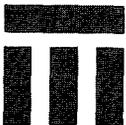


Hans-Bernd Brosius · Friederike Koschel

Methoden der empirischen Kommunikations- forschung

Eine Einführung

3. Auflage



VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN

Inhalt

Vorwort zur 3. Auflage	13
Vorwort zur 2. Auflage	13
Vorwort zur 1. Auflage	15
1. Kapitel: Was sind Methoden, was ist Empirie?	17
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
2. Kapitel: Wissenschaftstheorie als Wissenschaftsprogramm	35
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
3. Kapitel: Messen und Zählen I	47
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
4. Kapitel: Messen und Zählen II.....	58
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
5. Kapitel: Auswahlverfahren I.....	70
5.1 Grundgesamtheit.....	70
5.2 Voll- und Teilerhebungen	71
5.3 Repräsentativität	72
5.4 Zufallsstichprobe.....	74
6. Kapitel: Auswahlverfahren II	77
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
7. Kapitel: Befragung I: Grundlagen.....	91
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
8. Kapitel: Befragung II: Wie fragt man?.....	103
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
9. Kapitel: Das Interview - Interviewer und Befragte	124
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
10. Kapitel: Inhaltsanalyse I.....	136
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
11. Kapitel: Inhaltsanalyse II: Kategorien und Codebuch	150
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
12. Kapitel: Computerunterstützte Inhaltsanalyse.....	168
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

13. Kapitel: Experiment I	176
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
14. Kapitel: Experiment II: Validität und Fehler	185
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
15. Kapitel: Experiment III	195
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