

Inhalt

I. EINLEITUNG

MARTIN WELKER / CARSTEN WÜNSCH / SASKIA BÖCKING / ANNEKATRIN BOCK / ANNE FRIEDEMANN / MARTIN HERBERS / HOLGER ISERMANN / THOMAS KNIEPER / STEFAN MEIER / CHRISTIAN PENTZOLD / EVA JOHANNA SCHWEITZER Die Online-Inhaltsanalyse: methodische Herausforderung, aber ohne Alternative	9
---	---

II. THEORETISCHE BASIS

1. Forschungsfragen und Gegenstände der Online-Inhaltsanalyse

PATRICK RÖSSLER Das Medium ist nicht die Botschaft	31
---	----

EVA JOHANNA SCHWEITZER Politische Websites als Gegenstand der Online-Inhaltsanalyse	44
---	----

2. Grundgesamtheit und Stichprobenziehung

STEFAN MEIER / CARSTEN WÜNSCH / CHRISTIAN PENTZOLD / MARTIN WELKER Auswahlverfahren für Online-Inhalte	103
--	-----

STEFAN MEIER / CHRISTIAN PENTZOLD Theoretical Sampling als Auswahlstrategie für Online-Inhaltsanalysen	124
--	-----

SEBASTIAN ERLHOFER	144
Datenerhebung in der Blogosphäre: Herausforderungen und Lösungswege	
3. Analyseeinheit und Kategorienbildung	
MONIKA TADDICKEN / KERSTIN BUND	167
Ich kommentiere, also bin ich. Community Research am Beispiel des Diskussionsforums der <i>ZEIT Online</i>	
LARS KACZMIREK / CHRISTIAN BAIER / CORNELIA ZÜLL	191
Wie empfinden Teilnehmer die Fragen in Online-Befragungen? Entwicklung eines Diktionärs für die automatische Codierung freier Antworten	
ANNEKATRIN BOCK / HOLGER ISERMANN / THOMAS KNIEPER	224
Herausforderungen bei der quantitativen (visuellen) Inhaltsanalyse von Online-Inhalten	
4. Reliabilität und Validität bei Online-Inhaltsanalysen	
MARTIN R. HERBERS / ANNE FRIEDEMANN	240
Spezielle Fragen der Reliabilität und Validität bei Online-Inhaltsanalysen	
5. Methodenkombination	
WOLFGANG SCHWEIGER / PATRICK WEBER	267
Strategische Kommunikation auf Unternehmens-Websites. Zur Evaluation der Kommunikationsleistung durch eine Methodenkombination von Online-Inhaltsanalyse und Logfile-Analyse	

SASKIA BÖCKING / FRANÇOIS RÜF / MARKUS JUFER /
CORINNE HÜGLI-BALTZER 291
Analyse des politischen Informationsverhaltens mittels
der von Wählern genutzten Internetinhalte –
Potenziale für die Prognose von Wahlergebnissen

6. Statistisch-automatisierte Inhaltsanalyse

FRANÇOIS RÜF / SASKIA BÖCKING / STEFAN KUMMER 313
Automatisierte Inhaltsanalysen im Internet:
Möglichkeiten und Grenzen am Beispiel des
SINDBAD-Knowledge-Generators

MICHAEL SCHARKOW 340
Lesen und lesen lassen –
Zum State of the Art automatischer Textanalyse

III. PRAXIS

7. Fallbeispiele und Anwendungsfelder

KATHERINE GÜRTLER / ELKE KRONEWALD 365
The Automated Analysis of Media: PRIME web.Analysis:
A Case Study

DORETTE WESEMANN / MARTIN GRUNWALD 387
Inhaltsanalyse von Online-Diskussionsforen
für Betroffene von Essstörungen

NIK STUCKY / FRANÇOIS RÜF / NILS KELLER /
STEFAN KUMMER 409
Image & Co: Eine Online-Analyse der
Markenwahrnehmung am Beispiel von Automarken

MELANIE ARENS / SASKIA BÖCKING / STEFAN KUMMER / 427
FRANÇOIS RÜF
Das Meinungsklima zur Klimakonferenz:
Wie sich Themenkarrieren im Internet entwickeln und mit
welchen Themen sich Politiker positionieren

KONRAD RÜDIGER / MARTIN WELKER 448
Redaktionsblogs deutscher Zeitungen.
Über die Schwierigkeiten diese inhaltsanalytisch zu
untersuchen – ein Werkstattbericht

IV. ANHANG

Verzeichnis der Autoren und Herausgeber 469