

Empirische Sozialforschung ist ein „weites Feld“. Sie kann hier deshalb nur begrenzt thematisiert werden. Es ist jedoch wichtig, dafür ein Verständnis zu entwickeln, da der Erfolg der eigenen Forschung unmittelbar mit diesem Verständnis zusammenhängt. Unter empirischer Sozialforschung kann man „eine Gesamtheit von Methoden, Techniken und Instrumenten zur wissenschaftlich korrekten Durchführung von Untersuchungen des menschlichen Verhaltens und weiterer sozialer Phänomene“ (Häder 2015, S. 12) verstehen. Methoden sind wiederum systematisierte Handlungsanweisungen oder Regeln, die dabei helfen sollen, die ‚soziale Wirklichkeit‘ zu erforschen.

Um an Ergebnisse zu gelangen, gibt es unterschiedliche Wege. Die grundlegenden Methoden der empirischen Sozialforschung stellen die *Beobachtung* und die *Befragung* sowie die *Inhaltsanalyse* dar; auf letztere beiden werden wir uns im weiteren Verlauf konzentrieren. Mit Werner Fröh (2007) lässt sich empirische Forschung und Wissenschaft nun wie folgt zusammenfassen:

„Empirische Wissenschaft ist die systematische, intersubjektiv nachprüfbare Sammlung, Kontrolle und Kritik von Erfahrung. Ausgangspunkt der Forschung bildet eine Frage, Vorstellung oder Vermutung über reale Sachverhalte, also etwas Gedachtes, ein Begriff bzw. ein Problem. Es folgt der Versuch einer theoretischen Erklärung in Form von Hypothesen oder Theorien. Im dritten Schritt sind dann die theoretischen Erklärungsversuche durch den Einsatz bestimmter Methoden zu überprüfen, indem sie an konkreten, erfahrbaren Sachverhalten getestet werden.“ (S. 19)

Bei der empirischen Arbeit sind Regeln deshalb nicht nur sinnvoll, sondern schlichtweg notwendig, weil sich dadurch für andere erst die Nachvollziehbarkeit der eigenen Forschung ergibt. Es ist also wichtig, sein Vorgehen zu explizieren, damit andere ForscherInnen wiederum nachvollziehen und überprüfen können, wie man selbst gearbeitet hat. Nur so kann sichergestellt werden, dass man mit Forschung der

‚Wahrheit‘ auch etwas näher kommt. Die wissenschaftliche Erfahrung unterliegt, im Vergleich zur alltäglichen, also bestimmten Bedingungen.

Als ForscherInnen generieren wir *Daten*. Darunter werden jegliche Informationen verstanden, die mithilfe unserer Methoden gewonnen werden. Letztlich gibt es zwei Arten, die dabei unterschieden werden können, nämlich *quantitative* und *qualitative* Daten. Diese Unterscheidung hat unter WissenschaftlerInnen schon den einen oder anderen Streit verursacht und für viele hitzige Diskussionen gesorgt. Gestritten wurde und wird, welche Daten die ‚Wirklichkeit‘ besser abbilden können. Beide Formen sind letztlich wichtig und notwendig, wenn man ein Phänomen verstehen *und* erklären will. Im weiteren Verlauf werden wir uns jedoch lediglich auf die Erhebung *quantitativer* Daten beschränken.⁴

