



DGOF

NEUE SCHRIFTEN ZUR ONLINE-FORSCHUNG 12

HANDBUCH ONLINE-FORSCHUNG

SOZIALWISSENSCHAFTLICHE DATENGEWINNUNG
UND -AUSWERTUNG IN DIGITALEN NETZEN

MARTIN WELKER / MONIKA TADDICKEN /
JAN-HINRIK SCHMIDT / NIKOLAUS JACKOB (HRSG.)

HERBERT VON HALEM VERLAG

HW

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, 2014

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.

© 2014 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISSN 1865-2638

E-Book (PDF): ISBN 978-3-86962-128-9
Print: ISBN 978-3-86962-090-9

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

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

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

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 GEISSLER (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 Promotionskollege 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

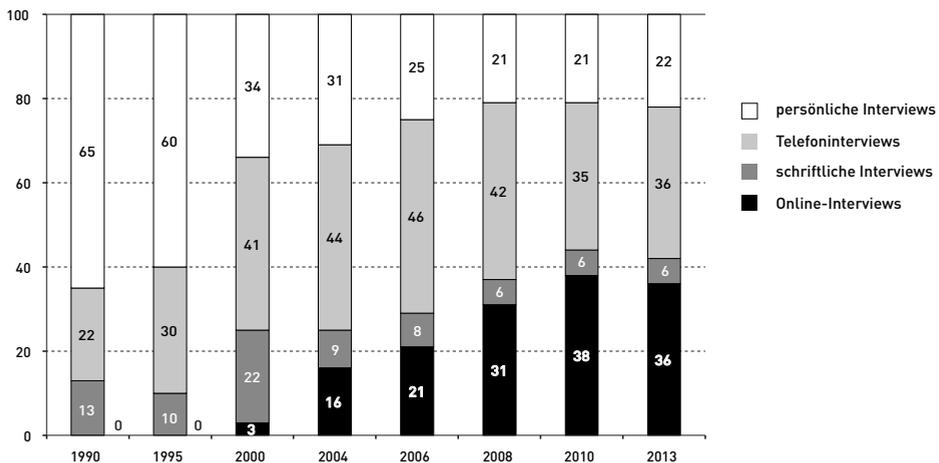
Eine Gesellschaft, die sich immer stärker auf das Internet verlässt, ja geradezu abhängig von komplexer Vernetzung ist, kann es sich in der empirischen Sozialforschung nicht leisten, auf netzbasierte Methoden zu verzichten. Werbung im Internet ist inzwischen allein in Mitteleuropa zu einem Milliardengeschäft 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.

bzw. Begriffserweiterungen aufgelöst werden sollten. Zu nennen sind in diesem Zusammenhang Begriffsbildungen wie ›Hybridmedium‹ (zuerst OGAN 1993; dann HÖFLICH 1997), ›Kommunikationsraum‹ (RÖSSLER 1998) oder auch ›Netz-Medium‹ (NEVERLA 1998). Schwierigkeiten im klassischen medien- und kommunikationswissenschaftlichen Verständnis bereitete insbesondere die Verbindung und Vermischung von öffentlicher und privater Kommunikation im Internet.

In den USA publizierten die führenden kommunikationswissenschaftlichen Journale ab Mitte der 1990er-Jahre häufiger zum Feld ›Online-Kommunikation‹. Gould legte im Jahre 2004 eine Inhaltsanalyse vor, die eine Mengenabschätzung von Artikeln erlaubte, die thematisch mit Online-Kommunikation befasst waren.²³ Zunächst sind die gemessenen Anteile von Online-Forschung in drei Top-Journalen bis 2003 eher gering ausgefallen.

Betrachtet man allerdings die Entwicklung über die Jahre in allen 33 untersuchten Journalen, wird deutlich, dass das Thema ›Online‹ für die Medien- und Kommunikationswissenschaft eine wachsende Bedeutung aufweist. Die Studie zeigt einen nahezu stetigen Anstieg der Anteile von Aufsätzen, die sich mit Online-Kommunikation und dem Internet beschäftigen.

TABELLE 2

Distribution of Mass Communication Research Articles Dealing with Online Communication by Publication, 1993 - 2003, N = 476

Journal	Total Internet-Related Articles	% Compared To All Journal Articles
<i>Communication Research</i>	10	3.1
<i>Journal of Communication</i>	16	3.9
<i>Public Opinion Quarterly</i>	1	0.3

Quelle: Gould 2004, Auszug: 3 Top-Journale der Medien- und Kommunikationswissenschaft

Zerback, Schoen, Jakob und Schlereth (2009: 15ff.) legten nun eine detaillierte Untersuchung zum Status quo und zur Entwicklung der Online-Befragung vor, die auf einer Inhaltsanalyse von 40 renommierten Fachzeitschriften aus dem In- und Ausland der Fächer Publizistik, Politikwissenschaft, Psychologie und Soziologie basiert. In dieser Studie ging es somit um den Kern der Online-Forschung, der Erhebung von Daten mithilfe des Internets. Die in den analysierten Journalen

23 »An article is considered to be focused on online communication research if it deals with communication carried through a many-to-many network [...]. It does not include online telephone technologies or one-to-one e-mail« (GOULD 2004, Abschnitt 26.). In dieser Definition ist das Internet Gegenstand der Forschung, nicht Methode.

enthaltenen Beiträge wurden »für die Jahre 1997 bis 2006 daraufhin untersucht, ob und in welcher Weise Online-Befragungen zum Einsatz kommen« (ebd.: 16). Insgesamt konnten in zehn Jahren 120 Beiträge mit internetgestützten Befragungen identifiziert werden. Dabei zeigte sich ein klarer Wachstumstrend, der mit keinen Beiträgen zum Thema im Jahr 1997 bis zum vorläufigen Höhepunkt im Jahre 2005 mit insgesamt 33 Beiträgen reichte (dies. 2009: 19). »Parallel zum Vordringen der Online-Befragung [...] sank der Anteil der Arbeiten, die das Instrument allein unter methodischen [sic!] Gesichtspunkt betrachteten« (ebd.: 30).²⁴ Die Auswertung nach Fächern ergab eine starke zahlenmäßige Dominanz (N=84) der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Auch die methodische Qualität der codierten Beiträge wurde von den Autoren untersucht. Dabei standen insbesondere die in den Artikeln verwendeten Auswahlverfahren im Mittelpunkt, an die sich die jeweiligen Online-Befragungen anschlossen. Die überwiegende Mehrheit (56 %) der Auswahlverfahren basierte auf willkürlichen Verfahren. Insgesamt folgern die Autoren, dass die »methodische Qualität von Publikationen, die auf Online-Befragungen fußen, zu steigern« ist (ebd.).

Anders formuliert: Nachdem nun das Internet zum Alltag der meisten Menschen in Deutschland gehört und dessen Gebrauch eingeschliffen ist, rücken zunehmend komplexere Fragen der Informationsgesellschaft in den Vordergrund. Beispielhaft genannt seien die Fragestellungen in der deutschsprachigen Medien- und Kommunikationswissenschaft nach der Verflechtung klassischer Medien und dem Internet bzw. verstärkter Partizipation (WELKER 2013; BECK 2006: 223), nach einem Strukturwandel der Öffentlichkeit (NEUBERGER 2009), aber auch nach komplexen Anwendungsfeldern wie E-Learning oder der Rolle von Computer Games (SCHWEIGER/BECK 2010: 309ff.). Während in den ersten Jahren Methodenfragen dominierten, rückten nun detaillierte Fragen nach Nutzung und Wirkung in den Vordergrund (vgl. EMMER/VOWE/WOLLING 2011: 203ff.; SCHWEIGER/BECK 2010: 157ff.; EMMER 2005; HAUZER/LÜNICH/RÖSSLER 2012). Empirische Forschungsanstrengungen generieren aber nach wie vor Beiträge zur Ausformulierung und Verbesserung von Online-Methoden, so zur Online-Befragung (TADDICKEN 2008; KACZMIREK 2009; JACKOB/SCHOEN/ZERBACK 2009), zur Online-Inhaltsanalyse (WELKER/WÜNSCH 2010), zu Logfile-Analysen (WELKER 2009: 103ff.), zur Netzwerkforschung (STEGBAUER 2010, insb. 215ff.) oder zum Online-Delphi (BECK 2000). Neues Methodenwissen wurde aber auch für qualitative Methoden der Online-Marktforschung erarbeitet (THEOBALD/NEUNDORFER 2010).

24 Diese Beobachtung korrespondiert mit den Befunden der weiter unten folgenden Inhaltsanalyse der GOR-Beiträge.

Während also gängige Instrumente der Online-Forschung wie die Online-Befragung weitgehend konsolidiert sind, treten weitere Instrumente hinzu und bereichern das Methodenspektrum.

