

METHODEN UND FORSCHUNGSLOGIK
DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

Wiebke Loosen / Armin Scholl (Hrsg.)

**Methodenkombinationen in der
Kommunikationswissenschaft**
Methodologische Herausforderungen und
empirische Praxis

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.

Wiebke Loosen / Armin Scholl (Hrsg.)

Methodenkombinationen in der Kommunikationswissenschaft.

Methodologische Herausforderungen und empirische Praxis

Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft, 7

Köln: Halem, 2012

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.

© 2012 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISSN 1863-4966

ISBN 978-3-86962-011-4

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

I. EINLEITUNG

- WIEBKE LOOSEN / ARMIN SCHOLL 9
Theorie und Praxis von Mehrmethodendesigns in der
Kommunikationswissenschaft

II. METHODOLOGISCHE REFLEXIONEN

- EVA BAUMANN / HELMUT SCHERER 26
Wider das Ideologische – Plädoyer für
den Pragmatismus in der Kombination
qualitativer und quantitativer Methoden
in der Kommunikationswissenschaft

- GABRIELA B. CHRISTMANN / OLAF JANDURA 50
Über den Nutzen von Divergenz bei der Kombination von
qualitativen und quantitativen Methoden. Das Beispiel
>Dresdner Stadtidentität<

III. INHALTSANALYSE UND BEFRAGUNG ALS KLASSISCHE KOMBINATION

- JENS WOLLING / WERNER WIRTH 68
Die Verknüpfung von Umfrage- und Inhaltsanalysedaten
in der Medienwirkungsforschung

- MARCUS MAURER 89
Die Kombination von Inhaltsanalyse- und Befragungsdaten
in der Medienwirkungsforschung:
Theoretische Überlegungen und methodische
Entscheidungsprozesse

NICOLA DÖRING / SANDRA PÖSCHL 102
Methodenkombinationen in der
Mobilkommunikationsforschung. Kritische Reflexion
einer kommunikationswissenschaftlichen Studie zur
Nutzung von Klingeltönen und Logos auf dem Handy

IV. BEFRAGUNG UND WEITERE KOMBINATIONEN

CHRISTOPH KUHLMANN 116
Die Messung von Handlungsprozessen.
Zur Kombination von Fragebogen und Tagebuch

MATTHIAS KOHRING / JÖRG MATTHES 136
Dimensionen von Vertrauen in Journalismus.
Forschungslogik eines Mehrmethodendesigns zur
Skalenkonstruktion

OLIVER QUIRING / DOMINIK J. LEINER 152
Kombination qualitativer und quantitativer Offline- und
Online-Befragungen zur Entwicklung einer Skala
wahrgenommener Interaktivität

EVA BAUMANN 168
Mixed-Model-Studien in der Praxis:
Zur Integration qualitativer und quantitativer Verfahren
innerhalb eines Forschungsdesigns

HELENA BILANDZIC 195
Wie Selektion und Interpretation zusammenhängen:
Kombination von Lautem Denken und Beobachtung

ANDREAS FAHR / HANNAH FRÜH 210
Danach ist nicht dabei. Zur Bedeutung von
rezeptionsbegleitenden Prozessmessungen und
Methodenkombinationen in der Rezeptionsforschung

MATTHIAS R. HASTALL / SILVIA KNOBLOCH-WESTERWICK	229
Verknüpfung von Verhaltensdaten und Befragungsdaten in experimentellen Selektionsstudien	

V. INHALTSANALYSE UND WEITERE KOMBINATIONEN

HANS-BERND BROSIUS / CONSTANZE ROSSMANN	246
Experiment und Inhaltsanalyse: Möglichkeiten und Grenzen ihrer Kombination	

ALEXANDER HAAS / BERTRAM SCHEUFELE	263
Methoden-Kombinationen mit Extra-Media-Daten – Grundlagen, Systematisierung und kommunikationswissenschaftliche Fragestellungen	

CHRISTIAN NUERNBERGK	289
Inhaltsanalyse und Netzwerkanalyse. Methodenkombination am Beispiel einer Metatextanalyse über das Verhältnis von Weblogs und Journalismus	

VI. MULTIMETHODENDESIGNS

DANIEL PERRIN	308
Die Progressionsanalyse als ethnografisch-transdisziplinärer Mehrmethodenansatz	

ANNE KARTHAUS / ANNIKA SUMM / SOPHIE BONK	332
Ein multiperspektivischer Blick auf den Wandel des Journalismus. Vorstellung und Reflexion des Mehrmethodendesigns eines mehrjährigen Forschungsprojekts	

PATRICK RÖSSLER / MARIE LEGRAND	350
Multiperspektivische Mediennutzungsforschung zum Social Web. Kumulative Evidenzen durch eine dynamisch und transaktional angelegte Methodenkombination	
VERONIKA KARNOWSKI / THILO VON PAPE / WERNER WIRTH	371
Die WEBNAS-Methode: Eine Methodenkombination zur Untersuchung von Webnavigation und -suche	
AUTORINNEN UND AUTOREN	387

WIEBKE LOOSEN / ARMIN SCHOLL

Theorie und Praxis von Mehrmethodendesigns in der Kommunikationswissenschaft

Mehrmethodendesigns gelten als *Best Practice* empirischer Forschung. Gemeinhin wird ihnen ein *Wert an sich* zugesprochen, ebenso, wie dies vielfach für die Repräsentativität von Daten oder auch für Interdisziplinarität gilt. Daher macht sich die Forderung nach Mehrmethodendesigns durchweg gut: Von der Kombination verschiedener Methoden zur Erforschung desselben Forschungsproblems, derselben Forschungsfrage oder desselben Forschungsgegenstands verspricht man sich eine Erweiterung der Erkenntnis, weil mit verschiedenen methodischen Zugängen mehr erkannt werden kann als nur mit dem Blick aus der Perspektive einer einzigen Methode. Darüber hinaus wird mit dem Einsatz verschiedener Methoden eine Sicherung (Validierung) der Erkenntnis angestrebt, weil zum einen die Schwächen der einen Methode mit den Stärken der anderen Methode kompensiert werden können und weil zum anderen das Funktionieren der einen Methode eventuell mit einer anderen Methode geprüft werden kann. So verhalten sich verschiedene Methoden bei gelungenem Einsatz komplementär bzw. kompensatorisch oder einander wechselseitig stützend bzw. kooperativ oder kompetitiv bzw. substitutiv (vgl. LOOSEN/SCHOLL 2011).

