

Timo Gnambs, Bernad Batinic

Qualitative Online-Forschung

1	Der Stellenwert qualitativer Online-Methoden	345
2	Qualitative Online-Befragung	346
3	Qualitative Beobachtung.....	353
4	Dokumentenanalyse.....	356
5	Fazit	358

Aus:

Gnambs, T., & Batinic, B. (2011). Qualitative Online Forschung. In E. Balzer & G. Naderer (Hrsg.), *Qualitative Marktforschung in Theorie und Praxis* (S. 385-404). Wiesbaden: Gabler.

1 Der Stellenwert qualitativer Online-Methoden

„Dies ist ein Wendepunkt der Geschichte“, prophezeite der amerikanische Zukunftsforscher Jeremy Rifkin (2004) angesichts der rasant fortschreitenden digitalen Revolution, die unser Arbeits- und Alltagsleben in bisher kaum gekannter Weise formt und wohl weiterhin formen wird. Die Verbreitung digitaler Kommunikationsmodi über Internet und Satellit vernetzt Akteure auf dem gesamten Globus in Sekundenschnelle und vermag hierbei zeitliche und geographische Barrieren buchstäblich aufzulösen. Die Frage physischer Präsenz zweier Kommunikationspartner wird dabei zur untergeordneten Bedeutung, solange beide gleichermaßen Zugriff auf dieselben Online-Technologien haben. Die Folgen für den Forschungsprozess, in Wissenschaft und Wirtschaft gleichermaßen, sind hierbei weitreichend – sowohl für die Frage des „Was“, des Untersuchungsgegenstands, wie auch für die Frage des „Wie“, der Untersuchungsmethodik. Nicht zuletzt aus ökonomischen Überlegungen heraus angetrieben, erobern angesichts des zunehmenden Zugangs breiter Bevölkerungsschichten zum Internet alternative Möglichkeiten der Datenerhebung den Forschungsalltag. Wurden im Internet bislang in der Mehrzahl quantitative Datenerhebungsverfahren eingesetzt, so finden sich mittlerweile auch zahlreiche Beispiele für die erfolgreiche Umsetzung von qualitativen Online-Studien. Verlässliche Zahlen zur Verbreitung von Online-Forschung sind bislang allerdings Mangelware. Der ADM (Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V.) gibt für das Jahr 2008 an, dass 31 % der quantitativen Interviews der Mitgliedsinstitute online durchgeführt wurden (vgl. www.adm-ev.de). Mit Hilfe der Befragungssoftware unipark (www.unipark.info), welche primär für akademische Untersuchungen genutzt wird, wurden im Jahr 2009 insg. 1,586 Millionen abgeschlossene Interviews durchgeführt. Die im Internet eingesetzten qualitativen Online-Methoden unterscheiden sich hierbei in ihren Prinzipien grundsätzlich nur wenig von traditionellen Forschungszugängen. So lassen sich grob drei Methoden internetbasierter qualitativer Datenerhebung identifizieren: Befragung, Beobachtung und Dokumentenanalyse. Die neuartigen Rahmenbedingungen, unter denen der Forschungsprozess abläuft, erfordern nicht nur den Einsatz innovativer technologischer Entwicklungen, um mit dem Feld in Kontakt zu treten, sondern auch Adaptionen althergebrachter forschungsmethodischer Überlegungen zur Gestaltung der Interaktion zwischen Forscher und Befragtem. Wenn Online-Forschung auch nicht für jegliche Forschungssituation die Methode der Wahl darstellen wird, so bietet sie, wie im Folgenden anhand exemplarischer Untersuchungen gezeigt wird, doch reichhaltige Möglichkeiten für ein breites Spektrum wissenschaftlicher Fragestellungen.

2 Qualitative Online-Befragung

Die Informationsgewinnung mit Hilfe von Befragungen hat in der Human- und Sozialforschung wie auch in der Markt- und Meinungsforschung eine lange Tradition. Heute steht dem Forscher eine Fülle unterschiedlicher qualitativer, semi- bis unstrukturierter Befragungstechniken für verschiedenste Aufgaben zur Verfügung (z. B. Leitfadeninterview oder narratives Interview; vgl. Flick 2000). Internetbasierte qualitative Befragungsformen können anhand verschiedener Dimensionen eingeordnet werden: Einzel- (Davis et al. 2004) versus Gruppeninterviews (Reid/Reid 2005; Rezabek 2000), synchron, in Form eines – nahezu – zeitgleichen Dialogs (Chaney/Dew 2003; Bampton/Cowton 2002) versus asynchron (in Form zeitversetzter Frage-Antwort-Runden; Al-Saggaf/Williamson 2004; Baker 2000), Befragungs- versus Tagebuchverfahren (Hessler et al. 2003) und viele mehr. Verschiedene technische Möglichkeiten, synchrone und asynchrone Befragungsformen im Internet zu realisieren, sind im Folgenden aufgeführt.

Internetbasierte Befragungsmethoden

Asynchron	Synchron
E-Mail	Webbasierter Chat
Mailingliste	Instant-Messenger
Newsgroups	Videokonferenz
Diskussionsforum	
Offene Web-Survey	

Eine der gängigsten internetbasierten Befragungsformen stellt das **asynchrone Einzelinterview** dar, bei dem die Befragten die Forschungsfragen, mit der Bitte ihre Antworten zu retournieren, einzeln oder in thematischen Blöcken per E-Mail übermitteln. Während bei traditionellen Interviewformen immer nur eine Frage auf einmal gestellt wird, kann die textbasierte E-Mail-Befragung dazu verleiten, mehrere Fragen auf einmal zu stellen, um den Interviewprozess zu beschleunigen und die Befragten nicht mit allzu vielen Einzelfragen zu lange zu bemühen. Obwohl sich Ähnliches zwar bei standardisierten, schriftlichen Befragungen durchaus bewährt hat, da zugleich auch die entsprechenden Antwortalternativen inkludiert werden, empfiehlt sich Vergleichbares bei qualitativen Online-Ansätzen nicht zwangsläufig. Offen zu beantwortende Fragen, wie sie bei qualitativen Erhebungen Verwendung finden, bedürfen einer bedeutend stärkeren kognitiven Anstrengung als standardisierte Fragebögen, da Antworten nicht einfach passiv wiedererkannt, sondern erst aktiv konstruiert werden müssen. Um Befragte mit einer zu langen Frageliste, also gleichsam mit einem zu umfangreichen Arbeitsauftrag nicht zu „verschrecken“ (z. B. durch Ermüdung oder Frustration), was

durchaus in eine gänzliche Kommunikationsverweigerung (einem Abbruch der Interaktion) münden kann, ist auf ein ausgewogenes Verhältnis von Fragen und Befragungsepisoden zu achten. E-Mail ist eine Kommunikationsform, die auf eher kurze in sich geschlossene Texteinheiten aufgebaut ist. Deshalb sollten nur wenige, thematisch ähnliche Fragen in einer einzelnen E-Mail zusammengefasst werden (vgl. Bampton/Cowton 2002). Neben einfachen Interviews kann die E-Mail-Befragung auch für spezielle Erhebungstechniken eingesetzt werden. Baker (2000) nutzte die E-Mail lediglich als Transportmedium, über das ihr die Befragten eine Fallbeschreibung ihrer partnerschaftlichen Beziehung zukommen ließen. Allerdings sind, wie Hessler et al. (2003) demonstrierten, auch längere Erhebungszeiträume per E-Mail realisierbar. Sie baten Teenager im Rahmen einer Studie über adoleszentes Risikoverhalten, zehn Wochen lang ein Tagebuch zu führen und ihnen diese Seiten jeweils per E-Mail zukommen zu lassen.

