

Literatur zur Methodologie in den Sozialwissenschaften (Deutsch / Englisch)
Literature on research methodology in the social sciences (German / English)

1. Kommunikationswissenschaftliche Zeitschriften / Communication science journals / Webseiten / Websites

Communication Methods & Measures (<http://www.tandf.co.uk/journals/HCMS>)

Web Center for Social Research Methods (<http://www.socialresearchmethods.net/kb/contents.php>)

2. Sozialwissenschaftliche Methoden - allgemeine Einführungen / social research methods - general introductions

Antonie, R. (2013). Social Research Methods. *Journal of Media Research*, 6(1), 72–73.

Atteslander, P. (2010). *Methoden der empirischen Sozialforschung*. 12. Aufl. Berlin: Erich Schmidt.

Ayaß, R. & Bergmann, J. (Eds.) (2006). *Qualitative Methoden der Medienforschung*. Reinbek: Rowohlt.

Berger, A. A. (2014). *Media and Communication Research Methods. An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches*. Thousand Oaks: Sage.

Bogdan, R. C. & Biklen, S. K. (2003). *Qualitative Research for Education. An Introduction to Theory and Methods*. Boston [u.a.]: Pearson Education.

Brennen, B. S. (2017). *Qualitative Research Methods for Media Studies*. 2nd ed., New York/ London: Routledge.

Brosius, H. B. & Koschel, F. & Haas, A. (2016). *Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung*. 7. Aufl., Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bryman, A. (2008). *Social research methods*. Oxford: Oxford University Press.

Chambers, C. (2017). *The Seven Deadly Sins of Psychology. A Manifesto for Reforming the Culture of Scientific Practice*. New Jersey: Princeton University Press.

Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Thousand Oaks: Sage.

Della Noce, D. J. (2006). Experiencing the Analytic Value of Transcription: An Exercise for Qualitative Research Methods. *Communication Teacher*, 20(1), 6–10. <https://doi.org/10.1080/14704620500428680>

Diekmann, A. (2010). *Empirische Sozialforschung - Grundlagen, Methoden, Anwendungen*. 4., überarb. u. erw. Aufl., Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.

Döring, N., & Bortz, J. (2016). *Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften*. 5., vollständig überarbeitete, aktualisierte und erweiterte Auflage. Berlin [u.a.]: Springer.

Edmonds, W. A. & Kennedy, T. D. (2017). *An applied guide to research designs: quantitative, qualitative, and mixed methods*. 2nd ed., Los Angeles [u.a.]: Sage.

Fielding, N., Lee, R. M. & Blank, G. (Eds.). (2008). *The Sage handbook of online research methods*. London: Sage.

- Flick, U. (2010). *Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung*. 3., vollst. überarb. u. erw. Aufl., Neuaufl. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Flyvbjerg, B. (2006). Five Misunderstandings about Case-Study Research. *Qualitative Inquiry*, 12(2), 219-245.
- Fortner, R. S. & Christians, C. G. (2003). Separating Wheat from Chaff in Qualitative Studies. In: Stempel III, G. H. et al. (Eds.). *Mass Communication Research and Theory* (S. 350-361). Cleveland: Pearson Education.
- Hermes, J. (2009). Audience Studies 2.0. On the theory, politics and method of qualitative audience research. *Interactions: Studies in Communication & Culture*, 1(1), 111–127. <https://doi.org/10.1386/iscc.1.1.111/1>
- Hesse-Biber, S. & Leavy, P. (2011). *The practice of qualitative research*. 2. Aufl. Los Angeles [u.a.]: Sage Publications.
- Jandura, O. & Quandt, T. & Vogelgesang, J. (Eds.) (2011). *Methoden der Journalismusforschung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Karpf, D. (2012). Social Science Research Methods in Internet Time. *Information, Communication & Society*, 15(5), 639–661. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.665468>
- Kromrey, H. (2009). *Empirische Sozialforschung. Modelle und Methoden der standardisierten Datenerhebung und Datenauswertung*. Stuttgart: UTB.
- Lamnek, S. (2010). *Qualitative Sozialforschung*. Weinheim: Beltz.
- Lindlof, T.R. & Taylor, B.C. (2011). *Qualitative communication research methods*. 3rd ed., Los Angeles [u.a.]: Sage.
- Meyen, M., Löblich, M., Pfaff-Rüdiger, S. & Riesmeyer, C. (2011). *Qualitative Methoden in der Kommunikationswissenschaft*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Mikos, L. & Wegner, C. (2005). *Qualitative Medienforschung*. Konstanz: UVK.
- Neuman, W. L. (2015). *Social research methods: qualitative and quantitative approaches*. Harlow: Pearson Education.
- Scheufele B. & Engelmann, I. (2009). *Empirische Kommunikationsforschung*. Konstanz: UVK.
- Stempel III, G. H. et al. (Eds.) (2003). *Mass Communication Research and Theory*. Cleveland: Pearson Education.
- Wagner, H., Schönhagen, P., Nawratil, U. & Starkulla, H. (2009). *Qualitative Methoden in der Kommunikationswissenschaft*. Baden-Baden: Nomos.
- Wimmer, R. D. & Dominick, J. R. (2014). *Mass media research: an introduction*. Boston: Wadsworth.

