

INHALTSVERZEICHNIS

VORWORT	10
ABSTRACT	13
TEIL I:	
Empirische Forschung und ihre Kritik	17
1. Gültigkeit	21
2. Probleme empirischer Kommunikationsforschung ...	34
TEIL II:	
Entdeckungs-, Begründungs- und Verwertungs- zusammenhang	45
3. Formale Regeln: Deskription und Argumentation	47
4. Theoretische Argumentation	52
5. Plan der Untersuchung	58
6. Begriffe, Sätze, Hypothesen, Tests	62
6.1 Begriff und Definition	63
6.2 Hypothesen (Sätze)	65
6.3 Regeln	79

7.	Das Untersuchungsdesign	80
7.1	Reaktivität des Designs	82
7.2	Das Design in der Kommunikationsforschung . .	86
7.2.1	Das Design in der Wirkungsforschung . .	90
	7.2.1.1 Das fragmentarische Wirkungsdesign (91); 7.2.1.2 Das experimentelle Wirkungs- design (95); 7.2.1.3 Das Mehrmethoden-Wir- kungsdesign (99)	
8.	Instrumente der Datenerhebung	101
8.1	Die Inhaltsanalyse	102
	8.1.1 Varianten der Inhaltsanalyse	103
	8.1.2 Reaktivität und kritische Diskussion . .	106
8.2	Die Befragung	110
	8.2.1 Varianten der Befragung	110
	8.2.2 Reaktivität und kritische Diskussion . . .	114
8.3	Die Beobachtung	118
	8.3.1 Varianten der Beobachtung	119
	8.3.2 Reaktivität und kritische Diskussion . . .	121
8.4	Pretest	123
9.	Statistische Verfahren	125
9.1	Die Stichprobenverfahren	126
9.1.1	Die willkürliche Auswahl	131
	9.1.1.1 Echte willkürliche Auswahl (131); 9.1.1.2 Monographie typischer Fälle (132)	
9.1.2	Die geplante Auswahl	133
	9.1.2.1 Das Quota-Verfahren (133)	
9.1.3	Die Zufallsstichprobe	134
	9.1.3.1 Die einfache Zufallsstichprobe (136); 9.1.3.2 Die systematische Zufallsstichprobe (136); 9.1.3.3 Die Gebiets- oder Flächenstich- probe (137); 9.1.3.4 Die geschichtete Zufalls- auswahl (138); 9.1.3.5 Das Klumpenverfahren (138); 9.1.3.6 Mehrstufige Auswahlverfahren (139)	

9.2	Deskriptive und induktive Statistik	140
9.2.1	Univariate Analyse	140
9.2.2	Bivariate Analyse	143
9.2.3	Multivariate Analyse	145
9.2.4	Induktive Statistik	149
10.	Gültigkeit bei der Datenerhebung	153
10.1	Datenerhebung bei der Inhaltsanalyse	153
10.2	Datenerhebung bei der Befragung	155
10.3	Datenerhebung bei der Beobachtung	162
10.4	Dokumentation bei der Datenerhebung	164
11.	Datenaufbereitung und -analyse	167
11.1	Datenaufbereitung	167
11.2	Validität der Datenanalyse	170
11.2.1	Univariate Analyse	172
11.2.2	Bivariate Analyse	174
11.2.3	Multivariate Analyse	179
12.	Interpretationsvalidität	182
12.1	Allgemeine Fehlerquellen der Interpretat	183
12.1.1	Unschärfe der Interpretation	183
12.1.2	Selektivität der Darstellung	184
12.1.3	Ambivalenz numerischer Aussagen	189
12.2	Interpretation von Hypothesentests	196
13.	Fragenkatalog	206
 TEIL III:		
AD EXEMPLUM: "DAS AKTUELLE IN RTL PLUS"		213
14.	Unterstellung von Gültigkeit. Oder: Wissenschaftler sind auch nur Menschen	217

15.	Evaluation der Untersuchung "Das Aktuelle in RTL plus"	226
15.1	Vorstellung der Untersuchung "Das Aktuelle in RTL plus"	228
15.2	Formalia, Ziel und Methode der Untersuchung	231
	15.2.1 Formalia	231
	15.2.2 Ziel der Untersuchung	232
	15.2.3 Design der Untersuchung	233
	15.2.4 Definition der Stichprobe	235
15.3	Exkurs I: Externe Außenvalidierung durch eine parallele Presse-Analyse	239
	15.3.1 Das Design	239
	15.3.2 Ergebnisse der parallelen Presse-Analyse	242
15.4	Exkurs II: Inhaltsanalyse der Inhaltsanalyse ..	245
15.5	Generelle Ergebnisse der Untersuchung von (1)	250
	15.5.1 Analyse der Zielsetzung der Autoren (1)	251
	15.5.2 Konstruktion von Vergleichen	255
	15.5.3 Konstruktion von Verall- gemeinerungen	257
	15.5.4 Sukzessive Konstruktion von Fakten aus Annahmen	261
	15.5.5 Konstruktion von Fakten durch Plausibi- litätsannahmen	261
	15.5.6 Wertende Aussagen in der Argumentation	265
15.6	Einzelergebnisse der Untersuchung	266
	15.6.1 Einseitige Darstellung politischer Partei- en?	267
	15.6.2 Überproportionale Berichterstattung wichtiger Ereignisse?	268
	15.6.3 Die Berichterstattung konzentriert sich bundesweit auf die CDU/CSU und stellt diese negativ dar?	269

15.6.4	Helmut Kohl wird durch die Berichterstattung von RTL plus sehr negativ dargestellt?	271
15.6.5	Die Berichterstattung von RTL plus arbeitet mit Übertreibungen und Fehltritten?	281
15.6.6	Die Berichterstattung von RTL plus ist manipulativ?	282
15.6.7	Die Berichterstattung von RTL plus ist übertrieben negativ?	284
15.7	Interessenabhängige Datenerhebung	286
15.8	Resümee	296
15.9	Empirische Kommunikationsforschung: Dichtung oder Wahrheit?	298
16.	Validierung empirischer Forschung durch Kritik	305
16.1	Defizite der Kommunikationsforschung	306
16.2	Intersubjektivität statt Objektivität	307
16.3	Interessenabhängigkeit von Wissenschaft	310
16.4	Kritik als Irrtumreduzierende Kommunikation	312
 TEIL IV:		
Anhang	319
17.	Literatur	320
17.1	Verzeichnis der kritisierten Untersuchungen	320
17.2	Literaturverzeichnis	324
18.	Materialien	344
18.1	Instrument Parallele Presse-Analyse	344
18.2	Instrument Inhaltsanalyse der Inhaltsanalyse	349
GLOSSAR	351