7. Fazit

Online-Forschung konnte in den vorigen Abschnitten als innovatives, interdisziplinäres und für sozialwissenschaftliche Disziplinen komplementäres Feld charakterisiert werden. Online-Forschung erschließt neue Phänomene des digitalen Zeitalters, die bislang in der Offline-Welt so nicht möglich oder nicht anzutreffen waren: kollaboratives Lernen, vernetztes Arbeiten und Forschen, hybrides Kommunizieren. Dazu werden internetgestützte Instrumente und Methoden eingesetzt. Diese wachsende Vielfalt spiegelt sich auch im vorliegenden Handbuch wider.

Die Entwicklung der Online-Forschung war in den vergangenen Jahren v. a. durch zwei Evolutionspfade 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. Nach wie vor kann der doppelte Bezug der Online-Forschung herausgestrichen werden: ihr Gegenstandsbezug und ihr Methodenbezug. Im nun folgenden Text sollen die hier überwiegend theoretisch herausgearbeiteten Entwicklungslinien noch einmal empirisch untermauert werden.

Literatur

- ADM ARBEITSKREIS DEUTSCHER MARKT- UND SOZIALFORSCHUNGSINSTITUTE E. V.: *Marktforschung in Zahlen*, 2/2013. Online: <http://www.adm-ev.de> [15.02.2013]
- ANDERSON, C.: *The Long Tail. Why the Future of Business Is Selling Less of More*. New York [Hyperion] 2006
- BATINIC, B.; A. WERNER; L. GRÄF; W. BANDILLA (Hrsg.): *Online Research: Methoden, Anwendungen und Ergebnisse*. Göttingen et al. [Hogrefe] 1999
- BAYM, N. K.: Internet Research as It Isn't, Is, Could Be, and Should Be. In: *The Information Society*, 21, 2005, S. 229 - 232

- BECK, K.: *Computervermittelte Kommunikation im Internet*. München, Wien [Oldenbourg] 2006
- BECK, K.: Soziologie der Online-Kommunikation. In: SCHWEIGER, W.; K. BECK (Hrsg.): *Handbuch Onlinekommunikation*. Wiesbaden [vs Verlag] 2010, S. 15 - 35
- BECK, K.; P. GLOTZ; G. VOGELSANG: *Die Zukunft des Internets: internationale Delphi-Befragung zur Entwicklung der Online-Kommunikation*. Konstanz [UVK-Medien] 2000
- BERGHAUS, M.: »Alte« Theorien über »neue« Medien. Was sich aus Medien-, Kommunikations- und Gesellschaftstheorien über Begleiterscheinungen des Internet ableiten lässt. In: BERGHAUS, M. (Hrsg.): *Interaktive Medien – interdisziplinär vernetzt*. Opladen, Wiesbaden [Westdeutscher Verlag] 1999, S. 31 - 61
- BERNERS-LEE, W.; J. A. HALL; K. O'HARA HENDLER; N. SHADBOLT; D. J. WEITZNER: A Framework for Web Science. In: *Foundations and Trends in Web Science*, 1/1, 2006, DOI: 10.1561/1800000001 [03.01.2014]
- BOURDIEU, P.: *Sozialer Raum und »Klassen«: Leçon sur la leçon*. Frankfurt/M. [Suhrkamp-Taschenbuch Wissenschaft Stw] 1985
- BOURDIEU, P.; H. HAACKE: *Freier Austausch: für die Unabhängigkeit der Phantasie und des Denkens*. Frankfurt/M. [S. Fischer] 1995
- BRAUCKMANN, P.: *Web-Monitoring: Gewinnung und Analyse von Daten über das Kommunikationsverhalten im Internet*. Konstanz [UVK Verlag] 2010
- BROSIUS, H.-B.; A. HAAS: Auf dem Weg zur Normalwissenschaft. Themen und Herkunft der Beiträge in Publizistik und Medien & Kommunikationswissenschaft. In: *Publizistik*, 54, 2, 2009, S. 168 - 190
- BRYANT, J.; D. MIRON: Theory and Research in Mass Communication. In: *Journal of Communication*, 54. Jg., Heft 4, 2004, S. 662 - 704
- BUNDESMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT UND TECHNOLOGIE (BMWi) (Hrsg.): *Machine-to-Machine-Kommunikation – eine Chance für die deutsche Industrie*. AG2 Kompetenznetzwerk Machine-to-Machine-Kommunikation, Nov. 2011. Online: http://www.m2m-alliance.com/fileadmin/user_upload/pdf/IT_Gipfel_AG2_M2M_2011.pdf [20.02.2013]
- BURNETT, R.; M. CONSALVO; C. ESS (Hrsg.): *The Handbook of Internet Studies (Handbooks in Communication and Media)*. Indianapolis [Wiley-Blackwell Publishing] 2010a
- BURNETT, R.; M. CONSALVO; C. ESS: Introduction. The Rise of the Internet and the Emergence of Internet Studies. In: BURNETT, R.; M. CONSALVO; C. ESS (Hrsg.): *The Handbook of Internet Studies (Handbooks in Communication and Media)*. Indianapolis [Wiley-Blackwell Publishing] 2010b, S. 1 - 7

- CALLEGARO, M.; R. P. BAKER; J. BETHLEHEM; A. S. GÖRITZ; J. A. KROSNICK; P. J. LAVRAKAS: *Online Panel Research: A Data Quality Perspective*. New York [John Wiley & Sons Inc] 2014
- CASTELLS, M.: *The rise of the network society*. Malden, Mass. et al. [Wiley-Blackwell] 2010, 2nd edition
- COUPER, M. P.: Web Surveys: A Review of Issues and Approaches. In: *Public Opinion Quarterly*, 64, 4, 2000, S. 464-482
- DEFILA, R.; A. DI GIULIO: Interdisziplinarität und Disziplinarität. In: OLBERTZ, J.-H. (Hrsg.): *Zwischen den Fächern – über den Dingen? Universalisierung versus Spezialisierung akademischer Bildung*. Opladen [Leske & Budrich] 1998, S. 111-137
- DGPK [DEUTSCHE GESELLSCHAFT FÜR PUBLIZISTIK UND KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT]: *Digital Methods – Innovative Ansätze zur Analyse öffentlicher Kommunikation im Internet*. Call for Papers für die Jahrestagung der Fachgruppe Computervermittelte Kommunikation der DGPK, 7. bis 9. November 2013 an der Universität Wien. Online: http://www.dgpk.de/wp-content/uploads/2013/01/CfP_CvK2013_DigitalMethods.pdf. 2013, S. 1-3
- DONSBACH, W.; T. LAUB; A. HAAS; H.-B. BROSIUS: Anpassungsprozesse in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Themen und Herkunft der Forschung in den Fachzeitschriften »Publizistik« und »Medien & Kommunikationswissenschaft«. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 53 (2005), S. 46-72
- DÖRING, N.: *Sozialpsychologie des Internet; die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen* (2., vollst. überarb. und erw. Aufl.) Göttingen; Bern et al. [Hogrefe, Verl. für Psychologie] 2003
- EMMER, M.: *Politische Mobilisierung durch das Internet? Eine kommunikationswissenschaftliche Untersuchung zur Wirkung eines neuen Mediums* (Internet Research Band 22). München [Reinhard Fischer Verlag] 2005
- EMMER, M.; G. VOWE; J. WOLLING: *Bürger Online. Die Entwicklung der politischen Online-Kommunikation in Deutschland*. Konstanz [UVK Verlag] 2011
- ESSER, H.: *Soziologie. Allgemeine Grundlagen* (2. durchgesehene Auflage). Frankfurt/M./New York [Campus] 1996
- FIELDING, N.; R. M. LEE; G. BLANK (Hrsg.): *The Sage Handbook of Online Research Methods*. London et al. [Sage Publications] 2008
- FLUSSER, V.: Telematik: Verbündelung oder Vernetzung? In: *Neue Gesellschaft*, 42/1, 1995, S. 18-23
- FRIEDMAN, T. L.: *The World is Flat*. London et al. [Penguin Books] 2006
- GIDDENS, A.: *Die Konstitution der Gesellschaft. Grundzüge einer Theorie der Strukturation*. 3. Auflage; (deutsche Übersetzung der englischen Originalausgabe *The Constitution of Society*). Frankfurt/M. [Campus] 1997

