Abteilung für Entwicklungspsychologie und Pädagogische Psychologie
des Instituts für Psychologie der Uni Wien

Brigitte Wagner:

Online Research in der Psychologischen Forschung

Teil 1:
Einleitung
Exkurs: Psychologie und Internet

Skriptum zur Lehrveranstaltung
Online Research in Theorie und Praxis

Leitung:
Ass.Prof. Dr. Marco Jirasko

Studienjahr 2001/02

1. Einleitung

Die Möglichkeiten eines Interneteinsatzes in der Psychologie sind so vielfältig wie die Fachbereiche dieser Wissenschaft. So werden psychologische Tests online angeboten, Beratungen und Therapien via Internet beworben, Fachartikel publiziert und Nutzertypologien erstellt. Da diese unterschiedlichen Anwendungen und Bereiche jedoch auf verschiedene Aspekte des Interneteinsatzes abzielen, wird der Versuch einer Systematik unternommen, der aus Abbildung 1.1 hervorgeht. So ist nicht nur die Trennung in die Bereiche Praxis und Forschung wesentlich sondern ebenfalls die Differenzierung zwischen dem Einsatz des Internets als Untersuchungsmethode bzw. Erhebungsmedium.

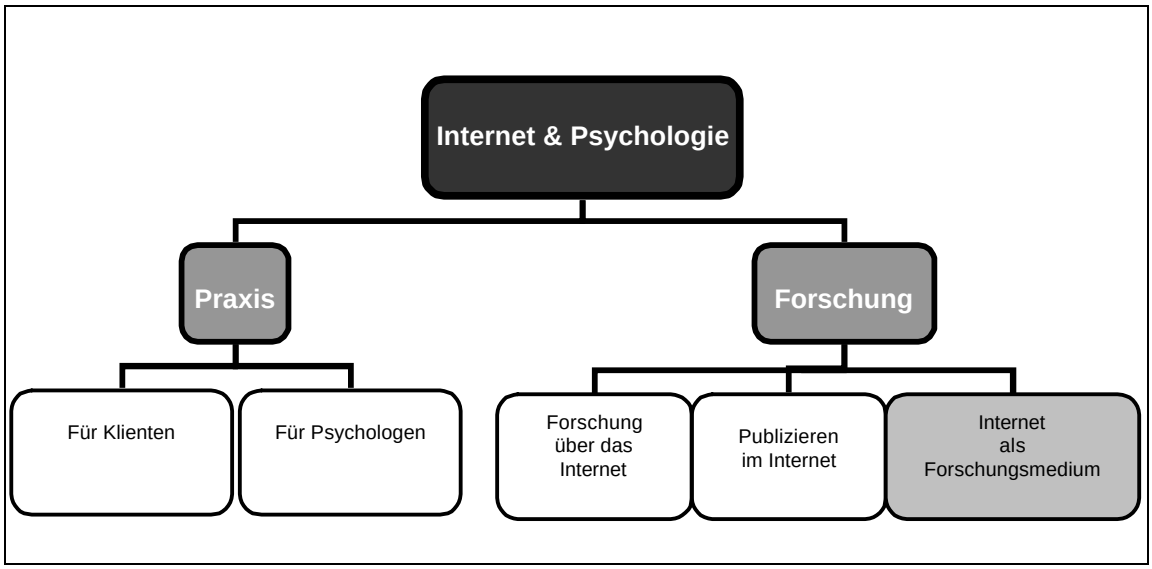

Abbildung 1.1: Psychologische Anwendungsbereiche des Internets.

Es wird davon ausgegangen, dass das Medium Internet selbst keine neue Untersuchungsmethode darstellt, sondern vielmehr die innovative und zeitgemäße Anwendung alter Methoden erlaubt (vgl. Kapitel 5). Der bloße Umstand einer Übertragung herkömmlicher Untersuchungstechniken ins Internet, wie beispielsweise die der Befragung, rechtfertigt nicht die Verwendung des Begriffs einer neuen Untersuchungsmethode. Werden Befragungen also im Internet durchgeführt (z.B. mittels Online-Fragebögen), so macht man sich ein neues Medium zunutze, unter Zuhilfenahme bewährter Methoden.

