,142	,977	-,42	,31
	(A1/A2)	-,192	,131	,458	-,53	,15
	(B1/B2)	-,340	,133	,052	-,68	,00

Mehrfachvergleiche

Dunnett-T3

Abhängige Variable	(I) Sprache_Beginn	(J) Sprache_Beginn	Mittlere Differenz (I-J)	Standardfehler	Signifikanz	95%-Konfidenzintervall	
						Untergrenze	Obergrenze
						G_Chat	keine Kenntnisse
		(B1/B2)	-,001	,087	1,000	-,23	,23
		(C1/C2)	,292	,113	,063	-,01	,59
	(A1/A2)	keine Kenntnisse	-,137	,090	,563	-,38	,10
		(B1/B2)	-,138	,084	,475	-,36	,08
		(C1/C2)	,155	,111	,662	-,14	,45
	(B1/B2)	keine Kenntnisse	,001	,087	1,000	-,23	,23
		(A1/A2)	,138	,084	,475	-,08	,36
		(C1/C2)	,292*	,109	,046	,00	,58
	(C1/C2)	keine Kenntnisse	-,292	,113	,063	-,59	,01
		(A1/A2)	-,155	,111	,662	-,45	,14
		(B1/B2)	-,292*	,109	,046	-,58	,00
G_Skype	keine Kenntnisse	(A1/A2)	,043	,084	,996	-,18	,27
		(B1/B2)	-,145	,076	,303	-,35	,06
		(C1/C2)	,123	,100	,769	-,14	,39
	(A1/A2)	keine Kenntnisse	-,043	,084	,996	-,27	,18
		(B1/B2)	-,188*	,068	,037	-,37	-,01
		(C1/C2)	,080	,094	,949	-,17	,33
	(B1/B2)	keine Kenntnisse	,145	,076	,303	-,06	,35
		(A1/A2)	,188*	,068	,037	,01	,37
		(C1/C2)	,268*	,087	,014	,04	,50
	(C1/C2)	keine Kenntnisse	-,123	,100	,769	-,39	,14
		(A1/A2)	-,080	,094	,949	-,33	,17
		(B1/B2)	-,268*	,087	,014	-,50	-,04

*. Die Differenz der Mittelwerte ist auf dem Niveau 0.05 signifikant.

Studienrichtungsgruppen/Sprachniveau zu Beginn und nach dem Aufenthalt

Deskriptive Statistiken

	N	Mittelwert	Standardabweichung	Minimum	Maximum
Sprache_Beginn	579	2,45	1,022	1	4
Sprache_Nach	579	3,16	,902	1	4

Wilcoxon-Test

Ränge

		N	Mittlerer Rang	Rangsumme
Sprache_Nach -	Negative Ränge	0 ^a	,00	,00
Sprache_Beginn	Positive Ränge	350 ^b	175,50	61425,00
	Bindungen	229 ^c		
	Gesamt	579		

a. Sprache_Nach < Sprache_Beginn

b. Sprache_Nach > Sprache_Beginn

c. Sprache_Nach = Sprache_Beginn

Statistik für Test^b

	Sprache_Nach - Sprache_Beginn
	n
Z	-17,630 ^a
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,000

a. Basiert auf negativen Rängen.

b. Wilcoxon-Test

Deskriptive Statistiken^a

	N	Mittelwert	Standardabweichung	Minimum	Maximum
Sprache_Beginn	105	2,12	,958	1	4
Sprache_Nach	105	2,93	,983	1	4

a. Studienrichtung_Kategorie = Naturwissenschaften

Wilcoxon-Test

Ränge^d

		N	Mittlerer Rang	Rangsumme
Sprache_Nach -	Negative Ränge	0 ^a	,00	,00
Sprache_Beginn	Positive Ränge	71 ^b	36,00	2556,00
	Bindungen	34 ^c		
	Gesamt	105		

- a. Sprache_Nach < Sprache_Beginn
 b. Sprache_Nach > Sprache_Beginn
 c. Sprache_Nach = Sprache_Beginn
 d. Studienrichtung_Kategorie = Naturwissenschaften

Statistik für Test^{b,c}

	Sprache_Nach - Sprache_Beginn n
Z	-7,901 ^a
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,000

- a. Basiert auf negativen Rängen.
 b. Studienrichtung_Kategorie =
 Naturwissenschaften
 c. Wilcoxon-Test

Deskriptive Statistiken^a

	N	Mittelwert	Standard- abweichung	Minimum	Maximum
Sprache_Beginn	153	2,07	,971	1	4
Sprache_Nach	153	2,88	,939	1	4

- a. Studienrichtung_Kategorie = Sozialwissenschaften

Wilcoxon-Test

Ränge^d

		N	Mittlerer Rang	Rangsumme
Sprache_Nach -	Negative Ränge	0 ^a	,00	,00
Sprache_Beginn	Positive Ränge	108 ^b	54,50	5886,00
	Bindungen	45 ^c		
	Gesamt	153		

Ränge^d

		N	Mittlerer Rang	Rangsumme
Sprache_Nach -	Negative Ränge	0 ^a	,00	,00
Sprache_Beginn	Positive Ränge	108 ^b	54,50	5886,00
	Bindungen	45 ^c		
	Gesamt	153		

- a. Sprache_Nach < Sprache_Beginn
- b. Sprache_Nach > Sprache_Beginn
- c. Sprache_Nach = Sprache_Beginn
- d. Studienrichtung_Kategorie = Sozialwissenschaften

Statistik für Test^{b,c}

	Sprache_Nach - Sprache_Beginn n
Z	-9,775 ^a
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,000

- a. Basiert auf negativen Rängen.
- b. Studienrichtung_Kategorie = Sozialwissenschaften
- c. Wilcoxon-Test

Deskriptive Statistiken^a

	N	Mittelwert	Standardabweichung	Minimum	Maximum
Sprache_Beginn	288	2,83	,946	1	4
Sprache_Nach	288	3,44	,735	1	4

- a. Studienrichtung_Kategorie = Geisteswissenschaften

Deskriptive Statistiken^a

	N	Mittelwert	Standardabweichung	Minimum	Maximum
Sprache_Beginn	33	2,00	,901	1	4
Sprache_Nach	33	2,67	1,021	1	4

- a. Studienrichtung_Kategorie = Wirtschaftswissenschaften

Wilcoxon-Test

		Ränge ^d		
		N	Mittlerer Rang	Rangsumme
Sprache_Nach -	Negative Ränge	0 ^a	,00	,00
Sprache_Beginn	Positive Ränge	151 ^b	76,00	11476,00
	Bindungen	137 ^c		
	Gesamt	288		

- a. Sprache_Nach < Sprache_Beginn
 b. Sprache_Nach > Sprache_Beginn
 c. Sprache_Nach = Sprache_Beginn
 d. Studienrichtung_Kategorie = Geisteswissenschaften

Statistik für Test^{b,c}

	Sprache_Nach - Sprache_Beginn n
Z	-11,619 ^a
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,000