Eine Methode ergänzt oder kompensiert eine andere Methode, wenn sie in Erkenntnisbereiche vorstößt, die der anderen Methode verschlossen bleiben oder welche die andere Methode nur sehr umständlich und indirekt erreichen kann. Dies lässt sich gut mit dem Verhältnis von Befragung und Beobachtung illustrieren, denn mithilfe der Befragung können etwa (bewusste) Motive oder Absichten von Mediennutzern gut erfasst werden, aber weniger gut offene Verhaltensweisen der Mediennutzung. Zwar kann man

auch danach fragen, aber die Antworten sind fehleranfälliger als die direkte Beobachtung des Mediennutzungsverhaltens. Umgekehrt lässt sich mit der Beobachtung allein schwer etwas über Motive und Absichten herausbekommen (vgl. HASTALL/KNOBLOCH-WESTERWICK in diesem Band). Eine besonders sensitive Befragungsvariante ist in diesem Zusammenhang die Methode des ›Lauten Denkens‹, die in Kombination mit der Beobachtung eingesetzt werden kann, um beispielsweise kleinteilige Entscheidungsprozesse bei der Medienselektion zu untersuchen (vgl. BILANDZIC in diesem Band). Auch rezeptionsbegleitende Messverfahren können in Kombination mit Befragungen oder anderen Erhebungsverfahren zu einer umfassenden Beschreibung von Rezeptions- und Wirkungsphänomenen eingesetzt werden (vgl. FAHR/FRÜH in diesem Band).

Das Beispiel von Beobachtung und Befragung kann man auch heranziehen, wenn man Methoden substitutiv einsetzen will. Wenn man davon ausgeht, dass mit Beobachtungen Verhaltensweisen besser, sicherer oder genauer erforscht werden können als mit Befragungen, dann kann man mit Beobachtungsergebnissen die Befragungsergebnisse überprüfen. Bei Übereinstimmung wären die Befragungsergebnisse somit validiert, wohingegen bei Differenzen sich die Befragung als überflüssige, weil unzureichende Methode erwiesen hätte. Es sei denn, man könnte wiederum Gründe für diese Differenzen finden, die nicht zulasten der Methode der Befragung gingen, weil sich die konkrete Beobachtung als Kalibrierungsinstrument für die Befragungsergebnisse als doch nicht so gut geeignet erweist oder weil die Differenzen doch wieder auf den eher komplementären Charakter beider Methoden bzw. der eingesetzten Instrumente hinweisen.

Schon an diesen Beispielen sieht man, dass das Verhältnis zwischen den Methoden im Mehrmethodendesign alles andere als eindeutig ist. Vielmehr ist der konkrete Einsatz verschiedener Methoden kontingent, das heißt, dass die jeweilige Kombination nicht von vornherein eine bestimmte Funktion erfüllt, etwa die wechselseitige Ergänzung oder Unterstützung. Vielmehr hängt diese Funktion von der wissenschaftlichen Fragestellung oder vielleicht sogar von der herangezogenen Theorie ab (vgl. SCHOLL 2011b).

Ganz allgemein und theoretisch lässt sich vermuten, dass die Ergänzung einer Methode durch eine weitere Methode nie nur (empirische) Probleme *löst*, sondern immer auch Folgeprobleme *erzeugt*, welche in der empirischen Praxis natürlich möglichst gering gehalten werden sollen. Inwieweit dies gelingt, darüber erfährt man allerdings nur äußerst selten etwas, weil die (selbst)kritische Methodenreflexion nur vereinzelt

Gegenstand wissenschaftlicher Publikationen ist. Dieser Umstand steht im krassen Gegensatz zu der Wertschätzung, die Mehrmethodendesigns genießen. Auffällig ist auch, dass in den meisten einschlägigen Methodeneinführungen die einzelnen Methoden unabhängig voneinander abgehandelt oder Mehrmethodendesigns nur sehr peripher thematisiert werden (vgl. SCHNELL/HILL/ESSER 2008; BORTZ/DÖRING 2006; ATTESLANDER 2008; BROSIUS/KOSCHEL 2009; DIEKMANN 2010). Dies stellt sich für die englischsprachige Literatur (außerhalb der Kommunikationswissenschaft) deutlich anders dar: Hier liegen etliche Publikationen zur ›Mixed Methods Research‹ vor, die sich praktischen Anwendungsfragen und der methodischen Reflexion widmen (vgl. BREWER/HUNTER 2008; TEDDLIE/TASHAKKORI 2009; eine Übersicht gibt auch der Beitrag von DÖRING/PÖSCHL in diesem Band). Einen Themenschwerpunkt der ›Mixed Methods Research‹ stellt die Verknüpfung qualitativer und quantitativer Methoden/Methodologien dar, die auch erkenntnistheoretische Fragen aufwirft (vgl. SALE/LOHFELD/BRAZIL 2002 sowie die Beiträge von BAUMANN/SCHERER und CHRISTMANN/JANDURA in diesem Band). Diese werden auch in der deutschsprachigen Literatur verhältnismäßig intensiv behandelt (vgl. FAHR 2011; FLICK 2008; KELLE 2007).

Forscherinnen und Forscher sind darauf angewiesen, die möglichen Folgeprobleme, die sich aus Methodenkombination ergeben, praktisch und pragmatisch zu lösen: Wenn etwa bei der Kombination von Befragung und Inhaltsanalyse der Fragebogen und das Kategorienschema aufeinander abgestimmt werden sollen, stellt sich immer die Frage, in welcher Reihenfolge das bestmöglich zu erfolgen hat: simultan oder zuerst die Inhaltsanalyse zur Entwicklung des Fragebogens oder zuerst die Befragung zur Entwicklung des Kategorienschemas?

Um derartige konkrete forschungspraktische Probleme – und ihre methodologische Reflexion – soll es in diesem Band gehen. Nicht die holzschnittartige Leistungsschau, welche die erhöhten Anforderungen, Unwägbarkeiten und Fehleranfälligkeiten ausblendet, ist das Ziel dieses Bandes, sondern die umfassende Beschreibung, die präzise, daher bisweilen notwendig kleinteilige Analyse und die diskursive Interpretation der Methodenkombination in der Forschungspraxis.

