

Hemmerich, Fabian

Inhaltsanalytische Zugänge zur Untersuchung des Ratsuchens, Ratgebens und Ratnehmens in Online-Foren

Sauerbrey, Ulf [Hrsg.]; Großkopf, Steffen [Hrsg.]; Ott, Christine [Hrsg.]: *Empirische Ratgeberforschung. Forschungszugänge und Befunde zu Produktion, Angebot und Inanspruchnahme ratgeberhafter Medien. Bad Heilbrunn : Verlag Julius Klinkhardt 2024, S. 38-49*



Quellenangabe/ Reference:

Hemmerich, Fabian: Inhaltsanalytische Zugänge zur Untersuchung des Ratsuchens, Ratgebens und Ratnehmens in Online-Foren - In: Sauerbrey, Ulf [Hrsg.]; Großkopf, Steffen [Hrsg.]; Ott, Christine [Hrsg.]: *Empirische Ratgeberforschung. Forschungszugänge und Befunde zu Produktion, Angebot und Inanspruchnahme ratgeberhafter Medien. Bad Heilbrunn : Verlag Julius Klinkhardt 2024, S. 38-49* - URN: urn:nbn:de:0111-pedocs-301413 - DOI: 10.25656/01:30141; 10.35468/6097-03

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0111-pedocs-301413>

<https://doi.org/10.25656/01:30141>

in Kooperation mit / in cooperation with:



<http://www.klinkhardt.de>

Nutzungsbedingungen

Dieses Dokument steht unter folgender Creative Commons-Lizenz: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de> - Sie dürfen das Werk bzw. den Inhalt unter folgenden Bedingungen vervielfältigen, verbreiten und öffentlich zugänglich machen: Sie müssen den Namen des Autors/Rechteinhabers in der von ihm festgelegten Weise nennen. Dieses Werk bzw. dieser Inhalt darf nicht für kommerzielle Zwecke verwendet werden und es darf nicht bearbeitet, abgewandelt oder in anderer Weise verändert werden.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use

This document is published under following Creative Commons-Licence: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.en> - You may copy, distribute and transmit, adapt or exhibit the work in the public as long as you attribute the work in the manner specified by the author or licensor. You are not allowed to make commercial use of the work or its contents. You are not allowed to alter, transform, or change this work in any other way.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.



Kontakt / Contact:

peDOCS
DIPF | Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation
Informationszentrum (IZ) Bildung
E-Mail: pedocs@dipf.de
Internet: www.pedocs.de

Fabian Hemmerich

Inhaltsanalytische Zugänge zur Untersuchung des Ratsuchens, Ratgebens und Ratnehmens in Online-Foren

1 Einleitung

Online-Foren ermöglichen ihren User*innen ein textbasiertes Kommunizieren zu einem großen Themenspektrum. Das gegenseitige Erteilen von Ratschlägen spielt dabei oft eine wichtige Rolle. Online-Foren deshalb als „Ratgebermedien“ zu charakterisieren, greift jedoch zu kurz, da in der dort stattfindenden Kommunikation neben dem *Erteilen* immer auch das *Empfangen* von Ratschlägen (*Ratnehmen*) sowie das *Ratsuchen* eine Rolle spielen. Handelt es sich um ein öffentlich zugängliches Online-Forum, sind die dort verfassten Beiträge für ein sehr großes Publikum auf unbestimmte Zeit zugänglich. Somit gestaltet sich auch der Zugang zu Daten für eine wissenschaftliche Untersuchung des Ratsuchens, Ratgebens und Ratnehmens in Online-Foren verhältnismäßig leicht. Denn sobald die entsprechenden Beiträge aus einem Online-Forum an anderer Stelle auch „offline“ gesichert sind, können sie mithilfe von Analysemethoden, wie z. B. der in diesem Beitrag fokussierten Inhaltsanalyse, untersucht werden. Bei der Auswahl einer geeigneten Analysemethode zur Untersuchung schriftlich fixierter Beiträge in Online-Foren können das zentrale Erkenntnisinteresse, aber auch pragmatische Erwägungen (etwa, was die realistisch innerhalb eines bestimmten Zeitraums analysierbare Datenmenge angeht) eine Rolle spielen. Die Entscheidung für einen inhaltsanalytischen Zugang ist vor allem dann als vielversprechend zu erachten, wenn eine kategorienbasierte Systematisierung, eine Kombination qualitativer und quantitativer Analyseschritte sowie eine Orientierung an Gütekriterien quantitativ-empirischer Forschung in dem Forschungsvorhaben einen hohen Stellenwert einnehmen. Nicht zuletzt ist die Anwendung der Inhaltsanalyse als Analysemethode gerade dann in Betracht zu ziehen, wenn die Codierung des Datenmaterials nicht nur induktiv, sondern (auch) deduktiv erfolgt.

In diesem Beitrag werden zunächst grundlegende Merkmale von Kommunikation in Online-Foren, die bei Analysen des Ratsuchens, Ratgebens und Ratnehmens zu beachten sind, skizziert. Anschließend widmet sich der Beitrag einer genaueren Beschreibung von Potenzialen, aber auch Grenzen inhaltsanalytischer Zugänge bei der Untersuchung des Ratsuchens, Ratgebens und Ratnehmens in Online-Foren.