Vor- und Nachteile von internetbasierten Befragungen

(vgl. Al-Saggaf/Williamson 2004; Bampton/Cowton 2002)

Vorteile	Nachteile
Geringere Kosten	Geringere Spontaneität
Zeitersparnis	Hohe Antwortlatenzen
Größere Offenheit	Fehlende nonverbale Hinweisreize
Auflösung von Hierarchien	Technische Infrastruktur
Zugang zu speziellen Populationen	

Das Internet als Befragungsmedium birgt eine Reihe von Vor- und Nachteilen. Angesichts (zumeist) knapper Ressourcen ist ein Hauptargument für den Einsatz des Internets dessen Zeit- und Kostenersparnis. Durch die asynchrone Kommunikation per E-Mail ist eine zeitgleiche Verfügbarkeit von Befragten und Interviewer nicht mehr von Nöten – in Zeiten immer dichter Tagesstrukturen erweist sich dies vor allem für schwer erreichbare Personengruppen, die nur wenige Zeitfenster für Interviewtermine organisieren können, von Vorteil. Schließlich bietet die Methode E-Mail einen finanziellen Vorteil, da potenzielle Zusatzkosten für Interviewort, Anreise und Transkription entfallen (vgl. Al-Saggaf/Williamson 2004). Zudem ermöglicht das Internet Zugang zu speziellen, räumlich entfernten Personengruppen (z. B. Personen in anderen Ländern), die auf herkömmlichem Weg kaum oder gar nicht erreichbar wären. Weiter kann das Fehlen der direkten persönlichen Interaktion mit dem Interviewer und des manchmal damit verbundenen Drucks, unmittelbar eine Antwort „produzieren“ zu müssen, insbesondere nervösen, sozial gehemmten Befragungspersonen zugute kommen, da diese häufig entspannter sind und dadurch reichhaltigere Antworten generieren können (vgl. Al-Saggaf/Williamson 2004). E-Mail-Befragungen bergen allerdings auch manche Nachteile in sich. Als problematisch kann sich deren asynchroner Cha-

rakter aufgrund möglicherweise langer Antwortzeiten erweisen, da er zulasten der Antwortspontaneität gehen kann (vgl. Bampton/Cowton 2002). Bei zeitversetzten E-Mail-Interviews haben die Befragten Gelegenheit, länger über ihre Antworten nachzudenken, eventuell zusätzliche Informationen einzuholen und sie besser auszuformulieren, als es bei synchronen Befragungsformen möglich wäre. Dies kann (muss jedoch nicht) die Güte der Antworten beeinträchtigen, da wie Bampton und Cowton (2002) anhand einer oberflächlichen Analyse der eingegangenen E-Mails berichten, viele Antworten nicht stärker elaboriert oder ausformuliert zu sein scheinen, als es bei Spontanantworten zu erwarten wäre. Schwierigkeiten können jedoch auftreten, wenn die Antwort eines Befragten gänzlich ausbleibt. Dabei ist oft nicht zu klären, ob der Befragte einfach noch keine Zeit hatte zu antworten, und die Antwort noch eintreffen wird oder ob er die Frage aus irgendwelchen Gründen gar nicht beantworten möchte. So ist es bei E-Mail-Interviews häufig schwierig zu erkennen, wenn eine Person das Interview beenden möchte, da entsprechende nonverbale Hinweisreize, wie sie im persönlichen Gespräch auftreten, meist fehlen. Ein Hinweis darauf können immer kürzer werdende Antworten in immer größeren Zeitabständen sein (Bampton/Cowton 2002). Durch den Wegfall nonverbaler Hinweisreize wie Stimmlage, Mimik oder Körperhaltung muss der Kommunikationsgehalt von Online-Interviewdaten als weniger reichhaltig als vergleichbare persönliche Interviews betrachtet werden. Durch den Einsatz von Emoticons (kurze textliche oder graphische Repräsentationen emotionaler Inhalte) kann zwar versucht werden, diesen Mangel auszugleichen, doch weisen diese kaum dieselbe Bandbreite auf wie die menschliche Emotion (Mann/Stewart 2000).

Mit traditionellen Erhebungstechniken stärker vergleichbare Internetbefragungen stellen **synchrone Befragungsformen** dar, die mittels webbasiertem Chat oder Instant-Messenger-Systemen durchgeführt werden. Gegenüber asynchronen E-Mail-Befragungen weisen sie vor allem Vorteile hinsichtlich der Antwortlatenz auf. Da wie im persönlichen Gespräch Reaktionen unmittelbar auf gestellte Fragen folgen, sind spontanere und reichhaltigere Antworten seitens der Befragten zu erwarten. Wie Reid/Reid (2005) sowie Davis et al. (2004) jedoch kritisch anführen, benötigen synchrone internetbasierte Befragungen trotz der im Vergleich zu E-Mails geringeren Antwortlatenz deutlich länger (fast doppelt so lange) als vergleichbare persönliche Interviews – zugleich werden im Schnitt weniger lange Antworten produziert. Bei synchronen Befragungen werden die Antworten somit stark von der Lese- und Tippgeschwindigkeit der Interviewten beeinflusst. Zu der größeren Antwortlatenz kann zudem das Fehlen nonverbaler Verstärkung (z. B. durch Augenkontakt) beitragen (Mann/Stewart 2002). Eine Besonderheit der Chat-Kommunikation stellt dessen Textstruktur dar. Während persönliche Gespräche durch eine lineare Abfolge von Frage und Antwort gekennzeichnet sind, wird diese Struktur in Online-Chats häufig aufgebrochen. Aufgrund der Zeitverzögerung erscheint der Text beim Verfassen einer Antwort oder nachfolgenden Frage nicht immer in der inhaltlich dem Dialog entsprechenden Reihenfolge, sondern leicht versetzt. Dies stellt v. a. dann ein Problem dar, wenn eine Antwort sowohl zur aktuellen wie auch zur vorhergehenden Frage gehören

kann, und dies kann im Rahmen der nachfolgenden Inhaltsanalyse zu Mehrdeutigkeiten führen. Zu ähnlichen Schwierigkeiten kann die Verwendung von Sarkasmen und Metaphern führen. Sarkasmus kann durch das Fehlen nonverbaler Reize leicht als Beleidigung missverstanden werden (Davis et al. 2004) und zu fehlerhaften Interpretationen führen.