Zunächst ist jedoch die Klärung der grundlegenden Frage wichtig, was eine Methodenkombination bzw. ein Mehrmethodendesign ist bzw. was als solche(s) gelten kann. Diese scheinbar banale Frage wird in der Regel nicht thematisiert, ist aber klärungsbedürftig. Dazu muss zunächst abgezwungen werden, was überhaupt als Methode anzusehen ist und wann eine

Methodenkombination eine Methodenkombination ist (vgl. auch den Beitrag von BROSIUS/ROSSMANN zu Experiment und Inhaltsanalyse in diesem Band). Unter empirischen Forschungsmethoden wollen wir zunächst die drei basalen Zugänge zur Erforschung sozialer Phänomene verstehen: die Beobachtung, die Befragung und die Inhalts-/Text-/Bild-/Filmanalyse. Diese simple Aufzählung wird zwar durch viele Methodenlehrbücher gedeckt, erzeugt aber mindestens an zwei Stellen Klärungsbedarf: Zum einen fehlen hier die Auswertungsmethoden, also entweder textbasierte (verstehende, qualitative) oder zahlenbasierte (statistische, quantifizierende) Methoden. Zum anderen werden insbesondere qualitative Methodologen und Methodiker einwenden, dass die genannten Methoden zur Datenerhebung zu viele qualitative Methoden ignorieren. Tatsächlich stellt sich die Frage, wie man Methoden sinnvollerweise klassifiziert und mit welchen Kriterien man dabei beginnt.

Der hier gewählte Weg beginnt mit den grundlegenden sozialen Zugangsweisen des Beobachtens, Befragens und Analysierens von kommunikativen Artefakten (vgl. SCHOLL 2011a). Das bedeutet, dass eine Beobachtung auch apparativ sein kann (vgl. GEHRAU 2002), dass zur Befragung auch solche Varianten zählen, bei denen die Befragten zur mündlichen oder schriftlichen Kommunikation nur angeregt werden, wie etwa das Laute Denken (vgl. MÖHRING/SCHLÜTZ 2010; SCHOLL 2009), und dass eine Inhaltsanalyse eben nicht nur die standardisierte Form (vgl. FRÜH 2007; KRIPPENDORFF 2004; MERTEN 1995; RÖSSLER 2010) oder die qualitative Form (vgl. MAYRING 2010) meint, sondern alle Formen von Textanalysen von der sozialwissenschaftlichen Hermeneutik über die objektive Hermeneutik bis zur Diskursanalyse, wobei der Textbegriff, analog zur Linguistik, so breit aufgefasst wird, dass er auch Foto-, Film- oder Multimediamaterial bzw. Online-Inhalte umfasst (vgl. TITSCHER et al. 1998; WELKER/WÜNSCH 2010). Die Auswertungsmethoden werden hier noch (vorläufig) ausgeklammert, zumal ihre Trennung von den Erhebungsmethoden nicht immer eindeutig ist. So kann die qualitative Inhaltsanalyse gleichermaßen zur *Erhebung* von medialen Inhalten verwendet werden (in diesem Fall gibt es in der Regel keine Differenz zwischen Erhebung und Auswertung, wenn nicht weitergehende textbasierte oder statistische Auswertungen vorgenommen werden) als auch zur *Auswertung* von Leitfadeninterviews.

Erst an zweiter Stelle soll hier das Klassifikationskriterium standardisiert-quantitativ und offen-qualitativ eingeführt werden, wobei das ›und‹ nicht gleichzusetzen ist mit ›versus‹, weil die Beziehung zwischen beiden

Formen wiederum offen ist. So ist Werner Früh (2007) der Auffassung, dass beide Formen des empirischen Zugangs in jeder Methode vorkommen, dass etwa auch die standardisierte Inhaltsanalyse immer auf Verstehen basiere und somit einen qualitativen Teil enthalte. Ob umgekehrt auch gilt, dass qualitativen Verfahren ein quantifizierender Anteil inhärent ist, darüber kann man streiten, aber hier geht es nicht darum, eine methodologische Debatte zu führen, sondern um das Aufzeigen von kontingenten Sachverhalten: Eine Klassifikation von Methoden und was man darunter verstehen kann, ist weder von vornherein festgelegt noch folgt sie rein zufälligen Kriterien.

Auch komplexe Methoden oder ›Verfahren‹ (in der Terminologie von FRIEDRICH KROTZ 2005: 53ff.) können mit einem weiteren Klassifikationskriterium eingeführt werden. Wir unterscheiden dann bei allen Methoden zahlreiche *Varianten*. Diese sind ein Beleg dafür, dass die Oberkategorien (Beobachtung, Befragung, Inhalts-/Textanalyse) nur erste Vorsortierkriterien sind, deren Vielfalt erst unterhalb dieser Ebene beginnt. Methodendesigns bzw. Untersuchungsanlagen sind demnach nicht gleichzusetzen mit Methoden, auch wenn ihnen oft der Status von Methoden zugewiesen wird und werden kann. So ist das Experiment in der Regel eine bestimmte Form der Beobachtung oder der Befragung, obwohl es in Lehrbüchern meist als eigenständige Methode dargestellt wird, was aus didaktischen Gründen sicher sinnvoll ist (vgl. BROSIUS/KOSCHEL/HAAS 2009; SCHEUFELE/ENGELMANN 2009; jedoch nicht MERTEN/TEIPEN 1991). Auch die Grounded Theory als Methode einzuführen, ist nachvollziehbar, obwohl es sich dabei um einen Komplex aus einer Methodologie, einer Kombination von Erhebungsverfahren und aus verschiedenen textbasierten Auswertungsverfahren (des unterschiedlichen Codierens) handelt. Im hier verwendeten Sinn wäre sie bereits eine Methodenkombination ebenso wie phänomenologische Einzelfallanalysen, die multiperspektivisch einen Gegenstand betrachten, oder die Ethnografie, die ebenfalls mit einer Vielzahl von Varianten der Beobachtung, Befragung und Inhaltsanalyse operiert, um ein ganzheitliches Bild vom Forschungsgegenstand zu bekommen (vgl. KROTZ 2005; einen ethnografischen Zugang stellt auch PERRIN in seinem Beitrag in diesem Band vor).

