

Online-KommunikationspartnerInnen und soziales Kapital qualitativ und quantitativ erforschen

Klaus Schönberger¹

Der Mediendiskurs über das Internet oszilliert nach wie vor zwischen Technikeuphorie und Kulturpessimismus. Das Netz gilt im technikeuphorischen Diskurs als hervorragende Möglichkeit neue Kontakte zu bekommen, Freundschaften oder Bekanntschaften zu schließen bzw. als unerschöpfliches Reservoir an Informationen. Der kulturpessimistische Diskurs beklagt Verarmung und Verflachung sozialer Beziehungen. Die Deutungsmuster der NutzerInnen selbst lassen sich nur qualitativ adäquat erheben. Im Zuge der "universellen Öffnung" des Internets hin zu einer "globalen Öffentlichkeit" (Kubicek u.a.) erscheint es sinnvoll, die Nutzungsformen derjenigen sozialen Gruppen zu untersuchen, die diese Öffnung repräsentieren. Hierbei ergab eine qualitative Untersuchung des DFG-Projekts "Zur Transformation der Alltagsbeziehungen von InternetnutzerInnen" ein bemerkenswertes cultural lag, zwischen dem softwaretechnisch vermittelten sozialen Potential und der tatsächlichen Nutzung der befragten NutzerInnen. Dabei handelt es sich hauptsächlich um berufstätige und sozial weitgehend "integrierte" Befragte, die in der "Kultivierungsphase" gemeinhin nicht als "typische" NutzerInnen gelten können. Die derzeit laufende quantitative Online-Umfrage untersucht vor diesem Hintergrund die Frage "Wer sind ihre Online-KommunikationspartnerInnen"? Der Beitrag zielt nicht nur auf einen Vergleich der Ergebnisse bei unterschiedlichen Befragten-Gruppen, sondern auch auf die Evaluierung der jeweiligen Ergebnisse unter dem Gesichtspunkt der Methodenwahl. Im Hinblick auf Intensivierung, Erweiterung oder Überschreitung des jeweiligen sozialen Nahraums im Zuge der "universalen Öffnung" sollen a.) Hypothesen zur KommunikationspartnerInnen-Wahl unterschiedlicher NutzerInnen-Gruppen diskutiert werden. Da bei Online-Umfragen repräsentative Ergebnisse nur schwer zu bekommen sind, soll b.) diskutiert werden, welchen Stellenwert die Ergebnisse der quantitativen Erhebung für die Interpretation qualitativer Befunde haben können.

Schlüsselwörter: Qualitativ/quantitativ, Methodenmix, soziales Kapital und Online-Nutzung

¹ Forschungsinstitut für Arbeit, Technik und Kultur Tübingen (FATK) und Ludwig-Uhland-Institut für Empirische Kulturwissenschaft der Universität Tübingen, Schloß, 72070 Tübingen, Telefon:(07071) 297 8392, klaus.schoenberger@uni-tuebingen.de, <http://max.lui.uni-tuebingen.de/fp/f-aluin.html#top>