

# Inhalt

Vorwort zur Neuauflage (11. Auflage) .....	7
<b>1. Einleitung</b> .....	9
<b>2. Was ist Inhaltsanalyse?</b> .....	11
2.1 Versuch einer Definition .....	11
2.2 Grundtechniken bisheriger inhaltsanalytischer Verfahren .....	13
<b>3. Was ist qualitative Analyse?</b> .....	17
3.1 Unterscheidungsmerkmale qualitativer und quantitativer Analyse .....	17
3.2 Überwindung des Gegensatzes »qualitativ – quantitativ« .....	20
3.3 Aufgaben qualitativer Analyse .....	22
<b>4. Materialien zu einer qualitativen Inhaltsanalyse</b> .....	26
4.1 Kommunikationswissenschaften: Content Analysis .....	26
4.2 Hermeneutik: Kunstlehre der Interpretation .....	29
4.3 Qualitative Sozialforschung: interpretatives Paradigma .....	32
4.4 Literaturwissenschaft .....	38
4.5 Psychologie der Textverarbeitung .....	43
<b>5. Techniken qualitativer Inhaltsanalyse</b> .....	48
5.1 Vorstellung des Beispielmaterials .....	52
5.2 Bestimmung des Ausgangsmaterials .....	52
5.3 Fragestellung der Analyse.....	56
5.4 Ablaufmodell der Analyse .....	59
5.5 Spezielle qualitative Techniken .....	63
5.5.1 Grundformen des Interpretierens .....	63
5.5.2 Erste qualitative Technik: Zusammenfassung und induktive Kategorienbildung .....	67
5.5.3 Zweite qualitative Technik: Explikation (Kontextanalyse) .....	85
5.5.4 Dritte qualitative Technik Strukturierung .....	92

5.5.4.1 Formale Strukturierung .....	94
5.5.4.2 Inhaltliche Strukturierung .....	98
5.5.4.3 Typisierende Strukturierung .....	98
5.5.4.4 Skalierende Strukturierung .....	101
<b>6. Qualitative Inhaltsanalyse mit dem Computer .....</b>	<b>110</b>
6.1 PC-Programme für quantitative Inhaltsanalyse .....	110
6.2 Programme für qualitative Inhaltsanalyse .....	111
<b>7. Gütekriterien der Inhaltsanalyse .....</b>	<b>116</b>
7.1 Die klassischen Gütekriterien .....	116
7.2 Spezifisch inhaltsanalytische Gütekriterien .....	118
<b>8. Schlussbemerkungen:</b>	
<b>Leistungen und Grenzen der qualitativen Inhaltsanalyse .....</b>	<b>123</b>
<b>Anhang .....</b>	<b>125</b>
<b>Literatur .....</b>	<b>136</b>