- a. Basiert auf negativen Rängen.
 b. Studienrichtung_Kategorie =
 Geisteswissenschaften
 c. Wilcoxon-Test

Wilcoxon-Test

		Ränge ^d		
		N	Mittlerer Rang	Rangsumme
Sprache_Nach -	Negative Ränge	0 ^a	,00	,00
Sprache_Beginn	Positive Ränge	20 ^b	10,50	210,00
	Bindungen	13 ^c		
	Gesamt	33		

- a. Sprache_Nach < Sprache_Beginn
 b. Sprache_Nach > Sprache_Beginn
 c. Sprache_Nach = Sprache_Beginn
 d. Studienrichtung_Kategorie = Wirtschaftswissenschaften

Statistik für Test^{b,c}

	Sprache_Nach - Sprache_Begin n
Z	-4,300 ^a
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,000

a. Basiert auf negativen Rängen.

b. Studienrichtung_Kategorie =
Wirtschaftswissenschaften

c. Wilcoxon-Test

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Studienrichtung_Kategorie * Sprache_Beginn	579	100,0%	0	,0%	579	100,0%

Studienrichtung_Kategorie * Sprache_Beginn Kreuztabelle

			Sprache_Beginn n
			keine Kenntnisse
Studienrichtung_Kategorie	Naturwissenschaften	Anzahl	31
		% der Gesamtzahl	5,4%
	Sozialwissenschaften	Anzahl	52
		% der Gesamtzahl	9,0%
	Geisteswissenschaften	Anzahl	28
		% der Gesamtzahl	4,8%
	Wirtschaftswissenschaften	Anzahl	11
		% der Gesamtzahl	1,9%
Gesamt	Anzahl	122	
	% der Gesamtzahl	21,1%	

Studienrichtung_Kategorie * Sprache_Beginn Kreuztabelle

			Sprache_Beginn
			n
			(A1/A2)
Studienrichtung_Kategorie	Naturwissenschaften	Anzahl	41
		% der Gesamtzahl	7,1%
	Sozialwissenschaften	Anzahl	54
		% der Gesamtzahl	9,3%
	Geisteswissenschaften	Anzahl	73
		% der Gesamtzahl	12,6%
	Wirtschaftswissenschaften	Anzahl	13
		% der Gesamtzahl	2,2%
Gesamt	Anzahl	181	
	% der Gesamtzahl	31,3%	

Studienrichtung_Kategorie * Sprache_Beginn Kreuztabelle

			Sprache_Beginn
			n
			(B1/B2)
Studienrichtung_Kategorie	Naturwissenschaften	Anzahl	22
		% der Gesamtzahl	3,8%
	Sozialwissenschaften	Anzahl	32
		% der Gesamtzahl	5,5%
	Geisteswissenschaften	Anzahl	107
		% der Gesamtzahl	18,5%
	Wirtschaftswissenschaften	Anzahl	7
		% der Gesamtzahl	1,2%
Gesamt	Anzahl	168	
	% der Gesamtzahl	29,0%	

Studienrichtung_Kategorie * Sprache_Beginn Kreuztabelle

			Sprache_Beginn
			(C1/C2)
Studienrichtung_Kategorie	Naturwissenschaften	Anzahl	11
		% der Gesamtzahl	1,9%
	Sozialwissenschaften	Anzahl	15
		% der Gesamtzahl	2,6%
	Geisteswissenschaften	Anzahl	80
		% der Gesamtzahl	13,8%
	Wirtschaftswissenschaften	Anzahl	2
		% der Gesamtzahl	,3%
Gesamt	Anzahl	108	
	% der Gesamtzahl	18,7%	

Studienrichtung_Kategorie * Sprache_Beginn Kreuztabelle

			Gesamt
Studienrichtung_Kategorie	Naturwissenschaften	Anzahl	105
		% der Gesamtzahl	18,1%
	Sozialwissenschaften	Anzahl	153
		% der Gesamtzahl	26,4%
	Geisteswissenschaften	Anzahl	288
		% der Gesamtzahl	49,7%
	Wirtschaftswissenschaften	Anzahl	33
		% der Gesamtzahl	5,7%
Gesamt	Anzahl	579	
	% der Gesamtzahl	100,0%	

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Studienrichtung_Kategorie * Sprache_Nach	579	100,0%	0	,0%	579	100,0%

Studienrichtung_Kategorie * Sprache_Nach Kreuztabelle

			Sprache_Nach
			keine Kenntnisse
Studienrichtung_Kategorie	Naturwissenschaften	Anzahl	9
		% der Gesamtzahl	1,6%
	Sozialwissenschaften	Anzahl	9
		% der Gesamtzahl	1,6%
	Geisteswissenschaften	Anzahl	2
		% der Gesamtzahl	,3%
	Wirtschaftswissenschaften	Anzahl	5
		% der Gesamtzahl	,9%
Gesamt	Anzahl	25	
	% der Gesamtzahl	4,3%	

Studienrichtung_Kategorie * Sprache_Nach Kreuztabelle

			Sprache_Nach
			(A1/A2)
Studienrichtung_Kategorie	Naturwissenschaften	Anzahl	27
		% der Gesamtzahl	4,7%
	Sozialwissenschaften	Anzahl	50
		% der Gesamtzahl	8,6%
	Geisteswissenschaften	Anzahl	36
		% der Gesamtzahl	6,2%
	Wirtschaftswissenschaften	Anzahl	9
		% der Gesamtzahl	1,6%
Gesamt	Anzahl	122	
	% der Gesamtzahl	21,1%	

Studienrichtung_Kategorie * Sprache_Nach Kreuztabelle

			Sprache_Nach
			(B1/B2)
Studienrichtung_Kategorie	Naturwissenschaften	Anzahl	31
		% der Gesamtzahl	5,4%
	Sozialwissenschaften	Anzahl	44
		% der Gesamtzahl	7,6%
	Geisteswissenschaften	Anzahl	84
		% der Gesamtzahl	14,5%

Wirtschaftswissenschaften	Anzahl	11
	% der Gesamtzahl	1,9%
Gesamt	Anzahl	170
	% der Gesamtzahl	29,4%

Studienrichtung_Kategorie * Sprache_Nach Kreuztabelle

			Sprache_Nach (C1/C2)
Studienrichtung_Kategorie	Naturwissenschaften	Anzahl	38
		% der Gesamtzahl	6,6%
	Sozialwissenschaften	Anzahl	50
		% der Gesamtzahl	8,6%
	Geisteswissenschaften	Anzahl	166
		% der Gesamtzahl	28,7%
	Wirtschaftswissenschaften	Anzahl	8
		% der Gesamtzahl	1,4%
Gesamt	Anzahl		262
	% der Gesamtzahl		45,3%

