

NEUE SCHRIFTEN ZUR ONLINE-FORSCHUNG

Martin Welker / Monika Taddicken /
Jan-Hinrik Schmidt / Nikolaus Jakob (Hrsg.)

Handbuch Online-Forschung

Sozialwissenschaftliche Datengewinnung
und -auswertung in digitalen Netzen

HERBERT VON HALEM VERLAG

Bei dieser Ausgabe handelt es sich um den unveränderten Nachdruck der Ausgabe von 2014 (ISBN 978-3-86962-090-9).

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Martin Welker / Monika Taddicken / Jan-Hinrik Schmidt / Nikolaus Jakob (Hrsg.):
Handbuch Online-Forschung.
Sozialwissenschaftliche Datengewinnung und -auswertung in digitalen Netzen
Neue Schriften zur Online-Forschung, 12
Köln: Halem, 2021

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung, sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2021 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISSN 1865-2638

E-Book (PDF): ISBN 978-3-86962-128-9
Print: ISBN 978-3-86962-609-3

<http://www.halem-verlag.de>
E-Mail: info@halem-verlag.de

SATZ: Herbert von Halem Verlag
DRUCK: docupoint GmbH, Magdeburg
UMSCHLAGGESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf
Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.
Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

Inhalt

Vorwort	9
I. EINFÜHRUNG	
MARTIN WELKER Normalisierung und Ausdifferenzierung von Online-Forschung – eine Einführung	14
MONIKA TADDICKEN / MARTIN WELKER Spezifizierung und Differenzierung der Online-Forschung? Themen, Methoden und Erstautoren der Fachkonferenz GOR im Zeitverlauf	42
II. GRUNDLAGEN	
MARTIN WELKER Operationalisierung, Messung und Skalierung – Spezifika der Online-Forschung	61
THOMAS ZERBACK / MARCUS MAURER Repräsentativität in Online-Befragungen	76
ANJA S. GÖRITZ Online-Panels	104
MICHAEL EBLE / MARC ZIEGELE / PASCAL JÜRGENS Forschung in geschlossenen Plattformen des Social Web	123

III. ERHEBUNGSVERFAHREN

III.I BEFRAGUNGEN

MONIKA TADDICKEN / BERNAD BATINIC 151
Die standardisierte Online-Befragung

KAI KASPAR / NADINE KASTEN / TIMO GNAMBS 176
Qualitative Online-Befragungen

VERONIKA KARNOWSKI / ANDREAS FAHR 194
Die mobile Online-Befragung

III.II INHALTSANALYSEN

PATRICK RÖSSLER / LENA HAUTZER / MARCO LÜNICH 214
Online-Inhaltsanalyse

TILL KEYLING 233
Automatisierte Inhaltsanalyse

CHRISTIAN NUERNBERGK / JULIA NEUBARTH 255
Netzwerkanalysen in der sozialwissenschaftlichen
Online-Forschung

TOBIAS BÜRGER / MARK DANG-ANH 284
Twitter Analytics

MARTIN WELKER 303
Logfile-Analysen: Einsatz und Problemfelder

IV. ANWENDUNGEN

GABRIELE RITTER / SVEN DIERKS 327
Das AGOF-Verfahren –
Herausforderungen und Weiterentwicklung

LOUISA KLARENBERG / HOLGER GEISSLER Online-Mitarbeiterbefragung	345
FLORIAN ALBER / OLAF HOFMANN Kundenbefragung Online	363
SUSANNE KÖNIG Online-Befragungen von Kindern	384
THOMAS ROESSING / TIMO GNAMBS / BARBARA STRASSNIG Online-Experimente	402
FRAUKE ZELLER Online-Forschung und Big Data	424
KLAUS JANOWITZ Netnografie	452
PATRICK BRAUCKMANN / MADELEINE BALDAUF Web-Monitoring als Instrument des Vertriebs	469
 V. DATENSCHUTZ UND ETHIK	
ALMUT PFLÜGER / HEIKO DOBEL Datenschutz in der Online-Forschung	485
NELE HEISE / JAN-HINRIK SCHMIDT Ethik der Online-Forschung	519
 VI. SERVICE	
Akteure der Online-Forschung	541
Index	565
Biografien der Herausgeber und Autoren	577

Neue Schriften zur Online-Forschung

hrsg. von der Deutschen Gesellschaft für Online-Forschung e.V. (DGOF)

Geschäftsführende Reihenherausgeber

Vertr.-Prof. Dr. Martin Welker, TU Braunschweig

Prof. Dr. Monika Taddicken, TU Braunschweig

Beratendes Herausbergremium der Gesamtreihe

Martin Emmer, Prof. Dr., Freie Universität Berlin, Institut für Publizistik-
und Kommunikationswissenschaft

Holger Geißler, Vorstand der YouGov AG

Nicole Krämer, Prof. Dr., Universität Duisburg-Essen, Fachgebiet Sozialpsy-
chologie

Jan-Hinrik Schmidt, Dr., Hans-Bredow-Institut für Medienforschung an der
Universität Hamburg

Emanuel Maxl, Dr., Managing Director at Context-Research, Wien

Werner Wirth, Prof. Dr., Universität Zürich, IPMZ – Institut für Publizistik-
wissenschaft und Medienforschung

Carsten Wunsch, Prof. Dr., Otto-Friedrich-Universität Bamberg, Institut für
Kommunikationswissenschaft

Vorwort

In den Sozialwissenschaften zeichnet sich neuerdings ein Trend ab, der in den Naturwissenschaften schon immer eine übliche Vorgehensweise darstellt: Forscher erfassen ihre Daten zunehmend mit nicht reaktiven Methoden. Der ›Königsweg‹ der Sozialwissenschaften, die Befragung, verliert aktuell an Rückhalt unter den Markt- und Sozialforschern.¹ Das ist eine bemerkenswerte und weitreichende Entwicklung. Warum?

Der digitale Strukturwandel, den wir mit dieser Buchreihe konstant begleiten, verändert mit seinen Innovationen – manche sprechen in diesem Zusammenhang von Disruptionen – nicht nur die Gesellschaft, sondern auch die Forschung. Statt von Sozialwissenschaften ist nun von »sozialer Physik« (Pentland) die Rede beziehungsweise vom »Ende der Theorie« (Anderson).² Das zeigt sich nirgends klarer als am Beispiel ›Big-Data‹-Analysen (siehe auch den Beitrag von ZELLER in diesem Band, S. 424ff.), welche die Markt- und Sozialforschung aktuell durcheinanderwirbelt. Neue Akteure wie Analysefirmen treten auf den Plan, neue Methoden treten zu älteren in Konkurrenz. Die strukturelle Veränderung von Instrumenten und Methodensets ist allerdings keine neue Entwicklung. Die Telefon-Befragung hatte seit den 1980er-Jahren die zuvor üblichen schriftlichen und mündlichen Interviews teilweise verdrängt, die Online-Befragung wurde seit der Jahrhundertwende zur bedeutenden Methode. Nun scheinen sich die Gewichte erneut, aber fundamentaler zu verschieben: weg von reaktiven Methoden, hin zu Verfahren, die eher naturwissenschaftlich üblichen Messvorgängen

1 Hier wie auch im gesamten Handbuch wird ausschließlich die maskuline Form verwendet. Es sind jedoch stets alle Geschlechter gemeint.

2 Vgl. PENTLAND, A.: *Social Physics: How Good Ideas Spread - The Lessons from a New Science*. New York [The Penguin Press] 2014; ANDERSON, C.: *The End of Theory: The Data Deluge Makes the Scientific Method Obsolete*, 2008. In: *Wired*, http://archive.wired.com/science/discoveries/magazine/16-07/pb_theory, 23.06.08. Den radikalen Forderungen von Pentland und Anderson schließt sich dieser Band nicht an.

entsprechen als sozialwissenschaftlicher Datenerhebung, wobei der Befragung nach wie vor – und aller Voraussicht nach auch zukünftig – eine erhebliche Bedeutung in der empirischen Forschung zukommt.

