

Die quantitative Inhaltsanalyse

Adrian Kuhrmann, Michael Piatza, Josy Schreier

Einleitung:

Die quantitative Inhaltsanalyse ist eine verbreitete Forschungsmethode zur objektiven und statistischen Analyse von Medieninhalten (Baur & Blasius, 2014; Früh, 2018). Sie ermöglicht die Extraktion von Informationen über Eigenschaften, Trends und Muster durch die systematische Analyse großer Stichproben (Früh, 2018; Neuendorf, 2017). Die Methode bietet Vorteile wie Objektivität, Reproduzierbarkeit, Verarbeitung großer Datenmengen und statistische Analysen (Neuendorf, 2017; Krippendorff, 2018). Vergleiche über Zeitperioden, Medienformate und Regionen hinweg werden durch sie ermöglicht (Baur & Blasius, 2014). Nachteile der Methode können die Reduktion von Komplexität, begrenzte Bedeutungsebenen, Codierungsschwierigkeiten, begrenzte Einblicke in Rezeptionsprozesse sowie Zeit- und Ressourcenbedarf sein (Früh, 2018; Krippendorff, 2018). Die Wahl der Methode sollte sorgfältig im Kontext der Forschungsfrage und -ziele abgewogen werden. Für die vorliegende Forschungsarbeit, der Untersuchung von Content über Sexualität als Thema in den funk-Netzwerken, scheint die quantitative Inhaltsanalyse, durch die genannten Vorteile, eine passende Methode zur Untersuchung zu sein, weshalb sie folglich zur Anwendung kommen wird.

Theoretische Grundlagen:

Die quantitative Inhaltsanalyse basiert auf einer breiten Palette theoretischer Grundlagen, die ihr methodisches Vorgehen und ihre Zielsetzungen bestimmen. Dabei werden verschiedene Aspekte wie der Medienbegriff, die Kommunikations- und Rezeptionsforschung sowie die Kodierung und Kategorisierung von Inhalten berücksichtigt. Der Medienbegriff spielt eine zentrale Rolle in der quantitativen Inhaltsanalyse, da sie darauf abzielt, Medieninhalte zu untersuchen. Gemäß der Definition von Mayring (2015, S. 20) umfasst der Medienbegriff alle Formen von Massenmedien, einschließlich Zeitungen, Zeitschriften, Fernsehen, Radio und Online-Medien. Dabei werden sowohl textuelle als auch visuelle und auditive Inhalte analysiert, um eine umfassende Erfassung der Medienlandschaft zu gewährleisten. (Mayring, 2015)

Die Kommunikations- und Rezeptionsforschung liefert wichtige theoretische Ansätze für die quantitative Inhaltsanalyse. Ein zentraler Aspekt ist die Annahme, dass Medieninhalte Botschaften vermitteln und Informationen an die Rezipienten weitergeben. Diese Botschaften können soziale Normen, Meinungen oder Einstellungen repräsentieren und die Rezipienten beeinflussen. Die quantitative Inhaltsanalyse ermöglicht es, diese Botschaften systematisch zu identifizieren und zu analysieren, um Rückschlüsse auf die Wirkung der Medieninhalte auf die Rezipienten zu ziehen. (Früh, 2018, S. 42)

Ein weiterer wichtiger Aspekt der theoretischen Grundlagen ist die Kodierung und Kategorisierung von Inhalten. Bei der quantitativen Inhaltsanalyse werden Medieninhalte in bestimmten Kategorien erfasst und codiert, um sie analysierbar zu machen. Dieser Prozess erfordert die Entwicklung von Kodierungsschemata, die es ermöglichen, die relevanten Merkmale und Aspekte der Inhalte zu erfassen. Eine klare Definition und Unterscheidbarkeit der Kategorien sind entscheidend, um eine hohe Zuverlässigkeit der Ergebnisse sicherzustellen. (Neuendorf, 2017, S. 68)

Die theoretischen Grundlagen der quantitativen Inhaltsanalyse bilden den methodischen Rahmen für die systematische Analyse von Medieninhalten. Sie bieten eine theoretische Basis für die Generierung von Forschungsfragen, die Auswahl geeigneter Stichproben und die Identifizierung relevanter Variablen und Dimensionen der Inhalte.

