

2. Zur Begründung methodischer Entscheidungen

2.1 Theoretischer Bezugsrahmen und Entscheidungskriterien

Die in den nachfolgenden Ausführungen dargestellten Ergebnisse orientieren sich methodologisch am Leitbild der Triangulation und kombinieren qualitative wie quantitative Methoden der Datenerhebung in Form eines Onlinefragebogens sowie leitfadengestützte Interviews in Chatrooms. Der quantitative Teil ist aus Gründen der Vergleichbarkeit eng an die Wiederholungsbefragung zur Jugendsexualität von 14–17-Jährigen und ihrer Eltern von 2001 der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) angelehnt. Die methodische Orientierung geschieht entsprechend der von Treumann u.a. (2007) vorgeschlagenen Verwendung der Methodentriangulation, das „klassische“ Phasenmodell der Methodenkombination, zuerst qualitative Verfahren zur Hypothesenkonstruktion und danach quantitative Methoden zur Hypothesenüberprüfung einzusetzen, in der Reihenfolge der Durchführung umzukehren.

Als theoretische Grundlage liegt für die Ansätze der Sexualpädagogik das Rahmenkonzept der BZgA zu Grunde, für die Operationalisierung des Begriffes der „Medienkompetenz“ das Bielefelder Medienkompetenz-Modell (Baacke 1996, 1999). Bei der Erhebung der Daten wurden quantitative und qualitative Methoden der Onlineforschung gewählt - wichtigstes Entscheidungskriterium war die Medienstringenz. Das Anliegen, aus der theoretisch fundierten Praxis eine methodologische Überprüfung mit dem Ziel der konzeptionellen Optimierung von elektronischen Informationsangeboten zu bekommen, stellte sich als eine besondere Herausforderung dar.

2.2 Methodenpluralität – Triangulation als Leitbild

Die Notwendigkeit der Methodenpluralität ist für die Erfassung von Handlungs- und Gestaltungsgrenzen im Jugendalter unumgänglich. „Insbesondere dann, wenn wir es mit einer komplexeren Fragestellung zu tun haben und ein Sachverhalt von mehreren Seiten ausgeleuchtet werden soll, ist es unumgänglich, dass unterschiedliche Verfahren der Befragung, der Beobachtung und des Experimentierens kombiniert werden und dabei sowohl quantitative als auch qualitative Vorgehensweisen Anwendung finden“ (Mansel, Griese, Scherr, 2003). Wichtig erscheint in diesem Zusammenhang auch, dass die wissenschaftstheoretischen Grundpositionen mit dem entsprechenden Erkenntnisinteresse die Stärken und Schwächen der jeweiligen Methode reflektieren sollten. Die Optimierung des Erkenntnisgewinnes steht im Fokus der Methodenwahl.

Im Berliner Methodengespräch 2005 haben sich alle Beteiligten für die grundsätzliche Aufhebung des anscheinenden Widerspruches zwischen qualitativ und quantitativ ausgesprochen.

Schreier (2005) beschreiben als wichtigste Unterscheidung die Sichtweise der Innenansicht vs. Außenansicht. „Und was ist ein induktives Vorgehen (etwa nach der Grounded Theory) anderes als ein sukzessives Aufstellen, Testen und Modifizieren von Hypothesen, eben in einem längeren Forschungsdurchgang verdichtet? Weg von den dichotomen Kategorien „qualitativ“ und „quantitativ“, hin zu einer Vielzahl von Merkmalen, auf denen einzelne Verfahren des Designs individuell charakterisierbar sind. Welcher Ansatz passt zu welcher Fragestellung, zu welchen Untersuchungseinheiten; welche Erhebungsmethoden wiederum sind mit welchem Ansatz vereinbar, und welche Verfahren eignen sich am besten zur Auswertung der so gewonnenen Daten?“

Kromrey (2005) verweist eindrücklich darauf, dass zum Erkennen neuer Inhalte die Kooperation besser beschrieben werden sollte als „offen und nicht standardisiert“. Seiner Meinung nach muss die Unterscheidung von quantifizierbaren nicht jedoch quantitativen (Quantitäten bildenden) Ansätzen gezogen werden. Die Interpretation des „Problems der Quantifizierung“ steht im Fokus seiner Ausführungen.