2 Charakteristika der Kommunikation in Online-Foren im Hinblick auf das *Ratsuchen*, *Ratgeben* und *Ratnehmen*

Die Art und Weise, in der die User*innen in einem Online-Forum nach Rat suchen, Rat erteilen oder Rat empfangen, ist wesentlich durch Setting-bedingte Besonderheiten der Kommunikation geprägt. Die Kommunikation findet hauptsächlich in „Threads“ (dt.: Faden) statt. Diese entstehen dadurch, dass ein*e User*in durch das Verfassen eines Beitrags eine Konversation zu einem bestimmten Thema eröffnet und mindestens ein*e andere*r User*in anschließend durch Verfassen eines Antwortbeitrags darauf reagiert. In den meisten Threads verfassen gleich mehrere User*innen Antwortbeiträge. Schon nach kurzer Zeit reagieren manche von ihnen dabei aber nicht mehr nur noch auf den ersten Beitrag, sondern auch auf andere bis dato bereits verfasste Antwortbeiträge. Durch ständig neue Kommunikationsimpulse der antwortenden User*innen wird das ursprüngliche Thema eines Threads somit nicht selten um weitere inhaltliche Facetten ergänzt (Landqvist, 2016). Im Rahmen der Datenerhebung einer Studie kann die Identifizierung von relevanten Beiträgen, in denen User*innen überhaupt um Rat bitten, Ratschläge erteilen oder auf Ratschläge reagieren, daher unter Umständen zeitaufwändig sein. Dadurch, dass normalerweise allen User*innen alle Kommunikationsoptionen im gleichen Maße offenstehen, ist es zudem keine Seltenheit, dass ein*e User*in innerhalb eines Threads zwischen der Ratsuchenden-, der Ratgebenden- und der Ratnehmenden-Rolle wechselt oder innerhalb eines Beitrags gleich mehrere dieser Rollen einnimmt.

Der Umstand, dass in Online-Foren üblicherweise rein textbasiert kommuniziert wird, bringt einen hohen Stellenwert der Verwendung spezieller Stilmittel mit sich. Zu nennen sind dabei insbesondere Emoticons zur Verbildlichung von Gefühlszuständen. Diese sind vor allem bei ironischen oder sarkastischen Aussagen bedeutsam. Ist ein ansonsten sachlich formulierter Ratschlag z. B. mit einem „Zwinkersmiley“ versehen, ist anzunehmen, dass der*die Ratgebende den Ratschlag nicht ernst meint und darauf baut, dass die anderen User*innen diese Ironie bzw. den Sarkasmus durchschauen. Weitere typische Stilmittel textbasierter Online-Kommunikation sind bestimmte, meist auf die englische Sprache zurückgehende, Akronyme, wie z. B. „btw“ („by the way“) oder „imho“ („in my humble opinion“). Bei der Interpretation von Beiträgen, in denen User*innen Rat suchen, Rat erteilen oder Rat empfangen, sollten all solche Stilmittel mitberücksichtigt werden, da sie den Sinn einer Aussage beeinflussen und verändern können.

Die Kommunikation in Online-Foren zeichnet sich zudem durch Anonymität aus. Denn die User*innen geben üblicherweise nicht ihren vollen Namen, sondern einen sogenannten „Nickname“ an, den sie frei wählen können. Zwar verwenden manche User*innen Nicknames, die Rückschluss auf ihren echten Vornamen und/oder ihr Geburtsdatum erlauben; gleichwohl ist anzunehmen, dass

die meisten ihre vollständige Identität geheim halten und auch die Identität der meisten anderen User*innen nicht kennen. Die Anonymität hat Einfluss auf das Kommunikationsgeschehen und kann z. B. ein offeneres Sprechen über intime Themen (Landqvist, 2016), aber auch ein Zurückgreifen auf beleidigende Äußerungen (Suler, 2004) begünstigen. Im Kontext des Ratsuchens ist zu vermuten, dass User*innen aufgrund der Anonymität eher bereit sind, sich auch zu schambehafteten Themen, über die sie in ihrem „Offline“-Umfeld nicht sprechen möchten, Rat einzuholen. Und im Kontext des Ratgebens ist z. B. davon auszugehen, dass User*innen eher bereit sind, auch kontroverse, nicht der „Mainstream“-Meinung entsprechende, Ratschläge zu erteilen, als sie dies in einer face-to-face-Situation tun würden. Forschungsbefunde einer Untersuchung zum anonymen Ratsuchen, Ratgeben und Ratnehmen in Online-Foren sollten deswegen nicht ohne Weiteres auf Szenarien, in denen sich die kommunizierenden Personen gegenseitig bekannt sind, übertragen werden.

Ein weiteres Merkmal von Kommunikation in Online-Foren besteht darin, dass sie asynchron (zeitversetzt) stattfindet. Um nach Rat zu suchen, Rat zu geben oder Rat zu nehmen, müssen User*innen daher nicht gleichzeitig anwesend sein, sondern können den Zeitpunkt dafür selbst wählen. Somit können User*innen z. B. auch auf Ratschläge reagieren, die bereits vor mehreren Monaten oder Jahren von jemand anderem erteilt wurden. Die Art, wie User*innen in Online-Foren nach Rat suchen, Rat geben und Rat nehmen, unterscheidet sich somit auch in diesem Punkt sehr deutlich von der bei Kommunikation in face-to-face-basierten „Offline-Kontexten“, aber ebenso von der bei synchronen Online-Kommunikationsformen, wie z. B. in Chatrooms.