Studienrichtung_Kategorie * Sprache_Nach Kreuztabelle

			Gesamt
Studienrichtung_Kategorie	Naturwissenschaften	Anzahl	105
		% der Gesamtzahl	18,1%
	Sozialwissenschaften	Anzahl	153
		% der Gesamtzahl	26,4%
	Geisteswissenschaften	Anzahl	288
		% der Gesamtzahl	49,7%
	Wirtschaftswissenschaften	Anzahl	33
		% der Gesamtzahl	5,7%
Gesamt	Anzahl		579
	% der Gesamtzahl		100,0%

Studienrichtungsgruppen/Sprachniveau Vergleich der Gruppen untereinander

Deskriptive Statistiken

	N	Mittelwert	Standardabweichung	Minimum	Maximum
Sprache_Beginn	579	2,45	1,022	1	4
Sprache_Nach	579	3,16	,902	1	4
Studienrichtung_Kategorie	579	2,43	,850	1	4

Kruskal-Wallis-Test

Ränge

	Studienrichtung_Kategorie	N	Mittlerer Rang
Sprache_Beginn	Naturwissenschaften	105	237,57
	Sozialwissenschaften	153	228,64
	Geisteswissenschaften	288	349,91
	Wirtschaftswissenschaften	33	218,45
	Gesamt	579	
Sprache_Nach	Naturwissenschaften	105	254,31
	Sozialwissenschaften	153	242,46
	Geisteswissenschaften	288	337,23
	Wirtschaftswissenschaften	33	211,79
	Gesamt	579	

Statistik für Test^{a,b}

	Sprache_Begin n	Sprache_Nach
Chi-Quadrat	79,496	54,203
df	3	3
Asymptotische Signifikanz	,000	,000

a. Kruskal-Wallis-Test

b. Gruppenvariable: Studienrichtung_Kategorie

Deskriptive Statistiken

	N	Mittelwert	Standardabweichung	Minimum	Maximum
Sprache_Beginn	579	2,45	1,022	1	4
Sprache_Nach	579	3,16	,902	1	4
Studienrichtung_Kategorie	579	2,43	,850	1	4

Mann-Whitney-Test

Ränge

	Studienrichtung_Kategorie	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
Sprache_Beginn	Naturwissenschaften	105	140,67	14770,50
	Geisteswissenschaften	288	217,54	62650,50
	Gesamt	393		
Sprache_Nach	Naturwissenschaften	105	156,04	16384,00
	Geisteswissenschaften	288	211,93	61037,00
	Gesamt	393		

Statistik für Test^a

	Sprache_Begin n	Sprache_Nach
Mann-Whitney-U	9205,500	10819,000
Wilcoxon-W	14770,500	16384,000
Z	-6,174	-4,735
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,000	,000

a. Gruppenvariable: Studienrichtung_Kategorie

Deskriptive Statistiken

	N	Mittelwert	Standardabweichung	Minimum	Maximum
Sprache_Beginn	579	2,45	1,022	1	4
Sprache_Nach	579	3,16	,902	1	4
Studienrichtung_Kategorie	579	2,43	,850	1	4

Mann-Whitney-Test

Ränge

	Studienrichtung_Kategorie	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
Sprache_Beginn	Naturwissenschaften	105	132,33	13894,50
	Sozialwissenschaften	153	127,56	19516,50
	Gesamt	258		
Sprache_Nach	Naturwissenschaften	105	132,37	13898,50
	Sozialwissenschaften	153	127,53	19512,50
	Gesamt	258		

Statistik für Test^a

	Sprache_Beginn	Sprache_Nach
Mann-Whitney-U	7735,500	7731,500
Wilcoxon-W	19516,500	19512,500
Z	-,530	-,536
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,596	,592

a. Gruppenvariable: Studienrichtung_Kategorie

Deskriptive Statistiken

	N	Mittelwert	Standardabweichung	Minimum	Maximum
Sprache_Beginn	579	2,45	1,022	1	4
Sprache_Nach	579	3,16	,902	1	4
Studienrichtung_Kategorie	579	2,43	,850	1	4

Mann-Whitney-Test

Ränge

Studienrichtung_Kategorie		N	Mittlerer Rang	Rangsumme
Sprache_Beginn	Naturwissenschaften	105	70,57	7410,00
	Wirtschaftswissenschaften	33	66,09	2181,00
	Gesamt	138		
Sprache_Nach	Naturwissenschaften	105	71,91	7550,50
	Wirtschaftswissenschaften	33	61,83	2040,50
	Gesamt	138		

Statistik für Test^a

	Sprache_Beginn n	Sprache_Nach
Mann-Whitney-U	1620,000	1479,500
Wilcoxon-W	2181,000	2040,500
Z	-,591	-1,319
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,554	,187

a. Gruppenvariable: Studienrichtung_Kategorie

Deskriptive Statistiken

	N	Mittelwert	Standardabweichung	Minimum	Maximum
Sprache_Beginn	579	2,45	1,022	1	4
Sprache_Nach	579	3,16	,902	1	4
Studienrichtung_Kategorie	579	2,43	,850	1	4

Mann-Whitney-Test

Ränge

	Studienrichtung_Kategorie	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
Sprache_Beginn	Sozialwissenschaften	153	93,93	14372,00
	Wirtschaftswissenschaften	33	91,48	3019,00
	Gesamt	186		
Sprache_Nach	Sozialwissenschaften	153	95,34	14586,50
	Wirtschaftswissenschaften	33	84,98	2804,50
	Gesamt	186		

Statistik für Test^a

	Sprache_Beginn n	Sprache_Nach
Mann-Whitney-U	2458,000	2243,500
Wilcoxon-W	3019,000	2804,500
Z	-,249	-1,049
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,803	,294

