

„Klicken und Tippen“ – neue Wege in der empirischen Praxis

Zur Theorie und Praxis von Onlineforschungen

Was Online-Forschung bzw. -befragungen sind und welche Auswirkungen diese Instrumente auf den gesamten Forschungsprozess haben, ist noch relativ ungeklärt. Auf Basis verschiedener Quellen und Erfahrungen aus eigenen Projekten wird in diesem Beitrag einzelnen Effekten der Online-Forschung unter verschiedenen Perspektiven, wie beispielsweise den Gestaltungsoptionen, der Gewährleistung von Anonymität und Datenschutz, der digitalen Spaltung nachgegangen. Ein (selbst-)kritischer Blick auf das veränderte Forschungsverhalten der Erwachsenenbildung ist vor dem Hintergrund der rasanten Zunahme computervermittelter Kommunikation (CMC = Computer Mediated Communication) zwingend notwendig.

1. Einleitung

Die permanenten technologischen Veränderungsprozesse führen nicht nur zu neuen Lernformen/-kulturen in konkreten Lehr-/Lernsettings, sondern auch zu einer modifizierten Kultur empirischer Forschung. Über 600 Millionen Menschen weltweit (vgl. van Eimeren u. a. 2003, S. 338) können auf das Internet zugreifen – und Forscher/innen können über das WWW schnell, direkt und kostengünstig mit zahlreichen potenziellen Forschungsteilnehmenden über onlinefähige Befragungstools in Kontakt kommen. Liegt darin eine Chance für die empirische Sozialforschung? Kann man klassische Forschungsinstrumente 1:1 auf das Internet übertragen? Inwieweit entstehen neue Forschungsszenarien? Was Online-Forschung bzw. -befragungen sind und welche Auswirkungen diese Instrumente auf den gesamten Forschungsprozess haben, ist noch relativ ungeklärt (vgl. Gräf 1999 a). Nach einer Hochphase um das Jahr 2000 fokussierte sich die Online-Forschung auf die Marktforschung. Für den geisteswissenschaftlichen Bereich befindet sie sich immer noch am Anfang. In der Weiterbildung etablierte sich bisher der Fragebogenversand im .doc-, .rtf- oder .pdf-Format per E-Mail und die Kennzeichnung von Fragebogendownloads auf Homepages.

Auf Basis verschiedener Quellen und Erfahrungen aus eigenen Projekten wird im Folgenden einzelnen Effekten der Online-Forschung unter spezifischen Perspektiven, wie beispielsweise den Gestaltungsoptionen, der Gewährleistung von Anonymität und Datenschutz, der digitalen Spaltung und deren Konsequenzen für die Weiterbildung nachgegangen. Ein (selbst-)kritischer Blick auf das veränderte Forschungsverhalten in der Erwachsenenbildung ist vor dem Hintergrund der rasanten Zunahme computervermittelter Kommunikation (CMC = Computer Mediated Communication) zwingend notwendig.

2. Aktuelle Forschungspraxis

Bisher kommen vorrangig die „klassischen“ sozialwissenschaftlichen Forschungsmethoden über das Internet zur Anwendung, insbesondere quantitative Verfahren, wie z. B. das des standardisierten Fragebogens. Zum einen fördert die vereinfachte Erstellung der Datenmasken den Trend zur Online-Forschung, zum anderen erleichtern häufig dahinter liegende Analysesoftware den Forschungsprozess. Überdies können die (Forschungs-)Zielgruppen direkt angesprochen bzw. angeschrieben werden, desgleichen stellen sich zufällige Teilnehmer/innengruppen für Studien automatisch „per Klick im Netz“ zur Verfügung. Die Faszination (Vorteile) von Online-Befragungen im „klassischen Design“ liegt in der Zeitersparnis, der Geschwindigkeit, dem geringen finanziellen Risiko, der größeren Reichweite oder der vereinfachten Auswertungs- und Analyseverfahren.

Im Rahmen qualitativer Forschungsdesigns ist die interaktive Nutzung der CMC noch sehr verhalten. Für die Erwachsenen-/Weiterbildung, die zahlreiche nachhaltige Forschungsergebnisse insbesondere über qualitative Erhebungen gewinnen konnte, eröffnen sich hier neue empirische Forschungs- und Praxisfelder. Im Zuge der verstärkten Triangulationsforschung sind alle Online-Verfahren nochmalig genau zu analysieren. Zu hinterfragen sind nicht nur die theoretischen forschungsmethodischen Beziehungen, sondern auch die Vernetzung der unterschiedlichen Formen der Online-Forschung. Grundsätzlich ist anzumerken, dass die Ausbildung geeigneter qualitativer Online-Verfahren stets vor dem Hintergrund der technischen und didaktischen Entwicklungsfortschritte kollaborativer und kommunikativer Tools, wie Chat, Forum, Whiteboard etc. betrachtet werden muss.