Neben dieser zentralen sachlichen Dimension gibt es eine eher nebensächliche, aber dennoch erwähnenswerte zeitliche Dimension. Auch wenn der Einsatz mehrerer Methoden nicht simultan, sondern nacheinander erfolgt, müssen die verwendeten Methoden zeitlich so nahe beieinander liegen und inhaltlich aufeinander abgestimmt sein, dass man überhaupt von *einer* Studie sprechen kann (in der mehrere Methoden angewandt werden).

Bei zu weiter zeitlicher Distanz oder bei Veränderung der Fragestellung ist die Einheit nicht mehr die betreffende Studie, sondern es handelt sich um verschiedene Studien, sodass verschiedene Methoden auch nicht mehr als Kombination (innerhalb) einer Studie angesehen werden können. Dies gilt auch bei Langzeitstudien, denn auch dort muss pro Welle das Mehrmethodendesign erkennbar sein. Gerade um der Vergleichbarkeit willen können die Methoden nicht mehrfach und grundlegend wechseln.

Wenn wir im Folgenden von Mehrmethodendesigns sprechen, meinen wir nicht nur eine Kombination von (mindestens) zwei Methoden (innerhalb einer Studie) auf der grundlegenden Ebene, also etwa Befragung und Inhaltsanalyse, sondern auch jegliche Kombination von Varianten, also etwa eine Kombination aus Leitfadeninterview und standardisiertem Fragebogen oder aus standardisierter und qualitativer Inhaltsanalyse.

Hier kommen schließlich auch die Auswertungsmethoden ins Spiel, allerdings in einer sehr eingeschränkten Verwendung: Da erhobene Daten, Fakten, Texte immer auch ausgewertet werden müssen, wäre es trivial oder irreführend, jede Kombination aus Erhebung und Auswertung zum Mehrmethodendesign zu erklären. Interessant für eine Diskussion im Rahmen von Mehrmethodendesigns ist aber die Verwendung über die ›Grenzen‹ von qualitativer und quantitativer Methodologie hinweg, also wenn beispielsweise qualitativ erhobene Daten quantitativ ausgewertet werden (vgl. BAUMANN in diesem Band). Dabei ist jedoch nicht so sehr die Verknüpfung von Erhebung und Auswertung an sich von Interesse, sondern die Verknüpfung von qualitativer und quantitativer Methodologie unter diesem besonderen Aspekt. Die Auswertung von Leitfadeninterviews mit hermeneutischen Verfahren wäre ein Grenzfall, weil die hermeneutische Textinterpretation sowohl eine Erhebungsmethode als auch eine Auswertungsmethode ist. Als Auswertungsmethode für qualitative Interviews ist sie ebenso selbstverständlich wie die Verwendung statistischer Verfahren für die Auswertung von standardisierten Befragungen. Deshalb würden wir in diesem Fall nicht von einer Methodenkombination sprechen, aber man erkennt an solchen Beispielen, dass die Definition von Mehrmethodendesigns kontingent ist.

In einem anderen Fall ist die Verbindung von Erhebung und Auswertung eine Methodenkombination, wenn die Auswertungsmethode in besonderer Weise auf die Erhebungsmethode abgestimmt ist. Dies ist etwa der Fall, wenn Inhaltsanalyse und Netzwerkanalyse erhebungs- und auswertungstechnisch miteinander kombiniert werden (vgl. NUERNBERGK in diesem Band). Die Netzwerkanalyse ist in diesem Fall ein besonderes

Tool, um Informationen aus der Inhaltsanalyse zu generieren, die mit herkömmlichen Auswertungsverfahren nicht zu bewerkstelligen wäre.

Nicht von einer Methodenkombination wollen wir sprechen, wenn innerhalb einer Methode verschiedene Instrumente eingesetzt werden, also etwa verschiedene Tests innerhalb einer standardisierten Befragung oder verschiedene Operationalisierungen eines theoretischen Konstrukts innerhalb einer standardisierten Inhaltsanalyse (vgl. ZELLER/WOLLING/PORTEN-CHEÉ 2010). Dies betrifft auch die Reihung mehrerer Experimente (Teilstudien), selbst wenn diese mit unterschiedlichen Fragebögen oder Beobachtungsschemata arbeiten, aber innerhalb einer Methode bleiben (experimentelle Befragung oder experimentelle Beobachtung). Ebenfalls ausgeschlossen werden Ländervergleiche, die dasselbe Instrument benutzen (vgl. HANITZSCH 2009). Schließlich gilt auch nicht als Mehrmethodendesign die Verwendung einer offenen Methode ausschließlich für Pretestzwecke und ohne eigenständige Auswertung bei anschließender Verwendung einer standardisierten Methode für die Hauptuntersuchung. Wir gehen hier davon aus, dass im Rahmen eines Mehrmethodendesigns beide Methoden oder beide Formen einer Methode eine eigenständige Bedeutung für die empirische Untersuchung haben müssen.

Würde man eine Matrix aus den Kombinationsmöglichkeiten aller denkbaren Methodenvarianten aufspannen, ergäbe sich zwar keine unendliche Menge, aber doch eine so große Zahl von Verknüpfungen, dass diese theoretisch mögliche Matrix in der Forschungspraxis mehrheitlich leere Zellen enthielte (s. zu den logisch möglichen Forschungsstrategien für Methodenkombinationen die Tab. 2 im Beitrag von CHRISTMANN/JANDURA in diesem Band). Vor diesem Hintergrund schien es uns nicht sinnvoll, quasi ›theoriegeleitet‹ vorzugehen und für jede denkbare Zelle einen entsprechenden Beitrag in diesem Band vorzusehen. Stattdessen sind wir ›empirisch‹ vorgegangen und haben nach konkreten Forschungsprojekten gesucht, in denen eine Methodenkombination im oben beschriebenen Sinn durchgeführt wurde, und aus diesem Pool dann den größten Teil unserer Autorinnen und Autoren rekrutiert.