3 Potenziale und Grenzen inhaltsanalytischer Zugänge in der empirischen Forschung zum *Ratsuchen*, *Ratgeben* und *Ratnehmen* in Online-Foren

Die Inhaltsanalyse stellt ein Verfahren dar, mit dem inhaltliche und formale Merkmale von Texten systematisch und intersubjektiv nachvollziehbar analysiert und beschrieben werden (Früh, 2007). Eine zentrale Gemeinsamkeit von Studien mit inhaltsanalytischer Methodik besteht in der Fokussierung auf Kategorien, die auf der Basis einer regelgeleiteten Codierung von Texten gebildet und systematisiert werden. Die Regelgeleitetheit zeigt sich z. B. durch das schriftliche Festhalten von Codier-Regeln dazu, anhand welcher Kriterien ein Text-Segment (z. B. ein einzelner Thread-Beitrag) einer bestimmten Kategorie zugeordnet wird. Je nach Größe und Art des zu analysierenden Datenmaterials sowie des Stellenwerts hermeneutisch-interpretativer Analysen einerseits und quantifizierender Analysen andererseits wird in der Methodenlehre üblicherweise zwischen *quantitativer* und

qualitativer Inhaltsanalyse unterschieden (Kuckartz, 2016; Rössler, 2010). Gleichwohl ist inhaltsanalytischen Studien eine gewisse Orientierung an Gütekriterien *quantitativer* empirischer Forschung kaum abzuspüren. In vielen Inhaltsanalysen macht sich dies z. B. durch die Berechnung standardisierter Maße zur Inter-coder-Übereinstimmung zwischen mehreren Personen, die zuvor gleiche Stellen des Datenmaterials codiert haben, bemerkbar. Kategorien können dabei sowohl induktiv anhand des zu analysierenden Datenmaterials neu entwickelt als auch deduktiv auf Basis von bisheriger Theorie und/oder Empirie abgeleitet und am zu analysierenden Datenmaterial geprüft werden. Auch dann, wenn die Kategorienbildung rein induktiv erfolgt, ist sie oft mit anschließenden Berechnungen zur Häufigkeit der identifizierten Kategorien innerhalb des Datenmaterials verbunden, sodass qualitative und quantitative Analyseschritte in vielen Inhaltsanalysen zusammenfallen. Vor diesem Hintergrund wird oft betont, dass *quantitative* und *qualitative* Inhaltsanalysen sich letztlich nur marginal unterscheiden (Früh, 2007) und teils wird inhaltsanalytische Methodik sogar per se als Mixed-Methods-Zugang verstanden (Hussy et al., 2010).

Beim Datenmaterial von Inhaltsanalysen kann es sich z. B. um Interview-Transkripte oder um Beobachtungsprotokolle handeln. Ebenso kann aber auch „natürliches“ Datenmaterial, das unabhängig von einer wissenschaftlichen Untersuchung existiert, untersucht werden (vgl. Brand i. d. Band). Gerade das Internet stellt für solche Daten eine immense Fundgrube dar. Beispielhaft zu nennen sind hier etwa Webseiten, Videos auf Plattformen wie z. B. YouTube oder die hier im Mittelpunkt stehenden Online-Foren. Wenn die in einem Online-Forum auszumachenden Thread-Beiträge, in denen User*innen zu verschiedenen Themen Rat suchen, Rat nehmen und Rat geben, öffentlich zugänglich sind, sind sie zugleich gut für Forschungszwecke nutzbar. Wie nachfolgend dargelegt und exemplifiziert wird, ist inhaltsanalytischen Forschungszugängen dabei ein großes Potenzial zuzusprechen.

3.1 Inhaltsanalysen zum *Ratsuchen* in Online-Foren

Das Ratsuchen manifestiert sich in Online-Foren vorwiegend in Beiträgen, mit denen neue Threads eröffnet werden. Denn vor allem dort bringen User*innen bestimmte Anliegen zum Ausdruck, bei denen sie auf Unterstützung der Online-Community hoffen. Ein möglicher Ansatzpunkt für eine Inhaltsanalyse kann daher in einer Systematisierung von Anliegen, bei denen User*innen besonders oft nach Rat suchen, bestehen. Eine konkrete Fragestellung könnte dabei z. B. lauten, bei welchen Krankheiten oder Krankheitsformen (etwa somatische, geistige oder mentale Erkrankungen) Betroffenen in Online-Foren besonders an Rat-schlägen zur Behandlung von und/oder zum Umgang mit ihrer Krankheit gelegen ist. Um einer solchen Fragestellung nachzugehen, würde sich eine möglichst große Auswahl mehrerer Thread-eröffnender Beiträge aus gesundheitsbezogenen

