

Technische Universität Dresden
Philosophische Fakultät
Institut für Soziologie
Modul: „Forschungsprojekt“
Seminar: „Zeitbudgetstudien I und II“
Wintersemester 2013/ 2014, Sommersemester 2014
Dozent: Prof. Dr. Michael Häder
Datum der Abgabe: 25.09.2014

Forschungsprojekt zum Thema: **„Zeitbudgetstudien“**

Olga Belovolov

Studiengang: Soziologie M. A.
2. Fachsemester

████████████████████

████████

████████

████████████████████

████████████████████

████████

Inhaltsverzeichnis

	Seite
1 Einleitung: Die Zeitbudgetanalyse	2
2 Problemstellung und theoretische Bezugnahme	4
3 Methodik	6
4 Auswertung der Daten	10
5 Ergebnisse	13
5.1 Die abhängige Variable und die unabhängigen Variablen	14
5.2 Die Untersuchung anhand der Kreuztabellen	15
5.3 Der t-Test bei unabhängigen Stichproben	17
5.4 Die multiple lineare Regressionsanalyse	18
6 Zusammenfassung, Fazit und Ausblick	20
7 Literaturverzeichnis	22
8 Anhang	24
9 Selbstständigkeitserklärung	49

1 Einleitung: Die Zeitbudgetanalyse

Franklin H. Giddings (1855-1931), ein Professor für Soziologie, prägte den Begriff des „Zeitbudgets“, in dem er diesen einführte (vgl. Blass 1990: 54). Der Begriff des Zeitbudgets kann dabei laut Dr. Wolfgang Blass wie folgt definiert werden:

„Zeitbudgets sind Ergebnisse planmäßigen Vorgehens mit wissenschaftlicher Zielsetzung, bei denen Personen veranlaßt werden, erschöpfende und gegliederte Informationen in einer bestimmten Form über bestimmte Handlungen während eines bestimmten Zeitraums zu geben.“ (Blass 1990: 55).

Bei dieser Begriffserklärung wird die Schwerpunktsetzung auf bestimmte Faktoren in Hinblick auf das Ziel der Untersuchung und Erhebung des Zeitbudgets ersichtlich. Bei der Fragestellung nach dem Zeitbudget können vier wesentliche Aspekte von Relevanz sein, nämlich die Person oder die Personen, die Handlungen jener Personen, die Situation, in denen die Handlungen stattfinden sowie der Umfang der Zeit beziehungsweise die Zeitdauer der Handlungen (vgl. Blass 1990: 55 f.).

Laut Blass ist das Ziel der Zeitbudgetforschung die Erklärung der drei folgenden methodologischen Probleme: die Erläuterung des Sachverhaltes, das Nennen und Erklären zentraler Variablen sowie die Entwicklung und Überprüfung der auf den Sachverhalten basierten Theorien (vgl. Blass 1990: 58, zitiert nach Dangschat et al. 1982, S. 9).

Bei der vorliegenden Untersuchung wurde die Methode des Zeitbudget-Protokolls, auch als „Tagebuch-Methode“ bekannt, verwendet, bei der ein Protokollbogen für das Eintragen der Angaben zur Verfügung steht (vgl. Blass 1980: 125). Die Beschreibung der genauen Vorgehensweise und die Form des hier verwendeten Zeitbudget-Protokolls erfolgt an späterer Stelle der Arbeit. Blass erläutert bedeutende Vorteile des Zeitbudget-Protokolls angesichts anderer Methoden. Diese Methode bietet zum einen die Möglichkeit den Tagesablauf über einen längeren Zeitraum zu untersuchen, so zum Beispiel über Wochen oder auch über Jahre hinweg (vgl. Blass 1980: 125, zitiert nach vergl. STONE 1978, SZALAI 1977a). Außerdem hat das Verfahren im Vergleich zum Zeit-Questionnaire oder dem Interview den Vorteil, dass Erinnerungslücken reduziert werden können, da das Eintragen der Angaben am Abend des entsprechenden Tages erfolgen kann (vgl. Blass 1980: 125, zitiert nach SOROKIN & BERGER 1939). Diese Erinnerungslücken können jedoch auch gänzlich entfallen, da die Möglichkeit besteht, das Eintragen der Angaben im Verlauf des jeweiligen Tages zu tätigen (vgl. Blass 1980: 125). Wenn jedoch davon ausgegangen wird, dass das Protokollieren des

Tages durch den Probanden erfolgt, so ist der zuvor genannte Aspekt der Erinnerungslücken mitunter abhängig von der jeweiligen Testperson. Einen anderen Vorteil bietet die Methode des Zeitbudget-Protokolls in Form der einfachen Anwendbarkeit bezüglich der Probanden, sodass laut Blass als Bedingung die Lese- und Schreibkompetenz genannt werden (vgl. Blass 1980: 125).

Die vorliegende Arbeit stellt das Forschungsprojekt näher vor, bei dem eine Zeitbudgetstudie durchgeführt wurde. Das Projekt verlief während zwei Semestern, beginnend im Wintersemester 2013/ 2014 bis hin zum Sommersemester 2014. Die Erläuterungen richten sich dabei insbesondere auf die hier vorgestellte Fragestellung nach dem Zusammenhang zwischen dem Zeitbudget für das Online-Verhalten – im Speziellen das der Aktivitäten hinsichtlich sozialer Netzwerke – sowie der Wohnform Studierender der Technischen Universität Dresden und die in Bezug darauf formulierte Hypothese. Zu Beginn der Arbeit werden die Problemstellung, woraus sich ableitend die Fragestellung und die Hypothese ergeben, und der theoretische Aspekt bezüglich des Themengebietes beschrieben. Im Weiteren wird die Methodik der Untersuchung vorgestellt, darunter ein zusammenfassender Überblick über den Verlauf des Forschungsprojektes, genauere Erläuterungen über die Erhebung und das Erhebungsinstrument sowie über die Operationalisierung und das Nennen der abhängigen sowie der unabhängigen Variablen. Anschließend darauf werden die ausgewerteten Daten – angelehnt an die individuell festgelegte Hypothese – vorgestellt, welche mit Hilfe des Statistik-Programmes SPSS aufbereitet wurden. So basieren die im Anhang zu findenden Ausgaben der Syntax und die Tabellen auf diesem Programm. Im Zusammenhang dazu steht die durchgeführte multiple lineare Regressionsanalyse. Im Weiteren werden die Auswertungen gedeutet und die Ergebnisse mit Hilfe der grafischen Darstellungen präsentiert. Dabei werden mögliche aufkommende Schwierigkeiten in Bezug auf die Studie erläutert und das Modell nach seiner Verwendbarkeit bewertet. Das Vorgehen wird abschließend zusammengefasst. Es folgen ein Fazit sowie ein Ausblick.

2 Problemstellung und theoretische Bezugnahme

Die hier vorgestellte Untersuchung beschäftigt sich mit der Frage nach dem Zeitbudget des Online-Verhaltens der hier befragten Studierenden. Besonders in der heutigen Zeit ist die Analyse des Verhaltens bezüglich Online-Aktivitäten, in diesem Fall von Studierenden der Technischen Universität Dresden, in Hinblick der Zeitverteilung ihres Alltages sehr interessant. Begründet werden kann dies mit dem Wandel beziehungsweise der Entwicklung des Internets, welches mitunter immer mehr Möglichkeiten bietet, alltägliche Aktivitäten auf eine präzise und schnelle Art und Weise online auszuführen. Damit kann das Beispiel des Einkaufes von Kleidung oder auch Möbeln angeführt werden. Infolgedessen kann mitunter die Möglichkeit des Ausführens von Erledigungen über das Internet eine Investition der Zeit in andere Tätigkeiten des Alltages bieten. Somit variiert möglicherweise die Verteilung der Zeit eines Tages. Hanna Gölz, Cornelia Jers und Monika Taddicken sprechen in diesem Zusammenhang auch von einem Wandel des „[...] Web von einem vornehmlich einseitigen Informationsdienst im Internet (Web 1.0) hin zu einem interaktiven Mitmach-Netz für jedermann (vgl. Kilian/Hass/Walsh 2008).“ (Gölz et al. 2013: 18).

Hierbei kann ebenfalls das Beispiel der sozialen Netzwerke genannt werden. Solche sozialen Netzwerke können nach Gölz, Jers und Taddicken wie folgt definiert werden:

„Soziale Netzwerkplattformen [...] sind Kontakt- bzw. Beziehungsnetzwerke, die den Nutzern zur Interaktion und zum Dialog mit anderen Nutzern dienen.“ (Gölz et al. 2013: 24 f.).

Durch den gerade angesprochenen Wandel des Internets bestehen also ebenso erweiterte Möglichkeiten für eine einfache und schnelle Kommunikation via Internet. Aus zeitlichen, aber auch kostenbezogenen Gründen wird somit wahrscheinlich auf diese Alternative zurückgegriffen. So können beispielsweise mit Hilfe diverser sozialer Netzwerke Verabredungen vereinbart oder aber auch der Kontakt zu weiter entfernt lebenden Personen aufrecht erhalten werden. Die gegenwärtigen Mobiltelefone können dabei den schnellen sowie einfachen Umgang mit der Kommunikation über das Internet erleichtern.

Die Wohnform einer Person spielt bei dieser Entwicklung einen entscheidenden Punkt. Lebt eine Person alleine, so ist ein schnelles direktes Aufeinandertreffen mit beispielsweise den Familienmitgliedern, den Freunden oder auch Bekannten vermutlich oftmals zeitintensiv oder auch aus individuellen Gründen nicht immer möglich. Somit wird möglicherweise – neben unter anderem der direkten Verabredung oder der Telefonie – häufig auf eine schnelle

Alternative zurückgegriffen, nämlich auf die Online-Angebote diverser sozialer Netzwerke, wie zum Beispiel verschiedene Chatportale.

Angesichts jener Erläuterungen ist im Folgenden der Zusammenhang zwischen der Gestaltung der Zeit für die Aktivitäten im Bereich sozialer Netzwerke und dem hier vermutlich darauf einflussnehmenden Faktor der Wohnform von Bedeutung. Somit wird die folgende Fragestellung von Interesse sein: Inwiefern beeinflusst die Wohnform das Zeitbudget der Studierenden in Bezug auf das Online-Verhalten, im Speziellen die Nutzung sozialer Netzwerke? In Folgedessen lässt sich die nachstehende Hypothese, welche im Verlauf der Arbeit untersucht wird, ableiten:

- (1) Wenn Studierende alleine leben, dann investieren sie mehr Zeit in „Social Media“-Aktivitäten, als Studierende, welche in einer Wohngemeinschaft, bei den Eltern oder gemeinsam mit dem eigenen Partner leben.

Da hinsichtlich der Investition der Zeit für „Social Media“-Aktivitäten nicht nur die Wohnform eine entscheidende Rolle spielen kann, sondern auch andere Aspekte die Zeitverteilung bezüglich der angesprochenen Thematik möglicherweise beeinflussen, werden noch weitere bedeutende Faktoren zur Untersuchung des Zeitbudgets jener Aktivitäten herangezogen. So sind neben der Wohnform befragter Studierender, weiterhin das Geschlecht, das Nachgehen einer oder mehrerer Nebentätigkeit/en, die Freizeitgestaltung sowie das Leben in einer Partnerschaft und auch die genutzte Möglichkeit über das Handy online zu sein bei der Untersuchung von Bedeutung. Die Wahl und das Heranziehen dieser Aspekte werden lediglich mit folgenden Vermutungen begründet:

- (2) Wenn studierende Personen männlich sind, dann investieren sie, im Vergleich zu weiblichen Studierenden, weniger Zeit in „Social Media“-Aktivitäten.
- (3) Wenn Studierende einer oder mehrerer Nebentätigkeit/en nachgehen, dann investieren sie, im Vergleich zu – in diesem Zusammenhang – Nicht-Beschäftigten, weniger Zeit in „Social Media“-Aktivitäten.
- (4) Wenn Studierende einer zeitintensiven Freizeitaktivität nachgehen, dann investieren sie weniger Zeit in „Social Media“-Aktivitäten, als Studierende, welche keine zeitaufwendige Freizeitaktivität aufweisen.
- (5) Wenn sich Studierende in einer Partnerschaft befinden, dann investieren sie, im Vergleich zu Studierenden, die sich in keiner Partnerschaft befinden, weniger Zeit in „Social Media“-Aktivitäten.

- (6) Wenn Studierende die Möglichkeit nutzen über das Handy online zu sein, dann investieren sie mehr Zeit in „Social Media“-Aktivitäten, als Studierende, welche diese Möglichkeit nicht nutzen.

Die gerade aufgestellten Hypothesen (2 bis 6) sind nicht Schwerpunkt dieser Arbeit, sodass auf die Formulierung sowie der genaueren Erklärung dieser nicht näher eingegangen wird. Sie stellen lediglich – nebst dem vermuteten Einflussfaktor Wohnform – weitere mögliche Einflussfaktoren in Bezug auf die Aktivitäten sozialer Netzwerke dar und spielen bei der später vorgestellten Regressionsanalyse eine entscheidende Rolle.

In Anlehnung an die Erläuterungen von Michael Schenk und Christine Uzler kann die hier beschriebene Problemstellung und die darauf aufbauende Hypothese in Zusammenhang gebracht werden mit der Selbstmordtheorie nach Durkheim sowie der formalen Soziologie nach Simmel, wobei die Thematik sozialer Netzwerke auf beide Theorien Bezug nimmt (vgl. Schenk & Uzler 2013: 160). Laut Durkheim liegen dem Selbstmord soziale Ursachen zu Grunde, sodass das individuelle Verhalten geprägt wird von der Integration des Individuums in die soziale Gruppe (vgl. Schenk & Uzler 2013: ebd., zitiert nach vgl. Durkheim 1897/2003). Schenk und Uzler erläutern in dem Zusammenhang ebenfalls die formale Soziologie nach Simmel, welcher davon ausgeht, dass durch das Zusammenführen – oder hier auch von den beiden Autoren als „Kreuzung“ bezeichnet – vieler verschiedener sozialer Gruppen, die Möglichkeiten der Handlungen eines Individuums steigen, da sich das Individuum zahlreichen Gruppen zugehörig fühlt (vgl. Schenk & Uzler 2013: 160, zitiert nach vgl. Simmel 1908/1992). Dies bedingt folgende Betrachtungsweise nach Simmel, welche Schenk und Uzler angelehnt an ihn wie folgt zusammenfassen: „Simmel betrachtet die Gesellschaft als ein Netzwerk von Interaktionen zwischen Individuen, wobei die Form den Inhalt bestimmt, d.h. die jeweilige Gruppenkonstellation das spezifische Handeln der Akteure evoziert.“ (Schenk & Uzler 2013: 160). Zur Ergänzung erläutern Schenk und Uzler des Weiteren die soziale Netzwerkanalyse, welche sowohl die Beziehungen und Interaktionen zwischen den Individuen untersucht, als auch deren Struktur (vgl. Schenk & Uzler 2013: ebd.).