Aspekte, die sich mit den Bereichen Therapieangebote, Beratungsmöglichkeiten und psychologischen Fachverbänden, sowie Nachschlagequellen für praktisch arbeitende Psychologen (z. B. Online-Version des ICD-10) beschäftigen, werden in Kapitel 2.2 behandelt. Der Anwendungsbereich des Online-Publizierens ist Gegenstand von Abschnitt 2.3. Das Internet als Forschungsgegenstand, d.h. Forschung über das Internet, wie beispielsweise sozialpsychologische Auswirkungen eines übermäßigen Internetgebrauchs oder Charakte-

ristika von Internetsucht gehen nicht in diese Arbeit ein, vielmehr steht das Internet als Forschungsmedium im Blickpunkt.

So eröffnet das Internet als Erhebungsinstrument dem Forscher neue Zugangswege, sowohl zu Untersuchungsteilnehmern als auch zu neuen Untersuchungshypothesen. Heute bietet das Internet bereits eine Fülle von Online-Umfragen bzw. Experimenten an und Forscher vieler Fachgebiete bedienen sich des Mediums. Im Rahmen der vorliegenden Arbeit sollen jedoch speziell jene Aspekte der Online-Forschung erörtert werden, die für ein wissenschaftliches, psychologisches Arbeiten wesentlich sind. Es wird versucht aufzuzeigen, wie sich das Methodenrepertoire der Psychologie im Internet anwenden läßt bzw. welchen Grenzen man dabei unterworfen ist. Eine Verbindung des Kategoriensystems der herkömmlichen Anwendungen mit den Methoden des Internets soll illustriert werden. Demgemäß werden auch die Vor- und Nachteile von Online-Umfragen bzw. WWW-Experimenten behandelt und entsprechende Beispiele angeführt.

Wie im Laufe dieser Arbeit zu beobachten sein wird, sieht sich der Wissenschafter beim Forschen via Internet immer wieder gezwungen, zwischen mehreren Alternativen abzuwägen, denn jede Methode birgt ihre spezifischen Vor- bzw. Nachteile. Um so zwingender sollte eine fundierte Auseinandersetzung mit allgemeinen Wissenschaftskriterien erfolgen.

Im Rahmen der psychologischen Forschung stellt das Internet sowohl als Untersuchungsmethode, als auch als dessen Gegenstand, bereits seit geraumer Zeit keine Ausnahme mehr dar. Die Zeiten, als diese Anwendung als äußerst fragwürdig und unprofessionell gesehen wurde, sind endgültig vorbei. Die vorherrschende Skepsis, die bei Einführung neuer Methoden häufig zu beobachten ist, wurde überwunden und somit hat das Internet als Forschungsmedium schließlich seinen festen Platz innerhalb der psychologischen Forschung eingenommen. Oder anders ausgedrückt (Theobald, 2000, S. IX):

> *„All truth passes through three stages:*
> *First it is ridiculed.*
> *Second it is violently opposed.*
> *Third it is accepted as being self-evident“.*

1.1 Das Internet als Erhebungsinstrument vs. Untersuchungsgegenstand

Der Einsatz des Internets in der psychologischen Forschung bezieht sich im folgenden auf die Verwendung dieses Mediums als Erhebungsinstrument bzw. Untersuchungsmedium und nicht als dessen Gegenstand.

Neben einer Diskussion der Vor- und Nachteile werden die Probleme bei der Stichprobenrekrutierung und Selbstselektionseffekte auf die so gewonnenen Daten problematisiert. Weiters werden die Testgütekriterien (Objektivität, Reliabilität und Validität) und ihre Über-

tragbarkeit auf das Internet behandelt. Inwieweit so gewonnene Daten generalisierbar sind bzw. als repräsentativ angesehen werden können wird in Kapitel 3 dieser Arbeit diskutiert.

