

## **Qualitative Onlineforschung in Krisenzeiten - What to do?**

### **Dringlichkeit von qualitativer Onlineforschung**

Die aktuelle Krisensituation rund um das Covid-19 Virus stellt die gesamte gesellschaftliche Landschaft vor große Herausforderungen. Die Krise betrifft dabei auch die Forschungslandschaft. Insbesondere die qualitative Forschung muss neue Wege gehen und den Weg in die Digitalisierung finden. Qualitative Forschung meint eine weniger strukturierte, explorative Erhebungsmethode, die versucht, durch offene Fragen, einen Einblick in die Entscheidungsstruktur, Denkweise und Motivation von Menschen zu erlangen und geht damit der Frage nach dem „Wie?“ nach. Gegenstand sind damit nicht-standardisierte Daten, die durch eine nicht-repräsentative Stichprobe erlangt werden.

Qualitative Forschung beruht typischerweise auf der direkten, vor Ort Interaktion zwischen Interviewer und Interviewtem, bei der Durchführung von Tiefen-, Experteninterviews, Fokusgruppen und Beobachtungen. Diese Interaktion ist derzeit allerdings nicht möglich. Ein Weg, qualitative Forschung dennoch durchzuführen liegt in der Übertragung auf digitale Kanäle und Telefonie. Während die insbesondere die quantitative Forschung schon länger einen digitalen Weg geht, ist dieser bei qualitativer Forschung weniger offensichtlich und bringt einige Herausforderungen mit sich. Ohne den Anspruch auf Vollständigkeit zu erheben, widmet sich dieser Artikel einigen Herausforderungen qualitativer Onlineforschung.

### **(1) Qualitative Onlineforschung ist machbar**

Das Internet bietet mit all seinen Vor- und Nachteilen eine Fülle von Möglichkeiten Onlineforschung zu betreiben. Durch Forschung, die online stattfindet ist es beispielsweise möglich, geografische Barrieren aufzulösen oder auch den Zugang zu Probanden zu gewinnen, der sonst nicht möglich wäre. Auch aus ökonomischen Überlegungen kann Onlineforschung eine günstige Alternative darstellen. Auch wenn primär quantitative Onlineforschung betrieben wird, finden sich immer mehr Möglichkeiten, auch qualitative Forschung online zu betreiben. Wie die nachfolgenden Ausführungen zeigen, unterscheiden sich die qualitativen Online-Methoden nur wenig von den Offline-Methoden.

### **(2) Übertragung der klassischen Formen in einen Online-Setting**

Eine naheliegende Lösung liegt in der Replikation dieser Methoden in ein Online-Setting. Vorstellbar ist die Replikation von synchronen Einzelinterviews und Fokusgruppen durch Telefonie oder Videotelefonie via Skype, Zoom, Jitsi, Microsoft Teams, Zoom, Webex und GoToMeeting. (Video-)Telefonie kann ein gutes Substitut für Interviews und Fokusgruppen vor Ort sein. Um auch online, eine Aufzeichnung zu ermöglichen eignen sich diverse Softwareangebote wie OBS Studio, Flashback Express und Apowersoft. Die Einwilligung der Probanden für eine Aufzeichnung sollte dabei in jedem Fall eingeholt werden. Eine weitere synchrone, aber auch asynchrone Form der Übertragung kann die Nutzung von textbasierten Sofortnachrichtendienste/Chatdienste wie WhatsApp oder Telegram sein. Eine Art der asynchronen Kommunikation ist die Kommunikation via E-Mail. Die asynchrone Kommunikation erlaubt es Probanden, selbst zu entscheiden, wann sie antworten wollen. Zu berücksichtigen ist dabei allerdings, dass nicht alle Probanden einen Zugang zu diesen Diensten haben, diese unter Umständen nicht bedienen können oder eine schlechte Internetverbindung die Kommunikation erschwert.