Schlussfolgernd kann also gesagt werden, dass Individuen gewissermaßen von der ihnen umgebenden Gesellschaft abhängig sind, sodass sie den Kontakt und die Interaktionen zu dieser suchen. Die formulierte Hypothese umfasst dabei den Kontakt in Form von sozialen Netzwerken.

3 Methodik

Es folgt ein kurzer zusammenfassender Überblick über das Forschungsprojekt, von der Idee bis hin zur Realisierung dieser. Das Projekt erfolgte innerhalb von zwei Semestern und kann gegliedert werden in einen theoretischen sowie praktischen Teil. Die Ausführungen dieses Überblickes richten sich mitunter an den zu Beginn des Seminars gegebenen Plan.

Der erste Teil fand im Wintersemester 2013/ 2014 statt. Dieser Abschnitt beschäftigte sich mit den Grundlagen des Themas der Zeitbudgetstudien. So wurden beispielsweise – in Form von Referaten – mögliche Zeitkonzepte vorgestellt. Nach der Einführung der Thematik in die Zeitbudgetstudien wurde der Bezug zur Durchführung der empirischen Studie genommen. So wurden die ersten Ideen zur Fragestellung gesammelt und letztendlich das Forschungsthema festgelegt. Im Weiteren wurden Gruppen gebildet, welche jeweils eine Teilaufgabe bezüglich der Studie erhielten, sodass bei der Seminarsitzung die Gruppenmitglieder ihre Ergebnisse vorstellten, um im Abschluss gemeinsam darüber zu diskutieren. Die Gruppenarbeiten bestanden mitunter darin, Hypothesen zu bilden, die Zielgruppe festzulegen, erste Schritte der Operationalisierung durchzuführen, die Erhebungsinstrumente festzulegen und auch zu realisieren – in diesem Fall die Gestaltung eines Layouts sowie des Wochenprotokolls und des Begleitfragebogens – , das Codierschema zu gestalten und den Pretest vorzubereiten sowie durchzuführen. Nach der Auswertung des Pretests wurden aufkommende Probleme und Schwierigkeiten behoben.

Sodann konnte mit dem praktischen Teil des Forschungsprojektes begonnen werden. Dies fand im Sommersemester 2015 statt. Es wurde begonnen die Befragung durchzuführen. Im weiteren Verlauf der Arbeit wird es dazu näherer Erläuterungen geben. Nach Beendigung der Feldstudie wurden die Angaben manuell von jedem Seminarteilnehmer eingegeben und gemeinsam fehlende und falsche Eingaben des Datensatzes bereinigt. Dabei wurde das Statistik-Programm SPSS herangezogen, sodass mitunter das Erstellen der Syntax eine Aufgabe war. Weiterhin wurden auch in diesem Teil des Forschungsprojektes Referate zum Beispiel zum Thema Regressionsanalysen gehalten. Während dieser Seminarstunden wurden immer wieder offene Fragen und Probleme bezüglich der Untersuchung gemeinsam diskutiert und nach Lösungen gesucht. Außerdem, um einen Überblick über den Stand zu bekommen, wurden Ergebnisse präsentiert und erste Gedanken zur vorstehenden Forschungsarbeit formuliert. Dies erfolgte beispielsweise in Form von der Festlegung der Hypothesen, mit denen sich die Seminarteilnehmer jeweils individuell im Weiteren näher beschäftigt haben. Dabei wurde immer wieder der Bezug zur Qualität der durchgeführten Studie genommen.

So kann nun im Folgenden die durchgeführte Studie sowie deren Inhalt und Schwerpunkte näher vorgestellt werden. Es werden relevante Fakten wiedergeben, um im späteren Teil an die Auswertung sowie an die Ergebnisse dieser Arbeit anzusetzen.

Die hier vorgestellte Zeitbudgetstudie umfasst als Zielgruppe die gegenwärtigen Studenten der Technischen Universität Dresden, wobei sich die Stichprobe auf 80 Studenten aus unterschiedlichen Studiengängen sowie Hochschulsesemestern begrenzt und keine Zufallsstichprobe darstellt. Dabei wurden jene den hier relevanten vier folgenden Wohnformen zugeordnet: allein lebend, gemeinsam mit dem Partner lebend, in einer Wohngemeinschaft oder bei den Eltern lebend.

Laut der Klassifikation von Erhebungsmethoden nach Michael Häder, kann diese Erhebung der schriftlichen Befragung zugeordnet werden (vgl. Häder 2010: 190 f.). Genau genommen handelt es sich hierbei um ein Zeitbudget-Protokoll, welches bereits eingangs kurz beschrieben wurde. So unterscheidet Blass drei Gruppen der Protokollanten voneinander: das Protokollieren durch den Forscher, den Beobachter oder durch den Respondenten (vgl. Blass 1980: 125 f.). Bei dieser Studie wurde die zuletzt genannte Form, also die des Protokollierens durch den Probanden, genutzt. Dabei besteht die Aufgabe der Testperson ihr Verhalten selbstständig zu protokollieren, sodass Blass diese Form des Protokollierens als ein „Selbstprotokoll“ bezeichnet (vgl. Blass 1980: 126).

Die jeweiligen Studenten hatten folglich die Aufgabe ihren Alltag, genau genommen zwei willkürlich selbstgewählte Wochentage und einen Wochenendtag (Samstag oder Sonntag), selbstständig in einem 15- minütigen Abstand zu protokollieren, wobei das Protokoll eine Einteilung und somit einen gewissen Leitfaden für die zu Befragenden in Form der Unterscheidung zwischen Haupt- und Nebentätigkeit sowie der Angabe von Ort, der möglichen Begleitperson/en und der derzeitigen Zufriedenheit bot. Vorab wurden die aufgestellten formalen Vorgaben und der daraus entstandene Umgang mit diesen seitens der Probanden in einem Pretest untersucht. Zum besseren Verständnis beinhaltete das Protokoll ein Musterbeispiel, in dem ein willkürlicher Alltag protokolliert wurde.

Die im Protokoll vorgegebene Einteilung wird mit dem Forschungsziel jener Untersuchung begründet. Dieses besteht darin, das Hauptmerkmal, in Abhängigkeit von bestimmten Faktoren wie dem Geschlecht oder dem Alter, der Verteilung der Zeit von Essen, den sozialen Kontakten, der Hausarbeit und dem Online-Verhalten, der Erwerbstätigkeit sowie dem Studium und dem Weg – das heißt die Zeit der zurückgelegten Wege für bestimmte

Unternehmungen und Verpflichtungen – zu legen. Des Weiteren wurde die Zielgruppe darum gebeten, einen Begleitfragebogen auszufüllen, welcher einige offene und geschlossene Fragen zur Person sowie allgemeine Fragen bereitstellte. Dieses Vorgehen ermöglichte die Überprüfung der aufgestellten Vermutung. Zusammengefasst werden das Festlegen des Erhebungsinstrumentes sowie dessen Durchsetzung unter dem Begriff der Operationalisierung. So heißt es laut Häder:

„Das Ziel der Operationalisierung besteht also in der Messbarmachung beziehungsweise in der Schaffung der Voraussetzungen für die empirische Erhebung komplexer und / oder latenter Sachverhalte.“ (Häder 2010: 51).

In Bezug auf das zur Untersuchung verwendete Protokoll kann erläutert von Blass (1980: 126) in Anlehnung an den Vorschlag von Röblitz (1964c: 89) auf die Einteilung der vier Klassen in Hinblick der zunehmenden Standardisierung des Zeitbudget-Protokolls verwiesen werden. Dabei kann das hier genutzte Protokoll der zweiten, also dem – so Blass – „teilstandardisierten Protokoll der ersten Version“, zugeordnet werden (vgl. Blass 1980: 128). Diese Klasse zeichnet sich dadurch aus, dass die Vorgaben für die Angabe der Antworten den Probanden teilweise gegeben sind (vgl. Blass 1980: 128). So wie es auch Blass beschreibt, wurden bei dem hier vorliegenden Protokoll die Zeitpunkte festgelegt, an denen die Testpersonen gebeten wurden, ihre Handlungen entsprechend den Zeiten einzutragen (vgl. Blass 1980: ebd., zitiert nach z.B. SOROKIN & BERGER 1939, BUGGEL 1963). Eine weitere vorgegebene Einteilung für die Angaben wurde bereits erläutert.

Da es sich hierbei um eine quantitative Untersuchung handelt, besteht das Ziel darin, die hier aufgestellte Hypothese zu untersuchen (vgl. Häder 2010: 69). Dabei stellt das Zeitbudget für „Social Media“-Aktivitäten die abhängige Variable dar. Diese soll in erster Linie durch die unabhängige Variable Wohnform erklärt werden, wobei hier eine Unterteilung in zwei Gruppen erfolgte: Personen, welche alleine leben und Personen, welche nicht alleine leben (WG, mit Partner, bei den Eltern). Die weiteren unabhängigen Variablen, welche ebenso bei dieser Untersuchung eine bedeutende Rolle spielen, sind das Geschlecht, Ein oder mehrere Nebenjobs, Freizeitplanung, Partnerschaft und Möglichkeit Online zu sein... Handy.

4 Auswertung der Daten

Die weiteren Ausführungen richten sich an die Vorgehensweise der Vorbereitung sowie der letztendlichen Arbeit mit den Daten des Forschungsprojektes „Zeitbudgetstudien“. Es wird hierbei von einem Stichprobenumfang von 240 befragten Personen ausgegangen. Dies kommt deshalb zu Stande, da die Befragung sich an drei Tage richtete. Somit umfasst die tatsächliche Stichprobe 80 Personen (240 Personen durch 3 Tage). Damit die folgenden Erläuterungen mit den im Anhang beigefügten Berechnungen einheitlich bleiben, wird im Weiteren von einer Gesamtzahl von 240 befragten Personen ausgegangen. Dies wird ebenfalls aufgrund der Prozentangaben ermöglicht. Dennoch wird in einigen Erläuterungen auf die tatsächliche Stichprobenzahl verwiesen. Außerdem werden im Folgenden oftmals zum besseren Verständnis Angaben gerundet. Die genauen Zahlen mit den Berechnungen sind jedoch im beiliegenden Anhang dokumentiert.

Um den Zeitaufwand der abhängigen Variable zu erheben, wurden die Studierenden darum gebeten, ihren Alltag – nach dem bereits oben beschriebenen Schema – zu protokollieren. Folglich konnte diese Variable zusammengefasst und der Gesamtaufwand des Zeitbudgets errechnet werden (Abb. 1.1), sodass sich bei den Befragten ein Mittelwert von 16,25 ergibt.

Der anschließende Begleitfragebogen ermöglichte das Heranziehen der unabhängigen Variablen. Aufgrund der Schwerpunktsetzung der Untersuchung sowie des Bereitstehens von sowohl geschlossenen, also auch offenen Fragestellungen, wurden bei einigen Variablen – mit Hilfe des Umcodierens – Kategorien gebildet. So am Beispiel der Variable Wohnform. Bei der Untersuchung war es relevant, ob eine Person alleine lebt oder nicht, sodass eine Unterteilung in „alleine leben“ oder „nicht alleine leben“ (WG, mit Partner, bei den Eltern) erfolgte. Nach dem Umcodieren jener Variable zeigt die Tabelle folgende Werte (Abb. 2.1): So leben sowohl 35 % der befragten Personen alleine, als auch in einer Wohngemeinschaft. Dies sind, ausgehend von dem Stichprobenumfang von 240 (bzw. 80) Personen, jeweils 84 (bzw. 28) Personen, welche alleine und ebenfalls in einer Wohngemeinschaft leben. 25 % (60 bzw. 20 Personen) der Befragten wohnen hingegen gemeinsam mit dem Partner und nur 5 % (12 bzw. 4 Personen) leben bei den Eltern. Infolgedessen, um zur Leitfrage zurückzukommen, sind 35 % der befragten Personen allein lebend – was eine Gesamtanzahl von 84 bzw. 28 ausmacht – und die restlichen 65 % – also insgesamt 156 bzw. 52 Personen – leben in einer der drei anderen erhobenen Wohnformen.

Des Weiteren wurde die Häufigkeitsverteilung aller unabhängigen Variablen grafisch wiedergegeben (Abb. 3.1). Somit nahmen an der Erhebung 52,5 % weibliche Studierende und 47,5 % männliche Studierende teil. 67,5 % gehen dabei einer oder mehrerer Nebentätigkeit/en nach. 48,8 % der befragten Personen beantworteten die Frage nach einer zeitaufwendigen Freizeitaktivität mit ja, die restlichen 51,2 % hingegen mit nein. 53,8 % der Befragten leben in einer Partnerschaft. Die Befragten wurden ebenfalls nach der Nutzung der Möglichkeiten, um Online-Aktivitäten auszuführen, gefragt. So gaben 72,5 % der Personen an, über das Handy online gewesen zu sein. 27,5 % nutzten diese Möglichkeit hingegen nicht. Bei der vorliegenden Untersuchung steht die Prüfung der alternativen Nutzungsmöglichkeiten für den Online-Zugang der zweiten Gruppe nicht in dem Vordergrund.

Außerdem wurden Kreuztabellen erstellt (Abb. 4.1), um eine erste Überprüfung darüber durchzuführen, ob ein möglicher Zusammenhang zwischen der abhängigen Variable und jeweils den unabhängigen Variablen besteht (vgl. Akremi & Baur 2008: 239). Nähere Erläuterungen dazu erfolgen im nächsten Kapitel der Arbeit.

