

METHODEN UND FORSCHUNGSLOGIK
DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

Jakob Jünger / Ulrike Gochermann /
Christina Peter / Marko Bachl (Hrsg.)

Grenzen, Probleme und Lösungen bei der Stichprobenziehung

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.

Jakob Jünger / Ulrike Gochermann /
Christina Peter / Marko Bachl (Hrsg.)
Grenzen, Probleme und Lösungen bei der Stichprobenziehung
Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft, 17
Köln: Halem, 2022

Die Reihe *Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft*
wird herausgegeben von 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.

© 2022 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISSN 1863-4966

ISBN (Print): 978-3-86962-539-3

ISBN (PDF): 978-3-86962-540-9

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
LEKTORAT: Imke Hirschmann
DRUCK: docupoint GmbH, Magdeburg
GESTALTUNG: Claudia Ott, Düsseldorf
Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry
Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

Inhalt

JAKOB JÜNGER / CHRISTINA PETER / ULRIKE GOCHERMANN / MARKO BACHL Editorial: Die Welt der Stichprobenverfahren	9
VOLKER GEHRAU Wofür sind Studierendenchproben brauchbar? Ein Vergleich von Quotenstichproben und Studierendenchproben	20
JULIAN KREISSL Die informierte Einwilligung in Online-Befragungen. Grenzen, Probleme und Lösungsansätze	52
CHRISTIAN STRIPPEL / MARTIN EMMER Stichproben für Telefonbefragungen in Deutschland: Ein Werkstattbericht	80
CHANTAL GÄRTNER Zentrale Akteure in Online-Netzwerken von sozialen Bewegungen	114
BENJAMIN FRETWURST Effektivität von Gewichtungen	156
TIM SCHATTO-ECKRODT Hidden Biases – The Effects of Unavailable Content on Twitter on Sampling Quality	178

TERESA K. NAAB / CONSTANZE KÜCHLER How to Select from the Stream of Comments? Sampling User Comments from Facebook Pages of News Outlets for Manual Content Analysis	196
MARIE-LUISE VON BERG / JAKOB JÜNGER Stichprobenverfahren in der Online-Welt: Kriterien für die plattformübergreifende Auswahl von Akteuren und Inhalten	230
ANNA-LENA WAGNER Die Publizistische Stichprobe als Auswahlverfahren lokaljournalistischer Medienangebote: Potenziale, Grenzen und Erweiterungen am Beispiel einer inhaltsanalytischen Studie	272
OLAF JANDURA / RAPHAEL KÖSTERS Stichprobenbildung bei Medienqualitätsanalysen – ein Projektbericht aus dem länderübergreifenden DACH-Projekt ›Media Performance and Democracy‹	301
STEFFEN KOLB / MAREN IRMER Auswahlentscheidungen bei Inhaltsanalysen unter besonderer Berücksichtigung des Faktors Zeit	320
SARAH KOHLER Die Auswahl von Zeiträumen und Startzeitpunkten in der Zeitreihenanalyse	353
Autorinnen und Autoren	380

