

Unser Rahmenthema

„Die Repräsentation von Frauen in den Medien“

18.11.2004

www.davidjohann.de.vu

Aufgabe 2

- a) Nachbearbeitung der Aufgabe 1. Diese dient als Grundlage der Weiterarbeit.
- b) Formulierung der forschungsleitenden Annahmen/Hypothesen.
 - Herausarbeiten der für die Fragestellung wichtigen Aspekte/Dimensionen des Untersuchungsgegenstandes.
 - Formulierung der Beziehungen zwischen den Aspekten/Dimensionen.
 - Systematisierung zu einem „deskriptiven Schema/Modell“.
- c) Bedeutungsanalyse der zentralen Begriffe, die im entwickelten „deskriptiven Schema“ vorkommen.
- d) Definition der Begriffe.

18.11.2004

www.davidjohann.de.vu

Aufgabe 2

- Das Forschungsproblem wurde abgegrenzt und man ist sich über die Relevanz des Problems, über damit verbundene Interessen klar geworden (Aufgabe 1).
- In aller Regel ist die Problemformulierung noch recht grob. Daher müssen Überlegungen zur Präzisierung der Aufgabenstellung vorgenommen werden.
- Diese Arbeitsschritte werden für die Art und Qualität der Ergebnisse mit entscheidend sein.

18.11.2004

www.davidjohann.de.vu

Aufgabe 2

- In gedanklicher Vorleistung ist der Gegenstand der Untersuchung so zu durchleuchten, so in seine vielfältigen Facetten zu zerlegen und zu ordnen, dass daraus ein problemangemessenes Forschungsdesign entwickelt und begründet werden kann.

18.11.2004

www.davidjohann.de.vu

Aufgabe 2

- Bei einer deskriptiven Untersuchung (eine beschreibende Diagnose eines Sachverhalts) wird sich der Blick zunächst auf die empirische Struktur des Realitätsausschnitts richten, über den Daten erhoben werden sollen. Über diesen Realitätsausschnitt werden möglichst umfassend diejenigen Informationen zusammengetragen, die bereits existieren.
- Auf der Grundlage dieser – zunächst mehr oder weniger unstrukturierten – Informationssammlung filtert man die Aspekte („Dimensionen“) des empirischen Untersuchungsgegenstandes heraus, die für die aktuelle Fragestellung besonders bedeutsam erscheinen. Diesen Arbeitsschritt bezeichnet man als „**dimensionale Analyse des Untersuchungsgegenstandes**“

18.11.2004

www.davidjohann.de.vu

Aufgabe 2

- Anschließend sind die geeigneten sprachlichen Symbole („Begriffe“) zu wählen, die den Untersuchungsgegenstand in der als problemangemessen erkannten Differenzierung – d.h. kontrolliert selektiv und vereinfachend – abzubilden und kommunikativ zu vermitteln erlauben.
- Dieser Arbeitsschritt der Erschließung der Bedeutung von Begriffen (der Rekonstruktion ihrer semantischen Regeln, aber auch der empirischen Interpretation theoretischer Begriffe) wird als „**semantische Analyse**“ bezeichnet.
- Erst danach kann endgültig entschieden werden, über welche empirische Gegebenheiten Daten zu sammeln sind.

18.11.2004

www.davidjohann.de.vu

Aufgabe 2

- Es soll sichergestellt werden, dass intersubjektive Klarheit über die Bedeutung der verwendeten Begriffe besteht, und dass die Begriffe empirischen Bezug haben.
- Präzisierung der Fragestellung, **dimensionale** bzw. **semantische Analyse** sind wichtige und für den erfolgreichen Verlauf eines Forschungsprojekts kritische Punkte. Festlegungen auf dieser Stufe können in einer späteren Untersuchungsphase nicht mehr zurückgenommen, Unterlassungen nicht mehr korrigiert werden.

18.11.2004

www.davidjohann.de.vu

Dimensionale Analyse

- Bei der **dimensionalen Analyse** werden die relevanten Dimensionen der zu untersuchenden Realität mit Begriffen bezeichnet.
- Unter Dimension soll eine Eigenschaft der Wirklichkeit (also des zu untersuchenden Gegenstandsbereichs) verstanden werden.
- Begriffe sind Bestandteil der Sprache, mit denen der Gegenstandsbereich bezeichnet wird.