Dass eine moderne empirische Sozialforschung, qualitative und quantitative Online-Forschung, auch zukünftig den allgemein anerkannten wissenschaftlich-ethischen (Qualitäts-)Standards entsprechen muss, sollte selbstverständlich sein (vgl. ADM e. V. 2001). Dennoch muss man dieses Anliegen explizit in Bezug auf die veränderten Beteiligungsformen der Beforschten kritisch reflektieren. Ausschließlich Internet-User sind an wissenschaftlicher Online-Forschung beteiligt. Und die Teilnahme wird durch einfache Handhabung, grafische Anregungen und verschiedene Anreizsysteme (Verlosung; Preise) erleichtert und gefördert. Im Abschnitt 3.2 wird auf die von Dzeky ausführlich diskutierten ethischen Probleme netzbasierter Datenerhebungsmethoden verwiesen. Er präsentiert in seinem Artikel abschließend eine Ethik-Checkliste, die als Anhaltspunkt für Online-Befragungen und -Forschung dienen kann (vgl. Dzeky 2001). Zu vermuten ist, dass insbesondere Marktstudien diesen Anspruch aufgrund ihrer spezifischen Ziele vernachlässigen.

2.1 Begriffsklärung

Wie definieren sich nun Online-Forschung bzw. -Befragung? Nach der Definition des Arbeitskreises Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e. V., der Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute e. V., des Berufsverbandes Deutscher Markt- und Sozialforscher e. V. und der Deutschen Gesellschaft für Online-Forschung e. V. sind Online-Befragungen, Befragungen „... bei denen die Teilnehmer den ...

- auf einem Server abgelegten Fragebogen im Internet online ausfüllen,
- Fragebogen von einem Server herunterladen und per E-Mail zurücksenden,
- Fragebogen per E-Mail zugeschickt bekommen und zurücksenden“ (ADM e. V. 2001, S. 1).

Diese gängige Definition wird hier um wesentliche Bereiche ausgebaut. Der Forschungssystematik nach ist der Begriff der Online-Forschung als der übergeordnete Begriff für alle netzwerkbasiereten Forschungen zu verstehen, somit auch für Online-Befragungen. Als Online-Befragungen bezeichnet man digitalisierte quantitative und qualitative Forschungsmethoden/-instrumente, die über Internet oder Intranet den Befragten zur Verfügung gestellt werden. Das Spektrum reicht dabei von quantitativ orientierten Fragebögen bis zu eher qualitativen digitalisierten Verfahren, in denen die Forschenden über unterschiedliche netzwerkbasierte Tools mit den Befragten in Kommunikation treten. Zudem ist auch die Analyse netzwerkbasierter Kommunikationsprozesse (Stichworte: Cyberethnographie) als qualitative Online-Forschung zu bezeichnen. Diese Analysen finden vorwiegend ohne das Wissen der Beforschten selbst statt und beinhalten keine direkte Interaktion zwischen Forschenden und Befragten (vgl. Dzeyk 2001, S. 10). Dementsprechend unterscheidet man zwischen reaktiven (Online-Befragung) und non-reaktiven Verfahren, wobei die reaktiven Verfahren sich in dem Grad der Interaktivität mit den Beforschten unterscheiden, die insbesondere durch den Einsatz der neuen Medien möglich wird. Ein hoher Grad an Interaktivität /Reaktivität wird durch die Häufigkeit der Rückkopplungen zum Forschenden erzeugt. Forschungen, die sich mit didaktischen Fragestellungen internetgestützter Lehr-/Lernarrangements im Feld selbst auseinandersetzen, wie beispielsweise die Überprüfung methodischer Vorgehensweisen (vgl. Müskens u. a. 2002) sind ebenfalls als Online-Forschungen zu bezeichnen. Die Auswertungsmethoden der sowohl qualitativen als auch quantitativen Daten erfolgen weiterhin nach den bisher bekannten Verfahren.