### **(3) Umdeutung von traditionellen quantitativen Online-Tools**

Wie durch eine Internetrecherche deutlich wurde, richten sich die meisten Online-Tools auf die quantitative Forschung. Hierzu gibt es zahlreiche Tools wie Gorilla, Unipark, LimeSurvey, MonkeySurvey und SoSciSurvey. Grundsätzlich sind diese Online-Tools für quantitative Erhebungen ausgelegt. Allerdings erlauben sie es ebenfalls qualitative Forschung zu betreiben. Nahezu alle genannten Online-Tools bieten die Möglichkeit offene Fragen, anstatt wie sonst übliche geschlossene Fragen, zu stellen. Zwar erlauben diese offenen Fragen die Sammlung von eigenständig generierten Antworten und engen Probanden weniger ein, allerdings ist zu berücksichtigen, dass Nachfragen schwierig sind und dadurch weniger reichhaltige Daten liefern können. Eine Auslese von Körpersprache ist ebenso wenig möglich, wie die Herausforderung, dass Probanden sozialerwünscht Antworten.

### **(4) Nutzung von „neuen“ Ansätzen**

Eine weitere Möglichkeit kann es sein, von den oben genannten klassischen qualitativen Methoden abzuweichen und ethnografische oder textanalytische Ansätze zu verfolgen. Gerade die Gesamtheit der Onlinewelt erlaubt es hier „neue“ Wege zu gehen. Die Netnographie ist eine Form der Ethnografie und fokussiert Communities in einem Online-

Kontext. So ist es beispielsweise möglich, eine Textanalyse von Online-Foren, Sozialen Netzwerken (Facebook-(Gruppen), Twitter, Instagram, oder Blogbeiträgen durchzuführen, um einen Einblick in die Denkstrukturen und Entscheidungskriterien zu erlangen. Forschende haben die Möglichkeit entweder bestehende Online-Texte zu verwenden oder neue Facebook-Gruppen, Online-Foren oder Instagram-Seiten einzurichten und hier konkret eine Kommunikation zu einem Thema zu beginnen. Dabei ist es zu berücksichtigen, dass die forschende Person dies entweder verdeckt oder offen machen kann. Ethische Standards sollten allerdings auch hier Berücksichtigung finden. Es ist die Frage zu stellen, welche Blogbeiträge, Kommentare in sozialen Netzwerken auch für die Öffentlichkeit bestimmt waren und damit für Forschung genutzt werden können.

Ebenfalls möglich ist die Nutzung von Forschungsmethoden wie Foto-/Video- oder Spracherhebung. Probanden werden aufgefordert, aus ihrem alltäglichen Leben, Fotos, Videos oder Sprachnachrichten zu einem festgelegten Thema zu senden, d. h. die forschende Person fordert Probanden durch konkrete Fragen dazu aufzurufen, Bilder, Videos oder Sprachnachrichten aus dem Alltag zu machen. Ähnlich können Probanden dazu aufgefordert werden ein analoges oder digitales Tagebuch zu führen.

## **(5) Bewusstmachung der Herausforderungen der qualitativen Onlineforschung –**

### **Vertrauen**

Auch wenn hier einige Wege aufgezeigt wurden, mit denen qualitative Onlineforschung möglich ist, liegen doch auch hier einige Herausforderungen. So ist in nahezu immer eine technische Infrastruktur notwendig, die Probanden müssen diese bedienen können und nonverbale Hinweise sind schwieriger zu identifizieren. Eine zentrale Herausforderung, die von Teilnehmenden einer Umfrage genannt wurde, ist dabei, dass die Probanden ein Vertrauen aufbauen und an der Studie teilnehmen. Hierzu ein paar Tipps: Es kann helfen, dass sich die forschende Person zunächst ausführlich via E-Mail oder auch vorher in einem Face-to-Face Gespräch vorstellt. Durch das Teilen von persönlichen Informationen kann eine Vertrauensbasis aufgebaut werden. Den Probanden sollte ebenfalls transparent vermittelt werden, wie diese rekrutiert wurden. Eine weitere Möglichkeit ist es, sich an dem Sprachstil der Probanden anzupassen. Zu Beginn der Studie kann es sinnvoll sein, eine Kennlernrunde zu machen, Eisbrecherfragen zu stellen oder vertrauensbildende Maßnahmen

durchzuführen. Hierunter fallen bspw. dass der Anonymität in der Auswertung signalisiert wird.