Mit quantitativen Daten möchte man Zusammenhänge erkennen, indem man Merkmale eines Objektes in Zahlen „umwandelt“ und so messbar macht. Werner Früh (2007, S. 23) spricht hier von der Übersetzung eines „empirischen“ in ein „numerisches Relativ“, das dazu dient, bestimmte Annahmen bzw. unsere Theorie zu überprüfen. Folglich existiert ein soziales Phänomen, das wir mithilfe unserer Theorie erklären wollen. Wir nutzen dazu zum Beispiel ein Kategoriensystem, wenn wir inhaltsanalytisch vorgehen; oder wir versuchen Zusammenhänge durch Befragungen (genauer: in dem wir *Fragen* stellen) zu ermitteln. Mit unseren Kategorien (bzw. Fragen) erfassen wir also bestimmte Merkmale, die als *Variablen* bezeichnet werden und wiederum bestimmte Ausprägungen annehmen können. Oftmals wird in Befragungen beispielsweise die Variable *Geschlecht* erhoben, meist mit den Ausprägungen „männlich“ und „weiblich“. Neuere Debatten und Diskurse führen jedoch dazu, dass diese Ausprägungen erweitert werden. Der Netzwerk-Dienst *Facebook* bietet mittlerweile mehr als 60 Geschlechts-Ausprägungen zur Auswahl an. Das zeigt auch, dass Forschung stets aktualisiert werden muss, da die soziale Wirklichkeit einem stetigen Wandel unterliegt.

4 Gläser & Laudel (2010) haben in Microsoft *Word* ein Auswertungsverfahren realisiert, das, wie auch hier, auf sogenannten „Makros“ basiert und für qualitative Inhaltsanalysen genutzt werden kann. Das Programm *MIA* („Makrosammlung für die qualitative Inhaltsanalyse“) bieten die Autoren kostenlos auf ihren Internetpräsenzen an, zum Beispiel auf <http://www.laudel.info/mia/> (letzter Zugriff: 16.7.2015). Leider wird „nur“ die Integration der Makros vorgestellt und nicht der Programmiervorgang selbst, denn „MIA [ist] so konzipiert, dass die Nutzer nicht mehr selbst programmieren müssen. Vorausgesetzt werden lediglich elementare Kenntnisse im Umgang mit Computern und ein sicherer Umgang mit der Textverarbeitung WORD für Windows“, wie es in der Anleitung zum Programm heißt, die ebenfalls unter dem Link zu finden ist.

2.1 Das Wichtigste: Eine konkrete Fragestellung

Generell hängt Forschung sehr stark davon ab, was überhaupt beobachten werden soll. Eine konkrete Fragestellung bildet den Kern einer jeden Untersuchung und sollte daher immer am Anfang stehen. Wenn wir nicht wissen, was genau unser Problem ist, können wir auch keine Lösung finden. Wenn wir keine konkreten Fragen stellen, finden wir nur schwerlich Antworten darauf. Unser Forschungsinteresse bestimmt also erheblich den Verlauf unserer Arbeit und letztlich auch die Wahl der geeigneten Methode. Zum Beispiel ist das *Kategoriensystem* für Inhaltsanalysen essentiell. Es bildet die Grundlage der Datenerhebung und sollte dementsprechend „dicht“ (Geertz, 1987) beschrieben und angelegt sein. Es ist mühsam und aufwendig, Rekodierungen vorzunehmen, wenn man viele offene Kategorien hat. In einigen Fällen lassen sich diese gar nicht vermeiden, weil der Gegenstand zum Beispiel noch wenig erforscht ist. Die Komplexität der Fragestellung bedingt natürlich auch die Komplexität des Kategoriensystems bzw. das Ausmaß der Fragen, die man zur Beantwortung heranziehen möchte. Wie man dabei vorgeht, wird gleich cursorisch gezeigt. Die einzelnen Methoden werden dabei jeweils knapp charakterisiert und das jeweilige Vorgehen dargestellt. Zunächst kommen wir nochmals genauer auf das Messen von Sachverhalten und Skalenniveaus zu sprechen.