a. Gruppenvariable: Studienrichtung_Kategorie

**Studienrichtung
Studienrichtungsgruppen/Nutzung der Kommunikationsmittel**

ONEWAY deskriptive Statistiken

	N	Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler	95%- Konfidenzintervall für den Mittelwert		Minimum	Maximum	
					Untergrenze	Obergrenze			
G_Chat	Naturw.	105	3,60	,688	,067	3,47	3,73	1	4
	Sozialw.	153	3,42	,908	,073	3,27	3,56	1	4
	Geistesw.	288	3,53	,800	,047	3,44	3,63	1	4
	Wirtschaftsw.	33	3,42	,867	,151	3,12	3,73	1	4
	Gesamt	579	3,51	,816	,034	3,44	3,58	1	4
G_SNS	Naturw.	105	2,92	,958	,093	2,74	3,11	1	4
	Sozialw.	153	2,61	1,114	,090	2,43	2,79	1	4
	Geistesw.	288	2,76	1,106	,065	2,63	2,89	1	4
	Wirtschaftsw.	33	2,55	1,034	,180	2,18	2,91	1	4
	Gesamt	579	2,74	1,082	,045	2,65	2,82	1	4
G_Forum	Naturw.	105	3,95	,214	,021	3,91	3,99	3	4
	Sozialw.	153	3,91	,332	,027	3,86	3,96	2	4
	Geistesw.	288	3,85	,444	,026	3,80	3,90	2	4
	Wirtschaftsw.	33	3,85	,364	,063	3,72	3,98	3	4
	Gesamt	579	3,88	,380	,016	3,85	3,92	2	4
G_Skype	Naturw.	105	3,70	,606	,059	3,58	3,81	1	4
	Sozialw.	153	3,52	,787	,064	3,39	3,64	1	4
	Geistesw.	288	3,67	,656	,039	3,60	3,75	1	4
	Wirtschaftsw.	33	3,55	,754	,131	3,28	3,81	2	4
	Gesamt	579	3,63	,692	,029	3,57	3,69	1	4
G_Telefon	Naturw.	105	2,50	1,128	,110	2,29	2,72	1	4
	Sozialw.	153	2,46	1,100	,089	2,28	2,63	1	4
	Geistesw.	288	2,57	1,080	,064	2,44	2,69	1	4
	Wirtschaftsw.	33	2,70	1,045	,182	2,33	3,07	1	4
	Gesamt	579	2,54	1,091	,045	2,45	2,62	1	4
G_Email	Naturw.	105	3,30	,900	,088	3,13	3,48	1	4
	Sozialw.	153	3,12	,939	,076	2,97	3,27	1	4
	Geistesw.	288	3,13	,928	,055	3,02	3,24	1	4
	Wirtschaftsw.	33	2,94	,998	,174	2,59	3,29	1	4
	Gesamt	579	3,15	,931	,039	3,07	3,22	1	4

G_FtF	Naturw.	105	1,33	,566	,055	1,22	1,44	1	3
	Sozialw.	153	1,41	,747	,060	1,29	1,52	1	4
	Geistesw.	288	1,44	,772	,045	1,35	1,53	1	4
	Wirtschaftsw.	33	1,39	,609	,106	1,18	1,61	1	3
	Gesamt	579	1,41	,723	,030	1,35	1,47	1	4

Test der Homogenität der Varianzen

	Levene-Statistik	df1	df2	Signifikanz
G_Chat	4,262	3	575	,005
G_SNS	4,929	3	575	,002
G_Forum	9,367	3	575	,000
G_Skype	6,115	3	575	,000
G_Telefon	,349	3	575	,790
G_Email	,456	3	575	,713
G_FtF	2,927	3	575	,033

ONEWAY ANOVA

		Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Signifikanz
G_Chat	Zwischen den Gruppen	2,556	3	,852	1,282	,280
	Innerhalb der Gruppen	382,142	575	,665		
	Gesamt	384,698	578			
G_SNS	Zwischen den Gruppen	7,541	3	2,514	2,160	,092
	Innerhalb der Gruppen	669,029	575	1,164		
	Gesamt	676,570	578			
G_Forum	Zwischen den Gruppen	,944	3	,315	2,198	,087
	Innerhalb der Gruppen	82,303	575	,143		
	Gesamt	83,247	578			
G_Skype	Zwischen den Gruppen	3,206	3	1,069	2,243	,082
	Innerhalb der Gruppen	273,958	575	,476		
	Gesamt	277,164	578			
G_Telefon	Zwischen den Gruppen	2,222	3	,741	,621	,602
	Innerhalb der Gruppen	685,802	575	1,193		
	Gesamt	688,024	578			
G_Email	Zwischen den Gruppen	4,231	3	1,410	1,632	,181
	Innerhalb der Gruppen	496,995	575	,864		
	Gesamt	501,226	578			
G_FtF	Zwischen den Gruppen	,970	3	,323	,617	,604
	Innerhalb der Gruppen	301,199	575	,524		
	Gesamt	302,169	578			

Robuste Testverfahren zur Prüfung auf Gleichheit der Mittelwerte

		Statistik ^a	df1	df2	Sig.
G_Chat	Welch-Test	1,267	3	128,974	,289
G_SNS	Welch-Test	2,391	3	131,488	,072
G_Forum	Welch-Test	3,365	3	134,823	,021
G_Skype	Welch-Test	1,952	3	127,520	,124
G_Telefon	Welch-Test	,633	3	129,664	,595
G_Email	Welch-Test	1,604	3	128,236	,192
G_FtF	Welch-Test	,799	3	136,006	,496

a. Asymptotisch F-verteilt

Mehrfachvergleiche

G_Forum

Dunnett-T3

(I)	(J)	Mittlere Differenz (I- J)	Standardfeh- ler	Signifika- nz	95%- Konfidenzintervall	
					Untergren- ze	Obergren- ze
Naturw. Studienrichtung_Kate- gorie	Sozialw. Studienrichtung_Kate- gorie	,044	,034	,731	-,05	,13
	Geistesw.	,102*	,033	,015	,01	,19
	Wirtschaftsw.	,104	,067	,543	-,08	,29
Sozialw.	Naturw.	-,044	,034	,731	-,13	,05
	Geistesw.	,058	,037	,545	-,04	,16
	Wirtschaftsw.	,060	,069	,942	-,13	,25
Geistesw.	Naturw.	-,102*	,033	,015	-,19	-,01
	Sozialw.	-,058	,037	,545	-,16	,04
	Wirtschaftsw.	,002	,069	1,000	-,19	,19
Wirtschaftsw.	Naturw.	-,104	,067	,543	-,29	,08
	Sozialw.	-,060	,069	,942	-,25	,13
	Geistesw.	-,002	,069	1,000	-,19	,19

*. Die Differenz der Mittelwerte ist auf dem Niveau 0.05 signifikant.

ONEWAY deskriptive Statistiken

		N	Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler	95%-Konfidenzintervall für den Mittelwert		Minimum	Maximum
						Untergrenze	Obergrenze		
A_Chat_Ms	Naturw.	105	3,60	,674	,066	3,47	3,73	1	4
	Sozialw.	153	3,28	,869	,070	3,14	3,42	1	4
	Geistesw.	288	3,40	,921	,054	3,30	3,51	1	4
	Wirtschaftsw.	33	3,15	1,004	,175	2,80	3,51	1	4
	Gesamt	579	3,39	,878	,037	3,32	3,46	1	4
A_Chat_Fs	Naturw.	105	3,06	1,142	,111	2,84	3,28	1	4
	Sozialw.	153	2,81	1,174	,095	2,62	3,00	1	4
	Geistesw.	288	3,10	1,101	,065	2,97	3,23	1	4
	Wirtschaftsw.	33	3,03	1,015	,177	2,67	3,39	1	4
	Gesamt	579	3,01	1,128	,047	2,92	3,10	1	4
A_SNS_Ms	Naturw.	105	3,19	1,039	,101	2,99	3,39	1	4
	Sozialw.	153	2,86	1,045	,085	2,70	3,03	1	4
	Geistesw.	288	2,99	1,095	,065	2,87	3,12	1	4
	Wirtschaftsw.	33	2,58	1,091	,190	2,19	2,96	1	4
	Gesamt	579	2,97	1,079	,045	2,88	3,06	1	4
A_SNS_Fs	Naturw.	105	2,41	1,149	,112	2,19	2,63	1	4
	Sozialw.	153	2,19	1,140	,092	2,01	2,37	1	4
	Geistesw.	288	2,41	1,204	,071	2,27	2,55	1	4
	Wirtschaftsw.	33	2,48	1,176	,205	2,07	2,90	1	4
	Gesamt	579	2,36	1,177	,049	2,26	2,45	1	4
A_Forum_Ms	Naturw.	105	3,98	,137	,013	3,95	4,01	3	4
	Sozialw.	153	3,95	,251	,020	3,91	3,99	2	4
	Geistesw.	288	3,94	,270	,016	3,91	3,97	2	4
	Wirtschaftsw.	33	3,97	,174	,030	3,91	4,03	3	4
	Gesamt	579	3,95	,241	,010	3,93	3,97	2	4
A_Forum_FS	Naturw.	105	3,84	,521	,051	3,74	3,94	1	4
	Sozialw.	153	3,90	,432	,035	3,83	3,96	1	4
	Geistesw.	288	3,88	,395	,023	3,83	3,92	1	4
	Wirtschaftsw.	33	3,88	,545	,095	3,69	4,07	1	4
	Gesamt	579	3,88	,438	,018	3,84	3,91	1	4