Besondere Bedeutung hat das Internet als Medium qualitativer Forschung auch deshalb erlangt, da es die bislang kaum vorhandene Möglichkeit **anonymer Kommunikationsszenarien** bietet. Während diese bei asynchronen Online-Interviews bislang eine eher untergeordnete Rolle spielen, kommt die größere Anonymität, die Chat-Dialoge prinzipiell zu bieten in der Lage sind, insbesondere bei synchronen Online-Befragungen zum Tragen. Anonymisierte Online-Interaktionen ermöglichen die Ausschaltung nonverbaler Hinweisreize, die persönliche Gespräche häufig unbewusst mitbestimmen können, und helfen, kulturell bedingte Hierarchien aufgrund z. B. des Geschlechts, Alters oder physischer Charakteristika in den Hintergrund zu drängen. Dies kann potenziell zu einer stärkeren Egalisierung der Diskussionsteilnehmer führen und ermöglicht eine offenere Gesprächsführung mit einer Konzentration auf die kommunizierte Botschaft. Besondere Bedeutung gewinnt die Anonymität qualitativer Online-Befragungen vornehmlich für Gespräche über sensible, möglicherweise beschämende Themen, über die im persönlichen Dialog nur schwer gesprochen wird (vgl. Al-Saggaf/Williamson 2004), wie etwa im Bereich der Sexuallforschung (Davis et al. 2004; Chaney/Dew 2003; McClelland 2002). Cheney und Dew (2003) rekrutierten z. B. für eine Studie zur Sexsucht bei homosexuellen Männern ihre Probanden in einschlägigen Chatrooms, in denen sie auf eine Kontaktaufnahme von anderen (anonymen) Teilnehmern warteten. Nachdem sie angesprochen wurden, informierten sie die Kontaktperson über ihr Forschungsvorhaben und luden sie zu kurzen Einzelinterviews per Instant Messenger ein. Wie diese Untersuchung zeigt, bieten qualitative Online-Erhebungen Zugang zu Personen spezieller sozialer Schichten, die über klassische Befragungsmethoden kaum oder nur schwer zu erreichen wären. Zum Beispiel untersagt die islamische Religion Frauen, mit nichtverwandten männlichen Personen zu verkehren. Aufgrund dieses Verbots haben sich in den letzten Jahren im arabischen Raum sehr lebhaft Online-Gemeinschaften gebildet, in denen sowohl Frauen als auch Männer miteinander in Kontakt treten können. In derartigen Chaträumen konnten Al-Saggaf und Williamson (2004) nun arabische Frauen befragen, zu denen sie als Männer aus kulturellen Gründen sonst nur schwerlich Zugang gehabt hätten. Schließlich ist als letzter und nicht unbedeutender Punkt die technische Infrastruktur für die Durchführung von Online-Interviews zu beachten. Diese muss nicht nur auf beiden Seiten vorhanden sein (während die Nutzung von E-Mail in der Regel kaum ein Problem darstellen wird, ist die Durchführung von synchronen Interviews technisch bereits anspruchsvoller), sondern auch adäquat gehandhabt werden können – nicht bei allen Bevölkerungsgruppen kann dieselbe Medienkompetenz vorausgesetzt werden. Insbesondere ältere oder technisch weniger affine Personenkreise zeigen häufig Schwierigkeiten beim Erlernen und in der Folge bei der Handhabung neuartiger Softwarepro-

dukte, die auch mit der (oft unbegründeten) Angst einhergeht, etwas durch fehlerhafte Bedienung „kaputt“ zu machen. Die Folge ist entweder eine vollkommene Nutzungsverweigerung oder auch eine übertriebene Vorsicht, die sich in einem sehr zögerlichen Umgang mit dem Kommunikationswerkzeug manifestiert und den Online-Dialog beeinträchtigen kann. Strukturelle wie auch emotionale Barrieren erschweren bzw. verunmöglichen unter Umständen somit die Rekrutierung und Befragung sehr spezifischer Stichproben, wodurch sich das online Medium nicht für jede Forschungssituation anbietet.

Trotz potenzieller Fallstricke, die synchronen Online-Befragungstechniken zu Eigen sind, beginnen sie sich dennoch bereits in unterschiedlichsten Forschungsdomänen zu etablieren. Beispielsweise ist im Kontext der Konsumentenforschung ein verstärkter Trend zu Online-Befragungen zu beobachten. Reppel et al. (2006) berichten vom Einsatz der Laddering-Technik im Internet, einer halbstandardisierten Befragungsmethode zur Erfassung von Means-End-Ketten. Dabei wird ausgehend von einer Produkteigenschaft, die z. B. über qualitative Interviews erhoben wird, über die Nutzenkomponenten auf die Werthaltung und Ziele der Konsumenten geschlossen. Im Rahmen einer Vergleichsstudie zu handelsüblichen MP3-Playern konnten Reppel et al. die Effektivität qualitativer Chat-Interviews im Rahmen der Laddering-Technik im Vergleich zum Fragebogenverfahren demonstrieren.

Gruppendiskussionen (Fokusgruppen) bilden ein zentrales Element der Markt- und Meinungsforschung, das zunehmend auch den Weg ins Internet findet. Ähnlich wie Einzelinterviews können sie synchrone und asynchrone Form annehmen. Synchrone Fokusgruppen, bei denen die Beteiligten sich zeitgleich austauschen, werden über Chats oder Telekonferenzsysteme durchgeführt, während asynchrone Befragungen, bei denen die Beteiligten zeitversetzt auf Beiträge anderer reagieren, über Foren, E-Mails oder Mailinglisten erfolgen (vgl. Rezabek 2000).

Einen besonderen Stellenwert nimmt bei synchronen Chat-Diskussionen die Person des Moderators (Gruppenleiters) ein, dem die zentrale Aufgabe der Initiierung und Gestaltung des Gruppengeschehens zukommt. In präsenten Diskussionsrunden verfügt der Moderator bereits mit seiner körperlichen Präsenz, Mimik und Gestik über bedeutsame Methoden, die Gruppe zu steuern. Im virtuellen Umfeld fehlen ihm diese jedoch. So muss er sich allein auf das geschriebene Wort verlassen, um die Gruppenprozesse zu beeinflussen. Dies stellt nicht nur ungeübte Moderatoren vor eine herausfordernde Aufgabe. In synchronen Online-Fokusgruppen muss er zudem über eine Vielzahl verschiedener Informationen den Überblick behalten, und darf sich nicht in verzweigten Diskussionssträngen verlieren. Mit zunehmender Gruppengröße kann dies zu einem strapaziösen Unterfangen werden. In der Praxis hat es sich daher häufig als hilfreich erwiesen, Moderationen nicht alleine, sondern mit Unterstützung eines Assistenten zu realisieren oder vorgefertigte Textpassagen vorzubereiten, die nur noch kopiert und eingefügt werden müssen (Naderer/Wendpap 2000; Strickland et al. 2003).