2.2 Messung und Skalierung

SozialwissenschaftlerInnen, die quantitativ forschen, greifen zur Erklärung von Zusammenhängen auf Zahlen zurück, die wiederum das Resultat von *Messungen* sind. Sehr basal ausgedrückt heißt „etwas messen“, einem Objekt oder einer Objekteigenschaft einen Zahlenwert gemäß bestimmter Regeln zuzuweisen. Man sagt auch, dass einem *empirischen Relativ* ein *numerisches Relativ* zugeordnet wird. Wir nehmen also Messungen von Merkmalen vor und erstellen am Ende eine Häufigkeitsverteilung. Hierzu ein Beispiel: In einem Korb liegt eine bestimmte Anzahl von grünen und roten Äpfeln. Das Objekt „Apfel“ kann also die Objekteigenschaft „rot“ oder „grün“ besitzen. Durch einfaches Zählen („messen“) wird nun die Verteilung der Objekteigenschaften (der „Merkmale“) bestimmt. Die Merkmale können jedoch oftmals nicht direkt erfasst werden, weshalb wir *Indikatoren* benötigen, die auf jene Merkmale hinweisen. Im Fall unserer Äpfel ist der Indikator die andere Farbe, das heißt andere Sättigungs-, Kontrast- oder Helligkeitswerte, die wir jeweils unterschiedlich *wahrnehmen* und uns dazu dienen, eine Differenz herzustellen und eine Zuordnung vorzunehmen.

Letztlich werden die Messungen jedoch nicht „irgendwie“ durchgeführt, sondern unterliegen bestimmten Anforderungen, wie zum Beispiel der „homomorphen Abbildung“ (Homomorphie), der „Strukturgleichheit“ (Isomorphie) oder der „Präzision“ (vgl. ausführlich: Küchenhoff 2006, S.154-5). Wenn man nun einem Merkmal eine Zahl zuweist, dann kann diese Zuweisung verschiedene Bedeutungen haben und „[w]elche Bedeutung diesen Zahlen zukommt und welche Operationen auf diese Zahlen angewendet werden dürfen, beschreibt das so genannte *Skalenniveau* oder kurz: *Niveau*“ (Küchenhoff 2006, S. 157; Herv. i. O.).

Grob kann man die Skalen in *nicht-metrische* und *metrische* Skalen differenzieren. Der Unterschied besteht darin, dass man mit (quasi-)metrischen Skalen (bzw. Messwerten) Rechenoperationen durchführen kann. Folgende Skalenniveaus gibt es:

- Nominalskala (nicht-metrisch)
- Rang- / Ordinalskala (quasi-metrisch)
- Intervallskala (metrisch) & Verhältnis-/ Ratioskala (metrisch)

2.2.1 Nominalskala

Die *Nominalskala* wird bei qualitativen Daten genutzt. Deren Ausprägungen oder Messwerte stehen jedoch in keinem rechnerischen Verhältnis zueinander. Dementsprechend sind die Zuordnungen (Messungen) beliebig und können als solche auch willkürlich umgeordnet werden. In quantitativen Vorhaben werden oftmals *binär* bzw. *dichotom* ausgeprägte Variablen genutzt, also Variablen, die zweistufig sind und die Ausprägung „0/1“ besitzen. Zwischen diesen Merkmalen besteht somit keine numerische Reihenfolge, sie kann jedoch *logisch* sein. Ein Beispiel soll dies verdeutlichen: Nehmen wir an, wir wollen durch eine Frage herausfinden, welche Hobbies eine Person hat. Die vorgegebenen Kategorien könnten zum Beispiel „Fußball spielen“, „Klavier spielen“ oder „Lesen“ sein. Die ‚Ordnung‘ der Kategorien könnte dabei auch umgekehrt sein, da sie in keinem numerischen Verhältnis zueinander stehen, denn „[b]ei einer Nominalskala ist (...) auch durch die sachlogische Reihenfolge der Merkmalsausprägungen keine Ordnung der Merkmalsausprägungen vorgegeben“ (Küchenhoff 2006, S. 158). Die Merkmalsausprägung wäre dann jeweils „0/1“, also „nicht-vorhanden/vorhanden“. Genauer könnte man sagen, dass es sich bei Messungen auf nominalem Niveau nicht um Messungen als solche, sondern lediglich um einen Klassifikationsakt handelt, da man nur eine Einteilung bzw. Zuordnung vornimmt und letztlich bestimmt, ob die jeweiligen Kategorien zutreffen oder nicht (vgl. Früh 2007, S. 32).

