

Inhalt

Vorwort 9

I. STATUS QUO DER ONLINE-DATENERHEBUNG

THOMAS PETERSEN 14

Online-Umfragen und die Zukunft der
empirischen Sozialforschung

DIRK ENGEL 31

Das Internet – Ein Segen für die Marktforschung?
Einige Überlegungen zur Online-Forschung in der Praxis

THOMAS ZERBACK / NIKOLAUS JACKOB / 50

HARALD SCHOEN / STEFANIE SCHLERETH

Anwendungsmodalitäten und Qualität von
Online-Befragungen in der Kommunikationswissenschaft

II. FALLSTUDIEN

JULIANE URBAN 68

Der Rezipient als Automat?
Eine Untersuchung zu Agenda-Setting durch
Online-Nachrichtenangebote auf Mikroebene

MATHIAS WEBER / GREGOR DASCHMANN / OLIVER QUIRING 91

»Ja, ich schaue mir fast täglich einen Porno an.«
Über den Nutzen von Online-Befragungen mit anfallender
Stichprobe zur Analyse gesellschaftlich tabuisierter Themen

KRISTIN BULKOW / JULIANE URBAN / WOLFGANG SCHWEIGER 109

Meinungsführerschaft online messbar machen –
ein hyperlink-inhaltsanalytischer Ansatz

SÜNJE PAASCH-COLBERG	132
Meinungsführung der überregionalen Tagespresse im Bundestagswahlkampf 2005? Eine zeitreihenanalytische Untersuchung	

III. ONLINE-SPEZIFISCHE HERAUSFORDERUNGEN

KERSTIN HAMMEN	152
Design-Effekte bei Online-Befragungen	

PETER SCHUMACHER	178
Blickaufzeichnung mit dynamischen Online-Inhalten: Methodische Probleme und Lösungsansätze	

FREDERIK GRAFF / ELKE THEOBALD	194
User Generated Content als Gegenstand der Kommunikationsforschung – Der Einsatz von Webmonitoring in der Praxis am Beispiel der Bundestagswahl 2009	

VERONIKA KARNOWSKI / SEBASTIAN DOEDENS	211
Mobile Experience Sampling. Eine Methode zur Untersuchung mobilen Mediennutzungsverhaltens	

RINALDO KÜHNE	227
Dem Zufall auf der Spur: Zur Verwendung statistischer Testverfahren bei Convenience-Samples und Vollerhebungen	

IV. KOMPARATISTIK

ALEXANDER HAAS / TILL KEYLING / HANS-BERND BROSIUS	246
Online-Diskussionsforen als Indikator für interpersonale (Offline-)Kommunikation? Methodische Ansätze und Probleme	

MARTINA FISCHER / SENTA PFAFF-RÜDIGER Zur Güte qualitativer Online-Methoden. Online- und Offline-Verfahren im Vergleich	268
OLAF JANDURA / MICHAEL MEYEN Validität von Variablenzusammenhängen bei Online-Befragungen. Eine Fallstudie zum Thema Mediennutzung	284
MICHAEL SCHARKOW Crowdsourcing von Inhaltsanalysen im World Wide Web?	301
DOMINIK JOHANNES LEINER / SEBASTIAN DOEDENS Test-Retest-Reliabilität in der Forschungspraxis der Online-Befragung	316
Autorinnen und Autoren	332