2.2 Der Fragebogen in der Online-Praxis

Wie bereits beschrieben, ist derzeit der Fragebogen das Online-Befragungsinstrument schlechthin. Inwiefern findet hier eine Veränderung aufgrund der technologiebasierten Möglichkeiten statt? Festzustellen ist, dass die allgemeine grundlegende „klassische“ Fragebogenstruktur erhalten bleibt (vgl. Kirchhoff/Kuhnt u. a. 2003). Die Digitalisierung des Fragebogens hat demzufolge zunächst keine Auswirkungen. Bei genauer Betrachtung fallen jedoch einzelne Aspekte bei verschiedenen Befragungen im Netz

auf. Zum einen bieten einige Tools bei bestimmtem Frageverhalten den Service der automatischen Weiterführung an. So werden beispielsweise Befragte bei einer Verneinung einer Frage automatisch weitergeleitet, ohne die möglichen Beantwortungsoptionen bei einer Bejahung zu sehen. Zum anderen wird häufig nur die eine zur Beantwortung stehende Frage auf dem Screen (One-screen-one-item-Verfahren) sichtbar (vgl. Gräf 1999 b). Der Fragebogen kann folglich nicht als Gesamtheit wahrgenommen werden. Nach Studienergebnissen zur Überprüfung verschiedener Gestaltungsformen zur Response-Steigerung bei WWW-Umfragen wird auf die Bedeutsamkeit der ansprechenden Optik und die einfache Handhabung für die Befragten verwiesen. Im Folgenden wird eine klassische Online-Befragung, welche im Rahmen eines einjährigen Projekts¹ durchgeführt wurde, beschrieben, um weitere Aspekte der Online-Forschung praxisnah vorzustellen.

3. Praxisbeispiel: Explorative Online-Erhebung

Das Projekt KOSFO untersuchte die Kompetenzentwicklung von Lernmittlern/Weiterbildnern durch selbst organisiertes Lernen mit internetbasierten Medien und dafür förderliche Voraussetzungen. Dazu wurden zunächst bestehende Angebote erhoben und systematisiert sowie Experten telefonisch (vor-)befragt. In einem zweiten Schritt wurde eine Online-Befragung in den zuvor erhobenen Angeboten durchgeführt. Aus deren Ergebnissen wurden einzelne Schlüsselpersonen identifiziert, die mittels leitfadengestützter Interviews zu ihren Lernerfahrungen und Gewohnheiten und deren Auswirkung auf ihre Kompetenzentwicklung bezüglich des selbstgesteuerten Lernens mit Online-Medien vertiefend befragt wurden.

Im Gesamtarrangement der Untersuchung nahm die Online-Befragung die Position einer Teilstudie ein. Sie diente dazu, die vorausgehende Internetrecherche zu vertiefen und die Nutzung netzbasierter Angebote im Verhältnis zum allgemeinen Weiterbildungsverhalten der Befragten zu erheben, sowie – nicht zuletzt – den Zugang zu den Interviewpartnern zu ermöglichen. Im Folgenden sollen entsprechend dem zeitlichen Verlauf der Erhebung Überlegungen und Erfahrungen zu den Punkten technische Umsetzung des Fragebogens, Verbreitung der Befragung in der Zielgruppe und Fragebogenrücklauf, Auswertung der Daten und ihre Einbindung in die methodische Gesamtkonzeption aufgegriffen werden.

1 Das Projekt KOSFO – „Kompetenzentwicklung von Lernmittlern in selbst organisierten Foren als neue Organisationsform“ wurde 2003/04 am Deutschen Institut für Erwachsenenbildung, Bonn im Auftrag des Programmbezirks LiNe des Forschungs- und Entwicklungsprogramms „Lernkultur Kompetenzentwicklung“ durchgeführt und aus Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung sowie aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds gefördert. Mit dem komplexen Programmmanagement ist die Arbeitsgemeinschaft Betriebliche Weiterbildungsforschung e. V., Projekt QUEM, beauftragt. Die detaillierten Ergebnisse werden zusammen mit denen des Parallelprojekts KOMFOR, Universität Leipzig, in der Reihe QUEM-Report veröffentlicht.