Rost (2005) betont: „Die differentielle Indikation ist daher abhängig von der subjektiven Bewertung des Zustandes der Theorie und den subjektiven Erfolgsaussichten, den defizitären Zustand der Theorie mit dem betreffenden Methodenansatz ausgleichen zu können. Methodenmix in aufeinander aufbauenden Studien ist sinnvoll.“

Ausgehend von dem in Kapitel 1 beschriebenen Stand der Forschung in Bezug auf „Kommunikative Kompetenz“ und „Sexualaufklärung“ stellt sich ein sehr komplexes Forschungsdesiderat dar. Durch die Erweiterung um den Blickwinkel der interkulturellen Bildung stellte sich zu Forschungsbeginn eine inhärente Multiperspektivität des Forschungsgegenstandes heraus, die den Einsatz bzw. die Erforschung des Problems in Anlehnung an die noch junge Tradition des methodologischen Konzeptes der Triangulation als Mittel der Wahl aufzeigte.

Sehr umfangreich haben Treumann (2007) und Flick (2004) die Merkmale des schon 1970 von Denzin eingeführten Begriffes der „Triangulität“ beschrieben. Ursprünglich kommt der Begriff aus der Landvermessung und beschreibt dort die exakte Positionsbestimmung eines Punktes von mindestens zwei unterschiedlichen anderen Punkten aus. Dieser in den Sozialwissenschaften ursprünglich als Metapher verstandene Begriff spiegelte den Wunsch wider,

„die Gültigkeit der Ereignisse einer Studie durch die Kombination unterschiedlicher Erkenntnisstrategien – insbesondere qualitativer und quantitativer Methoden – zu verbessern“ (Treumann 2002).

Da sich nach Treumann dieses methodologische Prinzip besonders eignet, um subjektive Wahrnehmungen und Deutungen mit den in lebensweltlichen Kontexten gewonnenen sozialen Strukturen zu verbinden, erscheint dieser Ansatz für die vorliegende Arbeit besonders gut geeignet.

2.3 Merkmale der Onlineforschung

Schon 1968 wird der Vorteil des Computereinsatzes in der psychologischen Diagnostik von Kleinmuntz und McLean herausgestellt. Der Einsatz von Technik ist in der Forschung immer durchgeführt worden, neu sind die interaktiven Möglichkeiten der Mensch-Maschine-Kommunikation.

Vor allem in den 90er-Jahren wurde das Thema „Online Research“ populärer und zunehmend häufiger eingesetzt. Die zunehmende Erfolgsgeschichte des Internets (speziell des WWW), das seit 1992 einen populären Siegeszug in der industrialisierten Welt nahm, wirkte sich sehr stark auf eine Zunahme des Einsatzes von vernetzten Computern (dem Internet) in der Forschung aus. Der Einsatz der multimedialen Möglichkeiten und die Vorteile der Mensch-Maschine-Kommunikation für empirische Studien wurden selten realistisch eingeschätzt. Nachdem das Internet zwischenzeitlich einen Wirkungsdämpfer bekommen hat, können nunmehr erneut Forschungsvorhaben durch Onlinebefragung unter realistischen Voraussetzungen gestartet werden. Wichtiger erscheint zwischenzeitlich der selbstverständliche Methodenmix in der Diskussion von qualitativen und quantitativen Forschungsvorhaben.

Die Onlineforschung bekam in der Fragebogenforschung eine immer größere Bedeutung. Die notwendige kritische Reflexion der Untersuchungsmethode fand bisher kaum statt (Batinic, Werner/Bandilla, 1999).

Batinic (1999) beschreibt die heute noch geltenden Merkmale:

1. Flexibilität im Sinne der Möglichkeit zum adaptiven und simultanen Testen.
2. die Wirtschaftlichkeit durch Einsparungen von zeitlichen und personellen Ressourcen
3. die Objektivität der Durchführung und Auswertung.