2.2.2 Rang- bzw. Ordinalskala

Anders ist der Zusammenhang bei *Rangskalen* bzw. Messungen auf *ordinalem* Niveau. Hier besteht eine Rangordnung bzw. Reihenfolge zwischen den Merkmalen, das heißt etwas ist also *mehr* oder *weniger* wert, *größer* oder *kleiner* bzw. *besser* oder *schlechter*. Folglich besteht das Verhältnis in einer „Über-/Unterordnung, der Vor-/Nachzeitigkeit, des Mehr/Weniger oder Besser/Schlechter“ (Früh 2007, S. 32). Die Rangordnung sagt jedoch nichts darüber aus, wie groß der Abstand der einzelnen Werte ist, deshalb spricht man hier von einer *quasi-metrischen* Skala, mit der man in bestimmten Fällen auch Rechnungen durchführen kann. Damit ist im Grunde gemeint, „dass auch Skalen mit nur drei, vier oder fünf Skalenpunkten so behandelt werden, als ob die Abstände zwischen den einzelnen Skalenpunkten gleich groß wären. Als Folge dieser Annahme werden dann Berechnungen durchgeführt, die strenggenommen nicht zulässig sind“ (Brosius, Haas & Koschel, 2012, S. 38). Ein häufig diskutierter Fall sind zum Beispiel die Schulnoten.

2.2.3 Intervall- und Ratioskala

Rechnungen können immer dann durchgeführt werden, sobald die Variablen auf Intervallskalen bzw. Verhältnisskalen (Ratioskala) beruhen, denn hier liegt eine *metrische* Skalierung vor. Die gemessenen Merkmale lassen sich dabei in *diskrete* und *stetige* Merkmale unterscheiden, wobei diskrete Merkmale „einzelne isolierte Zahlen als Ausprägung [besitzen], die abzählbar sind“ und stetige Merkmale „ein ganzes Zahlenintervall ausfüllen“ (Küchenhoff 2006, S. 160). Im letzteren Fall sind die einzelnen Ausprägungen also nicht mehr abzählbar, weil sie sich unendlich oft teilen lassen. Der Unterschied zwischen Intervall- und Verhältnisskalen besteht darin, dass bei Verhältnisskalen ein ‚natürlicher Nullpunkt‘ vorhanden ist und bei Intervallskalen nicht. Bei Zeit-, Längen- oder Volumen-Messungen existieren natürliche Nullpunkte – 40cm sind zum Beispiel doppelt so lang wie 20cm. Bei Temperaturen ist der Nullpunkt jedoch willkürlich festgelegt, weshalb zum Beispiel 10 °C nicht doppelt so warm sind wie 5 °C – hier bleibt zwar der Abstand gleich, das heißt 30°C sind ebenfalls 5°C wärmer als 25°C, nicht aber das Verhältnis (25°C entsprechen nicht 5/6 von 30°C).

2.2.4 Skalierungsverfahren

Die Skalierungsverfahren dienen dazu, „Daten zu erhalten, die erstens die verwendeten theoretischen Konstrukte adäquat repräsentieren und zweitens für eine leistungsfähige statistische Auswertung geeignet sind“ (Küchenhoff 2006, S. 162). Grundsätzlich wird in *direkte* und *indirekte* Verfahren unterschieden, die jedoch immer das Ziel haben, die Objektmerkmale reliabel und valide wiederzugeben. Die *Reliabilität* eines Instruments bezieht sich dabei auf die Verlässlichkeit der Daten, das heißt man untersucht, ob das Instrument auch bei mehreren ForscherInnen zu denselben (oder mindestens vergleichbaren) Ergebnissen führt. Die *Validität* bezieht sich wiederum darauf, ob das Erhebungsinstrument auch wirklich das misst, was es messen soll.