A_Skype	Naturw.	105	3,00	1,074	,105	2,79	3,21	1	4
	Sozialw.	153	3,05	,996	,080	2,89	3,20	1	4
	Geistesw.	288	3,30	,933	,055	3,19	3,40	1	4
	Wirtschaftsw.	33	3,12	1,023	,178	2,76	3,48	1	4
	Gesamt	579	3,17	,988	,041	3,09	3,25	1	4
A_Telefon	Naturw.	105	2,04	1,064	,104	1,83	2,24	1	4
	Sozialw.	153	1,82	,963	,078	1,66	1,97	1	4
	Geistesw.	288	2,08	1,066	,063	1,95	2,20	1	4
	Wirtschaftsw.	33	1,91	1,042	,181	1,54	2,28	1	4
	Gesamt	579	1,99	1,041	,043	1,91	2,08	1	4
A_Email_Ms	Naturw.	105	3,61	,658	,064	3,48	3,74	1	4
	Sozialw.	153	3,29	,865	,070	3,16	3,43	1	4
	Geistesw.	288	3,43	,806	,048	3,34	3,52	1	4
	Wirtschaftsw.	33	3,12	1,053	,183	2,75	3,49	1	4
	Gesamt	579	3,41	,821	,034	3,34	3,48	1	4
A_Email_Fs	Naturw.	105	3,08	,978	,095	2,89	3,27	1	4
	Sozialw.	153	2,90	1,021	,083	2,73	3,06	1	4
	Geistesw.	288	3,00	,977	,058	2,89	3,11	1	4
	Wirtschaftsw.	33	2,88	1,083	,188	2,49	3,26	1	4
	Gesamt	579	2,98	,995	,041	2,90	3,06	1	4
A_FtF	Naturw.	105	1,24	,597	,058	1,12	1,35	1	4
	Sozialw.	153	1,24	,547	,044	1,15	1,32	1	4
	Geistesw.	288	1,38	,703	,041	1,30	1,46	1	4
	Wirtschaftsw.	33	1,27	,517	,090	1,09	1,46	1	3
	Gesamt	579	1,31	,639	,027	1,26	1,36	1	4

Test der Homogenität der Varianzen

	Levene-Statistik	df1	df2	Signifikanz
A_Chat_Ms	5,601	3	575	,001
A_Chat_Fs	1,722	3	575	,161
A_SNS_Ms	,406	3	575	,748
A_SNS_Fs	1,883	3	575	,131
A_Forum_Ms	3,811	3	575	,010
A_Forum_FS	1,295	3	575	,275
A_Skype	,732	3	575	,533
A_Telefon	,450	3	575	,718
A_Email_Ms	6,971	3	575	,000
A_Email_Fs	1,126	3	575	,338
A_FtF	7,548	3	575	,000

ONEWAY ANOVA

		Quadratsu mme	df	Mittel der Quadrate	F	Signifikan z
A_Chat_Ms	Zwischen den Gruppen	8,368	3	2,789	3,665	,012
	Innerhalb der Gruppen	437,635	575	,761		
	Gesamt	446,003	578			
A_Chat_Fs	Zwischen den Gruppen	8,705	3	2,902	2,298	,077
	Innerhalb der Gruppen	726,210	575	1,263		
	Gesamt	734,915	578			
A_SNS_Ms	Zwischen den Gruppen	12,146	3	4,049	3,525	,015
	Innerhalb der Gruppen	660,355	575	1,148		
	Gesamt	672,501	578			
A_SNS_Fs	Zwischen den Gruppen	6,029	3	2,010	1,454	,226
	Innerhalb der Gruppen	794,966	575	1,383		
	Gesamt	800,995	578			
A_Forum_M s	Zwischen den Gruppen	,159	3	,053	,914	,434
	Innerhalb der Gruppen	33,388	575	,058		
	Gesamt	33,547	578			
A_Forum_F S	Zwischen den Gruppen	,211	3	,070	,364	,779
	Innerhalb der Gruppen	110,836	575	,193		
	Gesamt	111,047	578			
A_Skype	Zwischen den Gruppen	9,975	3	3,325	3,450	,016
	Innerhalb der Gruppen	554,108	575	,964		
	Gesamt	564,083	578			
A_Telefon	Zwischen den Gruppen	7,187	3	2,396	2,223	,084
	Innerhalb der Gruppen	619,770	575	1,078		
	Gesamt	626,957	578			
A_Email_Ms	Zwischen den Gruppen	9,108	3	3,036	4,583	,004
	Innerhalb der Gruppen	380,881	575	,662		
	Gesamt	389,990	578			
A_Email_Fs	Zwischen den Gruppen	2,519	3	,840	,848	,468
	Innerhalb der Gruppen	569,232	575	,990		
	Gesamt	571,751	578			

A_FtF	Zwischen den Gruppen	2,933	3	,978	2,411	,066
	Innerhalb der Gruppen	233,109	575	,405		
	Gesamt	236,041	578			