Es sei jedoch gleich an dieser Stelle auf einen online abrufbaren Band mit dem Titel bzw. Thema „Aktuelle Online-Forschung – Trends, Techniken, Ergebnisse“ (zu finden unter http://dgof.de/tband99/) verwiesen. Eben diese Unterlagen vermitteln einen Einblick über das weite Betätigungsfeld der Online-Forschung, seine Facetten und Problemstellungen.

Gegenstand vorliegender Arbeit ist jedoch nicht die ausführliche Erörterung all jener Spektren als vielmehr die Eingliederung und Verknüpfung von herkömmlichen psychologischen Forschungsmethoden und den Möglichkeiten des Internets. Folglich werden einige Bereiche verkürzt dargestellt werden müssen bzw. können nur Verweise auf weiterführende Literatur gegeben werden. Es wurde jedoch versucht die entscheidenden Gebiete der psychologischen Online-Forschung zu bearbeiten und durch exemplarische Untersuchungen zu illustrieren.

1.2 Ethische Überlegungen

Ethische Probleme bzw. Grundsatzfragen sind seit jeher mit der wissenschaftlichen Psychologie verbunden. Huber (2000, S. 182) beschreibt diesen Sachverhalt wie folgt: „*Gerade in der Psychologie und auch in den anderen Sozialwissenschaften trägt der VL eine besondere Verantwortung gegenüber den Menschen, die sich ihm für eine wissenschaftliche Untersuchung zur Verfügung stellen. Diese Verantwortung entsteht insbesondere aus der Undurchschaubarkeit der Untersuchung für die Vp*“.

Aber auch Experimente die via Internet ausgeführt werden und somit ohne (unmittelbar) anwesenden VL auskommen (müssen) sehen sich besonders konfrontiert mit ethischen Fragestellungen. So findet sich in der Literatur zur Online-Forschung kaum ein Autor, der nicht seine Ausführungen mit einigen Gedanken zur Ethik schließt. Reips (2000, S. 104) beschreibt diesen Umstand folgendermaßen: „*Although current ethical standards in psychological research, such as those published by national psychological associations (e.g., American Psychological Association, 1992; Föderation der Schweizer Psychologinnen und Psychologen, 1997), cover most of the ethical issues related to conduct of Web experiments, the international character of the WWW might create some conflicts. Standards are not the same everywhere, and feelings about ethical issues in conducting research might vary internationally just as those about uncovering faces in public, the death penalty, of the limitation of free speach for certain controversial issues in some countries but not others*“.

Welche grundsätzlichen Fragen bei psychologischen Untersuchungen zu berücksichtigen sind, dazu listet Huber (2000) fünf mögliche Problemfelder auf, die sich im besonderen auf psychologisches Experimentieren beziehen:

- Schädigung der Vpn.
- Täuschung
- Manipulation von Vpn –Eigenschaften
- Unfreiwillige Teilnahme
- Verletzungen der Vertraulichkeit/ des Datenschutzes

So muß man sich selbstverständlich auch in der Online-Forschung dieser Aspekte gewahr sein. Zum einen müssen die Instruktionen und Informationen die den Vpn zur Verfügung gestellt werden auch in Hinsicht auf diese Kriterien erstellt werden, zumal kein Vl anwesend ist, der gegebenenfalls regelnd eingreifen könnte. Zum anderen ist man im Internet vermehrt mit Fragen des Datenschutzes und der Anonymität konfrontiert. Da besonders die nichtreaktive Forschung der Psychologie neue Zugangswege ermöglicht, muß ein verantwortungsvoller Umgang mit den so gewonnenen Daten Usus sein. Zu schnell erinnern diesbezügliche Szenarien an den „gläsernen Menschen“.

Nicht zuletzt ist ein großer Vorteil des Internets die Erreichbarkeit eines großen Versuchspersonenpools. Diesen sollte man jedoch nicht durch unprofessionellen Umgang mit demselbigen „vergraulen“ bzw. dient das Internet auch in diesem Fall als Medium der Außendarstellung und transportiert somit auch psychologische Forschung bzw. prägt das öffentliche Bild der Psychologen. Hauptmanns (1999) spricht in diesem Zusammenhang beispielsweise von „feldschädigendem“ Vorgehen.

