

METHODEN UND FORSCHUNGSLOGIK DER
KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

Katharina Sommer / Martin Wettstein /
Werner Wirth / Jörg Matthes (Hrsg.)

Automatisierung in der Inhaltsanalyse

HERBERT VON HALEM VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte
bibliografische Daten sind im Internet über
<http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Katharina Sommer / Martin Wettstein / Werner Wirth / Jörg Matthes (Hrsg.)
Automatisierung in der Inhaltsanalyse
Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft, 11
Köln: Halem, 2014

Die Reihe *Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft*
wird herausgegeben von Prof. Dr. Werner Wirth.

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung
und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten.
Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch
Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren)
ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert
oder unter Verwendung elektronischer Systeme
(inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet,
vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2014 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISSN 1863-4966

E-Book (PDF): ISBN 978-3-86962-149-4

Print: ISBN 978-3-86962-145-6

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im
Internet unter <http://www.halem-verlag.de>
E-Mail: info@halem-verlag.de

SATZ: Herbert von Halem Verlag
DRUCK: docupoint GmbH, Magdeburg
GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf
Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.
Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

Inhalt

Zum Schattendasein der automatisierten Inhaltsanalyse: Ein Vorwort	9
MARTIN WETTSTEIN >Best of both worlds<: Die halbautomatische Inhaltsanalyse	16
GEROLD SCHNEIDER Automated Media Content Analysis from the Perspective of Computational Linguistics	40
BERTIL SCHWOTZER Automatische Selektion von Beiträgen für themenspezifische Inhaltsanalysen mittels Schlagwortlisten	55
DAMIAN TRILLING Weg vom manuellen Speichern: rss-Feeds in der automatisierten Datenerhebung bei Online-Medien	73
DANIEL MAIER / ANNIE WALDHERR / PETER MILTNER / HANNAH SCHMID-PETRI / THOMAS HÄÜSSLER / SILKE ADAM Stichprobenziehung aus dem Netz – Wie man themenspezifische Online-Inhalte erfassen kann	90

ELISABETH GÜNTHER / MICHAEL SCHARKOW	111
Automatisierte Datenbereinigung bei Inhalts- und Linkanalysen von Online-Nachrichten	
TERESA K. NAAB / ANNIKA SEHL	127
Inhaltsanalytische Untersuchungen von User-Generated-Content-Angeboten: Eine Bestandsaufnahme zur Anwendung der Methode	
JOHANNES BREUER / THORSTEN QUANDT	145
Methodische Herausforderungen bei der Inhaltsanalyse von Computer- und Videospielen	
PATRICK RÖSSLER	162
Synergien zwischen Verschlagwortung und Codierung. Zur Verknüpfung von digitaler Erschließung und quantitativer Inhaltsanalyse: Ein Werkstattbericht	
Autorinnen und Autoren	174

Methoden / Grundlagen



KATHARINA SOMMER / MARTIN WETTSTEIN
/ WERNER WIRTH / JÖRG MATTHES (Hrsg.)

Automatisierung in der Inhaltsanalyse

*Methoden und Forschungslogik der
Kommunikationswissenschaft, 11*
2014, 184 S., Broschur, dt./engl.

EUR(D) 25,00 / EUR(A) 25,60 / sFr. 41,10

ISBN 978-3-86962-145-6

Die Inhaltsanalyse steht als zentrale Erhebungsmethode der Kommunikationswissenschaft angesichts der voranschreitenden technologischen Entwicklungen vor der großen Herausforderung, einzelne Prozesse zu automatisieren. Durch eine (Teil-)Automatisierung der Inhaltsanalyse kann mehr Material codiert werden, es fallen weniger Codierfehler an und nicht zuletzt werden Kosten eingespart. Dem stehen Einschränkungen entgegen, die schon in den letzten Jahrzehnten diskutiert wurden, aber nichts an Aktualität verloren haben: Computergestützte Codierung kann im Gegensatz zu menschlichen Codierern keinen Kontext bei den Codierentscheidungen berücksichtigen, erkennt Doppeldeutigkeiten nicht und bleibt so der impliziten Komponente von Medieninhalten weitestgehend verschlossen.