Robuste Testverfahren zur Prüfung auf Gleichheit der Mittelwerte

	Statistik ^a	df1	df2	Sig.
A_Chat_Ms Welch-Test	4,574	3	129,841	,004
A_Chat_Fs Welch-Test	2,156	3	130,821	,096
A_SNS_Ms Welch-Test	3,557	3	129,606	,016
A_SNS_Fs Welch-Test	1,496	3	129,903	,219
A_Forum_Ms Welch-Test	1,622	3	141,019	,187
A_Forum_FS Welch-Test	,285	3	122,786	,836
A_Skype Welch-Test	3,372	3	126,813	,021
A_Telefon Welch-Test	2,377	3	129,500	,073
A_Email_Ms Welch-Test	4,744	3	126,940	,004
A_Email_Fs Welch-Test	,816	3	127,577	,487
A_FtF Welch-Test	2,389	3	135,947	,072

a. Asymptotisch F-verteilt

Mehrfachvergleiche

Tukey-HSD

Abhängige Variable	(I) Studienrichtung	(J) Studienrichtung	Mittlere Differenz (I-J)	Standardfehler	Signifikanz	95%-Konfidenzintervall	
						Untergrenze	Obergrenze
A_SNS_Ms	Naturw.	Sozialw.	,328	,136	,076	-,02	,68
		Geistesw.	,197	,122	,370	-,12	,51
		Wirtschaftsw.	,615 [*]	,214	,022	,06	1,17
	Sozialw.	Naturw.	-,328	,136	,076	-,68	,02
		Geistesw.	-,130	,107	,617	-,41	,15
		Wirtschaftsw.	,287	,206	,503	-,24	,82
	Geistesw.	Naturw.	-,197	,122	,370	-,51	,12
		Sozialw.	,130	,107	,617	-,15	,41
		Wirtschaftsw.	,417	,197	,148	-,09	,92
Wirtschaftsw.	Naturw.	-,615 [*]	,214	,022	-1,17	-,06	
	Sozialw.	-,287	,206	,503	-,82	,24	
	Geistesw.	-,417	,197	,148	-,92	,09	

A_Skype	Naturw.	Sozialw.	-,046	,124	,983	-,37	,27
		Geistesw.	-,295*	,112	,043	-,58	-,01
		Wirtschaftsw.	-,121	,196	,926	-,63	,38
	Sozialw.	Naturw.	,046	,124	,983	-,27	,37
		Geistesw.	-,249	,098	,055	-,50	,00
		Wirtschaftsw.	-,075	,188	,978	-,56	,41
	Geistesw.	Naturw.	,295*	,112	,043	,01	,58
		Sozialw.	,249	,098	,055	,00	,50
		Wirtschaftsw.	,174	,180	,770	-,29	,64
Wirtschaftsw.	Naturw.	,121	,196	,926	-,38	,63	
	Sozialw.	,075	,188	,978	-,41	,56	
	Geistesw.	-,174	,180	,770	-,64	,29	

*. Die Differenz der Mittelwerte ist auf dem Niveau 0.05 signifikant.

Mehrfachvergleiche

Dunnett-T3

Abhängige Variable	(I) Studienrichtung_Kategorie	(J) Studienrichtung_Kategorie	Mittlere Differenz (I-J)	Standard fehler	Signifikanz	95%-Konfidenzintervall	
						Untergrenze	Obergrenze
A_Chat_Ms	Naturw.	Sozialw.	,319*	,096	,006	,06	,57
		Geistesw.	,197	,085	,122	-,03	,42
		Wirtschaftsw.	,448	,187	,116	-,07	,96
	Sozialw.	Naturw.	-,319*	,096	,006	-,57	-,06
		Geistesw.	-,122	,089	,674	-,36	,11
		Wirtschaftsw.	,130	,188	,981	-,39	,65
	Geistesw.	Naturw.	-,197	,085	,122	-,42	,03
		Sozialw.	,122	,089	,674	-,11	,36
		Wirtschaftsw.	,251	,183	,674	-,25	,76
Wirtschaftsw.	Naturw.	-,448	,187	,116	-,96	,07	
	Sozialw.	-,130	,188	,981	-,65	,39	
	Geistesw.	-,251	,183	,674	-,76	,25	
A_Email_Ms	Naturw.	Sozialw.	,315*	,095	,006	,06	,57
		Geistesw.	,179	,080	,146	-,03	,39
		Wirtschaftsw.	,488	,194	,091	-,05	1,02
	Sozialw.	Naturw.	-,315*	,095	,006	-,57	-,06
		Geistesw.	-,136	,085	,493	-,36	,09
		Wirtschaftsw.	,173	,196	,939	-,37	,71

Geistesw.	Naturw.	-,179	,080	,146	-,39	,03
	Sozialw.	,136	,085	,493	-,09	,36
	Wirtschaftsw.	,309	,189	,491	-,22	,83
Wirtschaftsw.	Naturw.	-,488	,194	,091	-1,02	,05
	Sozialw.	-,173	,196	,939	-,71	,37
	Geistesw.	-,309	,189	,491	-,83	,22

*. Die Differenz der Mittelwerte ist auf dem Niveau 0.05 signifikant.

ONEWAY deskriptive Statistiken

	N	Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler	95%-Konfidenzintervall für den Mittelwert		Minimum	Maximum	
					Untergrenze	Obergrenze			
H_Chat_Ms	Naturw.	105	2,65	1,143	,112	2,43	2,87	1	4
	Sozialw.	153	2,37	1,158	,094	2,19	2,56	1	4
	Geistesw.	288	2,44	1,161	,068	2,31	2,58	1	4
	Wirtschaftsw.	33	2,36	1,113	,194	1,97	2,76	1	4
	Gesamt	579	2,46	1,155	,048	2,36	2,55	1	4
H_Chat_Fs	Naturw.	105	3,47	,833	,081	3,31	3,63	1	4
	Sozialw.	153	3,21	,984	,080	3,05	3,37	1	4
	Geistesw.	288	3,37	,902	,053	3,27	3,48	1	4
	Wirtschaftsw.	33	3,27	,839	,146	2,98	3,57	1	4
	Gesamt	579	3,34	,911	,038	3,27	3,41	1	4
H_SNS_Ms	Naturw.	105	2,24	1,079	,105	2,03	2,45	1	4
	Sozialw.	153	2,24	1,146	,093	2,05	2,42	1	4
	Geistesw.	288	2,24	1,204	,071	2,10	2,38	1	4
	Wirtschaftsw.	33	2,15	1,149	,200	1,74	2,56	1	4
	Gesamt	579	2,23	1,161	,048	2,14	2,33	1	4
H_SNS_Fs	Naturw.	105	2,93	1,103	,108	2,72	3,15	1	4
	Sozialw.	153	2,81	1,168	,094	2,62	3,00	1	4
	Geistesw.	288	2,79	1,229	,072	2,65	2,93	1	4
	Wirtschaftsw.	33	2,91	1,156	,201	2,50	3,32	1	4
	Gesamt	579	2,83	1,185	,049	2,73	2,93	1	4
H_Forum_Ms	Naturw.	105	3,88	,409	,040	3,80	3,96	1	4
	Sozialw.	153	3,86	,398	,032	3,80	3,93	2	4
	Geistesw.	288	3,82	,525	,031	3,76	3,88	1	4
	Wirtschaftsw.	33	3,82	,635	,111	3,59	4,04	1	4
	Gesamt	579	3,84	,482	,020	3,80	3,88	1	4