Abbildung 2-1: Online-Chat mit Whiteboard (OpinionPanel, 2010)



Handelsübliche WWW-Chat-Systeme für die Gestaltung von Gruppendiskussionen, wie in Abbildung 2-1 dargestellt, unterstützen Moderatoren durch eine Reihe nützlicher Funktionen in ihrer Arbeit. In der so genannten „Nicklist“ (linkes Feld oben in Abbildung 2-1) sind alle anwesenden Diskussionsteilnehmer aufgelistet. Eventuell teilnehmende, verdeckte Beobachter sind lediglich für den Moderator sichtbar. Je nach Funktionsumfang der eingesetzten Chat-Software kann die Untersuchungsleitung den Zugang zum Chat auf bestimmte Personen beschränken, einzelnen Teilnehmern ein befristetes Rederecht einräumen und einzelne Teilnehmer auf „stumm“ schalten. Ebenfalls ist es bei einigen WWW-Chats der Moderation möglich, einen vorgefertigten Interviewleitfaden hochzuladen und dann während der Diskussion aus dem Leitfaden einzelne Fragen auszuwählen. Dies erspart unter Umständen ein langwieriges Eingeben von Fragen. Die Wortbeiträge können nicht nur Texte, sondern auch Hyperlinks beinhalten, die für alle Teilnehmer anklickbar sind und ein neues WWW-Fenster öffnen. Hierüber ist die Präsentation von externem Reizmaterial möglich. Im Idealfall werden alle Diskussionsbeiträge in einer Datenbank protokolliert und mit Daten wie Uhrzeit und Nickname verknüpft, so dass sie später für differenzierte Auswertungen zur Verfügung stehen. Moderne internetbasierte Konferenzsysteme erlauben darüber hinaus das Einspielen von Audio- und Videosignalen (mit Hilfe von Mikrofonen, PC-

Lautsprechern und Webcams) sowie PowerPoint-Präsentationen. Ein Diskussions-Chat ist zwar auch in diesen Systemen meist vorhanden, aber häufig von nebensächlicher Bedeutung. Aktuelle Systeme integrieren zudem häufig auch interaktive Schnittstellen für NutzerInnen, über die sie nicht nur passiv Inhalte rezipieren sondern auch aktiv neue Inhalte generieren können. Sogenannte Whiteboards, interaktive Zeichenflächen, ermöglichen es Probanden über das Internet wie auf einem Blatt Papier am Bildschirm schriftliche wie graphische Eindrücke festzuhalten. Dies kann beispielsweise im Kontext der Innovationsforschung (vgl. Dagneaud in diesem Band) genutzt werden, um mehrere Personen gemeinsam in derartigen Umgebungen zusammenzuführen und Mindmaps oder kreative Produktideen entwickeln zu lassen.

Vor- und Nachteile von Online-Befragungen stellen sich für Fokusgruppen zunächst ähnlich wie für Einzelbefragungen dar. Sie sind zeit- und kostengünstiger, angenehmer für die Beteiligten und führen zu einer größeren Offenheit der Antworten (Bloor et al. 2001, zit. nach Salfinger 2005). Wie Rezabek (2000) demonstrierte, ermöglichen Online-Fokusgruppen auch unproblematisch Diskussionen regional weit verstreut wohnender Teilnehmer. Personen, die über die gesamten USA verstreut lebten, wurden in eine Mailingliste aufgenommen, die als Diskussionsplattform über die Motive zur Teilnahme an einem Fernlehrgang diente. Nach einer Initialfrage des Versuchsleiters antworteten die Studierenden eines Lehrgangs auf diese und in Folge auf die Reaktionen der übrigen Teilnehmer. So konnte sich im Lauf der Zeit eine fruchtbare asynchrone Diskussionskultur entfalten. Aufgrund der Anonymität von Online-Fokusgruppen sind potenzielle Artefakte durch Versuchsleitereffekte (durch soziodemographische Aspekte des Moderators) auszuschließen. Zudem ermöglichen sie es auch scheuen Teilnehmern, die in präsenten Gruppen manchmal in der Masse untergehen, eher, das Wort zu ergreifen (Naderer/Wendpap 2000).

Vor- und Nachteile von Online-Fokusgruppen (vgl. Bloor et al. 2001, zit. nach Salfinger 2005)

Vorteile	Nachteile
Schnell, kostengünstig	Basale Medienkompetenz notwendig
Bequem für Forscher und Teilnehmer	Unwahrheiten sind schwer zu identifizieren
Erleichtert Diskussion über sensible Themen	Beziehung kann schwer hergestellt werden
Verringert Versuchsleitereffekt	Fehlen nonverbaler Hinweise
Keine Datentranskription notwendig	

Im Rahmen eines Vergleichs des Kommunikations- und Diskussionsverhaltens in einer herkömmlichen Face-to-Face-Gruppendiskussion mit einer Online-Gruppendiskussion konnte Erdogan (2001) zahlreiche Unterschiede zwischen den Erhebungsverfahren beobachten. So fanden im Chat gehäuft „Paralleldiskussionen“ statt, d. h., die Probanden diskutierten weniger miteinander als vielmehr nebeneinander her. Diskussionsbeiträge wurden im Chat häufig an einzelne Personen adressiert, hingegen richteten die Probanden bei den Face-to-Face-Diskussionen diese eher an die ganze Gruppe. Vermutlich aufgrund der anonymen Befragungssituation und der natürlichen Umgebung, in der sich die Probanden während der Diskussion befinden (nämlich in der Regel bei sich zu Hause am PC), sind im WWW-Chat sehr viele offene Meinungsäußerungen zu registrieren (vgl. auch Prickarz/Urbahn 2002). Im Hinblick auf die Anzahl produzierter Wörter fand Erdogan (2001), dass die Probanden in der Offline-Bedingung dreimal mehr Wörter als in der Online-Bedingung äußerten. Andererseits meldeten sich die Teilnehmer beim WWW-Chat häufiger zu Wort, d. h., im Chat ist die Frequenz der Wortmeldungen höher, wobei insgesamt weniger Wörter produziert werden. Einige Autoren meinen jedoch, dass bei Online-Fokusgruppen aufgrund der fehlenden nonverbalen Reize, wenn die Beteiligten nur vom Computerbildschirm ablesen, kaum eine echte Gruppendynamik zwischen den Beteiligten initiiert werden kann. Deshalb wären traditionelle Gruppen den Online-Varianten stets überlegen. Salfinger (2005) betont deshalb ausdrücklich, dass Online-Fokusgruppen kein Ersatz für präsente Gruppen seien, sondern diese lediglich ergänzen können.