JAKOB JÜNGER / CHRISTINA PETER /
ULRIKE GOCHERMANN / MARKO BACHL

Editorial: Die Welt der Stichprobenverfahren

1. Von der Stichprobe zur Erkenntnis

Das wissenschaftliche Erkenntnisgeschäft ist von Auswahlprozessen gekennzeichnet. Das bedeutet zunächst, dass sich Fragestellungen immer nur auf einen Teilbereich beziehen. Bereits die Auswahl einer Fragestellung und die damit einhergehende Festlegung von Untersuchungsgegenständen können als Stichprobe aus allen möglichen Fragestellungen begriffen werden. Im Forschungsprozess entstehen sodann empirische Beschreibungen und theoretische Konzeptionen, die in den Sozial- und Geisteswissenschaften im besten Fall eine mittlere Reichweite erzielen und sich nach und nach zu allgemeinen Theorien verbinden (vgl. MERTON 1968: 50ff.). Auswahlverfahren werden in den empirisch arbeitenden Wissenschaften allerdings weniger in Bezug auf Fragestellungen (Formalobjekte) als vielmehr in Bezug auf die Auswahl von Erhebungseinheiten (Materialobjekte) diskutiert. Wer wird befragt? Welche Inhalte werden beschafft? Welche Situationen sollen beobachtet werden? Zur Beantwortung von Fragestellungen müssen sinnvolle Stichproben gewählt werden, und umgekehrt bestimmt die Stichprobe, worauf sich die gewonnenen Erkenntnisse beziehen lassen. Betrachtet man eine einzelne Studie im Forschungskontext, dann ergeben sich daraus nicht nur Antworten, sondern immer auch neue Fragen und damit ein stetiger Bedarf an neuen Stichproben. Stichproben sind damit der Dreh- und Angelpunkt empirischer Erkenntnisse – sie sind sowohl Ausgangspunkt als auch Ergebnis sozialwissenschaftlicher Forschung.

Trotz der zentralen Rolle von Auswahlverfahren und Stichprobenziehung insbesondere für die empirische Forschung wird diesem Thema oft nur marginale Aufmerksamkeit geschenkt. Viele empirische Beiträge diskutieren die Art der Stichprobenziehung und deren Auswirkung auf die gewonnenen Daten nur am Rande und genuine Methodenbeiträge sind in letzter Zeit selten. Vor allem vor dem Hintergrund neuerer methodischer Zugänge in der Kommunikations- und Medienforschung, wie etwa die Analyse von Datenspuren im Internet, schien es uns deshalb nötig, sich mit dem Thema differenziert auseinanderzusetzen. Das Kernstück dieses Bandes bilden dabei Beiträge, die auf der Jahrestagung der DGPUK-Fachgruppe Methoden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft 2019 in Greifswald präsentiert und diskutiert wurden. Zusammen ergibt sich daraus ein umfassendes und aktuelles Bild zu verschiedenen Auswahlverfahren in Kontext unterschiedlicher methodischer Zugänge. Um die Auswahl bei der Lektüre zu erleichtern, geben wir zunächst einen allgemeinen Überblick über Auswahlseinheiten und Auswahlverfahren der Stichprobenziehung. Anschließend fassen wir die Beiträge des Bandes kurz und knapp entlang dieser Kriterien zusammen.

1.1 *Auswahlseinheiten und Erhebungsverfahren*

Die Auswahlverfahren zur Stichprobengewinnung unterscheiden sich zunächst danach, welche *Erhebungseinheiten* angestrebt werden. In den Sozialwissenschaften lassen sich im Anschluss an die typische Einteilung der Erhebungsmethoden in Befragung, Inhaltsanalyse und Beobachtung (vgl. BROSIUS/HAAS/KOSCHEL 2016: 5; SCHNELL/HILL/ESSER 2008: 319) unter anderem Samples von Akteuren, Inhalten und Situationen unterscheiden. Für Befragungen oder Interviews werden vor allem Personenstichproben generiert. Die Personen müssen nicht für sich sprechen, sondern können etwa als Stellvertreter kollektiver oder korporativer Akteure (Organisationen) befragt werden. Als Inhalte in einem allgemeinen Sinn können wiederum alle Spuren oder Artefakte menschlichen Verhaltens angesehen werden. Insbesondere kommunikative Artefakte wie Zeitungsartikel oder Mitteilungen auf Onlineplattformen sind relevantes Untersuchungsmaterial, das bereits unabhängig von den Forschenden fixiert ist (vgl. BROSIUS/HAAS/KOSCHEL 2016: 138). Situations- oder Ereignisstichproben werden typischerweise über Beobachtungsverfahren erhoben, und auch hier las-

sen sich insbesondere bei verdeckter Beobachtung auch unabhängig von den Forschenden vorliegende Daten analysieren (vgl. DÖRING/BORTZ 2016: 324; BROSIUS/HAAS/KOSCHEL 2016: 185, 203).