Das *Handbuch Online-Forschung* trägt dieser Entwicklung Rechnung, indem es diese methodischen Innovationen zusammenfasst, aber auch kritisch beleuchtet. Online-Forschung war seit ihrem Entstehen Mitte der 1990er-Jahre mit (teilweise berechtigten) Zweifeln und Verdächtigungen konfrontiert, denen sie stets mit methodischen Fachdiskussionen und damit abgesicherten Lösungen begegnete. Das vorliegende Handbuch macht keine Ausnahme. Die Autoren ziehen in ihren Texten Bilanz und stellen den derzeitigen Status der jeweiligen Methode dar. Gleichzeitig werden aber auch offene Fragen benannt und kritische Punkte diskutiert. Das Feld der praktischen Anwendungen neuer Forschungsmethoden ist weiter stark in Bewegung. Mobil handhabbare Kleincomputer und erfolgreiche Social-Media-Anwendungen sind nur zwei Faktoren, die weitere Neuerungen anstoßen.

Die insgesamt sechs Abschnitte folgen einem doppelten Pfad: Einerseits bewegen sich die Beiträge entlang des Forschungsprozesses (beginnend bei den messtheoretischen Grundlagen, Überlegungen zu Variablen und den einzelnen Methoden der Datenerhebung). Andererseits werden die einzelnen Anwendungsfelder entlang der Achse reaktiv/nicht reaktiv angeordnet. Der *erste Abschnitt* beginnt mit grundsätzlichen Überlegungen zur Position und Entwicklung des Feldes ›Online-Forschung‹. Da Begriffe immer auch Ansprüche und Abgrenzungen transportieren, werden u. a. tabellarisch nicht völlig kongruente Bezeichnungen konkurrierender Felder aufgeführt und auf ihren Gehalt hin untersucht. Daran schließt eine longitudinal angelegte Inhaltsanalyse an, die anhand aller eingereichten Vorträge der GOR-Konferenzserie zentrale Entwicklungslinien des Feldes seit 1997 nachzeichnet.

Der *zweite Abschnitt* stellt in vier Beiträgen wichtige Grundlagen der Online-Forschung vor. Dies sind zum einen zentrale methodologische Fragen des Messens und Skalierens (WELKER, S. 61ff.) sowie der Repräsentativität (ZERBACK/MAURER, S. 76ff.), zum anderen die besonderen Erhebungskontexte der Online-Panels (GÖRITZ, S. 104ff.) und der Forschung auf geschlossenen Plattformen, insbesondere des Social Web (EBLE/ZIEGELE/JÜRGENS, S. 123ff.).

Die acht Beiträge des in zwei Teilen gegliederten *dritten Abschnitts* verdeutlichen die differenzierten Erhebungsverfahren, die über Online-Forschung mittlerweile ausgeführt werden. Innerhalb des Typs ›Befragungen‹ lassen sich standardisierte Online-Befragungen (TADDICKEN/BATINIC, S. 151ff.), qualitative Online-Befragungen (KASPAR/KASTEN/GNAMBS, S. 176ff.) und mobile Online-

Befragungen (KARNOWSKI/FAHR, S. 194ff.) unterscheiden. Ebenso differenziert zeigen sich Typen der Inhaltsanalyse: Sie lassen sich in Verfahren der klassischen Online-Inhaltsanalyse (RÖSSLER/HAUTZER/LÜNICH, S. 214ff.), in die automatisierte Inhaltsanalyse von online vorliegenden Inhalten (KEYLING, S. 233ff.) sowie in mehrere Spezialfälle aufzählen. Zu letzteren gehören Netzwerkanalysen (NUERNBERGK/NEUBARTH, S. 255ff.), die Analyse von Twitter, die Inhalte, aber auch Strukturen untersucht (BÜRGER/DANG-ANH, S. 284ff.) und die inzwischen seltener eingesetzte Logfile-Analyse (WELKER, S. 303ff.).

Die acht Beiträge des *vierten Abschnitts* verbindet die gemeinsame Perspektive auf spezifische Anwendungen und praktische Anwendungskontexte der Online-Forschung. RITTER und DIERKS (S. 327ff.) erläutern das in Deutschland ökonomisch hochrelevante AGOF-Verfahren der Reichweitenmessung. Dann zeigen KLARENBERG und GEISLER (S. 345ff.) die Stärken und Herausforderungen von Mitarbeiterbefragungen sowie ALBER und HOFMANN (S. 363ff.) die Eigenheiten von Kundenfeedback-Befragungen, zwei weit verbreitete Anwendungsfelder der Online-Befragung. Bislang wenig diskutiert und beleuchtet wird hingegen eine besondere Form der Online-Forschung: die Befragungen von Kindern und Jugendlichen, die ganz eigene Anforderungen an die Gestaltung der Erhebungsinstrumente stellen (KÖNIG, S. 384ff.). ROESSING, GNAMBS und STRASSNIG (S. 402ff.) stellen Online-Experimente vor, eine eigene Anwendungsklasse der Online-Forschung, nicht nur für das Fach Psychologie. Neu und viel diskutiert sind dagegen die Verfahren, die sich großer Datenmengen bedienen, die in digitalen Netzen anfallen: »Big-Data«-Analysen eröffnen neue Perspektiven (ZELLER, S. 424ff.). Die Netnografie (JANOWITZ, S. 452ff.) arbeitet im Gegensatz zu »Big-Data« oftmals qualitativ und bildet u. a. Fankulturen ab, um auf diese Weise marktrelevante Zusammenhänge sichtbar zu machen. Schließlich zeigt das Monitoring (BRAUCKMANN/BALDAUF, S. 469ff.), dass Online-Forschung auch zur Verkaufsförderung eingesetzt werden kann.

Die zwei Beiträge des *fünften Abschnitts* widmen sich den normativen Rahmenbedingungen von Online-Forschung: den datenschutzrechtlichen Regelungen einerseits (PFLÜGER/DOBEL, S. 485ff.) und forschungsethischen Überlegungen andererseits (HEISE/SCHMIDT, S. 519ff.).

Der *sechste Abschnitt* als »Serviceteil« (S. 541ff.) stellt schließlich zentrale Akteure und Verbände der Online-Forschung vor, bietet in einem Sachregister einen nochmaligen Überblick und versammelt die Kurzlebenläufe der Herausgeber und Autoren dieses Handbuchs.

Mit dem vorliegenden Handbuch haben die Herausgeber die innovativen Aspekte sozialwissenschaftlicher Forschung in konzentrierter Form zusammen-

gestellt. Es richtet sich damit – im Sinne einer Einführung bzw. eines Grundlagenwerks – an nach Orientierung suchende Einsteiger und an Fortgeschrittene. So ist das Buch als Hilfestellung für Studierende und Lehrende gleichermaßen gedacht. Zugleich richtet es sich angesichts der Tiefe und Aktualität der Betrachtungen an Wissenschaftler, die zu konkreten Fragestellungen ihrer Forschungspraxis Antworten oder weiterführende Literatur suchen.

Die Herausgeber danken den Mitarbeitern des Herbert von Halem Verlages, die das langwierige Vorhaben wie gewohnt professionell begleitet haben. Zudem bedanken wir uns bei allen Autoren des Bandes für ihre Geduld entlang des gesamten Produktionsprozesses. Schließlich danken wir Birgit Bujard von der Geschäftsstelle der Deutschen Gesellschaft für Online-Forschung, die für den Anhang die umfangreiche Übersicht über die einzelnen Akteure erarbeitet hat.

Die Herausgeber im September 2014,
Mannheim, Hamburg, Mainz
Martin Welker, Monika Taddicken, Jan-Hinrik Schmidt und Nikolaus Jackob

I. EINFÜHRUNG

MARTIN WELKER

Normalisierung und Ausdifferenzierung von Online-Forschung – eine Einführung

Abstracts

Online-Forschung hat sich als innovatives, sozialwissenschaftlich geprägtes Arbeitsfeld etabliert. Die Offenheit des Feldes sorgt für differenzierte, teilweise konkurrierende Arbeitsbereiche und Angebote in sozial-, wirtschafts- und technikwissenschaftlichen Disziplinen: in Medien- und Kommunikationswissenschaft, Politikwissenschaft, Psychologie, Soziologie und Wirtschaftswissenschaft, aber auch in der Informatik werden online Daten erhoben, ausgewertet und aufbereitet. Der Zugriff der etablierten Fachdisziplinen auf das Forschungsfeld ist unterschiedlich stark ausgeprägt. Insbesondere in internationaler Perspektive ist keine einheitliche Terminologie zu erkennen. Trotz unterschiedlicher Benennungsstrategien hat sich für das Forschungsfeld aber ein gemeinsamer Verständniskern herausgebildet.