18.11.2004

www.davidjohann.de.vu

Dimensionale Analyse

- Die methodische Aufgabe besteht in der Präzisierung der Fragestellung (soweit noch nicht geschehen, gegebenenfalls in ihrer Einschränkung) sowie in der gedanklichen und begrifflichen Strukturierung des Untersuchungsgegenstandes.

Idealtypische Arbeitsschritte:

- *Ideen- und Materialsammlung*
- *Systematisierung*
- *Auswahl der untersuchungsrelevanten Aspekte*
- *Entwicklung eines deskriptiven Begriffsschemas*

18.11.2004

www.davidjohann.de.vu

Dimensionale Analyse

- *Ideen- und Materialsammlung:*

Welche Sachverhalte sind von der Fragestellung direkt angesprochen? Was hängt indirekt mit ihr zusammen? Wie sind die angesprochenen Sachverhalte gegliedert? Welche empirischen Zusammenhänge gibt es zwischen den Teilelementen des Untersuchungsgegenstandes? Gibt es eine Struktur?

Strategien der Ideen- und Materialsammlung:

- „Brainstorming“
- Rückgriff auf vorhandene empirische Kenntnisse bei den Forschern
- Literaturstudium
- Expertenbefragung
- explorative Vorstudie

18.11.2004

www.davidjohann.de.vu

Dimensionale Analyse

- Systematisierung:

Die gesammelten Ideen und Materialien sind in eine realitäts- und themenadäquate Ordnung zu bringen. Erst durch eine solche Ordnung wird erkennbar, ob und wo möglicherweise noch Lücken bestehen, so dass gegebenenfalls eine Ergänzung der Ideen- und Materialsammlung erforderlich wird.

Strategien der Systematisierung:

- theoretische Ordnung (z.B. Rückgriff auf Ursache-, Wirkungs-, oder Systemzusammenhangs-Hypothesen),
- Ordnung in Form eines Ablaufschemas (z.B. Entscheidungs- oder Ereignisabfolge),
- formale Ordnung (z.B. vom Allgemeinen zum Spezifischen, von Oberzielen über Zwischen- und Unterziele zu konkreten Maßnahmen)

18.11.2004

www.davidjohann.de.vu

Dimensionale Analyse

- Auswahl der untersuchungsrelevanten Aspekte:

Aus der Ergebnisfülle der möglichst umfassend angelegten Ideen- und Materialsammlung und ihrer systematisierten Zusammenfassung sind diejenigen Aspekte („Dimensionen“) auszuwählen, die für die Fragestellung der Untersuchung bedeutsam scheinen und über die deshalb empirische Daten erhoben werden sollen.

18.11.2004

www.davidjohann.de.vu

Dimensionale Analyse

Strategie der Auswahl der untersuchungsrelevanten Aspekte:

- Die Selektion ist anhand begründeter und intersubjektiv nachprüfbarer Kriterien vorzunehmen; die Begründungen sind zu dokumentieren. Auswahlkriterien lassen sich z.B. aus empirisch bewährten theoretischen Kenntnissen ableiten, oder sie können sich aus dem Erkenntnisinteresse des Forschers oder dem Verwertungsinteresse des Auftraggebers einer Studie ergeben.
- Eine Dimension ist dann relevant, wenn ihre Untersuchung Informationen liefert, ohne die die Fragestellung nicht erschöpfend oder angemessen beantwortet werden kann.
- Entscheidendes Kriterium bei der Auswahl ist nicht, ob die Dimension generell für den Sachverhalt wichtig ist, sondern ob sie notwendig für die Beantwortung der Fragestellung ist.

18.11.2004

www.davidjohann.de.vu

Dimensionale Analyse

▪ Entwicklung eines deskriptiven Begriffsschemas:

Ziel der **dimensionalen Analyse** ist ein System von Begriffen (**deskriptives Schema**), in dem die relevanten Aspekte des Untersuchungsgegenstandes beschrieben und begrifflich wiedergegeben sind.

Das **deskriptive Schema** umfasst also alle Begriffe, die notwendig sind, um den Sachverhalt in der Untersuchung erschöpfend zu beschreiben.

