

Volker Gehrau / Benjamin Fretwurst /  
Birgit Krause / Gregor Daschmann (Hrsg.)

# Auswahlverfahren in der Kommunikationswissenschaft

Herbert von Halem Verlag

**Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek**

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

Volker Gehrau / Benjamin Fretwurst / Birgit Krause /  
Gregor Daschmann (Hrsg.):  
*Auswahlverfahren in der Kommunikationswissenschaft*  
Köln : Halem, 2005

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.

© 2005 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN 3-938258-10-1

<http://www.halem-verlag.de>

E-Mail: [info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)

SATZ: Herbert von Halem Verlag  
DRUCK: FINIDR, s.r.o. (Tschechische Republik)  
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

Vorwort 7

## TEIL I AUSWAHLVERFAHREN IN DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

VOLKER GEHRAU / BENJAMIN FRETWURST 13

Auswahlverfahren in der Kommunikationswissenschaft.  
Eine Untersuchung aktueller Veröffentlichungen  
über empirische Studien in der  
Kommunikationswissenschaft

BENJAMIN FRETWURST / VOLKER GEHRAU / RENÉ WEBER 32

Notwendige Angaben zu Auswahlverfahren.  
Theoretische Überlegungen und eine empirische  
Auswertung der Dokumentationspraxis in der KW

CHRISTIAN WENGER 52

Fallauswahl als theoretisches Sampling.  
Theoretisch kontrollierte Kontrastierung in  
interaktiv konstruierten Bezugsrahmen

## TEIL II AUSWAHLVERFAHREN BEI INHALTSANALYSEN

GRIT JANDURA / OLAF JANDURA / CHRISTOPH KUHLMANN 71

Stichprobenziehung in der Inhaltsanalyse.  
Gegen den Mythos der künstlichen Woche

JOACHIM TREBBE 117

Stichprobenkonzepte der kontinuierlichen  
Fernsehprogrammforschung in Deutschland.  
Forschungslogische Probleme und  
forschungspraktische Lösungen

JENS WOLLING 138

Normalzeit vs. Spezialzeit. Besondere Ereignisse  
als Problem der Stichprobenziehung  
bei Inhaltsanalysen von Medienangeboten

WIEBKE MÖHRING / ANNEKARYN TIELE / HELMUT SCHERER / BEATE SCHNEIDER Repräsentative Stichprobe des Zeitungsangebotes – die Methode der Publizistischen Stichprobe als computerbasiertes Auswahlverfahren	158
THOMAS ROESSING Einsatz einer ›Typenstichprobe‹ für die Inhaltsanalyse politischer Internetinhalte	173
TEIL III AUSWAHLVERFAHREN BEI BEFRAGUNGEN	
MAJA MALIK Heterogenität und Repräsentativität. Zur Konzeption von Grundgesamtheit und Stichprobe der Studie »Journalismus in Deutschland II«	183
MARCUS MAURER Befragtenauswahl bei Telefonumfragen. Wie zuverlässig ist die Geburtstagsmethode?	203
JÖRG HAGENAH / HENNING BEST Die Rolle von Auswahl- und Befragungsverfahren am Beispiel der Media-Analyse. Grundgesamtheit und Inhalte im Vergleich zwischen telefonisch und persönlich-mündlich erhobenen Daten	223
GREGOR DASCHMANN / TILO HARTMANN »Zur Befragung bitte hier klicken ...« Der Einfluss unterschiedlicher Rekrutierungsverfahren auf die Zusammensetzung von Stichproben bei Online-Befragungen	251
Autoren und Herausgeber	282