Online-Foren als Stichprobe anbieten. Auch wenn sich das Ratsuchen besonders gut anhand der Thread-eröffnenden Beiträge inhaltsanalytisch erforschen lässt, ist mitzudenken, dass auch User*innen, die sich erst an späterer Stelle eines Threads zu Wort melden, nach Rat suchen können. Je nach Fragestellung kann daher auch ein Einbeziehen solcher Beiträge sinnvoll sein, auch wenn die Menge des zu sichtenden Materials dann deutlich größer und der Aufwand dementsprechend höher ausfällt. Im Zuge der Stichprobenbildung gilt es zudem, Kriterien dafür zu definieren, was genau einen Beitrag, in dem nach Rat gesucht wird, überhaupt ausmacht. Beispielsweise wäre festzulegen, ob hierbei nur Beiträge, in denen ein*e User*in die Community eines Online-Forum aktiv um Rat *bittet*, berücksichtigt werden sollen oder auch Beiträge, in denen ein*e User*in lediglich implizit zum Ausdruck bringt, nach Rat zu suchen – etwa durch Hervorhebung der eigenen „Ratlosigkeit“. In diesem Zusammenhang sind eigene Festlegungen seitens der Forschenden unvermeidlich. Dies stellt jedoch kein Manko dar, sondern verweist lediglich auf die Notwendigkeit, festgelegte Kriterien transparent zu machen und plausibel zu begründen.

3.2 Inhaltsanalysen zum *Ratgeben* in Online-Foren

Für die inhaltsanalytische Untersuchung des Ratgebens in Online-Foren sind all jene Thread-Beiträge von Interesse, in denen User*innen Ratschläge erteilen. Um diese zu identifizieren und anhand dessen eine Stichprobe zu bilden, ist zunächst festzulegen, was genau im Rahmen der jeweiligen Untersuchung unter einem „Ratschlag“ zu verstehen ist. Legt man hierbei z. B. die Definition von Ott und Kiesendahl (2019, 81) zugrunde, ist ein Ratschlag als Verhaltensvorschlag, der „eine Handlungsweise aus mindestens zwei Handlungsmöglichkeiten“, wobei üblicherweise auch die Option, sich nicht zu verhalten, eine Handlungsmöglichkeit darstellt, zu verstehen. Wenn es darum geht, Thread-Beiträge im Hinblick auf das mögliche Vorkommen von Ratschlägen zu prüfen, erscheint diese Definition zwar anschlussfähig, aber nicht hinreichend, denn es ist davon auszugehen, dass sich zahlreiche Beiträge einer eindeutigen Klassifizierung als „Ratschlag“ im Sinne der oben genannten Definition entziehen werden. Teilweise liegt dies in sprachlichen Aspekten, wie der Satzstruktur eines Ratschlags, begründet: So kann z. B. ein Satz wie „Ich finde, du solltest in der Stadt besser mit dem Bus fahren statt mit dem Auto!“ zwar recht eindeutig als Ratschlag klassifiziert werden, da er als konkreter Verhaltensvorschlag an eine andere Person formuliert ist. Bei einem Satz wie „Ich würde in dieser Stadt nie mit dem Auto fahren!“ ist eine solche Klassifizierung hingegen schwieriger, da die mögliche Intention eines an jemand anderen gerichteten Handlungsvorschlags sich nur durch den weiteren Kontext der Kommunikation erschließt. Bei der Klassifizierung von Ratschlägen ist außerdem zu klären, wie mit Thread-Beiträgen umzugehen ist, in denen nicht zu etwas geraten, sondern von etwas abgeraten wird. Es liegt grundsätzlich nahe, auch das

Abraten einer Handlung als Ratschlag zu begreifen – im Sinne eines Vorschlags, eine bestimmte Handlung eben nicht auszuüben. Letztlich liegt die Entscheidung hierüber jedoch im Ermessen der Forschenden. Daher bedarf es transparenter und begründeter normativer Festlegungen dazu, unter welchen Bedingungen ein Satz als „Ratschlag“ zu klassifizieren ist. Solche Festlegungen sollten auf der induktiven Sichtung einer Teilmenge des zu analysierenden Datenmaterials basieren, da die rein deduktive Zugrundelegung einer „Ratschlags“-Definition aus der Literatur schnell an ihre Grenzen stößt.

Sind Kriterien zur Operationalisierung eines „Ratschlags“ festgelegt, können Inhaltsanalysen im nächsten Schritt einen wertvollen Beitrag zur näheren Systematisierung von Ratschlägen leisten. Je nach Fragestellung können dabei unterschiedliche Erkenntnisebenen von Interesse sein. Die typischste Ebene ist eine inhaltlich-thematische und bezieht sich darauf, was genau User*innen in ihren Ratschlägen vorschlagen. Durch eine induktive und ggf. in Teilen auch deduktive Kategorienbildung sowie eine Codierung von Thread-Beiträgen mithilfe entsprechender Kategorien ermöglichen Inhaltsanalysen diesbezüglich gute Einblicke und bieten dabei zugleich einen gewissen Aufschluss über Meinungen der User*innen. Ergänzende Häufigkeitsanalysen zu den auszumachenden Ratschlags-Kategorien ermöglichen zudem Aussagen zu besonders häufigen und seltenen Ratschlägen und damit einhergehend auch besonders typischen und untypischen Meinungen der User*innen zu einem Thema. Angenommen etwa, in einer Untersuchung von Threads, in denen Eltern sich über Erziehungsvorstellungen austauschen, zeigte sich, dass oft zum Einsatz von Bestrafungen geraten wird, wäre dies zugleich als Hinweis auf konservative erzieherische Ansichten und die Bevorzugung eines autoritären Erziehungsstils vieler User*innen zu verstehen.