Direkte Verfahren zeichnen sich dadurch aus, dass die TeilnehmerInnen der Studie im Prinzip die Messung vornehmen. Die „quantitative Einordnung“ (Küchenhoff 2006, S. 163) wird also von ihnen getroffen, nämlich dadurch, dass sie zum Beispiel einen Fragebogen ausfüllen und die Werte anschließend *direkt* in den Datensatz übertragen bzw. übernommen werden. (Gleiches gilt natürlich auch, sollte die ForscherIn den Fragebogen ausfüllen.) *Rating-Skalen* sind hierfür ein typisches Beispiel, denn hier wird auf einer mehrstufigen Skala eine Zuordnung vorgenommen (eine Auswahl getroffen) und die dabei entstehenden Werte werden direkt zur Auswertung genutzt. Bewährt haben sich dabei fünf- oder siebenstufige Skalen, da sie einer metrischen Skala am nächsten kommen (die Abstände zwischen den Ausprägungen müssen dabei gleich sein). Dabei gilt zu beachten:

„Je mehr Ausprägungen eine Rating-Skala besitzt, desto besser lässt sich damit zwischen unterschiedlichen Einschätzungen differenzieren, desto mehr Informationen erhalten wir durch die Messung. Andererseits darf die Fähigkeit der einschätzenden Person zur Differenzierung zwischen den einzelnen Ausprägungen nicht überschätzt werden.“ (Küchenhoff 2006, S. 165)

Von Fall zu Fall ist zudem zu unterscheiden, ob eine *gerade* oder *ungerade* Anzahl von Ausprägungen verwendet werden soll. Bei ungeraden Skalen wird der befragten Person die Möglichkeit zugesprochen, sich neutral zu positionieren, währenddessen eine gerade Skalierung eine solche Positionierung durch das Fehlen einer Mittelkategorie erzwingt.

Bei *indirekten* Verfahren ergibt sich der Messwert wiederum nicht direkt aus den Einschätzungen der TeilnehmerIn, sondern letztlich indirekt aus einer Reihe von Messungen. Typische Beispiele hierfür sind die *Likert-Skala*, das *semantische Differential* oder die *Guttman-Skala*. Die Likert-Skala basiert auf dem Prinzip einer Rating-Skala, nur dass die Ergebnisse später additiv zusammengefasst werden. Ziel

ist es dabei zum Beispiel, latente Merkmale zu erheben, die nicht direkt gemessen werden können – man geht sozusagen einen Umweg, indem man einen *Index* bildet, der für ein spezifisches Merkmalskonstrukt steht. Für die Indexbildung werden zum Beispiel *Faktorenanalysen* durchgeführt. Mit ihnen möchte man herausfinden, ob die zusammengeführten Faktoren (die unterschiedlichen Merkmale) auch dasselbe Phänomen messen. *Aggressionen* lassen sich zum Beispiel nur schwerlich direkt erfragen, sondern am ehesten noch beobachten. Um dieses latente Persönlichkeitsmerkmal jedoch erheben zu können, werden Fragen gestellt, die indirekt auf dieses Merkmal abzielen und später zu einem Faktor „Aggressivität“ gebündelt werden.

Jede sozialwissenschaftliche Messung erfordert ein Erhebungsinstrument bzw. ein methodisches Vorgehen. Nachfolgend werden nun zwei der wesentlichen Instrumente besprochen. Beginnend mit der Inhaltsanalyse, wird daran anschließend auf die Befragung eingegangen. Ziel der Ausführungen ist ein grundlegendes Verständnis dieser Methoden, um die spätere Konstruktion des Codesheets bzw. des Fragebogens besser verstehen und nachvollziehen zu können. Wer bereits theoretische Kenntnisse besitzt und eigene Erfahrungen gemacht hat, für den werden die beiden Abschnitte lediglich Wiederholungen darstellen.