3. Inhaltsanalyse / content analysis

- Bachl, M., & Scharrow, M. (2017). Correcting Measurement Error in Content Analysis. *Communication Methods & Measures*, 11(2), 87–104. <https://doi.org/10.1080/19312458.2017.1305103>
- Früh, W. (2011). *Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis*. 7. Aufl. Konstanz: UVK.
- Hurwitz, L. B., Alvarez, A. L., Lauricella, A. R., Rouse, T. H., Montague, H., & Wartella, E. (2018). Content analysis across new media platforms: Methodological considerations for capturing media-rich data. *New Media & Society*, 20(2), 532–548. <https://doi.org/10.1177/1461444816663927>
- Krippendorff, K. (2013). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Los Angeles: Sage Publications.

- Macnamara, J. (2005). Media content analysis: Its uses; benefits and best practice methodology. *Asia Pacific Public Relations Journal*, 6(1), 1–34.
- Matthes, J., & Kohring, M. (2008). The content analysis of media frames: Toward improving reliability and validity. *Journal of communication*, 58(2), 258-279.
- Mayring, P. (2010). *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken* (11., aktualisierte und überarb. Aufl.). Weinheim: Beltz.
- Neuendorf, K. A. (2002). *The content analysis guidebook*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Rössler, P. (2010). *Inhaltsanalyse*. 2., überarb. Aufl. Konstanz: UVK.
- Rustemeyer, R. (1992). *Praktisch-methodische Schritte der Inhaltsanalyse. Eine Einführung am Beispiel der Analyse von Interviewtexten*. Münster, Germany: Aschendorff.
- Scharkow, M. (2012). *Automatische Inhaltsanalyse und maschinelles Lernen*. Berlin: epubli.
- Schreier, M. (2017). *Qualitative content analysis in practice*. London: Sage.
- Stempel III, G. H. (2003). Content Analysis. In: Stempel III, G. H. et al. (Eds.). *Mass Communication Research and Theory* (S. 209-219). Cleveland: Pearson Education.
- Welker, M. & Wünsch, C. (Eds.) (2010). *Die Online-Inhaltsanalyse. Forschungsobjekt Internet*. Köln: von Halem.

4. Beobachtung / observation

- Bandura, A. (1973). *Aggression: A social Learning Analysis*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Friedrichs, J. & Lüdtke, H. (1971). *Teilnehmende Beobachtung. Zur Grundlegung einer sozialwissenschaftlichen Methode empirischer Feldforschung*. Weinheim: Beltz.
- Gehrau, V. & Schulze, A. (2013). Quantitative Beobachtung: Grundprinzipien und Anwendungen. In: Möhring, W. & Schlütz, D. (Eds.). *Handbuch standardisierte Erhebungsverfahren in der Kommunikationswissenschaft* (S. 329-346). Wiesbaden: Springer.
- Gehrau, V. (2002). *Die Beobachtung in der Kommunikationswissenschaft. Methodische Ansätze und Beispielstudien*. Konstanz: UVK.
- Greve, W. & Wentura, D. (1997). *Wissenschaftliche Beobachtung. Eine Einführung*. Weinheim: Psychologie Verlags Union.
- Martin, E. & Wawrinowski, U. (2003): *Beobachtungslehre. Theorien und Praxis reflektierter Beobachtung und Beurteilung*. Weinheim: Juventa.

5. Befragung / survey

- Blasius, J. & Brandt, M. (2009). Repräsentativität in Online-Befragungen. In: Weichbold, M., Bacher J. & Wolf, C. (Hrsg.). *Umfrageforschung. Herausforderung und Grenzen. Österreichische Zeitschrift für Soziologie* (S. 157-177). Sonderheft 9. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, p. 157-177.
- Brandburn, N. M., Sudman, S. & Wansink, B. (2004). *Asking questions. The definitive guide to questionnaire design. For market research, political polls, and social and health questionnaires*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Callegaro, M., Manfreda, K. L., & Vehovar, V. (2015). *Web survey methodology*. Los Angeles: Sage.
- Dillman, D. A., Smyth, J. D., & Christian, L. M. (2009). *Internet, mail, and mixed-mode surveys: the tailored design method*. Hoboken, NJ: Wiley.
- Donsbach, W. & Traugott, M. W. (Eds.) (2008). *The Sage handbook of public opinion research*. London: Sage.