Es gibt grundsätzlich zwei sich unterscheidende Verfahren:

Reaktive Verfahren

- Fragebogenuntersuchung, html-Formulare, E-mail-Formulare
- Online-Interviews, Chat-Interviews
- Experimente im Internet und in virtuellen Welten

Nicht-Reaktive-Verfahren

- Server-Log-Analyse, Beobachtungen in Chaträumen und in virtuellen Welten

Zudem wird in der Onlineforschung noch unterschieden in:

- Umfragen per E-mail
- Umfragen in Newsgroups
- Umfragen im WWW

Als die geeignetste Methode hat sich die Onlineumfrage im WWW herausgestellt. Eine einfache und klare Eingabemöglichkeit gliedert sich wie folgt auf:

- Textfelder, in die die Eingabe unterschiedlich langer Zeichenketten, entsprechend der Voreinstellung durchgeführt werden können.
- Buttons (Checkboxes, Radiobuttons, Submit- und Resetboxes – so genannte Push-Buttons)
- Listenfelder – bzw. Drop-Down-Menüs, bestehend aus Textzeilen zur Auswahl ein oder mehrerer Alternativen.
- „sensitiv maps“, Bilder oder Grafiken, deren Bereiche unterschiedlichen Werten oder Operationen zugeordnet werden. Durch das Anklicken vordefinierter Bereiche werden festgelegte Kommandos an den WWW-Server gesendet.

Drei Faktoren, die sich als Problem bei der Auswertung darstellen können:

- Abruf des Fragebogens vom Proxyserver.
- Mehrfacher Aufruf des Fragebogens wegen Abbruchs.
- Mehrstufige Selbstselektion, wenn Fragebögen von unterschiedlichen Seiten verlinkt wurden.

Zusätzlich müssen technische Aspekte beachtet werden:

- Es besteht in der Regel keine Rückfragemöglichkeit, die Feedbackoptionen unterschiedlicher WWW-Fragebögen sind auf die Eigeninitiative des Users angewiesen.
- Die Identifizierung des Teilnehmers ist nicht eindeutig. Die erhobenen Daten gehen somit in anonymisierter, nicht individualisierter oder individualisierbarer Form ein. Daten-

schutzrechtliche Bestimmungen finden keine Anwendung, solange man sich an die grundsätzlichen Regel der Anonymisierung durch den Provider hält.

Besondere Merkmale internetbasierter Fragebogenerhebungen nach Batinic et al (1999):

1. Asynchronität – im Sinne einer zeitunabhängigen Befragungsmöglichkeit
2. Alokalität – ortsunabhängige Bearbeitung
3. Automatisierung der Durchführung und Auswertung
4. Dokumentierbarkeit als medienhärentes Merkmal – Antwortdaten als auch Daten über den Untersuchungsprozess benötigen keine gesonderten Dokumentationssysteme bzw. -materialien
5. Flexibilität – Integration verschiedener Medientypen – Multimedialität, interaktive Formen bieten dynamische und adaptive Testmöglichkeiten an
6. Objektivität der Durchführung und Auswertung
7. Wirtschaftlichkeit durch schnellere Rückläufe bei der Durchführung, keine manuelle Eingabe der Daten sowie keine Porto- und Lagerkosten für die Fragebögen

Diese Vorteile sind Bestandteil einer Mensch-Maschine-Schnittstelle und so entwickeln sich WWW-Befragungen nach Meinung von Batinic zu „interaktiven Dialogfragebögen“.

Die Frage nach der Grundgesamtheit ist nach Batinic schwer zu beantworten. Welche Kriterien müssen dort angewandt werden? Reicht alleine der Zugang zum Netz? Für Jugendliche ist dies noch schwieriger, da nicht alleine die technische Ausrüstung als Beweismerkmal herangezogen werden kann, sondern evtl. die technische Verfügbarkeit in der Familie. Zwischenzeitlich sind hier ernstzunehmende Umfragen mit der ARD-Onliner/Offlinerumfrage von van Eimeren/Gerhard/Frees, die seit 1997 regelmäßig die Medienausstattung und Nutzung in Deutschland beforscht. Zudem gilt für die Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen der Forschungsverbund Südwest mit seinen seit 1998 erscheinenden Umfragen KIM und JIM als seriös und aussagekräftig. Die Vergleichs- und Bezugswerte des unter Kapitel 5 beschriebenen Forschungsvorhaben beziehen sich auf die aktuellen Zahlen dieser angeführten Untersuchungen. In Kapitel 3.1 wird auf die wichtigsten Ergebnisse eingegangen.