Online Research is an innovative field within social science research. This openness causes concurring, in some cases even similar working programs in different disciplines like media and communication, social science, psychology, economics or computer science. All these disciplines make use of online research in different approaches and tactics. However there is no agreement due to terminology: different names for similar areas puzzle researchers. Nonetheless scientists have reached a common ground on the most important methods and instruments of online research.

Keywords

Online-Forschung, Terminologie, Interdisziplinarität, Sozialwissenschaften

Literaturtipps

- LÖBLICH, M.: *Die empirisch-sozialwissenschaftliche Wende in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft*. Köln [Herbert von Halem] 2010
- SCHMIDT, J.: *Das neue Netz. Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0* (2., überarbeitete Aufl.). Konstanz [UVK-Verlag] 2011
- ZERBACK, T.; H. SCHOEN; N. JACKOB; S. SCHLERETH: Zehn Jahre Sozialforschung mit dem Internet – eine Analyse zur Nutzung von Online-Befragungen in den Sozialwissenschaften. In: JACKOB, N.; H. SCHOEN; T. ZERBACK (Hrsg.): *Sozialforschung im Internet. Methodologie und Praxis der Online-Befragung*. Wiesbaden [vs-Verlag] 2009, S. 15 - 31

1. Einführung

Die Entwicklung der Online-Forschung war in den vergangenen Jahren v. a. durch zwei Evolutionslinien¹ geprägt: zum einen durch die rasante Entfaltung neuer Forschungsgegenstände und Plattformen und zum anderen durch eine mutmaßliche Ausdifferenzierung, Kombination und Eingliederung von Online-Methoden in den bestehenden sozialwissenschaftlichen Methodenkanon. Beide Entwicklungen wurden ausgelöst durch exogene Faktoren wie die technische Entwicklung des Internets, aber auch durch wissenschaftsinterne Faktoren wie die Ausschreibung und Vergabe einschlägiger Forschungsprogramme. Die Reaktion auf Umwelteinflüsse², quasi eine Rückwirkung auf den technischen und gesellschaftlichen Fortschritt, ging einher mit einer Normali-

- 1 Zum Begriff der Evolution vgl. LÖBLICH 2010: 59. Ob ein biologistischer Evolutionsbegriff strukturell angemessen ist, mag bezweifelt werden – mit Variation, Selektion und Stabilisierung (LÖBLICH 2010: 69) können soziale Prozesse nur bedingt beschrieben werden. Evolution wird in diesem Text aber in dem Sinne gebraucht, dass Entwicklungen zu beobachten sind, die nicht allein durch individuelle, wahlfreie Entscheidungen Einzelner zu erklären sind.
- 2 Als Umweltinstanzen bezeichnet Löblich (2010: 61) »gesellschaftliche Umfelder«, von denen Druck zur Umorientierung ausgeht. Dazu zähle neben der Politik von Wissenschaft und Verbänden auch das Mediensystem mit seinen Innovationen.

sierung und ›Enthypisierung‹ des Feldes. Das Exotische wich überwiegend einer Normalisierung. Die Übernahme neuer Forschungsgegenstände und Phänomene betraf insbesondere das Web 2.0 oder Social Web (vgl. u. a. SCHMIDT 2011; JERS 2012), das inzwischen einige mächtige Plattformen und Nutzungsbereiche wie ›Facebook‹ hervorgebracht hat. Auch die Mobilkommunikation, insbesondere die weitere Verbreitung von sogenannten ›internetfähigen‹ Smartphones (vgl. HUAWEI TECHNOLOGIES DEUTSCHLAND GMBH, INITIATIVE D21 E. V. 2012: 10), erweiterte den Gegenstandsbezug der Online-Forschung.

Innovationsprozesse laufen gesamtgesellschaftlich gesehen oftmals diffusionsartig (vgl. ROGERS 2003: 5)³ ab. Auch einzelne Wissenschaftsbereiche sind davon betroffen, denn Innovationen wirken unterschiedlich schnell auf die jeweiligen Disziplinen ein und führen i. d. R. zu partiellen Impulsen. Sind Online-Strukturen, -Gegenstände und -Nutzungsformen selbst Gegenstand der Forschung, wird eine besondere Dynamik, ggf. auch Druck auf die Forscher selbst erzeugt. Da sich die Wissenschaftler neuen Phänomenen zuwenden, um relevante gesellschaftliche Fragen zu beantworten, aber auch, um sich selbst einen Wettbewerbsvorteil im wissenschaftlichen Konkurrenzgeschehen zu verschaffen, entsteht mutmaßlich nicht nur eine wachsende Breite von Themen, sondern auch unterschiedliche Blickwinkel auf diese Sujets. Dieser naheliegenden Vermutung soll dann im zweiten Teil (Kap. 1.2) empirisch nachgegangen werden, durch eine Inhaltsanalyse der bisher auf entsprechenden Fachkonferenzen präsentierten Beiträge.

Der Begriff des (Arbeits-)Feldes, der hier nachfolgend genutzt wird, ist durch wissenschaftstheoretische und soziologische Bezüge vorbelegt, insbesondere durch die der Soziologie Bourdieus (1985; BOURDIEU/HAACKE 1995). In der Medien- und Kommunikationswissenschaft wie auch in den anderen Fachgesellschaften sind die einzelnen Forschungsfelder (vgl. LÖBLICH 2010: 95) überwiegend durch Untergliederungen wie Fachgruppen oder Sektionen abgedeckt.⁴ Ohne nun den Begriff des Forschungsfeldes theoretisch zu überfrachten, kann konstatiert werden, dass auch im Falle der Online-Forschung in den vergangenen Jahren ein ge-

3 Diffusion wird von Rogers als langfristiger Prozess definiert, bei dem Innovationen durch bestimmte kommunikative Kanäle eines sozialen Systems weitergereicht werden. Dazu gehört auch die Wissenschaft.

4 In der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPK) weist wohl die Fachgruppe ›Computervermittelte Kommunikation‹ (CvK) die größte Nähe zur Online-Forschung auf.

wisses Kapital⁵ an Wissen und Kompetenzen angesammelt wurde. Dieses steht allen etablierten Fächern zur Verfügung und kann weiterentwickelt werden.

Die rasche Digitalisierung in vielen Bereichen der Gesellschaft (vgl. auch SCHWEIGER/BECK 2010: 11) hat innerhalb der etablierten Wissenschaftsdisziplinen und ihrer Fachgesellschaften interne Diskussionen über relevante Gegenstandsbereiche angestoßen, so bspw. in der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPK; vgl. BROSIUS/HAAS 2009: 169). Während die einen die »ungebrochene Bedeutung der klassischen Massenmedien für die Öffentliche Kommunikation« (ebd.) betonen, sehen die anderen die Notwendigkeit, Gegenstände, aber auch die Methoden des Faches zu erweitern. Die Erforschung von Strukturen, Medien, Inhalten und Nutzern der Online-Kommunikation erfordert allerdings ein erweitertes Methodenspektrum, das u. a. Online-Forscher zur Verfügung stellen können. Für das Arbeitsfeld der Online-Forschung sind demnach sowohl Import- als auch Exportbeziehungen zu beobachten. Dem Import von innovativen Forschungsgegenständen im Zuge der Digitalisierung steht der Export von innovativen Verfahren und Methoden in etablierte Wissenschaftsbereiche gegenüber. Das Beispiel »Web 2.0« zeigt, welche Fülle an Informationen über die Einstellungen, Meinungen, Vorlieben, Wünsche und Kritikpunkte durch Nutzer selbst generiert wird. Die Informationsfülle kann u. a. wertvolle Aspekte für die Markt- und Sozialforschung enthalten. Online-Forschung setzt sich deshalb mit Verfahren und Instrumenten auseinander, wie diese Daten erhoben, strukturiert und ausgewertet werden können.