Zu diesen Zweck haben wir eine pragmatische Vorgehensweise gewählt und die beiden wichtigsten deutschsprachigen Fachzeitschriften, *Publizistik* und *Medien & Kommunikationswissenschaft*, ausgewählt, um dort Aufsätze zu suchen, in denen empirische Studien mit Mehrmethodendesigns vorgestellt wurden. Der Rückgriff auf diese beiden Fachzeitschriften hat mittlerweile Tradition (vgl. BROSIUS/HAAAS 2009; DONSBACH et al. 2005; BROSIUS 1994,

1998) und lässt sich auch mit ihrer Relevanz für das Fach begründen (vgl. BROSIUS/HAAS 2009: 172f.) Dennoch hat diese Wahl auch Nachteile. Die Alternative, nach Monografien zu suchen, in denen mehr Platz für komplexe methodische Erläuterungen und Ergebnisdarstellungen ist, wäre jedoch wesentlich aufwendiger und allenfalls für einen sehr kleinen Zeitraum realisierbar gewesen. Zudem sollte erwartet werden können, dass auch in den Fachzeitschriften zumindest erwähnt wird, wenn eine Studie mehr als eine Methode verwendet hat, selbst wenn die Autorinnen und Autoren nicht auf alle Ergebnisse aus allen Methoden eingehen können. Tatsächlich wurden immer zumindest Teilergebnisse aus methodenkombinierten Studien vorgestellt, sodass Methodenkombinationen einfach identifizierbar waren.

Die Fachzeitschriftenrecherche haben wir nicht nur zur Rekrutierung von Autoren und Autorinnen benutzt, sondern auch für eine kleine quantitative Erhebung der eingesetzten Methoden in Studien mit Mehrmethodendesigns. Im Zeitraum von 1990 bis 2010 haben wir eine Vollerhebung aller Aufsätze durchgeführt, in denen Methodenkombinationen erwähnt und dokumentiert wurden.

Für die komplexeren Variablen (Bestimmung der eingesetzten Methoden, Art der Kombination [komplementär inklusive enge/nicht enge Verzahnung, kooperativ, komplementär] Art der Erhebung [quantitativ/qualitativ], Art der Auswertung [quantitativ/qualitativ] sowie Primär- und/oder Sekundärerhebung) haben wir unsere Intercoder-Reliabilität mit insgesamt zehn Beiträgen getestet. Es wurde pro Kategorie ein Punkt vergeben, wenn die komplette Codierung korrekt ist. Wenn sich bei der Kategorie ›Methoden‹ also von drei Methoden nur eine Methode zwischen den beiden Codierern unterscheidet, ist die Reliabilität an dieser Stelle 0. Bei ›Art der Kombination‹ muss, wenn es sich um eine komplementäre Kombination handelt, auch die Verzahnung (eng/nicht eng) korrekt angegeben werden, damit die Reliabilität dieser Kategorie gewährleistet ist. Im vorliegenden Fall reicht die einfache Berechnung des Überschneidungsmaßes nach Holsti aus, das über alle Variablen hinweg einen Wert von 0,94 erreicht (bei nur drei Variablen gab es jeweils eine Nicht-Übereinstimmung).

Insgesamt konnte in 55 Artikeln eine Kombination von mindestens zwei Methoden (z. B. Inhaltsanalyse und Befragung) oder Varianten (z. B. Leitfadeninterview und standardisierte Befragung) festgestellt werden, davon 34 in der Zeitschrift *Medien und Kommunikationswissenschaft* und 21 in der Zeitschrift *Publizistik*. Die oben beschriebenen Basismethoden inklusive Experiment und Extra-Medien-Daten (die im Allgemeinen auf Auskünfte,

also auf Befragungen irgendeiner Art, oder auf Beobachtungen zurückgehen, vgl. den Beitrag von HAAS/SCHUEFELE in diesem Band) verteilten sich wie in Tabelle 1 dargestellt. Zu beachten ist hierbei, dass hier nur die Basismethoden unterschieden werden, Kombinationen sich aber auch aus Varianten innerhalb einer Basismethode zusammensetzen können:

TABELLE 1
Verteilung der (Basis-)Methoden

Methode	absolute Häufigkeit	in Prozent (n=55)
Befragung	48	87
Inhaltsanalyse	38	69
Beobachtung	4	7
Experiment	7	13
Extra-Medien-Daten	4	7
Summe eingesetzter Methoden	101*	

* Hier ergibt sich keine höhere Zahl, da für diese Auswertung lediglich die unterschiedlichen Basismethoden berücksichtigt wurden, (noch) nicht aber deren Varianten.

Die Inhaltsanalyse, die gemeinhin als einzige genuine kommunikationswissenschaftliche Methode angesehen wird, findet – jedenfalls im Rahmen von Mehrmethodendesigns – seltener Verwendung als die Befragung; möglicherweise wird die Inhaltsanalyse eher als alleinige Methode eingesetzt. Allerdings ermitteln Früh/Früh (2011) in einer Inhaltsanalyse von insgesamt sechs sozialwissenschaftlichen (davon zwei kommunikationswissenschaftliche) Fachzeitschriften für die Jahre von 2000 bis 2009 in insgesamt 1145 empirischen Beiträgen auch nur 196 Beiträge, die auf einer Inhaltsanalyse basieren; in 622 Beiträgen werden Befragungen verwendet.

Ein Vergleich der unterschiedlichen Methodologien zeigt eine deutliche Dominanz quantitativer Erhebungen bzw. Auswertungen (s. Tab. 2): Diese kommen in fast allen Methodenkombinationen vor, wohingegen qualitative Methoden nur in knapp der Hälfte der Artikel vorkommen.

Auch insgesamt werden quantitative Methoden mehrheitlich mit quantitativen Methoden kombiniert, aber immerhin zu über 40 Prozent (auch) mit qualitativen Methoden (s. Tab. 3).

Umgekehrt, aus der Perspektive der qualitativen Methoden, werden diese mehrheitlich mit quantitativen Erhebungsmethoden kombiniert.