Vor diesem Hintergrund stellen sich die Autoren die Frage, welche Probleme durch die technologischen Weiterentwicklungen der letzten Jahre gelöst und welche Herausforderungen dazugekommen sind. Allerdings wird der Bogen noch etwas weiter gespannt und Bezug genommen auf das kontinuierliche Voranschreiten der Digitalisierung: Nicht nur die Frage wird berücksichtigt, wie automatisiert inhaltsanalytische Daten gewonnen werden können, sondern auch, welche Herausforderungen durch neue Medienangebote an die Inhaltsanalyse gestellt werden.



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln
<http://www.halem-verlag.de>
info@halem-verlag.de



Zum Schattendasein der automatisierten Inhaltsanalyse: Ein Vorwort

Schon vor nunmehr 14 Jahren stand die Inhaltsanalyse als zentrale Datenerhebungsmethode der Kommunikationswissenschaft im Zentrum einer DGPK-Methodentagung, und die Frage danach, inwiefern sich Teile oder sogar die gesamte Analyse automatisieren lassen, war schon damals Gegenstand der Diskussion. Im Tagungsband zur damaligen Tagung konstatierten die Herausgeber ein »Schattendasein« (WIRTH/LAUF 2001: 11) der computergestützten Inhaltsanalyse innerhalb der Kommunikationswissenschaft und es wurde vor allem deutlich, dass neben vielversprechenden Möglichkeiten wie der Analyse sehr umfangreicher Textmengen und einer hohen Reliabilität in der Codierung immer noch ungelöste Einschränkungen bestehen, die die Anwendbarkeit von automatischen, computergestützten Inhaltsanalysen deutlich einschränken (ZÜLL/ALEXA 2001; GEIS 2001). Während Züll und Alexa (2001) damals auf die Problematik fehlender Validität durch wenig ausgearbeitete Wortlisten hinweisen, auf denen die automatische Codierung häufig basiert, und Verbesserungspotenzial vor allem in der Ausarbeitung der Diktionäre erkennen, weist Geis (2001) in seiner Vergleichsstudie manueller und automatischer Codierung von offenen Antworten insbesondere darauf hin, dass die Mehrdeutigkeit von Worten und Textstellen und damit die Kontexterkenkung zu den größten Herausforderungen für die Weiterentwicklung automatischer Inhaltsanalysen zählt. Nichtsdestotrotz zeigt auch seine Studie schon das Potenzial computergestützter Codierung, klare und trennscharfe Kategorien, die sich gut über Wortlisten definieren lassen (wie beispielsweise Themenfelder), automatisch zu erfassen. Wenn auch die Schwierigkeiten automatischer Inhaltsanalysen während der Tagung im Jahr 2000 deutlich wurden, so klang doch die Zuversicht in den Beiträgen an, dass dies ein Feld sein

würde, auf dem in den nächsten Jahren und Jahrzehnten große Weiterentwicklungen zu erwarten wären.

Blickt man auf die inhaltsanalytischen Studien innerhalb der Kommunikationswissenschaft, die seitdem entstanden sind, so stellt man fest, dass die Forschung mit und zu automatischen Inhaltsanalysen in unserem Fach trotz einiger nennenswerter Fortschritte immer noch sehr überschaubar ist. Conway (2006) kommt in seiner Vergleichsstudie zu ganz unterschiedlichen Ergebnissen zwischen manueller und automatischer Codierung von politischer Print-Berichterstattung und resümiert, dass nur wenig nuancierte Analysen mit möglichst wenig inhaltlichen Querverbindungen automatisch möglich sind. Insbesondere für die Analyse der affektiven (und häufig impliziten) Komponente der Berichterstattung sieht er große Schwächen der computergestützten inhaltsanalytischen Datenerhebung. Conway verweist in seiner Kritik auf eine Studie aus dem Jahr 1991 (NACOS et al. 1991) und zeigt damit, wie wenig im Bereich der Kommunikationswissenschaft seither zu diesem Thema veröffentlicht wurde. Einige Jahre später entwickelte Scharkow (2012) mit seinem Programm *NewsClassifier* erstmals ein computergestütztes Tool, das auf Basis maschinellen Lernens diese Probleme bisheriger automatischer Inhaltsanalysen angeht und dabei zugeschnitten auf kommunikationswissenschaftliche Fragestellungen ist.