2.3 Grundlagen der Inhaltsanalyse

Mithilfe der Inhaltsanalyse lassen sich unter anderem Texte, Bilder oder Filme systematisch untersuchen und auswerten. Systematisch heißt, dass das Material nicht willkürlich, sondern regelgeleitet und anhand einer Fragestellung untersucht wird. Das Material wird dabei oftmals nicht in Gänze, sondern mithilfe einer Stichprobe untersucht, die ebenfalls einer systematischen Auswahl, der *Stichprobenziehung*, unterliegt. Die Anwendbarkeit der Methode ist dabei nicht nur auf Massenkommunikation beschränkt, sie kann gleichsam zur Analyse von Werbeanzeigen, literarischen Texten oder Ratgeberliteratur (sowie vieles mehr) verwendet werden. Ziel ist es jedoch immer, *Inferenzen* herzustellen, das heißt von textimmanenten Merkmalen auf textexmanente Phänomene zu schließen; also Schlussfolgerungen zu ziehen. Klaus Merten (1995) definiert die Inhaltsanalyse als „eine Methode zur Erhebung sozialer Wirklichkeit, bei der von Merkmalen eines manifesten Textes auf Merkmale eines nichtmanifesten Kontextes geschlossen wird“ (S. 59; Herv.i. O.). Man

könnte Textinhalte also hinsichtlich ihrer Produzenten untersuchen. Außerdem könnte man fragen, wie sich bestimmte Akteure in bestimmten Medien äußern. Im erwähnten DFG-Projekt „Ethik der Werbung“ wurde mithilfe einer quantitativen Inhaltsanalyse untersucht, welche *ethischen Probleme* von Werbepraktikern geäußert werden, um daraufhin Rückschlüsse auf das Feld der Werbung zu ziehen. Weitere Anwendungsgebiete sind zum Beispiel die Analysen politischer Kommunikation, die Propagandaforschung oder die Untersuchung des zeitlichen Verlaufs bestimmter Themen innerhalb der Berichterstattung. Ebenso werden Inhaltsanalysen in der Gewaltforschung eingesetzt, so etwa innerhalb der Kommunikationswissenschaft, die zum Beispiel das Phänomen „Gewalt in Medien“ mithilfe der *Kultivierungshypothese* analysiert.

Die Inhaltsanalyse bietet viele Vorteile, so können ForscherInnen auf ‚nicht-reaktives‘ Material zurückgreifen, das heißt auf Material, das sich nicht mehr verändert bzw. durch externe Einflüsse ‚verfälscht‘ wird, denn bei einer Befragung können die Fragen *Reaktanz* hervorrufen und so die Antworten beeinflussen. Außerdem kann Material untersucht werden, das von Personen stammt, die längst nicht mehr leben. „Der Forscher ist unabhängig von der physischen Anwesenheit der Personen, Tote kann man nicht befragen, oder sie als Versuchspersonen in einem Labor einsetzen“, wie es Brosius et al. (2012, S. 141) formulieren. Da sich der Gegenstand nicht verändert, lassen sich Inhaltsanalysen auch beliebig wiederholen, das heißt kritisch überprüfen, wenn wir ein Ergebnis anzweifeln; gleichwohl dem natürlich auch Grenzen gesetzt sind. Wie geht man bei Inhaltsanalyse nun vor? Zunächst benötigen wir eine Fragestellung und stellen dementsprechend Hypothesen auf, die wir ‚testen‘ wollen.