In dieser Perspektive bedeutet ein Prozess der Normalisierung: die Eingliederung von Online-Forschung in das gängige Methodenspektrum der einzelnen Wissenschaftsdisziplinen. Dass ein solcher Prozess nicht von der Hand zu weisen ist, zeigt u. a. eine Analyse der gängigen sozialwissenschaftlichen Methodenliteratur. Am Beispiel der Sozialforschung kann abgelesen werden, wie stark die empirische Analyse von Online-Strukturen, -Gegenständen und Nutzungsvorgängen bereits ihren Niederschlag in den einschlägigen Überblickswerken gefunden hat (LEE ABBOTT/MCKINNEY 2013: 205ff.). Eine solche Normalisierung kann auch für den kommerziellen Markt der Institutsforscher beobachtet werden. Auch dort sind Online-Methoden zum normalen Methodenspektrum geworden.⁶

5 Das theoretische Kriterium, das Bourdieu nutzt, um einzelne Felder zu spezifizieren, ist das des Kapitals (SCHWINGEL 2009: 85). Die einzelnen Kapitalarten verweisen auf die Konkurrenz um begrenzte Ressourcen. Symbolisches Kapital kommt »mittels gesellschaftlicher Anerkennungsakte« zustande (ebd.: 94).

6 In der Themenauswahl der berufspraktischen Zeitschrift *Research & Results* (München) ist Online-Forschung zum Normalfall in dem Sinne geworden, dass Online-Medien, -Kommunikation und

2. Paradigma, Selbstverständnis und Begriff

Eine ›Scientific Community‹ wird üblicherweise von einem Paradigma konstituiert (LÖBLICH 2010: 26). Die wissenschaftlichen Auffassungen, die eine Community teilt, können den Charakter von Normen annehmen (ebd.). Normenbildung war bislang in der Online-Forschung v. a. im Zusammenhang mit der Entwicklung von Standesregeln für die angewandte, praktisch-kommerziell ausgerichtete Markt- und Sozialforschung zu beobachten (WELKER/WÜNSCH 2010: 488f.). Hier wurden von den Online-Forschern zusammen mit den Partnerverbänden der Markt- und Sozialforschung Kodizes entwickelt, die den besonderen Anforderungen online-gestützter Methoden gerecht werden. Dabei wurden auch die Normen des europäischen Dachverbandes ESOMAR berücksichtigt, der eine gute Forschungspraxis europaweit durchsetzen will. Dabei geht es um Operationen, die nach wissenschaftlichen Maximen ablaufen, wozu u. a. das Gebot der Transparenz zählt. Forschung sollte ihre Ergebnisse und den genommenen Weg objektivieren, also transparent und öffentlich machen. Versteckte Datenerhebungen für klandestine Zwecke und unter verdeckter Identität sind damit ausgeschlossen. Auch Datenerhebungen außerhalb der Legalität sind mit ›Forschung‹ nicht gemeint; ausgeschlossen sind auch Operationen, die gegen den Willen der Betroffenen ausgeführt werden. Online-Forscher erkennen deshalb die international gültigen Forschungskodizes an (vgl. Kap. 5).

Die Bezeichnung ›Online-Forschung‹ beruht keineswegs auf einem internationalen Konsens. Im Gegenteil ist eine breite Begriffsvielfalt zu beobachten. So existiert eine Reihe konkurrierender Benennungen mit teilweise unterschiedlichem Fokus. Das weist auf die Tatsache hin, dass das Feld nach wie vor von unklaren Grenzen geprägt ist, dass sich aber auch Differenzierungen herausgebildet haben, die nun mit jeweils eigenem Label auf den Markt kommen (vgl. Tab. 1). Neben ›Online-Forschung‹ werden häufig die fokussierten Begriffe ›Internet-Marktforschung‹ bzw. ›Online-Marktforschung‹ und die auch im deutschen Sprachraum keineswegs ungebräuchlichen englischsprachigen Ausdrücke ›Internet Research‹, ›Online Research‹ bzw. ›Online Communication Research‹ sowie etwas seltener ›Internet Science‹ und ›Web Science‹, neuerdings auch ›Digital Methods‹ (vgl. DGPUK/CVK 2013)⁷ verwendet. Zudem gibt es Fachliteratur zu be-

-Nutzung in nahezu jedem zweiten Beitrag eine Rolle spielen und auch keine eigenen Sonderflächen oder -hefte mehr belegen.

7 Digital Methods sind demnach ›Methoden der empirischen Erforschung digitaler Kommunikation‹ (ebd.).

stimmten Unterthemen wie ›Web Analytics‹ (KAUSHIK 2010) oder ›Online Panel Research‹ (CALLEGARO et al. 2014).

Im angelsächsischen Sprachraum hat sich der Begriff ›Internet Research‹ eingeschlichen.⁸ ›Research‹ weist dabei eine größere Bedeutungsvielfalt auf als das deutsche ›Forschung‹. Der Begriff ›online‹ ist historisch mit ›computerbasiert‹ bzw. ›an eine Datenfernverbindung angeschlossen‹ konnotiert. ›On-line‹ bezeichnet vordergründig einen technischen Zustand und bedeutet, über eine Leitung an einem Netzwerk angeschlossen zu sein (WELKER/WERNER/SCHOLZ 2005: 2). Über das Endgerät, das als Basis möglicher Kommunikation dient, ist damit nichts ausgesagt. In Zeiten von Digitalisierung und Medienkonvergenz spielt auch die Art der Verbindung keine Rolle mehr: Ob der Nutzer leitungsgebunden oder über Mobilfunk angeschlossen ist, ist nebensächlich. ›Online‹ beinhaltet aber neben dem technischen Zustand die Eigenschaft des ›Angeschlossenseins‹, des ›Verbunden-Seins mit Anderen‹ und ist somit eine bedeutende sozialwissenschaftliche Kategorie.

Diese Liste ließe sich sicher noch durch zahlreiche Spezialfelder erweitern, die ebenfalls Methodenbezüge aufweisen, wie ›Online-PR‹ (ZERFASS/PLEIL 2012) oder ›Web-Monitoring‹ (BRAUCKMANN 2010).⁹

TABELLE 1

Begriffe, Konnotationen und exemplarische Quellen¹⁰

allgemeiner		
Computational Social Science	Erforschung von aus computervermittelter Kommunikation resultierenden Nutzungsakten aus soziologischer Perspektive, die aufgrund der großen Datenmengen (Big Data, s. u.) nur per Computer erfolgen kann	Welser et al. 2008: 116
Internet Research	Phänomenbezogene Auffassung des Internets; oftmals: Internet als Medium; auch bezogen auf Spezialfelder wie Medical Research (bspw. <i>Journal of Medical Internet Research</i>)	Hunsinger/Klastrup/Allen 2010; http://aoir.org/about/ ; http://www.jmir.org
Internet Science	Akademisch-wissenschaftlicher Fokus; eher selten gebräuchlich	http://www.ijis.net/mission.html

8 Vgl. ZERR 2003: 8ff.; vgl. auch die Homepage der AoIR, der Association of Internet Researchers, der US-amerikanisch und kanadisch dominierten Fachgesellschaft: <http://www.aoir.org>.

9 Tabelle 1 listet die gängigsten Begriffe auf. Überschneidungen sind vorhanden, relevant sind hier aber v. a. Unterschiede zwischen den einzelnen Begriffen.

10 Sortierung in alphabetischer Reihenfolge; siehe dazu auch die Überblickswerke und Handbücher im Literaturteil.

Internet Studies	Sammelbegriff, bezogen auf empirische Studien; verweist oftmals auf Internet Research	Wellman 2004; Rice 2005; Burnett/Consalvo/Ess 2010
Online-Forschung	Internet als Gegenstand und Methode; starker Methodenbezug; akademisch und praktisch-kommerziell; reaktive und nicht reaktive Verfahren; im deutschsprachigen Raum gebräuchlicher Begriff	Welker/Matzat 2009; Welker/Wünsch 2010
Online Research	Angelsächsisches Pendant zu Online-Forschung	Batinic et al. 1999; Welker/Werner/Scholz 2005; Poynter 2010
Online Communication Research	Fokus auf Kommunikationsprozessen	Gould 2004
Web Science	WWW-bezogen, Fokus u. a. auf Technik	Berners-Lee et al. 2006; Scherfer 2008; http://webscience.org/
spezieller		
Digital Methods	Methodenbezug: empirische Erforschung digitaler Kommunikation	DGPuK/CvK 2013
Online Panel Research	Fokus auf Online-Panels, Fokus auf reaktiven Methoden, insb. Befragungen	Callegaro et al. (2014)
Online-Marktforschung / Internet-Marktforschung	Fokus auf Produkt- und Marktforschung, praktisch-kommerziell; siehe dazu bspw. das Tool ›Google Consumer Surveys‹; im deutschsprachigen Raum gebräuchlich	Theobald/Dreyer/ Starsetzki 2003; Theobald/ Neundorfer 2010;
Netnography	Fokus auf kulturellen Ausdrucksformen von Einzelnen und Gemeinschaften online; zielt teilw. auf kommerzielle Marktforschung; Schnittstellen zur Netzwerkforschung	Kozinets 2010
Web Analytics / Big Data Analytics	Clickstream Analysen; überwiegend praktisch-kommerziell, Fokus auf nicht reaktiven Erhebungsverfahren	Kaushik 2010; Theobald 2012

Das Internet ist der dominierende Faktor der Online-Kommunikation. Weil die Kategorie ›online‹ höhere semantische Flexibilität bereitstellt und gleichzeitig einen stärkeren sozialwissenschaftlichen Bezug aufweist, hat sich in Mitteleuropa der Begriff ›Online-Forschung‹ durchgesetzt.