Vor diesem Hintergrund und angesichts der nach wie vor bestehenden methodischen Herausforderungen bei der automatisierten Inhaltsanalyse fand im Jahr 2012 in Zürich die Jahrestagung der Methodengruppe der DGPK statt. Ein Ziel der Tagung war es, Fortschritte in der Inhaltsanalyse innerhalb unseres Fachs insbesondere seit der Tagung im Jahr 2000 zu diskutieren. Ein wichtiges Subthema war dabei natürlich die Frage, wie weit die Automatisierung der Inhaltsanalyse vorangeschritten ist, welche Probleme gelöst und welche Herausforderungen dazugekommen sind. Allerdings wollten wir den Bogen noch etwas weiter spannen und Bezug nehmen auf das kontinuierliche Voranschreiten der Digitalisierung: Nicht nur die Frage, wie automatisiert inhaltsanalytische Daten gewonnen werden können, sondern auch, welche Herausforderungen durch neue Medienangebote an die Inhaltsanalyse gestellt werden, sollte auf der Tagung Berücksichtigung finden. Im Call for Papers fragten wir daher einerseits nach Fortschritten im Bereich der computergestützten Inhaltsanalyse und andererseits nach Entwicklungen von Analysemöglichkeiten zufälliger Elemente (z.B. Werbebanner), dynamischer Elemente (z.B. Diskussionen und Umfragen) oder benutzerspezifischer Elemente (z.B. Leseempfehlungen, Kommentare).

Da die Resonanz auf das Thema inhaltsanalytischer Automatisierungstendenzen sehr groß war, haben wir uns entschieden, einen gesonderten Band zur *Automatisierung in der Inhaltsanalyse* herauszugeben. Dies wird auch dem Stellenwert des Themas im Fach gerecht. Insgesamt war die Tagung – und dies wird auch im vorliegenden Tagungsband deutlich – geprägt von ganz unterschiedlichen Blickwinkeln auf die Automatisierung von Prozessen innerhalb der Inhaltsanalyse. So wird neben dem gängigen Verständnis der Automatisierung während der Datenerhebung auch thematisiert, wie neue Medieninhalte erfasst werden, wie Stichproben automatisiert gewonnen und wie erhobene Daten automatisch bereinigt werden können. Zwei Beiträge beschäftigen sich zwar nicht (vornehmlich) mit Automatisierung innerhalb der Inhaltsanalyse, sondern stellen digitale und interaktive Inhalte ins Zentrum (User-Generated-Content-Angebote und Computer- und Videospiele). Sie passen allerdings sehr gut in den Kontext dieses Bandes und bereichern den Blick auf die Automatisierungsprozesse digitaler Angebote.

Im ersten Beitrag des Bandes stellt MARTIN WETTSTEIN ein inhaltsanalytisches Verfahren vor, das manuelle und automatisierte Codierung von Inhalten kombiniert und so die Vorteile beider Herangehensweisen – die kontextsensible Codierung menschlicher Codierer und die reliable Codierung wenig nuancierter Inhalte durch ein Computerprogramm – miteinander vereint. Die eingangs erwähnten ungelösten Einschränkungen werden durch diesen Beitrag ein ganzes Stück relativiert.

Nicht die fachinternen Fortschritte, sondern die neuen Entwicklungen aus einem Bereich, der auf automatische Textanalysen spezialisiert ist, der Computerlinguistik, werden von GEROLD SCHNEIDER beschrieben. Darin wird insbesondere thematisiert, welche spannenden Weiterentwicklungen es bezüglich der semantischen Codierung innerhalb automatischer Inhaltsanalysen gibt und wie die Fehleranfälligkeit solch inhaltlich anspruchsvoller Codierungen gering gehalten wird.