Neben einer inhaltlich-thematischen Erkenntnisebene kann bei der Systematisierung von Ratschlägen in Online-Foren aber auch eine linguistisch-formale Erkenntnisebene, die sich darauf bezieht, wie genau zu etwas geraten wird, im Vordergrund stehen. Hierbei kann dann z. B. die Formulierung eines Ratschlags und die dabei verwendete Wortwahl fokussiert werden. Je nach Erkenntnisinteresse kann zudem die Kombination von inhaltlich-thematischer und linguistisch-formaler Ebene Sinn machen. Bei sämtlichen inhaltsanalytischen Ansätzen zur Systematisierung von Ratschlägen in Online-Foren besteht zudem die Möglichkeit, evaluative Kategorien zu bilden, indem Ratschläge anhand bestimmter (vorab möglichst klar definierter) Kriterien Skalenwerten zugeordnet werden. Beispielsweise könnte das Ausmaß von Aspekten wie der Anwendungsbezogenheit oder der Eloquenz eines Ratschlags anhand einer Skala mit einem Wertebereich von 1 = „gar nicht anwendungsbezogen“/„gar nicht eloquent“ bis 5 = „sehr anwendungsbezogen“/„sehr eloquent“ beurteilt werden.

Ein weiterer Aspekt, der sich zur inhaltsanalytischen Untersuchung von Ratschlägen in Online-Foren gut eignet, betrifft die Frage nach den Wissensquellen,

auf denen die Handlungsvorschläge beruhen. Neben der Möglichkeit, dass ein*e User*in im Zuge des Ratgebens gar nicht offenlegt, welche Wissensgrundlage dem erteilten Ratschlag zugrunde liegt, ist z. B. vorstellbar, dass ein*e User*in beim Ratgeben auf persönliche Erfahrungen und/oder auf bestimmtes Fachwissen Bezug nimmt. Das Fachwissen wiederum kann dann z. B. auf der Lektüre (populär-)wissenschaftlicher Fachliteratur oder auf Gesprächen mit Dienstleistenden bestimmter Fachprofessionen (z. B. Ärzt*innen) beruhen. Nicht zuletzt kann auch der Frage nach der fachlichen Akkuratheit von Ratschlägen inhaltsanalytisch nachgegangen werden. Hierzu können Ratschläge, bei denen Fachwissen eine gewichtige Rolle spielt, systematisch mit dem Forschungsstand zum jeweils berührten Fachgebiet abgeglichen werden. Gerade in Bezug auf gesundheitsbezogene Fragen (wenn es z. B. um geeignete Behandlungsformen bei einer bestimmten Krankheit geht) ist einer hinreichenden fachlichen Fundiertheit von Ratschlägen eine immense Bedeutung beizumessen. Vor dem Hintergrund, dass manche gesundheitsbezogene Ratschläge in Online-Foren nachweislich fehlerhaft oder irreführend sind (Appleton, Fowler & Brown, 2014), eignen sich Inhaltsanalysen gut, um das Ausmaß der Inkongruenz zwischen gesundheitsbezogenen Ratschlägen in Online-Foren und medizinischen Fakten systematisch zu prüfen. In bisherigen Studien, in denen ein solcher Ansatz verfolgt wurde, konnte z. B. bei einem Großteil der analysierten Ratschläge eine Übereinstimmung mit evidenz-basiertem Wissen ausgemacht werden; wobei bei einigen Ratschlägen keine eindeutige Überprüfung diesbezüglich möglich war (Cole, Watkins & Kleine, 2016; Farrell, 2018). Entsprechende Studien sind in ihrer Durchführung nicht unaufwändig. Sie sind jedoch ausgesprochen fruchtbar, um bei einer großen Bandbreite der in Online-Foren kommunizierten Themen zu einer fundierten Einschätzung darüber zu kommen, inwieweit bestimmte Ratschläge der empirischen Faktenlage gerecht werden. Damit einhergehend können solche Studien auch bei einer Einschätzung zum Ausmaß der Gefahr von Desinformation in Online-Foren hilfreich sein.

