

---

# Inhalt

|          |                                                                    |           |
|----------|--------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1</b> | <b>Was sind Methoden, was ist Empirie?</b>                         | <b>1</b>  |
| 1.1      | Empirische versus nicht-empirische Methoden                        | 2         |
| 1.2      | Quantitative versus qualitative empirische Methoden                | 4         |
| 1.3      | Befragung, Inhaltsanalyse, Beobachtung und Experiment              | 5         |
| 1.4      | Deskriptive und explanative Forschung                              | 6         |
| 1.5      | Zur Relevanz empirischer Kommunikationsforschung                   | 7         |
| 1.5.1    | Aufgabenstellung der Wissenschaft                                  | 7         |
| 1.5.2    | Wissenschaftliches Vorgehen:<br>methodisch und systematisch        | 8         |
| 1.5.3    | Alles eine Frage der Wahrscheinlichkeit                            | 10        |
| 1.6      | Zum Verhältnis von Theorie und sozialer Wirklichkeit               | 12        |
| 1.7      | Empirische Kommunikationsforschung als Prozess                     | 15        |
| 1.8      | Wissenschaftstheorie als Wissenschaftsprogramm                     | 16        |
| 1.9      | Begriffe und Definitionen                                          | 18        |
| 1.9.1    | Definition von Begriffen                                           | 18        |
| 1.9.2    | Zum Begriff des Begriffs                                           | 20        |
| 1.9.3    | Typen von Begriffen                                                | 20        |
| 1.9.4    | Gültigkeitsbereich einer Definition/Typen<br>von Definitionen      | 21        |
| 1.9.5    | Operationalisierung von Begriffen<br>und operationale Definitionen | 22        |
| 1.10     | Theorie und Empirie                                                | 24        |
| 1.11     | Ablauf des empirischen Forschungsprozesses am Beispiel             | 27        |
| 1.11.1   | Der Entdeckungszusammenhang                                        | 28        |
| 1.11.2   | Der Begründungszusammenhang                                        | 29        |
| 1.11.3   | Der Verwertungszusammenhang                                        | 30        |
| <b>2</b> | <b>Messen und Zählen I</b>                                         | <b>33</b> |
| 2.1      | Messen in der empirischen Kommunikationsforschung                  | 33        |
| 2.2      | Merkmalsträger, Merkmale, Merkmalsausprägungen                     | 36        |

|          |                                                                                  |           |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.3      | Mess- bzw. Skalenniveaus . . . . .                                               | 36        |
| 2.3.1    | Nominale Skalierung . . . . .                                                    | 38        |
| 2.3.2    | Ordinale Skalierung . . . . .                                                    | 39        |
| 2.3.3    | Metrische Skalierung . . . . .                                                   | 39        |
| 2.4      | Differenziertheit von Messungen . . . . .                                        | 41        |
| 2.4.1    | Wahl des richtigen Skalenniveaus . . . . .                                       | 42        |
| 2.4.2    | Veränderung des Skalenniveaus nach der Messung . . . . .                         | 43        |
| 2.4.3    | Grenzen der Differenziertheit von Messungen . . . . .                            | 44        |
| <b>3</b> | <b>Messen und Zählen II . . . . .</b>                                            | <b>45</b> |
| 3.1      | Indexbildung und Skalierungsverfahren . . . . .                                  | 45        |
| 3.1.1    | Indizes . . . . .                                                                | 45        |
| 3.1.2    | Skalierungsverfahren . . . . .                                                   | 47        |
| 3.1.3    | Likert-Skala . . . . .                                                           | 49        |
| 3.2      | Reliabilität und Validität als zentrale Forderungen<br>an eine Messung . . . . . | 51        |
| 3.2.1    | Reliabilität . . . . .                                                           | 51        |
| 3.2.2    | Validität . . . . .                                                              | 56        |
| <b>4</b> | <b>Auswahlverfahren . . . . .</b>                                                | <b>59</b> |
| 4.1      | Grundgesamtheit . . . . .                                                        | 59        |
| 4.2      | Voll- und Teilerhebungen . . . . .                                               | 60        |
| 4.3      | Repräsentativität . . . . .                                                      | 61        |
| 4.4      | Die Zufallsstichprobe . . . . .                                                  | 63        |
| 4.5      | Verschiedene Auswahlverfahren . . . . .                                          | 66        |
| 4.6      | Willkürliche Auswahl . . . . .                                                   | 67        |
| 4.7      | Zufallsauswahl . . . . .                                                         | 68        |
| 4.7.1    | Einfache und systematische Zufallsauswahl . . . . .                              | 68        |
| 4.7.2    | Geschichtete Zufallsstichproben . . . . .                                        | 70        |
| 4.7.3    | Klumpenstichproben . . . . .                                                     | 71        |
| 4.8      | Bewusste Auswahlverfahren . . . . .                                              | 72        |
| 4.8.1    | Typische Fälle . . . . .                                                         | 72        |
| 4.8.2    | Auswahl von Extremfällen . . . . .                                               | 73        |
| 4.8.3    | Auswahl nach dem Konzentrationsprinzip . . . . .                                 | 74        |
| 4.8.4    | Auswahl nach Quotierung . . . . .                                                | 75        |
| 4.9      | Mehrstufige Auswahlverfahren . . . . .                                           | 77        |
| 4.10     | Stichprobenausfälle . . . . .                                                    | 79        |