Während diese beiden Beiträge sich mit dem inhaltsanalytischen Codierprozess beschäftigen, gehen die darauffolgenden drei Beiträge einen Schritt »zurück« zur automatischen Selektion des Untersuchungsmaterials für Inhaltsanalysen. BERTIL SCHWOTZER stellt in seinem Aufsatz die Frage, inwiefern sich bei der Selektion von für die Fragestellung relevanten Medienbeiträgen manuelle und automatische Herangehensweisen unterscheiden. Der Autor vergleicht die Auswahl von Beiträgen anhand von Zugriffskriterien durch Codierer mit der automatischen, softwaregesteu-

erten Selektion über Schlagwörter, die im Text enthalten sind. Er kommt zu dem für die Praxis der Inhaltsanalyse gewinnbringenden Schluss, dass automatische Selektion den Arbeitsaufwand deutlich einschränken kann, indem der Umfang der in Frage kommenden Beiträge deutlich (und richtig) reduziert wird, dieses verminderte Sample allerdings durch manuelle Nachselektion weiter reduziert werden muss.

DAMIAN TRILLING diskutiert in seinem Text eine Frage, mit der nahezu alle Inhaltsanalysen von Online-Quellen konfrontiert sind: Es geht um die Bedingungen, denen die Erfassung von Online-Medienbeiträgen unterliegt. So ist es durch die schnellen Updates von Beiträgen nötig, dass es entweder die Möglichkeit gibt, rückwirkend Inhalte zu erfassen, oder über einen längeren Zeitraum automatisch Beiträge zu erheben. Der Autor stellt ein neues Verfahren zur automatisierten Beitragsspeicherung von Online-Nachrichten mit Hilfe von RSS-Feeds vor, das Online-Artikel automatisch in einen Datensatz integriert und so zur weiteren Analyse zur Verfügung stellt.

Auch DANIEL MAIER, ANNIE WALDHERR, PETER MILTNER, HANNAH SCHMID-PETRI, THOMAS HÄUSSLER und SILKE ADAM beschäftigen sich mit der Auswahl von Online-Inhalten für eine Inhaltsanalyse. Sie diskutieren, wie eine durch Hypertextualität, schnelle Aktualisierung und Vielzahl unterschiedlicher Beitragsangebote erschwerte Auswahl an relevanten Beiträgen mit einem themenspezifischen Inhalt getroffen werden kann. In ihrem Beitrag stellen sie ein Verfahren vor, bei dem sie mit themenspezifischen Hyperlink-Netzwerken die Grundgesamtheit an Beiträgen zu einem spezifischen Thema ermitteln, aus der daraufhin eine Stichprobe für eine (manuelle) Inhaltsanalyse gezogen werden kann.

ELISABETH GÜNTHER und MICHAEL SCHARKOW wenden sich in ihrem Beitrag der Frage zu, wie Automatisierungsprozesse eingesetzt werden können, wenn die eigentliche, automatische Selektion und Extraktion von Online-Beiträgen schon stattgefunden hat. Da bei automatischem Herunterladen von Online-Inhalten beispielsweise durch Web-Crawler nicht nur der relevante Text, sondern häufig auch Hyperlinks, Formatierungsanweisungen und Werbeelemente extrahiert werden, müssen die Beiträge zuerst bereinigt werden, bevor sie weiter (computergestützt) inhaltsanalytisch untersucht werden können. Der Beitrag stellt unterschiedliche Strategien der Datenbereinigung für Inhaltsanalysen von Online-Material vor und testet sie anhand von internationalen Online-Nachrichten. Damit wird dem Fach eine notwendige forschungspraktische Innovation bereitgestellt.

In ihrer Metastudie von empirischen Untersuchungen von User-Generated-Content-Angeboten analysieren TERESA K. NAAB und ANNIKA SEHL, wie insbesondere in den inhaltsanalytischen Untersuchungen auf die Herausforderungen von Online-Inhalten methodisch reagiert wird. Dabei können sie zeigen, dass vor allem Textbeiträge und weniger multimediale Elemente in den Analysen Berücksichtigung finden. Bezüglich Automatisierungstendenzen stellen die Autorinnen fest, dass immerhin 15 Prozent der Analysen mindestens teilweise computergestützt durchgeführt werden. Die Studie zeigt aber auch Defizite in der Darstellung von inhaltsanalytischen Befunden auf, die nicht oft genug betont werden können.