3.1 Gestaltung und Ausformulierung des Fragebogens

Ausgangspunkt für den Online-Fragebogen war ein bereits vorhandener Leitfaden aus den Vorbefragungen des Projekts. Entsprechend der Empfehlungen von Gräf (1999 a) lag die Aufmerksamkeit auf einer eindeutigen und kurzen Fragestellung und einer bedienungsfreundlichen Oberfläche. Die optische Gestaltung wurde möglichst sachlich und einfach gehalten und orientierte sich an den Webseiten des Instituts, um einen Vertrauen stiftenden Wiedererkennungseffekt zu begünstigen. Die Umfrage verwendete verschiedene Fragetypen, die sich aus den inhaltlichen Fragestellungen ergaben. Neben geschlossenen, skalierten Fragen wurden wiederholt auch Prozentwerte abgefragt. Ein kritischer Punkt war die Umsetzung von großen Frageblöcken, wie zum Beispiel die Nutzungshäufigkeiten verschiedener Tools in einer Fragematrix. Nach bisherigen Untersuchungen führt die Verwendung von Fragematrixen vermehrt zu einem stereotypen und damit fehleranfälligen Frageverhalten und einer erhöhten Abbruchrate (Gräf 1999 b). Stattdessen wird die Aufteilung in einzelne Frageblöcke empfohlen. Dies hätte jedoch zu einem unnötig langen und monotonen Fragebogen geführt, so dass das Verwenden einer Matrix für die Gesamtstruktur des Fragebogens günstiger und das damit verbundene Risiko vertretbar erschien. Dies bestätigte sich auch durch die Analyse des Antwortverhaltens. Neben diesen quantitativ orientierten Fragen wurden auch offene Fragestellungen verwendet, die ebenfalls als Abbruch generierend geschildert werden, da sie als aufwändig zu beantworten gelten und einen Wechsel von der Maus zur Tastatur erfordern. Im Rahmen der Umfrage stellten sich diese offenen Fragen jedoch als besonders erkenntnisträchtig für die Entwicklung des Interviewleitfadens heraus. Ausschlaggebend dürfte letztendlich das persönliche Interesse der Befragten und die hohe Identifikation mit dem Thema gewesen sein (knapp die Hälfte der Antwortenden war bereit, sich an einem Interview zu beteiligen; vgl. hierzu ausführlich Bosniak/Batinic 1999, S. 145 ff.).

Die verschiedenen Fragen wurden auf einer einzigen Website präsentiert, was ein Scrollen des Fragebogens zur Beantwortung nach sich zog. Die bisherigen Forschungen zeigen zwar reliablere Ergebnisse, wenn eine Verteilung auf mehreren Seiten erfolgt (Gräf 1999 a). Für die Befragung stand jedoch eine geringe Größe und ein einmaliger Aufbau des Fragebogens im Vordergrund, um der Zielgruppe (vgl. Stang 2003) eine einfache Handhabung und eine unkomplizierte technische Umsetzung für die Forschenden zur ermöglichen. Dies schloss auch die Anzeige von Zwischenergebnissen und einer Anzeige der verbleibenden Dauer aus. Eine Kurzfassung der Ergebnisse für die Teilnehmenden nach Beendigung der Studie und die Ankündigung der voraussichtlich benötigten Zeit in den Erläuterungen zum Fragebogen kompensierten dies. Auch auf den Einsatz von Javaskripts zur flexiblen Filterführung wurde verzichtet. Zum einen machten dies die Fragestellungen kaum notwendig, zum anderen stand auch hier der „Low-tech-Gedanke“ im Vordergrund.

3.2 Technische Umsetzung des Fragebogens

Der fertige Fragebogen wurde in Dreamweaver als HTML-Formular umgesetzt. Das Tool Form2Data² verknüpfte anschließend die einzelnen Variablen und ihre Eingabefelder mit den entsprechenden Datenbanken und schuf so die technische Voraussetzung für einen einfachen Datentransfer aus dem Netz in die verschiedenen Auswertungsprogramme. Eine mögliche Erleichterung der Fragebogengestaltung hätte die Verwendung eines Fragebogengenerators dargestellt, mit Hilfe dessen der Fragebogen und die Antwortdatenbank automatisch generiert werden können. Fragebogengeneratoren liefern meist eine Datenbank, in die die Daten eingelagert werden, mit. Von dort aus können sie dann in die entsprechende Auswertungssoftware übertragen werden. Am technisch einfachsten ist die Nutzung eines E-Mail-Formulars auf einer Webseite. Die Eintragungen der Befragten kommen dann per E-Mail beim Forschenden an und müssen entsprechend aufbereitet werden. Dazu wird lediglich ein serverseitiger Speicherplatz benötigt, der die Verwendung von Scripten wie z. B. .ASP oder .PHP akzeptiert. Im Fall der hier vorgestellten Befragung wurde der Fragebogen auf dem Server des Tools form2data hinterlegt. Nach einem dreitägigen Pretest, überwiegend mit projekt-fremden Personen, die nicht mit der Thematik des Projekts vertraut waren, wurden abschließende Veränderungen vorgenommen und der Fragebogen online gestellt.