In Bezug auf unterschiedliche Erhebungsmethoden unterscheiden sich also nicht nur die Erhebungseinheiten, sondern auch der *Ursprung der Daten* fällt unterschiedlich aus. Während prozessproduzierte Daten wie Metriken auf Online-Plattformen unabhängig von den Forschenden erzeugt werden, entstehen Forschungsdaten etwa bei Befragungen erst im Rahmen einer Studie. In jedem Fall müssen Daten erst zu Primärdaten aufbereitet werden, zum Beispiel indem sie anonymisiert werden (vgl. PETER et al. 2020: 607). Wenn Daten vorangegangener Studien weiterverwendet werden, spricht man dagegen von Sekundärdaten.¹ Diese Unterscheidungen sind im Rahmen von Stichprobenziehungen relevant, weil mitunter erst Daten erhoben und aufbereitet werden müssen, um daraus eine Stichprobe ziehen zu können.

Mitunter sind von den Erhebungseinheiten die *Analyseeinheiten* zu unterscheiden. Wenn der Datenzugang beispielsweise über Befragungen realisiert wird, werden durch die Befragung soziale Realitäten konstituiert (vgl. LAMNEK 2002: 166) und somit sowohl Situationen als auch Inhalte erzeugt und ausgewählt, die dann einer weiteren Analyse zugeführt werden. Aber auch die durch standardisierte Befragungen erzeugten Messergebnisse und Online-Metriken oder Nutzungszahlen (vgl. KEYLING/JÜNGER 2016: 186f.) sind Ergebnisse menschlichen Verhaltens und deuten somit immer gleichzeitig auf die Personen und die Entstehungssituation zurück. Wenn also beispielsweise eine Akteurstichprobe gebildet wird, kann diese mitunter als Hilfskonstruktion angesehen werden, um Aussagen von Befragten, Dokumente von Organisationen oder Verhaltensspuren von Online-Nutzer:innen analysieren zu können. Die Auswahl der Erhebungseinheiten ist somit immer im Zusammenspiel mit der Auswahl der Analyseeinheiten zu sehen. Im Forschungsprozess können diese Einheiten wechseln, sodass Stichprobenziehungen zu einem komplexen Unterfangen werden können.

1 Im Kontext interpretativer Sozialforschung werden die Begriffe teilweise anders verwendet: Während Primärdaten das unmittelbare Untersuchungsmaterial darstellen (z. B. Interviews), geben Sekundärdaten über den Verhaltenskontext Auskunft (z. B. Begleitmaterial), und Tertiärdaten sind wiederum auf die Forschungssituation zu beziehen (z. B. Forschungstagebücher) (vgl. AKREMI 2014: 271).

1.2 *Stichprobenverfahren*

Aus dem *Konstruktionsprozess* wissenschaftlicher Stichproben ergibt sich ein spezifisches Verhältnis zwischen der Grundgesamtheit und der Stichprobe. Verschiedene Auswahlverfahren lassen sich danach ordnen, wie vollständig und genau sie die Wirklichkeit abbilden sollen bzw. inwiefern andere Kriterien im Vordergrund stehen. *Vollerhebungen* sind keine Stichproben im engeren Sinn, da sie den untersuchten Bereich vollständig abdecken, können aber in einem weiteren Sinne als Stichproben aus allen möglichen oder denkbaren Wirklichkeiten verstanden werden. Da Vollerhebungen mitunter schwer zu bewerkstelligen sind, kommen Auswahlverfahren zum Einsatz.