Ähnliche Herausforderungen wie die Analyse von Online-Inhalten stellen sich auch für inhaltsanalytische Untersuchungen von Computer- und Videospielen: Die Interaktivität des zu analysierenden Inhalts stellt die gängige Herangehensweise von Inhaltsanalysen vor große Probleme. JOHANNES BREUER und THORSTEN QUANDT stellen in ihrem Beitrag bisherige Studien vor, die sich inhaltsanalytisch mit Computer- und Videospielen beschäftigt haben, und erarbeiten darauf aufbauend Vorschläge für ein mögliches Vorgehen bei einer Inhaltsanalyse digitaler Spiele.

Abschließend zieht PATRICK RÖSSLER im Rahmen eines Werkstattberichts eine Parallele zwischen der Verschlagwortung digital vorliegender Medienbeiträge innerhalb von Archiven und dem Kategorisieren bei einer standardisierten Inhaltsanalyse. Er diskutiert darin sowohl das Potenzial für inhaltsanalytische Untersuchungen, nämlich insbesondere formale und wenig nuancierte Verschlagwortungen (bzw. Kategorisierungen) beispielsweise für Frequenzanalysen zu übernehmen, als auch die Grenzen der Schlagwörter für inhaltsanalytische Fragestellungen durch fehlende Reliabilitätsüberprüfungen der Verschlagwortung und der Notwendigkeit einer Nachcodierung bei inhaltlich anspruchsvollen Kategorien.

Selbstverständlich ist es nicht möglich, ein so umfangreiches und facettenreiches Thema wie die Automatisierung der Inhaltsanalyse in Gänze und Fülle innerhalb eines einzigen Tagungsbands abzudecken. Umso dankbarer sind wir den Autorinnen und Autoren, die mit ihren Beiträgen einen so weiten, spannenden und perspektivreichen Blick auf das Automatisierungspotenzial in Inhaltsanalysen ermöglicht haben. Auch können nicht alle eingangs angesprochenen Probleme der automatisierten Inhaltsanalyse mit einem Band wie diesem gelöst werden. Allerdings verdeutlichen die hier vereinten Beiträge zwei Dinge: Erstens wird die automatisierte Inhaltsanalyse zunehmend von ihrem »Schattendasein« innerhalb der

Kommunikationswissenschaft (WIRTH/LAUF 2001: 11) befreit. Dies zeigen nicht nur die hier vorgestellten methodischen und forschungspraktischen Fortschritte, sondern auch die ganz unterschiedlichen inhaltlichen Fragestellungen, bei denen die automatisierte Inhaltsanalyse mittlerweile zum Einsatz kommt. Zweitens ist das Potenzial der automatisierten Analyse von Medieninhalten aber bei weitem noch nicht ausgeschöpft. Wir können aus heutiger Sicht in den nächsten Jahren zwar noch keine ›automatisierte Wende in der Inhaltsanalyse‹ erwarten. Allerdings wird die Relevanz und die Verwendung der automatisierten Inhaltsanalyse angesichts der nahezu unendlichen Verfügbarkeit von digitalen Inhalten und der sich dadurch ergebenden spannenden kommunikationswissenschaftlichen Fragestellungen weiter steigen. Dass dieser Prozess nur durch methodische Fortschritte ermöglicht werden kann, steht aus unserer Sicht außer Frage. Dieses Buch stellt hierzu einen kleinen Schritt dar. Es wird aber nicht das letzte Buch zur automatisierten Inhaltsanalyse gewesen sein.

