

Inhalt

Einführung	5
1. Qualitative Forschung versus quantitativer Forschung	9
1.1. Wiederbelebung qualitativer Forschung	9
1.1.1. Grundlagen qualitativer Methoden	12
1.2. Qualitative Methoden in der Kommunikationswissenschaft	14
1.3. Zur Unterscheidung von qualitativer und quantitativer Forschung ..	16
1.4. Verbindung qualitativer und quantitativer Methoden	20
2. Geschichte der biographischen Methode	25
2.1. Die biographische Methode in der Kommunikationswissenschaft ..	33
2.2. Persönliche Dokumente – Autobiographien	35
2.2.1. Persönliche Dokumente in der Kommunikationswissenschaft	38
2.3. Charakteristika (medien-)biographischer Methode	40
2.3.1. Fragestellungen, Problempunkte und Ansätze	46
2.3.2. Anwendungsbereiche	52
3. Methodisches Vorgehen: Die einzelnen Phasen eines medien- biographischen Projekts	57
3.1. Planung	57
3.1.1. Die „Grounded Theory“ als möglicher Ansatz	59
3.1.1.1. Praktisches Vorgehen nach Glaser und Strauss	63
3.1.1.2. Einschränkungen der „Grounded Theory“	66
3.1.2. Analytische Induktion nach Znaniecki	68
3.1.2.1. Einschränkungen der analytischen Induktion	70
3.2. Datengewinnung	71
3.2.1. Auswahlverfahren	71
3.2.2. Anwerbung	75
3.2.3. Qualitative Erhebungsverfahren (Interviews)	76
3.2.3.1. Interview als Kommunikation	81
3.2.3.2. Das narrative Interview nach Schütze	85
3.2.3.2.1. Einschränkungen des narrativen Interviews	89
3.2.3.3. Das Leitfadeninterview	91
3.2.3.3.1. Einschränkungen des Leitfadeninterviews – der Leitfaden in qualitativen Erhebungsverfahren	93

3.2.4.	Verhalten des Interviewers	94
3.2.5.	Festhalten der Rahmenbedingungen	97
3.2.6.	Tonbandprotokollierung – Videoaufzeichnung	98
3.2.7.	Transkription des Interviews	99
3.2.8.	Wo endet das Projekt?	101
3.2.9.	Ansatz- und Problempunkte medienbiographischer Interviews	103
3.2.10.	Interviewbeispiele	106
3.3.	Interpretation qualitativer Daten	107
3.3.1.	Interpretationsverfahren	112
3.3.1.1.	Glaser/Strauss: „Grounded Theory“	114
3.3.1.2.	Oevermann/Allert/Kronau/Krambeck: Objektive Hermeneutik	114
3.3.1.3.	Schütze: Analyse narrativer Interviews	119
3.3.1.4.	Heinze/Klusemann: Sozialwissenschaftliche Paraphrasierung	120
3.3.1.5.	Querschnittsauswertungen	120
3.3.1.6.	Allgemeine Gerüste	121
3.3.2.	Ansätze in medienbiographischen Projekten	124
3.3.3.	Kontrolle der Interpretation	126
4.	Gütekriterien	131
4.1.	Validität	132
4.2.	Reliabilität	136
4.3.	Objektivität	138
4.4.	Repräsentativität – Reichweite medienbiographischer Studien	140
5.	Nutzen medienbiographischer Forschung	145
5.1.	Problempunkte medienbiographischer Forschung	146
5.2.	Zusammenfassung	148
5.3.	Abschließende Einschätzung der Möglichkeiten und Grenzen der medienbiographischen Methode	154
	Bestandsaufnahme medienbiographischer Studien und Projekte	159
	Literaturverzeichnis	161
	Sachregister	171