Verzerrungen, die bei Onlineumfragen auftreten können, beziehen sich in der Regel auf allgemeine Umfragen und beinhalten in erster Linie den Selbstselektionsprozess der ggf. Auswirkungen auf die Datenqualität hat. Bei Umfragen mit sehr hoher Teilnehmerzahl treten ähnliche Effekte auf. Die aus der quantitativen Forschung als „literary digest desaster“ bekannten Effekte müssen für die Bewertung von Ergebnissen der Onlineforschung mit in Betracht gezogen werden.

Bandilla bezieht auf die Frage, ob Onlineforschung eine alternative Datenerhebungstechnik für die empirische Sozialforschung sei, eindeutig Stellung. „Es wurde aufgezeigt, dass WWW-Umfragen (noch) keine ernstzunehmende Alternative zu den bisher in der empirischen Sozialforschung vorherrschenden Datenerhebungstechniken „face to face“ und „Telefon“ darstellen. Zu stark sind die Verzerrungen, die die Daten aufgrund einer unkontrollierten Stichprobenauswahl und der Selbstselektionseffekte auftreten können. Diesbezüglich ist weitere Grundlagenforschung notwendig. WWW-Umfragen dürften sich aber auch heute schon für eine Vielzahl spezieller Fragestellungen eignen. (...) Sie stellen eine Alternative für Studien dar, die prinzipiell explorativen Charakter haben“ Bandilla (1999). Zwischenzeitlich dürfte sich die Haltung nicht wesentlich geändert haben, obwohl einerseits wesentlich mehr Erfahrung, aber auch eine realistischere Einschätzung der gesamten Onlinewelt mit seinen Onlineinstrumentarien einhergeht. „Der Internethype ist tot, es lebe das Internet“. Ein wichtiges Merkmal, das es zu beachten gilt, ist die Betrachtungsweise von computervermittelter Kommunikation (CvK).

Am ausführlichsten beschäftigt sich Döring (2003) in ihrem Standardwerk „Sozialpsychologie des Internet“ mit dem Facettenreichtum des Internets. Sie stellt umfangreich in ihrer Konzeption des medienökologischen Rahmenmodells die traditionelle Gegensätzlichkeit der medienzentrierten (technikdeterministischen) und nutzerzentrierten (kulturalistischen) Medientheorien dar. In ihren Kernaussagen zur computervermittelten Kommunikation finden sich übersichtlich die „mainfacts“ aus allen wichtigen Medientheorien wieder. Es würde den Rahmen dieses Kapitels sprengen, umfangreicher auf die Grundfunktionsweise des Mediums Internet als Metamedium einzugehen. Wichtig für die Methodenauswahl und die Erstellung der Konzeption stellte sich allerdings die Abgrenzung von CvK bzw. die notwendige Betrachtung der Einbettung in lebensweltliche Zusammenhänge dar. Im Kapitel 3.3 wird ausführlich auf die Medienwelten sowie deren Bedeutung auf die Sexualität von Jugendlichen eingegangen.

Der Unterschied zwischen computervermittelter und direkter Kommunikation ist in der Literatur in vielfältiger kontroverser Diskussion beschrieben worden und ist hier nicht Darstellungsgegenstand.

Sassenberg/Kreutz (1999) verweisen auf die Problematik der Anonymität und Identifizierbarkeit und den sozialen Einfluss durch das Wissen um die Identifizierbarkeit. Aus psychologischer Sicht wird diese als SIDE-Modell bezeichnet. Das Modell besagt, dass deindividuierte Situationen Gruppenzugehörigkeitsgefühle („Salienz der Gruppe“) und Konformität zu

Gruppennormen verstärken können. Das Side-Modell wird in kognitive und strategische Aspekte eingeteilt.

Im kognitiven Aspekt wird die Möglichkeit thematisiert andere Personen wahrzunehmen. Im strategischen Aspekt entsteht der Eindruck, es bestünde die Möglichkeit wahrgenommen oder identifiziert zu werden.