Mittlerweile finden sich immer mehr Online-Experimente bzw. auch Befragungen, die im Vorfeld der Untersuchung eine Teilnahmeerklärung bestätigen lassen bzw. die Vpn explizit auf mögliche Auswirkungen der Teilnahme hinweisen. Sollte ein Blindversuch durchgeführt werden, sollten die Teilnehmer auf jeden Fall nach Beendigung der Untersuchung über den eigentlichen Zweck ihrer Teilnahme informiert werden.

Neben all diesen Bedenken und Abwägungen darf jedoch der überaus positive Aspekt der absolut freiwilligen Teilnahme via Internet nicht unerwähnt bleiben. Anders als in Face-to-Face Untersuchungssituationen muß hier nicht angenommen werden, Vpn würden die Teilnahme aufgrund von befürchteten (sozialen) Sanktionsmaßnahmen gegen ihren eigentlichen Willen weiterführen. Reips (2000) führt zudem an, dass durch das öffentliche Darbieten psychologischer Experimente auch ethische Standards gehoben werden können, zumal sowohl Teilnehmer, Kollegen oder auch andere Wissenschafter Einsicht in die Arbeit anderer haben und leicht z. B. via e-Mail Anmerkungen und Einwände äußern können.

1.3 Glaubwürdigkeit und Anonymität

Auch dieser Punkt soll, genauso wie die Betrachtung der ethischen Aspekte an dieser Stelle allen weiteren Abhandlungen vorweg genommen werden, da eben diese beiden

Themen häufig Anlaß zur Verunsicherung und Skepsis gegenüber der Verwendung des Internets als Forschungsmedium geben.

Im folgenden werden demnach Überlegungen aus der Medienpsychologie bzw. Kommunikationspsychologie wiedergegeben, welche erläutern sollen, worin sich das Internet von anderen Kommunikationsmedien unterscheidet und welchen Einfluß das wiederum auf die Glaubwürdigkeit solcher Art vermittelter Informationen hat.

Grundsätzlich geht es demnach um die Frage ob neue Kommunikationsformen durch das Internet ausgebildet werden bzw. ob nicht alte Formen adaptiert wurden. Warum speziell die Glaubwürdigkeit einen besonderen Stellenwert in dieser Diskussion besitzt, beschreibt Krotz (1999, S. 127) wie folgt: „*Glaubwürdigkeit gilt als Voraussetzung dafür, dass Kommunikate wie Informationen oder Argumentationsweisen akzeptiert werden und damit beim Rezipienten so ankommen können, wie sie gemeint waren*“.

Er betont weiters, dass es mit einer simplen Übertragung von Glaubwürdigkeitsuntersuchungen aus der traditionellen Massenkommunikationsforschung nicht getan sein kann, da die im Internet möglichen Kommunikationsformen sehr viel komplexer und undurchschaubarer sind. Zudem führt er die polemische These an, nach der sich neue Medien vor allem deswegen durchsetzten, weil sie neue Zugänge zu erotischen und pornographischen Kommunikaten ermöglichen würden. Was in den Anfängen des Internets tatsächlich ein entscheidender Einflußfaktor war und auch zur relativ schnellen Verbreitung des Internets führte. Gleichzeitig schürte dieses Faktum natürlich die Sorgen von Kritikern.

Darüber hinaus beschreibt Krotz die Kommunikationsbedingungen im Internet wie folgt: „*Der anonyme Zutritt zum Prozeß der öffentlichen Kommunikation ist im Internet allen auch als Kommunikatoren und nicht nur als Rezipienten möglich*“. (1999, S. 136).