H_Forum	Naturw.	105	3,90	,365	,036	3,82	3,97	2	4
	Sozialw.	153	3,92	,302	,024	3,87	3,96	2	4
	Geistesw.	288	3,87	,410	,024	3,82	3,92	2	4
	Wirtschaftsw.	33	3,91	,384	,067	3,77	4,05	2	4
	Gesamt	579	3,89	,374	,016	3,86	3,92	2	4
H_Blog	Naturw.	105	3,70	,746	,073	3,56	3,85	1	4
	Sozialw.	153	3,70	,699	,056	3,59	3,81	1	4
	Geistesw.	288	3,75	,659	,039	3,67	3,82	1	4
	Wirtschaftsw.	33	3,88	,545	,095	3,69	4,07	1	4
	Gesamt	579	3,73	,680	,028	3,68	3,79	1	4
H_Skype	Naturw.	105	1,85	,969	,095	1,66	2,04	1	4
	Sozialw.	153	1,69	,907	,073	1,54	1,83	1	4
	Geistesw.	288	1,75	,876	,052	1,65	1,85	1	4
	Wirtschaftsw.	33	1,70	,883	,154	1,38	2,01	1	4
	Gesamt	579	1,75	,901	,037	1,67	1,82	1	4
H_Telefon	Naturw.	105	2,68	,966	,094	2,49	2,86	1	4
	Sozialw.	153	2,54	,889	,072	2,39	2,68	1	4
	Geistesw.	288	2,37	,943	,056	2,26	2,48	1	4
	Wirtschaftsw.	33	2,42	,969	,169	2,08	2,77	1	4
	Gesamt	579	2,47	,940	,039	2,40	2,55	1	4
H_Email	Naturw.	105	2,08	,817	,080	1,92	2,23	1	4
	Sozialw.	153	1,88	,760	,061	1,76	2,00	1	4
	Geistesw.	288	1,92	,790	,047	1,83	2,01	1	4
	Wirtschaftsw.	33	1,73	,761	,133	1,46	2,00	1	3
	Gesamt	579	1,93	,788	,033	1,86	1,99	1	4
H_Brief	Naturw.	105	3,11	,725	,071	2,97	3,25	1	4
	Sozialw.	153	3,07	,704	,057	2,95	3,18	1	4
	Geistesw.	288	3,03	,750	,044	2,95	3,12	1	4
	Wirtschaftsw.	33	3,12	,820	,143	2,83	3,41	1	4
	Gesamt	579	3,06	,737	,031	3,00	3,12	1	4
H_Besuch	Naturw.	105	2,94	,757	,074	2,80	3,09	1	4
	Sozialw.	153	2,81	,723	,058	2,69	2,93	1	4
	Geistesw.	288	2,79	,718	,042	2,70	2,87	1	4
	Wirtschaftsw.	33	2,94	,864	,150	2,63	3,25	1	4
	Gesamt	579	2,83	,736	,031	2,77	2,89	1	4

Test der Homogenität der Varianzen

	Levene-Statistik	df1	df2	Signifikanz
H_Chat_Ms	,253	3	575	,859
H_Chat_Fs	2,539	3	575	,056
H_SNS_Ms	1,983	3	575	,115
H_SNS_Fs	2,941	3	575	,033
H_Forum_Ms	2,521	3	575	,057
H_Forum_Fs	2,030	3	575	,109
H_Blog_HP	2,767	3	575	,041
H_Skype	,482	3	575	,695
H_Telefon	,609	3	575	,609
H_Email	,288	3	575	,834
H_Brief	,752	3	575	,521
H_Besuch	,458	3	575	,712

ONEWAY ANOVA

		Quadratsu mme	df	Mittel der Quadrate	F	Signifikan z
H_Chat_Ms	Zwischen den Gruppen	5,267	3	1,756	1,317	,268
	Innerhalb der Gruppen	766,360	575	1,333		
	Gesamt	771,627	578			
H_Chat_Fs	Zwischen den Gruppen	4,740	3	1,580	1,912	,127
	Innerhalb der Gruppen	475,233	575	,826		
	Gesamt	479,972	578			
H_SNS_Ms	Zwischen den Gruppen	,224	3	,075	,055	,983
	Innerhalb der Gruppen	778,764	575	1,354		
	Gesamt	778,988	578			
H_SNS_Fs	Zwischen den Gruppen	1,809	3	,603	,428	,733
	Innerhalb der Gruppen	810,264	575	1,409		
	Gesamt	812,073	578			
H_Forum_M s	Zwischen den Gruppen	,398	3	,133	,571	,634
	Innerhalb der Gruppen	133,664	575	,232		
	Gesamt	134,062	578			
H_Forum_Fs	Zwischen den Gruppen	,209	3	,070	,496	,685
	Innerhalb der Gruppen	80,717	575	,140		
	Gesamt	80,926	578			
H_Blog_HP	Zwischen den Gruppen	1,010	3	,337	,728	,536
	Innerhalb der Gruppen	266,029	575	,463		
	Gesamt	267,040	578			

H_Skype	Zwischen den Gruppen	1,712	3	,571	,702	,551
	Innerhalb der Gruppen	467,473	575	,813		
	Gesamt	469,185	578			
H_Telefon	Zwischen den Gruppen	7,985	3	2,662	3,047	,028
	Innerhalb der Gruppen	502,350	575	,874		
	Gesamt	510,335	578			
H_Email	Zwischen den Gruppen	3,972	3	1,324	2,145	,094
	Innerhalb der Gruppen	354,981	575	,617		
	Gesamt	358,953	578			
H_Brief	Zwischen den Gruppen	,619	3	,206	,379	,768
	Innerhalb der Gruppen	313,143	575	,545		
	Gesamt	313,762	578			
H_Besuch	Zwischen den Gruppen	2,294	3	,765	1,413	,238
	Innerhalb der Gruppen	311,119	575	,541		
	Gesamt	313,413	578			

Robuste Testverfahren zur Prüfung auf Gleichheit der Mittelwerte

		Statistik ^a	df1	df2	Sig.
H_Chat_Ms	Welch-Test	1,326	3	130,188	,269
H_Chat_Fs	Welch-Test	1,860	3	131,320	,140
H_SNS_Ms	Welch-Test	,056	3	130,745	,982
H_SNS_Fs	Welch-Test	,460	3	131,023	,711
H_Forum_Ms	Welch-Test	,609	3	127,741	,610
H_Forum_Fs	Welch-Test	,547	3	130,014	,651
H_Blog_HP	Welch-Test	,963	3	133,025	,412
H_Skype	Welch-Test	,636	3	128,527	,593
H_Telefon	Welch-Test	2,914	3	128,547	,037
H_Email	Welch-Test	2,083	3	129,712	,106
H_Brief	Welch-Test	,364	3	127,949	,779
H_Besuch	Welch-Test	1,298	3	126,044	,278

a. Asymptotisch F-verteilt

Mehrfachvergleiche

H_Telefon

Tukey-HSD

(I) Studienrichtung_Kat egorie	(J) Studienrichtung_Kat egorie	Mittlere Differenz (I-J)	Standardfe hler	Signifika nz	95%- Konfidenzintervall	
					Untergren ze	Obergren ze
Naturw.	Sozialw.	,140	,118	,637	-,16	,45
	Geistesw.	,305*	,107	,023	,03	,58
	Wirtschaftsw.	,252	,187	,531	-,23	,73
Sozialw.	Naturw.	-,140	,118	,637	-,45	,16
	Geistesw.	,164	,094	,295	-,08	,41
	Wirtschaftsw.	,112	,179	,925	-,35	,57
Geistesw.	Naturw.	-,305*	,107	,023	-,58	-,03
	Sozialw.	-,164	,094	,295	-,41	,08
	Wirtschaftsw.	-,053	,172	,990	-,50	,39
Wirtschaftsw.	Naturw.	-,252	,187	,531	-,73	,23
	Sozialw.	-,112	,179	,925	-,57	,35
	Geistesw.	,053	,172	,990	-,39	,50

*. Die Differenz der Mittelwerte ist auf dem Niveau 0.05 signifikant.