Weiterhin wurde ein Signifikanztest in Form eines t-Tests für unabhängige Stichproben durchgeführt (Abb. 5.1). Dieser Test bezieht sich lediglich auf die abhängige Variable und die unabhängige Variable Wohnform: alleine leben. Das Heranziehen dieses Tests hinsichtlich der durchgeführten Studie stellt dabei eine Schwierigkeit dar, da jene Untersuchung keine Zufallsstichprobe bietet. Dennoch wurde der Test, unter der Bedingung es würde sich um eine Zufallsstichprobe handeln, durchgeführt. Der Signifikanztest ermöglicht dabei den Vergleich von den Mittelwerten (vgl. Häder 2010: 427). Folglich wurden die beiden Mittelwerte der zwei Gruppen hinsichtlich der genannten unabhängigen Variable miteinander verglichen. Hier wird wieder der Bezug zu der am Anfang aufgestellten Hypothese (1) genommen.

Um den Einfluss der unabhängigen Variablen auf die abhängige Variable zu überprüfen, wurde eine multiple lineare Regressionsanalyse durchgeführt (Abb. 6.1). Laut Rainer Diaz-Bone heißt es:

„Die multiple Regression ist ein multivariates Verfahren. ‚Multivariat‘ ist der Oberbegriff für statistische Analyseverfahren, die die statistischen Beziehungen zwischen vielen Variablen analysieren. ‚Multiple‘ bezeichnet hierbei den Spezialfall eines multivariaten Verfahrens, bei dem der gerichtete Einfluss mehrerer Variablen auf nur eine abhängige Variable analysiert wird.“ (Diaz-Bone 2013: 190).

Ausgegangen wurde wieder von der Stichprobenzahl von 240 befragten Personen. Folgende unabhängigen Variablen wurden bei der Untersuchung der Einflussnahme auf die abhängige Variable Zeitbudget für „Social Media“-Aktivitäten einbezogen: Wohnform: alleine leben, Ein oder mehrere Nebenjobs, Geschlecht, Freizeitplanung, Partnerschaft sowie Möglichkeiten Online zu sein...Handy.

Laut Diaz-Bone (2013: 202) ist unter anderem eine wichtige Bedingung, um entsprechende Ergebnisse bei der multiplen linearen Regressionsanalyse zu erhalten, das Bestehen einer geringen, aber im besten Falle keiner Korrelation zwischen den unabhängigen Variablen. Die Übersicht „Korrelationen“ (Abb. 6.1.2) bietet dabei eine Möglichkeit der ersten Überprüfung auf Multikollinearität, welche auf eventuelle Zusammenhänge zwischen den unabhängigen Variablen zurückgeführt werden kann (vgl. Fromm 2008: 355). Außerdem kann hierbei auch auf die Übersicht „Koeffizienten“ (Abb. 6.1.6) verwiesen werden. So heißt es nach Diaz-Bone: „Für jede Variable X_j kann die sogenannte **Toleranz** (T_j) berechnet werden, die angibt, wie groß der Anteil ihrer Variation ist, der nicht durch die übrigen unabhängigen Variablen im Modell erklärt wird.“ (Diaz-Bone 2013: 206). Die Tabelle „Kollinearitätsdiagnose“ (Abb. 6.1.7) kann ebenfalls unter anderem einen Aufschluss über das mögliche Bestehen der Multikollinearität geben (vgl. Fromm 2008: 361).

Die Tabelle „Modellübersicht“ (Abb. 6.1.4) umfasst die globalen Gütemaße, darunter unter anderem den multiplen Korrelationskoeffizient R , welcher 0,169 groß ist, das Bestimmtheitsmaß R -Quadrat mit 0,028 sowie das angepasste R -Quadrat mit 0,003 und die Standardabweichung der Residuen als Standardfehler der Schätzung mit einer Größe von 45,41330 (vgl. Backhaus et al. 2011: 99). Relevant ist hier beispielsweise die Betrachtung des R -Quadrates, das den „[...] Anteil an aufgeklärter Varianz im Gesamtmodell [...]“ (Fromm 2008: 357) wiedergibt.

Die Übersicht „ANOVA“ (Abb. 6.1.5), „Analysis of Variance“, bezieht sich auf den F-Test, womit die Angabe über Regression und Residuum einhergehen (vgl. Backhaus et al. 2011: 100). Dabei umfasst die erste Zeile „Regression“ die Streuung als Quadratsumme, die Anzahl der Freiheitsgrade df und die Varianz als Mittel der Quadrate, welche jeweils durch das Modell erklärt werden können (vgl. Backhaus et al. 2011: ebd.) Die zweite Zeile „Residuum“ gibt hingegen die gerade aufgeführten Maße an, welche nicht erklärt werden können (vgl. Backhaus et al. 2011: ebd.). Der angegebene F-Wert (1,139) sowie das entsprechende Signifikanzniveau von 0,34 ermöglichen die Untersuchung bezüglich des Vorhandenseins eines systematischen Zusammenhanges (vgl. Backhaus et al. 2011: ebd.).

Die anschließende Tabelle „Koeffizienten“ (Abb. 6.1.6) zeigt mitunter die nicht standardisierten Regressionskoeffizienten B und deren Standardfehler sowie die standardisierten Regressionskoeffizienten in Form der Beta-Werte. Weiterhin wird der t-Wert mit dem Signifikanzniveau wiedergegeben. Auch hier kann wieder die Signifikanz geprüft werden (vgl. Fromm 2008: 359). Der Beta-Wert wird hier in den Vordergrund gerückt. Dieser Wert erlaubt eine Aussage über „[...] einen Vergleich des Einflusses der unabhängigen Variablen *innerhalb* des Modells (Voraussetzung: keine Multikollinearität) [...]“ (Fromm 2008: 359).

Die Übersicht „Residuenstatistik“ (Abb. 6.1.8) ermöglicht die Überprüfung der Prämissen und darunter zum Beispiel die der Normalverteilung der Residuen (vgl. Backhaus et al. 2011: 103). Die Darstellung mit Hilfe der beiden letzten Diagramme unterstützt diese Untersuchung, sodass beispielsweise mögliche Abweichungen von der Normalverteilung beobachtet werden können (vgl. Fromm 2008: 363).

5 Ergebnisse

Im Folgenden werden die Ergebnisse mit einem Verweis, auf die im Anhang zu findenden Tabellen und Grafiken, erläutert. Dabei wird der Bezug zu der eingangs gestellten Fragestellung und den formulierten Hypothesen genommen, sodass die Darstellung der Ergebnisse sich lediglich auf die für die Untersuchung bedeutenden Werte bezieht.

5.1 Die abhängige Variable und die unabhängigen Variablen

Die folgenden Ausführungen beziehen sich auf die Abbildung 1.1. Das Zeitbudget für die Aktivitäten hinsichtlich sozialer Netzwerke beträgt bei den Befragten durchschnittlich rund 27 Minuten, also etwa eine halbe Stunde am Tag. Dabei investierten beispielsweise 79,2 % der befragten Personen während der drei protokollierten Tage keine Zeit in Bezug auf soziale Netzwerke. 4,2 % der Personen investierten eine Stunde und nur 0,4 % der befragten Studierenden investierten 300 Minuten, also 5 Stunden, in die Aktivitäten bezüglich sozialer Netzwerke. Begründet werden kann dies beispielsweise mit der Anzahl sowie der Wahl der protokollierten Tage. Die Anzahl der Tage, an denen das Protokoll geführt wurde, wurde auf

drei Tage festgelegt. So kann es lediglich Zufall sein, dass genau an diesen Tagen der Zeitaufwand für soziale Netzwerke sehr gering oder sehr hoch ausfiel. Auch die Wahl der Tage, welche die Protokollanten selbst festlegten, spielt eine wesentliche Rolle bei den Ergebnissen der Untersuchung. So konnten Tage betroffen sein, welche mit besonderen Ereignissen zusammentrafen, beispielsweise dem Geburtstag, dem Urlaub, aber auch mit stressigen und zeitaufwendigen Situationen sowie Terminen. Weiterhin nimmt der Studienalltag Einfluss auf dieses Verhalten. So konnte der Fall sein, dass beispielsweise ein Studierender einen Tag wählte, an dem wenige Vorlesungen und Seminare stattfanden. Dieser Grundgedanke wurde schon vor der Erhebung bedacht, sodass die Frage nach einem außergewöhnlichen Tag ebenfalls im Begleitfragebogen zu finden war. Jedoch ist die Antwort auf eine solche Fragestellung sehr subjektiv und individuell festgelegt.

Weiterhin wird die Verteilung der Wohnformen näher betrachtet (Abb. 2.1). So ist sowohl die Anzahl der allein Lebenden, als auch die Anzahl der Personen, welche in einer Wohngemeinschaft leben, im Vergleich zu den anderen beiden Wohnformen (mit Partner, bei den Eltern) gleich hoch, nämlich 35 %. Die Anzahl der Befragten, welche bei den Eltern leben ist hingegen mit 5 % gering. Nach dem Zusammenfassen der drei Wohnformen (WG, mit Partner, bei den Eltern), wird ersichtlich, dass die allein lebenden Personen mit 35 %, immer noch knapp über der Hälfte der Anzahl liegen, welche die zusammengefasste Gruppe ausmacht (65 %). Das Ergebnis zeigt also, dass die Wohnformen unterschiedlich vertreten sind, sodass beispielsweise wenige Personen an der Befragung teilnahmen, welche bei den Eltern leben, jedoch aber viele Personen, die alleine oder in einer Wohngemeinschaft leben.

Bei der Häufigkeitsverteilung (Abb. 3.1) fällt auf, dass die Personenzahl der beiden Ausprägungen der Variable Wohnform: alleine leben variiert. Dies besteht ebenfalls bei den Variablen Ein oder mehrere Nebenjobs und Möglichkeiten online zu sein...Handy. Die Variablen Geschlecht, Freizeitplanung und Partnerschaft sind hingegen in Bezug auf die Verteilung innerhalb der Gruppen relativ gleich.

5.2 Die Untersuchung anhand der Kreuztabellen

Zunächst wird der Zusammenhang zwischen der abhängigen Variable sowie der Variable Wohnform: alleine leben hergestellt (Abb. 4.1). Wichtig ist es hierbei zu sagen, dass die Prozentangaben sich jeweils immer auf die zuvor genannten Gesamtsummen der zwei

Gruppen innerhalb der Variablen beziehen. Dies wird am Beispiel der Variable Wohnform: alleine leben demonstriert.

So investierten 26,7 % Personen der insgesamt allein Lebenden (35 %) keine Zeit für die hier untersuchten Aktivitäten in Bezug auf den Erhebungszeitraum. Bei den Personen, welche in den anderen untersuchten Wohnformen leben, waren es hingegen 52,5 % von insgesamt 65 %. Dieser Wert weist erst einmal auf eine heterogene Entwicklung hin. Bei der Betrachtung der weiteren Zeitangaben, gibt es zwar ebenfalls Abweichungen zwischen den Gruppen, jedoch nicht in dem vergleichbaren Ausmaß zu der Aussage zuvor. So verbrachten zum Beispiel 0,4 % der Personen, welche alleine leben – ausgehend von dem Gesamtumfang von 35 % – und 3,3 % der Befragten von 65 % der anderen Wohnformen eine halbe Stunde für die erwähnten Aktivitäten. Bei 105 Minuten war der Zeitaufwand hinsichtlich sozialer Netzwerke bei beiden Gruppen gleich, nämlich jeweils 0,4 % in Hinblick auf den Gesamtumfang von zum einen 35 % und zum anderen von 65 %. Ähnlich sieht dies bei der Variable in Hinblick des Nachgehens einer oder mehrerer Nebentätigkeit/en aus (Abb. 4.1). Es zeigt, dass Personen, welche einem oder mehreren Nebenjob/s nachgehen mit 56,3 % keine Zeit für jene Aktivitäten verwendet haben. Personen, welche keine Nebentätigkeit vorweisen, waren dabei vertreten mit 22,9 %. 2,9 % der beschäftigten Personen investierten hingegen 60 Minuten in die Zeit mit sozialen Netzwerken und deren Beschäftigung. Nicht-Beschäftigte in diesem Sinne investierten jedoch nur mit 1,3 % eine Stunde für jene Aktivitäten. Auch hier ist es somit schwierig von einem vermuteten Zusammenhang zu sprechen. So besteht kein Unterschied beider Gruppen bei der Zeitangabe von 105, als auch 135 Minuten. Die gerade genannten und auch die weiteren in der Tabelle aufgeführten Ergebnisse zeigen, dass zwischen den beiden Gruppen zum größten Teil kaum Unterschiede bestehen. Bei der Auseinandersetzung mit der Variable Geschlecht (Abb. 4.1) haben 43,8 % der Frauen keine Zeit in Aktivitäten hinsichtlich sozialer Netzwerke investiert. Bei den Männern waren es 35,4 %. 3,8 % der Männer verbrachten 60 Minuten mit den Aktivitäten sozialer Netzwerke, die Frauen hingegen waren bei dieser Angabe vertreten mit 0,4 %. Dies zeigt auch wieder, dass nur geringe Unterschiede zwischen den Geschlechtern in Bezug auf die genannten Aktivitäten bestehen. Personen, welche die Frage nach einer zeitaufwendigen Freizeitaktivität (Abb. 4.1) mit ja beantworteten, investierten mit 38,3 % keine Zeit in die angesprochenen Aktivitäten. 40,8 % der Personen, die auf diese Frage mit einem nein antworteten, verbrachten ebenfalls keine Zeit während der Erhebungstage mit der Beschäftigung soziale Netzwerke. Allerdings verbrachte die erste Gruppe mit 2,5 % ganze 45 Minuten für solche Aktivitäten. Die andere Gruppe ist bei dieser Zeitangabe nicht vertreten. Hier wird ebenfalls ersichtlich, dass

Unterschiede zwischen beiden Gruppen bestehen, jedoch nur in einem geringen Ausmaß. Auch bei der Variable Partnerschaft fallen zwischen den Gruppen Unterschiede lediglich in geringer Form aus. 43,3 % der Personen, welche sich in einer Partnerschaft befinden, verbrachten keine Zeit für jene Aktivitäten. Auch 35,8 % der Befragten, welche sich nicht in einer Partnerschaft befinden, nutzten die sozialen Netzwerke während der Erhebung nicht. Weitere Zeitangaben weisen ebenfalls kleine Unterschiede zwischen den Gruppen auf. So zum Beispiel die Investition von 75 Minuten für soziale Netzwerke. Dabei verbrachten keine Personen in einer Partnerschaft so viel Zeit für soziale Netzwerke, Personen ohne Partner sind jedoch mit 1,3 % vertreten. Auch bei der Möglichkeit mit dem Handy online zu sein bestehen zwischen den Gruppen zum Teil Unterschiede, die in ihrem Ausmaß stark variieren. So verbrachten 59,2 % der Personen, die die Möglichkeit nutzen mit dem Handy online zu sein, keine Zeit mit sozialen Netzwerken, 20 % wurden durch die andere Gruppe vertreten. Eine viertel Stunde haben dagegen 1,7 % der Personen in soziale Netzwerke investiert, welche die Möglichkeit nutzen mit dem Handy online zu sein. Die andere Gruppe bezieht sich auf 1,3 %, was die Variation in den Unterschieden zwischen beiden Gruppen widerspiegelt. Innerhalb dieser Tabelle fällt auf, dass befragte Personen, welche die Möglichkeit nutzten mit dem Handy online zu sein – somit auch unterwegs online zu gehen – in größerer Anzahl vertreten sind keine Zeit für soziale Netzwerke investiert zu haben, als die Personen, welche die Möglichkeit nicht nutzten. Zurückgeführt werden kann dies unter anderem auf die zu erhobenen Tage. So könnte es sich um genau solche Tage gehandelt haben, welche die Zeit für Aktivitäten in Hinblick sozialer Netzwerke nicht boten.