2.3.1 Fragestellung und Hypothesen

Ohne eine konkrete *Fragestellung* bzw. einem Erkenntnisinteresse gibt es auch keine Forschung. „Das Ziel einer Untersuchung hat einen unmittelbaren Einfluss auf alle weiteren Schritte der Untersuchung“ (Merten 1995, S. 316), dieser Feststellung von Klaus Merten ist im Grunde nichts mehr hinzuzufügen. Quantitative Forschung ist meist *deduktive* Forschung, das heißt man stellt Hypothesen auf, die überprüft (‚verifiziert‘ bzw. ‚falsifiziert‘) werden sollen. Eine *Hypothese* ist dabei als Zusammenhang zwischen (mindestens) zwei Variablen zu verstehen. Wir könnten uns zum Beispiel für die Gewaltdarstellung im Fernsehen interessieren. Eine Frage könnte dann sein, wie häufig Gewalt im Fernsehen dargestellt wird. Eine Hypothese, die wir in diesem Zusammenhang überprüfen könnten, wäre: *In Deutschland zeigt der öffentliche Rundfunk in seinem Fernsehprogramm weniger Gewalt als der private*

Rundfunk. Haben wir uns für eine Fragestellung entschieden und Hypothesen gebildet, geht es als nächstes darum, festzulegen, wie und womit wir diese Frage beantworten wollen. Wir legen dazu verschiedene Einheiten fest.

2.3.2 Die Bestimmung der Einheiten

Patrick Rössler (2010, S.41-5) benennt vier grundlegende Typen von Einheiten: die *Auswahleinheit* (sampling unit), die *Analyseeinheit* (recording unit), die *Codiereinheit* (content unit) und die *Kontexteinheit* (context unit)⁵. Zunächst legen wir also fest, mithilfe welchen Materials wir unsere Frage beantworten *können*, bzw. legt die Auswahleinheit fest, „welches Medienmaterial inhaltsanalytisch zu untersuchen ist“ (Rössler 2010, S.42). Es würde sicherlich niemand auf die Idee kommen, Printmedien als *sampling unit* zu wählen, würde man Fernsehbeiträge analysieren wollen. In unserem Beispiel interessiert uns Gewalt im Fernsehen, unsere Auswahleinheit wäre also audio-visuelles Material im Medium „Fernsehen“. Was (oder wie viel) genau wir nun dort untersuchen, legen wir fest, indem wir die *Grundgesamtheit* bestimmen:

„Die Grundgesamtheit einer Inhaltsanalyse bestimmt sich, aus der Forschungsfrage abgeleitet, nach zwei Kriterien: dem zu untersuchenden Zeitraum und dem zu untersuchenden Medium.“ (Brosius et al. 2012, S. 152)

In unserem obigen Beispiel bestünde die Grundgesamtheit in allen öffentlichen und privaten Sendern der BRD, die audio-visuelles Material verbreiten. Da Vollerhebungen oftmals sehr aufwendig und dazu meist auch noch teuer sind, ist es sinnvoll (oder nahezu notwendig), eine Stichprobe aus der *Grundgesamtheit* zu ziehen. Unsere *Stichprobe* wäre demgemäß nur ein Teil dieser Grundgesamtheit, die diese bestenfalls als Ausschnitt *repräsentiert*. Es gibt verschiedene Möglichkeiten eine Stichprobe zu ziehen, angewendet werden meist *einfache* oder *systematische Zufallsauswahlen* sowie *Klumpenstichproben*. Außerdem besteht die Möglichkeit, die Fälle *bewusst* und nicht zufällig auszuwählen. Eine Stichprobe wird häufig

5 Auf die Darstellung der Kontexteinheit wird hier verzichtet. Es handelt sich dabei, sehr kursorisch formuliert, um ein Hilfskonstrukt, das den CodiererInnen erlaubt Kontextinformationen zur Codierung heranzuziehen, falls dies notwendig ist: „Zum Beispiel ist es für die korrekte Erfassung der Aussage: ‚Sie besuchte anschließend den Soldatenfriedhof in Washington‘ erforderlich, dass ein weiterer Kontext herangezogen wird – in diesem Fall die Tatsache, dass der Satz in einem Artikel über Bundeskanzlerin Merkels USA-Reise stand“ (Rössler 2010, S. 45).

