

tung einen eher defensiven Tonfall anschlagen und betonen, sie könnten das Feld nicht kanonisieren. In der Tat ist es so, dass der Leser sich ob der Fülle der Beiträge und verschiedenen Themen mitunter verloren fühlen und den Eindruck gewinnen kann, er lerne zwar viele Aspekte der Meinungsforschung, bzw. des „Public Opinion Research“ kennen, erfahre aber letztlich nicht, was öffentliche Meinung, public opinion, überhaupt bedeute. Dies ist jedoch nur zu einem gewissen Teil den Herausgebern anzulasten, sondern erscheint vielmehr als ein Problem des gesamten Fachbereichs. Allenfalls hätte man erwarten können, dass in der Einleitung das Thema stärker vorstrukturiert wird und das Buch dadurch stärker einen roten Faden bekommt. Ob ein roter Faden bei einem Handbuch jedoch notwendig bzw. überhaupt möglich ist, sei dahingestellt.

Der überwiegende Teil der Beiträge ist sorgfältig geschrieben und bietet einen leicht verständlichen Einstieg in das jeweilige Thema. Sehr lesenswert ist beispielsweise der Beitrag von Visser, Holbrook und Krosnick zum Zusammenhang zwischen politischem Wissen, Einstellungen und Verhalten („Knowledge and Attitudes“). Es ist jedoch zu beachten, dass ein Teil der Autoren in der kommerziellen Markt- und Meinungsforschung beschäftigt ist, und ihre Darstellung durch die akademische Brille betrachtet irritierend sein kann. So etwa im Beitrag zu Panel Surveys: hier wird nicht auf die unschätzbaren Vorteile von Paneldaten in der Kausalanalyse oder bei der Kontrolle unbeobachteter Heterogenität eingegangen – vielmehr arbeitet der Autor überwiegend mit Prozentuierungen und weist darauf hin, dass die Ergebnisse moderner statistischer Verfahren zur Panelanalyse für die Kunden schwer verständlich sind. Auch inhaltlich kann es mitunter Überraschungen geben. Beispielsweise entpuppt sich der Aufsatz „The Start of Public Opinion Research“ als ein gut lesbarer Essay über George Gallup; dies ist natürlich nicht zu beanstanden, zumal das Handbuch zwei weitere Beiträge

über die Geschichte der Meinungsforschung beinhaltet. Dennoch wäre es wünschenswert gewesen, wenn der Titel den Fokus des Beitrages widerspiegelt hätte.

Insgesamt bietet das SAGE Handbook of Public Opinion Research tatsächlich einen sehr guten Überblick über viele Aspekte der Meinungsforschung und ist als Werkzeug für den niederschweligen Einstieg hervorragend geeignet. Auch ein Einsatz in der Lehre (B.A.) bietet sich an. So könnte man beispielsweise in einem Proseminar zur Meinungsforschung für jede Sitzung einen oder zwei der Aufsätze als Grundagentext vorsehen und die Themen mit Referaten zu aktuellen oder klassischen Studien ergänzen. Insgesamt halte ich das Handbuch für gelungen und kann dem interessierten Leser eine Anschaffung empfehlen. An Universitäten mit Studiengängen in Publizistik, Markt- oder Meinungsforschung sollte das Handbuch nicht fehlen.

HENNING BEST, MANNHEIM



NIKOLAUS JACKOB,
HARALD SCHOEN &
THOMAS ZERBACK
(Hg.), 2009:
Sozialforschung im
Internet. Methodo-
logie und Praxis der
Online-Befragung,
Wiesbaden: VS-
Verlag. ISBN: 978-
3-531-16071-9, 377
Seiten, 34,90 EUR.

Der von Nikolaus Jakob, Harald Schoen und Thomas Zerback herausgegebene Sammelband enthält eine Anzahl von Studien mit dem Schwerpunkt der Methodologie und der Praxis der Online-Befragung von Auto-

ren unterschiedlichster wissenschaftlicher Herkunft und zu verschiedenen Problem- perspektiven. Thematisch teilt sich der Band in drei Bereiche: In der Einführung zeigen die Autoren, wie die Online-Befragung als Methode in den Sozialwissenschaften eta- bliert ist. Die methodologisch orientierten Aufsätze im zweiten Teil befassen sich mit den Möglichkeiten und Grenzen der Online- Befragung. Stichprobenprobleme sowie der Mangel an Repräsentativität und Validität werden kritisch diskutiert. Im dritten Teil zeigen eine Reihe von Fallstudien die breiten Anwendungsmöglichkeiten von Online-Be- fragungen bzw. Online-Experimenten und deren Umsetzung in der Praxis.

Zerback, Schoen, Jakob und Schlereth ma- chen im ersten Teil darauf aufmerksam, wie wichtig die methodische Qualität von On- line-Befragungen ist. Sie arbeiten bei der In- haltsanalyse von 40 sozialwissenschaftlichen Fachzeitschriften heraus, dass in einem nicht unerheblichen Teil der Beiträge methodische Defizite hinsichtlich Definition der Grund- gesamtheit, Stichprobenauswahl und Re- präsentationsschluss bestehen. Welker und Matzat berichten über die historische Ent- wicklung der Online-Forschung als inter- disziplinäres Forschungsfeld. Das Internet ist nicht nur Forschungsinstrument, z.B. im Sinne von Online-Umfragen, sondern auch Gegenstand der Forschung selbst, wenn es z.B. um die sozialen und psychologischen Auswirkungen der Internet-Nutzung geht. Hier werden auch andere Datenerhebungsmethoden (wie Logfile-Analyse, Experimen- te, Inhaltsanalyse) angesprochen. Thomas Roessing erklärt auch für den Nicht-In- formatiker verständlich die verschiedenen Kommunikationsmöglichkeiten des Internets und deren Nutzen für Online-Befragungen. Maurer und Jandura zeigen, wie wichtig es ist, den Weg der Entstehung der Daten zu beachten und schlagen Kriterien vor, wie eine Online-Umfrage gestaltet werden sollte, um qualitativ hochwertige Daten zu erhalten. Baur und Florian geben sehr gut umfassende und konkrete Handlungsanwei-

sungen, wie man mit Stichprobenproblemen bei Online-Umfragen umzugehen hat.

Ungünstig erscheinen die inhaltlichen Wie- derholungen über die Bedeutung und Be- liebtheit, über Vor- und Nachteile, resp. Methodenprobleme der Online-Befragung in den Einleitungen der einzelnen Aufsätze. Es entsteht so der Eindruck, dass es sich hier nicht um ein Lehrbuch, sondern um eine Ansammlung von Aufsätzen handelt, die sich teilweise inhaltlich überschneiden.

In den weiteren Aufsätzen werden ver- schiedene Anwendungsbeispiele gezeigt, die sich mit der Lösung methodischer Pro- bleme befassen. Die darauf folgenden Fall- studien im dritten Teil geben einen Einblick in die unterschiedlichsten Möglichkeiten der Online-Forschung. Hier kann man sich durchaus Anregungen für die Durchführung eigener Online-Umfragen holen.

Insgesamt erscheint mir der Band mit ca. 370 Seiten zum Thema „Sozialforschung im Internet“ mit dem Schwerpunkt „Online- Befragung“ zu lang. Für eine Lehrbuch-Aus- gabe müssten zumindestens die inhaltlichen Wiederholungen herausgestrichen werden. Als Sammelband gibt er jedoch einen guten Einblick „hinter die Kulissen“ der Online- Forschung.

CLAUDIA BUCHHEISTER, POTSDAM

* * * * *