15. LEBENS LAUF

Mag. Anna RESCHKE, Bakk.

Zur Person

Geburtsdatum und Ort 18.6.1986 in Wien
Staatsangehörigkeit Österreich

Ausbildung

04/2008-heute Masterstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Universität Wien
10/2004-06/2010 Diplomstudium der Theater-, Film- und Medienwissenschaft, Universität Wien
09/2008-07/2009 Studienaufenthalt Universidad de Sevilla, Spanien
Programm Erasmus
10/2004-03/2008 Bachelorstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Universität Wien
Schwerpunkt Fernsehjournalismus
09/1996-06/2004 Abschluss des Bundesrealgymnasiums mit Matura
Bernoullistraße 3. 1220 Wien

Praktika

05/2011-07/2011 Museum für angewandte Kunst / Gegenwartskunst in Wien
Abteilung für Presse und Öffentlichkeitsarbeit
08/2010-09/2010 Produktionsfirma TalkbackTHAMES in London, England
Redaktion diverser Sendungen und Programmentwicklung
08/2009-09/2009 Kiwi TV Filmproduktionsges.m.b.H. in Wien
Redaktion „Stöckl am Samstag“, „Stöckl live“
08/2007 und Österreichischer Rundfunk ORF in Wien
08/2006-09/2006 Abteilung Fernsehfilm

Zusätzliche Kenntnisse

Sprachen Englisch: verhandlungssicher (C1)
Spanisch: verhandlungssicher (C1)
Französisch: Grundkenntnisse (B1)
EDV-Kenntnisse Microsoft Office
CAD-Programme: Microstation und CAD-3D
Maschinschreiben und Textverarbeitung
Wissenschaftliche Kompetenzen Inhaltsanalyse, Leitfadeninterview, Fragebogen

16. ABSTRACT

16.1. Deutsch

Diese Arbeit setzt sich mit dem Kommunikationsverhalten von Studierenden im Ausland auseinander. Der Fokus liegt dabei auf den Möglichkeiten der webbasierten Kommunikation und wie diese von Studierenden des Erasmus-Austauschprogramms zum Aufbau neuer Kontakte im Gastland sowie zur Pflege bestehender Kontakte im Heimatland genutzt werden. Besonders berücksichtigt werden dabei die verschiedenen Netzwerke des Studierenden sowie dessen Fremdsprachenkompetenz.

Den theoretischen Rahmen bildet einerseits die Theorie der Mediatisierung in Anlehnung an Friedrich Krotz, die von einer engen Verzahnung von Kulturwandel und medial vermittelter Kommunikation ausgeht. Dabei findet die Deterritorialisierung der Medien, und somit die Nutzung von mediatisierter Kommunikation in immer mehr Lebensbereichen (geografisch sowie sozial), als Ausdruck des Kulturwandels auf räumlicher Ebene Berücksichtigung.

Der zweite theoretische Zugang erfolgt über die Theorie der Sozialen Netzwerke, wobei die verschiedenen Ebenen eines persönlichen Netzwerks sowie die verschiedenen Qualitäten von Beziehungen (starke/schwache Bindung) beleuchtet werden. Anschließend werden das Konzept des Sozialen Kapitals sowie der Sozialen Homophilie näher erläutert.

Zentrale Fragestellung der Arbeit ist, was die webbasierte Kommunikation für den Studierenden im Ausland leisten kann und ob die Kenntnisse der Sprache des Gastlandes Einfluss auf die Wahl des Kommunikationskanals haben. Als Methode dient die quantitative Datenerhebung mittels Online-Fragebogen von ehemaligen Erasmus-Studierenden.

Die Ergebnisse zeigen, dass die webbasierte Kommunikation durch Produkte des Web 2.0, insbesondere des Social Web, primär zur Pflege der Kontakte mit Freunden und Familie im Heimatland genutzt wird. Die Kontaktaufnahme zu Personen aus dem Gastland und zu anderen Austauschstudierenden erfolgt

bevorzugt durch Face-to-Face-Kommunikation. Diese Angaben bestätigen frühere Ergebnisse, die zeigten, dass das Social Web sich zur Pflege bereits bestehender Beziehungen eher eignet, als zum Aufbau neuer Kontakte. Gleichzeitig ist es jedoch sowohl für die Pflege von starken als auch von schwachen Beziehungen von Bedeutung.

Bezüglich der Wahl der Kommunikationsmittel hinsichtlich der Sprachkenntnisse der Studierenden konnten nur wenige signifikante Unterschiede, die sich auf wenig bis gar nicht genutzte Kommunikationsmittel bezogen, festgestellt werden.

16.2. English

This thesis is concerned with the communication behaviour of students while studying abroad. The main focus is placed on the possibilities of web-based ways of communication and how they are used by Erasmus-exchange students to socialize in the host country as well as maintain their relationships with friends and family in the home country. Both the variety of the students' social networks and their foreign language skills will be considered.

The theoretical framework of this thesis is based on two theories, first of all the theory of mediatization according to Friedrich Krotz, who declares a close connection of mediatization and cultural modifications. His theory reflects, amongst others, the aspect of de-territorialization of media, and thus the use of mediated communication in many areas of life, (geographically as well as socially), as an expression of cultural modification on a spatial level.

The second theory serving as a basis for this thesis is the social network theory, in which different levels of personal networks as well as various qualities of personal relationships such as strong and weak ties are dealt with. Furthermore the concepts of social homophily and social capital are discussed.

The main concerns of this paper are to explore the benefits of web-based communication for students studying abroad and if different language skills have an effect on their choice of the means of communication. The required data was collected by means of an online-survey of former Erasmus-exchange students.

The results obtained from the analysis show that web-based communication via Web 2.0 products, especially those belonging to the group of Social Web, are primarily used in order to maintain contacts with friends and family in the home country. To socialize with people from the host country and get to know fellow exchange students face-to-face communication is preferred. This outcome confirms the results of previous studies, showing that Social Web is better suited for maintaining already existing relationships than for contacting strangers. However, it qualifies for managing strong tie as well as weak tie relationships.

Regarding the choice of the means of communication and the student's language skills, some significant differences can be observed. However only for means of communication which are hardly ever used.