- GOULD T.: Online Communication Research in 33 Mass Communication Journals, 1993 - 2003. In: *Web Journal of Mass Communication Research (WJMCR)* 7:2, March 2004. Online: <http://www.scripps.ohiou.edu/wjmcr/volo7/7-2a.html> [20.02.2013]
- HAUTZER, L.; M. LÜNICH; P. RÖSSLER: *Social Navigation. Neue Orientierungsmuster bei der Mediennutzung im Internet*. Baden-Baden [Nomos Verlag] 2012
- HEPP, A.; F. KROTZ; S. MOORES; C. WINTER (Hrsg.): *Konnektivität, Netzwerk und Fluss. Konzepte gegenwärtiger Medien-, Kommunikations- und Kulturtheorie*. Wiesbaden [vs Verlag] 2006
- HIIG [ALEXANDER V. HUMBOLDT INSTITUTS FÜR INTERNET UND GESELLSCHAFT]: *Ziele und Aufgaben*. 2012. Online: <http://www.hiig.de/institut/ziele-und-aufgaben/> [15.02.2013]
- HÖFLICH, J. R.: Zwischen massenmedialer und technisch vermittelter interpersonaler Kommunikation – der Computer als Hybridmedium und was die Menschen damit machen. In: BECK, K.; G. VOWE (Hrsg.): *Computernetze – ein Medium öffentlicher Kommunikation?* Berlin [Spies] 1997, S. 85 - 104
- HÖFLICH, J. R.: *Mensch, Computer und Kommunikation. Theoretische Verortungen und empirische Befunde*. Frankfurt/M. [Lang] 2003
- HUAWEI TECHNOLOGIES DEUTSCHLAND GMBH, INITIATIVE D21 E. V.: *Mobile Internetnutzung. Entwicklungsschub für die digitale Gesellschaft? Sonderstudie im Rahmen des (N)Onliner-Atlas 2012*, München, Bielefeld [TNS-Infratest GmbH] n 2012. Online: http://www.initiatived21.de/wp-content/uploads/2012/02/Mobile_Internetnutzung_2012.pdf [15.02.2012]
- HUNSINGER, J.: Toward a Transdisciplinary Internet Research. In: *The Information Society*, 21, 2005, S. 277 - 279
- HUNSINGER, J.; L. KLAstrup; M. ALLEN (Hrsg.): *International Handbook of Internet Research*. [Springer] 2010
- JÄCKEL, M.; M. MAI (Hrsg.): *Online-Vergesellschaftung? Mediensoziologische Perspektiven auf neue Kommunikationstechnologien*. 1. Aufl. Wiesbaden [vs Verlag für Sozialwissenschaften] 2005
- JACKOB, N.; H. SCHOEN; T. ZERBACK (Hrsg.): *Sozialforschung im Internet. Methodologie und Praxis der Online-Befragung*. Wiesbaden [vs-Verlag] 2009
- JACKOB, N.; T. ZERBACK; O. JANDURA; M. MAURER (Hrsg.): *Methoden der Online-Forschung: Das Internet als Forschungsinstrument und -gegenstand der Kommunikationswissenschaft*. Köln [Herbert von Halem] 2010
- JERS, C.: *Konsumieren, Partizipieren und Produzieren im Web 2.0. Ein sozial-kognitives Modell zur Erklärung der Nutzungsaktivität*. Köln [Herbert von Halem] 2012

- JOINSON, A. N.; K. Y. A. MCKENNA; T. POSTMES; U.-D. REIPS (Hrsg.): *Oxford Handbook of Internet Psychology*. Oxford [Oxford Univ Press] 2009
- JONES, S.: Fizz in the Field: Toward a Basis for an Emergent Internet Studies. In: *The Information Society*, 21, 2005, S. 233-237
- KACZMIREK, L.: *Human-Survey Interaction. Usability and Nonresponse in Online Surveys*. Köln [Herbert von Halem] 2009
- KAUSHIK, A.: *Web Analytics 2.0*. Indianapolis [Wiley Publishing] 2010
- KOZINETZ, R. V.: *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. London et al. [Sage Publications] 2010
- KROTZ, F.: Konnektivität der Medien: Konzepte, Bedingungen und Konsequenzen. In: HEPP, A.; F. KROTZ; S. MOORES; C. WINTER (Hrsg.): *Konnektivität, Netzwerk und Fluss. Konzepte gegenwärtiger Medien-, Kommunikations- und Kulturtheorie*. Wiesbaden [vs Verlag] 2006, S. 21-41
- LEE ABBOTT, M.; J. MCKINNEY: *Understanding and Applying Research Design*. Hoboken [Wiley] 2013
- LEE, R. M.; N. FIELDING; G. BLANK: The Internet as a Research Medium: An Editorial Introduction to The Sage Handbook of Online Research Methods. In: FIELDING, N.; R. M. LEE; G. BLANK (Hrsg.): *The Sage Handbook of Online Research Methods*. London et al. [Sage Publications] 2008, S. 3-20
- LÖBLICH, M.: *Die empirisch-sozialwissenschaftliche Wende in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft*. Köln [Herbert von Halem] 2010
- NEGROPONTE, N.: *Being digital [Total digital; die Welt zwischen 0 und 1 oder Die Zukunft der Kommunikation]*. München [Bertelsmann] 1995
- NEUBERGER, C.: Internet, Journalismus und Öffentlichkeit. Analyse des Medienumbruchs. In: NEUBERGER, C.; C. NUERNBERGK; M. RISCHKE (Hrsg.): *Journalismus im Internet*. Wiesbaden [vs-Verlag] 2009, S. 19-106
- NEVERLA, I. (Hrsg.): *Das Netz-Medium*. Opladen/Wiesbaden [Westdt. Verlag] 1998
- OGAN, C.: Listserver Communication During the Gulf War: What kind of medium is the electronic bulletin board? In: *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 46. Jg., 1993, S. 177-196
- O'REILLY, T.: *What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*, 20.09.2005. Online: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-2.0.html> [10.01.2013]
- POYNTER, R.: *The Handbook of Online and Social Media Research: Tools and Techniques for Market Researchers*. Indianapolis [Wiley] 2010
- REIPS, U.-D.: *Was ist Online-Forschung?* Internet-Umfragen-Newsletter, 18, ZUMA Mannheim, 10.05.2000. Online: <http://www.or.zuma-mannheim.de/inhalt/Informationsquellen/newsletter/um18.htm> [10.01.2007]

- REIPS, U.-D.; M. BOŠNJAK (Hrsg.): *Dimensions of Internet Science*. Lengerich [Pabst Science Publishers] 2001
- REIPS, U.-D.; R. LENGLER: The Web Experiment List: A Web service for the recruitment of participants and archiving of Internet-based experiments. In: *Behavior Research Methods*, 37(2), 2005, S. 287-292
- RHEINGOLD, H.: *The virtual community*. [Virtuelle Gemeinschaft; soziale Beziehungen im Zeitalter des Computers] (1. Aufl.). Bonn [Addison-Wesley] 1994
- RICE, R. E.: New media/internet research topics of the Association of Internet Researchers. In: *The Information Society* 21, 2005, S. 285-299
- RÖSSLER, P. (Hrsg.): *Online-Kommunikation. Beiträge zu Nutzung und Wirkung*. Op-laden [Westdeutscher Verlag] 1998
- ROGERS, E. M.: *Diffusion of innovations* (5. Aufl.). New York, NY [Free Press] 2003 [zuerst 1962]
- SCHIRRMACHER, F.: *Ego. Das Spiel des Lebens*. München [Blessing] 2013
- SCHERFER, K. (Hrsg.): *Webwissenschaft – eine Einführung*. Berlin [Lit Verlag] 2008
- SCHMIDT, J.: *Der virtuelle lokale Raum Zur Institutionalisierung lokal bezogener Online-Nutzungsepisoden* (Reihe Internet Research Band 19). München [Reinhard Fischer Verlag] 2005
- SCHMIDT, J.: *Das neue Netz. Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0* (2., überarbeitete Auflage). Konstanz [UVK-Verlag] 2011
- SCHWEIGER, W.; K. BECK (Hrsg.): *Handbuch Onlinekommunikation*. Wiesbaden [vs Verlag] 2010
- SCHWINGEL, M.: *Pierre Bourdieu zur Einführung* (6., ergänzte Aufl.). Hamburg [Junius Verlag] 2009
- SEIFFERT, H.: Theorie. In: SEIFFERT, H.; G. RADNITZKY: *Handlexikon zur Wissenschaftstheorie*. München [dtv] 1992, S. 368
- TADDICKEN, M.: *Methodeneffekte bei Web-Befragungen. Einschränkungen der Datengüte durch ein >reduziertes Kommunikationsmedium<?* Köln [Herbert von Halem] 2008
- THEOBALD, E.: Big Data – Big Challenge. In: *marktforschung.dossier*, Juni 2012. Online: <http://www.marktforschung.de/marktforschungdossier/web-analyse/big-data-big-challenge/> [15.02.2013]
- THEOBALD, A.; M. DREYER; T. STARSETZKI (Hrsg.): *Online-Marktforschung: theoretische Grundlagen und praktische Erfahrungen* (2., vollst. überarb. und erw. Aufl.). Wiesbaden [Gabler] 2003
- THEOBALD, E.; L. NEUNDORFER: *Qualitative Online-Marktforschung: Grundlagen, Methoden und Anwendungen*. Baden-Baden [Nomos] 2010