Sassenberg/Kreutz (1999) betonen besonders, dass die Anonymität bei einem eigentlich anonymen Medium wie dem Internet eine besondere Bedeutung bekommt. Aufgrund des kognitiven Aspektes des SIDE-Modells sollte bei der Fragebogengestaltung für eine Salienz der personalen Identität und Anonymität gesorgt werden. Gleichzeitig postuliert das Modell mit zunehmender Identifizierbarkeit einer Person für die Kommunikationspartner, eine stärkere Orientierung des Verhaltens dieser Person an den Interessen ihrer Kommunikationspartner.

Für die Fragebogengestaltung im WWW kann daraus abgeleitet werden, dass ein Instruktionstext, der eine individualistische Orientierung der Befragten provoziert, zu einem Antwortverhalten führt, das ihre individuellen Bedürfnisse und Einstellungen widerspiegelt. Um Antworten von sozialer Erwünschtheit zu vermeiden, sollte bei WWW-Untersuchungen zudem verstärkt darauf geachtet werden, den Befragten den Eindruck zu vermitteln, dass ihre Angaben nicht mit ihrer Person in Verbindung gebracht werden können.

Hauptmanns (1999) zeigt auf, welches die Chancen und vor allem die Schwächen von Onlineforschung sind und nennt abschließend Beispiele, für die seiner Meinung nach der Einsatz einer Onlinebefragung sinnvoll erscheint:

1. Befragungen, bei denen die Repräsentativität eine untergeordnete Rolle spielt (z.B. von Besuchern einer Website über die Einschätzung dieser Seite)
2. Befragungen im Zusammenhang mit Experimenten:
 - a. Designexperimente
 - b. psychologische Experimente
 - c. Fragebogenexploration

Am sinnvollsten erscheinen Befragungen, die explorativen oder vergleichenden Charakter haben. Bronold (1999) unterteilt in seinen Ausführungen zur mediengerechten Onlinefor-

schung in Interaktivität und Selektivität. Er unterscheidet in verschiedene User-Typen mit unterschiedlichen Nutzertypologien und Nutzungsorientierungen:

1. „Fun-User“: Junge Schüler und Auszubildende nutzen Online-Medien fast ausschließlich zur Unterhaltung (12-18 Jahre).
2. „Surfer“: Neben dem Chat nimmt vor allem das Surfen einen hohen Stellenwert ein, die Suche nach Informationen jeder Art (20-28 Jahre).
3. „Information Seeker“: Sie sind rein informationsorientiert, berufliche und private Nutzung vermischt sich. Sie sind die „early adaptors“ die bei allen gesellschaftlichen und technischen Neuerungen eine Vorreiterrolle einnehmen (30-50 Jahre).
4. „Software Freaks“: Nutzen Online-Medien noch mehr als die „Information-Seeker“ zu rein beruflichen Zwecken; kaum private, kommerzielle und unterhaltende Nutzung (keine Altersangabe).

Grundsätzlich sind diese Nutzertypen erhalten geblieben. Es lässt sich heute nur keine Zuordnung mehr zu den anfänglichen Altersstrukturen erkennen.

Entscheidend ist, dass nach den Angaben der ARD/ZDF Online-Studie 2005 ein Anteil von 95,7% der Jugendlichen zwischen 14-19 Jahren und nach Angaben der JIM Studie 2005 der Anteil des Onlinezuganges der 12-16 Jährigen seit 2001 konstant bei über 85% liegt. Der Zugang zum Internet erscheint technisch gesehen für die Jugendlichen als gegeben. Beide Untersuchungen weisen jedoch darauf hin, dass die Zugangsmöglichkeit in Abhängigkeit von Bildungsfaktoren und dem sozialem Status der Familie sind und sich zudem bei Mädchen und Jungen unterscheiden. Der technische Zugang sagt weiterhin nichts über die Rezeptionssituation und auch nicht über den rezipierten Content aus. Allerdings gibt es heute sehr gute Möglichkeiten der Logfile-Analyse und des „User Trackings“, die für die Zukunft eine differenziertere Einordnung der erhobenen Daten ermöglicht.

Wichtig für die Forschungsfrage ist, mit welchen Kategorisierungen die Mediennutzung von Jugendlichen operationalisiert wird. Im nachfolgenden wird das vom DFG-Forschungsprojekt „Eine Untersuchung zum Mediennutzungsverhalten 12-20jähriger und zur Entwicklung von Medienkompetenz im Jugendalter“ dokumentierte Hauptkomponentenmodell zur interaktiven Mediennutzung benutzt.