Zufallsstichproben ausreichender Größe sind zumindest theoretisch bei geringerem Aufwand genauso aussagekräftig wie eine Vollerhebung, sofern sie den gesamten Merkmalsraum abdecken und eine akzeptable Präzision von Schätzwerten erreicht wird. Eine Voraussetzung ist allerdings, dass eine Auswahlliste zur Verfügung steht. Das ist nicht immer gegeben: Eine Liste aller Zeitungstitel lässt sich noch gut konstruieren, eine Liste aller Rezipient:innen dagegen kaum. Hier helfen *hierarchische Stichprobenverfahren*, die etwa geschichtet bzw. quotiert nach demografischen Merkmalen (und mit entsprechender Gewichtung) einen indirekten Zugriff auf die Auswahlgesamtheit zulassen.

Auch eine weitere Problematik von zufallsbasierten Ziehungen lässt sich zumindest teilweise über *Quotierungen* ausgleichen: Fälle mit einer geringen Prävalenz haben eine geringere Auswahlwahrscheinlichkeit und kommen somit seltener in die Stichprobe. Das kann erwünscht sein, wenn allgemeine Tendenzen analysiert werden sollen, ist je nach Erkenntnisinteresse aber auch kontraproduktiv. Führt man sich vor Augen, dass insbesondere Kommunikationsaktivität in der Regel schief verteilt ist, so kann eine Zufallsstichprobe vor allem die prominenten Fälle gut abbilden, nicht aber unbedingt die Vielfalt von Nutzungsweisen oder Inhalten. Eine solche Long-Tail-Verteilung zeichnet sich dadurch aus, dass der Tail geringer Aktivität insgesamt ebenso viel Aktivität umfasst wie die wenigen Fälle mit hoher Aktivität.

Sollen Aussagen über spezifische Fälle oder die Vielfalt der Wirklichkeit getroffen werden, erweisen sich deshalb *bewusste Stichproben* als zielführender. Diese sind an inhaltlichen Dimensionen des Forschungsinteresses ausgerichtet, indem beispielsweise gezielt metakommunikative Kommentare

oder passive Leser:innen ausgewählt werden. So wird nicht Universalität erreicht, aber Informativität.

Auch *willkürliche Stichproben* können informativ sein und spielen deshalb eine wichtige Rolle in der Kommunikationswissenschaft. Hierbei sind die Auswahlkriterien nicht vorrangig inhaltlich begründet, sondern ergeben sich vor allem aus pragmatischen Umständen, weil etwa die Befragung von Studierenden innerhalb von Lehrveranstaltungen einfacher umzusetzen ist als die Rekrutierung über ein Panel.

1.3 *Folgen der Stichprobenziehung*

Bei Stichprobenentscheidungen stellt sich nicht nur die Frage, wofür die Befunde schließlich stehen, worauf die Erkenntnisse verallgemeinert werden können, sondern auch, welche Folgen sich aus dem Prozess der Stichprobenkonstruktion selbst ergeben. Insbesondere wenn keine Auswahlgesamtheiten vorliegen, können Stichproben teilweise nur durch Voruntersuchungen, das heißt in Verbindung mit einer Datenerhebung, gewonnen werden, beispielsweise wenn Befragungsteilnehmer:innen über Schneeballverfahren rekrutiert werden. Wenn dies zu Gesprächen zwischen potenziellen Interviewpartner:innen führt, kann bereits die Stichprobenziehung reaktiv sein, also auf die zu untersuchende Wirklichkeit einwirken. In Bezug auf teilnehmende Beobachtungen wird dieses Phänomen regelmäßig thematisiert (z. B. GEHRAU 2017: 33). So ist bei der Untersuchung von Gruppen auf Social-Media-Plattformen der Beitritt zu einer solchen Gruppe unabdingbar und hat möglicherweise Reaktionen der bisherigen Mitglieder zur Folge (Begrüßung). Teilweise wird vermutet, dass die wissenschaftliche Beschäftigung mit Online-Plattformen die Relevanz dieser Plattformen mitbefördert (BRUNS 2019: 1545). Solche indirekten Effekte sind grundsätzlich auch bei Inhaltsanalysen zu bedenken: Der Zugriff auf Medieninhalte erzeugt mitunter Zugriffszahlen (View-Counter auf Online-Plattformen, Erlöse durch das Abonnement wissenschaftlicher Bibliotheken), die prinzipiell geeignet sind, das Produktionsverhalten der Medienschaffenden zu beeinflussen. Und selbst wenn die Stichprobenziehung keinen direkten Einfluss auf die Welt nimmt, so wirken Studien im besten Fall nach und orientieren etwa gesellschaftspolitische Entscheidungen. Insofern sollten Stichprobenentscheidungen in jeder Studie sorgfältig überlegt sein.