3.3 Inhaltsanalysen zum *Ratnehmen* in Online-Foren

Im Vergleich zum Ratsuchen und Ratgeben gestaltet sich die inhaltsanalytische Untersuchung des Ratnehmens in Online-Foren schwieriger, da Beiträge, in denen User*innen erkennbar auf erhaltene Ratschläge reagieren, seltener vorkommen. Eine besonders typische Reaktion besteht im Bedanken für einen Ratschlag; wird ein Ratschlag als unangemessen empfunden, sind aber auch negative Reaktionen, wie ein zum Ausdruck bringen von Missfallen möglich. Um Ratnehmen zu systematisieren, bietet es sich an, identifizierte positive und negative Reaktionen zu quantifizieren und mit dem vorangegangenen Ratgeben in Beziehung zu setzen. Dadurch kann zugleich der Frage nachgegangen werden, welche Merkmale Ratschläge erfüllen sollten, um bei anderen User*innen positive bzw. negative Resonanz zu erfahren. Besonders fruchtbar erscheint ein solches Vorgehen nicht

zuletzt für deduktive Forschungsansätze, bei denen die Prüfung von Theorien und/oder empirischen Forschungsbefunden im Mittelpunkt steht. So ist z. B. aus empirischer Forschung zu face-to-face-Kommunikation bekannt, dass Ratschläge umso eher positive Reaktionen der Ratnehmenden erfahren, wenn die Ratgebenden einen höflichen Umgangston zeigen, Argumente für die Wirksamkeit einer Handlung benennen und auf etwaige Risiken einer Handlung hinweisen (Feng & MacGeorge, 2010). Ebenso ist aus dem Kontext von face-to-face-Kommunikation bekannt, dass Ratnehmende auf unaufgefordert erteilte Ratschläge oft negativ reagieren (Goldsmith, 2000). Möglicher Gegenstand einer deduktiv-inhaltsanalytischen Studie könnte dementsprechend z. B. sein, inwiefern sich diese bei face-to-face-Kommunikation empirisch nachgewiesenen Merkmale von als positiv oder negativ empfundenen Ratschlägen auch bei Ratschlägen in Online-Foren ausmachen lassen und dort mit positiven bzw. User*innen-Reaktionen assoziiert sind. Die bisher beschriebenen Formen des Ratnehmens beziehen sich aber nur auf die Beurteilung eines Ratschlags. Geht es darüber hinaus darum, inwiefern ein Ratschlag bereits umgesetzt wurde und welche Erfahrungen dabei gemacht wurden, stoßen inhaltsanalytische Untersuchungen teils an ihre Grenzen, da User*innen hierüber noch seltener etwas preisgeben. Tun sie dies dennoch, kann gleichwohl auch die Umsetzung von Ratschlägen in den Blick genommen und mit zuvor erteilten Ratschlägen in Beziehung gesetzt werden. So meldete sich z. B. in einer Studie von Berger (2012), in immerhin knapp der Hälfte aller analysierten Threads ein*e User*in, die zuvor um Rat gebeten hatte, nach dem Erhalten eines Ratschlags erneut zu Wort, um etwas zur Umsetzung der zuvor vorgeschlagenen Handlungen zu sagen. Meist wurde dabei dann eine – explizite oder implizite – Absichtsbekundung zur Umsetzung der zuvor nahegelegten Handlung zum Ausdruck gebracht; teils wurde aber auch vom bereits erfolgten Ausprobieren der zuvor empfohlenen Handlung berichtet (Berger, 2012).

4 Fazit und Ausblick

Die in textbasierten Thread-Beiträgen stattfindende Kommunikation in Online-Foren eignet sich gut zur wissenschaftlichen Untersuchung des Ratsuchens, Ratgebens und Ratnehmens und weist zugleich einige Besonderheiten auf, die in entsprechenden Studien zu reflektieren sind. Hierzu zählen u. a. der Umstand, dass alle User*innen durchweg sowohl Ratsuchende als auch Ratgebende und Ratnehmende sein können; der hohe Stellenwert spezieller textlicher Stilmittel, wie z. B. Emoticons, sowie die Anonymität und Asynchronität. Inhaltsanalysen ist zur Untersuchung des Ratsuchens, Ratgebens und Ratnehmens in Online-Foren ein großes Potenzial zuzusprechen. Das gilt besonders dann, wenn kategorienbasierte Systematisierungen, die Kombination von qualitativen und quantitative Analysen

sowie die Orientierung an Gütekriterien quantitativ-empirischer Forschung eine wichtige Rolle spielen. Ihre besondere Stärke entfalten Inhaltsanalysen zudem, wenn Kategorien nicht nur induktiv anhand des Datenmaterials gebildet, sondern (auch) deduktiv aus Theorie und/oder Empirie abgeleitet und am Datenmaterial geprüft werden sollen.

Inhaltsanalysen zum Ratsuchen in Online-Foren eignen sich vor allem zur Systematisierung von Anliegen, bei denen User*innen besonders oft oder besonders selten nach Rat suchen. Bei Inhaltsanalysen zum Ratgeben in Online-Foren ergeben sich indes gleich mehrere Ansatzpunkte und Erkenntnispotenziale. So kann z. B. auf einer inhaltlich-thematischen Ebene in den Blick genommen werden, welche Handlungsvorschläge in den Ratschlägen auszumachen sind und wie oft diese vorkommen. Ebenso können auf einer linguistisch-formalen Ebene sprachliche Besonderheiten der Ratschläge fokussiert werden. Zudem kann analysiert werden, inwiefern User*innen ihre Ratschläge aus bestimmten Wissensquellen (z. B. Erfahrungswissen oder Fachliteratur) ableiten und dies in ihren Beiträgen offenlegen. Nicht zuletzt können Ratschläge, in denen User*innen fachliche Empfehlungen aussprechen, mit dem empirischen Forschungsstand abgeglichen und dadurch auf ihre fachliche Akkuratheit geprüft werden. Inhaltsanalysen zum Ratnehmen in Online-Foren eignen sich vor allem zur Verknüpfung mit der Untersuchung des vorangehenden Ratgebens. So kann ergründet werden, inwiefern die Wahrscheinlichkeit positiver bzw. negativer User*innen-Reaktionen und die Wahrscheinlichkeit zur Umsetzung zuvor vorgeschlagener Handlungen mit bestimmten Merkmalen der zuvor erteilten Ratschläge in Beziehung stehen.

