

## Das Web-Experiment in der Sozialwissenschaft

Wenn in den Sozialwissenschaften von „Online-Forschung“ gesprochen wird, denkt man primär an „Online-Befragungen“. Web-Experimente werden zwar immer wieder angeführt, dennoch haben sie methodisch noch nicht den Reifegrad, den „Online-Befragungen“ bereits erreicht haben. Hinzu kommt, dass viele Online-Befragungen als Web-Experimente deklariert werden, obwohl sie keinerlei od. wenig experimentellen Charakter haben. Online-Experimente werden in der Praxis außerdem primär von PsychologInnen eingesetzt. Das Potential dieser Forschungsmethode wurde in den Sozialwissenschaften bis dato noch wenig genutzt, obwohl sich zahlreiche Fragestellungen dafür eignen würden (z.B. Medienwirkungsforschung, Werbewirkungsforschung).

### Vorteile eines Web-Experiments

- Leichte Erreichbarkeit der Versuchspersonen
- Geografisch nicht begrenzt - weltweite Erreichbarkeit (interkulturelle Untersuchungen)
- Zugang zu sehr spezifischen Populationen möglich
- Probanden müssen nicht ins Labor kommen und können frei entscheiden, wann sie an Experiment teilnehmen möchten
- Hohe statistische Power durch eine große Stichprobengröße
- Reduzierte Kosten
- Gleichzeitig mehrere Erhebungen möglich
- Kein externer Druck auf Versuchspersonen
- Keine Versuchsleitereffekte
- Vpn kann das tun, was sie immer tut bzw. in gewohnter Umgebung bleiben
- Web-Experimente sind öffentlich zugänglich – erhöhte Transparenz

### Nachteile eines Web-Experiments

- Technikprobleme und –varianz
- Kontrolle (Mehrfachteilnahme, Betrug, keine Kontrolle, was nebenbei passiert etc.)
- Fehlende VL - Vpn Interaktionen
- Auswahlfehler bei Stichprobenszusammensetzung - Selbstselektion
- Drop-out

### Lösungsmöglichkeiten methodischer Probleme

- Einfache technische Handhabung für Vpn
- Ladezeiten möglichst kurz halten
- Verschiedene Möglichkeiten des Betrachtens anbieten
- Downloadmöglichkeit für erforderliche Programme
- Erhebung der technischen Ausstattung und eventueller Probleme im Fragebogenteil
- Passworttechnik
- Überprüfung einer Substichprobe
- Nur erste Teilnahme einer Computeradresse zulassen
- Messung von Responsezeiten
- Kontrolle der Variablen, die mit unabhängiger Variable konfundiert sein könnten → Balancierung und Randomisierung
- Verständlichkeit und Klarheit der Materialien (Pretests)
- Feedbackmöglichkeiten für Vpn schaffen
- Multiple site entry technique (Log-File Analysen)
- Replikationen mit anderen Stichproben
- Hohe Datentransferrate
- Attraktives Design
- Interessantes Untersuchungsmaterial
- Bedingungsunabhängige „Aufwärmphase“
- Information über Dauer
- Feedbackmöglichkeit
- Informationen über Ergebnisse an die Probanden

### **Web-Experimente in der Praxis (eine Auswahl)**

- Weblabor für Experimentelle Psychologie (Ulf Reips – Uni Zürich)  
<http://www.psychologie.unizh.ch/sowi/Ulf/Lab/WebExpPsyLabD.html>
- W-Lab – Onlineforschung (Uni Potsdam)  
<http://www.w-lab.de>

### **Dissertationsprojekt an der Sozialwissenschaftlichen Fakultät**

Arbeitstitel: „Synergien versus Interferenzen im Kommunikationsmix“

Web-Experimente zur Relevanz und Kombinierbarkeit von politischen Kommunikationsstrategien im Wahlkampf.

Ziel der Untersuchung ist es, Bedingungen des erfolgreichen politischen Kommunizierens zu erklären sowie Synergien und Interferenzen politischer Kommunikationsstrategien aufzuzeigen. Die wirkungsbezogenen Fragestellungen sollen durch die Kombination verschiedener Kommunikationsstrategien in einer Serie von Web-Experimenten untersucht werden.

### **Literaturauszug:**

- Batinic, Bernad/Reips, Ulf-Dietrich/Bosnjak, Michael (2002): Online Social Sciences. Seattle/Toronto/Bern/Göttingen: Hogrefe & Huber Publisher.
- Birnbaum, Michael H. (2000): Psychological Experiments on the Internet. San Diego, California [u.a.]: Academic Press.
- Janetzko, Dietmar/Hildebrandt, Michael/Meyer, Herbert (2002): Das Experimentalpsychologische Praktikum im Labor und WWW. Göttingen/Bern/Toronto/Seattle: Hogrefe Verlag.
- Reips, Ulf-Dietrich (2002): Standards for Internet-Based Experimenting. In: Experimental Psychology, vol. 49(4), pp. 243-256.
- Reips, Ulf-Dietrich (2005): Datenautobahn nutzen: Formen der internetgestützten Datenerhebung. In: Psychoscope, 26(8), 6-9.
- Theobald, Axel/Dreyer, Marcus/Starsetzki, Thomas (Hrsg.) (2003): Online-Marktforschung. Theoretische Grundlagen und praktische Erfahrungen. Wiesbaden: Gabler.