2. Probleme und Lösungen bei der Stichprobenziehung

Der kurze Abriss über Varianten der Stichprobenziehung deutet bereits an, dass sich daraus jeweils spezifische Probleme ergeben. Die Beiträge im vorliegenden Band adressieren diese Schwierigkeiten; Tabelle 1 gibt einen Überblick über die jeweiligen thematischen Schwerpunkte der Beiträge. Die Autor:innen benennen dabei nicht nur Problembereiche in den unterschiedlichen Verfahren und Anwendungsgebieten, sondern bieten auch entsprechende Lösungsvorschläge an. Zur besseren Orientierung haben wir die Beiträge nach den Auswahleinheiten, Erhebungsverfahren und Stichprobenverfahren untergliedert.

TABELLE 1
Überblick über die Beiträge

Autor:in	Auswahleinheiten / Erhebungsverfahren	Stichprobenverfahren	Problembereich / Lösungsvorschläge
(1) Auswahl von Akteuren			
Volker Gehrau	Studierende und Bevölkerung / Befragungen	Willkürliche Stichproben, Quotenstichproben	Generalisierbarkeit / Verwendbarkeit willkürlicher Stichproben
Julian Kreissl	Bevölkerung / Online-Befragungen	Online-Panel, Schneeballverfahren	Reaktivität und Ethik / Einwilligungserklärungen in Online-Befragungen
Christian Strippel	Bevölkerung / Telefonbefragung	Festnetzstichproben, Mobilfunkstichproben	Generalisierbarkeit / Stichprobenbereinigung und Einschätzung von Responderaten
Chantal Gärtner	Zentrale Akteure in sozialen Bewegungen / APIs & Webcrawling	Web- und API-Crawling	Informativität / (Hyper-) Links und Zentralitätsmaße als Auswahlmechanismen
Benjamin Fretwurst	Bevölkerung / Befragungen	Gewichtete Stichproben	Generalisierbarkeit und Präzision / Effektivitätskorrektur bei Gewichtungen
(2) Auswahl von Inhalten			
Tim Schatto-Eckrodt	Tweets auf Twitter / APIs	Zufallsstichproben	Generalisierbarkeit / Orientierung zu Verzerrungen durch gelöschte Inhalte

Autor:in	Auswahleinheiten / Erhebungsverfahren	Stichprobenverfahren	Problemereich / Lösungsvorschläge
Teresa K. Naab & Constanze Küchler	Kommentare auf Facebook / APIs	Hierarchische Stichprobenziehung, künstliche Woche	Generalisierbarkeit / Kombination von Zufallsauswahl und bewusster Stichprobenziehung
Marie-Luise von Berg & Jakob Jünger	Online-Plattformen, Posts, Kommentare und Accounts / Scraping & APIs	Bewusste Stichprobenziehung	Informativität / Auswahlkriterien für bewusste Stichprobenziehungen
Anna-Lena Wagner	Lokale Zeitungstitel / Erhebung von Print- und Online-Presse	Systematische Zufallsauswahl (publizistische Stichprobe)	Generalisierbarkeit und Bestimmung der Auswahleinheiten / Gewichtung durch Auflage
Olaf Jandura & Raphael Kösters	Medienangebote / Websuche	Relevance Sampling, natürliche Woche, geschichtete Stichprobe	Informativität / Aussagekraft und Vergleichbarkeit durch Auswahl typischer Fälle
(3) Auswahl von Zeiträumen			
Steffen Kolb & Maren Irmer	Berichterstattung / Pressedatenbanken	Querschnitte, Mehrfachmessungen, Längsschnitte	Komplexität und Präzision / Aggregation entlang einer Phaseneinteilung
Sarah Kohler	Bevölkerung / Befragung	Aggregation von Zeitverläufen	Validität, Zeitsensitivität volatiler Themen / Berücksichtigung extremer Ereignisse bei der Aggregation