- THIEDEKE, U. (Hrsg.): *Soziologie des Cyberspace. Medien, Strukturen und Semantiken*. Wiesbaden [vs Verlag] 2004
- WEBSM: *Home*. Online: <http://www.websm.org> [10.01.2013]
- WEINREICH, F.: *Moderne Agoren; Nutzungsweisen und Perspektiven von Mailboxsystemen*. Wiesbaden [Dt. Univ.-Verl.] 1997
- WELKER, M.: Was ist Online-Forschung? In: WELKER, M.; O. WENZEL (Hrsg.): *Online-Forschung 2007: Grundlagen und Fallstudien*. Köln [Herbert von Halem] 2007, S. 19 - 51
- WELKER, M.: Logfile-Analysen: Einsatz und Problemfelder. In: KÖNIG, C.; M. STAHL; E. WIEGAND (Hrsg.): *Nicht-reaktive Erhebungsverfahren* (Schriftenreihe Gesis Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften Band 1, im Auftrag des Statistischen Bundesamtes, des ADM und der ASI). Bonn, 2009, S. 103 - 118
- WELKER, M.: Inklusion- und Partizipationsleistungen im Journalismus: theoretische Grundlinien und Heuristik aktueller Erscheinungsformen. In: *kommunikation@gesellschaft*, Jg. 14(1). Online: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0168-ss0ar-327804> [30.01.2013]
- WELKER, M.; A. KLOSS: Soziale Medien als Gegenstand und Instrument sozialwissenschaftlicher Forschung. In: KÖNIG, C.; M. STAHL; E. WIEGAND (Hrsg.): *Soziale Medien*. Wiesbaden [Springer vs] 2014, S. 29 - 52
- WELKER, M.; U. MATZAT: Online-Forschung: Gegenstände, Entwicklung, Institutionalisierung und Ausdifferenzierung eines neuen Forschungszweiges. In: JACKOB, N.; H. SCHOEN; T. ZERBACK (Hrsg.): *Sozialforschung im Internet. Methodologie und Praxis der Online-Befragung*. Wiesbaden [vs-Verlag] 2009, S. 33 - 49
- WELKER, M.; A. WERNER; J. SCHOLZ: *Online-Research*. Heidelberg [dpunkt Verlag] 2005
- WELKER, M.; C. WÜNSCH: Methoden der Online-Forschung. In: SCHWEIGER, W.; K. BECK: *Handbuch Online-Kommunikation*. Wiesbaden [vs-Verlag] 2010, S. 487 - 517
- WELLMAN, B.: The three ages of internet studies: ten, five and zero years ago. In: *New Media & Society* 6 (1), 2004, S. 123 - 129
- WELSER, H. T.; M. SMITH; D. FISHER; E. GLEAVE: Distilling Digital Traces: Computational Social Science Approaches to Studying the Internet. In: FIELDING, N.; R. M. LEE; G. BLANK (Hrsg.): *The Sage Handbook of Online Research Methods*. London et al. [Sage Publications] 2008, S. 116 - 140
- WENZEL, O.; O. HOFMANN: 10 Jahre Online-Forschung: Von Visionen, dem Boden der Tatsachen und letztlich doch erfüllten Erwartungen. In: *Planung & Analyse*, 1/2005, S. 24 - 28

- 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
- ZERFASS, A.; M. WELKER; J. SCHMIDT: *Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Grundlagen und Methoden: Von der Gesellschaft zum Individuum*. Band 1 (*Neue Schriften zur Online-Forschung*, 2). Köln [Herbert von Halem] 2008a
- ZERFASS, A.; M. WELKER; J. SCHMIDT: *Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Strategien und Anwendungen: Perspektiven für Wirtschaft, Politik, Publizistik*. Bd. 2 (*Neue Schriften zur Online-Forschung*, 3). Köln [Herbert von Halem] 2008b
- ZERFASS, A.; T. PLEIL (Hrsg.): *Online-PR*. Konstanz [UVK-Verlag] 2012
- ZERR, K.: Online-Marktforschung - Erscheinungsformen und Nutzenpotentiale. In: THEOBALD, A.; M. DREYER; T. STARSETZKI (Hrsg.): *Online-Marktforschung. Theoretische Grundlagen und praktische Erfahrungen* (2. vollständig überarb. und erw. Aufl.). Wiesbaden [Gabler] 2003, S. 7 - 26

MONIKA TADDICKEN / MARTIN WELKER

Spezifizierung und Differenzierung der Online-Forschung? Themen, Methoden und Erstautoren der Fachkonferenz GOR im Zeitverlauf

Abstracts

Der Beitrag gibt eine dokumentarische Übersicht über die Entwicklung des Forschungsfelds ›Online-Forschung‹ anhand einer inhaltsanalytischen Untersuchung von Beiträgen der einschlägigen Fachkonferenz ›GOR‹. Es wird explorativ-empirisch untersucht, inwiefern sich Online-Forschung inhaltlich spezifiziert und ausdifferenziert hat. Dazu werden mittels Inhaltsanalyse Eigenschaften von Fachbeiträgen und ihrer Erstautoren untersucht: der inhaltliche Bezug, verwendete Methoden und Theorien sowie die Herkunftsdisziplin in einer Zeitspanne von 1997 bis 2013.

This article provides an overview on the development of the field ›online research‹ based on a content analysis of research papers submitted for the conference ›GOR‹. It examines exploratory and empirically the extent to which online research was stipulated and differentiated by the researchers. Papers and first authors were studied using content analysis: topics, theories and methods, as well as the origin of first authors from 1997 to 2013 were examined.

Keywords

Themen, Methoden, Inhaltsanalyse, GOR

Literaturtipps

ALTMEPPE, K.-D.; A. FRANZETTI; T. KÖSSLER: Das Fach Kommunikationswissenschaft. Vorschlag einer Systematisierung auf empirischer Grundlage. In: *Publizistik*, 58, 1, 2013, S. 45-68

1. Einleitung

Online-Forschung wird sowohl in der kommerziellen Markt- und Meinungsforschung als auch in der akademischen Forschung (z. B. in Hochschulen, Akademien und Forschungsinstituten) betrieben. Die Deutsche Gesellschaft für Online-Forschung (DGOFF) trägt diesem Umstand seit ihrer Gründung Rechnung und bringt auf den jährlich stattfindenden GOR-Konferenzen Praktiker und Akademiker zusammen. Die Fachkonferenz GOR (General Online Research) hat sich seit 1997 als zahlenmäßig größte Veranstaltung in der Online-Forschung in Deutschland entwickelt. Da die Konferenzsprache der GOR seit dem Jahre 2005 Englisch ist, richtet sie sich auch an internationale Besucher. Die GOR stellt somit ein Abbild der Forschungsaktivitäten im Feld der Online-Forschung von Praktikern und Akademikern dar. Insofern sollen einige Entwicklungslinien der Online-Forschung anhand dieser Konferenzen nachgezeichnet werden.¹

Die DGOFF hat eine Analyse aller bislang auf den GOR-Konferenzen gehaltenen Beiträge vorgenommen, um anhand dieses Datenbestandes die Entwicklung der Online-Forschung zumindest kursorisch nachzuvollziehen. Die Inhaltsanalyse der GOR-Konferenz-Webseiten wurde dabei zum ersten Mal im Jahr 2006 durchgeführt (siehe WELKER 2007: 38ff.). 2010 wurde diese Analyse mit den Jahren 2007 und 2008 fortgeschrieben (WELKER/TADDICKEN 2010, 2011). Mitte 2013 wurde diese Inhaltsanalyse von Taddicken fortgeführt, sodass nun alle 15 GOR-Konferenzen, die seit 1997 stattgefunden haben, untersucht wurden.²

1 Eine Alternative besteht in der Analyse einschlägiger Fachzeitschriften (vgl. für die Kommunikations- und Medienwissenschaft DONSBACH et al. 2005; BROSIUS/HAAAS 2009). Im Falle des interdisziplinären Feldes der Online-Forschung müssten für eine Analyse zahlreiche Zeitschriften unterschiedlicher Fachdisziplinen herangezogen werden, siehe ZERBACK et al. 2009: 15ff. Eine weitere Möglichkeit, Entwicklungslinien zu erforschen, bietet die spezifische Befragung von Fachvertretern und ihrer Mitarbeiter (siehe ALTMEPPE/Franzetti/KÖSSLER 2013). Da Online-Forschung sich über viele Fächer erstreckt, wäre eine Befragung mit erheblichen Aufwänden verbunden.