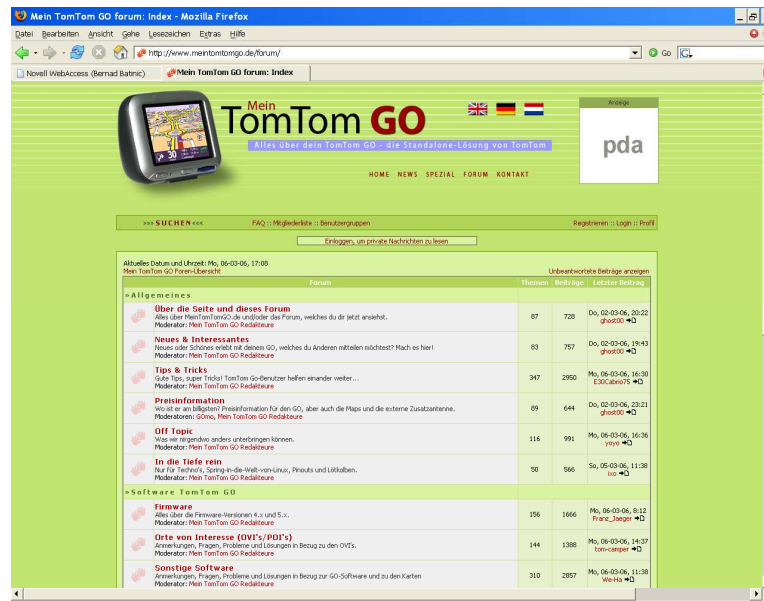
3 Qualitative Beobachtung

Besonderer Beliebtheit erfreut sich die Online-Methodik im Bereich der Beobachtungsverfahren. Aufgrund vielfältig zur Verfügung stehender Datenbestände stellen Beobachtungen eine der häufigsten qualitativen Datenerhebungsmethoden im Internet dar. In traditionellen Offline-Settings werden Beobachtungen (trotz der häufig sehr Gewinn bringenden Resultate) oft aus organisatorischen und ökonomischen Erwägungen nicht eingesetzt. Beobachtungen erfordern viel Zeit und Personal, um die interessierenden Daten adäquat erfassen zu können. Das Internet ermöglicht allerdings häufig einen direkten Zugang zur interessierenden Population und erlaubt aufgrund der weitgehend automatischen Protokollierung von Verhaltensspuren (z. B. in Form von Dialogen in Diskussionsforen) eine weitgehend unproblematische Datenerfassung. Daher gewinnt die online Methodik vor allem auch im Kontext virtueller Ethnographie zunehmende Bedeutung. Das Internet stellt für viele Personen nicht nur ein einfaches Kommunikationswerkzeug dar, sondern wird zunehmend zu einem Ort sozialer Begegnung, in dem ein Teil des Alltags gestaltet wird. Entsprechend bieten online Beobachtungen Zugang zu Interaktionen von Individuen und Gruppen, die mit

traditionellen Methoden nur schwer zu erfassen wären. Beobachtungen lassen sich hinsichtlich des Partizipationsgrads des Forschers in teilnehmende Formen, bei denen „der Beobachter aktiver Bestandteil des Geschehens“ (Bortz/Döring 2002, S. 267) ist und nichtteilnehmende Formen, bei denen sich der Beobachter außerhalb des Beobachtungsgeschehens stellt und sein Feld ohne aktive Beeinflussung protokolliert, differenzieren.

Datenquellen für **nichtteilnehmende Beobachtungen** finden sich in umfangreicher Anzahl in Form anfallender Datenbestände von Beiträgen in internetbasierten Diskussionsforen, Newsgroups und Online-Chats, die in unüberschaubarem Ausmaß im Internet Verwendung finden. Den primären Untersuchungsgegenstand stellen hierbei zumeist bestimmte Aspekte der Kommunikationsstruktur der Beteiligten dar (Casell/Tversky 2005; Panyametheekul/Herring 2003; Durham 2003). Beispielhaft sei die Untersuchung von Panyametheekul und Herring (2003) erwähnt, die die Kommunikationsmuster in thailändischen Chat-Foren analysierte. Die inhaltsanalytische Betrachtung der Chat-Gespräche offenbarte eine deutliche Wechselwirkung des Geschlechts mit der Kultur. Frauen, die in der thailändischen Gesellschaft üblicherweise einen eher untergeordneten Status einnehmen, erfuhren durch das Online-Geschehen ein Empowerment; sie nahmen öfter an Diskussionen teil und riefen auch mehr Reaktionen auf ihre eigenen Beiträge hervor als die in der realen Welt „dominanten“ Männer. Weitere zentrale Studienthemen ergeben sich aus der inhaltlichen Ausrichtung der zu analysierenden Foren. Es finden sich zahlreiche Beispiele qualitativer Online-Beobachtungen im pädagogischen Bereich – im Rahmen von E-Learning-Seminaren, die häufig begleitende Diskussionsforen zur Unterstützung des Lernprozesses einsetzen (Gerber et al. 2005, Heckman/Annabi 2005; Cox et al. 2004) – sowie im medizinischen Kontext – in Form internetbasierter Selbsthilfegruppen (Keski-Rahkonen/Tozzi 2005; Lasker et al. 2005) – oder im Rahmen von Imageanalysen zu im Internet stattfindenden Diskussionen über einzelne Firmen und deren Produkte (TomTom 2006). Gerber et al. (2005) untersuchten in einem experimentellen Design, welches Verhalten des Kursleiters den kritischen Diskurs des Lernstoffes in einem Online-Forum fördert. Aufgrund inhaltsanalytischer Ergebnisse der Forumsbeiträge in zwei Versuchsbedingungen schlossen sie, dass ein herausfordernd agierender Leiter zu wohlargumentierteren Antworten führt. Produktbefragungen gestalten sich besonders einfach, wenn wie im Falle des Navigationssystems der Firma „TomTom“ (2006) im Internet eine eigens dafür eingerichtete Usergruppe existiert. In Abbildung 3-1 ist die Startseite des Diskussionsforums dieser Usergruppe abgebildet. In mehreren tausend Beiträgen diskutieren dort Kunden und Interessenten über die Produkte der Firma und liefern somit reichhaltige Informationen für künftige Neu- und Weiterentwicklungen.

Abbildung 3-1: Diskussionsforum zum Navigationssystem TomTom



Sollen vornehmlich die „subjektiven Bedeutungen und Interaktionen“ (Flick 2000, S. 158) der Betroffenen betont werden, bietet sich als spezialisierte Zugangsweise die Form der **teilnehmenden Beobachtung** an. Um zu untersuchen, wie Frauen mit Brustkrebs mit ihrer Erkrankung umgehen und aus der häufig mit dieser Krankheit einhergehenden sozialen Isolation ausbrechen, beobachteten Hoybye et al. (2005) nicht nur das Geschehen in einer skandinavischen Selbsthilfe-Mailingliste, sondern nahmen aktiv daran teil, sie schrieben Beiträge und nahmen an den Freuden und Leiden der Betroffenen Anteil und konnten derart einen reichhaltigeren Einblick in die subjektive Bedeutung dieser Foren für die Betroffenen gewinnen, als es durch eine einfache Beobachtung möglich gewesen wäre. Wenn sich teilnehmende Beobachtung für viele Fragestellungen auch als fruchtbare Methode der Erkenntnisgewinnung anbietet, offenbart sich immer wieder ein forschungsethisches Dilemma. Einerseits empfehlen gängige Richtlinien zur Online-Datenerhebung (ADM 2001) die A-priori-Aufklärung über die Forschungsarbeit und die Zustimmung der Beteiligten, daran mitzuwirken. Aus forschungsmethodischen Überlegungen ist Derartiges andererseits jedoch gerade bei Beobachtungen zumeist kontraindiziert, da man danach trachtet, das „natürliche“ Verhalten zu erheben, sich dieses durch Hinlenkung der Aufmerksamkeit der Beteiligten allerdings zu entziehen droht. Inwiefern Beiträge in öffentlich zugänglichen Foren physische Spuren im Sinne von Bortz und Döring (2002, S. 325) darstellen und (unter Einhaltung üblicher ethischer Standards) unbedenklich gesammelt und analysiert werden können oder ob es sich um private Kommunikationselemente handelt, deren

Autoren ein Recht auf Privatheit zusteht, ist bislang noch strittig (Dzeyk 2001). Aus primär pragmatischen Überlegungen scheint der Großteil der Forscher allerdings ersterer Ansicht anzuhängen und Forenbeiträge ohne explizite Vorabinformation der Beteiligten zu Forschungszwecken zu verwenden.