2.1 *Auswahl von Akteuren*

Studierendenstichproben haben sich in einigen Fächern wie der Psychologie, aber auch der Kommunikationswissenschaft als pragmatischer Weg erwiesen, um Messinstrumente zu testen und eine erste Einschätzung von Effekten zu erhalten. Sie werden in der Regel in den Bereich der willkürlichen Stichproben eingeordnet, da sich die Auswahl aus der leichten Zugänglichkeit etwa im Rahmen von Lehrveranstaltungen ergibt. Daraus folgt die wesentliche Einschränkung, dass eine Übertragung auf die Bevölkerung im Prinzip nicht möglich ist. VOLKER GEHRAU geht in seinem Beitrag der Frage nach, inwiefern diese Stichproben dennoch für inhaltliche Fragestellungen informativ sein können. Sie eignen sich zwar nicht für die Schätzung von Lageparametern, über eine Analyse von korrelativen Strukturen (Korrelations-, Hauptkomponenten- und Reliabilitätsanalysen) sollte aber nachgedacht werden.

Mit der Gewinnung von Befragungsteilnehmer:innen beschäftigt sich auch der Beitrag von JULIAN KREISSL. Er adressiert insofern ein Reaktivitätsproblem, als er den möglichen Effekt von expliziten Einwilligungserklärungen auf (systematische) Teilnahmeverweigerungen untersucht. Trotz des erhöhten Aufmerksamkeitsbedarfs – es muss mehr Text gelesen werden – konnte ein solcher Effekt nicht nachgewiesen werden, sodass sich forschungsethische und methodische Anforderungen nicht ausschließen müssen.

Stichprobenausfälle ergeben sich im Rahmen von Telefonbefragungen bereits aus der Konstruktion der Auswahlgesamtheit. Listen von Telefonnummern enthalten ungültige Nummern und auch die Kontaktaufnahme kann scheitern. CHRISTIAN STRIPPEL stellt für diesen Bereich gängige Verfahren der Stichprobenkonstruktion vor, diskutiert die Notwendigkeit der Bereinigung von Stichproben und vergleicht Festnetz- mit Mobilfunkstichproben.

Dass der gewählte Zugangsweg zu den Akteuren einen Einfluss auf die Stichprobe nimmt, demonstriert auch CHANTAL GÄRTNER am Beispiel sozialer Bewegungen. Sie vergleicht verschiedene netzwerkanalytische Verfahren zur Identifizierung zentraler Akteure auf Online-Plattformen und zeigt auf, über welche Wege welche Arten von Akteuren gefunden werden können.

Ist eine Stichprobe aufgrund von Teilnahmeverweigerung oder un- ausgeglichener Erreichbarkeit von Teilen der Bevölkerung verzerrt, dann stellt sich die Frage der Verallgemeinerbarkeit. BENJAMIN FRETWURST stellt dar, dass die Gewichtung von Stichproben unabdingbar ist und wie sie umgesetzt werden kann. Er schlägt einen neuen Koeffizienten zur Effektivitätskorrektur vor, um so die Präzision von Schätzungen zu erhöhen.

2.2 *Auswahl von Inhalten*

Datenausfälle treten auch bei der Erhebung von Online-Inhalten regelmäßig auf. Diese Ausfälle bleiben häufig unbemerkt, da eine Grundgesamtheit nicht bekannt ist. TIM SCHATTO-ECKRODT deckt drei Quellen für Datenausfälle auf Twitter auf und diskutiert, inwiefern diese blinden Flecken einen Einfluss auf inhaltliche Befunde nehmen können.