|          |                                                                    |           |
|----------|--------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>5</b> | <b>Befragung I: Grundlagen</b>                                     | <b>83</b> |
| 5.1      | Typische Anwendungsgebiete der Befragung                           | 84        |
| 5.2      | Befragung im Mehrmethodendesign                                    | 85        |
| 5.3      | Frageformulierung                                                  | 85        |
| 5.3.1    | Offene oder geschlossene Frageformulierung?                        | 85        |
| 5.3.2    | Wahl des Skalenniveaus bei geschlossenen Fragen                    | 87        |
| 5.3.3    | Differenziertheit von Skalen                                       | 89        |
| 5.3.4    | Skala mit oder ohne Mittelpunkt?                                   | 90        |
| 5.4      | Antwortverzerrungen aufgrund der Frageformulierung                 | 90        |
| 5.4.1    | Kognitive und affektive Ausstrahlungseffekte                       | 91        |
| 5.4.2    | Konsistenz- und Kontrasteffekte                                    | 92        |
| 5.4.3    | Soziale Erwünschtheit                                              | 92        |
| 5.4.4    | Non-Opinions                                                       | 93        |
| 5.4.5    | Primacy-/Recency-Effekte                                           | 94        |
| <b>6</b> | <b>Befragung II: Fragebogenkonstruktion: Wie fragt man?</b>        | <b>95</b> |
| 6.1      | Frageotypen                                                        | 96        |
| 6.1.1    | Testfragen                                                         | 96        |
| 6.1.2    | Funktionsfragen                                                    | 100       |
| 6.2      | Standardisierungsgrad von Befragungen                              | 104       |
| 6.2.1    | Vollkommen standardisiertes Interview                              | 104       |
| 6.2.2    | Unstrukturiertes Interview                                         | 105       |
| 6.2.3    | Leitfadeninterview                                                 | 107       |
| 6.2.4    | Gruppeninterviews als Sonderform der Befragung                     | 107       |
| 6.3      | Befragungsmodus                                                    | 108       |
| 6.3.1    | Face-to-Face-Interviews                                            | 108       |
| 6.3.2    | Telefonische Interviews                                            | 109       |
| 6.3.3    | Schriftliche Befragung (Paper & Pencil)                            | 110       |
| 6.3.4    | Online-Befragung                                                   | 112       |
| 6.4      | Vertiefung 1: Telefonisches Interview<br>mit Computerunterstützung | 113       |
| 6.4.1    | Der elektronische Fragebogen                                       | 113       |
| 6.4.2    | Stichprobenziehung mit Hilfe des Computers                         | 114       |
| 6.4.3    | Die „Last-Birthday“-Methode                                        | 116       |
| 6.4.4    | Andere Formen computergestützter Befragungen                       | 117       |
| 6.5      | Vertiefung 2: Online-Befragungen                                   | 118       |
| 6.5.1    | Der Online-Fragebogen                                              | 118       |
| 6.5.2    | Stichprobenziehung bei Online-Befragungen                          | 119       |
| 6.5.3    | Qualität der Befragungsdaten                                       | 121       |

