

# Inhalt

<b>Vorwort zur 3. Auflage .....</b>	<b>13</b>
<b>Vorwort zur 2. Auflage .....</b>	<b>13</b>
<b>Vorwort zur 1. Auflage .....</b>	<b>15</b>
<b>1. Kapitel: Was sind Methoden, was ist Empirie? .....</b>	<b>17</b>
1.1 Empirische versus nicht-empirische Methoden .....	18
1.2 Quantitative versus qualitative empirische Methoden .....	19
1.3 Befragung, Inhaltsanalyse und Experiment .....	20
1.4 Deskriptive und explanative Forschung.....	21
1.5 Zur Relevanz empirischer Kommunikationsforschung.....	22
1.6 Wissenschaftliches Vorgehen: methodisch und systematisch.....	23
1.7 Alles eine Frage der Wahrscheinlichkeit .....	24
1.8 Zum Verhältnis von Theorie und sozialer Wirklichkeit.....	26
1.9 Empirische Kommunikationsforschung als Prozess .....	30
1.10 Zum Ablauf des empirischen Forschungsprozesses.....	31
1.10.1 Der Entdeckungszusammenhang .....	33
1.10.2 Der Begründungszusammenhang.....	33
1.10.3 Der Verwertungszusammenhang .....	34
<b>2. Kapitel: Wissenschaftstheorie als Wissenschaftsprogramm.....</b>	<b>35</b>
2.1 Begriffe .....	36
2.2 Definition von Begriffen.....	37
2.3 Zum Begriff des Begriffs .....	38
2.4 Typen von Begriffen.....	39
2.5 Gültigkeitsbereich einer Definition/Typen von Definitionen .....	40
2.6 Operationalisierung von Begriffen und operationale Definitionen.....	40

2.7 Theorie und Empirie .....	42
2.8 Forschungspraxis am Beispiel .....	45
<b>3. Kapitel: Messen und Zählen I .....</b>	<b>47</b>
3.1 Messen in der empirischen Kommunikationsforschung .....	47
3.2 Merkmalsträger, Merkmale, Merkmalsausprägungen.....	50
3.3 Mess- bzw. Skalenniveaus .....	51
3.3.1 Nominale Skalierung.....	51
3.3.2 Ordinale Skalierung.....	52
3.3.3 Metrische Skalierung.....	53
3.4 Differenziertheit von Messungen.....	54
3.4.1 Wahl des richtigen Skalenniveaus.....	55
3.4.2 Veränderung des Skalenniveaus nach der Messung.....	56
3.4.3 Grenzen der Differenziertheit von Messungen.....	57
<b>4. Kapitel: Messen und Zählen II.....</b>	<b>58</b>
4.1. Skalierungsverfahren .....	58
4.1.1 Indizes .....	58
4.1.2 Skalen.....	59
4.2. Reliabilität und Validität als zentrale Forderungen an eine Messung.....	62
4.2.1 Reliabilität.....	62
4.2.2 Validität.....	67
<b>5. Kapitel: Auswahlverfahren I .....</b>	<b>70</b>
5.1 Grundgesamtheit .....	70
5.2 Voll- und Teilerhebungen .....	71
5.3 Repräsentativität .....	72
5.4 Zufallsstichprobe.....	74
<b>6. Kapitel: Auswahlverfahren II .....</b>	<b>77</b>
6.1 Einfache Zufallsauswahl.....	77
6.2 Systematische Zufallsauswahl .....	78
6.3 Willkürliche Auswahl .....	79
6.4 Bewusste Auswahlverfahren.....	80
6.4.1 Typische Fälle.....	80
6.4.2 Auswahl von Extremfällen.....	81