Die us-amerikanische AoIR betonte bereits 2005 die Schwäche des Terminus ›Internet‹ (BAYM 2005: 231). Eine Ausweitung des Internets in die alltägliche Umwelt und ein Verschwinden in andere Technologien führe dazu, dass der Begriff seine organisatorische Kraft verliere.¹¹ Hunsinger hatte angemerkt, dass

11 Ähnliche Abgrenzungsschwierigkeiten sind bei den Begriffskombinationen »digitale Kommunikation« und »computervermittelte Kommunikation« festzustellen (Beck 2006: 31), wobei letzterer Ausdruck den Vorteil habe, dass er das Element der medialen Vermittlung betone, so Beck. Digital funktionieren heute nahezu alle Medien, ohne dass es der Nutzer merke. Computervermittelte Kommunikation (Computer-mediated Communication, CMC) kann dann als Online-Forschung

der »desktop computer is rapidly devolving toward an everyday appliance like a refrigerator« (2005: 278). Abgesehen von diesen Begriffsdiskussionen wird der Stellenwert des empirischen Zugangs zu Online-Gegenständen klar herausgestellt. »Online communication is not just a futuristic subject for researchers or a subject to be watched and measured. It is also a partner in conducting research« (GOULD 2004). Oder wie es Couper (2000: 464) ausdrückte: »Clearly, we stand on the threshold of a new era for survey research.«

Entsteht ein neues Forschungsfeld, wird meist schnell die Frage aufgeworfen, ob es sich denn um ein neues ›Fach‹ im Sinne einer akademischen Disziplin handelt. In einem Sonderheft der US-Zeitschrift *The Information Society* wurde im Jahr 2005 gefragt, ob Online-Forschung (*Internet Research*) ein eigenes Lehrfach (›a discipline‹) sei. Wissenschaftler aus den Fächern Medien- und Kommunikationswissenschaft, Soziologie, Informatik, Sprach- und Literaturwissenschaft destillierten aus ihren jeweiligen Fachperspektiven Antworten. Die Überlegungen und Erwägungen entfalteten das Panorama eines Forschungsfeldes, das nicht ›Fach‹, aber mehr als ein diffuses Arbeitsgebiet geworden ist. Baym¹² stellte ihr Fazit an den Beginn des Heftes:

»The answer to the question of whether Internet studies, or information and communication technology (ICT) research more broadly, might be considered a discipline is a clear ›no‹. [...] Internet research does meet *some* of these criteria – we have an association that offers face-to-face meetings [...], and an increasingly wide range of journals, including this one, as well as *New Media & Society*, *Information Communication and Society*, *Cyberpsychology and Behavior*, *Social Science Computer Review*, *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, and others« (BAYM 2005: 229; Hervorhebungen im Original).

Internet Researcher seien dennoch weit von dem Status entfernt, der etablierten Fachgesellschaften anhafte. Etablierte Fächer verfügten über bestimmte Merkmale:

- Gesellschaften oder Fachvereinigungen, die regelmäßige Konferenzen oder Treffen abhalten, um sich wissenschaftlich auszutauschen. Diese Gesellschaften sind meist Träger von Fachzeitschriften, wobei einige davon üblicherweise als ›flagship journals‹ bezeichnet werden.
- Eine klare akademische Organisationsform mit Lehrstühlen, Fakultäten oder Forschungszentren, oder anders ausgedrückt: Personal und Gebäude.

i. w. S. bezeichnet werden, wenn es eben um Online-Kommunikation geht. Wie nun das Grundlagenbuch von Beck eindrucksvoll demonstriert, scheint dieser Teil der forschungsintensivere bzw. interessantere Teil der CMC zu sein. Der Unterschied zwischen CMC und Online-Forschung liegt in der Inter- und Transdisziplinarität (siehe unten).

¹² Frühere AoIR-Vorsitzende.

- Einen intellektuellen Kern; das sind zentrale Themen, eine gemeinsame Terminologie mit allgemein anerkannten Definitionen und ein Literaturkanon, die dem Fach zugeordnet werden,
- sowie (was Baym nicht aufführte, aber dennoch wichtig ist) ein Set von Methoden und Werkzeugen, welche fachspezifische Attribute und eine charakteristische Leistungsfähigkeit aufweisen.

Somit wird deutlich, dass Online-Forschung kein akademisches Fach, sondern ein Forschungsfeld ist, das innerhalb etablierter Fächer betrieben wird:

- a. Seit 1997 findet mit der GOR zwar eine international orientierte Konferenzserie zum Thema ›Online-Forschung‹ statt. Die DGOF fördert seit dem Jahr 2005 eine Zeitschrift, die sich speziell der Online-Forschung verschrieben hat (*International Journal for Internet Science, IJIS*¹³). Sie arbeitet mit anderen Organisationen an Standards der Online-Forschung und befördert mit der Buchreihe *Neue Schriften* den Wissensaustausch.
- b. Online-Forschung findet aber nach wie vor in vielen Disziplinen statt, in akademisch etablierten Fächern. So gibt es in Europa bislang wenige spezifische Professuren, geschweige denn Fakultäten, die sich der Online-Forschung widmen. Eine curriculare Ausbildung findet im Rahmen etablierter Studiengänge wie ›Marktforschung‹ oder als Teil empirischer soziologischer Ausbildung statt. Punktuelle Schulungen zum Thema Online-Forschung werden von privaten Forschungsinstituten oder Struktureinrichtungen¹⁴ angeboten.

Dennoch wurden in den vergangenen Jahren Institute gegründet, die sich mit der Rolle des Internets in der Gesellschaft beschäftigen. Herauszuheben sind in diesem Kontext

- das Berliner Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft. Das Institut will innovative wissenschaftliche Forschung im gesamten Themenbereich Internet und Gesellschaft fördern (<http://www.hiig.de/das-institut/>).
 - das Institut WeST - Web Science and Technologies an der Universität Koblenz-Landau, dessen Forschung aber überwiegend technisch ausgerichtet ist.
- c. Unterhalb von Institutsstrukturen wurden zudem Promotionskollektive eingerichtet wie die Forschergruppe ›Communication and Digital Media‹ an der Universität Erfurt; im internationalen Maßstab sind zu nennen
 - das Berkman Center for Internet & Society, in Harvard, USA, oder auch

¹³ <http://www.ijis.net>

¹⁴ GESIS Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften.

- das Oxford Internet Institute, University of Oxford in Großbritannien, die beide eine breite Forschung zu allen gesellschaftlichen Aspekten des Internets betreiben.
- d. Ein zentrales Thema der Online-Forschung ist das kritische Prüfen neuer Methoden und Instrumente, die fortwährend durch innovative Prozesse im Zusammenhang mit digitaler Kommunikation entstehen. So wird aktuell nach der Tauglichkeit und Verlässlichkeit von sogenannten »Big-Data«-Analysen gefragt (WELKER/KLOSS 2014: 40 und den Beitrag von ZELLER in diesem Band, S. 424ff.). Zunehmend werden heute Forschungsinstrumente in Web-2.0-Kontexten überraschend innovativ angewendet.
- e. Ein Set von Methoden und Werkzeugen lässt sich inzwischen zweifelsfrei ausmachen. Dies trifft zum einen auf Online-Forschung im engeren Sinne zu: Methoden wie Online-Befragungen, Logfile-Analysen oder Beobachtungen von Nutzern in digitalen Umwelten sind in diesem Feld entwickelt und verbessert worden und gehören nun zum Kanon der gesamten sozialwissenschaftlichen Forschung.¹⁵ Themen wie Demokratisierung, Mediatisierung, Partizipation oder auch Datenschutz gehören zum festen Repertoire von Online-Forschung im weiteren Sinne.