Schließlich ergeben sich daraus drei Folgerungen (vgl. Krotz, S. 137):

Der Aufwand, in einer Informationsflut die anvisierten Informationen heraus zu filtern wird größer. Gleichzeitig verfügt der Nutzer jedoch anders als im Alltag noch nicht über entsprechende Routinen der Selektion. Er kann sich nicht mehr auf das Verstehen, Verarbeiten und Verwenden von Kommunikation beschränken, er muß zudem ständig kommunikative Angebote selektieren und sich gegen ungebeten angetragene schützen. Dies begründet auch die These, dass Glaubwürdigkeit eher institutionalisierten Kommunikatoren zugeschrieben wird als einzelnen Kommunikaten. Gerade auch aus diesem Grund erscheint es beispielsweise in Teilnahmeaufforderungen (via e-Mail oder WWW) wesentlich, die dahinterstehende, beauftrage bzw. ausführende Institution zu nennen. Angemerkt sei an dieser Stelle diesbezüglich nur noch, dass die Angabe dessen auch Einflüsse auf das Antwortverhalten haben kann (soziale Erwünschtheit) und jedenfalls bedacht werden sollte.

Noch immer stellt das Internet für manche Personen ein neues Medium dar mit dem sie nicht vertraut sind und das deshalb wenig Glaubwürdigkeit verspricht. Krotz spricht in die-

sem Zusammenhang davon, dass man im Internet mit neuen Genres von Kommunikaten konfrontiert wird und sich daher gezwungen sieht seine gewohnten Kommunikationsformen zu ändern.

Schließlich ist noch die Rolle der Internetnutzer selbst als Kommunikatoren zu berücksichtigen.

In weiterer Folge stellt sich nicht nur die oben behandelte Frage nach der Glaubwürdigkeit von via Internet verbreiteten Informationen, sondern speziell für die psychologische Online-Forschung ist der Sachverhalt der Selbstdarstellung im Internet agierender Personen wesentlich.

Eine häufig gehörte Kritik an online durchgeführten Befragungen respektive Experimenten betrifft den anonymen Untersuchungsteilnehmer und dessen latenten Hang stets Unwahrheiten über sich anzugeben, zu lügen. Häufig werden beängstigende Szenarien von Untersuchungsteilnehmern skizziert. Zugegeben, man ist selbstverständlich nicht gefeit von fälschlichen Angaben zur Person, dennoch kann man dem beispielsweise mit Plausibilitätskontrollen und Ähnlichem begegnen bzw. ist diese Problematik nicht neu (postalische Befragungen) und man lernt damit umzugehen.

EXKURS: Internet und Psychologie

Im folgenden soll dargestellt werden, welche Möglichkeiten, Einsatz- und Tätigkeitsbereiche das Internet speziell der wissenschaftlichen Psychologie bietet. Es wird bewußt auf die sonst übliche Darstellung der Geschichte des Internets zugunsten dieser Thematik verzichtet. Einen diesbezüglichen historischen Abriß findet der interessierte Leser beispielsweise bei Musch (1997). Zusammengefaßt beschäftigt sich die psychologische Forschung im Internet mit folgenden Fragen:

- Wer nutzt das Internet?
- Wie wird das Internet genutzt?
- Wozu kann dieses Medium eingesetzt werden?
- Wozu kann die psychologische Forschung das Internet verwenden?

Das Internet stellt für viele Menschen vorrangig ein rasches, universelles, praktisches und mittlerweile bereits günstiges Kommunikations- und Informationsmedium dar. Für die wissenschaftliche Psychologie lassen sich jedoch aufgrund der herkömmlichen, thematischen bzw. fachlichen Einteilung der Psychologie in verschiedenste Bereiche klare Anwendungsgebiete identifizieren (vgl. Wallbott, 1997). Vor allem die Sozialpsychologie als auch