TABELLE 2

Verteilung der Methodologien (qualitativ/quantitativ)

	absolute Häufigkeit	in Prozent (n = 55)
qualitative Erhebung oder Auswertung	26	47
quantitative Erhebung oder Auswertung	51	93

TABELLE 3

Kombinationen der Methodologien

	qualitative Methoden		quantitative Methoden	
	abs.	in %	abs.	in %
qualitative Methoden	4	15	22	44
quantitative Methoden	22	85	29	56
Summe	26	100	51	100

Reine qualitative Kombinationen, etwa in einer ethnografischen Studie, kommen nur in vier Beiträgen vor. Auf eine Kreuztabulierung zwischen Erhebungsverfahren und Auswertungsverfahren kann verzichtet werden, da qualitative Erhebungsmethoden im Allgemeinen auch qualitativ ausgewertet und quantitative Erhebungsmethoden auch quantitativ ausgewertet werden. Davon gibt es nur jeweils wenige Ausnahmen: In einer Studie über Lebensstile und Lebenswelten wertet Friedrich Krotz (1991) repräsentative Erhebungen in einer Sekundär- und Metaanalyse qualitativ aus. Neumann-Braun/Charlton/Rösler (1993) werten qualitative Leitfadeninterviews zur kindlichen Mediensozialisation kombiniert qualitativ und quantitativ aus. Kepplinger/Tullius (1996) werten Leitfadeninterviews mit einer standardisierten Inhaltsanalyse aus.

Der weitaus größte Teil aller Mehrmethodenstudien im Untersuchungszeitraum führt Primärerhebungen durch (s. Tab. 4). In jeder fünften Studie wird immerhin auch auf Sekundärdaten zurückgegriffen.

Tabelle 5 gibt einen Überblick über die Kombinationen der unterschiedenen Basismethoden.

Die Befragung wird zwar am häufigsten mit der Inhaltsanalyse kombiniert (65 % der Fälle, in denen die Befragung im Rahmen eines Mehrmethodendesigns zum Einsatz kommt), aber oft auch mit sich selbst, das heißt, dass verschiedene Befragungsverfahren miteinander kombiniert werden (das ist beispielsweise bei der Kombination von Fragebogen und

TABELLE 4

Verteilung von Primärerhebungen und Sekundäranalysen

	absolute Häufigkeit	in Prozent (n=55)
Primärerhebungen	51	93
Sekundäranalysen	12	22

TABELLE 5

Kombinationen der Basismethoden

Methode	Befragung		Inhaltsanalyse		Beobachtung		Experiment		Extra-Medien-Daten	
	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %
Befragung	10	21	31	84	4	100	4	58	2	50
Inhaltsanalyse	31	65	2	4	1	25	4	58	3	75
Beobachtung	4	8	1	3	0	0	0	0	0	0
Experiment	4	8	4	11	0	0	0	0	1	25
Extra-Medien-Daten	2	4	3	8	0	0	1	14	0	0
Summe*	51	106	41	110	5	125	9	130	6	150

* Die Summe kann mehr als 100 Prozent betragen, weil es in drei Artikeln Methodenkombinationen mit mehr als zwei verschiedenen Methoden gibt.

Tagebuch der Fall, wie sie KUHLMANN in diesem Band diskutiert), oder mit der Beobachtung und mit dem Experiment (derartige Kombinationen jenseits des Designs ›Befragung und Inhaltsanalyse‹ sind in diesem Band in Kapitel 3 *Befragung und weitere Kombinationen* subsumiert). Im Unterschied dazu ist die Verwendung der Inhaltsanalyse allerdings noch viel stärker an die Kombination mit der Befragung gekoppelt: In 84 Prozent der Beiträge, in denen die Inhaltsanalyse vorkommt, wird auch mit der Befragung gearbeitet; zu dieser ›klassischen‹ Kombination (wir widmen ihr in diesem Band das Kapitel 2), die häufig in der Medienwirkungsforschung eingesetzt wird (vgl. die Beiträge von WOLLING/WIRTH, MAURER sowie DÖRING/PÖSCHL in diesem Band). Darüber hinaus wird die Inhaltsanalyse im hier zugrunde liegenden Sample nur noch mit dem Experiment in nennenswertem Ausmaß kombiniert (vgl. den Beitrag von BROSIUS/ROSSMANN in diesem Band). Die ›gefühlte‹ durchaus gängige Kombination von qualitativer und quantitativer Inhaltsanalyse nimmt

im Rahmen unserer Analyse also keinen großen Stellenwert ein. Da die Inhaltsanalyse in der Kommunikationswissenschaft eine hohe Relevanz hat, versammeln wir in Kapitel 4 in diesem Band ganz verschiedene Methodenkombinationen, an denen sie beteiligt ist.

Anhand der Art der Methodenkombination lässt sich schließlich Aufschluss gewinnen über das Verhältnis, in dem die Methoden im Rahmen eines Mehrmethodendesigns zueinander stehen (s. Tab. 6):

TABELLE 6
Art der Methodenkombination

	absolute Häufigkeit	in Prozent
komplementär	42	76
kooperativ	11	20
kompetitiv	2	4
Summe	55	100

Die einfachste Art der Kombination ist die *komplementäre*, das heißt der arbeitsteilige Einsatz zur Beantwortung verschiedener Teil-Fragestellungen im Rahmen eines Forschungsprojekts; sie ist im Rahmen unserer Analyse in mehr als drei Viertel der analysierten Beiträge die weitaus häufigste Form. In derartigen Fällen werden Methoden inhaltlich ergänzend genutzt und stehen möglicherweise recht unverbunden nebeneinander, und die Ergebnisse werden eher lose aufeinander bezogen: Dann liegt *keine enge Verzahnung* vor. Häufig werden in der Ergebnispräsentation die Befunde für die einzelnen Methoden separat ausgewiesen. Dies ist in 55 Prozent (23 Beiträgen) der als komplementäre Untersuchungsanlage eingestuften Studien der Fall.

Eng verzahnt sind komplementär eingesetzte Methoden hingegen dann (45 % / 19 der insgesamt 42 komplementären Studien), wenn die mit unterschiedlichen Methoden erhobenen Datensätze bei der Auswertung oder für die Auswertung fusioniert werden. Dies ist zum Beispiel der Fall, wenn inhaltsanalytische Daten den befragten Personen, welche die betreffenden Medien genutzt haben, zugespielt werden (vgl. den Beitrag von MAURER in diesem Band). Eine enge Verzahnung liegt auch dann vor, wenn bestimmte Variablen oder ganze Instrumente aufeinander abgestimmt sind (wenn Fragen in einer Befragung die gleichen Antwortkategorien haben wie inhaltsanalytische Kategorien). Bei eng verzahnten Methoden erfolgt zudem

die Darstellung der Ergebnisse für die jeweiligen Methoden meist simultan oder im direkten Vergleich.