Die Ergebnisse der Kreuztabellen zeigen die Notwendigkeit der weiteren Überprüfung über einen möglichen Zusammenhang sowie der Einflussnahme der unabhängigen Variablen auf die abhängige Variable. Im Zusammenhang mit dem untersuchten Zeitbudget fällt auf, dass die Gruppen innerhalb der unabhängigen Variable hinsichtlich ihrer Personenanzahl, gering variieren, sodass von ähnlicher oder gar gleicher Anzahl der Personen gesprochen werden kann. Bei der Erläuterung einiger relevanter Beispiele wurde dies deutlich. Dies kann darauf hinweisen, dass es in diesem untersuchten Fall kaum einen ausschlaggebenden Zusammenhang zwischen der abhängigen und den jeweils unabhängigen Variablen gibt. Die durchgeführte Regressionsanalyse wird jedoch nähere Informationen über die Einflussnahme der unabhängigen Variablen bezüglich der abhängigen Variable geben.

5.3 Der t-Test bei unabhängigen Stichproben

Wie bereits gesagt, handelt es sich in den folgenden Ausführungen (Abb. 5.1) lediglich um eine Ergebnisdarstellung, wenn die Bedingung der Zufallsstichprobe erfüllt wäre. Unter dieser Voraussetzung beträgt der Mittelwert für die abhängige Variable befragter Personen, welche alleine leben, 22,5. Dies sind somit etwa 38 Minuten, welche durch die hier befragten allein lebenden Studierenden täglich in die Aktivitäten sozialer Netzwerke investiert wurden. Personen, welche nicht alleine wohnen, wendeten hingegen rund 21 Minuten für jene Aktivitäten täglich auf (Mittelwert = 12,8846). Schlussfolgernd kann also gesagt werden, dass befragte Studierende, welche alleine leben, 20 Minuten täglich mehr Zeit für soziale Netzwerke nutzten als Befragte, welche nicht alleine leben. Dies bezieht sich lediglich auf die hier untersuchte Stichprobe. Die Signifikanz beträgt 0,005. Dabei lautet die Nullhypothese, dass kein Unterschied zwischen den beiden Gruppen der Personen, welche alleine leben und denen, die in den anderen untersuchten Wohnformen leben, hinsichtlich ihres Zeitaufwandes für die untersuchten Aktivitäten, besteht. Die Alternativhypothese besagt, dass sich die beiden Gruppen voneinander unterscheiden. Da die Signifikanz von 0,005 kleiner ist als die angenommene Irrtumswahrscheinlichkeit von 5 %, kann die Nullhypothese abgelehnt und die Alternativhypothese angenommen werden. Es besteht also ein Unterschied zwischen beiden Gruppen in Hinblick auf den Zeitaufwand – was auch schon der Vergleich der Mittelwerte gezeigt hat – sodass vermutlich ein signifikanter Zusammenhang zum Zeitbudget für soziale Netzwerke besteht. Das bedeutet, dass die Wohnform das Zeitbudget für soziale Netzwerke signifikant beeinflussen kann. Da es sich allerdings, wie schon erwähnt, nicht um eine Zufallsstichprobe handelt, ist dieser Test lediglich unter der Voraussetzung anzusehen, es würde sich um eine Zufallsstichprobe handeln. So können etwa die Ergebnisse nicht auf die Grundgesamtheit übertragen werden, sondern nehmen lediglich Bezug zu den befragten Personen (vgl. Häder 2010: 411)

5.4 Die multiple lineare Regressionsanalyse

Bei Betrachtung der Abbildung 6.1.2 fällt auf, dass zwischen einigen unabhängigen Variablen Zusammenhänge bestehen, jedoch nicht in großem Ausmaß. Beispielsweise betrifft dies die Variable Freizeitplanung mit dem Wert 0,32 sowie die Variable Möglichkeiten Online zu sein...Handy mit einer Größe von 0,23. Die Abbildung 6.1.7 zeigt, dass die unabhängige Variable Möglichkeiten Online zu sein...Handy einen Eigenwert von 0,13 aufweist. Dies

weist laut Fromm (2008: 362) auf Interkorrelation zwischen den hier untersuchten unabhängigen Variablen hin, da sich die Größe dem Wert Null annähert. Bei dieser Variable beträgt der Konditionsindex 22,252. Nach Fromm besteht hierbei deutliche Kollinearität, da der Index größer ist als 15 (vgl. Fromm 2008: 362).

Das R-Quadrat beträgt 0,028 (Abb. 6.1.4). Somit können lediglich 2,8 % der Veränderung der abhängigen Variable durch das Modell beziehungsweise durch die hier einbezogenen unabhängigen Variablen erklärt werden (vgl. Backhaus et al. 2011: 99 f.). Dabei beeinflusst immer die aufgestellte und zu untersuchende Problemstellung die Größe des R-Quadrates (vgl. Backhaus et al. 2011: 100). Dennoch kann festgehalten werden, dass der Wert gering ist.

Der hier bereits genannte F-Wert (Abb. 6.1.5) beträgt 1,139 mit einem Signifikanzniveau von 0,34. Wird von einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 5 % ausgegangen, so ist das Signifikanzniveau deutlich größer als 0,05. Daraus kann geschlossen werden, dass kein systematischer Zusammenhang besteht (vgl. Backhaus et al. 2011: 100). So kann das Modell die Varianz der abhängigen Variable signifikant nicht erklären (vgl. Diaz-Bone 2013: 222).

Die Übersicht über die Koeffizienten (Abb. 6.1.6) zeigt, dass der Variable Ein oder mehrere Nebenjobs der höchste Beta-Wert zugeordnet werden kann, nämlich 0,128. Folglich kann diese Variable den größten Einfluss auf die abhängige Variable nehmen (vgl. Backhaus et al. 2011: 101). Die Variablen Wohnform: alleine leben und Partnerschaft weisen – im Vergleich zu den nicht genannten Variablen – ebenfalls noch hohe Beta-Werte auf, zum einen -0,068 und zum anderen 0,062. Damit kann gesagt werden, dass auch diese vergleichsweise einen größeren und gleichzeitig ähnlich starken Einfluss auf die abhängige Variable haben können. Die unabhängige Variable Wohnform: alleine leben kann dabei einen negativen Einfluss auf das Zeitbudget für „Social Media“-Aktivitäten haben (vgl. Fromm 2008: 359), sodass folgendes vermutet werden kann: Wenn eine studierende Person nicht alleine lebt (WG, mit Partner, bei den Eltern), dann investiert diese weniger Zeit in „Social Media“-Aktivitäten, als allein lebende Studierende. Die beiden anderen genannten Variablen können einen positiven Einfluss auf die abhängige Variable aufweisen (vgl. Fromm 2008: ebd.). Somit kann wahrscheinlich gesagt werden, dass wenn Studierende keiner Nebentätigkeit nachgehen, sie dann mehr Zeit investieren in die genannten Tätigkeiten, im Vergleich zu – in diesem Zusammenhang – beschäftigten Studierenden. Ebenfalls kann vermutet werden, dass wenn Personen, welche studieren und sich in keiner Partnerschaft befinden, mehr Zeit in sozialen Netzwerken verbringen, als Studierende in einer Partnerschaft. Da das angegebene Signifikanzniveau hinsichtlich des t-Tests zeigt, dass die Werte über den 5 % der

Irrtumswahrscheinlichkeit liegen (also $0,311; 0,068; 0,361 > 0,05$) ist der festgestellte Zusammenhang zwischen den hier genannten unabhängigen Variablen und der abhängigen Variable nicht signifikant (vgl. Backhaus et al. 2011: 101).

Das Histogramm (Abb. 6.1.9) stellt die gegebenen Werte der Normalverteilung gegenüber. Die Standardnormalverteilungskurve wird dabei eingesetzt, um die gegebenen mit den erwarteten Werten zu vergleichen und grafisch darzustellen (vgl. Diaz-Bone 2013: 231). So herrschen sowohl im ersten, als auch im letzten Bereich starke Abweichungen. Wird nun das Normalverteilungsdiagramm (Abb. 6.1.9) betrachtet, so fällt auf, dass die Verteilung der Residuen, hier dargestellt durch die Punkte, ebenfalls von der Normalverteilung im unteren und oberen mittleren bis oberen Bereich abweichen (vgl. Fromm 2008: 363). Dies kann auf Ausreißer-Werte hinweisen.

6 Zusammenfassung, Fazit und Ausblick

Das Ziel dieser Arbeit war es, die zu Beginn aufgestellte Fragestellung nach dem Zeitaufwand für das Online-Verhalten, im Speziellen das der Aktivitäten bezüglich sozialer Netzwerke, zu untersuchen. Dabei stand die Hypothese in Hinblick auf den Zusammenhang zwischen dem Zeitbudget für „Social Media“-Aktivitäten sowie der Wohnform im Vordergrund. Um die Einflussnahme der Wohnform auf die Aktivitäten sozialer Netzwerke zu überprüfen, wurde mitunter die multiple lineare Regressionsanalyse herangezogen, wobei weitere Einflussfaktoren (Geschlecht, Ein oder mehrere Nebenjobs, Freizeitplanung, Partnerschaft, Möglichkeiten online zu sein...Handy) ebenfalls dieser Analyse beigelegt wurden.

Um nun den Bezug zur eingangs formulierten Hypothese zu schaffen, kann laut dem durchgeführten t-Test – der lediglich dann gilt, wenn die Bedingung der Zufallsstichprobe erfüllt gewesen wäre – gesagt werden, dass sich die befragten Personen, welche alleine leben, durchschnittlich rund 38 Minuten täglich während der Erhebung mit sozialen Netzwerken beschäftigten. Personen, welche in den anderen untersuchten Wohnformen (WG, mit Partner, bei den Eltern) leben, investierten jedoch durchschnittlich etwa 21 Minuten täglich. Es wird schwierig zu sagen, dass die Wohnform alleine den Zeitaufwand für „Social Media“-Aktivitäten erklären kann, weshalb noch andere einflussnehmende Faktoren bei der Regressionsanalyse einbezogen wurden. Folglich kann gesagt werden, dass im Vergleich aller Variablen vermutlich die Faktoren Wohnform, das Nachgehen einer oder mehrerer Nebentätigkeit/en sowie das Leben in einer Partnerschaft oder nicht, Einfluss auf den hier untersuchten Zeitaufwand für Aktivitäten hinsichtlich sozialer Netzwerke haben. Die zweite Variable, die Frage nach dem Nebenjob, hat vergleichsweise dabei wahrscheinlich den stärksten Einfluss. Diese Einflüsse sind wie gezeigt jedoch nicht signifikant.

Unter den Bedingungen der durchgeführten Studie und nach der Präsentation der Ergebnisse, kann vermutlich gesagt werden, dass das hier eingesetzte Modell zur Untersuchung des Einflusses der abhängigen Variable durch die hier genutzten unabhängigen Variablen nicht geeignet ist. So ist der Wert des R-Quadrates mit 0,028 gering, sodass das hier vorgestellte Modell die abhängige Variable lediglich mit 2,8 % erklären kann. Weitere Ursachen dafür bieten möglicherweise auch die zum Teil bestehenden Zusammenhänge zwischen den unabhängigen Variablen oder auch, dass die jeweiligen Variablengruppen bezüglich des Zeitaufwandes mit sozialen Netzwerken in ihrer Personenanzahl Ähnlichkeiten aufwiesen. Eine Möglichkeit dieses Problem zu beheben ist es, einen größeren Stichprobenumfang zu erheben und somit möglicherweise jene Variationen zwischen den Gruppen ebenfalls zu

erhöhen. Des Weiteren können sich die hier präsentierten Ergebnisse nicht auf die Grundgesamtheit beziehen, da es sich – wie schon mehrmals erwähnt – nicht um eine Zufallsstichprobe handelt. Somit richten sich die Ergebnisse lediglich an die Personen, welche an dieser Erhebung teilnahmen, nämlich die befragten Studierenden der Technischen Universität Dresden.