2 Die Analyse der Jahre 2007 und 2008 leistete Annette Hügel (†) und die Analyse der Jahre 2009 bis 2013 Tjado Barsuhn.

Der theoretische Ausgangspunkt für diese Analyse bildete die Annahme der Fachspezifizierung und -differenzierung (ALTMEPPEL/Franzetti/KöSSLER 2013; BROSIUS/HAAS 2009; BRYANT/MIRON 2004). Ein Fach (oder in diesem Falle ein Forschungsfeld) stellt sich auf externe Herausforderungen ein, indem neue Gegenstandsfelder, Theorien und Methoden integriert werden. Damit verbunden sind möglicherweise Prozesse der Spezifizierung und Differenzierung, d. h., das Feld wird mit der Zeit breiter und die Materie komplizierter. Zudem ist eine Professionalisierung zu erwarten. Für die Online-Forschung mit ihrem zweidimensionalen Bezug (Online als Gegenstand und Methode) stellt sich die Frage, ob eine Ausgeglichenheit oder Dominanz eines der Bezüge erkennbar ist. Zudem ist von Interesse, ob sich eine anfängliche männliche Dominanz in ein ausgeglichenes Verhältnis verwandelt hat.

Die generelle Forschungsfrage für die Inhaltsanalyse lautet:

Sind Ausdifferenzierungen des Forschungsfeldes über die Zeit erkennbar?

Diese generelle Fragestellung wird in vier konkrete Forschungsfragen übersetzt:

1. In welchem Verhältnis stehen Methoden- und Gegenstandsbezug der Beiträge?
2. Inwiefern hat eine Ausdifferenzierung hinsichtlich der verwendeten Methoden (und Theorien) stattgefunden?
3. Wie multidisziplinär ist Online-Forschung?
4. Ist eine Geschlechter-Kluft zu beobachten?

2. Methodisches Vorgehen

Analysiert wurden die Abstracts aller Beiträge der GOR, also sowohl der gehaltenen Vorträge als auch der vorgestellten wissenschaftlichen Poster. Die Abstracts wurden dabei den GOR-Archiven bzw. den jährlichen Abstract-Bänden der GOR entnommen. Sie beschreiben in etwa 350 Wörtern den Inhalt, die verwendete Methode sowie ausgewählte Ergebnisse und dokumentieren Informationen über den Erstautor.

In den Jahren 1997 bis 2013 wurden auf diese Weise insgesamt 1368 GOR-Beiträge (Vorträge und wissenschaftliche Poster) analysiert.³ Davon wurden jeweils alle Abstracts untersucht, mit zwei Ausnahmen in den Jahren 2002 und 2006, in

3 Best-Practice-Beiträge wurden aufgrund der für sie spezifischen Review-Verfahren nicht berücksichtigt.

denen aus organisatorischen Gründen jeweils eine 15 Prozent-Stichprobe analysiert wurde (vgl. Tab. 1).

Die Kategorien der Inhaltsanalyse beziehen sich auf den Forschungsbezug (Methode oder Gegenstand), auf die verwendeten Forschungsmethoden und auf Informationen über den Erstautor. Zusätzlich wurden die Texte bezüglich der theoretischen Grundlage und der thematischen Spezifizierung verschlagwortet.⁴ Falls die Autorenbiografie nicht aus dem Text selbst hervorging oder in den Tagungsbänden verfügbar war, wurde die Information über die Tätigkeit des Erstautors (zum Zeitpunkt der jeweiligen GOR) über das Internet recherchiert.⁵

TABELLE 1

GOR Beitragsverteilung nach Jahr, Sample

Jahr	Gesamthäufigkeit	Sample, N
1997	27	27
1998	28	28
1999	58	58
2001	83	83
2002	82	12 (= 15%)
2004	107	107
2005	144	144
2006	122	17 (= 15%)
2007	131	131
2008	126	126
2009	118	118
2010	87	87
2011	80	80
2012	91	91
2013	84	84
Summe	1368	1193

Quelle: Eigene Darstellung

4 Die Liste der Schlagworte wurde dynamisch erstellt, indem Schlüsselwörter aus den jeweiligen Beschreibungen der Vorträge übernommen wurden.

5 Dies geschah per Eingabe des Namens der Person sowie, falls z. B. aus dem Tagungsprogramm ersichtlich, des zur Person angegebenen Orts. Falls keine Information über den Erstautor verfügbar war und ein Zweitautor genannt war, wurden die Informationen über diesen verwendet, falls auffindbar.

Dem Einwand, dass die Gesamtheit der gehaltenen Vorträge bzw. vorgestellten Poster das Ergebnis eines vorgelagerten wissenschaftlichen Auswahlprozesses ist, ist mit dem Argument zu begegnen, dass die Auswahl auf Kriterien beruht, die unabhängig von den hier analysierten sind.

Aufgrund der Langfristigkeit des Projektes wurden für unterschiedliche Jahrgänge verschiedene Codierer eingesetzt. Die Intercoderreliabilitäts-Werte schwankten dabei zwischen $\alpha = 0,22$ und $\alpha = 0,80$ bzw. $\alpha = 0,25$ und $\alpha = 0,78$, die Intracoderreliabilität zwischen $\alpha = 0,80$ und $\alpha = 1,00$ (Werte von Krippendorffs Alpha). Daher wurde auf die Auswertung der Variablen ›Status des Einreichers‹ und ›Bezug zur Phase im empirischen Forschungsprozess‹ aufgrund sehr niedriger Reliabilitätswerte verzichtet. Die Auswertung der Daten über unterschiedliche Zeiträume zeigte jedoch auch, dass die Befunde ein gewisses Maß an Robustheit und Plausibilität aufweisen.

3. Methode oder Gegenstand?

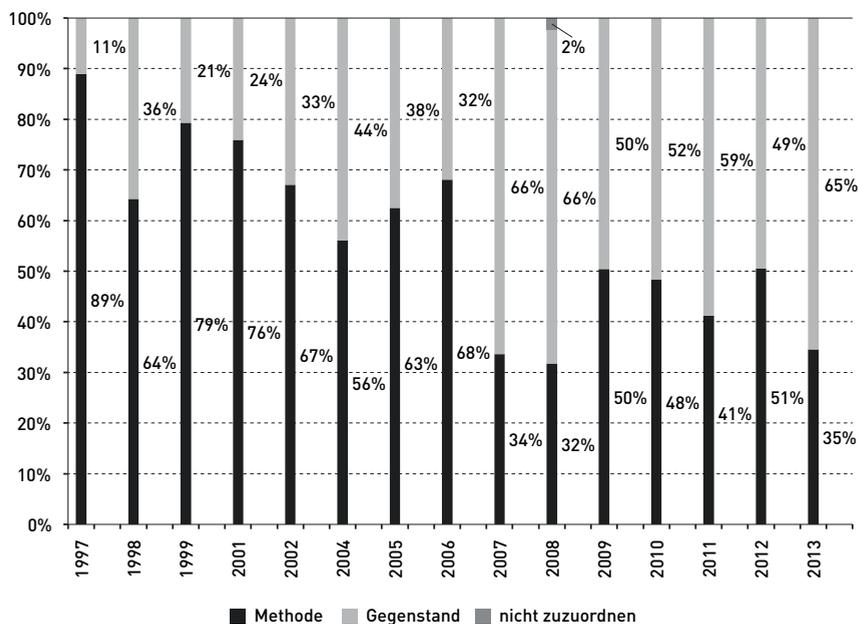
Zunächst wurde untersucht, in welchem Verhältnis der Methoden- und Gegenstandbezug der Beiträge stehen. Hier zeigt sich, dass die methodenbezogenen Beiträge – im Gegensatz zu Beiträgen, die sich auf das Internet als Forschungsgegenstand beziehen – über alle Konferenzjahre hinweg immer noch die Mehrheit bilden. Insgesamt befassten sich 53,6 Prozent aller Beiträge mit methodischen Aspekten der Datenerhebung über das Internet, d. h. die überwiegende Zahl der Vorträge und Poster beschäftigte sich vorrangig mit dem Internet als Methode. Das ist in einem Feld, das Online-Methoden als Kernkompetenz begreift, keine Überraschung.

Es ist jedoch ein klarer zeitlicher Trend zu erkennen. Die Evaluation des Internets als Datenerhebungsmethode stand zunächst bei einer großen Mehrheit aller Beiträge im Mittelpunkt, während das Internet als Gegenstand und Medium eine untergeordnete Rolle spielte. Dieses Verhältnis kehrte sich jedoch mit der Zeit um. Seit 2007 steht das Internet als Gegenstand in mindestens der Hälfte, z. T. sogar in zwei Dritteln aller Beiträge im Mittelpunkt. Die phänomenbezogene Analyse hat also über die Jahre deutlich zugenommen (vgl. Abb. 1).