3.3 Bekanntmachung der Befragung in der Zielgruppe

Als nächstes galt es, die Online-Befragung bei der Zielgruppe der Befragung bekannt zu machen. Ziel war es, vor allem die Weiterbildner/innen zu erreichen, die bereits in (selbst organisierten) Foren aktiv waren. Die Befragung ist entsprechend in den Angeboten, die im Vorfeld bereits erhoben wurden und in denen die Teilnehmenden dadurch zum Teil schon über das Projekt informiert waren, veröffentlicht worden. Um diese Vertrautheit weiter zu nutzen, wurde die Person, die die Vorstudie durchgeführt hatte, mit der Bekanntmachung der Umfrage beauftragt (vgl. Sassenberg/Kreutz 1999). Diese erste Welle der Verbreitung erzeugte nur einen geringen Rücklauf. Eine zweite Welle in weiteren bekannten Foren der Weiterbildung, mit einem veränderten Anschreiben³ und mit der direkten Unterstützung der Umfrage durch die Betreiber der Foren, führte zu einem höheren Rücklauf. Das Parallel-Projekt in Leipzig, das auch die Nicht-Nutzer erreichen wollte, versandte seine Fragebögen mit einem persönlichen Anschreiben an vorher ausgesuchte Weiterbildner und erzielte eine deutlich höhere Rücklaufquote. Aus der Erfahrung mit diesem Projekt hat sich gezeigt, dass die URL des Fragebogens klar der forschenden Organisation zuzuordnen sein sollte und das Anschreiben hinsichtlich der Formulierungen und der unterzeichnenden Person großer Sorgfalt bedarf.

2 www.form2data.de

3 Als wesentliche Faktoren für gelungenes Anschreiben werden in der Methodenliteratur folgende Punkte benannt: Klare Beschreibung des Untersuchungsgegenstandes, Transparenz bezüglich des Zugangs zur verwendeten Mailadresse/Forum, Zusage einer Rückmeldung über die Ergebnisse, Zusicherung der Anonymität und ein persönlicher Teilnahmeappell des Forschenden (vgl. Gräf 1999).

3.4 Auswertung und Einbindung der Daten

Via Form2Data standen die Daten während der gesamten Erhebung online als Datenbank mit diversen Such- und Gruppierungsfunktionen. Darüber hinaus konnten bereits im Untersuchungsverlauf SPSS-fähige Datensätze und verkodierte MAXqda-Datensätze⁴ herunter geladen werden. Von Beginn an war so ein Einblick in das Datenmaterial und eine Zwischenauswertung möglich. Dies erwies sich vor allem in Hinblick auf eine gezieltere Verbreitung des Fragebogens als hilfreich. Nach Abschluss der ca. achtwöchigen Online-Phase erfolgte für die weitere Auswertung der Export der Datensätze in SPSS und MAXqda. Die quantitativen Daten wurden mit den üblichen, überwiegend deskriptiven Verfahren ausgewertet, die qualitativen Daten codiert und systematisiert. Die daraus gewonnenen ersten Erkenntnisse bildeten die Grundlage für den Interviewleitfaden und die Auswahl geeigneter Interviewpartner entsprechend des gewünschten Samples (gleichmäßige Verteilung Geschlecht, Alter, Dauer der Internetnutzung, Beschäftigungsverhältnis, regionale Verteilung). Die Daten der Online-Befragung wurden bei der anschließenden Auswertung der Interviews stetig mit einbezogen und trugen so dazu bei, die entstehenden Muster und Thesen zu korrigieren und zu konkretisieren. Dabei erwies sich die Triangulation der online erhobenen Daten mit den offline erhobenen Daten als äußerst gewinnbringend für den Forschungsprozess. Die Grenzen dieser Möglichkeiten lagen jedoch klar in der mengenmäßigen Begrenzung des Datenmaterials, das dafür zur Verfügung stand und der daraus resultierenden eingeschränkten Aussagekraft.

4. Zum Einsatz digitaler Medien

Über die bisher dargestellte Praxis der Online-Befragung hinaus soll es im Folgenden um eine Spezifität der digitalen Medien – die Interaktivität – mit den Optionen zur synchronen und asynchronen Kommunikation gehen. Die netzwerkbasierende Kommunikation zwischen Forschenden und Beforschten im (Voice-)Chat, per Video-Konferenz, in Foren oder in Newsgroups eröffnen ganz andere und neue Forschungsdesigns. Hierzu müssen spezifische medienpädagogische Kenntnisse über die verschiedenen Formen der Chat-, Foren- und Newsgroupkommunikation und die empirische Methodenkompetenz verknüpft werden, da die Forschenden durch die Nutzung der digitalen Medien vor neuen Anforderungen stehen.