An dieser Stelle ist es auch wichtig einige bedeutende Einflussgrößen, welche beim Deuten der Ergebniswerte Schwierigkeiten bereiteten, zu benennen. So beispielsweise das bereits erläuterte Problem bei der Auswahl der protokollierten Tage. Es war trotz der Angabe über das Vorfinden eines außergewöhnlichen Tages schwierig nachzuvollziehen, ob der vorzufindende Zeitaufwand nicht nur durch Zufall entstand und mit an diesem Tag stattfindenden besonderen Ereignissen begründet werden konnte, welche selbst die Zeit beeinflussten. Eine mögliche Lösung könnte sein, die Erhebung über einen längeren Zeitraum hinweg stattfinden zu lassen oder die zu protokollierten Tage festzulegen. Auch hierbei kommen vermutlich Schwierigkeiten auf, da es nicht kontrolliert werden kann, ob es sich bei den protokollierten Tagen um die tatsächlich festgelegten Tage handelt. Dennoch wäre es eine Möglichkeit dies zu überprüfen. Einen weiteren problematischen Fall stellt das selbstständige Ausfüllen des Protokolls seitens der Untersuchungspersonen dar. So besteht die Möglichkeit, dass zum Beispiel die Aktivitäten in Hinblick sozialer Netzwerke erfolgten, jedoch – aufgrund beispielsweise der kurzen Dauer – nicht protokolliert worden sind. Hier schließt sich auch der Fall an, dass befragte Personen ihren tatsächlichen Zeitaufwand für bestimmte Aktivitäten ehrlich und zeitnah – um fehlende Angaben gering zu halten – protokollieren. Dies stellt allerdings Probleme dar, die schwierig zu beheben und zu kontrollieren sind. Dennoch ist es wichtig zu erwähnen, dass sie – wenn sie denn vorkommen – auf die Ergebnisse ebenfalls Einfluss nehmen.

Insgesamt bedarf es vieler weiterer Untersuchungen des Zeitaufwandes hinsichtlich sozialer Netzwerke und der dabei einflussnehmenden Größen. Dabei können die angesprochenen Probleme mittels der ebenfalls genannten Lösungsvorschläge beachtet werden. Die durchgeführte Erhebung stellte dabei einen wichtigen Schritt für die Untersuchung des Zeitaufwandes der Studierenden in Bezug auf alltägliche Tätigkeiten dar und ermöglichte den Einblick über die gesamte Vorgehensweise einer Studie – beginnend mit den Überlegungen der Fragestellung bis hin zur Durchführung aller bedeutenden Schritte und der Auswertung dieser – unter realen Bedingungen.

Bücher

Backhaus, K. / Erichson, B. / Plinke, W. / Weiber, R., 2011: Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung. Dreizehnte, überarbeitete Auflage. Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag.

Blass, W., 1980: Zeitbudget-Forschung. Eine kritische Einführung in Grundlagen und Methoden. Frankfurt/Main, New York: Campus Verlag.

Diaz-Bone, R., 2013: Statistik für Soziologen. 2., überarbeitete Auflage. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, München: UVK/Lucius.

Häder, M., 2010: Empirische Sozialforschung. Eine Einführung. 2., überarbeitete Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Beiträge aus Sammelbänden

Akreml, L. / Baur, N., 2008: Kreuztabellen und Kontingenzanalyse. S. 239-278 in: Baur, N. / Fromm, S. (Hrsg.), Datenanalyse mit SPSS für Fortgeschrittene. Ein Arbeitsbuch. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Blass, W. (Otto Versand, Hamburg), 1990: Theoretische und methodische Grundlagen der Zeitbudgetforschung. S. 54-75 in: Statistisches Bundesamt (Hrsg.), Zeitbudgeterhebungen. Ziele, Methoden und neue Konzepte. Band 13 der Schriftenreihe; Forum der Bundesstatistik; herausgegeben vom Statistischen Bundesamt. Stuttgart: Metzler-Poeschel.

Fromm, S., 2008: Multiple lineare Regressionsanalyse. S. 345-369 in: Baur, N. / Fromm, S. (Hrsg.), Datenanalyse mit SPSS für Fortgeschrittene. Ein Arbeitsbuch. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Fromm, S., 2008: Neue Variablen berechnen. S. 88-111 in: Baur, N. / Fromm, S. (Hrsg.), Datenanalyse mit SPSS für Fortgeschrittene. Ein Arbeitsbuch. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Gölz, H. / Jers, C. / Taddicken, M., 2013: Forschungsgegenstand Web 2.0. S. 18-30 in: Gölz, H. / Jers, C. / Schenk, M. (Hrsg.), Die Nutzung des Web 2.0 in Deutschland. Verbreitung, Determinanten und Auswirkungen. 1. Auflage. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.

Schenk, M. / Uzler, C., 2013: Soziale Netzwerke. S. 160-186 in: Gölz, H. / Jers, C. / Schenk, M. (Hrsg.), Die Nutzung des Web 2.0 in Deutschland. Verbreitung, Determinanten und Auswirkungen. 1. Auflage. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.

8 Anhang

Abbildung 1: Syntax Zusammenfassen der abhängigen Variable Zeitbudget „Social Media“-Aktivitäten

```
compute online=0.  
if (H_1.00_1.15 = 85  
or N_1.00_1.15 = 85)  
online=online+15.  
if (H_1.15_1.30 = 85  
or N_1.15_1.30 = 85)  
online=online+15.  
if (H_1.30_1.45 = 85  
or N_1.30_1.45 = 85)  
online=online+15.  
if (H_1.45_2.00 = 85  
or N_1.45_2.00 = 85)  
online=online+15.  
if (H_2.00_2.15 = 85  
or N_2.00_2.15 = 85)  
online=online+15.  
if (H_2.15_2.30 = 85  
or N_2.15_2.30 = 85)  
online=online+15.  
if (H_2.30_2.45 = 85  
or N_2.30_2.45 = 85)  
online=online+15.  
if (H_2.45_3.00 = 85  
or N_2.45_3.00 = 85)  
online=online+15.  
if (H_3.00_3.15 = 85  
or N_3.00_3.15 = 85)  
online=online+15.  
if (H_3.15_3.30 = 85  
or N_3.15_3.30 = 85)  
online=online+15.  
if (H_3.30_3.45 = 85  
or N_3.30_3.45 = 85)  
online=online+15.  
if (H_3.45_4.00 = 85  
or N_3.45_4.00 = 85)  
online=online+15.  
if (H_4.00_4.15 = 85  
or N_4.00_4.15 = 85)  
online=online+15.  
if (H_4.15_4.30 = 85  
or H_4.15_4.30 = 85)  
online=online+15.  
if (H_4.30_4.45 = 85  
or N_4.30_4.45 = 85)  
online=online+15.  
if (H_4.45_5.00 = 85  
or N_4.45_5.00 = 85)  
online=online+15.  
if (H_5.00_5.15 = 85  
or N_5.00_5.15 = 85)  
online=online+15.  
if (H_5.15_5.30 = 85  
or N_5.15_5.30 = 85)  
online=online+15.  
if (H_5.30_5.45 = 85  
or N_5.30_5.45 = 85)  
online=online+15.  
if (H_5.45_6.00 = 85  
or N_5.45_6.00 = 85)  
online=online+15.  
if (H_6.00_6.15 = 85  
or N_6.00_6.15 = 85)  
online=online+15.  
if (H_6.15_6.30 = 85  
or N_6.15_6.30 = 85)  
online=online+15.  
if (H_6.30_6.45 = 85  
or N_6.30_6.45 = 85)  
online=online+15.  
if (H_6.45_7.00 = 85  
or N_6.45_7.00 = 85)  
online=online+15.  
if (H_7.00_7.15 = 85
```

or N_7.00_7.15 = 85)
online=online+15.
if (H_7.15_7.30 = 85
or N_7.15_7.30 = 85)
online=online+15.
if (H_7.30_7.45 = 85
or N_7.30_7.45 = 85)
online=online+15.
if (H_7.45_8.00 = 85
or N_7.45_8.00 = 85)
online=online+15.
if (H_8.00_8.15 = 85
or N_8.00_8.15 = 85)
online=online+15.
if (H_8.15_8.30 = 85
or N_8.15_8.30 = 85)
online=online+15.
if (H_8.30_8.45 = 85
or N_8.30_8.45 = 85)
online=online+15.
if (H_8.45_9.00 = 85
or N_8.45_9.00 = 85)
online=online+15.
if (H_9.00_9.15 = 85
or N_9.00_9.15 = 85)
online=online+15.
if (H_9.15_9.30 = 85
or N_9.15_9.30 = 85)
online=online+15.
if (H_9.30_9.45 = 85
or N_9.30_9.45 = 85)
online=online+15.
if (H_9.45_10.00 = 85
or N_9.45_10.00 = 85)
online=online+15.
if (H_10.00_10.15 = 85
or N_10.00_10.15 = 85)
online=online+15.
if (H_10.15_10.30 = 85
or N_10.15_10.30 = 85)
online=online+15.
if (H_10.30_10.45 = 85
or N_10.30_10.45 = 85)
online=online+15.
if (H_10.45_11.00 = 85
or N_10.45_11.00 = 85)
online=online+15.
if (H_11.00_11.15 = 85
or N_11.00_11.15 = 85)
online=online+15.
if (H_11.15_11.30 = 85
or N_11.15_11.30 = 85)
online=online+15.
if (H_11.30_11.45 = 85
or N_11.30_11.45 = 85)
online=online+15.
if (H_11.45_12.00 = 85
or N_11.45_12.00 = 85)
online=online+15.
if (H_12.00_12.15 = 85
or N_12.00_12.15 = 85)
online=online+15.
if (H_12.15_12.30 = 85
or N_12.15_12.30 = 85)
online=online+15.
if (H_12.30_12.45 = 85
or N_12.30_12.45 = 85)
online=online+15.
if (H_12.45_13.00 = 85
or N_12.45_13.00 = 85)
online=online+15.
if (H_13.00_13.15 = 85
or N_13.00_13.15 = 85)
online=online+15.
if (H_13.15_13.30 = 85
or N_13.15_13.30 = 85)
online=online+15.
if (H_13.30_13.45 = 85
or N_13.30_13.45 = 85)
online=online+15.
if (H_13.45_14.00 = 85
or N_13.45_14.00 = 85)

online=online+15.
if (H_14.00_14.15 = 85
or N_14.00_14.15 = 85)
online=online+15.
if (H_14.15_14.30 = 85
or N_14.15_14.30 = 85)
online=online+15.
if (H_14.30_14.45 = 85
or N_14.30_14.45 = 85)
online=online+15.
if (H_14.45_15.00 = 85
or N_14.45_15.00 = 85)
online=online+15.
if (H_15.00_15.15 = 85
or N_15.00_15.15 = 85)
online=online+15.
if (H_15.15_15.30 = 85
or N_15.15_15.30 = 85)
online=online+15.
if (H_15.30_15.45 = 85
or N_15.30_15.45 = 85)
online=online+15.
if (H_15.45_16.00 = 85
or N_15.45_16.00 = 85)
online=online+15.
if (H_16.00_16.15 = 85
or N_16.00_16.15 = 85)
online=online+15.
if (H_16.15_16.30 = 85
or N_16.15_16.30 = 85)
online=online+15.
if (H_16.30_16.45 = 85
or N_16.30_16.45 = 85)
online=online+15.
if (H_16.45_17.00 = 85
or N_16.45_17.00 = 85)
online=online+15.
if (H_17.00_17.15 = 85
or N_17.00_17.15 = 85)
online=online+15.
if (H_17.15_17.30 = 85
or N_17.15_17.30 = 85)
online=online+15.
if (H_17.30_17.45 = 85
or N_17.30_17.45 = 85)
online=online+15.
if (H_17.45_18.00 = 85
or N_17.45_18.00 = 85)
online=online+15.
if (H_18.00_18.15 = 85
or N_18.00_18.15 = 85)
online=online+15.
if (H_18.15_18.30 = 85
or N_18.15_18.30 = 85)
online=online+15.
if (H_18.30_18.45 = 85
or N_18.30_18.45 = 85)
online=online+15.
if (H_18.45_19.00 = 85
or N_18.45_19.00 = 85)
online=online+15.
if (H_19.00_19.15 = 85
or N_19.00_19.15 = 85)
online=online+15.
if (H_19.15_19.30 = 85
or N_19.15_19.30 = 85)
online=online+15.
if (H_19.30_19.45 = 85
or N_19.30_19.45 = 85)
online=online+15.
if (H_19.45_20.00 = 85
or N_19.45_20.00 = 85)
online=online+15.
if (H_20.00_20.15 = 85
or N_20.00_20.15 = 85)
online=online+15.
if (H_20.15_20.30 = 85
or N_20.15_20.30 = 85)
online=online+15.
if (H_20.30_20.45 = 85
or N_20.30_20.45 = 85)
online=online+15.

```

if (H_20.45_21.00 = 85
or N_20.45_21.00 = 85)
online=online+15.
if (H_21.00_21.15 = 85
or N_21.00_21.15 = 85)
online=online+15.
if (H_21.15_21.30 = 85
or N_21.15_21.30 = 85)
online=online+15.
if (H_21.30_21.45 = 85
or N_21.30_21.45 = 85)
online=online+15.
if (H_21.45_22.00 = 85
or N_21.45_22.00 = 85)
online=online+15.
if (H_22.00_22.15 = 85
or N_22.00_22.15 = 85)
online=online+15.
if (H_22.15_22.30 = 85
or N_22.15_22.30 = 85)
online=online+15.
if (H_22.30_22.45 = 85
or N_22.30_22.45 = 85)
online=online+15.
if (H_22.45_23.00 = 85
or N_22.45_23.00 = 85)
online=online+15.
if (H_23.00_23.15 = 85
or N_23.00_23.15 = 85)
online=online+15.
if (H_23.15_23.30 = 85
or N_23.15_23.30 = 85)
online=online+15.
if (H_23.30_23.45 = 85
or N_23.30_23.45 = 85)
online=online+15.
if (H_23.45_24.00 = 85
or N_23.45_24.00 = 85)
online=online+15.
if (H_24.00_00.15 = 85
or N_24.00_00.15 = 85)
online=online+15.
if (H_00.15_00.30 = 85
or N_00.15_00.30 = 85)
online=online+15.
if (H_00.30_00.45 = 85
or N_00.30_00.45 = 85)
online=online+15.
if (H_00.45_1.00 = 85
or N_00.45_1.00 = 85)
online=online+15.
VARIABLE LABELS online 'Zeitbudget für "Social Media"-Aktivitäten'.
freq online / stat mean.