3. Praxiseinsatz von Online-Forschung

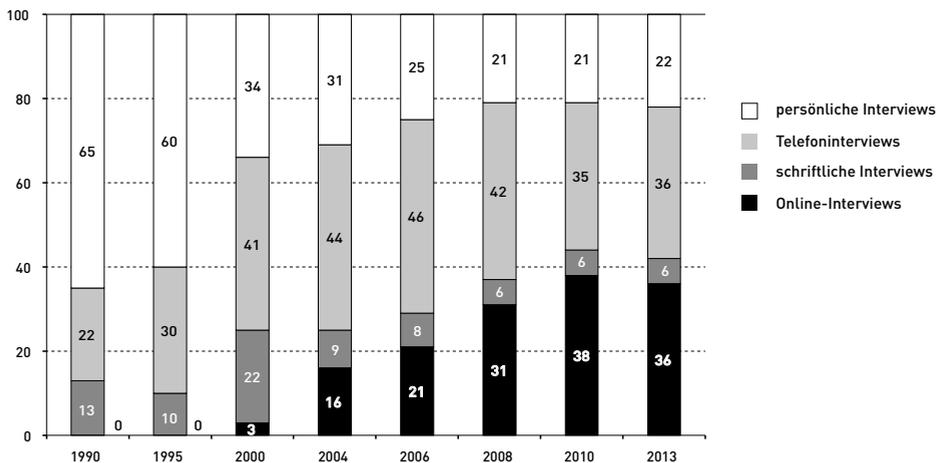
Eine Gesellschaft, die sich immer stärker auf das Internet verlässt, ja geradezu abhängig von komplexer Vernetzung ist, kann es sich in der empirischen Sozialforschung nicht leisten, auf netzbasierte Methoden zu verzichten. Werbung im Internet ist inzwischen allein in Mitteleuropa zu einem Milliardengeschäft geworden. Alle Beteiligten wollen aber wissen, in was sie ihr Geld investieren und fragen deshalb verlässliche Daten nach. Diese müssen mit entsprechenden Methoden und Verfahren ermittelt werden. Die AGOF (vgl. den Beitrag von RITTER/DIERKS in diesem Band, S. 327ff.) hat aus diesem Grund ein komplexes System aufgebaut, mit dem Nutzungswahrscheinlichkeiten errechnet werden können. Das System liefert Reichweiten- und Strukturdaten für alle relevanten Websites und ihre Belegungseinheiten, macht diese in Mediaplanungs-Tools zählbar und schafft so die Voraussetzungen für eine verlässliche Mediaplanung.

¹⁵ Insofern ist Online-Forschung mehr als ein passives Bindestrich-Feld. Sie empfängt nicht nur Impulse von unterschiedlichen Fächern, sie liefert zahlreiche Anregungen, indem sie neue Verfahren und Methoden zur Verfügung stellt.

Der ADM, der Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute, weist in einem langjährigen Vergleich die Anteile einzelner Datenerhebungsarten an quantitativen Interviews aus (vgl. Abb. 1). Obwohl die Zahlen auch die Veränderung der Institutslandschaft widerspiegeln, zeigt die Übersicht eine deutliche Zunahme von Online-Interviews. Innerhalb von 15 Jahren stieg deren Anteil von 0 Prozent im Jahre 1995 bis auf 38 Prozent in 2010, überflügelte damit die schriftlichen Interviews und zog mit dem Anteil an Telefoninterviews gleich. In den vergangenen drei Jahren ist eine Plafondierung im Sinne einer Normalisierung eingetreten. Im kommerziellen Bereich gibt es einige Felder, in denen Online-Methoden inzwischen vorrangig eingesetzt werden: Für Mitarbeiterbefragungen oder auch Ad-hoc-Überprüfungen von Werbe- und Produktkonzepten ist Online-Forschung das erste Mittel der Wahl (vgl. WENZEL/HOFMANN 2005: 26).

ABBILDUNG 1

Quantitative Interviews der Mitgliedsinstitute des ADM nach Befragungsart; 1990 bis 2010



Quelle: ADM; eigene Darstellung

Auch im akademischen Bereich wird auf Methoden der Online-Forschung, insbesondere auf die Online-Befragung zurückgegriffen. Das liegt unter anderem an der leichten Zugänglichkeit insbesondere für Studierende und der vordergründig einfachen Handhabbarkeit. Welche Steigerung die Beschäftigung mit Online-Befragungen im Vergleich zu Telefonstudien erfahren hat, zeigen Lee, Fielding und Blank (2008: 10) in einer Begriffsrecherche. Von 1994 bis 2006 hat die Häufigkeit der Nennung von Online-Befragungen in wissen-

schaftlichen Texten nahezu die Frequenz der Nennung von telefongestützten Befragungen erreicht.

Während Online-Forschung in ihrem methodisch-praktischen Einsatz inzwischen unbestritten ist, gibt es nur wenige Theoriekerne. Das entscheidende Manko besteht in den prominenten, originären Theorien¹⁶ mittlerer Reichweite, die der Online-Forschung bislang fehlen bzw. ihr nicht zugerechnet werden können. Diejenigen Entwürfe, die im Zusammenhang mit dem Internet und der Vernetzung der Gesellschaft genannt werden, haben eher den Charakter von Supertheorien und sind für eine direkte empirische Umsetzung ungeeignet.¹⁷ Weil auch diese Theorien und Theoriebausteine als der Psychologie, der Soziologie, oder der Medien- und Kommunikationswissenschaft zugehörig erkannt werden, bleibt es zukünftigen Forschungsarbeiten vorbehalten, gemeinsame Linien und übergreifende Strukturen auszumachen, herauszuarbeiten und möglicherweise die Summe der Teile gewinnbringend zu verbinden. Zwingend wird dieser Entwicklungspfad aber nicht sein. Er wird abhängen von der Leistungsfähigkeit und Problemlösungskompetenz der angesprochenen Einzeldisziplinen. Diese haben es sich schon länger zur Aufgabe gemacht, Online-Phänomene auch theoretisch zu beleuchten und dabei Nachbardisziplinen unter ihrem Dach einzubeziehen.

4. Beispiele online-bezogener Theorien

So ist der kommunikationssoziologische Sinnzusammenhang Gemeinschaft und Internet ansatzweise erschlossen und theoretisch nicht andiskutiert. Es gibt erste Ausarbeitungen einer allgemeingültigen Internetsoziologie (CASTELLS 2010). Wird das Internet lediglich als Medium¹⁸ begriffen, betont Beck (2010: 32)

16 Theorie wird hier als Bezeichnung für ein wissenschaftliches Lehrgebäude gebraucht, ohne Rücksicht auf die Methoden, mit denen es gewonnen wurde, oder auf seinen Gegenstand. In diesem Sinne wird in der Pädagogik von einer ›Theorie der Bildung‹ oder in der Soziologie von ›Kritischer Theorie‹ gesprochen (SEIFFERT 1992: 368).

17 Zu nennen sind hier beispielhaft (in alphabetischer Reihenfolge) Manuel Castells' Trilogie zur Netzwerkgesellschaft (2010), Vilém Flusser: *Theorie der Telematik*, die Strukturations- und Dynamisierungstheorie von Anthony Giddens, Nicholas Negropontes eher populärwissenschaftliches Werk *Total Digital* und Howard Rheingold: *Virtuelle Gemeinschaft* von 1994. Unter Marketing- und Managementstrategen haben Chris Anderson: *The Long Tail*, Thomas L. Friedman: *The World is Flat* und Tim O'Reilly (2005) mit einem Essay: *What Is Web 2.0?* für theoretischen Input gesorgt. Deutschsprachige Arbeiten, die den Theoriehorizont geöffnet haben, sind sicherlich Nicola Döring: *Sozialpsychologie des Internet*, Joachims Höflich: *Mensch, Computer und Kommunikation* aus dem Jahr 2003 (und frühere Arbeiten zum Computer als Hybridmedium), Jan Schmidt: *Der virtuelle lokale Raum*, bereits sehr früh Frank Weinreich: *Moderne Agoren*. Diese Liste ist sicher nicht vollständig.