|          |                                                                |            |
|----------|----------------------------------------------------------------|------------|
| <b>7</b> | <b>Befragung III: Das Interview – Interviewer und Befragte</b> | <b>123</b> |
| 7.1      | Interviewerauswahl, -schulung und -einsatz                     | 123        |
| 7.2      | Das Interview als soziale Situation                            | 125        |
| 7.3      | Unerwünschte Effekte                                           | 126        |
| 7.3.1    | Interviewereffekte                                             | 127        |
| 7.3.2    | Sponsorship-Effekt                                             | 128        |
| 7.3.3    | Anwesenheits- und Zustimmungseffekt                            | 128        |
| 7.4      | Ablauf und Konzeption einer Befragung                          | 129        |
| 7.4.1    | Die wissenschaftliche Fragestellung                            | 130        |
| 7.4.2    | Aufteilung der Fragestellungen in Dimensionen                  | 130        |
| 7.4.3    | Operationalisierung                                            | 131        |
| 7.4.4    | Fragebogendesign und Pretest                                   | 131        |
| 7.4.5    | Durchführung der Befragung                                     | 131        |
| 7.4.6    | Auswertung und Ergebnisdarstellung                             | 132        |
| 7.4.7    | Ergebnispräsentation, Beantwortung der Fragestellung           | 132        |
| 7.5      | Möglichkeiten und Grenzen der Methode Befragung                | 133        |
| <b>8</b> | <b>Inhaltsanalyse I: Grundlagen</b>                            | <b>137</b> |
| 8.1      | Grundzüge und Herkunft                                         | 137        |
| 8.2      | Definitionen                                                   | 138        |
| 8.2.1    | Manifeste oder latente Bedeutung von Texten?                   | 139        |
| 8.2.2    | Quantitativ ...                                                | 141        |
| 8.2.3    | ... und intersubjektiv nachvollziehbar                         | 142        |
| 8.3      | Inhaltsanalyse als Methode zur Erfassung sozialer Realität     | 143        |
| 8.3.1    | Rückschlüsse auf den Kontext                                   | 143        |
| 8.3.2    | Rückschlüsse auf den Kommunikator                              | 144        |
| 8.3.3    | Rückschlüsse auf den Rezipienten                               | 145        |
| 8.4      | Anwendungsgebiete und typische Fragestellungen                 | 147        |
| 8.4.1    | Inhaltsanalysen auf dem Feld<br>der politischen Kommunikation  | 147        |
| 8.4.2    | Inhaltsanalysen in der Gewaltforschung                         | 148        |
| 8.4.3    | Inhaltsanalysen in der Minderheitenforschung                   | 149        |
| 8.5      | Die Vorteile der Inhaltsanalyse gegenüber anderen Methoden     | 150        |
| 8.5.1    | Darstellung vergangener Kommunikationsprozesse                 | 150        |
| 8.5.2    | Papier ist geduldig – Befragte sind es nicht                   | 151        |
| <b>9</b> | <b>Inhaltsanalyse II: Kategorien und Codebuch</b>              | <b>153</b> |
| 9.1      | Kategorien als Erhebungsinstrument der Inhaltsanalyse          | 153        |
| 9.1.1    | Inhaltliche Kategorien                                         | 153        |
| 9.1.2    | Formale Kategorien                                             | 155        |

|           |                                                                      |            |
|-----------|----------------------------------------------------------------------|------------|
| 9.2       | Codebogen                                                            | 157        |
| 9.3       | Codebuch                                                             | 157        |
| 9.4       | Formale Anforderungen an Kategorien:                                 |            |
|           | Vollständigkeit und Trennschärfe                                     | 159        |
| 9.4.1     | Vollständigkeit von Kategorien                                       | 159        |
| 9.4.2     | Trennschärfe der Kategorien                                          | 160        |
| 9.5       | Feststellung der Validität und Reliabilität<br>des Kategorienschemas | 161        |
| 9.6       | Grundgesamtheit und Stichprobenziehung                               | 162        |
| 9.7       | Analyseeinheiten                                                     | 165        |
| 9.8       | Ablauf einer Inhaltsanalyse                                          | 167        |
| 9.8.1     | Entdeckungszusammenhang                                              | 167        |
| 9.8.2     | Begründungszusammenhang                                              | 168        |
| 9.8.3     | Verwertungszusammenhang                                              | 170        |
| <b>10</b> | <b>Inhaltsanalyse III: Automatisierte Inhaltsanalyse</b>             | <b>173</b> |
| 10.1      | Ziele und Strategien der automatisierten Inhaltsanalyse              | 175        |
| 10.2      | Anwendungsgebiete der AIA                                            | 175        |
| 10.3      | Wesentliche Kennzeichen der AIA                                      | 176        |
| 10.4      | Kombination von herkömmlicher und automatisierter IA                 | 177        |
|           | 10.4.1 Wortschatzanalysen                                            | 177        |
|           | 10.4.2 AIA als Vorbereitung für eine konventionelle Inhaltsanalyse   | 178        |
| 10.5      | Zusammenfassung: Möglichkeiten und Grenzen<br>der Inhaltsanalyse     | 179        |
| <b>11</b> | <b>Beobachtung I: Grundlagen</b>                                     | <b>183</b> |
| 11.1      | Grundzüge                                                            | 183        |
| 11.2      | Beobachtung im Vergleich der Datenerhebungsmethoden                  | 185        |
| 11.3      | Einsatzmöglichkeiten der Beobachtung                                 | 187        |
|           | 11.3.1 Telemetrische Zuschauerforschung                              | 187        |
|           | 11.3.2 Redaktionsforschung                                           | 191        |
|           | 11.3.3 Rezeptionsforschung                                           | 192        |
|           | 11.3.4 Werbewirkungsforschung                                        | 193        |
|           | 11.3.5 Gewaltforschung                                               | 194        |
| 11.4      | „Big Data“                                                           | 195        |
| <b>12</b> | <b>Beobachtung II: Varianten und Durchführung</b>                    | <b>199</b> |
| 12.1      | Klassifikation von Beobachtungsformen                                | 199        |
|           | 12.1.1 Beobachter                                                    | 200        |
|           | 12.1.2 Beobachtungssituation                                         | 202        |
|           | 12.1.3 Erhebungsverfahren                                            | 205        |
|           | 12.1.4 Zusammenfassung                                               | 207        |