Die in diesem Beitrag beschriebenen Ansätze zur inhaltsanalytischen Untersuchung des Ratsuchens, Ratgebens und Ratnehmens in Online-Foren erheben jedoch keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Generell ist zu beachten, dass die Frage danach, wie gut sich das Ratsuchen, Ratgeben und Ratnehmen anhand von Thread-Beiträgen analysieren lässt, entscheidend von der Konstitution des zugrunde liegenden Online-Forums abhängt. So sind manche Online-Foren z. B. eher auf gemeinsames Diskutieren und weniger auf gegenseitiges Erteilen von Ratschlägen ausgelegt und für die hier fokussierten Erkenntnisziele dadurch weniger relevant. Ein besonders großes Erkenntnispotenzial ist indes Online-Foren beizumessen, in denen die Suche nach Ratschlägen explizit im Mittelpunkt steht und die Community sich nicht nur aus „gleichgestellten“ User*innen, sondern auch aus professionellen Berater*innen zusammensetzt. Eine Untersuchung von Kommunikation in solchen Online-Foren bietet zugleich die Möglichkeit, etwaige Unterschiede zwischen dem Ratgeben von Fachkräften und dem Ratgeben von „Laien“ in den Blick zu nehmen.

Es muss betont werden, dass die Untersuchung „natürlicher“ Daten anhand von Thread-Beiträgen aus Online-Foren wichtige forschungsethische Implikationen mit sich bringt. Denn anders als bei anderen Datenerhebungsformen, wie z. B.

Befragungen, haben die Personen, deren Beiträge analysiert werden, meist keine Gelegenheit, vorher ihr informiertes Einverständnis zur Untersuchung zu erteilen bzw. zu verweigern. Wird ein Beitrag in einem Online-Forum verfasst, in dem die Thread-Beiträge öffentlich zugänglich, d. h. ohne Erfordernis einer vorherigen Registrierung lesbar, sind, ist dies laut Roberts (2015) jedoch mit einem automatischen Einverständnis gleichzusetzen. Dies impliziert aber, dass für die Stichprobenbildung möglichst nur öffentlich zugängliche Thread-Beiträgen zu nutzen sind. Ist das Lesen von Thread-Beiträgen in einem Online-Forum an eine vorherige Registrierung gebunden, spricht dies hingegen dafür, vom Einbeziehen dieser Beiträge abzusehen. Bei der Publikation von Forschungsbefunden sollte zudem reflektiert werden, ob den User*innen durch die Wiedergabe von Inhalten aus deren Beiträgen Schaden drohen könnte. So ist z. B. von einem Nennen etwaiger Informationen aus Thread-Beiträgen, die Aufschluss über die persönliche Identität einer*eines User*in bieten könnten, abzusehen.

Die bisherigen Ausführungen beschränkten sich auf Untersuchungen zu Online-Kommunikation, die anhand von Texten in Thread-Beiträgen identifizierbar ist. Es sei an dieser Stelle aber darauf hingewiesen, dass neben diesen Beitragstexten auch noch einige weitere Daten aus Online-Foren-Kommunikation in den Blick genommen werden können. Neben den Nicknames der User*innen (z. B., um auf deren vermutetes Geschlecht zu schließen) sind hierzu z. B. neben den Beiträgen angezeigte Profilbilder der User*innen oder sogenannte „Signatures“ der User*innen (Nachrichten oder Bilder, die von einer*einem User*in selbst erstellt werden können und dann zusammen mit jedem neu verfassten Beitrag angezeigt werden) zu zählen. In manchen Online-Foren bekommen User*innen nach einer gewissen Anzahl bereits verfasster Beiträge zudem einen besonderen „Status verliehen“, der dann in Form einer bestimmten Bezeichnung (z. B. „Super-User“ oder „Vielschreiber“) bei jedem neu verfassten Beitrag zusätzlich zum Nickname (und ggf. zusätzlich zu Profilbild und Signatur) mitangezeigt wird. Unter Umständen können auch all solche Informationen für Inhaltsanalysen zum Ratsuchen, Ratgeben und Ratnehmen in Online-Foren relevant sein. Daher gilt es bei der Durchführung entsprechender Studien vorab genau zu überlegen, welche Daten für das eigene Erkenntnisinteresse wichtig sind und diese dann möglichst schnell auch „offline“ an einem sicheren Ort auf eigenen Datenträgern zu sichern (Hemmerich & Ruge, 2023).