18 Verwendet wird auch der Ausdruck ›Netzmedium‹.

das Defizit dieser Sichtweise und verweist auf den besonderen Charakter der netzwerkgestützten Kommunikation, die es rechtfertige, »Öffentlichkeit als Prozess« (ebd.) zu begreifen. So sei es entscheidend, wechselnde Kommunikationsrollen annehmen zu können. Das »Internet [lediglich] als Medium« (ebd.: 33) zu fassen, sei zu undifferenziert. Gerade die Online-Forschung zeigt nun aber den Mehrfachcharakter des Internets: Es ist Medium, aber auch Methode.

Welche theoretische Spannweite zu beobachten ist, zeigen einige exemplarische Literaturbeispiele: Zunächst der im Jahr 2005 von Jäckel und Mai vorgelegte Band zur *Online-Vergesellschaftung*. Der Band sei »ein Baustein im Gebäude der Mediensoziologie, und zum Teil auch in dem der Techniksoziologie [...]. Die von soziologischen Klassikern ausgehenden systemtheoretischen, netzwerkanalytischen, informationswirtschaftlichen oder auch techniksoziologischen Annäherungen an den Themenkomplex der ›Online-Vergesellschaftung‹ eröffnen ein breites Spektrum weiterführender Fragestellungen«, heißt es in der Einführung. Die Autoren haben hier also einen legitimen und gängigen Weg beschritten: Sie prüften die Klassiker ihrer Zunft, um die neuen Phänomene, die Gesellschaft und Staat herausfordern, verstehbar zu machen und in den Griff zu bekommen. Einen ähnlichen Weg beschritt Thiedeke (2004) in seiner *Soziologie des Cyberspace*: Die Autoren suchten ebenfalls über die Soziologie Zugänge zu »Digitalisierung und Computierung [sic!] [und der damit] einhergehende[n] Virtualisierung« der Gesellschaft (ebd.: 5) und hatten den Anspruch, über beschreibende Kategorien hinausweisend, eine »Systematik der Beobachtung und Beschreibung des Cyberspace« (ebd.) zu entwickeln. Kommunikation und Handlung im Internet seien nunmehr als kongruent ist begreifen. Kommunikationen im Netz seien soziale Tatsachen. »Der Versuch, einen umfassenden *soziologischen* Beobachtungsansatz zu entwickeln, gelingt jedoch nicht auf Basis einer hermetischen Fachperspektive« (ebd.). Das ist auch kein Wunder: Weil sich Soziologie im eigenen Fachverständnis als »erklärende, theoretisch angeleitete, empirische kontrollierte und dadurch aufklärende und praxisrelevante ›Wirklichkeitswissenschaft‹« (ESSER 1996: 11) definiert, sind Online- und Internetphänomene als neue gesellschaftliche Erscheinungsformen legitime Forschungsgegenstände. Diese sind jedoch mit so vielen Bezügen verknüpft, dass – um nicht beliebig zu werden – eher eine Abgrenzung als die Anschlussmöglichkeit geprüft wird. Auch andere Fächer betrachten diese Gegenstände aus ihrer jeweiligen Fachperspektive und treten dann in Konkurrenz zueinander.¹⁹

19 Auf eine Anwendung und Diskussion dieser Beobachtungen mithilfe des Begriffsinstrumentariums von Luhmann wird hier verzichtet, da dies nicht das Erkenntnisinteresse des Aufsatzes ist.

Ferner sei hier der Band von Hepp et al. (2006) genannt. Er diskutiert aus medien- und kommunikationswissenschaftlicher Perspektive medialen und kulturellen Wandel unter Zuhilfenahme neuer Konzepte, die eine vernetzte Welt zur Voraussetzung haben. Dabei entwickelt der Band keine geschlossene Theorie, wie die Herausgeber in ihrer Vorrede betonen. Was die Autoren aber verbinden würde, sei die kritische »Auseinandersetzung mit den Schlüsselkonzepten Konnektivität, Netzwerk und Fluss, um die verschiedenen sozialen und kulturellen Transformationsprozesse der Gegenwart« zu verstehen (HEPP et al. 2006: 12). Das ist kein Spiel mit Buzz-Words. Im Gegenteil fordert Krotz (2006: 38) eine Rückbesinnung auf Theorien, die sich mit der Lebens- und Alltagswelt der Menschen befassen, weil dort die Konstruktion von sozialen Beziehungen, von Sinn und Bedeutung stattfindet. »In diesem Zusammenhang können die digitalen Medien als ein [...] Netz von Möglichkeiten und Kommunikationsflüssen beschrieben werden, das sich zunehmend mit den schon vorher existierenden Formen von Kommunikation verschränkt und vermischt« (ebd.).

Schmidt (2011: 49) sieht den situativen Gebrauch des »neuen Netzes« (ebd.) von drei strukturellen Dimensionen gerahmt: durch Regeln, Relationen und Code. Er sieht durch diese strukturierende Erweiterung die Möglichkeit, den »stark anwendungs- bzw. formatzentrierten Blick« (ebd.) der Online-Forschung zu weiten. Die Besonderheit, dass jeder Einzelne im Netz formatübergreifend Identitäts-, Beziehungs- und Informationsmanagement betreiben könne, schütze vor einer rein anwendungszentrierten Perspektive (SCHMIDT 2011: 50). Rechtliche Vorgaben, Vernetzungen bzw. Beziehungen und technische Voraussetzungen prägen demnach den situativen Gebrauch (ebd.). Die Beschreibung der drei genannten strukturellen Dimensionen muss von mehreren Disziplinen zusammen geleistet werden: von der Rechts- und Politikwissenschaft, der Soziologie, der Medien- und Kommunikationswissenschaft sowie der Informatik.

In diesen Beispielen spiegelt sich der Versuch wider, mit Konzepten und Begriffen, die sich aus der fortschreitenden technischen und sozialen Vernetzung speisen, Lösungen zum Verständnis der Gesellschaft anzubieten. Wenn es tatsächlich einen Schlüssel zu einer theoretisch fundierten Online-Forschung gäbe, dann müsste er hier gesucht werden. Die Notwendigkeit für Einzeldisziplinen, Fachgrenzen zu überschreiten, wird sich nun möglicherweise stärker konkretisieren, wenn die Problemlösungskompetenzen der jeweiligen Einzelfächer erschöpft sind. Bis dahin mag es die vornehmliche Aufgabe der Online-Forschung sein, den Dialog zwischen den Vertretern der Fachrichtungen zu fördern und deren Erträge interdisziplinär bekannt zu machen. Dazu kann auch das Internet selbst wieder eingesetzt werden. Interdisziplinäre Plattformen wie das von der EU geförderte

Projekt WebSM (www.websm.org) sind ein Beispiel dafür, wie fachübergreifende Transparenz und Zusammenarbeit erzeugt werden können.

Ob aber die Strategie, die Jones (2005: 233ff.) in der Zeitschrift *Information Society* vorschlägt, Erfolg versprechend ist, darf bezweifelt werden: Eine Emergenz von ›Internet Research‹ sei, so Jones, vor allem mittels einer historischen Umdefinition und Ausweitung auf die Medien- und Kommunikationswissenschaft zu erreichen. So würden Arbeiten aus dem 19. Jahrhundert zum Telegrafen ex-post zu Internet Research: »By broadening our roots we may expose the contours of a larger terrain. Research in technologically and electronically networked communication has a long history in many fields, and has, in one way or another, likely influenced everyone presently doing Internet research. The common threads of inquiry, method, and theory of the precursors to Internet research make up a good place for us to begin to build the vocabularies we need to communicate with one another about our interests, ideas and studies« (ebd.).

5. Online-Forschung als interdisziplinäres Feld

Wenn sich also abzeichnete, dass neue gesellschaftliche Probleme (auch im Sinne von Forschungsfragen) innerhalb einzelner Fächer nicht zufriedenstellend gelöst werden könnten, wäre dies ein Grund, die etablierten Grenzen der Disziplinen zu überschreiten, bzw. mehrere Disziplinen für die Lösung bestimmter Probleme zusammenzubringen, wie es heute in vielen naturwissenschaftlichen Gebieten geschieht. Leider scheinen Wissenschaftler nicht selten auch Abwehrmechanismen gegenüber dieser Art von Zusammenarbeit entwickelt zu haben:

»The disciplines encapsulate and defend a territory of knowledge, some of which is heavily contested among the disciplines. This territoriality also leaves gaps and unclaimed spaces. In the contested territories, interdisciplinary possibilities arise and encapsulate certain issues and topics that cannot be captured by the disciplines alone. These disciplinary and interdisciplinary spaces are important specialties for Internet research, and their perspective in regard to the Internet is beginning to be recognized by larger audiences« (HUNSINGER 2005: 277).