Kooperativ nennen wir Methodenkombinationen erst dann, wenn mit einer Methode die andere entwickelt wird (z. B. wenn aus offenen Interviews Kategorien für standardisierte Antwortvorgaben entstehen (vgl. die Beiträge von KOHRING/MATTHES und QUIRING/LEINER in diesem Band) oder wenn es sich um Erhebungs-/Auswertungskombinationen handelt, bei der beispielsweise qualitativ erhobene Daten quantitativ ausgewertet werden (vgl. den Beitrag von BAUMANN in diesem Band). Eine solche Vorgehensweise bezieht die Methoden also schon deutlich stärker aufeinander und wurde in unserer Analyse in insgesamt 11 Beiträgen (20 %) ermittelt.

Kompetitiv sind die Methoden, wenn sie zur einseitigen oder wechselseitigen Validierung eingesetzt werden. Im hier zugrunde liegenden Sample ist dies in nur zwei Beiträgen der Fall gewesen: in Schmidt/Schweiger 1999, die im Rahmen eines Methodenexperiments eine Antwortskala aus der Langzeitstudie Massenkommunikation testen, sowie in Kuhlmann/Wolling 2004, die Befragungsdaten und Tagebuchdaten miteinander vergleichen und eine Kreuzvalidierung der Befunde vornehmen (ebd.: 390; s. auch den Beitrag von KUHLMANN in diesem Band). Kooperative und kompetitive Kombinationen sind also hauptsächlich auf der methodischen Ebene anzusiedeln (etwa bei der Skalenkonstruktion und der Skalvalidierung, vgl. den Beitrag von KOHRING/MATTHES in diesem Band), wohingegen bei komplementären Kombinationen die Methoden nur ›addiert‹ werden und eher inhaltliche Bedeutung für die Fragestellung haben.

Im Hinblick auf den *zeitlichen Einsatz* verschiedener Methoden im Rahmen eines Forschungsdesigns lassen sich außerdem noch *sequenzielle* Verbindungen (die Methoden nacheinander eingesetzt) und *parallele* Verbindungen (beide Methoden kommen gleichzeitig zum Einsatz) unterscheiden. Dabei müssen kooperative Verbindungen immer sequenziell sein, während komplementäre und kompetitive Verbindungen sequenziell und parallel aufeinander bezogen sein können. Diese Unterscheidung haben wir bei der Codierung der Beiträge nicht berücksichtigt, weil sie in sehr vielen Fällen nicht eindeutig zu bestimmen gewesen ist.

Gerade anhand von Untersuchungsdesigns, die mehr als zwei Methoden miteinander kombinieren (Kapitel 5 fasst derartige ›Multimethodendesigns‹ zusammen), lässt sich aber gut verdeutlichen, wie die verschiedenen Methoden zeitlich und inhaltlich aufeinander abgestimmt

sind (vgl. PERRIN, RÖSSLER/LEGRAND, KARTHAUS/SUMM/BONK und KARNOWSKI/VON PAPE/WIRTH in diesem Band).

Insgesamt verdeutlichen die Beiträge im vorliegenden Band, dass Methodenkombinationen sowohl in der praktischen Umsetzung als auch bei ihrer theoretischen Reflexion einen gehörigen Arbeitsaufwand erfordern. Gegenüber der euphorischen Forderung nach Mehrmethodendesigns ist also schon allein in rein praktischer Hinsicht Skepsis angebracht: Mit dem Einsatz weiterer Methoden steigt der materielle und immaterielle Aufwand einer Studie. Mehrere Methoden zu verwenden, verlangt ferner höhere methodische Kompetenz vom Forscher oder Forscherteam. Und die Kombination verschiedener Methoden muss explizit und präzise geplant werden, will man hinterher nicht ein Sammelsurium von Daten erzeugen, deren Vergleichbarkeit nicht gesichert ist oder plausibel gemacht werden kann.

Literatur

- ATTESLANDER, P.: *Methoden der empirischen Sozialforschung*. 12. Auflage. Berlin [Schmidt] 2008
- BREWER, J.; HUNTER, A.: *Foundations of multimethod research. Synthesizing styles*. Thousand Oaks, London, New Delhi [Sage Publications] 2008
- BORTZ, J.; N. DÖRING: *Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler*. 4., überarb. Auflage. Heidelberg [Springer] 2006
- BROSIUS, H.-B.: Integrations- oder Einheitsfach? Die Publikationsaktivitäten von Autoren der Zeitschriften »Publizistik« und »Rundfunk und Fernsehen« 1983-1992. In: *Publizistik*, 39. Jg. (1), 1994, S. 73-90
- BROSIUS, H.-B.: Publizistik- und Kommunikationswissenschaft im Profil. Wer publiziert in »Publizistik« und »Rundfunk und Fernsehen«? In: *Rundfunk und Fernsehen*, 46. Jg. (3), 1998, S. 333-347
- BROSIUS, H.-B.; A. HAAS,: Auf dem Weg zur Normalwissenschaft. Themen und Herkunft der Beiträge in Publizistik und Medien & Kommunikationswissenschaft. In: *Publizistik*, 54. Jg. (2), 2009, S. 168-190
- BROSIUS, H.-B.; F. KOSCHEL; A. HAAS: *Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung*. 5. Auflage. Wiesbaden [vs Verlag für Sozialwissenschaften] 2009