4.1 Qualitative Verfahren

Zukünftig wird die Entwicklung von Online-Interviews und Online-Gruppendiskussionen die qualitative Forschung bereichern, da einerseits zuvor schwer erreichbare Inter-

4 www.maxqda.com

viewpartner gezielt angeschrieben und in einen Chat eingeladen werden können. Andererseits bietet diese Entwicklung die Möglichkeit, Gruppenkonstellationen herbeizuführen, die sonst unmöglich schienen. Generell ist anzumerken, dass die Entscheidung für oder wider die eine oder andere Form der Online-Forschung, wie auch bei den „klassischen Verfahren“, theoretisch und methodisch begründet sein muss. Zu beachten sind die Integration netzwerkbasierter Verfahren in das Gesamtforschungsdesign, die technischen Umsetzungsmöglichkeiten, die Gestaltungsoptionen und die Auswahl sowie die Integration der Befragten. Fragestellungen, die sich mit Forschungen im Internet beschäftigen, werden sicherlich auf dieses Erhebungsfeld und seine User/innen selbst zurückgreifen, gibt es beispielsweise die Neigung der Zielgruppe zum Medium Internet oder Intranet (vgl. Janetzko 1999, S. 151). Dass die Online-Forschung auch für weitere Fragestellungen geeignete Formen anbietet, ist unübersehbar, dennoch sollten zwei übergeordnete Perspektiven zum Abschluss kurz diskutiert werden.

4.2 Datenschutz und Anonymität

Die rechtlichen Grundlagen zum Datenschutz sind im Bundesdatenschutzgesetz (BDSG), Datenschutzgesetzgebungen der Länder (LDStG), Telekommunikationsgesetz (TKG), Telekommunikations-Datenschutzverordnung (TDSV) und den EU-Datenschutzbestimmungen verankert. Janetzko (1999) und Dzeyk (2001, S. 13 ff.) behandeln einige der zentralen Aspekte detaillierter. Es sei daher hier auf sie verwiesen. Online-Forschende sind aufgefordert, klare und verständliche Informationen zur Erhebung anzubieten und dementsprechende Instruktionen zu geben. In einzelnen Fällen können Hintergrundinformationen, die über Hyperlinks bereitgestellt werden, zusätzliche Informationsquellen sein. Darüber hinaus sollten im Rahmen wissenschaftlicher Erhebungen auf den Homepages genaue Kontaktinformationen und „Einwilligungs-Buttons“ zur Verfügung stehen. Mit diesen in den USA schon häufiger zu findenden informierten Einwilligungen (informed consent) akzeptieren die Teilnehmenden die erklärten Forschungsbedingungen. Je präziser notwendige Angaben den Forschungsteilnehmer/innen direkt angeboten werden, desto höher ist die Teilnahmebereitschaft der Beforschten. Das Problem der Selbstselektion der Teilnehmenden an Online-Erhebungen ist nicht zu unterschätzen (vgl. Dzeyk 2001, S. 15 f.).

Ein weiterer Aspekt ist, wie bereits in Punkt 1.1 beschrieben, die Erhebung non-reaktiver Daten. Bei diesen Forschungssettings nehmen Forschende durch eine (automatische) Beobachtung verdeckt an Kommunikationsprozessen teil. Diese verdeckte teilnehmende Beobachtung wird kontrovers diskutiert (vgl. Dzeyk 2001, S. 20 f.). Denn über die Verwendung von Cookies⁵ und der IP-Adressen⁶ können non-reaktive Daten-

5 Cookies sind Dateien, die bei einer Online-Verbindung Benutzerdaten abspeichern und vom Webseitenanbieter gelesen werden können.

6 Die Internet-Protokoll-Adresse wird jedem Computer im WWW für kurze Zeit oder dauerhaft (feste und dynamische IPs) zugewiesen. Durch die festgelegte Zahlenfolge ist jeder Computer im Netz genau zu lokalisieren.

sätze mit personenbezogenen Daten verknüpft werden. Unserer Auffassung nach stehen die Forschenden in Verantwortung gegenüber den Beforschten, d. h. sie sollten die Teilnehmenden über die möglichen im Hintergrund erhobenen Daten informieren. Überdies ist forschungsmethodisch zu entscheiden, inwieweit diese „automatische Datenerhebung“ den eigentlichen Forschungszielen tatsächlich dient. Die oben benannte informierte Einwilligungserklärung ist sicherlich auch hier forschungsethisch wünschenswert, jedoch kann die (Forschungs-)Bekanntgabe das Ergebnis ins Gegenteil verkehren (vgl. Dzeyk 2001, S. 17 f.). Abschließend wollen wir darauf hinweisen, dass die Täuschungsmöglichkeiten bei netzwerkbasierten Forschungssettings im gleichen Maße wie bei postalischen oder telefonischen Befragungen erfolgen können.