Methodisches Vorgehen:

Das methodische Vorgehen bei der quantitativen Inhaltsanalyse umfasst mehrere Schritte, um valide und zuverlässige Ergebnisse zu erzielen. Dazu gehören die Auswahl der Stichprobe, die Festlegung der Kodierungseinheiten, die Datenerhebung und -codierung sowie die statistische Auswertung der Daten. (Früh, 2018)

Die Auswahl der Stichprobe ist entscheidend und verschiedene Sampling-Verfahren können zum Einsatz kommen, wie z.B. Zufallsstichproben, gezielte Stichproben oder Quotenstichproben. Die Auswahlkriterien sollten klar definiert sein und sich an den Forschungszielen orientieren. (ebd.)

Die Festlegung der Kodierungseinheiten beinhaltet die Definition der Einheiten, die im untersuchten Material codiert werden sollen (Neuendorf, 2017). Dies hängt von der Forschungsfrage und der Natur des Materials ab.

Die Datenerhebung und -codierung können auf verschiedene Weise erfolgen, entweder manuell durch geschulte Codierer oder mit Hilfe von computergestützten Programmen (Krippendorff, 2018). Die Codierung erfordert Genauigkeit und Zuverlässigkeit, um valide Ergebnisse zu erzielen. Die interne Konsistenz der Codierung kann durch Inter-Coder-Reliabilitätstests überprüft werden.

Die statistische Auswertung der codierten Daten ermöglicht es, quantitative Aussagen über die untersuchten Medieninhalte zu treffen. Dabei werden statistische Maße wie Häufigkeiten, Durchschnittswerte und Korrelationen berechnet, um Muster, Zusammenhänge und Unterschiede zu identifizieren. (Mayring, 2015)

Das methodische Vorgehen bei der quantitativen Inhaltsanalyse folgt in einer systematischen Abfolge den beschriebenen Schritten, die eine strukturierte und valide Analyse der Medieninhalte gewährleisten.

Anwendungsbereiche:

Die quantitative Inhaltsanalyse wird in verschiedenen Disziplinen angewendet, um eine Vielzahl von Forschungsfragen und Fragestellungen zu untersuchen. Die Anwendungsbereiche der quantitativen Inhaltsanalyse erstrecken sich über verschiedene Fachbereiche und werden nachfolgend näher erläutert.

In der Kommunikationswissenschaft findet die quantitative Inhaltsanalyse Anwendung, um Medieninhalte zu untersuchen und beispielsweise die Auswirkungen von Medieninhalten auf die öffentliche Meinung, die Medienberichterstattung über bestimmte Ereignisse oder die Darstellung bestimmter Gruppen in den Medien zu analysieren (Baur & Blasius, 2014).

Auch in der Politikwissenschaft wird die quantitative Inhaltsanalyse genutzt, um politische Kommunikation zu erforschen. Hierzu gehören beispielsweise die Analyse politischer Reden, Wahlkampagnen oder die Untersuchung der Mediendarstellungen politischer Akteure (vgl. Riffe, Lacy & Fico, 2014).

In der Sozialforschung wird die quantitative Inhaltsanalyse eingesetzt, um soziale Phänomene und Entwicklungen zu analysieren. Dabei können soziale Normen, Stereotypen oder die Darstellung bestimmter Gruppen in den Medien untersucht werden (Früh, 2018).

Auch in der Marktforschung findet die quantitative Inhaltsanalyse Anwendung. Hier dient sie beispielsweise der Analyse von Werbebotschaften oder der Untersuchung der Darstellung von Marken in den Medien. Sie ermöglicht es, das Verhalten und die Einstellungen der Konsumenten besser zu verstehen (Baur & Blasius, 2014).