auch *Sample* genannt und beinhaltet letzten Endes das ganze Material, das zur Beantwortung der Fragestellung herangezogen und innerhalb der Analyse genutzt werden soll.⁶

Als nächstes müssen wir unsere *Analyseeinheit* festlegen. Sie bildet die Grundlage unserer Codierung und enthält die *Merkmalsträger*, das heißt die Informationen, die für die Analyse notwendig sind. Der Artikel stellt zum Beispiel eine typische Analyseeinheit für Untersuchungen von Printmedien dar. Würden wir unsere obige Fragestellung konkretisieren und zum Beispiel danach fragen, wie Gewalt in Nachrichten-Sendungen vorkommt, könnten wir auch dort den einzelnen Nachrichten-Beitrag (analog zum Artikel) als Analyseeinheit definieren. Insgesamt gilt, dass die Festlegung wichtig ist, „weil die Ergebnisse alle in Bezug auf diese Analyseeinheit zu sehen sind“ (Brosius et al. 2012, S. 155). Jedoch wird nicht nur die Vergleichbarkeit hergestellt, sondern auch die *Codierung* selbst strukturiert. Eine Sendung, um bei unserem Beispiel zu bleiben, besitzt einen Anfang und ein Ende (ein Artikel hat eine Überschrift, einen Lead-Teil usw.), wodurch die jeweiligen Analyseeinheiten relativ gut voneinander zu unterscheiden sind und von den CodiererInnen daher auch gut als solche identifiziert werden können. Wir wissen also nun, was untersucht werden soll („Gewalt“) und womit (Inhaltsanalyse) bzw. wo wir unsere Antworten „finden“ (Fernsehen).

Anschließend müssen wir uns noch überlegen, wie genau wir die Informationen bzw. die *Merkmale* der Merkmalsträger (TV-Sendungen) extrahieren wollen. Hierzu entwickeln wir ein *Kategoriensystem*, das aus Codiereinheiten besteht. Jede *Codiereinheit* „benennt diejenigen Aspekte, die an dem Medienmaterial interessant sind, um die Forschungsfrage zu beantworten und durch die Kategorien adressiert werden“ (Rössler 2010, S. 44).⁷ Kategorien können grundsätzlich *theoretisch*, *analytisch* und/oder *empirisch* entwickelt werden und lassen sich in *formale* und *inhaltliche* Kategorien (und weiteren Unterformen) einteilen (vgl. hierzu Brosius et al. 2012, Kap. 9; Rössler 2010, S. 44-5). Das Kategoriensystem besteht dann wiederum aus sämtlichen Kategorien und unterliegt bestimmten Anforderungen: Die Kategorien sollten *vollständig* und *trennscharf* sein (vgl. Früh 2007, S. 89). Vollständig meint, dass das Kategoriensystem auch alle Kategorien enthält, die ein soziales Phänomen ausmachen könnten. Da dies schwierig ist, wird die Kategorie

6 Unser Sample könnte natürlich noch eingegrenzt werden, indem man zum Beispiel keine Zufallsauswahl, sondern eine bewusste Auswahl trifft und Fälle aufgrund bestimmter Merkmale aufnimmt. Man könnte dann wiederum sagen, dass nur Spielfilme ab 20 Uhr untersucht werden usw. Zu Auswahlverfahren allgemein sei auf Brosius et al. (2012, Kap. 4) verwiesen.

7 Ich verwende die beiden Begriffe „Kategorie“ und „Codiereinheit“ im weiteren Verlauf synonym.

Datenerhebung mit Excel

Eine Anleitung zur Umsetzung von Inhaltsanalysen und
Befragungen

Feiks, M.

2016, XVIII, 151 S. 1 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-658-11654-5