



Hessam Bavafa, Lorin M. Hitt, Christian Terwiesch

## The Impact of E-Visits on Visit Frequencies and Patient Health: Evidence from Primary Care.

Die Meinungsforschung großen Stils wird heute fast ausschließlich von kommerziellen Instituten praktiziert und ist überwiegend an den Interessen von Auftraggebern und Anwendern außerhalb des Wissenschaftsbereiches orientiert. Zu ihrer Durchführung sind betriebswirtschaftliche Organisationsformen erforderlich. Wahrnehmungsmuster, Relevanzkriterien und Erhebungstechniken werden in starken Maße von diesem Kontext her bestimmt. Die Frage, welches Wissen auf diese Weise entsteht und ob die 'öffentliche Meinung' durch das Umfragewissen qualifizierter wird, ist weithin unerforscht. Eine Wissenssoziologie der Meinungsforschung existiert nicht. Ein Vergleich verschiedener Jugendumfragen zeigt, daß die Studien der Institute nicht kompatibel sind, sei es dadurch, daß der Begriff der Jugend altersmäßig unterschiedlich operationalisiert wurde, sei es dadurch, daß beim Zeitvergleich ein verändertes Fragebogendesign verwandt wurde. Hierdurch werden Kontrollmöglichkeiten weitgehend ausgeschlossen. Erzeugt wird bei der Datenproduktion ein Übermaß an sowohl unvergleichbaren als auch widersprüchlichen Befunden, deren sich die Auftraggeber nach Belieben bedienen können, sei es auch darum, um auf die öffentliche Meinung gezielt einzuwirken. Unter diesen Bedingungen trägt die Meinungsforschung zur Rationalisierung gesellschaftlicher Befunde nicht bei. Sie verfügt auch über keine effektive Selbstkontrolle. In den hier geschilderten Schwierigkeiten spiegeln sich aber auch Defizite der sozialwissenschaftlichen Grundlagenforschung. (NG)