Des Weiteren wird die quantitative Inhaltsanalyse in der Bildungsforschung eingesetzt, um Lehr- und Lernmaterialien zu analysieren. Dabei können beispielsweise Lehrbücher, Unterrichtsmaterialien oder Online-Kurse untersucht werden. Die Methode ermöglicht es, Bildungsinhalte und -praktiken zu analysieren und zu bewerten (Früh, 2018).

Die genannten Anwendungsbereiche stellen nur eine Auswahl dar und verdeutlichen die Vielfalt der Möglichkeiten, die die quantitative Inhaltsanalyse bietet. Die Methode kann in vielen weiteren Bereichen eingesetzt werden, in denen es darum geht, Medieninhalte systematisch zu analysieren und Erkenntnisse über deren Eigenschaften und Wirkungen zu gewinnen.

Zusammenfassung:

Die quantitative Inhaltsanalyse ist eine etablierte Forschungsmethode, die in verschiedenen Disziplinen Anwendung findet. Sie umfasst theoretische Grundlagen, methodisches Vorgehen und Anwendungsbereiche. Die theoretischen Grundlagen umfassen den Medienbegriff, Kommunikations- und Rezeptionsforschung sowie Kodierung und Kategorisierung von Inhalten (Baur & Blasius, 2014; Neuendorf, 2017). Das methodische Vorgehen umfasst Stichprobenauswahl, Kodierungseinheiten, Datenerhebung, -codierung und statistische Auswertung

(Früh, 2018; Krippendorff, 2018). Anwendungsbereiche sind Kommunikations-, Politik-, Sozial-, Marktforschung und Bildungsforschung (Baur & Blasius, 2014; Früh, 2018; Riffe et al., 2014). Die quantitative Inhaltsanalyse bietet eine systematische und objektive Methode zur Untersuchung von Medieninhalten. Stichprobenauswahl und Kodierungseinheiten sind wichtig für Validität und Zuverlässigkeit. Datenerhebung und -codierung erfordern Genauigkeit und Reliabilitätstests. Die statistische Auswertung ermöglicht quantitative Aussagen (Früh, 2018; Krippendorff, 2018; Mayring, 2015).

Anwendungsbereiche erstrecken sich über mehrere Disziplinen und beantworten Forschungsfragen von Medienberichterstattung bis Bildungsanalyse (Baur & Blasius, 2014; Früh, 2018; Riffe et al., 2014).

Die quantitative Inhaltsanalyse ist eine wertvolle Methode zur Analyse von Medieninhalten. Sie liefert evidenzbasierte Erkenntnisse und trägt zur Fachentwicklung bei. Sie erweitert Wissen in verschiedenen Fachdisziplinen und verbessert das Verständnis von Medieneinflüssen auf die Gesellschaft.

In der vorliegenden Arbeit wird die Methode den Forschenden konkret dabei helfen, die Untersuchungsgegenstände einzuordnen und sie zu kategorisieren. Durch sie wird ersichtlich welche Themen bezüglich Sexualität wie oft, mit welcher Tiefe und Breite in den funk-Netzwerken genannt oder umschrieben werden.

Literaturverzeichnis:

- Baur, N., & Blasius, J. (2014). Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung (4. Auflage). Springer VS.
- Früh, W. (2018). Quantitative Methoden in der Kommunikationswissenschaft: Eine Einführung (2. Auflage). Springer VS.
- Krippendorff, K. (2018). Content Analysis: An Introduction to Its Methodology (4. Auflage). Sage Publications.
- Mayring, P. (2015). Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken (12. Auflage). Beltz Verlag.
- Neuendorf, K. A. (2017). The Content Analysis Guidebook (2nd Edition). Sage Publications.
- Riffe, D., Lacy, S., & Fico, F. (2014). Analyzing Media Messages: Using Quantitative Content Analysis in Research (3rd Edition). Routledge.