Treumann u.a. (2007) unterscheiden darin in sechs verschiedene Hauptkomponenten:

1. Konsumorientierte Mediennutzung
2. Handy-Nutzung

3. Informationsorientierte Mediennutzung
4. Spielorientierte Mediennutzung
5. Partizipative Mediennutzung
6. Kommunikative Mediennutzung

In dieser Einteilung konnten sie jeweils eine Varianz von 4-8% der zugrundeliegenden Korrelationsmatrix dokumentieren.

2.4 Methoden der Datenerhebung

Für die Erhebung der Daten Arbeit wurde ein Mix aus qualitativen und quantitativen Methoden gewählt. Die durchgeführte Fragebogenerhebung kann keinesfalls unter repräsentativen Gesichtspunkten bewertet werden, sie spiegelt allerdings einen Querschnitt über die Nutzerstruktur auf www.loveline.de und deren Sexualwissen bzw. sexuellen Erfahrungen wieder. Die Daten beziehen sich ausschließlich auf Erhebungsmethoden, die mit Hilfe von Techniken der Onlineforschung durchgeführt wurden. Um eine möglichst klare Aussagekraft in Hinsicht auf die Ergebnisse zu bekommen, wurde das Prinzip der Triangulität beachtet (vgl. dazu 2.2). Die Untersuchung stellt erstmals Daten zur Verfügung, die in vorausgegangenen Forschungen für diese Bereiche bisher nicht verfügbar sind. Es bestand die Möglichkeit, das Datenmaterial entsprechend differenziert nach den zwei Befragungswellen auszuwerten, dies bildet die Grundlage für eine zukünftige Replikationsstudie.

2.4.1 Die Stichprobe

Die Befragung wurde auf www.loveline.de, der Jugendhomepage der BZgA, in zwei Wellen (02.10.2004 – 21.12.2005; 10.10.2005 – 19.12.2006) durchgeführt, an denen insgesamt 4.248 Jugendliche teilnahmen, davon 3.378 (80,7%) Mädchen und 828 (19,3%) Jungen. Die Grundgesamtheit umfasst für 2004 gesamt 605.348 Jugendliche, die auf www.loveline.de vertreten waren; für den Erhebungszeitraum waren dies 155.657 potenzielle Jugendliche. Für 2005 bezieht sich die Befragung gesamt auf 778.959 Jugendliche und für den Erhebungszeitraum auf 250.489. Insgesamt konnten somit ca. 1% der grundsätzlich erreichbaren Jugendlichen auf www.loveline.de für die Teilnahme an der Befragung gewonnen werden. 92,1 % hatten die deutsche Staatsangehörigkeit, 7,9 % eine andere. 251 Jugendliche hatten Eltern mit nicht deutscher Staatsangehörigkeit. Die so gezogene Stichprobe ist nicht repräsentativ. Für die Jugendlichen, die www.loveline.de besuchen, muss berücksichtigt werden, dass bei der Geschlechterverteilung und der Schulzugehörigkeit überproportional viele Mädchen mit gymna-

sialem Hintergrund an der Befragung teilnahmen. Bei regelmäßigen Abfragen auf www.loveline.de wurde eine Grundverteilung von 60% Mädchen zu 40% Jungen festgestellt. Die Altersverteilung der gezogenen Stichprobe stellte sich wie folgt dar:

Tabelle 2.1: Altersverteilung der befragten Jugendlichen:

Alter	Anzahl	Prozent
10	73	1,72 %
11	108	2,55 %
12	337	7,96 %
13	625	14,76 %
14	799	18,88 %
15	764	18,05 %
16	518	12,24 %
17	345	8,15 %
18	195	4,61 %
19	100	2,36 %
20	78	1,84 %
älter als 20	291	6,87 %

Quelle: Eigene Darstellung aus der Erhebung

Die Auswertung nach Schultyp ergab folgende Verteilung:

Tabelle 2.2 Verteilung nach Schultyp

Gymnasium	45,11 %
Realschule	22,82 %
Gesamtschule	5,99 %
Hauptschule	8,72 %
Förderschule	1,33 %
Grundschule	1,33 %
Berufsausbildung	14,71 %