die Medienpsychologie gingen seit je her Fragestellungen nach, die ohne weiteres auch auf das Internet bezogen werden können. Weiters läßt sich dieses Medium auch für pädagogische Zwecke nutzen und bietet somit Betätigungsfelder sowohl für die Pädagogische- bzw. auch für die Lernpsychologie. Die (alle Fachbereiche integrierende) psychologische Forschung bedient sich ihrerseits des weltweiten Netzes und nutzt es für experimentelle Untersuchungen und Umfragen. Letztlich etablierten sich auch Bemühungen Therapien und Beratungen via Internet anzubieten. Wenngleich dieses Bestreben von Psychologen des öfteren sehr kritisch verfolgt wird, so kann es zumindest den Versuch darstellen, „Hobbypsychologen“ und „Freizeittherapeuten“ oder auch selbst ernannten „Menschenkennern und Beratern“ entgegen zu halten und zumindest theoretisch fachlich fundierte Beratung an die Öffentlichkeit bringen. Speziell dieses Charakteristikum der allgemeine Zugänglichkeit zu Informationen u.ä. kann sich die oftmals mystifizierte Wissenschaft der Psychologie zu nutze machen und Aufräumen mit Vorurteilen, Klarheit gegenüber Halbwissen schaffen bzw. fundierte Informationen dem Unwissen entgegen stellen. Diese relativ einfache Möglichkeit der Außendarstellung sollte man nutzen um „Einblick hinter die Kulissen des „Elfenbeinturms“ [der Psychologie] zu erlauben“ (Wallbott, 1997, S. 15).

E.1 Psychologische Forschung

Über welche Formen und Methoden die psychologische Forschung im Internet verfügt wird in den Kapiteln 5 und 6 erörtert. An dieser Stelle soll ein einführender Abriß über die grundsätzlichen Fragestellungen innerhalb der Psychologie gegeben werden die mit Hilfe des Internets erörtert werden können. Naheliegend sind (neben den weiter oben bereits angeführten Themen) beispielsweise Untersuchungen zur Wahrnehmungspsychologie, Fragen zur effizienten und ansprechenden Bildschirmgestaltung aber auch Kommunikationsprozesse werden neu erörtert. Szenarien bzw. Kriterien werden erstellt um Internetsucht seriös diagnostizieren zu können, Strategien zur Informationsrecherche werden neu definiert bzw. adaptiert.

Innerhalb der psychologischen Forschung sind vor allem auch Hypothesen über den Benutzer sprich „Internet-Surfer“ weit verbreitet: Was unterscheidet beispielsweise einen „heavy user“ von einem „newbie“ oder die Frage, ob das Internet wirklich zur (sozialen) Vereinsamung führt?

Analog zur Vielzahl möglicher Fragestellungen innerhalb der „offline“ Psychologie scheinen auch der Online-Forschung keine Grenzen gesetzt zu sein, sofern man aufgrund der verführerisch einfachen Zugänglichkeit eines schier endlosen Versuchspersonenpools und einfach anzuwendenden Methoden nicht die methodischen Grundlagen und Vorausset-

zungen für jede wissenschaftliche Herangehensweise außer Acht läßt und nicht unreflektiert der Technikfaszination erliegt!

E.2 Cyber-Psychology oder die virtuelle Couch

Seriöse, ernst zunehmende Psychologen und Psychotherapeuten sind sich weitgehend einig, dass psychologische Beratungs- oder gar Therapieaktivitäten im Internet professionelle Face-to-Face Arbeit nicht ersetzten können. Dennoch können die Kommunikationsmöglichkeiten, welche das Internet bereithält, sowohl eine durchaus sinnvolle Ergänzung als auch ein Erweiterung zu herkömmlichen Angeboten darstellen. Janssen (1998) beschreibt diese Zusatzform als „niederschwelliges Angebot, das nicht selten als Einstieg in andere Beratungs- und therapeutische Angebote genutzt wird“ (S. 22). Welche Personengruppen im speziellen von diesen Offerten profitieren können wird im Laufe dieses Kapitels erörtert. Zuerst wird jedoch die Systematik erläutert, nach der Döring (1997) zwischen Selbsthilfe, psychologische Beratung und Psychotherapie im Internet differenziert. Grundsätzlich unterscheidet sie zwischen diesbezüglich im Internet vorzufindenden Online-Informationsmaterialien vs. Kommunikationsszenarien. Beide Kategorien zerfallen ihrerseits in drei Gruppen. Beginnend mit der Aufspaltung der **Informationsmaterialien** ergeben sich folgende Punkte:

1. *Informationen zur klinischen Psychologie*
2. *Therapie-Ankündigungen*
3. *Selbsthilfematerialien*

