

Bindung an ein virtuelles Seminar – die Rolle von Erfahrungen, Motiven und Erwartungserfüllung

Sonja Utz¹ & Kai Sassenberg

Virtuelle Seminare erfreuen sich immer grosserer Beliebtheit. Evaluationsstudien zeigen jedoch, dass es noch eine Reihe von Problemen gibt. So wird oft der grosse Zeitaufwand beklagt, der mit der Klärung technischer Probleme verbunden ist. Der Koordinationsaufwand wird ebenfalls als sehr hoch angegeben. Auch die Beteiligung der Teilnehmer lässt zu Wünschen übrig, meist beschränkt sich die Zusammenarbeit auf Subgruppen, während kein seminarweiter Austausch erfolgt. Eine für das Telelernen wichtige Frage ist bisher offen: Gelingt es tatsächlich, die Identifikation mit der eigenen Universität aufzulösen und durch eine Identifikation mit dem universitätsübergreifenden virtuellen Seminar zu ersetzen und so eine Bindung an die Lerngruppe zu erzeugen? Wenn ja, durch welche Faktoren wird diese Identifikation begünstigt? Diese Frage nach den Einflussfaktoren auf die Bindung an ein virtuelles Seminar steht im Mittelpunkt dieser Studie. Untersucht wurde ein virtuelles Seminar zwischen den Universitäten Eichstätt und Göttingen. Die Kommunikation erfolgte über asynchrone computervermittelte Kommunikation, die einzelnen Themen waren auf Newsboards dargestellt. Die Identifikation mit den Studierenden der eigenen Universität wurde zu Beginn und am Ende des virtuellen Seminars, die Identifikation mit dem virtuellen Seminar am Ende des Seminars erhoben. Es zeigte sich ein Rückgang der Identifikation mit der eigenen Universität. Ferner wurden die Zusammenhänge zur Erfahrung mit computervermittelter Kommunikation, technischen Problemen, den Motiven für die Teilnahme am Seminar und die Erfüllung der Erwartungen ermittelt. Die Erfahrung mit computervermittelter Kommunikation hat ebenso wie das Auftreten technischer Probleme keinen Einfluss auf die Identifikation mit dem virtuellen Seminar. Der Rückgang der Identifikation mit der eigenen Universität hängt vor allem mit den Motiven zusammen, die Identifikation mit dem virtuellen Seminar dagegen vor allem mit dem Grad der Erwartungserfüllung. Die Ergebnisse werden im Hinblick auf Implikationen für die Gestaltung virtueller Seminare diskutiert.

Schlüsselwörter: virtuelles Seminar, Identifikation, computervermittelte Kommunikation

¹ Technische Universität Chemnitz, Professur für Wirtschafts-, Organisations- und Sozialpsychologie, Wilhelm-Raabe-Str. 43, 09120 Chemnitz, Tel. 0371/531-6397, Fax 0371/531-6410, E-Mail: sonja.utz@phil.tu-chemnitz.de