6.4.3 Auswahl nach dem Konzentrationsprinzip.....	82
6.4.4 Auswahl nach Quotierung.....	82
6.5 Sonderformen zufälliger Auswahlverfahren.....	84
6.5.1 Geschichtete Zufallsstichproben.....	84
6.5.2 Klumpenstichproben.....	85
6.6 Mehrstufige Auswahlverfahren.....	86
6.7 Stichprobenausfälle.....	88
<b>7. Kapitel: Befragung I: Grundlagen.....</b>	<b>91</b>
7.1 Typische Anwendungsgebiete der Befragung.....	92
7.2 Befragung im Mehrmethodendesign.....	92
7.3 Frageformulierung.....	93
7.3.1 Offene oder geschlossene Frageformulierung?.....	93
7.3.2 Wahl des Skalenniveaus bei geschlossenen Fragen.....	95
7.3.3 Differenziertheit von Skalen.....	97
7.3.4 Skala mit oder ohne Mittelpunkt?.....	97
7.4 Antwortverzerrungen aufgrund der Frageformulierung.....	98
7.4.1 Kognitive und affektive Ausstrahlungseffekte.....	98
7.4.2 Konsistenz- und Kontrasteffekte.....	99
7.4.3 Soziale Erwünschtheit.....	99
7.4.4 Non-Opinions.....	100
7.4.5 Primacy/Recency-Effekte.....	101
<b>8. Kapitel: Befragung II: Wie fragt man?.....</b>	<b>103</b>
8.1 Fragetypen.....	104
8.1.1 Testfragen.....	104
8.1.2 Funktionsfragen.....	108
8.2 Standardisierungsgrad von Befragungen.....	111
8.2.1 Vollkommen standardisiertes Interview.....	111
8.2.2 Unstrukturiertes Interview.....	112
8.2.3 Leitfadeninterview.....	113
8.2.4 Gruppeninterviews als Sonderform der Befragung.....	113
8.3 Befragungsmodus.....	114
8.3.1 Face-to-face-Interviews.....	114
8.3.2 Schriftliche Befragung.....	115
8.3.3 Telefonische Interviews.....	116

8.4 Telefonisches Interview mit Computerunterstützung .....	117
8.4.1 Der elektronische Fragebogen.....	117
8.4.2 Stichprobenziehung mit Hilfe des Computers.....	118
8.4.3 Die „last-birthday“-Methode.....	120
8.4.4 Andere Formen computergestützter Befragungen.....	120
8.5 Online-Befragungen.....	122
<b>9. Kapitel: Das Interview - Interviewer und Befragte .....</b>	<b>124</b>
9.1 Interviewerauswahl, -schulung und -einsatz .....	124
9.2 Das Interview als soziale Situation .....	126
9.3 Unerwünschte Effekte.....	127
9.3.1 Interviewereffekte .....	127
9.3.2 Sponsorship-Effekt.....	128
9.3.3 Anwesenheits- und Zustimmungseffekt.....	129
9.4 Ablauf und Konzeption einer Befragung.....	130
9.4.1 Die wissenschaftliche Fragestellung .....	130
9.4.2 Aufteilung der Fragestellungen in Dimensionen.....	131
9.4.3 Operationalisierung.....	131
9.4.4 Fragebogendesign und Pretest.....	131
9.4.5 Durchführung der Befragung .....	132
9.4.6 Auswertung und Ergebnisdarstellung.....	132
9.4.7 Ergebnispräsentation, Beantwortung der Fragestellung.....	132
9.5 Möglichkeiten und Grenzen der Methode Befragung.....	133
<b>10. Kapitel: Inhaltsanalyse I .....</b>	<b>136</b>
10.1 Grundzüge und Herkunft .....	136
10.2 Definitionen .....	137
10.2.1 Manifeste oder latente Bedeutung von Texten? .....	138
10.2.2 Quantitativ.....	139
10.2.3 ... und intersubjektiv nachvollziehbar.....	141
10.3 Inhaltsanalyse als Methode zur Erfassung sozialer Realität.....	141
10.3.1 Rückschlüsse auf den Kontext .....	141
10.3.2 Rückschlüsse auf den Kommunikator .....	143
10.3.3 Rückschlüsse auf den Rezipienten .....	144
10.4 Anwendungsgebiete und typische Fragestellungen .....	145
10.4.1 Inhaltsanalysen auf dem Feld der politischen Kommunikation.....	145
10.4.2 Inhaltsanalysen in der Gewaltforschung .....	146
10.4.3 Inhaltsanalysen in der Minderheitenforschung.....	147