Innerhalb der **Kommunikationsszenarien** unterscheidet Döring zwischen:

1. *Selbsthilfegruppen*

Wesentlich erscheint hier eine weitere Differenzierung in Selbsthilfegruppen und Selbsterfahrungsgruppen. Während sich in Selbsthilfegruppen Menschen zusammenfinden, „*die am selben Problem leiden und gemeinsam Bewältigungsstrategien suchen* “ (Moeller, 1978 zitiert nach Döring, 1997), liegt in Selbsterfahrungsgruppen „*kein konkreter Hilfsanlaß vor, statt dessen stehen Persönlichkeitsentwicklung und Selbstfindung im Fokus*“. (Wiltschko, 1998 zitiert nach Döring 1997).

2. *Beratung*

Beratung im Internet muß, aufgrund des unüblichen Settings, etwas losgelöst gesehen werden von herkömmlicher psychologischer Beratungstätigkeit. Döring (1997) beschreibt diese neue Form als eine „problemorientierte, kurzfristige „Mini-Therapie“. An dieser Stelle sollen auch jene Benutzergruppen angeführt werden, die wie weiter oben angekündigt, für eine Online-Beratung als Zielgruppe besonders in Frage kommen (vgl. Janssen 1998 S. 22):

- Personen, die sich aufgrund finanzieller Gegebenheiten gängige Beratung nicht leisten können.
- Personen, welche die Anonymität und Distanz des Mediums schätzen.
- Personen, die aufgrund ihrer Wohnsituation keinen Zugang zu entsprechender Infrastruktur haben.
- Personen, die durch körperliche Gebrechen oder Behinderungen nicht in der Lage sind, Angebote außer Haus zu nutzen.
- Personen, die bereits den Entschluß gefaßt haben einen Therapeuten aufzusuchen, sich jedoch im Vorfeld bereits über einen eventuellen Ablauf solcher Unterfangen informieren wollen.

3. Therapie

Dass psychotherapeutische Online-Therapien nach anderen Settings verlangen scheint selbstverständlich. Was jedoch dabei zu beachten ist, wodurch diese sich auszeichnen und welche Eigenheiten therapeutischer Beziehungen sich im Internet ergeben, dazu sei auf Döring (1997, S. 447 ff.) verwiesen. Eine weitere Ausführung zu diesem Thema bietet auch Janssen (1997).

Generell sind für die Organisation bzw. Realisation dieser Interaktionen e-Mails die gebräuchlichste Form der Kommunikation (Mailinglisten, Newsgroups). Die Verständigung über IRC-Channels, MUDs oder Vidoekonferenzen ist noch seltener vorzufinden. Leser, die an dieser Thematik näher interessiert sind, seien auf den Beitrag von Döring (1997) verwiesen. Sie geht ausführlich auf die verschiedensten Aspekte dieser Materie ein. In diesem Rahmen wird lediglich versucht einen Überblick zu geben bzw. die angeführten Themenbereiche zu illustrieren. Als Beispiel für den Einsatz innerhalb der Klinischen Psychologie wäre hier die Online-Version des ICD-10 zu nennen (zu finden unter http://www.informatik.fh-luebeck.de/cdeger/), worin jeder Interessierte nachschlagen kann. Ob und wie weit das sinnvoll ist, ist jedoch eine andere Frage. Weiters finden sich im Internet auch Interessensvertretungen und Berufsverbände. Die American Psychological Association (http://www.apa.org) beispielsweise ist ebenso vertreten wie regionale Vereine (z. B. http://www.psychologie.at oder http://www.psycholgie.de, Berufsverband österreichischer Psychologen http://www.boep.at)

Abschließend sei an dieser Stelle der über diesen Rahmen hinaus interessierte Leser auf einen Erfahrungsbericht zum Thema “Psychologische Beratung im Internet” von Christl (2000) verwiesen.