Ebenfalls mit der Datenerhebung auf Online-Plattformen beschäftigt sich der Beitrag von TERESA K. NAAB und CONSTANZE KÜCHLER. Ausge-

hend von typischen Herausforderungen wie der Volatilität und der Personalisierung von Onlinedaten demonstrieren sie, wie eine Zufallsauswahl und bewusste Kriterien in einem hierarchischen Stichprobenverfahren zusammengeführt werden können. Diese Vorgehensweise systematisiert ein typisches Stichprobenverfahren auf Online-Plattformen, mit dem gezielt auf eine Fragestellung zugeschnittene Daten erhoben werden können.

Ähnlich argumentieren MARIE-LUISE VON BERG und JAKOB JÜNGER, indem sie Kriterien zur bewussten Auswahl von Akteuren und Inhalten zusammenstellen. Dabei plädieren sie für eine Kombination von Außenkriterien zur Eingrenzung der Stichprobe und Binnenkriterien zum Abdecken von Vielfalt für möglichst informative Stichproben. Auch die Auswahl einer Plattform wird als Stichprobenentscheidung begriffen.

Die Auswahl von Zeitungstiteln ist ein klassisches Feld der Publizistikwissenschaft und muss doch angesichts einer sich verändernden Medienlandschaft – insbesondere der Wandel in Lokal- und Online-Journalismus sowie internationale Entwicklungen – stets neu reflektiert werden. ANNA-LENA WAGNER gibt einen Überblick über die relevanten Auswahlinheiten (Zeitungsausgaben, Herausgeber, publizistische Einheiten) und zeigt an einem Beispiel auf, wie lokale Preetitel und Online-Preetitel repräsentativ ausgewählt werden können.

Die Herausforderungen einer international vergleichenden Stichprobenziehung von Medienangeboten beschreiben OLAF JANDURA und RAPHAEL KÖSTERS. Sie diskutieren, mit welchen Kriterien eine aussagekräftige Konfiguration aus Erkenntnisziel und Fragestellung sowie Verfügbarkeit des Materials und forschungsökonomischen Rahmenbedingungen zu erreichen ist. Denn diese Konfiguration hat mitunter weitreichende Konsequenzen. Der Beitrag enthält insbesondere Vorschläge zur Auswahl von Medienangeboten (Relevanzsampling), Zeiträumen (künstliche und natürliche Wochen) und Medieninhalten (disproportionale Stichprobenziehung) in einem groß angelegten Forschungsprojekt.

2.3 *Auswahl von Zeiträumen*

Die Entscheidung für einen Untersuchungszeitraum oder mehrere Untersuchungszeitpunkte steht in jeder empirischen Studie an. Teresa K. Naab und Constanze Küchler beschäftigen sich in ihrem Beitrag nicht nur mit inhaltlichen Herausforderungen bei der Stichprobenziehung von Social-Media-Daten,

sondern auch mit der Frage nach dem optimalen Untersuchungszeitraum vor dem Hintergrund der Analyse von Facebook-Kommentaren und besprechen in diesem Zusammenhang die Auswahlbegründung für künstliche Wochen. Hinweise zur Frequenz und Lebensdauer von Online-Kommunikation finden sich zudem im Beitrag von Marie-Luise von Berg und Jakob Jünger.

STEFFEN KOLB und MAREN IRMER geben explizit einen systematischen Überblick über drei verschiedene Studiendesigns und deren Angemessenheit für zeitbezogene Fragestellungen und wägen die Untersuchungsanlagen im Hinblick auf Aggregationsniveau und Komplexität ab. Sie zeigen auf, inwiefern die Festlegung von Zeitpunkten und die Aggregation von Daten einen Einfluss auf die Ergebnisse nehmen können. Für Zeitverlaufstudien schlagen sie eine Aggregation entlang inhaltlich und statistisch begründeter Phasen vor.