4.3 Konsequenzen für die Erwachsenen-/Weiterbildung

Dass eine Auseinandersetzung mit der Online-Forschung nicht ohne einen genauen Blick auf die Internetnutzung vorgenommen werden kann, sollte vor allem der Erwachsenen-/Weiterbildung ein besonderes Anliegen sein. Wurde in der Erwachsenenbildung die Mediatisierung der Gesellschaft bisher vorrangig unter allgemeinen Perspektiven der Lehr-/Lernforschung behandelt, so stellt sich hier die Frage nach den zukünftigen Erhebungsmethoden und somit der Beteiligung der Erwachsenen an der Erwachsenenbildungsforschung selbst. Perspektivisch sollte die Erwachsenenbildung in Theorie und Praxis der Partizipation der Einzelnen an der weltweiten Vernetzung Rechnung tragen. Es gilt die Diskussionen zum lebenslangen Lernen und der Digitalisierung der Lebens- und Arbeitswelt durch erwachsenenbildnerische Ansätze kritisch voranzutreiben (Faulstich u. a. 1999, S. 25).

Profan scheint die Tatsache zu sein, dass Online-Forschungen in netzwerkbasierten Umgebungen stattfinden. Dementsprechend werden aber auch nur Onliner/innen zu Beforschten. Das hat zum einen zur Folge, dass über reine Online-Forschung keine Repräsentativität erzeugt werden kann. Zum anderen wird bei einer differenzierten Analyse von Onliner/inne/n und Offliner/inne/n deutlich, dass trotz des außerordentlichen Anstiegs der Verbreitung des Internets in Deutschland von 6,5 % im Jahr 1997 zu 55,3 % im Jahr 2004 eine digitale Teilung entlang soziodemographischer bzw. sozioökonomischer Faktoren verläuft (vgl. TNS EMNID/Initiative D21 2004, S. 14; Grotluschen u. a. 2004; van Eimeren u. a. 2004).⁷ Insbesondere die Datensätze des (N)ONLINER Atlases bieten eine detaillierte Sicht auf die unterschiedlichen Altersgruppen, das Geschlecht, die Bundesländer, den Bildungsstand, die Einkommensstruktur etc. Nach Angaben der ARD/ZDF-Offline-Studie sind die typischen Offliner/innen Personen ab 60 Jahren, Rentner/innen, Nicht-Berufstätige und Menschen mit einem niedrigen formalen Bildungsabschluss, zudem sind 62 % der Offliner/innen weiblich (vgl. Gerhards u. a. 2004). Insofern kann man von einer digitalen Benachteiligung ein-

7 Wenngleich die Problematik der digitalen Spaltung ein globales Problem darstellt, beziehen wir uns auf Studienergebnisse zur Internetnutzung in Deutschland.

kommens- und bildungsschwächerer Gruppen sprechen (vgl. Grotlüschen u. a. 2004, S. 9 f.). Zur weiteren Illustration, der Aussage von Grotlüschen verweisen wir auf die Daten im (N)ONLINER Atlas, dort zeigt sich, dass 64 % der Offliner/innen über ein Haushaltsnettoeinkommen von nicht mehr als 1000 Euro verfügen (vgl. TNS EMNID/Initiative D21 2004, S. 16).

Aus unserer Perspektive sollten Forschende der Weiterbildung sich permanent der jeweiligen aktuellen Möglichkeiten und Grenzen der Online-Forschung vergewissern und d. h. zum Beispiel die Forschungen im Hinblick auf benachteiligte Gruppen (Offliner/innen) nicht vernachlässigen. Zudem ist die Weiterbildung aufgefordert, über (Medien-)Bildung der digitalen Spaltung entgegenzuwirken.