E.3 Wissenschaftliches Publizieren im Internet

Das Internet stellt heute das schnellste Informations- und Kommunikationsmedium dar. Somit liegen auch die Vorteile für die Wissenschaft klar auf der Hand: effizienter Zugang

für den Rezipienten, Ermöglichung eines direkten Veröffentlichungsvorganges für Verlage, Nutzung neuer Dienste wie Suchmaschinen etc. Darüber hinaus ermöglicht die immer leichter und komfortabler zu bedienende Publishing Software (z. B. WYSIWYG Editoren, PDF-Writer uvm.) die unverzügliche Veröffentlichung von Forschungsergebnissen im WWW. In diesem Kapitel werden also neue Formen der wissenschaftlichen Publikation samt ihrer Probleme kurz umrissen. Für weitere Ausführungen möge man Ott, Krüger und Funke (2000) heranziehen auf deren Arbeit auch folgende Aufschlüsselungen beruhen. Zusätzlich bieten die genannten Autoren auch eine Liste elektronisch verfügbarer psychologischer Zeitschriften.

Grundsätzlich unterscheiden Ott, Krüger und Funke (2000) zwischen drei verschiedenen Formen von Online-Publikationen:

1. Publikationen in Online-Journals

Elektronische Fachzeitschriften gibt es in den verschiedensten Ausführungen. Während die meisten (namhaften) Magazine kostenpflichtig sind, sind bei anderen Journals Abstracts gratis zu erwerben.

Nur gegen Bezahlung erhältlich aber als richtungsweisend unter den Online-Journals innerhalb der Psychologie gilt das „MPR-online“, das Journal für „Methods of Psychological Research“ (http://www.hsp.de/MPR/).

2. Publikationen auf Preprint-Servern oder in Mailinglisten und Newsgroups

Hierunter versteht man die Veröffentlichung von Vorversionen (Preprints) um anschließend im (internationalen) Kollegenkreis darüber diskutieren zu können. Dass sich durch diese Möglichkeit auch das Verlagswesen zu Veränderungen gezwungen sieht, scheint klar.

3. Eigenständige elektronische Veröffentlichungen im WWW

Wie bereits weiter oben erwähnt bietet benutzerfreundliche Software, auch Computerlaien, mittlerweile die Gelegenheit relativ einfach schriftliche Arbeiten in Internetseiten zu gestalten und somit auch zu publizieren.

Was jedoch abschließend angemerkt werden muß ist, dass neben all den erwähnten Vorteilen der Nachteil nicht übersehen werden darf, dass durch die immer simpler werdenden Publikationsvorgänge eine Differenzierung nach glaubwürdigen bzw. qualitativ wertvollen Dokumenten bzw. Autoren immer schwieriger und undurchsichtiger wird. Demgemäß sollte man der Euphorie bezüglich Internetpublikationen mit gewissem Respekt gegenüber stehen. Auch Ott, Krüger und Funke weisen in ihrer Arbeit darauf hin, dass der Aspekt der Qualitätssicherung durch „fehlendes Peer Review“, wie sie es nennen, problematisch ist. Ein weiteres Problem stellt sich durch die Fragen nach dem Urheberrecht im Internet.

E.4 Aspekte der Online-Forschung außerhalb der Psychologie

An dieser Stelle soll das Arbeitsfeld der Markt- und Meinungsforschung im Internet kurz erörtert werden.

Neben den Online-Umfragen und Experimenten, die in vorliegender Arbeit behandelt werden, sind bezüglich Marktforschung und Marketing folgende Einsatzbereiche der Online-Forschung anzuführen:

- Mitarbeiterbefragungen (z. B. via Intranet)
- Online Fokusgruppen (siehe beispielsweise Mann & Stewart, 2000)
- User-Tracking
- Usability Tests
- Online Pretest Studios
- Befragungen via Online-Panels
- Kundenzufriedenheitsforschung
- Markenanalysen, Image, Zielgruppensegmentierungen
- Werbeerfolgskontrollen
- Evaluierung von Web-Sites
- Expertenbefragungen
- Newsletter-Evaluationen
- Messebefragungen und Veranstaltungsevaluation
- eCommerce Konzeptüberprüfungen usw.