

Inhalt

I. EINLEITUNG

MARTIN WELKER / CARSTEN WÜNSCH / SASKIA BÖCKING / ANNEKATRIN BOCK / ANNE FRIEDEMANN / MARTIN HERBERS / HOLGER ISERMANN / THOMAS KNIEPER / STEFAN MEIER / CHRISTIAN PENTZOLD / EVA JOHANNA SCHWEITZER Die Online-Inhaltsanalyse: methodische Herausforderung, aber ohne Alternative	9
---	---

II. THEORETISCHE BASIS

1. Forschungsfragen und Gegenstände der Online-Inhaltsanalyse

PATRICK RÖSSLER Das Medium ist nicht die Botschaft	31
EVA JOHANNA SCHWEITZER Politische Websites als Gegenstand der Online-Inhaltsanalyse	44

2. Grundgesamtheit und Stichprobenziehung

STEFAN MEIER / CARSTEN WÜNSCH / CHRISTIAN PENTZOLD / MARTIN WELKER Auswahlverfahren für Online-Inhalte	103
STEFAN MEIER / CHRISTIAN PENTZOLD Theoretical Sampling als Auswahlstrategie für Online-Inhaltsanalysen	124

SEBASTIAN ERLHOFER	144
Datenerhebung in der Blogosphäre: Herausforderungen und Lösungswege	

3. Analyseeinheit und Kategorienbildung

MONIKA TADDICKEN / KERSTIN BUND	167
Ich kommentiere, also bin ich. Community Research am Beispiel des Diskussionsforums der <i>ZEIT Online</i>	

LARS KACZMIREK / CHRISTIAN BAIER / CORNELIA ZÜLL	191
Wie empfinden Teilnehmer die Fragen in Online-Befragungen? Entwicklung eines Diktionärs für die automatische Codierung freier Antworten	

ANNEKATRIN BOCK / HOLGER ISERMANN / THOMAS KNIEPER	224
Herausforderungen bei der quantitativen (visuellen) Inhaltsanalyse von Online-Inhalten	

4. Reliabilität und Validität bei Online-Inhaltsanalysen

MARTIN R. HERBERS / ANNE FRIEDEMANN	240
Spezielle Fragen der Reliabilität und Validität bei Online-Inhaltsanalysen	

5. Methodenkombination

WOLFGANG SCHWEIGER / PATRICK WEBER	267
Strategische Kommunikation auf Unternehmens-Websites. Zur Evaluation der Kommunikationsleistung durch eine Methodenkombination von Online-Inhaltsanalyse und Logfile-Analyse	

SASKIA BÖCKING / FRANÇOIS RÜF / MARKUS JUFER / CORINNE HÜGLI-BALTZER	291
Analyse des politischen Informationsverhaltens mittels der von Wählern genutzten Internetinhalte – Potenziale für die Prognose von Wahlergebnissen	

6. Statistisch-automatisierte Inhaltsanalyse

FRANÇOIS RÜF / SASKIA BÖCKING / STEFAN KUMMER	313
Automatisierte Inhaltsanalysen im Internet: Möglichkeiten und Grenzen am Beispiel des SINDBAD-Knowledge-Generators	

MICHAEL SCHARKOW	340
Lesen und lesen lassen – Zum State of the Art automatischer Textanalyse	

III. PRAXIS

7. Fallbeispiele und Anwendungsfelder

KATHERINE GÜRTLER / ELKE KRONEWALD	365
The Automated Analysis of Media: PRIME web.Analysis: A Case Study	

DORETTE WESEMANN / MARTIN GRUNWALD	387
Inhaltsanalyse von Online-Diskussionsforen für Betroffene von Essstörungen	

NIK STUCKY / FRANÇOIS RÜF / NILS KELLER / STEFAN KUMMER	409
Image & Co: Eine Online-Analyse der Markenwahrnehmung am Beispiel von Automarken	

MELANIE ARENS / SASKIA BÖCKING / STEFAN KUMMER / FRANÇOIS RÜF	427
--	-----

Das Meinungsklima zur Klimakonferenz:
Wie sich Themenkarrieren im Internet entwickeln und mit
welchen Themen sich Politiker positionieren

KONRAD RÜDIGER / MARTIN WELKER	448
--------------------------------	-----

Redaktionsblogs deutscher Zeitungen.
Über die Schwierigkeiten diese inhaltsanalytisch zu
untersuchen – ein Werkstattbericht

IV. ANHANG

Verzeichnis der Autoren und Herausgeber	469
---	-----