```

Abbildung 1.1: Ausgabe der Syntax Zusammenfassen der abhängigen Variable Zeitbudget „Social Media“-Aktivitäten (n = 240)

Häufigkeiten

Statistiken

Zeitbudget für "Social Media"-

Aktivitäten

N	Gültig	240
	Fehlend	0
Mittelwert		16,2500

Zeitbudget für "Social Media"-Aktivitäten

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig ,00	190	79,2	79,2	79,2
15,00	7	2,9	2,9	82,1
30,00	9	3,8	3,8	85,8
45,00	6	2,5	2,5	88,3
60,00	10	4,2	4,2	92,5
75,00	3	1,3	1,3	93,8
90,00	5	2,1	2,1	95,8
105,00	2	,8	,8	96,7
135,00	2	,8	,8	97,5
180,00	1	,4	,4	97,9
225,00	1	,4	,4	98,3
255,00	2	,8	,8	99,2
285,00	1	,4	,4	99,6
300,00	1	,4	,4	100,0
Gesamtsumme	240	100,0	100,0	

Abbildung 2: Syntax Codieren der unabhängigen Variable Wohnform

```
FREQ /WF.
RECODE WF (2 = 0) (9999 = SYSMIS) (ELSE = 1) INTO allein_leben.
VARIABLE LABELS allein_leben 'Wohnform: alleine leben'.
VALUE LABELS allein_leben 0 'ja' 1 'nein'.
FREQ /VAR WF allein_leben.
```

Abbildung 2.1: Ausgabe der Syntax Codieren der unabhängigen Variable Wohnform (n = 240)

Häufigkeiten

Statistiken

Wohnform

N	Gültig	240
	Fehlend	0

Wohnform

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	WG	84	35,0	35,0	35,0
	Allein	84	35,0	35,0	70,0
	mit Partner	60	25,0	25,0	95,0
	bei den Eltern	12	5,0	5,0	100,0
	Gesamtsumme	240	100,0	100,0	

Häufigkeiten

Statistiken

		Wohnform	Wohnform: alleine leben
N	Gültig	240	240
	Fehlend	0	0

Häufigkeitstabelle

Wohnform

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	WG	84	35,0	35,0	35,0
	Allein	84	35,0	35,0	70,0
	mit Partner	60	25,0	25,0	95,0
	bei den Eltern	12	5,0	5,0	100,0
	Gesamtsumme	240	100,0	100,0	

Wohnform: alleine leben

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig ja	84	35,0	35,0	35,0
nein	156	65,0	65,0	100,0
Gesamtsumme	240	100,0	100,0	

Abbildung 3: Syntax Häufigkeitsverteilung der unabhängigen Variablen Wohnform: alleine leben, Geschlecht, Ein oder mehrere Nebenjobs, Freizeitplanung, Partnerschaft, Möglichkeiten online zu sein...Handy

```
FREQUENCIES VARIABLES= allein_leben GES NJ FZ PAR MOS_03
/ BARCHART PERCENT
/ ORDER=ANALYSIS.
```

Abbildung 3.1: Ausgabe der Syntax Häufigkeitsverteilung der unabhängigen Variablen Wohnform: alleine leben, Geschlecht, Ein oder mehrere Nebenjobs, Freizeitplanung, Partnerschaft, Möglichkeiten online zu sein...Handy mit entsprechenden Balkendiagrammen (Angabe in Prozent) (n = 240)

Häufigkeiten

Statistiken						
	Wohnform: alleine leben	Geschlecht	Ein oder mehr Nebenjobs	Freizeitplanung	Partnerschaft	Möglichkeiten Online zu sein...Handy
N Gültig	240	240	240	240	240	240
Fehlend	0	0	0	0	0	0

Häufigkeitstabelle

Wohnform: alleine leben					
		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	ja	84	35,0	35,0	35,0
	nein	156	65,0	65,0	100,0
	Gesamtsumme	240	100,0	100,0	

Geschlecht					
		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	Männlich	114	47,5	47,5	47,5
	Weiblich	126	52,5	52,5	100,0
	Gesamtsumme	240	100,0	100,0	

Ein oder mehrer Nebenjobs					
		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	Ja	162	67,5	67,5	67,5
	Nein	78	32,5	32,5	100,0
	Gesamtsumme	240	100,0	100,0	

Freizeitplanung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	Ja	117	48,8	48,8	48,8
	Nein	123	51,2	51,2	100,0
	Gesamtsumme	240	100,0	100,0	

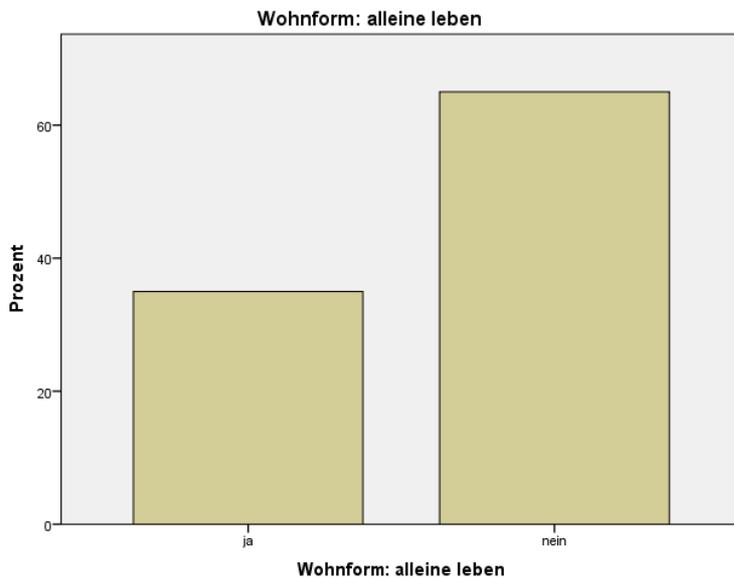
Partnerschaft

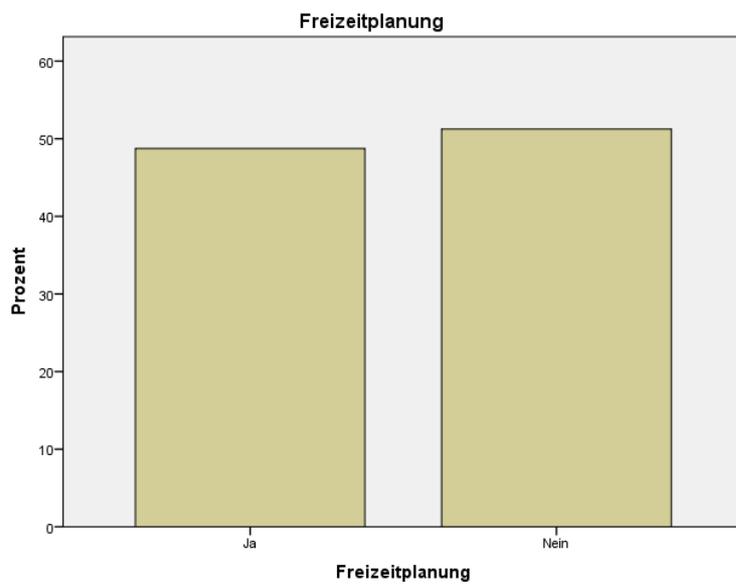
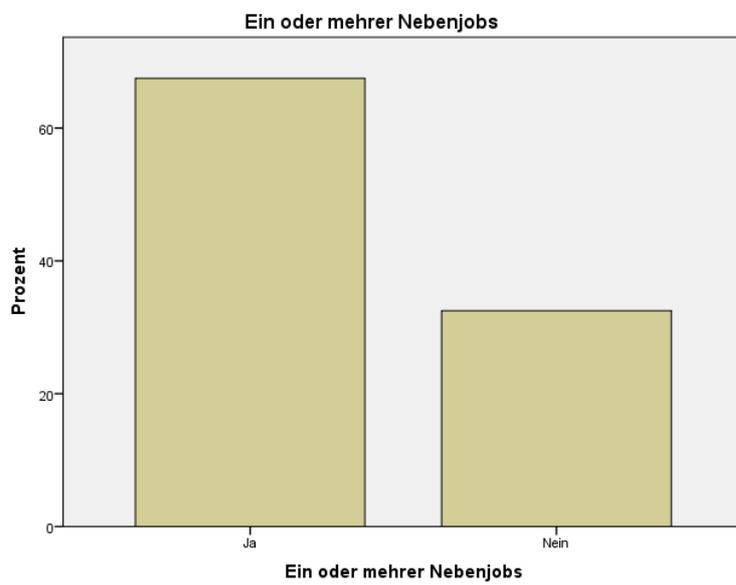
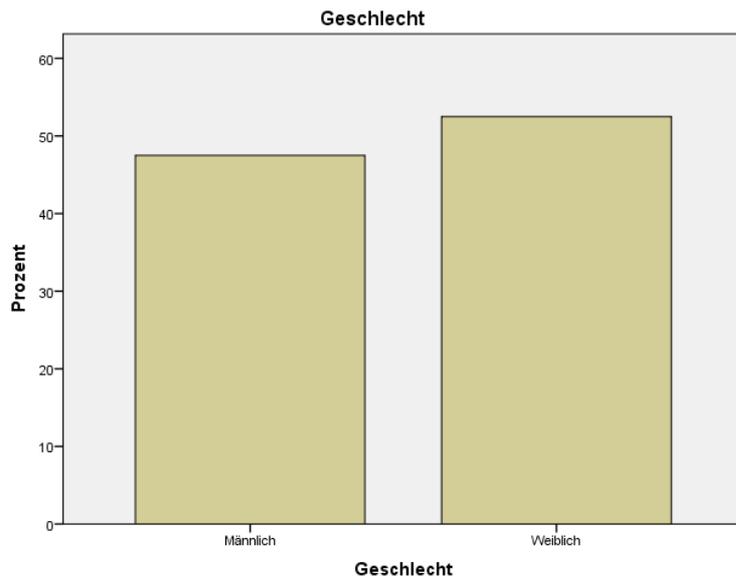
		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	Ja	129	53,8	53,8	53,8
	Nein	111	46,3	46,3	100,0
	Gesamtsumme	240	100,0	100,0	

Möglichkeiten Online zu sein...Handy

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	Ja	174	72,5	72,5	72,5
	Nein	66	27,5	27,5	100,0
	Gesamtsumme	240	100,0	100,0	

Balkendiagramm





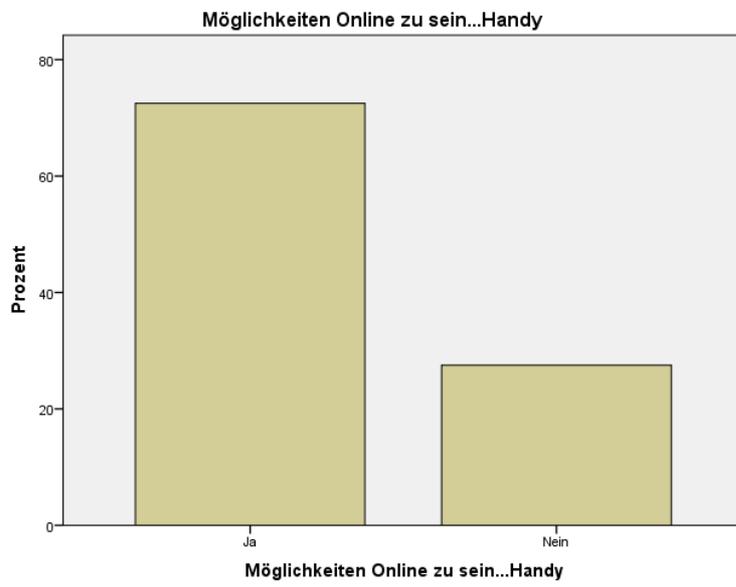
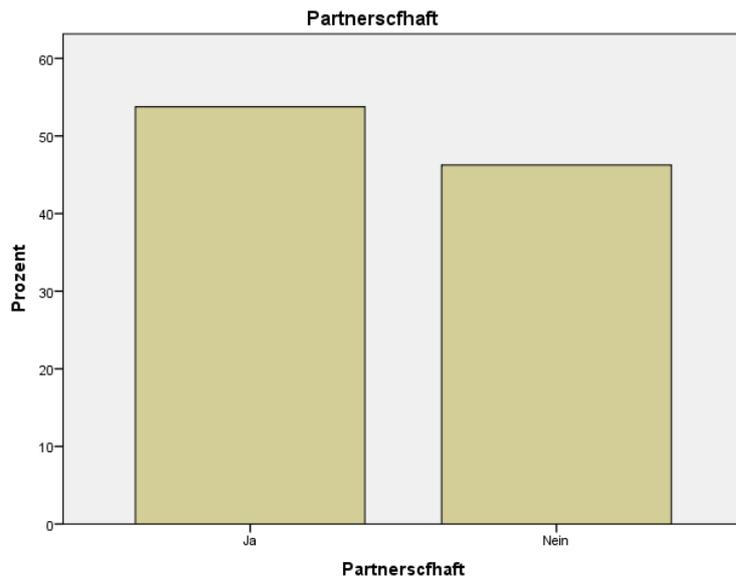


Abbildung 4: Syntax Kreuztabellen zwischen abhängiger Variable und jeweils jeder unabhängigen Variable

CROSSTABS online BY allein_leben GES NJ FZ PAR MOS_03
 /CELLS = TOTAL
 /BARChart.