Die Online-Forschung wurde – ausgehend von ihrem Kern: Internet als Methode – also kontinuierlich um die gegenstandsbezogene Forschung erweitert und ergänzt. Während es also in den ersten Jahren v. a. um den Einsatz des Internets als reines Methodeninstrument ging, rückte einige Jahre später die Erforschung medialer und gegenstandsbezogener Gesichtspunkte stärker in den

ABBILDUNG 1

Forschungsbezug (Internet als Methode oder Gegenstand) – Anteile im Zeitraum von 1997 bis 2013



Quelle: Eigene Darstellung

Mittelpunkt. Dies kann u. a. mit der zunehmenden Vielfalt online-bezogener Forschungsobjekte erklärt werden. Diese Entwicklung hängt auch damit zusammen, dass die Online-Nutzung als solche in der Gesellschaft in letzten Jahren stark zugenommen hat, auch durch die Etablierung der sogenannten ›Sozialen Medien‹. Zudem haben einige methodische Fragen an Relevanz eingebüßt, beispielsweise angesichts stark gestiegener Bevölkerungsanteile, die das Internet nutzen, die Frage der Repräsentativität. Andere methodische Probleme können heute als nahezu gelöst gelten und bedürfen daher nicht mehr so intensiver Forschung wie zu Beginn.

4. Ausdifferenzierung von Methoden

Weiterhin wurde gefragt, inwiefern eine Ausdifferenzierung der Online-Forschung hinsichtlich der verwendeten Methoden stattgefunden hat. Die deutlich

überwiegende Zahl der Beiträge (87,1%) hatte einen empirischen Bezug, während nur wenige Arbeiten rein theoretisch, wie zum Beispiel geisteswissenschaftlich ausgerichtet waren. Im Normalfall wurden Befunde präsentiert, die aus zuvor erhobenen Primärdaten abgeleitet worden waren. Die überwiegende Methode, die zur Anwendung gebracht wurde, war dabei die Befragung (39,4%), gefolgt vom Experiment (21,5%) und – mit großem Abstand – der Inhaltsanalyse (6,5%). Am seltensten wurden Gruppendiskussionen (1,6%) und Beobachtungen (1,3%) durchgeführt (vgl. Tab. 2).

TABELLE 2

Art der Datenerhebung – Anteile im Zeitraum von 1997 bis 2013

Art der Datenerhebung	Anteil in %
Befragung	39,4
Experiment	21,5
Mischverfahren	12,6
Inhaltsanalyse	6,5
Sonstiges	6,1
Nicht zuzuordnen	4,1
Logfile-Analyse	3,8
Netzwerkanalyse	3,1
Gruppendiskussion	1,6
Beobachtung	1,3

Quelle: Eigene Darstellung

Die Befragung (überwiegend die Online-Befragung) war also die Datenerhebungsmethode, die mit Abstand am häufigsten eingesetzt wurde. Da das Experiment streng genommen ein Untersuchungsdesign ist und oftmals ebenfalls auf Befragung von Probanden basiert, nahm die Befragung vermutlich einen noch größeren Anteil ein, als hier ermittelt wurde.

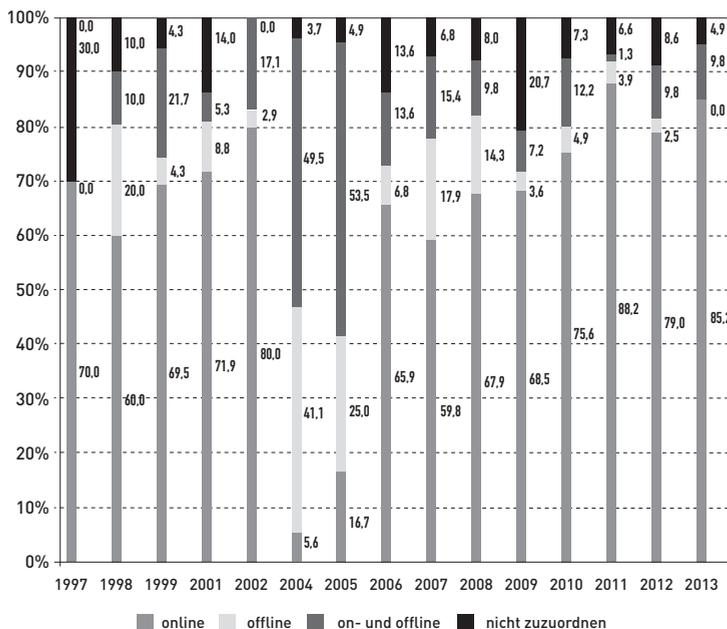
Bei einer Auswertung der Anteile verschiedener Datenerhebungsmethoden über die Zeit zeigt sich indes, dass es keine eindeutigen Tendenzen gibt, nach denen bestimmte Datenerhebungsarten zu- oder abgenommen haben. Neben der Verwendung unterschiedlicher Datenerhebungsmethoden kann sich eine Ausdifferenzierung der Online-Forschung auch in der Integration von traditionellen und Online-Methoden sowie von quantitativen und qualitativen Forschungsansätzen darstellen.

59 Prozent aller GOR-Beiträge beziehen sich auf Online-Forschungsmethoden. Immerhin fast 13 Prozent der Beiträge wenden Forschungsmethoden offline

an, während fast 20 Prozent on- und offline kombinieren (für den Überblick im Zeitablauf vgl. Abb. 2).

ABBILDUNG 2

Verwendung von On- und Offline-Methoden – Anteile im Zeitraum von 1997 bis 2013



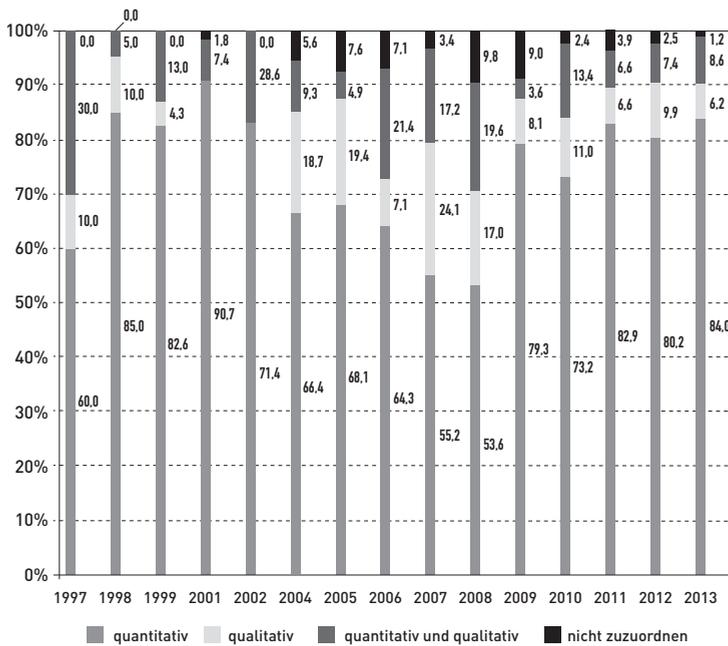
Quelle: Eigene Darstellung; Abweichungen von 100% sind in allen Abbildungen rundungsbedingt

Hinsichtlich der Frage, wie hoch der Anteil an quantitativen und qualitativen Beiträgen auf der GOR ist, zeigt sich, dass 71 Prozent mit quantitativen Forschungsdesigns arbeiten. Lediglich fast 13 Prozent der Beiträge legen eine qualitative Forschungsperspektive an. Und immerhin 10,5 Prozent verknüpfen beide Perspektiven und stellen sowohl quantitative als auch qualitative Ergebnisse vor.

Eine Betrachtung nach Jahren zeigt Veränderungen im Verhältnis von quantitativen und qualitativen Erhebungsmethoden: Während in den Auswertungen bis 2009 (WELKER/TADDICKEN 2010, 2011) ein Anstieg der Anteile qualitativer und kombinierter Methoden festgestellt werden konnte, zeigt sich dieser Trend seit 2009 als rückläufig. In den Anfangsjahren, nämlich von 1997 bis 2002, wurden so gut wie keine qualitativen Forschungen auf der GOR vorgestellt. In den Jahren 2004 bis 2008 dagegen basierten jeweils um die 20 Prozent der Beiträge auf

qualitativen Methoden (mit einem Spitzenanteil von 24,1% im Jahr 2007). Ab 2009 (bis 2013) sank dieser Anteil jedoch wieder auf unter 10 Prozent (Ausnahme 2010 mit 11,0%). Seit 2011 liegt der Anteil der rein quantitativen Beiträge wieder bei über 80 Prozent (vgl. Abb. 3).