- DIEKMANN, A.: *Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen*. 21., vollständig überarbeitete und erweiterte Ausgabe. Reinbek b. Hamburg [Rowohlt] 2010
- DONSBACH, W.; T. LAUB; A. HAAS; H.-B. BROSIUS: Anpassungsprozesse in der Kommunikationswissenschaft. Themen und Herkunft der Forschung in den Fachzeitschriften »Publizistik« und »Medien & Kommunikationswissenschaft«. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 53. Jg. (1), 2005, S. 46 - 72
- FAHR, A. (Hrsg.): *Zählen oder Verstehen? Diskussion um die Verwendung quantitativer und qualitativer Methoden in der empirischen Kommunikationswissenschaft*. Köln [Herbert von Halem] 2011
- FLICK, U.: *Triangulation. Eine Einführung*. 2. Auflage. Wiesbaden [vs Verlag für Sozialwissenschaften] 2008
- FRÜH, W.; H. FRÜH: *Bedeutung und realisierte Qualitätsstandards der Inhaltsanalyse als empirische Methode in den Sozialwissenschaften 2000 - 2009*. Unveröffentlichtes Manuskript 2011
- FRÜH, W.: *Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis*. 6., überarbeitete Auflage. Konstanz [UVK] 2007
- GEHRAU, V.: *Die Beobachtung in der Kommunikationswissenschaft. Methodische Ansätze und Beispielstudien*. Konstanz [UVK] 2002
- HANITZSCH, T.: Zur Wahrnehmung von Einflüssen im Journalismus. Komparative Befunde aus 17 Ländern. In: *Medien und Kommunikationswissenschaft*, 57. Jg. (2), 2009, S. 153 - 173
- KELLE, U.: *Die Integration qualitativer und quantitativer Methoden in der empirischen Sozialforschung. Theoretische Grundlagen und methodologische Konzepte*. Wiesbaden [vs Verlag für Sozialwissenschaften] 2007
- KEPPLINGER, H. M.; C. TULLIUS: Fernsehunterhaltung als Brücke zur Realität. Wie die Zuschauer mit der Lindenstraße und dem Alten umgehen. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 43. Jg. (2), 1995, S. 138 - 157
- KRIPPENDORFF, K.: *Content analysis. An introduction to its methodology*. Thousand Oaks (Ca) [Sage] 2004
- KROMREY, H.: *Empirische Sozialforschung. Modelle und Methoden der standardisierten Datenerhebung und Datenauswertung*. 12., überarbeitete und ergänzte Auflage. Stuttgart [Lucius & Lucius] 2009
- KROTZ, F.: *Neue Theorien entwickeln. Eine Einführung in die Grounded Theory, die heuristische Sozialforschung und die Ethnographie anhand von Beispielen aus der Kommunikationsforschung*. Köln [Herbert von Halem] 2005

- KROTZ, F.: Lebensstile, Lebenswelten und Medien: Zur Theorie und Empirie individuenbezogener Forschungsansätze des Mediengebrauchs. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 39. Jg. (3), 1991, S. 317-342
- KUHLMANN, C.; J. WOLLING: Fernsehen als Nebenbeimedium. Befragungsdaten und Tagebuchdaten im Vergleich. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 52. Jg. (3), 2004, S. 386-411
- LOOSEN, W.; A. SCHOLL: Validierung oder Ergänzung? Zur Praxis von Methodenkombinationen in der Journalismusforschung. In: JANDURA, O.; T. QUANDT; J. VOGELGESANG (Hrsg.): *Methoden der Journalismusforschung*. Wiesbaden [vs Verlag für Sozialwissenschaften] 2011, S. 109-121
- MAIER, M.; K. STENDEL; G. RUHRMANN; J. MARSCHALL; A. F. ZILLICH; R. GÖBEL: Synchronisierung von Erhebungsinstrumenten zur Erfassung des dynamischen Nachrichtenprozesses am Beispiel der Krisenkommunikation. In: JANDURA, O.; T. QUANDT; J. VOGELGESANG (Hrsg.): *Methoden der Journalismusforschung*. Wiesbaden [vs Verlag für Sozialwissenschaften] 2011, S. 237-255
- MAYRING, P.: *Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken*. 11., vollständig überarbeitete Auflage. Weinheim [Beltz] 2010
- MERTEN, K.; P. TEIPEN: *Empirische Kommunikationsforschung. Darstellung, Kritik, Evaluation*. München [Ölschläger] 1991
- MÖHRING, W.; D. SCHLÜTZ: *Die Befragung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Eine praxisorientierte Einführung*. 2., überarbeitete Auflage. Wiesbaden [vs Verlag für Sozialwissenschaften] 2010
- NEUMANN-BRAUN, K.; M. CHARLTON; C. ROESLER: Kindliche Mediensozialisation, elterliche »gate keeper«-Funktion und familiäre Umgangsstile mit Medienangeboten. Ergebnisse einer Elternbefragung. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 41. Jg. (4), 1993, S. 497-511
- RÖSSLER, P.: *Inhaltsanalyse*. 2., überarbeitete Auflage. Konstanz [UVK] 2010
- SALE, J. E.; L. H. LOHFELD; K. BRAZIL: Revisiting the quantitative-qualitative debate: Implications for mixed-methods research. In: *Quality and Quantity*, 36. Jg. (1), 2002, S. 43-53
- SCHEUFELE, B.; I. ENGELMANN: *Empirische Kommunikationsforschung*. Konstanz [UVK] 2009
- SCHMIDT, I.; SCHWEIGER, W.: Fragen und Antworten in der Langzeitstudie Massenkommunikation. Ein Methodenexperiment zu Mängeln

- des Messinstruments. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 47. Jg. (4), 1999, S. 551-567
- SCHNELL, R.; P. B. HILL; E. ESSER: *Methoden der empirischen Sozialforschung*. 8. Auflage. München, Wien [Oldenbourg] 2008
- SCHOLL, A.: *Die Befragung*. 2., überarbeitete Auflage. Konstanz [UVK] 2009
- SCHOLL, A.: Konstruktivismus und Methoden in der empirischen Sozialforschung. In: *Medien und Kommunikationswissenschaft*, 59. Jg. (2), 2011a, S. 161-179
- SCHOLL, A.: Der unauflösbare Zusammenhang von Fragestellung, Theorie, Methode oder: Die reflexive Bedeutung der Methodologie (nicht nur) in der Journalismusforschung. In: JANDURA, O.; T. QUANDT; J. VOGELGESANG (Hrsg.): *Methoden der Journalismusforschung*. Wiesbaden [vs Verlag für Sozialwissenschaften] 2011b, S. 15-32
- TEDDLIE, C.; A. TASHAKKORI: *Foundations of mixed methods research: Integrating quantitative and qualitative approaches in the social and behavioral sciences*. Los Angeles (CA), London, New Delhi, Singapore [Sage Publications] 2009
- TITSCHER, S.; R. WODAK; M. MEYER; E. VETTER: *Methoden der Textanalyse. Leitfaden und Überblick*. Opladen, Wiesbaden [Westdeutscher Verlag] 1998
- ZELLER, F.; J. WOLLING; P. PORTEN-CHEÉ: Framing o/1. Wie die Medien über die »Digitalisierung der Gesellschaft« berichten. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft* 58. Jg. (4), 2010, S. 503-524