Abbildung 4.1: Ausgabe Syntax Kreuztabellen (Angabe in Prozent) mit entsprechenden Balkendiagrammen (Angabe in Anzahl) zwischen abhängiger Variable und jeweils unabhängigen Variablen (n = 240)

Kreuztabellen

Zusammenfassung der Fallverarbeitung

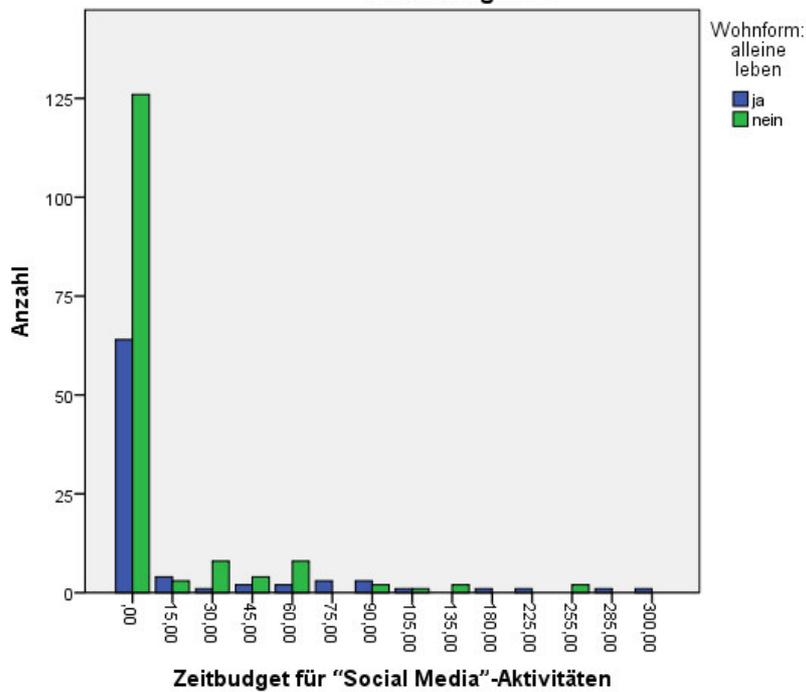
	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamtsumme	
	H	Prozent	H	Prozent	H	Prozent
Zeitbudget für "Social Media"-Aktivitäten *	240	100,0%	0	0,0%	240	100,0%
Wohnform: alleine leben						
Zeitbudget für "Social Media"-Aktivitäten *	240	100,0%	0	0,0%	240	100,0%
Geschlecht						
Zeitbudget für "Social Media"-Aktivitäten * Ein oder mehrer Nebenjobs	240	100,0%	0	0,0%	240	100,0%
Zeitbudget für "Social Media"-Aktivitäten *	240	100,0%	0	0,0%	240	100,0%
Freizeitplanung						
Zeitbudget für "Social Media"-Aktivitäten *	240	100,0%	0	0,0%	240	100,0%
Partnerschaft						
Zeitbudget für "Social Media"-Aktivitäten *	240	100,0%	0	0,0%	240	100,0%
Möglichkeiten Online zu sein...Handy						

Kreuztabelle Zeitbudget für "Social Media"-Aktivitäten*Wohnform: alleine leben

% des Gesamtergebnisses

		Wohnform: alleine leben		Gesamtsumme
		ja	nein	
Zeitbudget für "Social	,00	26,7%	52,5%	79,2%
Media"-Aktivitäten	15,00	1,7%	1,3%	2,9%
	30,00	0,4%	3,3%	3,8%
	45,00	0,8%	1,7%	2,5%
	60,00	0,8%	3,3%	4,2%
	75,00	1,3%		1,3%
	90,00	1,3%	0,8%	2,1%
	105,00	0,4%	0,4%	0,8%
	135,00		0,8%	0,8%
	180,00	0,4%		0,4%
	225,00	0,4%		0,4%
	255,00		0,8%	0,8%
	285,00	0,4%		0,4%
	300,00	0,4%		0,4%
Gesamtsumme		35,0%	65,0%	100,0%

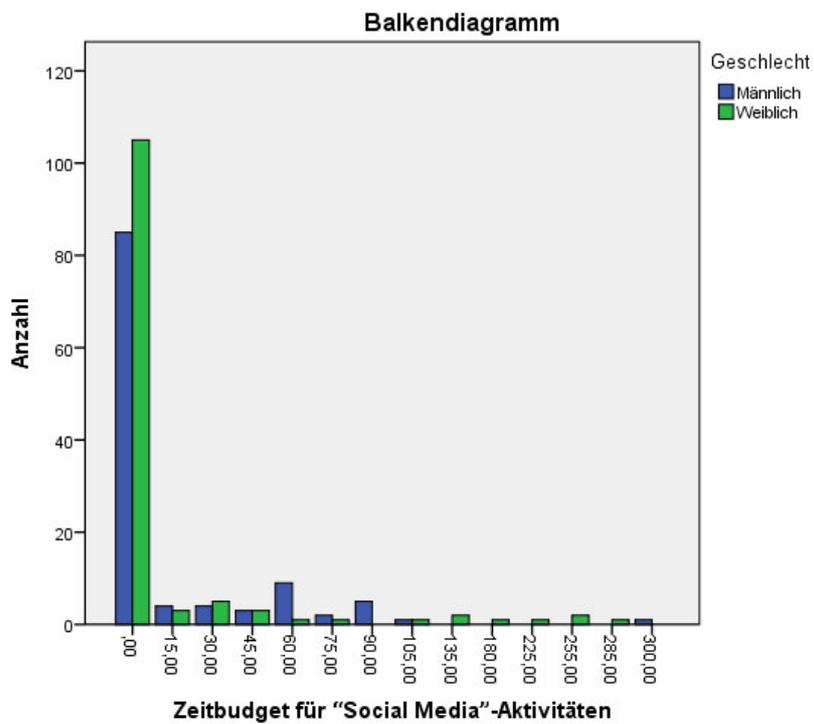
Balkendiagramm



Kreuztabelle Zeitbudget für "Social Media"-Aktivitäten*Geschlecht

% des Gesamtergebnisses

		Geschlecht		Gesamtsumme
		Männlich	Weiblich	
Zeitbudget für "Social	,00	35,4%	43,8%	79,2%
Media"-Aktivitäten	15,00	1,7%	1,3%	2,9%
	30,00	1,7%	2,1%	3,8%
	45,00	1,3%	1,3%	2,5%
	60,00	3,8%	0,4%	4,2%
	75,00	0,8%	0,4%	1,3%
	90,00	2,1%		2,1%
	105,00	0,4%	0,4%	0,8%
	135,00		0,8%	0,8%
	180,00		0,4%	0,4%
	225,00		0,4%	0,4%
	255,00		0,8%	0,8%
	285,00		0,4%	0,4%
	300,00	0,4%		0,4%
Gesamtsumme		47,5%	52,5%	100,0%

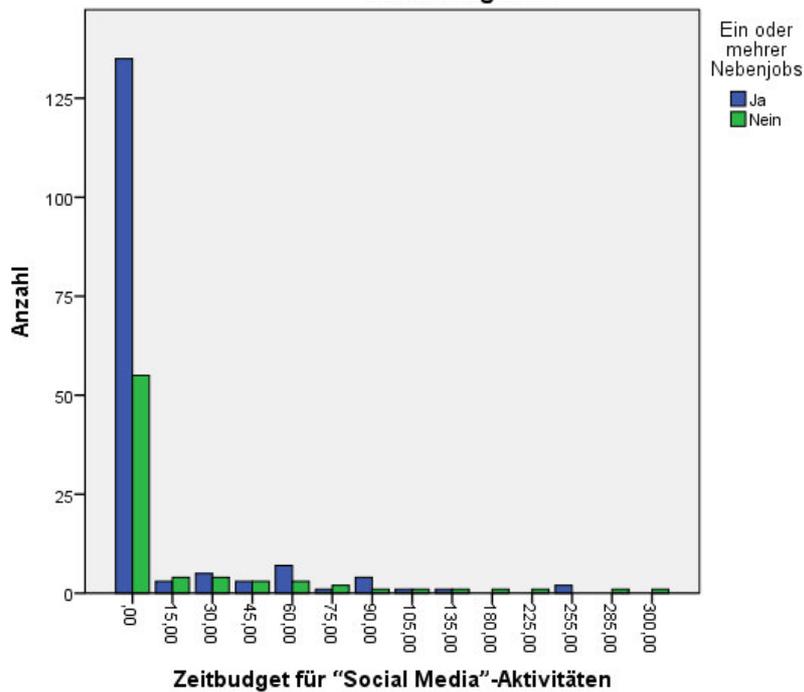


Kreuztabelle Zeitbudget für "Social Media"-Aktivitäten*Ein oder mehrer Nebenjobs

% des Gesamtergebnisses

		Ein oder mehrer Nebenjobs		Gesamtsumme
		Ja	Nein	
Zeitbudget für "Social Media"-Aktivitäten	,00	56,3%	22,9%	79,2%
	15,00	1,3%	1,7%	2,9%
	30,00	2,1%	1,7%	3,8%
	45,00	1,3%	1,3%	2,5%
	60,00	2,9%	1,3%	4,2%
	75,00	0,4%	0,8%	1,3%
	90,00	1,7%	0,4%	2,1%
	105,00	0,4%	0,4%	0,8%
	135,00	0,4%	0,4%	0,8%
	180,00		0,4%	0,4%
	225,00		0,4%	0,4%
	255,00	0,8%		0,8%
	285,00		0,4%	0,4%
	300,00		0,4%	0,4%
Gesamtsumme		67,5%	32,5%	100,0%

Balkendiagramm

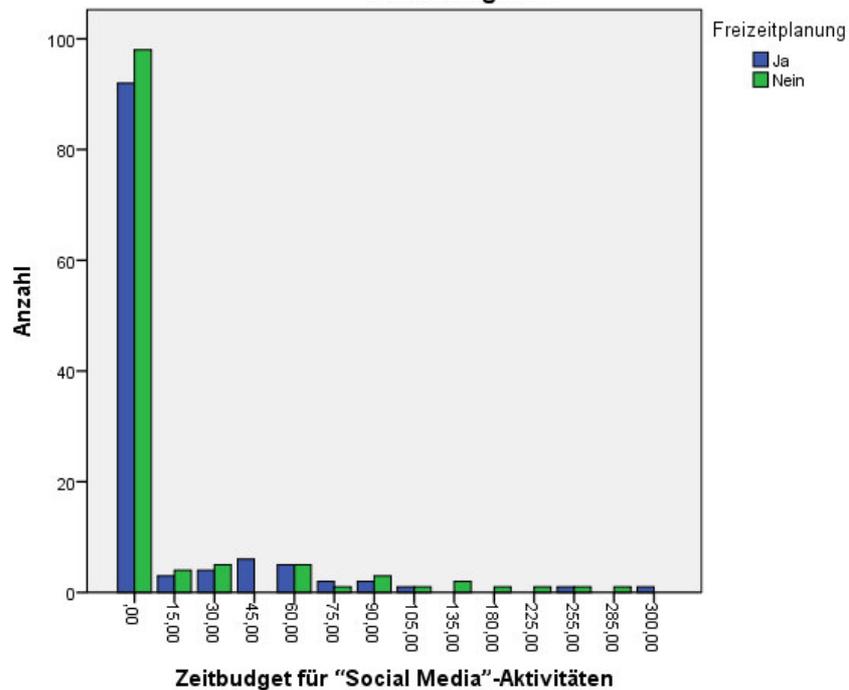


Kreuztabelle Zeitbudget für "Social Media"-Aktivitäten*Freizeitplanung

% des Gesamtergebnisses

		Freizeitplanung		Gesamtsumme
		Ja	Nein	
Zeitbudget für "Social	,00	38,3%	40,8%	79,2%
Media"-Aktivitäten	15,00	1,3%	1,7%	2,9%
	30,00	1,7%	2,1%	3,8%
	45,00	2,5%		2,5%
	60,00	2,1%	2,1%	4,2%
	75,00	0,8%	0,4%	1,3%
	90,00	0,8%	1,3%	2,1%
	105,00	0,4%	0,4%	0,8%
	135,00		0,8%	0,8%
	180,00		0,4%	0,4%
	225,00		0,4%	0,4%
	255,00	0,4%	0,4%	0,8%
	285,00		0,4%	0,4%
	300,00	0,4%		0,4%
Gesamtsumme		48,8%	51,2%	100,0%

Balkendiagramm

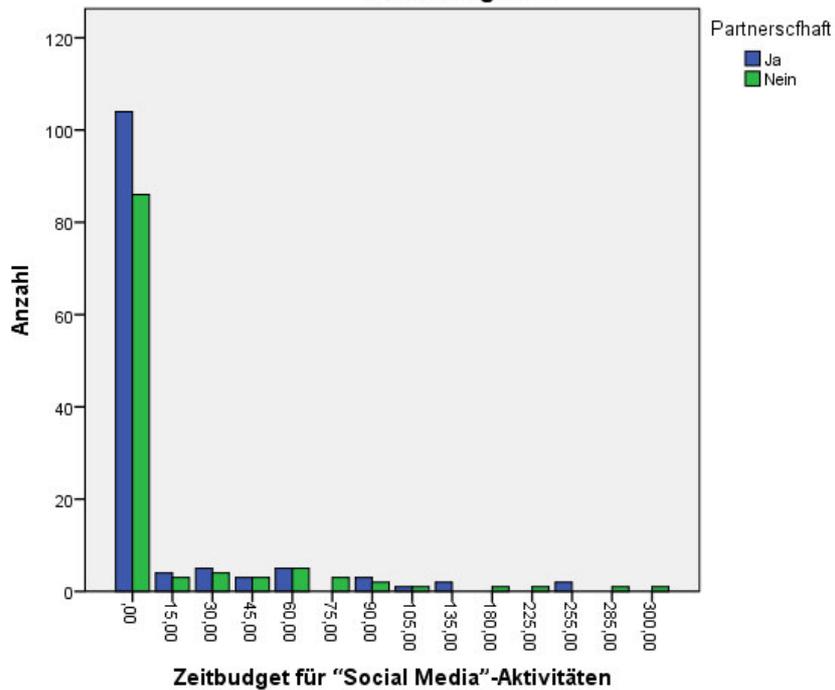


Kreuztabelle Zeitbudget für "Social Media"-Aktivitäten*Partnerschaft

% des Gesamtergebnisses

		Partnerschaft		Gesamtsumme
		Ja	Nein	
Zeitbudget für "Social	,00	43,3%	35,8%	79,2%
Media"-Aktivitäten	15,00	1,7%	1,3%	2,9%
	30,00	2,1%	1,7%	3,8%
	45,00	1,3%	1,3%	2,5%
	60,00	2,1%	2,1%	4,2%
	75,00		1,3%	1,3%
	90,00	1,3%	0,8%	2,1%
	105,00	0,4%	0,4%	0,8%
	135,00	0,8%		0,8%
	180,00		0,4%	0,4%
	225,00		0,4%	0,4%
	255,00	0,8%		0,8%
	285,00		0,4%	0,4%
	300,00		0,4%	0,4%
Gesamtsumme		53,8%	46,3%	100,0%