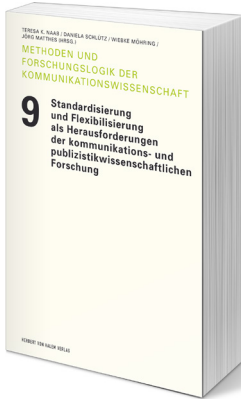
Katharina Sommer, Martin Wettstein, Werner Wirth und Jörg Matthes
Zürich und Wien im Juli 2014

Literatur

- CONWAY, M.: The subjective precision of computers: A methodological comparison with human coding in content analysis. In: *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 83 (1), 2006, S. 186 - 200
- GEIS, A.: Konventionelle versus computergestützte Codierung offener Fragen. Ein Vergleich der Codifier-Ergebnisse. In: WIRTH, W.; E. LAUF (Hrsg.): *Inhaltsanalyse – Perspektiven, Probleme, Potentiale*. Köln [Herbert von Halem] 2001, S. 318 - 336
- NACOS, B. L.; R. Y. SHAPIRO; J. T. YOUNG; D. P. FAN; T. KJELLSTRAND; C. MCCA: Content analysis of news reports: Comparing human coding and a computer-assisted method. In: *Communication*, 12 (2), 1991, S. 111 - 128
- SCHARKOW, M.: *Automatische Inhaltsanalyse und maschinelles Lernen*. Berlin [epubli] 2012
- WIRTH, W.; E. LAUF: Vorwort. In: WIRTH, W.; E. LAUF (Hrsg.): *Inhaltsanalyse – Perspektiven, Probleme, Potentiale*. Köln [Herbert von Halem] 2001, S. 7 - 12

ZÜLL, C.; M. ALEXA: Automatisches Codieren von Textdaten. Ein Überblick über neue Entwicklungen. In: WIRTH, W.; E. LAUF (Hrsg.): *Inhaltsanalyse – Perspektiven, Probleme, Potentiale*. Köln [Herbert von Ha-lem] 2001, S. 303-317

Methoden / Grundlagen



T. K. NAAB / D. SCHLÜTZ / W. MÖHRING /
J. MATTHES (Hrsg.)

Standardisierung und Flexibilisierung als Herausforderungen der kommuni- kations- und publizistikwissen- schaftlichen Forschung

*Methoden und Forschungslogik der
Kommunikationswissenschaft, 9*

2013, 324 S., 20 Abb., 16 Tab., Broschur

ISBN 978-3-86962-077-0

Standardisierung bedeutet, Verfahrensweisen zu vereinheitlichen. Durch die Einhaltung anerkannter Regeln in der theoretischen Anlage, der Datengewinnung, -auswertung und Ergebnisdarstellung kann der wissenschaftliche Forschungsprozess vereinfacht und beschleunigt werden. Die Anpassung an geprüfte und für gut befundene Standards kann die Qualität der Forschung sichern und Ergebnisse verschiedener Analysen vergleichbar machen. Eine unreflektiert an bestehende Vorgaben angepasste Forschung läuft aber Gefahr, einer angemessenen Homogenisierung Vorschub zu leisten, die Erkenntnisse jenseits der bekannten Pfade übersieht. Innovative Befunde lassen sich möglicherweise besser mittels flexibler Verfahren gewinnen. Eine Reflexion über die angemessene Vorgehensweise und das jeweils sinnvolle Maß an Standardisierung und/oder Flexibilisierung sowie über die Qualität der Standards, die man setzt, ist deshalb unabdingbar.

Der vorliegende Band versammelt sowohl theoretisch-methodologische Beiträge, die sich grundsätzlich mit einer Systematisierung von Ansätzen der Standardisierung und Flexibilisierung beschäftigen, als auch solche, die eine methodische Abwägung im Rahmen konkreter kommunikationswissenschaftlicher Untersuchungsanlagen treffen.



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln
<http://www.halem-verlag.de>
info@halem-verlag.de



Methoden / Grundlagen



BIRGIT STARK / MELANIE MAGIN /
OLAF JANDURA / MARCUS MAURER (Hrsg.)

Methodische Herausforderungen komparativer Forschungsansätze

*Methoden und Forschungslogik der
Kommunikationswissenschaft, 8*

2012, 352 S., 23 Abb., 44 Tab., Broschur, dt.
ISBN 978-3-86962-048-0

Seit Mitte der 1990er-Jahre sind komparative Forschungsansätze auf dem Weg, sich auch in der Kommunikations- und Medienwissenschaft immer mehr zu etablieren. Trotz der vermehrten Anerkennung dieser Studien mangelt es aber noch an einer Systematisierung des Forschungsfeldes, da die Auseinandersetzung mit den spezifischen methodischen Herausforderungen vergleichender Forschung noch nicht adäquat ausgebildet ist. Der vorliegende Sammelband setzt sich zum Ziel, diese vernachlässigte Diskussion anzustoßen und insbesondere methodologische Überlegungen im Kontext länder- und zeitvergleichender Studien zu vertiefen. Dabei werden das grundlegende Problem der Messäquivalenz in der komparatistischen Forschung diskutiert, Verfahrensfragen der Analyselogik und Fallauswahl beleuchtet sowie die Modellierung von Zeitreihenanalysen eingehender betrachtet.