Zeit ist ein zentrales Konstrukt vieler kommunikationswissenschaftlicher Ansätze und dennoch vergleichsweise wenig konzeptualisiert. Auch methodische Ansätze, die sich explizit mit der Operationalisierung von Zeit beschäftigen, sind im Fach rar gesät. SARAH KOHLER nimmt dies in ihrem Beitrag als Ausgangspunkt, um zwei Entscheidungen bei der Analyse von zeitbasierten Daten zu reflektieren: Startpunkt und Länge von Zeiträumen bei der Aggregation von Zeitreihen. Sie zeigt auf, dass insbesondere extreme Ereignisse wie ein Terroranschlag besondere Berücksichtigung finden müssen, um Zeitverläufe adäquat zu erfassen.

3. Fazit: Repräsentative und informative Stichproben

Insgesamt lassen sich in den Beiträgen zwei zentrale Themenfelder ausmachen: Verschiedene Auswahlverfahren sind zwischen Repräsentativität und Informativität zu verorten. Während Vollerhebungen und Zufallsauswahlen in der Regel darauf abzielen, einen Gegenstandsbereich vollständig und möglichst genau zu beschreiben, wird der Weg bewusster Stichprobenziehung nicht nur in der interpretativen Sozialforschung beschritten, um schwer greifbare, spezifische oder seltene Phänomene genauer zu verstehen.

Die Komplexität von Stichprobenentscheidungen bringt es allerdings mit sich, dass Probleme vorprogrammiert und die Konsequenzen nicht immer vollständig absehbar sind. Wir hoffen, mit dem Band das Bewusstsein

für Grenzen und Möglichkeiten der Stichprobenziehung zu fördern und gleichzeitig Lösungsmöglichkeiten für aussagekräftige Studien anzubieten.

Literatur

- AKREMI, LEILA: Stichprobenziehung in der qualitativen Sozialforschung. In: BAUR, NINA; BLASIUS, JÖRG (Hrsg.): *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden [Springer vs] 2014, S. 265-282
- BROSIUS, HANS-BERND; HAAS, ALEXANDER; KOSCHEL, FRIEDERIKE: *Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung*. Wiesbaden [vs Verlag] 2016
- BRUNS, AXEL: After the >APICalypse<: Social media platforms and their fight against critical scholarly research. In: *Information, Communication & Society*, 22(11), 2019, S. 1544-1566
- DÖRING, NICOLA; BORTZ, JÜRGEN: *Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften*. Berlin, Heidelberg [Springer] 2016
- GEHRAU, VOLKER: *Die Beobachtung als Methode in der Kommunikations- und Medienwissenschaft*. 2., völlig überarbeitete Auflage. Konstanz, München [UVK] 2017
- KEYLING, TILL; JÜNGER, JAKOB: Observing Online Content. In: VOWE, GERHARD; HENN, PHILIPP (Hrsg.): *Political communication in the online world. Theoretical approaches and research designs*. New York [Routledge] 2016, S. 183-200
- LAMNEK, SIEGFRIED: Qualitative Interviews. In: KÖNIG, ECKARD; ZEDLER, PETER (Hrsg.): *Qualitative Forschung. Grundlagen und Methoden*. 2. Aufl. Weinheim, Basel [Beltz] 2002, S. 157-193
- MERTON, ROBERT KING: *Social theory and social structure*. New York [Free Press] 1968
- PETER, CHRISTINA; BREUER, JOHANNES; MASUR, PHILIPP K.; SCHARKOW, MICHAEL; SCHWARZENEGGER, CHRISTIAN: Empfehlungen zum Umgang mit Forschungsdaten in der Kommunikationswissenschaft. In: *Studies in Communication and Media*, 9(4), 2020, S. 599-626. <https://doi.org/10.5771/2192-4007-2020-4-599>
- SCHNELL, RAINER; HILL, PAUL B.; ESSER, ELKE: *Methoden der empirischen Sozialforschung*. 8. Aufl. München [Oldenbourg Wissenschaftsverlag] 2008