Balkendiagramm



Kreuztabelle Zeitbudget für "Social Media"-Aktivitäten*Möglichkeiten Online zu sein...Handy

% des Gesamtergebnisses

		Möglichkeiten Online zu sein...Handy		Gesamtsumme
		Ja	Nein	
Zeitbudget für "Social Media"-Aktivitäten	,00	59,2%	20,0%	79,2%
	15,00	1,7%	1,3%	2,9%
	30,00	2,9%	0,8%	3,8%
	45,00	0,8%	1,7%	2,5%
	60,00	3,3%	0,8%	4,2%
	75,00	0,4%	0,8%	1,3%
	90,00	0,8%	1,3%	2,1%
	105,00	0,4%	0,4%	0,8%
	135,00	0,8%		0,8%
	180,00	0,4%		0,4%
	225,00	0,4%		0,4%
	255,00	0,4%	0,4%	0,8%
	285,00	0,4%		0,4%
	300,00	0,4%		0,4%
Gesamtsumme		72,5%	27,5%	100,0%

Balkendiagramm

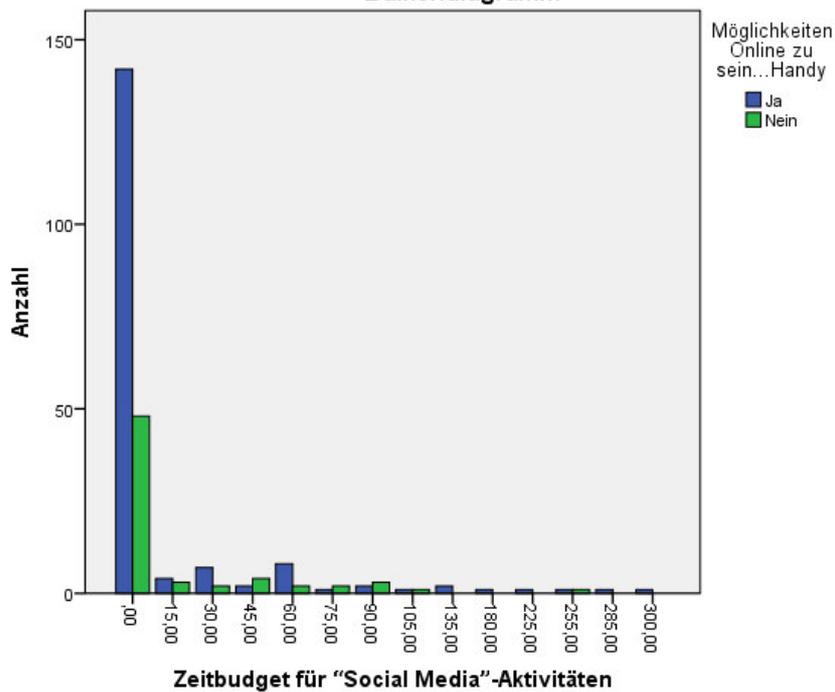


Abbildung 5: Syntax t-Test bei unabhängigen Stichproben für abhängige Variable und Variable Wohnform: alleine leben

T-TEST GROUPS=allein_leben(0 1)
/VARIABLES=online.

Abbildung 5.1: Ausgabe der Syntax t-Test bei unabhängigen Stichproben für abhängige Variable und Variable Wohnform: alleine leben (n = 240)

T-Test

Gruppenstatistik					
	Wohnform: alleine leben	H	Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler Mittelwert
Zeitbudget für "Social Media"-Aktivitäten	ja	84	22,5000	57,76719	6,30292
	nein	156	12,8846	37,03546	2,96521

Test bei unabhängigen Stichproben										
		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-seitig)	Mittelwertdifferenz	Standardfehlerdifferenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
									Unterer	Oberer
Zeitbudget für "Social Media"-Aktivitäten	Varianzgleichheit angenommen	8,196	,005	1,567	238	,119	9,61538	6,13798	-2,47633	21,70710
	Varianzgleichheit nicht angenommen			1,380	120,641	,170	9,61538	6,96557	-4,17522	23,40599

Abbildung 6: Syntax multiple lineare Regressionsanalyse

```
REGRESSION  
/DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG  
/MISSING pairwise  
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA ZPP COLLIN TOL CHANGE  
/CRITERIA=PIN (.10) POUT (.15)  
/NOORIGIN  
/DEPENDENT online  
/METHOD= ENTER allein_leben GES NJ FZ PAR MOS_03  
/RESIDUALS DURBIN HIST (ZRESID) NORM (ZRESID).
```

Abbildung 6.1: Ausgabe der Syntax multiple lineare Regressionsanalyse (n = 240)

Regression

Abbildung 6.1.1: Deskriptive Statistiken, n = 240

Deskriptive Statistiken			
	Mittelwert	Standard- abweichung	H
Zeitbudget für "Social Media"-Aktivitäten	16,2500	45,49242	240
Wohnform: alleine leben	,6500	,47797	240
Geschlecht	1,53	,500	240
Ein oder mehrer Nebenjobs	1,33	,469	240
Freizeitplanung	1,51	,501	240
Partnerschaft	1,46	,500	240
Möglichkeiten Online zu sein...Handy	1,28	,447	240

Abbildung 6.1.2: Korrelationen, n = 240

		Korrelationen						
		Zeitbudget für "Social Media"- Aktivitäten	Wohnform: alleine leben	Geschlecht	Ein oder mehrer Nebenjobs	Freizeit planung	Partnerschaft	Möglichkeiten Online zu sein...Handy
Pearson- Korrelation	Zeitbudget für "Social Media"- Aktivitäten	1,000	-,101	-,001	,137	,032	,055	,023
	Wohnform: alleine leben	-,101	1,000	,089	-,218	-,087	-,108	-,018
	Geschlecht	-,001	,089	1,000	-,195	,024	-,122	-,087
	Ein oder mehrer Nebenjobs	,137	-,218	-,195	1,000	,196	-,055	,111
	Freizeitplanung	,032	-,087	,024	,196	1,000	-,249	-,351
	Partnerschaft	,055	-,108	-,122	-,055	-,249	1,000	,159
	Möglichkeiten Online zu sein...Handy	,023	-,018	-,087	,111	-,351	,159	1,000
Sig. (1- seitig)	Zeitbudget für "Social Media"- Aktivitäten	.	,059	,492	,017	,309	,200	,361
	Wohnform: alleine leben	,059	.	,084	,000	,091	,048	,393
	Geschlecht	,492	,084	.	,001	,357	,030	,090
	Ein oder mehrer Nebenjobs	,017	,000	,001	.	,001	,199	,044
	Freizeitplanung	,309	,091	,357	,001	.	,000	,000
	Partnerschaft	,200	,048	,030	,199	,000	.	,007
	Möglichkeiten Online zu sein...Handy	,361	,393	,090	,044	,000	,007	.

Abbildung 6.1.3: Eingegebene/Entfernte Variablen, n = 240

Modell	Eingegebene Variablen	Entfernte Variablen	Methode
1	Möglichkeiten Online zu sein...Handy, Wohnform: alleine leben, Geschlecht, Partnerschaft, Ein oder mehrer Nebenjobs, Freizeitplanung ^b		Aufnehmen

a. Abhängige Variable: Zeitbudget für "Social Media"-Aktivitäten

b. Alle angeforderten Variablen wurden eingegeben.

Abbildung 6.1.4: Modellübersicht, n = 240

Modell	R	R-Quadrat	Angepasstes R-Quadrat	Standardfehler der Schätzung	Änderungsstatistik				Durbin-Watson	
					Änderung R-Quadrat	Änderung in F	df1	df2		Sig. Änderung in F
1	,169 ^a	,028	,003	45,41330	,028	1,139	6	233	,340	1,592

a. Prädiktoren: (Konstante), Möglichkeiten Online zu sein...Handy, Wohnform: alleine leben, Geschlecht, Partnerschaft, Ein oder mehrer Nebenjobs, Freizeitplanung

b. Abhängige Variable: Zeitbudget für "Social Media"-Aktivitäten

Abbildung 6.1.5: ANOVA, n = 240

Modell		Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.
1	Regression	14093,332	6	2348,889	1,139	,340 ^b
	Residuum	480531,668	233	2062,368		
	Gesamtsumme	494625,000	239			

a. Abhängige Variable: Zeitbudget für "Social Media"-Aktivitäten

b. Prädiktoren: (Konstante), Möglichkeiten Online zu sein...Handy, Wohnform: alleine leben, Geschlecht, Partnerschaft, Ein oder mehrer Nebenjobs, Freizeitplanung

Abbildung 6.1.6: Koeffizienten, n = 240

Koeffizienten ^a										
Modell	Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	t	Sig.	Korrelationen			Kollinearitätsstatistik	
	B	Standardfehler	Beta			Nullte Ordnung	Partiell	Teil	Toleranz	VIF
1 (Konstante)	-	23,832		-,547	,585					
	13,034									
Wohnform: alleine leben	-6,469	6,369	-,068	1,016	,311	-,101	-,066	-,066	,931	1,074
Geschlecht Ein oder mehrer	3,406	6,052	,037	,563	,574	-,001	,037	,036	,941	1,063
Nebenjobs	12,412	6,768	,128	1,834	,068	,137	,119	,118	,855	1,169
Freizeitplanung	1,695	6,623	,019	,256	,798	,032	,017	,017	,784	1,275
Partnerschaft	5,665	6,190	,062	,915	,361	,055	,060	,059	,902	1,108
Möglichkeiten Online zu sein...Handy	,784	7,179	,008	,109	,913	,023	,007	,007	,836	1,196

a. Abhängige Variable: Zeitbudget für "Social Media"-Aktivitäten

Abbildung 6.1.7: Kollinearitätsdiagnose, n = 240

Kollinearitätsdiagnose ^a										
Modell	Dimension	Eigenwert	Konditionsindex	Varianzanteile						
				(Konstante)	Wohnform: alleine leben	Geschlecht	Ein oder mehrer Nebenjobs	Freizeitplanung	Partnerschaft	Möglichkeiten Online zu sein...Handy
1	1	6,211	1,000	,00	,01	,00	,00	,00	,00	,00
	2	,347	4,231	,00	,79	,00	,02	,00	,01	,00
	3	,159	6,243	,00	,00	,02	,02	,20	,13	,18
	4	,118	7,247	,00	,08	,38	,31	,00	,04	,02
	5	,093	8,172	,00	,02	,17	,01	,04	,51	,26
	6	,059	10,263	,00	,01	,18	,54	,41	,02	,33
	7	,013	22,252	1,00	,09	,25	,10	,34	,29	,21

a. Abhängige Variable: Zeitbudget für "Social Media"-Aktivitäten

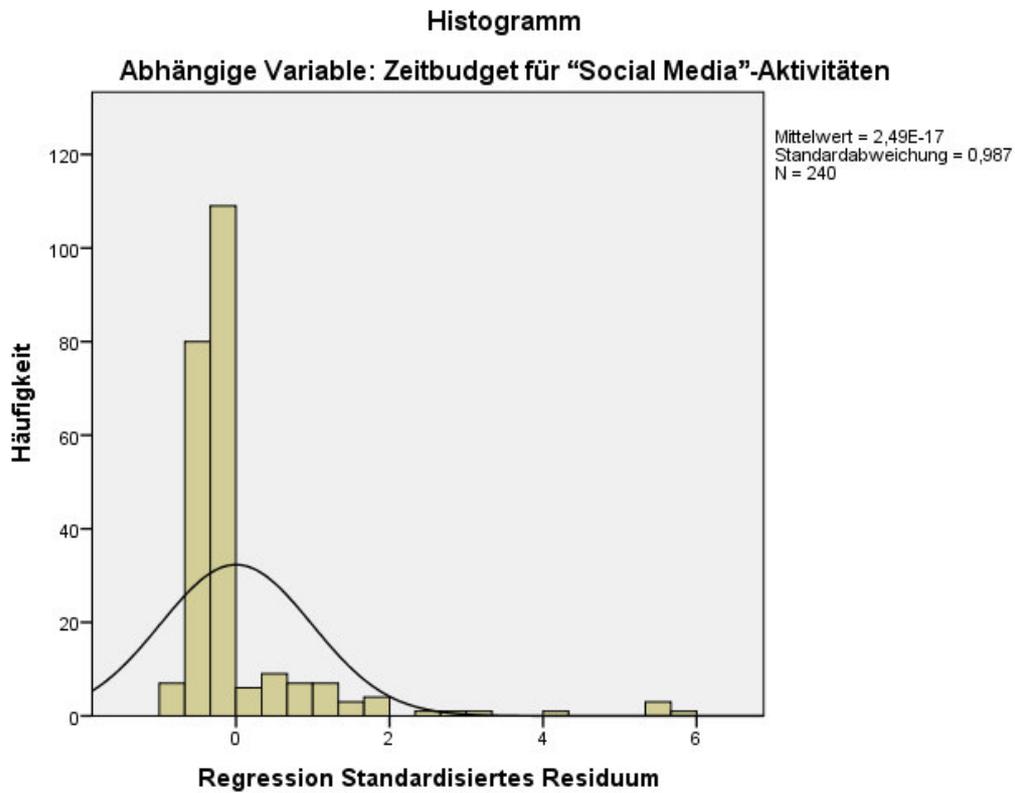
Abbildung 6.1.8: Residuenstatistik, n = 240

Residuenstatistik^a					
	Minimum	Maximum	Mittelwert	Standard- abweichung	H
Vorhergesagter Wert	4,4593	34,1065	16,2500	7,67906	240
Residuum	-33,19573	270,99451	,00000	44,83963	240
Standardvorhersagewert	-1,535	2,325	,000	1,000	240
Standardresiduum	-,731	5,967	,000	,987	240

a. Abhängige Variable: Zeitbudget für "Social Media"-Aktivitäten

Abbildung 6.1.9: Histogramm und Normalverteilungsdiagramm, Angabe in Prozent, n = 240

Diagramme



Normalverteilungsdiagramm der Regression von Standardisiertes Residuum