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln
<http://www.halem-verlag.de>
info@halem-verlag.de



Methoden / Grundlagen



WIEBKE LOOSEN / ARMIN SCHOLL (Hrsg.)

Methodenkombinationen in der Kommunikationswissenschaft Methodologische Herausforderungen und empirische Praxis

*Methoden und Forschungslogik der
Kommunikationswissenschaft, 7*

2012, 328 S., 33 Abb., 21 Tab., Broschur, dt.

ISBN 978-3-86962-011-4

Methodenkombinationen stehen auf der Liste der Qualitätsempfehlungen für die empirische Sozialforschung ganz oben. Sie sind methodologisch aber noch recht wenig reflektiert und werden in der Praxis auch nicht alltäglich angewendet. Der Band versammelt 34 Kommunikationswissenschaftler und Kommunikationswissenschaftlerinnen, die in zwanzig Beiträgen Studien vorstellen, in denen zwei oder mehr Methoden miteinander kombiniert werden. Die Autoren und Autorinnen erörtern und diskutieren in erster Linie die methodische Konzeption und deren praktische Umsetzung. Deutlich wird dabei die Vielfalt und Originalität der methodischen Untersuchungsanlagen, der Vorgehensweisen und Anwendungen auf ganz verschiedene wissenschaftliche Fragestellungen. Es finden sich zahlreiche Anregungen für weitere Forschungsvorhaben, aber auch die Fallstricke, die mit dem Einsatz ambitionierter Methodenkombinationen verbunden sind.



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln
<http://www.halem-verlag.de>
info@halem-verlag.de



Methoden / Grundlagen



NIKOLAUS JACKOB / THOMAS ZERBACK /
OLAF JANDURA / MARCUS MAURER (Hrsg.)

Das Internet als Forschungsinstrument und -gegenstand in der Kommunikationswissenschaft

*Methoden und Forschungslogik der
Kommunikationswissenschaft, 6*

2010, 312 S., Broschur, dt.

ISBN 978-3-86962-032-9

Die Online-Forschung verzeichnete in den letzten Jahren einen deutlichen Professionalisierungsschub. Durch die stetig wachsende kommerzielle Nutzung von Online-Befragungen, vor allem aber durch die sozialwissenschaftliche Forschung, ist viel über die Stärken und Schwächen der Methode bekannt. Dennoch bleiben zentrale Probleme – z. B. in Bezug auf Stichprobenrepräsentativität oder Fragebogenqualität – ungelöst. Die Zeit nach dem ersten Ansturm bietet für die Methodenforschung Gelegenheit für eine erste Bilanz und einen Ausblick: An welchen Standards muss sich gute Forschung messen lassen, wo sind Fehler gemacht worden, wie soll Datenerhebung im Internet künftig aussehen?

Dieser Band enthält Beiträge, die sich mit dem Status quo der Online-Datenerhebung in der Markt- und Media-Forschung sowie mit der akademischen Forschung beschäftigen. Zudem gibt es Fallstudien, die sich kommunikationswissenschaftlichen Themen mithilfe der Methodenplattform des Internets angenähert haben. Drittens werden Studien dokumentiert, die einen genuin methodologischen Ansatz verfolgen und aus verschiedenen Perspektiven Verfahren thematisieren, die die Qualität der Datenerhebung verbessern. Im vierten Block sind Studien versammelt, die explizit oder implizit Vergleiche zwischen der Datenerhebung im Internet und althergebrachten Verfahren thematisieren.



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln
<http://www.halem-verlag.de>
info@halem-verlag.de