Häufig wird die Methode der teilnehmenden Beobachtung zur Untersuchung von Online-Gemeinschaften gewählt, wie sie sich etwa bei so genannten Multiplayer-online-Spielen, virtuellen Spielwelten, an denen sich Mitspieler aus der gesamten Welt über das Internet beteiligen können, etablieren (vgl. z. B. Kolo/Baur 2004; Baur/Kolo 2001 Suler 1996). Teilnehmende Beobachtung bietet für die Untersuchung derartiger virtueller sozialer Räume einige Vorteile. Zum einen weisen derartige Studien immer einen subjektiven, interpretativen Aspekt auf, da das Verhalten derartiger Gruppen sich kaum von außerhalb der Umgebung, in der es auftritt, beobachten lässt. Erst durch die aktive Beteiligung am (Spiel-)Geschehen öffnet sich dem Forscher – als Teil des zu untersuchenden Phänomens – der Untersuchungsgegenstand und bietet die Gelegenheit zum weitergehenden Studium. Zudem erleichtert eine aktive Teilnahme das Verständnis für das Spiel, die impliziten Verhaltensregeln und kann das Vertrauen zu den Mitspielern erhöhen, indem man zeigt, dass man Teil der Gemeinschaft ist (Wood et al. 2004). Wright et al. (2002) analysierten beispielsweise die Regeln sozialer Interaktion im Multiplayer-online-Shooter „Counter-Strike“. Als Datenquellen für die Studie stand ihnen Zweierlei zur Verfügung: (a) Zum einen umfangreiche Log-Files zahlreicher Spiele auf unterschiedlichsten Servern, anhand derer sie die Gespräche der Teilnehmer während des Spiels extrahieren und codieren konnten. (b) Aufgrund eigener Beobachtungen, die sie als Teilnehmer des Spiels sammeln konnten, wurden zudem graphische Spieler-Repräsentationen (Logos) sowie nonverbale Interaktionen erhoben. Im Gegensatz zur öffentlichen Meinung, die derartigen Gewaltspielen häufig negativ gegenübersteht, gelangen Wright et al. zum Schluss, dass die wahre Bedeutung des Spiels für die Teilnehmer weniger in der gewalttätigen Handlung oder den blutigen Bildern zu finden sei, sondern vielmehr in den sozialen Interaktionen zwischen den Beteiligten. So erlernen die Mitspieler eine Art Sozialverhalten, die auf etablierten Verhaltenscodes der realen Welt aufbauen, und können so im virtuellen Raum mit der Übertretung von Regeln und deren Konsequenzen experimentieren – ohne reale Konsequenzen fürchten zu müssen.

4 Dokumentenanalyse

Dokumentenanalyse ist im Kontext der qualitativen Online-Forschung ein sehr vager und allgemeiner Begriff, da auch Beobachtungsverfahren hauptsächlich von Dokumenten (Gesprächsaufzeichnungen) ausgehen. Im Folgenden soll Dokumentenanalyse im Sinne einer negativen Definition all jene Forschungszugänge umfassen, die auf

Webdokumenten basieren, welche kein Kommunikationsgeschehen im Sinne eines direkten Dialogs umfassen. Allerdings ist auch diese Definition nicht gänzlich unproblematisch. So bewegt sich das Phänomen des Bloggens (siehe unten) in einem Graubereich zwischen einfacher Artikelpublikation und Replik auf andere Beiträge.

Zu analysierende Dokumente stellen im Internet in der Regel Websites aller Art dar. Diesbezüglich lassen sich zwei Forschungszugänge unterscheiden: Websites als Datenquelle (Jones et al. 2001) und Websites als Untersuchungsgegenstand (Toll et al. 2003; Döring 2002). Ein Beispiel für ersteren Zugang stellt eine Untersuchung von Jones et al. (2001) dar. Um die subjektiven Lebensrealitäten von Autisten zu untersuchen, wurden Selbstbeschreibungen des täglichen Lebens und der Erfahrungen mit dieser Krankheit, die Autisten im Internet auf öffentlich zugänglichen Seiten publiziert hatten, recherchiert und analysiert. In diesem Fall stellten die gefundenen Websites lediglich ein Publikationsmedium für die eigentlich interessierenden Inhalte – die Selbstbeschreibungen der Autisten – dar. Auf der anderen Seite können auch die Websites selbst Gegenstand der Untersuchung sein. So analysierten Toll et al. (2003) knapp 70 Websites, die Behandlung für Alkoholiker im Internet anboten, hinsichtlich der empirischen Fundierung dieser Therapien. Das ernüchternde Resultat der Untersuchung war, dass der Großteil dieser Therapieangebote auf keinerlei empirisch fundiertem Wissen basierte und von zweifelhafter Qualität schien. Ein Spezialfall einfacher Websites sind so genannte Weblogs (Blogs). Blogs sind persönliche Tagebücher oder chronologische Kommentare zu individuell bedeutsamen Themen, die im Internet von Einzelpersonen oder Gruppen regelmäßig publiziert werden. Weblogs stellen ein – vornehmlich von Teenagern und jungen Erwachsenen genutzt – in den letzten Jahren boomendes Internet-Phänomen dar – laut Sifry (2007) hat sich die Anzahl der betriebenen Weblogs in den letzten drei Jahren fast versechzigfach –, das eine zunehmende Bedeutung als Kommunikationsmedium gewinnt. Mit der Popularität und Verbreitung von Weblogs im Internet hat auch die wissenschaftliche Forschung ihr Interesse an diesem neuen Medium gefunden (Huffaker/Calvert 2005; Reichmayr 2005). Huffaker und Calvert (2005) konnten etwa in ihrer Studie zur Selbstpräsentation in Weblogs zeigen, dass trotz der Anonymität, die das Internet grundsätzlich zu bieten vermag, Teenager in ihren Blogs häufig persönliche Daten wie ihren echten Namen, Alter oder Wohnort preisgeben. Im Gegensatz zur verbreiteten Meinung präsentieren sich Teenager in der Regel online ähnlich wie im realen Leben. Zudem ließen sich Besonderheiten in der Online-Kommunikation beobachten. Männer bedienten sich (wie erwartet) eher eines resoluten, aktiven Sprachstils, während bei Frauen jedoch kein passiver, kooperativer Stil zu beobachten war. Die Autoren führen Letzteres auf Spezifika in der Persönlichkeitsstruktur der Befragten zurück. Frauen, die ein Weblog führen, scheinen dahingehend kein repräsentatives Segment der Gesamtbevölkerung darzustellen.