Literatur

- ADM e. V. u. a. (Hrsg.) (2001): Standards zur Qualitätssicherung bei Online-Befragungen. Ausgabe Mai 2001. URL: www.adm-ev.de/quali_online.html (Zugriff: 20.01.05)
- Bandilla, W. (1999): WWW-Umfragen – Eine alternative Datenerhebungstechnik für die empirische Sozialforschung. In: Batinic, B./Werner, A. u. a. (Hrsg.): Online Research. Göttingen/Bern u. a. S. 12–19
- Bosniak, M./Batinic, B. (1999): Determinanten der Teilnahmebereitschaft an internetbasierten Fragebogenuntersuchungen am Beispiel E-mail. In: Batinic, B./Werner, A. u. a. (Hrsg.): Online Research. Göttingen/Bern u. a., S. 159–177
- Döring, N. (2003): Sozialpsychologie des Internets. Göttingen/Bern u. a.
- Dzeyer, W. (2001): Ethische Dimensionen der Online-Forschung. Kölner Psychologische Studien, H. 1, S. 1–30. URL: www.allg-psych.uni-koeln.de/dzeyer/home/docs/ethdimon.pdf (Zugriff: 28.02.2005)
- Eimeren, B. v./Gerhard, H./Frees, B. (2003): ARD/ZDF-Online-Studie 2003. Internetverbreitung in Deutschland: Unerwartet hoher Zuwachs. In: Media Perspektiven, H. 8, S. 338–358
- Eimeren, B. v./Gerhard, H./Frees, B. (2004): ARD/ZDF-Online-Studie 2004. Internetverbreitung in Deutschland: Potential vorerst ausgeschöpft? In: Media Perspektiven, H. 8, S. 350–370
- Faulstich, P./Zeuner, C. (1999): Erwachsenenbildung: eine handlungsorientierte Einführung. München
- Gerhards, M./Mende, A. (2004): ARD/ZDF-Offline-Studie 2004: Offliner 2004: Anpassungsdruck steigt, Zugangsbarrieren bleiben bestehen. In: Media Perspektiven, H. 8, S. 371–385
- Gräf, L. (1999 a): Optimierung von WWW-Umfragen: Das Online-Pretest-Studio. In: Batinic, B./Werner, A. u. a. (Hrsg.): Online Research. Göttingen/Bern u. a., S. 159–177
- Gräf, L./Heidingsfelder, M. (1999 b): Bessere Datenqualität bei WWW-Umfragen mit dem Internet-Rogator. In: Batinic, B./Werner, A. u. a. (Hrsg.): Online Research. Göttingen/Bern u. a., S. 113–126
- Grotlüschen, A./Brauchle, B. (2004): Bildung als Brücke für Benachteiligte. Hamburger Ansätze zur Überwindung der digitalen Spaltung. Evaluation des Projektes ICC (Information Technology and Communication Competence) – Bridge to Market. Hamburg
- Hauptmanns, P. (1999): Grenzen und Chancen von quantitativen Befragungen mit Hilfe des Internet. In: Batinic, B./Werner, A. u. a. (Hrsg.): Online Research. Göttingen/Bern u. a., S. 22–38
- Janetzko, D. (1999): Statistische Anwendungen im Internet. München

- Kirchhoff, S./Kuhnt, S./Lipp, P. u. a. (2003 c): Der Fragebogen. Datenbasis, Konstruktion und Auswertung. Opladen
- Müskens, W./Müskens, I. (2002): Provokative Didaktik internetgestützter Lehr-Lernarrangements. URL: www.medienpaed.com/02-2/mueskens_mueskens1.pdf (Zugriff: 27.02.05)
- NEON – Network Online Research (Hrsg.) (2003): Anforderungen an Online-Umfrage-Software. BVM Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e. V. Berlin. URL: www.interrogare.de/german/demo_neon.html (Zugriff: 20.1.05)
- Online-Forschung.de: Portal zur Online-Forschung. URL: hwww.online-forschung.de (Zugriff: 20.01.05)
- POF: Portal für wissenschaftliche Online-Befragungen und Experimente. www.joerghartig.de/onlineforschung/index.htm (Zugriff: 20.01.05)
- Sassenberg, K./Kreutz, S. (1999): Online-Research und Anonymität. In: Batinic, B./Werner, A. u. a. (Hrsg.): Online Research. Göttingen/Bern u. a., S. 60–75
- Stang, R. (2003): Neue Medien und Organisation in Weiterbildungseinrichtungen. Anregungen für eine medienorientierte Organisationsentwicklung. Bielefeld
- TNS EMNID/Initiative D21 (Hrsg.) (2004): (N)ONLINER Atlas 2004. Eine Topographie des digitalen Grabens durch Deutschland. Nutzung und Nichtnutzung des Internets, Strukturen und regionale Verteilung. Inklusive Sonderteil „Innovation – Mobiles Internet“. Berlin