ABBILDUNG 3
Forschungsperspektive (quantitativ oder qualitativ) –
Anteile im Zeitraum von 1997 bis 2013



Quelle: Eigene Darstellung

Der Bezug der Beiträge auf spezifische Theorien wurde durch eine Verschlagwortung durch die Codierer erfasst.⁶ Diese werden an dieser Stelle lediglich heuristisch ausgewertet, und zwar mittels einer Tagcloud.⁷ Diese ermöglicht eine

6 Jeder Konferenzbeitrag wurde mit bis zu zwei beschreibenden Schlüsselwörtern belegt.
 7 Die offene Plattform <http://www.tagcrowd.com/> erlaubt die Auswertung von Textmengen bis zu 3 MB und die Ausgabe als sogenanntes >Tagcloud-Diagramm<. Dargestellt wurden oben die Top-100-Schlüsselwörter. Der Schlüsselbegriff musste mindestens drei Mal auftreten, um in die Liste aufgenommen zu werden. Je größer der jeweilige Begriff dargestellt wird, desto häufiger trat er auf. Ausgewertet wurden insgesamt 946 Schlüsselwörter.

5. Multidisziplinarität

Die Frage, wie multidisziplinär Online-Forschung ist, wird anhand des Fachbereichs der Erstautoren abgebildet. Hierzu wurden die großen akademischen Fachbereiche der Psychologie, Soziologie, Kommunikations- und Medienwissenschaft sowie der Wirtschaftswissenschaften als Kategorien angelegt sowie weiterhin Geisteswissenschaften als allgemeine Kategorie und Sonstiges als Auffangkategorie ergänzt.

TABELLE 3

Fachbereichsherkunft der Erstautoren aus Universitäten und Instituten 1997 bis 2013

Fakultät	Prozentwerte
Soziologie	23,1
Psychologie	19,3
Kommunikations- und Medienwissenschaft	17,5
Wirtschaftswissenschaft	8,6
Geisteswissenschaften	2,0
Sonstiges (Informatik, Technik etc.)	6,3
Nicht zuzuordnen	23,2
Summe	100,0

Quelle: Eigene Darstellung

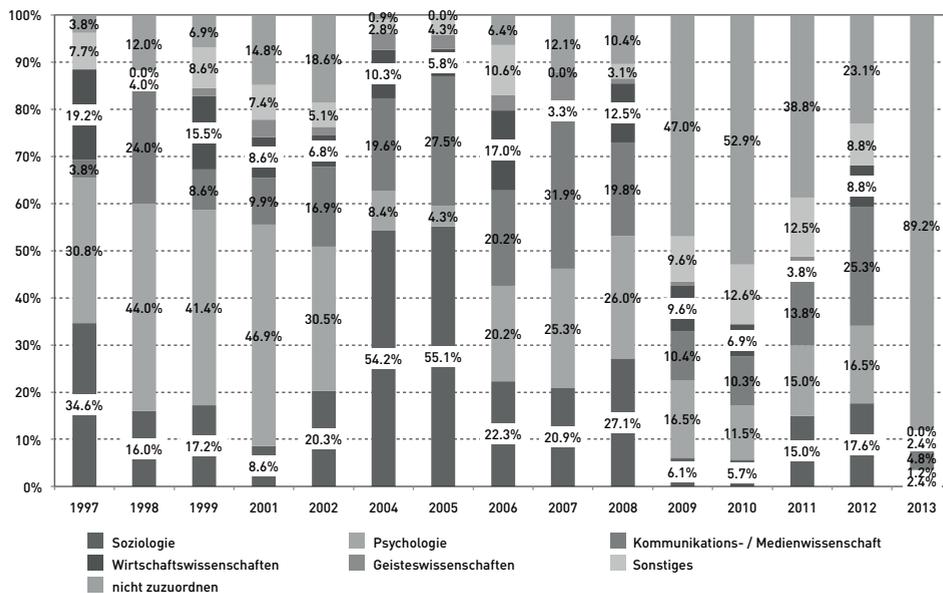
Online-Forschung erscheint insgesamt interdisziplinär. Aber im fruchtbaren Zusammenspiel der einzelnen Fachbereiche können für die vergangenen 15 Jahre durchaus Tendenzen zum Umfang des Inputs einzelner Fachrichtungen ausgemacht werden. Die zahlenmäßig am stärksten vertretenen Fachbereiche sind die Soziologie, die Psychologie und die Kommunikations- und Medienwissenschaft.

Allerdings hängen diese Befunde offenbar auch vom jeweiligen Veranstaltungsort und der Fachrichtung des Ausrichters der Konferenz ab.⁸ In dieser Hinsicht sind jedenfalls Zusammenhänge erkennbar: Das Hoch der Psychologen (überproportional viele Beiträge in 2001) fällt z. B. mit dem Veranstaltungsort der Universität Göttingen, am dortigen Psychologischen Institut zusammen. Die Hochpunkte der Kommunikations- und Medienwissenschaft in 1998 und 2002 fallen zusammen mit veranstalterischem Input des betreffenden Fachbereichs an

⁸ Die GOR-Konferenzen finden üblicherweise an wechselnden Hochschulstandorten statt.

den Universitäten Mannheim und Hohenheim. Dennoch gibt es überraschende Tendenzen: Die Wirtschaftswissenschaften, genauer das Marketing, haben tendenziell zugelegt. Zwar gab es im Jahre 2002 nochmals weniger Beiträge von Erstautoren aus wirtschaftswissenschaftlichen Fakultäten als statistisch zu erwarten war, seitdem hat deren Zahl aber deutlich zugenommen. Der Input der Psychologen ist dagegen offensichtlich auf dem Rückzug. Seit 2002 wurden weniger Erstautoren aus diesem Bereich registriert, als es die Gesamtzahl der Beiträge erwarten lässt. Keine einheitliche Tendenz weisen die Soziologen auf: Nach einem starken Start nahm deren Input kontinuierlich ab, um dann ab 2001 wieder anzusteigen und sich in den vergangenen Jahren einzupendeln.

ABBILDUNG 5
Herkunft der Erstautoren nach Fachbereichen, prozentualer Anteil an der jeweiligen Konferenz



Quelle: Eigene Darstellung

Für die Fachbereiche, deren Vertreter hier lediglich mit wenigen Beiträgen registriert wurden, sollen keine dezidierten Aussagen gemacht werden; dazu scheint die Datenbasis zu schwach. Dass die Inter- bzw. Multidisziplinarität von Online-Forschung zugenommen hätte, im Sinne einer idealen Mischung aller Fachbereiche, lässt sich nicht behaupten. Die Daten legen aber nahe, dass

sich ein in bestimmten Grenzen stabiles Mischungsverhältnis der Fachbereiche herausgebildet hat. Die Hauptsäulen bilden demnach vier Fachbereiche, aus denen etwa zwei Drittel aller Erstautoren stammen.

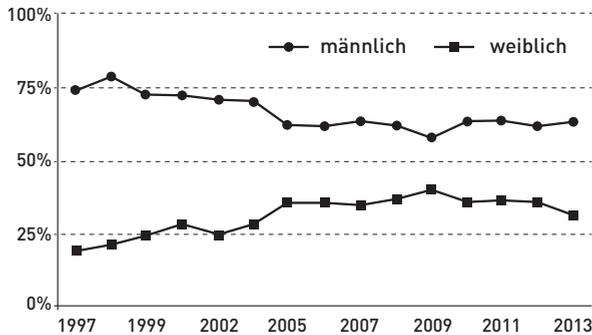
Diese Verteilung erklärt auch zu einem gewissen Grad die oben gezeigte Entwicklung des überwiegenden Forschungsbezuges, nämlich die Ergänzung der Methoden um den Bezug des Gegenstandes. Eine Auswertung des Forschungsbezuges nach Fachbereichen zeigt nun, dass die bei der Fachkonferenz GOR vertretenen Psychologen bislang ganz überwiegend am ›Internet als Methode‹ interessiert waren. Insgesamt gab es überproportional viele Beiträge von Vertretern der Psychologie (Erstautoren). Die Kommunikations- und Medienwissenschaftler, welche die GOR besuchten, richteten ihren Blick hingegen eher auf das ›Internet als Gegenstand‹ und – wenig überraschend – zusätzlich auf das *Medium* Internet. Dass Soziologen auf der GOR häufiger als erwartet den Gegenstand Internet untersuchten, mag damit zusammenhängen, dass das Internet als neues gesellschaftliches Phänomen zahlreiche Fragen zu sozialen Vorgängen und Zusammenhängen aufwirft. Wenn nun aber die Vertreter der Psychologie mit ihrem besonderen Methodeninteresse in den vergangenen Jahren insgesamt einen rückläufigen Input lieferten, ist es wenig verwunderlich, dass der Methodenbezug in diesem Zeitraum ebenfalls leicht rückläufig war. Autoren aus der Kommunikations- und Medienwissenschaft sorgten mit ihrer Sicht auf das Internet als Medium für eine Erweiterung der Perspektive seit 2001. Diese Sicht schließt auch das Thema ›Medienwirkung‹ mit ein, sodass auf diesem Feld zunehmend mehr Arbeiten zu beobachten waren.