5 Fazit

Die in den letzten Jahren rasante Verbreitung des Internets im Wirtschafts- wie auch Privatleben brachte zahlreiche Veränderungen im Kommunikations- und Arbeitsverhalten mit sich – so auch im Bereich der wissenschaftlichen und kommerziellen Forschung. Die Anwendungsfelder internetbasierter Untersuchungen sind dementsprechend zahlreich: Imageanalysen, Produkttests, Konsumentenbefragungen auf der einen Seite sowie die Analyse von Kommunikationsmustern in E-Learning- wie auch Selbsthilfe-Foren auf der anderen Seite bis hin zur Beschreibung sozialer Gruppen in virtuellen Communitys (um nur einige wenige Beispiele zu nennen) stellen exemplarische Forschungsthemen aktueller qualitativer Online-Studien dar.

Wie zahlreiche Untersuchungen belegen, ist das Internet als Datenerhebungsmethode dabei nicht auf die quantitative Ebene allein beschränkt. Dem qualitativ tätigen Forscher bietet sich eine Vielzahl an methodischen Zugängen, das Netz nicht nur als Untersuchungsgegenstand, sondern generell als Erhebungsmethode zu nutzen. Dabei unterscheiden sich die zur Verfügung stehenden Methoden (Befragung, Beobachtung und Dokumentenanalyse) vom Ansatz her nur unwesentlich von ihren traditionellen Varianten – wenn sie aufgrund der geänderten Rahmenbedingungen im Internet auch in etwas modifizierter Form zutage treten mögen (z.B. Online Focus Gruppen). Insbesondere qualitative Befragungsformen im Internet bieten unter Berücksichtigung der Kommunikationssynchronizität eine gewisse Variationsvielfalt. Denn Online-Befragungen erfordern nicht zwangsläufig die gleichzeitige Verfügbarkeit beider Kommunikationspartner. Über E-Mail oder Diskussionsforen lassen sich unter Beachtung der Mediumsspezifika ebenso reichhaltige Daten erzielen wie bei synchronen Formen. Allerdings sind qualitative Online-Methoden nicht zwangsläufig in ihrem Informationsgehalt mit traditionellen, präsenzbasierten Erhebungen gleichzusetzen. Insbesondere Online-Befragungen mangelt es häufig an der medialen Reichhaltigkeit der gewonnenen Informationen. Beobachtungen, die bei präsenten Interaktionen zeitgleich angestellt werden können und manchmal unerwartete Einblicke aufgrund non-verbaler Reaktionen der Befragten erlauben, sind bei Online-Interviews nicht möglich. Die einzige Kommunikationsebene stellt das geschriebene Wort dar – mögliche Inkonsistenzen, die im persönlichen Gespräch aufgrund z. B. ausdrucksstarker Mimik direkt zutage treten, werden v. a. bei synchronen Befragungen aufgrund der raschen Abfolge von Frage und Replik textlich selten gleich entdeckt. Deshalb obliegt bei Online-Interviews, mehr noch als bei Face-to-Face-Befragungen, der Person des Moderators eine besondere Verantwortung. Dieser muss allein aufgrund des geschriebenen Worts auf das affektive und psychische Erleben der Befragten schließen und den Gesprächsfluss entsprechend steuern. Speziell die Leitung von Gruppendiskussionen kann sich so schnell als ungeahnte Herausforderung gestalten, weshalb eine explizite Vorbereitung bzw. ein spezielles Training vorab dringend anzuraten ist. Eingedenk aller potenziellen Limitierungen bieten sich Online-Untersuchungen neben organisatorischen

und ökonomischen Vorzügen vornehmlich aufgrund inhaltlicher Überlegungen an, um spezifische Subpopulationen zu erreichen, die auf herkömmlichem Weg nur schwer zu rekrutieren wären (z. B. Drogenkonsumenten), oder zur Untersuchung heikler Thematiken, über die im persönlichen Gespräch ungern offen diskutiert wird (z. B. illegales Verhalten oder Sexualpraktiken). Deshalb kann nicht generell für oder gegen den Einsatz des Internets im Forschungsprozess argumentiert werden. Die Frage der Vor- und Nachteile des jeweiligen Forschungszugangs wird in jeder Untersuchungssituation aufs Neue zu beantworten sein. Häufig ist jedoch gar nicht eine Entscheidung für oder gegen Online-Methoden zu fällen. Vielmehr empfiehlt sich für viele praktische Anwendungsfälle auch ein methodisch diversifizierter Zugang, der je nach aktueller Problemstellung internetbasierte Ansätze flexibel mit bewährten Methoden der Offline-Forschung kombiniert.

Literaturverzeichnis

- Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e. V. (ADM) (2001): Richtlinien für Online-Befragungen. www.adm-ev.de/fileadmin/user_upload/PDFS/R08_D_07_08.pdf. Zugriff: 02.11.10.
- Al-Saggaf, Yeslam / Williamson, Kirsty (2004): Online Communities in Saudi Arabia: Evaluating the Impact on Culture through Online Semi-Structured Interviews. In: *Forum Qualitative Sozialforschung*, 5(3), Art. 24, [43 Absätze]. www.qualitative-research.net/fqs-texte/3-04/04-3-24-e.htm. Zugriff: 02.11.10.
- Baker, Andrea (2000): Two By Two in Cyberspace: Getting Together and Connection Online. In: *CyberPsychology & Behavior*, 3, S. 237–242.
- Bampton, Roberta / Cowton, Christopher J. (2002): The E-Interview. In: *Forum Qualitative Sozialforschung*, 3(2), [27 Absätze]. <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/848>. Zugriff: 02.11.10.
- Baur, Timo / Kolo, Castulus (2001): Feldforschung in Multiplayer-Onlinespielen. Vortrag bei der German Online Research Conference in Göttingen. www.psych.uni-goettingen.de/congress/gor-2001/contrib/baur-timo. Zugriff: 02.11.10.
- Bloor, Michael / Frankland, Jane / Thomas, Michelle / Robson, Kate (2001): *Focus Groups in Social Research*. London.
- Bortz, Jürgen / Döring, Nicola (2002): *Forschungsmethoden und Evaluation*. Berlin.
- Cassell, Justine / Tversky, Dona (2005): The Language of Online Intercultural Community Formation. In: *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10, <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue2/cassell.html>. Zugriff: 02.11.10.
- Chaney, Michael P. / Dew, Brian J. (2003): Online Experience of Sexually Compulsive Men Who Have Sex with Men. In: *Sexual Addiction & Compulsivity*, 10, S. 259–274.
- Cox, Glenda / Carr, Tony / Hall, Martin (2004): Evaluating the Use of Synchronous Communication in two blended Courses. In: *Journal of Computer Assisted Learning*, 20, S. 183–193.
- Davis, Mark / Bolding, Graham / Hart, G. / Sherr, L. / Elford, Jonathan (2004): Reflecting on the Experience of Interviewing Online: Perspectives from the Internet and HIV Study in London. In: *AIDS Care*, 16, S. 944–952.
- Döring, Nicola (2002): Personal Home Pages on the Web: A Review of Research. In: *Journal of Computer-Mediated Communication*, 7, <http://jcmc.indiana.edu/vol7/issue3/doering.html>. Zugriff: 02.11.10.