Inzwischen betonen die meisten Autoren (siehe u. a. WELSER et al. 2008: 122; BURNETT/CONSALVO/ESS 2010: 2) den interdisziplinären Charakter der Online-Forschung, ohne freilich die Schwierigkeiten zu nennen, die mit einer solchen Zusammenarbeit verbunden sind. In diesem Verständnis kann Online-Forschung als interdisziplinärer Nukleus eine wichtige Aufgabe übernehmen. Kommunikation über Fachgrenzen hinweg zeigt Forschern oftmals neue Lösungsmöglich-

keiten (auch innerhalb ihrer eigenen Disziplin) auf und öffnet bislang etablierte Fachkreise.²⁰

ABBILDUNG 2

Interdisziplinäre Bezüge der Online-Forschung: Beispiele



Quelle: nach Welker/Matzat 2009: 34

Das international anerkannte Fach ›Computer Science‹ entspricht in etwa dem deutschen Fach ›Informatik‹. Das Computing Classification System regelt die einzelnen Subgebiete und ordnet sie in Sektionen. Sektion H befasst sich mit Informationssystemen. Dies schließt Datenmodelle, Datenbank-Management, Retrieval-Forschung, Anwendungen und Datenpräsentation mit ein. Ein weiteres Fach ist ›Information Science‹, was im Deutschen mit ›Informationswissenschaft‹ übersetzt werden kann, ein Gebiet, das seit den 1950er-Jahren wächst. Informationswissenschaft wird an deutschen Hochschulen auch mit anderen Fächern wie Bibliothekswissenschaft gelehrt. Im Zentrum stehen Methoden und Werkzeuge zur Erschließung, Speicherung und Aufbereitung von Wissen. Querschnittsfelder wie Business Intelligence (die Zusammenführung von unternehmenswichtigen Daten) oder Data Mining (die Auswertung und Nutzbarmachung von unterschiedlichen Datenbeständen mithilfe fortge-

²⁰ Die Fachgruppe Computervermittelte Kommunikation (CvK) der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft hat nicht ohne Grund eine Reihe ihrer Tagungen in Kombination mit anderen Fachgruppen der Gesellschaft durchgeführt.

schrittener Methoden der Statistik) sind sowohl in der Informatik als auch in der Wirtschaftswissenschaft zu finden.

Zusätzlich zur Leistung eines interdisziplinären Dialogs hat Online-Forschung den Aspekt einer Transdisziplin. »A transdisciplinary field is one defined by the globality of its object of study, combined with the complex, emergent, and changing nature of that object« (HUNSINGER 2005: 277). Transdisziplinär bedeutet, einen bewusst und methodisch organisierten wechselseitigen Transfer von Theorie- und Praxiswissen zu bewerkstelligen (DEFILA/GIULIO 1998). Im Idealfall werden sich das Methodenwissen der Wissenschaft und das Erfahrungswissen der Praktiker miteinander verbinden. Beide Gruppen finden über eine gemeinsame Problemsicht und Sprache gemeinsame Lösungen. Online-Forschung war seit ihren Anfängen Mitte der 1990er-Jahre in diesem Sinne ›theoria cum praxi‹. Der vorliegende Band ist diesem Prinzip ebenfalls verpflichtet. Theorie- und Praxiswissen gehen eine symbiotische Verbindung ein.²¹

6. Online-Forschung als komplementäres Feld

Online-Forschung ist keine überwiegend *technisch* geprägte Disziplin. Vielmehr steht der Mensch im Mittelpunkt. Online-Forschung ist, wie oben ausgeführt, interdisziplinäre und anwendungsbezogene Markt- und Sozialforschung, die allenfalls technisch inspiriert ist. Insofern unterscheidet sie sich von Fächern wie der Informatik, die sich mit Online-Netzen vornehmlich unter dem Aspekt der technischen Machbarkeit beschäftigt. Bei Online-Forschung sind immer Menschen betroffen, d. h., es geht um menschliches Handeln und/oder Verhalten, das über oder im Netz erfasst und erforscht wird. Online-Forschung in diesem Verständnis ist auch keine Maschine-zu-Maschine-Kommunikation (vgl. BUNDESMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT UND TECHNOLOGIE 2011: 13f.). Wenn Daten über Netze erfasst werden, die von Maschinen oder Maschinenprozessen stammen, wie dies bei der Fernwartung, der Fernüberwachung oder anscheinend auch bei der algorithmischen Börsenkursbeeinflussung (SCHIRRMACHER 2013: 155) der Fall ist, handelt es sich nicht um Online-Forschung in unserem Verständnis.

Zusammenfassend kann also gesagt werden, dass Online-Forschung ein sozialwissenschaftlich fundiertes, technisch inspiriertes, interdisziplinäres For-

²¹ Eine praxisorientierte, anwendungsbezogene Forschung mit theoretischer Reflexion zu verbinden ist der Anspruch der DGOE.

schungsfeld ist. Wichtige Impulse kamen von Wissenschaftlern aus den Disziplinen Medien- und Kommunikationswissenschaft, Psychologie, Soziologie sowie Wirtschaftswissenschaften, etwas weniger aus der Informatik. Geistes- und Naturwissenschaftler übten hingegen bisher eher selten direkten Einfluss aus.

Benachbarte und komplementäre Forschungsgebiete sind die computervermittelte Kommunikation innerhalb der Medien- und Kommunikationswissenschaft, die Netzwerkforschung der Soziologie, bestimmte Bereiche der Sozial- und Wirtschaftspsychologie sowie Teile der Verhaltens- bzw. Kognitionsforschung innerhalb der Psychologie.²² Alle genannten Fächer haben sowohl Methodenwissen in die Online-Forschung eingebracht und gleichzeitig von dieser Disziplin profitiert, indem diese Online-Methoden für ihre eigenen empirischen Forschungsvorhaben, also diese quasi als Hilfswissenschaft eingesetzt hat. Ferner wurde das Internet als Gegenstand und Medium in diesen Disziplinen intensiv erforscht.

In aller Kürze kann die komplementäre Beziehung des Feldes für die Medien- und Kommunikationswissenschaft beschrieben werden. Gould (2004) hält sogar »Mass communication research dealing with the Internet and World Wide Web [...] an excellent opportunity to track the changes of focus within [the whole] discipline.« Seit etwa Mitte der 1990er-Jahre befassen sich im deutschen Sprachraum Wissenschaftler dieser Disziplin verstärkt mit computervermittelter Kommunikation und dem Phänomen der Vernetzung. Dabei wurden die neuen Forschungsgegenstände (wie E-Mail, elektronische Foren oder auch Newsgroups) zunächst entlang der Begrifflichkeit des Fachs geprüft und in einen jeweils spezifischen Theoriezusammenhang gebracht. So wurden zunächst fachspezifische Begriffsklärungen vorgenommen. Fragen wie: »Können Computer und Computernetze als Medien bezeichnet werden?«, »Ist das Internet ein Massenmedium?«, »Was heißt computervermittelte Kommunikation, was Interaktivität?«, wurden vor allem nach 1995 breit diskutiert. Alsdann wurde der Versuch unternommen, die neuen Phänomene in den klassischen Theorie- und Begriffskanon des Fachs einzubauen und sie damit medien- und kommunikationswissenschaftlich zu begreifen (vgl. dazu BERGHAUS 1999). Dabei traten zahlreiche Schwierigkeiten und Dilemmata auf (BECK 2006: 28f.), die durch die Einführung neuer Begriffe

22 Reips/Lengler (2005: 5) hatten eine Auswertung der »Web Experiment List« vorgenommen, einer bei Psychologen beliebten Archivliste. 100 Web-Experimente stammten aus dem Bereich der kognitiven Psychologie, 90 aus der Sozialpsychologie, 25 aus der Wahrnehmungspsychologie und jeweils 10 aus den Bereichen klinische, Entwicklungs- und Neuropsychologie. Obwohl diese Auswertung sich ausschließlich auf internetgestützte Experimente bezog, gibt diese einen Eindruck, in welchen Bereichen besonders häufig auf Methoden der Online-Forschung zurückgegriffen wird.