|           |                                                                |     |
|-----------|----------------------------------------------------------------|-----|
| 12.2      | Durchführung einer Beobachtungsstudie                          | 208 |
| 12.2.1    | Untersuchungseinheiten                                         | 208 |
| 12.2.2    | Stichprobenziehung                                             | 209 |
| 12.2.3    | Beobachtungsinstrument                                         | 210 |
| 12.2.4    | Beobachterschulung                                             | 212 |
| 12.2.5    | Auswertung                                                     | 212 |
| 12.3      | Gütekriterien und Fehlerquellen                                | 213 |
| 12.3.1    | Fehler des Beobachters                                         | 213 |
| 12.3.2    | Fehler aufgrund von Situation und Konzeption                   | 214 |
| 12.3.3    | Fehler aufgrund äußerer Bedingungen                            | 215 |
| <b>13</b> | <b>Experiment I: Grundlagen</b>                                | 217 |
| 13.1      | Einordnung in die Forschungslogik                              | 217 |
| 13.2      | Untersuchung kausaler Zusammenhänge                            | 218 |
| 13.3      | Manipulation und Kontrolle                                     | 219 |
| 13.4      | Unabhängige und abhängige Variablen                            | 220 |
| 13.5      | Störvariablen                                                  | 221 |
| 13.6      | Konfundierung                                                  | 222 |
| 13.7      | Experimental- und Kontrollgruppen                              | 223 |
| 13.7.1    | Selbstselektion                                                | 224 |
| 13.7.2    | Ethische Probleme                                              | 225 |
| <b>14</b> | <b>Experiment II: Validität und Fehler</b>                     | 227 |
| 14.1      | Repräsentativität experimenteller Ergebnisse                   | 227 |
| 14.2      | Externe und interne Validität                                  | 229 |
| 14.3      | Zufällige und systematische Fehler                             | 232 |
| 14.3.1    | Zufällige Fehler                                               | 232 |
| 14.3.2    | Systematische Fehler                                           | 233 |
| 14.4      | Versuchsleiter als Quelle zufälliger und systematischer Fehler | 234 |
| 14.5      | Kontrolle der Versuchsleitereffekte                            | 236 |
| 14.5.1    | Ausschalten bzw. Standardisierung<br>der Versuchsleitereffekte | 236 |
| 14.5.2    | Ausschaltung von Erwartungseffekten                            | 236 |
| <b>15</b> | <b>Experiment III: Varianten und Durchführung</b>              | 239 |
| 15.1      | Typen von Experimenten                                         | 239 |
| 15.1.1    | Laborexperimente                                               | 239 |
| 15.1.2    | Feldexperimente                                                | 240 |
| 15.2      | Ein- und mehrfaktorielle Untersuchungsdesigns                  | 243 |
| 15.2.1    | Einfaktorielle Untersuchungsdesigns                            | 243 |
| 15.2.2    | Mehr- oder multifaktorielle Untersuchungsdesigns               | 243 |

---

|                                                                       |         |
|-----------------------------------------------------------------------|---------|
| 15.3 Durchführung wissenschaftlicher Experimente . . . . .            | 246     |
| 15.3.1 Operationalisierung der Hypothesen . . . . .                   | 247     |
| 15.3.2 Entwicklung des Untersuchungsdesigns . . . . .                 | 247     |
| 15.3.3 Kontrolle der Störvariablen von Versuchspersonen . . . . .     | 248     |
| 15.3.4 Kontrolle der Störvariablen während der Durchführung . . . . . | 251     |
| 15.3.5 Instruktion . . . . .                                          | 253     |
| 15.3.6 Datenauswertung und Verfassen des Forschungsberichts . . . . . | 254     |
| <br>Literatur . . . . .                                               | <br>257 |