Quelle: Eigene Darstellung aus der Erhebung

2.4.2 Der Erhebungszeitpunkt

Der Befragungszeitraum umfasste jeweils Oktober, November, Dezember der Jahre 2004 und 2005. Die Onlinebefragung wurde inhaltlich mit dem Fachreferat der BZgA abgestimmt und in verschiedenen Phasen beworben:

1. Phase: Hinweis auf den Fragebogen im Ticker
2. Phase: spezieller Hinweis durch einen Newsletter
3. Phase: spezieller Hinweis durch ein „Pop up“ auf ein Spiel, in dessen Anschluss der Fragebogen angezeigt wurde

In 2005 wurden zusätzlich alle User/innen (ca. 10.000), die zwischen den beiden Befragungswellen an einem Gewinnspiel teilgenommen hatten, per Aufforderungsmail auf den Fragebogen hingewiesen.

2.4.3 Standardisierter Onlinefragebogen

Es wurde ein standardisierter Fragebogen angewandt, der sich in vier Teilfragebögen aufgliederte:

1. Fragen zu www.loveline.de – insgesamt 17 Einzelfragen
2. Fragen zum Sexualwissen – insgesamt 13 Einzelfragen
3. Fragen zu den sexuellen Erfahrungen – insgesamt 8 Fragen
4. Fragen zu den kulturellen und sozialen Hintergründen – insgesamt 11 Einzelfragen

Die Befragung wurde anonym durchgeführt. Der Fragebogen konnte nach jeder Einzelfrage abgebrochen werden, eine spätere Bearbeitung war aus konzeptionellen Gründen nicht möglich.

Die Rückläufe der Fragebogen waren wie folgt:

- Fragebogen 1: 88,5 %
- Fragebogen 2: 65,6 %
- Fragebogen 3: 59,5 %
- Fragebogen 4: 46,5 %

Die Fragebögen 2 und 3 wurden in den Grundzügen an die seit 1987 von der BZgA durchgeführten Fragebogenerhebung zur Sexualität von Jugendlichen angeglichen.

2.4.4 Leitfadengestützte qualitative Chatinterviews

Insgesamt wurden 10 Online-Interviews im Zeitraum März/April 2006 durchgeführt. Die Interviewdauer betrug ca. 30 Minuten, der offene Frageleitfaden orientierte sich an drei Themenkomplexen:

1. Fragen zu Loveline, den eigenen Sexualerfahrungen, dem individuellen Sexualwissen
2. Dem kulturellen Hintergrund der Eltern, der Sexualaufklärung durch die Eltern
3. Erfahrungen von Sexualität im und durch das Internet (Cybersex)

Die Protokollmitschnitte sind im Kapitel 5.2 in den relevanten Auszügen dokumentiert. Im Originalmitschnitt liegen sie auf der beigefügten Daten-CD als digitale Anlage bei.

2.5 Die Forschungshypothesen

Ursprünglich lagen der Arbeit die folgenden Hypothesen zugrund:

1. Onlineangebote im Internet zur Sexualaufklärung entwickeln sich zur wichtigsten Informationsquelle für Jugendliche als komplementäres bzw. ergänzendes Medium zur personalkommunikativen Information.
2. Onlineangebote zur Sexualaufklärung (speziell www.loveline.de) werden unabhängig vom Bildungsgrad und der nationalen Herkunft genutzt und bekommen so eine größere Bedeutung auch im Kontext der interkulturellen Bildung.
3. Die Nutzung von www.loveline.de, einem Angebot zur Sexualaufklärung, ist unabhängig vom Grad der Medienkompetenz der besuchenden Jugendlichen.

Im Verlauf der Erstellung der Arbeit wurde deutlich, dass der Begriff der „Medienkompetenz“ im Zusammenhang mit der Nutzung des Internetangebotes www.loveline.de nicht eindeutig operationalisiert werden konnte. Für das vorliegende Vorhaben hätte dies den Realisierungsrahmen überzogen. Auf eine Überprüfung der 3. Hypothese musste deshalb verzichtet werden. Die Ergebnisse sind die Grundlage für ein DFG-Forschungsvorhaben, das an der Universität Bielefeld in der Planung ist und sich speziell mit Sexualaufklärung und Medienkompetenz beschäftigt.