6. Geschlechter-Kluft

Die Verteilung der Geschlechter unter den Erstautoren hat sich recht eindeutig entwickelt. Die Geschlechterlücke hat sich über 15 Konferenzjahre hinweg geschlossen. Waren in den ersten Jahren noch fast 80 Prozent der Vortragenden Männer, hat sich dieses Ungleichgewicht bis zum Jahr 2013 deutlich stärker angeglichen (etwa 60 % männlich). Dass nunmehr zahlreiche Wissenschaftlerinnen auf hohem Niveau zum Internet als Methode und Gegenstand forschen, verweist auch auf die gewachsene gesamtgesellschaftliche Relevanz des Feldes.

ABBILDUNG 6

Gender Gap bei Erstautoren nach Konferenzjahren



Quelle: Eigene Darstellung

7. Fazit

Für die eingangs gestellte Frage nach der Ausdifferenzierung des Feldes Online-Forschung lieferte die longitudinale Analyse der Inhalte der GOR-Konferenzserie wichtige Hinweise. Da es sich um ein Forschungsfeld handelt, das von erheblicher Bewegung gekennzeichnet wird, war es insbesondere schwierig, die Themenschlagwörter der Analyse völlig überschneidungsfrei und trennscharf zu halten. Dennoch lassen sich die vier nachfolgenden Ableitungen formulieren:

1. *Online-Forschung ist heute Forschung zur Methode UND zum Gegenstand.*

Die starke Konzentration auf Online-Methoden in den Anfangsjahren der Online-Forschung wurde von einer heterogeneren Mischung der Beitragsthemen abgelöst: Seit 2007 ist das Verhältnis zwischen dem Interesse an Methoden und an der Erforschung von Strukturen und Phänomenen der Online-Welt ausgewogen – mit sogar einer leichten Tendenz Richtung stärkerem Interesse am Internet als Gegenstand.

Online-Forscher – zumindest die, die bei der GOR einen Vortrag halten – befassen sich also weniger ausschließlich mit methodischen Aspekten des Einsatzes von Online-Instrumenten, sondern nutzen diese in ihren Untersuchungen ganz selbstverständlich als normale Datenerhebungsinstrumente. Diese Beobachtung machten auch Zerback et al. (2009: 30) in ihrer Fachzeitschriftenana-

lyse: Bezogen auf das Instrument der Online-Befragung stellten sie fest, dass ausgehend von methodisch festem Grund nun verstärkt substanzielle Fragen der Fächer angegangen werden.

2. *Die wichtigste Methode der Online-Forschung ist nach wie vor die Online-Befragung, die wichtigste Forschungsperspektive quantitativ, aber der thematische Bezugsrahmen hat sich stark erweitert.*

Nach wie vor ist die Online-Befragung die wichtigste Erhebungsmethode der Online-Forschung. Logfile-Analysen, Gruppendiskussionen oder Netzwerkanalysen haben sich zwar etabliert, laufen der Online-Befragung jedoch nicht annähernd den Rang ab. Zudem dominiert die quantitative Forschungsperspektive weiterhin die Online-Forschung. Während in den Jahren 2004 bis 2008 der Anteil an qualitativer Forschung auf der GOR auf etwa 20 Prozent angestiegen war, fiel dieser danach wieder zurück auf einstellige Prozentwerte. Hier bleibt abzuwarten, wie sich dieses Verhältnis weiter entwickelt.

Für die inhaltliche thematische bzw. theoretische Bezugnahme wurde keine quantitative Analyse der GOR-Beiträge vorgestellt, sondern eine heuristische Auswertung der pro Abstract vergebenen Schlagwörter mittels einer Tagcloud. Diese demonstrierte jedoch, dass neben den gängigen Methodenschlagwörtern die verstärkte Erforschung der Nutzer und des Nutzungs- und Kommunikationsverhalten auf der GOR präsent war. Auch neue Trends der Online-Forschung (z. B. ›insights‹, ›mobil‹, ›digital‹) sowie aktuelle Bezüge (z. B. zu Vertrauen und Privatsphäre) und gesellschaftliche Dimensionen (wie z. B. Politik) wurden auf der GOR diskutiert. Leider kann aber mit dieser Analyse weder eine Aussage über die zeitliche Verteilung der Beschäftigung mit innovativen Gegenständen noch über die Karriere innovativer Themen insgesamt gemacht werden. Es darf jedoch – auch in Verbindung mit den Ergebnissen zum Bezugspunkt (Methode oder Gegenstand) – angenommen werden, dass die Ausdifferenzierung der Themen der Online-Forschung vor allem ab 2007 eingesetzt hat.

3. *Online-Forschung erhält Impulse v. a. aus der Soziologie, Psychologie, Kommunikations- und Medienwissenschaft sowie den Wirtschaftswissenschaften.*

Online-Forschung ist zwar multidisziplinär, wird aber erkennbar aus den vier genannten Disziplinen heraus betrieben. Während – gemessen an der Analyse der GOR-Fachkonferenz – die Psychologie vor allem in den Anfangsjahren die Online-Forschung dominiert hat, sind heute auch Soziologen und Kommu-

nikations- und Medienwissenschaftler, aber auch Wirtschaftswissenschaftler auf der GOR vertreten.

4. *Online-Forschung ist nicht mehr nur männlich.*

Aus einem kleinen technisch-methodisch geprägten Feld mit männlicher Dominanz ist ein breiteres Gebiet mit einem stärker ausgeglichenen Verhältnis von Referenten und Referentinnen auf der GOR geworden. Die Kluft zwischen den Geschlechtern ist über die Zeit fast gänzlich verschwunden, was auch auf eine gestiegene Anwendungsbreite der Online-Forschung hinweist.

Insgesamt wurde deutlich, dass Online-Forschung einige spezifische Leistungen aufzuweisen hat. Sie bestehen derzeit in

- Kenntnissen und Fortschritten, die im Forschungsfeld erarbeitet wurden (Online-Methodenkompetenz),
- der Rolle, die das Feld zwischen den einzelnen etablierten Disziplinen spielt und
- der Vermittlung zwischen Theorie und Praxis.

Online-Forschung definiert sich somit nicht allein über ihre Methoden und Gegenstände, sondern auch über ihre Rolle im Forschungsbetrieb. Es gibt zwar einen Methodenkern, dieser reicht allein aber nicht aus, um die Funktionen des Forschungsfeldes hinreichend zu beschreiben: Online-Forschung ist zumindest multidisziplinär. Sie erhält und gibt Impulse aus zahlreichen Fächern wie auch aus der angewandten Praxis, insbesondere von kommerziellen Forschungseinrichtungen und -unternehmen. Online-Forschung ist in diesem Sinne offen für neue Entwicklungen und Einflüsse. Sie ist somit in ihrem Charakter als integrativ zu beschreiben.

Literatur

- ALTMEPPE, K.-D.; A. FRANZETTI; T. KÖSSLER: Das Fach Kommunikationswissenschaft. Vorschlag einer Systematisierung auf empirischer Grundlage. In: *Publizistik*, 58, 1, 2013, S. 45-68
- BROSIUS, H. -B.; A. HAAS: Auf dem Weg zur Normalwissenschaft. Themen und Herkunft der Beiträge in Publizistik und Medien & Kommunikationswissenschaft. In: *Publizistik*, 54, 2, 2009, S. 168-190

- BRYANT, J.; D. MIRON: Theory and Research in Mass Communication. In: *Journal of Communication*, 54, 4, 2004, S. 662-704
- DONSBACH, W.; T. LAUB; A. HAAS; H.-B. BROSIUS: Anpassungsprozesse in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Themen und Herkunft der Forschung in den Fachzeitschriften »Publizistik« und »Medien & Kommunikationswissenschaft«. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 53, 2005, S. 46-72
- WELKER, M.: Was ist Online-Forschung? In: WELKER, M.; O. WENZEL (Hrsg.): *Online-Forschung 2007: Grundlagen und Fallstudien*. Köln [Herbert von Halem] 2007, S. 19-51
- WELKER, M.; M. TADDICKEN: Von der »Netzumfrage« zum »Propensity Score Weighting«. Eine Längsschnittanalyse zu Themen und Akteuren der Konferenzserie »General Online Research« (GOR) 1997 bis 2008. Tagungsbeitrag DGPK-Fachgruppe Computervermittelte Kommunikation, Mainz 13.11.2010
- WELKER, M.; M. TADDICKEN: From »Net-Questionnaire« to »Propensity Score Weighting«: A longitudinal analysis of issues and players of the Conference Series »General Online Research« (GOR) 1997 to 2008. Tagungsbeitrag GOR 11, Düsseldorf 15.03.2011
- 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