- Durham, Mercedes (2003): Language Choice on a Swiss Mailing List. In: *Journal of Computer-Mediated Communication*, 9. <http://jcmc.indiana.edu/vol9/issue1/durham.html>. Zugriff: 02.11.10.
- Dzcyk, Waldemar (2001): Ethische Dimensionen der Online Forschung. In: *Kölner Psychologische Studien*, 6, S. 1–30.
- Erdogan, Gülten (2001): Die Gruppendiskussion als qualitative Datenerhebung im Internet. Ein Online-Offline-Vergleich. *kommunikation@gesellschaft*, 2. www.uni-frankfurt.de/fb03/K.G/B5_2001_Erdogan.pdf. Zugriff: 02.11.10.
- Flick, Uwe (2000): *Qualitative Forschung*. Reinbek.
- Gerber, Sue / Scott, Logan / Clements, Douglas H. / Sarama, Julie (2005): Instructor Influence on Reasoned Argument in Discussion Boards. In: *Educational Technology Research & Development*, 53, S. 25–39.
- Heckman, Robert / Annabi, Hala (2005): A Content Analytic Comparison of Learning Processes in Online and Face-to-Face Case Study Discussions. In: *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10. <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue2/heckman.html>. Zugriff: 02.11.10.
- Hessler, Richard M. / Downing, Jane / Beltz, Cathleen / Pelliccio, Angela / Powell, Mark / Vale, Whitley (2003): Qualitative Research on Adolescent Risk Using E-Mail: A Methodological Assessment. In: *Qualitative Sociology*, 26, S. 111–124.
- Hoybye, Mette T. / Johansen, Christoffer / Tjornhoj-Thomsen, Tine (2005): Online Interaction. Effects of Storytelling in an Internet Breast Cancer Support Group. In: *Psycho-Oncology*, 14, S. 211–220.
- Huffaker, David A. / Calvert, Sandra L. (2005): Gender, Identity, and Language Use in Teenage Blogs. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10. <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue2/huffaker.html>. Zugriff: 02.11.10.
- Jones, Robert S. / Zahl, Andrew / Huws, Jaci C. (2001): First-Hand Accounts of Emotional Experiences in Autism: A Qualitative Analysis. In: *Disability & Society*, 16, S. 393–401.
- Keski-Rahkonen, Anna / Tozzi, Federika (2005): The Process of Recovery in Eating Disorder Suffers' Own Words: An Internet-Based Survey. In: *International Journal of Eating Disorder*, 37, S. 80–86.
- Kolo, Castulus / Baur, Timo (2004): Living a Virtual Life: Social Dynamics of Online Gaming. In: *Game Studies – The International Journal of Computer Game Research*, 4. www.gamestudies.org/0401/kolo/. Zugriff: 02.11.10.
- Lasker, Judith N. / Sogolow, Ellen D. / Sharim, Rebecca R. (2005): The Role of an Online Community for People With a Rare Disease: Content Analysis of Messages Posted on a

Primary Biliary Cirrhosis Mailinglist. In: Journal of Medical Internet Research, 7. www.jmir.org/2005/1/e10/. Zugriff: 02.11.10.

Mann, Chris / Stewart, Fiona (2000): Internet Communication and Qualitative Research: A Handbook for Researching Online. London.

McClelland, Mark (2002): Virtual Ethnography: Using the Internet to Study Gay Culture in Japan. In: Sexualities, 5, S. 387–406.

Naderer, Gabriele / Wendpap, Marion (2000): Online-Gruppendiskussionen. Möglichkeiten und Grenzen. Vortrag am BVM-Kongress in Basel. <http://www.mediensprache.net/archiv/pubs/2948.htm>. Zugriff: 02.11.10.

Opinionpanel (2010). Online discussion group with whiteboard. <http://www.opinionpanel.co.uk/services/online-qualitative/online-focus-groups/> Letzter Zugriff: 02.11.10

Panyametheekul, Siriporn / Herring, Susan C. (2003): Gender and Turn Allocation in a Thai Chat Room. In: Journal of Computer-Mediated Communication, 9. http://jcmc.indiana.edu/vol9/issue1/panya_herring.html. Zugriff: 02.11.10.

Prickarz, Herbert / Urbahn, Julia (2002): Qualitative Datenerhebung mit Online-Fokusgruppen: Ein Bericht aus der Praxis. In: Planung & Analyse, 1, S. 63–70.

Reichmayr, Ingrid F. (2005): Weblogs von Jugendlichen als Bühnen des Identitätsmanagements. Eine explorative Untersuchung. kommunikation@gesellschaft, 6. www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B8_2005_Reichmayr.pdf. Zugriff: 02.11.10.

Reid, Donna J. / Reid, Freiser J. M. (2005): Online Focus Groups: An In-Depth Comparison of Computer-mediated and Conventional Focus Group Discussion. In: International Journal of Market Research, 47, S. 131–162.

Reppel, Alexander / Gruber, Thorsten / Szmigin, Isabelle / Voss, Rüdiger (2006): Online Laddering – Development of Innovative Laddering Data Collection Methods. Vortrag bei der General Online Research Conference in Bielefeld.

Rezabek, Roger (2000): Online Focus Groups: Electronic Discussions for Research. In: Forum Qualitative Sozialforschung, 1(1), [67 Absätze]. <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1128>. Zugriff: 02.11.10.

Rifkin, Jeremy (2004): Wirtschaft und Gesellschaft im Zeichen einer digital vernetzten Welt. Vortrag auf den Münchner Medientagen „Merging Media“ in München.

Salfinger, Brigitte (2005): Gender Specific Analysis of Virtual Communication in Panel Online Focus Groups. Recent Developments and Applications in Social Research Methodology. Proceedings of the RC33 Sixth International Conference on Social Science Methodology. Amsterdam.

Sifry, David (2007): The state of the live web. www.sifry.com/alerts/archives/000493.html. Zugriff: 02.11.10.

Strickland, Ora L. / Moloney, Margarete F. / Dietrich, Alexa S. / Myerburg, Stuart / Cotsonis, George A. / Johnson, Robert V. (2003): Measurement Issues to Data Collection on the World Wide Web. In: *Advances in Nursing Science*, 26, S. 246–256.

Suler, John (1996): One of Us – Participant Observation Research at the Palace. *The Psychology of Cyberspace*. www.rider.edu/~suler/psyber/partobs.html. Zugriff: 02.11.10.

Toll, Benjamin A. / Sobell, Linda C. / D'Arienzo, Justin / Sobell, Mark B. / Eickleberry-Goldsmith, Lori / Toll, Heather J. (2003): What Do Internet-Based Alcohol Treatment Websites Offer? In: *Cyber Psychology & Behavior*, 6, S. 581–584.

TomTom (2006): Tom Tom Go. www.meintomtomgo.de/forum/. Zugriff: 02.11.10.

Wood, Richard T. A. / Griffith, Mark D. / Eatough, Virginia (2004): Online Data Collection from Video Game Players: Methodological Issues. In: *Cyber Psychology & Behavior*, 7, S. 511–518.

Wright, Talmadge / Boria, Eric / Breidenbach, Paul (2002): Creative Player Actions in FPS Online Video Games – Playing Counter-Strike. In: *Game Studies – The International Journal of Computer Game Research*, 2. www.gamestudies.org/0202/wright/. Zugriff: 02.11.10.