### **Basierend auf folgender Literatur und weiterführende Literatur**

Ahlin, T. & Fangfang L. (2019). From Field Sites to Field Events: Creating the field with information and communication technologies (ICTs). *Medicine, Anthropology and Theory* 6(2), 1-24.

Bates, E. A., McCann, J. J., Kaye, L. K., & Taylor, J. C. (2017). "Beyond words": a researcher's guide to using photo-elicitation in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 14(4), 459-481.

Copes, H., Tchoula, W., Brookman, F., & Ragland, J. (2018). Photo-elicitation interviews with vulnerable populations: practical and ethical considerations. *Deviant Behavior*, 39(4), 475-494.

Crozier, S. E., & Cassell, C. M. (2016). Methodological considerations in the use of audio diaries in work psychology: Adding to the qualitative toolkit. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 89(2), 396-419.

Daniels, N., Gillen, P., Casson, K., & Wilson, I. (2019). STEER: Factors to Consider When Designing Online Focus Groups Using Audiovisual Technology in Health Research. *International Journal of Qualitative Methods*, 18, 1-11.

Gnambs, T. & Batinic B. (2011). Qualitative Online-Forschung. In *Qualitative Marktforschung in Theorie und Praxis – Grundlagen – Methoden – Anwendungen* (Hrsg. Naderer, G. und Balzer, E.), Gabler Verlag: Wiesbaden.

Ehlers, U. D. (2017). Qualitative Onlinebefragungen. In *Qualitative Medienforschung - Ein Handbuch* (Hrsg. Mikas, L., Wegner, C. & Ehlers, W.D), S, 327-339, Verlag utb: Karlsruhe.

Harper, D. (2002) 'Talking about pictures: a case for photo-elicitation', *Visual Studies*, 17(1), 13–26.

Jowett, A. (2020). Carrying out qualitative research under lockdown – Practical and ethical considerations. London School of Economics. Verfügbar unter:  
<https://blogs.lse.ac.uk/impactofsocialsciences/2020/04/20/carrying-out-qualitative-research-under-lockdown-practical-and-ethical-considerations/>

Steenfeldt, V.O., Therkildsen, M. & Lind, J. (2019). Nursing students' experiences of a challenging course: A photo-elicitation study. *Nurse Education Today*, 76, 31-37.

Theobald, E. & Neundorfer, L. (2010). Qualitative Online-Marktforschung: Grundlagen, Methoden und Anwendungen: Nomos Edition Reinhard Fischer.

Ahlin, Tanja, and Fangfang Li (2019). From Field Sites to Field Events: Creating the field with information and communication technologies (ICTs). *Medicine, Anthropology and Theory* 6(2): 1-24.doi.org/10.17157/mat.6.2.655

Harper, D. (2002) 'Talking about pictures: a case for photo-elicitation', *Visual Studies*, 17(1): 13–26.

Bates, E. A., McCann, J. J., Kaye, L. K., & Taylor, J. C. (2017). "Beyond words": a researcher's guide to using photo-elicitation in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 14(4), 459-481.

Copes, H., Tchoula, W., Brookman, F., & Ragland, J. (2018). Photo-elicitation interviews with vulnerable populations: practical and ethical considerations. *Deviant Behavior*, 39(4), 475-494.

Steenfeldt, V.O., Therkildsen, M. & Lind, J. (2019). Nursing students' experiences of a challenging course: A photo-elicitation study. *Nurse Education Today* 76:31-37.

Crozier, S. E., & Cassell, C. M. (2016). Methodological considerations in the use of audio diaries in work psychology: Adding to the qualitative toolkit. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 89(2), 396-419.

Ferguson, Rebecca (2009). The Construction of Shared Knowledge through Asynchronous Dialogue. PhD thesis. The Open University.

Daniels, N., Gillen, P., Casson, K., & Wilson, I. (2019). STEER: Factors to Consider When Designing Online Focus Groups Using Audiovisual Technology in Health Research. *International Journal of Qualitative Methods*, 18, *International Journal of Qualitative Methods*, 14 November 2019, Vol.18.