Es sei abschließend noch angemerkt, dass an der Kommunikation in Online-Foren in Wahrheit meist noch mehr Personen als nur die Beiträge verfassenden User*innen beteiligt sind. Denn dadurch, dass die Thread-Beiträge in vielen Online-Foren öffentlich zugänglich sind, sieht ein Großteil der User*innen vom Verfassen eigener Beiträge völlig ab, beschränkt sich auf das reine Lesen von Beiträgen und bleibt dadurch für die anderen User*innen „unsichtbar“ (Ridings et al., 2002). Diese häufig als „Lurker“ (von engl.: „to lurk“, dt.: lauern) bezeichneten User*innen sind von der Möglichkeit, anderen User*innen Rat zu geben, ausgeschlossen. Die Möglichkeiten,

Rat zu suchen und zu empfangen, stehen ihnen jedoch genauso offen wie all jenen User*innen, die eigene Beiträge verfassen. Der zentrale Unterschied besteht dabei bloß darin, dass das Ratsuchen und Ratnehmen aufseiten der „Lurker“ für jede*n andere*n verborgen bleibt und sich somit zunächst auch der Möglichkeit einer wissenschaftlichen Untersuchung entzieht. Durch zusätzliche Datenerhebungen, wie z. B. Befragungen oder Interviews mit *nicht*-registrierten Forum-User*innen, besteht gleichwohl die Möglichkeit, auch deren Ratsuchen und Ratnehmen zu ergründen.

Literatur

- Appleton, J., Fowler, C. & Brown, N. (2014). Friend or foe? An exploratory study of Australian parents' use of asynchronous discussion boards in childhood obesity. *Collegian*, 21(2), 151-158. DOI: 10.1016/j.colegn.2014.02.005
- Berger, J. (2012). *Erziehungsdiskurs im Online-Forum. Eine qualitative Untersuchung über elterliche Forendiskussionen zum kindlichen Internetgebrauch und ihren Einfluss auf den Erziehungsalltag*. Verfügbar unter: https://www.db-thueringen.de/servlets/MCRFileNodeServlet/dbt_derivate_00028203/berger.pdf
- Cole, J., Watkins, C. & Kleine, D. (2016). Health advice from internet discussion forums: How bad is dangerous? *Journal of Medical Internet Research*, 18(1). DOI: 10.2196/jmir.5051
- Farrell, A. (2018). Accuracy of online discussion forums on common childhood ailments. *Journal of the Medical Library Association: JMLA*, 106(4), 455-463. DOI: 10.5195/jmla.2018.355
- Feng, B. & MacGeorge, E.L. (2010). The influences of message and source factors on advice outcomes. *Communication Research*, 37(4), 553-575. DOI: 10.1177/0093650210368258
- Früh, W. (2007). *Inhaltsanalyse*. Konstanz: UVK.
- Goldsmith, D.J. (2000). Soliciting advice: The role of sequential placement in mitigating face threat. *Communication Monographs*, 67(1), 1-19. DOI: 10.1080/03637750009376492
- Hemmerich, F. & Ruge, W. (2023). Besonderheiten des Forschungsdatenmanagements im Kontext von Untersuchungen zu Prozessen des Ratsuchens, Ratgebens und Ratnehmens in Online-Foren. *Bausteine Forschungsdatenmanagement. Empfehlungen und Erfahrungsberichte für die Praxis von Forschungsdatenmanagerinnen und -managern*, 4, 1-11. DOI: 10.17192/bdfm.2023.4.8595
- Hussy, W., Schreier, M. & Echterhoff, G. (2010). *Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften*. Heidelberg: Springer.
- Kuckartz, U. (2016). *Qualitative Inhaltsanalyse: Methoden, Praxis, Computerunterstützung*. Weinheim: Beltz Juventa.
- Landqvist, M. (2016). Sense and sensibility - Online forums as epistemic arenas. *Discourse, Context and Media*, 13, 98-105. DOI: 10.1016/j.dcm.2016.05.007
- Ott, C. & Kiesendahl, J. (2019). Ratgeber und RAT GEBEN. Textlinguistische Reflexionen zur Identifizierung, Typologisierung und pragmatisch-stilistischen Analyse von Ratgebern. In M. Schmid, U. Sauerbrey & S. Großkopf (Hrsg.), *Ratgeberforschung in der Erziehungswissenschaft. Grundlagen und Reflexionen* (S. 79-115). Bad Heilbrunn: Klinkhardt.
- Ridings, C.M., Gefen, D. & Arinze, B. (2002). Some antecedents and effects of trust in virtual communities. *The Journal of Strategic Information Systems*, 11(3-4), 271-295. DOI: 10.1016/S0963-8687(02)00021-5
- Roberts, L.D. (2015). Ethical issues in conducting qualitative research in online communities. *Qualitative Research in Psychology*, 12(3), 314-325. DOI: 10.1080/14780887.2015.1008909
- Rössler, P. (2010). *Inhaltsanalyse*. Konstanz: UVK.
- Suler, J.R. (2004). The online disinhibition effect. *Cyberpsychology & Behavior*, 7(3), 321-326. DOI: 10.1089/1094931041291295

Autor

Hemmerich, Fabian, Dipl. Päd.

Institut für Sozialpädagogische Forschung Mainz (ism GmbH)

Flachmarktstraße 9

55116 Mainz

fabian.hemmerich@ism-mz.de