- Fowler, F. J. Jr. (2014). *Survey research methods*. 5th ed., Thousand Oaks: Sage.
- Gläser, J. & Laudel, G. (2010). *Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Groves, R. M. (2011). Three Eras of Survey Research. *Public Opinion Quarterly*, 75(5), 861–871.
- Groves, R. M., Fowler, F.J. Jr., Couper, M. P., Lepkowski, J. M., Singer, E. & Tourangeau, R. (2009). *Survey Methodology*. 2nd ed., Hoboken: Wiley
- Ha, L., Hu, X., Fang, L., Henize, S., Park, S., Stana, A., & Zhang, X. (2015). Use of Survey Research in Top Mass Communication Journals 2001–2010 and the Total Survey Error Paradigm. *Review of Communication*, 15(1), 39–59. <https://doi.org/10.1080/15358593.2015.1014401>
- Haunberger, S. (2006). Das standardisierte Interview als soziale Interaktion: Interviewereffekte in der Umfrageforschung. *ZA-Information*, 58, 23-46.
- Jackob, N., Schoien, H. & Zerback, T. (Eds.). (2009). *Sozialforschung im Internet. Methodologie und Praxis der Online-Befragung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Mayer, H. O. (2013). *Interview und schriftliche Befragung. Grundlagen und Methoden empirischer Sozialforschung*. 6. Aufl. München: Oldenbourg.
- Möhring, W. & Schlütz, D. (2010). *Die Befragung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft*. 2. Aufl. Wiesbaden: VS.
- Rössler, P. (2011) *Skalenhandbuch Kommunikationswissenschaft*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schnell, R. (2012). *Survey-Interviews. Methoden standardisierter Befragungen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Scholl, A. (2009). *Die Befragung*. 2., überarb. Aufl. Konstanz: UVK.
- Schwarz, N. & Hippler, H. J. (1995). Subsequent questions may influence answers to preceding questions in mail surveys. *Public Opinion Quarterly*, 59, 93-97.
- Shoemaker, P. J. & McCombs, M. E. (2003). Survey Research. In: Stempel III, G. H. et al. (Eds.). *Mass Communication Research and Theory* (S. 231-251). Cleveland: Pearson Education.
- Sudman, S., Bradburn, M. N. & Schwarz, N. (1996). *Thinking about Answers: The Application of Cognitive Processes to Survey Methodology*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Sue, V. M. & Ritter, L. A. (2012). *Conduction online surveys*. 2nd ed., Thousand Oaks: Sage.

6. Experiment / experiment

- Brown, s. R. & Melamed, L. E. (1990). *Experimental design and analysis*. Newbury Park: Sage Publications.
- Campbell, D. T. & Russo, M. J. (1999). *Social experimentation*. Thousand Oaks: Sage Publication.
- Kirk, R. E. (2012). *Experimental Design: procedures for the behavioural sciences*. Thousand Oaks: Sage.
- Myers, A. & Hansen, C. H. (2011). *Experimental psychology*. 7th ed., Belmont: Wadsworth.
- Westermann, R. (2000). *Wissenschaftstheorie und Experimentalmethodik. Ein Lehrbuch zur psychologischen Methodenlehre*. Göttingen: Hogrefe.

7. Gruppendiskussionen und Fokusgruppen / Group discussions and focus groups

- Lamnek, S. (1998). *Gruppendiskussion. Theorie und Praxis*. München: Beltz.
- Morgan, D. L. (1998). *Planning Focus Groups*. Thousand Oaks, London, New Delhi.
- Morgan, D. L. (1998). *The Focus Group Guidebook*. Thousand Oaks, London, New Delhi.
- Schäffer, B. (2005): Gruppendiskussion. In: Mikos, L. & Wegener, C. (Eds.). *Qualitative Medienforschung – Ein Handbuch* (S. 304-322). München: UVK-Verlagsgesellschaft.

8. Auswertungsmethoden / Data analysis methods

- Bortz, J & Schuster, C. (2010): *Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler*, 7. Aufl. Heidelberg: Springer-Verlag.
- Cookman, C. (2003). Presenting Quantitative Data. In: Stempel III, G. H. et al. (Eds.). *Mass Communication Research and Theory* (S. 327-349). Cleveland: Pearson Education.
- Ellis, P. D. (2010). *The essential guide to effect sizes: Statistical power, meta-analysis, and the interpretation of research results*. Cambridge [u.a.]: Cambridge University Press.
- Field, A. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS Statistics: and sex and drugs and rock 'n' roll*. 4. Aufl. London u.a.: Sage.
- Field, A.; Miles, J. & Field, Z. (2012). *Discovering Statistics Using R*. London: Sage Publications.
- Kuckartz, U. (2009). *Einführung in die Computergestützte Analyse qualitativer Daten*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Letué, F., Martinez, M.-J., Samson, A., Vilain, A., & Vilain, C. (2018). Statistical Methodology for the Analysis of Repeated Duration Data in Behavioral Studies. *Journal of Speech, Language & Hearing Research*, 61(3), 561–582. https://doi.org/10.1044/2017_JSLHR-S-17-0135
- Stempel III, G. H. & Westley, B. H. (2003). Presentation of Research Results. In: Stempel III, G. H. et al. (Eds.). *Mass Communication Research and Theory* (S. 406-419). Cleveland: Pearson Education.
- Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate Statistics*. 6th ed., Boston: Pearson.
- Weaver, David H. (2003). Basic Statistical Tools. In: Stempel III, G. H. et al. (Eds.). *Mass Communication Research and Theory* (S. 147-181). Cleveland: Pearson Education.