10.5 Die Vorteile der Inhaltsanalyse gegenüber anderen Methoden.....	147
10.5.1 Darstellung vergangener Kommunikationsprozesse .....	147
10.5.2 Papier ist geduldig - Befragte sind es nicht .....	148
<b>11. Kapitel: Inhaltsanalyse II: Kategorien und Codebuch .....</b>	<b>150</b>
11.1 Kategorien als Erhebungsinstrument der Inhaltsanalyse.....	150
11.1.1 Inhaltliche Kategorien .....	150
11.1.2 Formale Kategorien .....	151
11.2 Codebogen .....	153
11.3 Codebuch .....	154
11.4 Formale Anforderungen an Kategorien: Vollständigkeit und Trennschärfe .....	155
11.4.1 Vollständigkeit von Kategorien.....	155
11.4.2 Trennschärfe der Kategorien .....	156
11.5 Feststellung der Validität und Reliabilität des Kategorienschemas .....	157
11.6 Grundgesamtheit und Stichprobenziehung .....	159
11.7 Analyseeinheiten.....	162
11.8 Ablauf einer Inhaltsanalyse.....	163
11.8.1 Entdeckungszusammenhang: Ein Phänomen aus der sozialen Wirklichkeit wird in eine wissenschaftliche Fragestellung überführt .	164
11.8.2 Begründungszusammenhang: Definition der Begriffe, Operationalisierung des theoretischen Konstruktes, Konzeption des Codebuches, Codierung, Auswertung .....	164
11.8.3 Verwertungszusammenhang: der praktische und theoretische Gehalt der Studie wird genutzt .....	167
<b>12. Kapitel: Computerunterstützte Inhaltsanalyse.....</b>	<b>168</b>
12.1 Ziele und Strategien der computerunterstützten Inhaltsanalyse .....	169
12.2 Anwendungsgebiete der CUI.....	170
12.3 Wesentliche Kennzeichen der CUI .....	171
12.4 Kombinationen von herkömmlichen und computerunterstützten Inhaltsanalysen.....	171
12.4.1 Wortschatzanalysen.....	171
12.4.2 CUI als Vorbereitung für eine konventionelle Inhaltsanalyse.....	172
12.5 Zusammenfassung: Möglichkeiten und Grenzen der Inhaltsanalyse .....	174

<b>13. Kapitel: Experiment I .....</b>	<b>176</b>
13.1 Einordnung in die Forschungslogik .....	176
13.2 Untersuchung kausaler Zusammenhänge.....	178
13.3 Manipulation und Kontrolle.....	178
13.4 Unabhängige und abhängige Variablen .....	179
13.5 Störvariablen.....	180
13.6 Konfundierung.....	181
13.7 Experimental- und Kontrollgruppen .....	182
13.7.1 Selbstselektion.....	183
13.7.2 Ethische Probleme.....	184
<b>14. Kapitel: Experiment II: Validität und Fehler .....</b>	<b>185</b>
14.1 Repräsentativität experimenteller Ergebnisse .....	185
14.2 Externe und interne Validität .....	187
14.3 Zufällige und systematische Fehler.....	189
14.3.1 Zufällige Fehler.....	189
14.3.2 Systematische Fehler.....	190
14.4 Versuchsleiter als Quelle zufälliger und systematischer Fehler.....	192
14.5 Kontrolle der Versuchsleitereffekte .....	193
14.5.1 Ausschalten bzw. Standardisierung der Versuchsleitereffekte.....	193
14.5.2 Ausschaltung von Erwartungseffekten.....	194
<b>15. Kapitel: Experiment III .....</b>	<b>195</b>
15.1 Typen von Experimenten .....	195
15.1.1 Laborexperimente.....	195
15.1.2 Feldexperimente .....	196
15.2 Ein- und mehrfaktorielle Untersuchungsdesigns .....	198
15.2.1 Einfaktorielle Untersuchungsdesigns .....	198
15.2.2 Mehr- oder multifaktorielle Untersuchungsdesigns .....	199
15.3 Durchführung wissenschaftlicher Experimente .....	201
15.3.1 Operationalisierung der Hypothesen .....	202
15.3.2 Entwicklung des Untersuchungsdesigns .....	203
15.3.3 Kontrolle der Störvariablen von Versuchspersonen .....	204
15.3.4 Kontrolle der Störvariablen während der Durchführung.....	206
15.3.5 Instruktion .....	208
15.3.6 Datenauswertung und Verfassen des Forschungsberichts.....	209

---

<b>Literatur .....</b>	<b>211</b>
Allgemeine Einführungen .....	211
Wissenschaftstheorie.....	211
Befragung .....	212
Inhaltsanalyse.....	213
Experiment.....	214
Sonstiges .....	215