18.11.2004

www.davidjohann.de.vu

Dimensionale Analyse

Kurz:

Der letzte Schritt hin zur Entwicklung des **deskriptiven Schemas** besteht in der Anordnung der beibehaltenen Dimensionen in eine Form, die mögliche Beziehungen und Beeinflussungen zwischen den Dimensionen deutlich macht. Falls eine Dimension noch nicht klar bezeichnet ist, muss sie durch eine Definition sprachlich klarer formuliert werden.

18.11.2004

www.davidjohann.de.vu

Ein Beispiel

- Das Thema der Untersuchung:
Entwicklung von Häufigkeit, mit der über das Thema Arbeitslosigkeit berichtet wird und dem Stellenwert, der dem Thema zukommt, in der BILD-Zeitung innerhalb eines Jahres.

18.11.2004

www.davidjohann.de.vu

Ein Beispiel

- Zweck der Untersuchung:
Die Oppositionspartei FDP möchte im Wahlkampf zur nächsten Bundestagswahl möglichst erfolgreich sein und hat zu diesem Zweck eine Studie beim Betateam in Auftrag gegeben.

18.11.2004

www.davidjohann.de.vu

Ein Beispiel

- Grund für die Untersuchungsrelevanz des Themas:
In den vergangenen Bundestagswahlen hat sich das Thema Arbeitslosigkeit als Top-Thema herausgestellt. Die Partei möchte wissen, ob dieses Thema auch für die kommende Bundestagswahl wieder als Haupt-Wahlkampfthema geeignet ist. Sollte sich herausstellen, dass das Thema im Beobachtungszeitraum an Bedeutung verliert, würde sich die Partei ggf. ein neues Wahlkampfthema suchen. Sollte es aber an Bedeutung gewinnen, wird die Partei damit als Hauptthema in den Wahlkampf gehen.

18.11.2004

www.davidjohann.de.vu

Ein Beispiel

Die BILD-Zeitung ist die auflagenstärkste Tageszeitung in Deutschland und wird von einer breiten Bevölkerungsschicht gelesen. Sie steht also repräsentativ für potenzielle Wähler der Partei, weshalb wir diese Zeitung als Medium für unsere Untersuchung auswählen.

18.11.2004

www.davidjohann.de.vu

Ein Beispiel

In der Studie geht es vor allem darum, einen langfristigen Trend zu ermitteln, weshalb wir als Beobachtungszeitraum ein Jahr wählen. Da der Wahlkampf ebenfalls sehr lange dauert ist es von besonderer Wichtigkeit, Aussagen darüber treffen zu können, wie stabil sich das Thema in den Medien hält bzw. wie nachhaltig Bedeutungszuwachs oder -verlust sind. Während der Beobachtungszeit kann zudem Rücksprache mit der Partei gehalten werden, die dadurch immer auf dem neuesten Stand ist und auf veränderte Umstände reagieren kann.

18.11.2004

www.davidjohann.de.vu

Ein Beispiel

- Erkenntnisinteresse:

Die FDP möchte wissen, ob und in welchem Maße im Verlauf eines Jahres das Thema Arbeitslosigkeit in den Medien an Bedeutung gewinnt oder verliert.

→ Das Thema der Untersuchung:

Entwicklung von Häufigkeit, mit der über das Thema Arbeitslosigkeit berichtet wird und dem Stellenwert, der dem Thema zukommt, in der BILD-Zeitung innerhalb eines Jahres.

18.11.2004

www.davidjohann.de.vu

Ein Beispiel

- Mögliche Dimensionen und Aspekte:

1. Häufigkeit von Artikeln, in denen innerhalb von einer Woche über das Thema Arbeitslosigkeit berichtet wird
2. Ist der Artikel ist das Titelthema/der Aufmacher der Zeitung
3. Sensationsgrad
4. Stellenwert, den die Erscheinungsseite des Artikels hat
5. Gehört zu dem Artikel eine Abbildung (Foto, Infografik, Karikatur, Illustration etc.)
6. Enthält der Artikel Zahlen, Statistiken, Gesetzestexte
7. Aufmerksamkeit, die die verschiedenen zusätzlichen Abbildungen jeweils auf sich ziehen
8. Wertender/subjektiver oder weitgehend neutraler/objektiver Artikel
9. Umfang des Artikels ...usw. ...

18.11.2004

www.davidjohann.de.vu

Ein Beispiel

- Mögliche Systematisierung in Ober- und Unterdimensionen:
 - a) Häufigkeit
 - b) Stellenwert
 - c) Sachlichkeit

18.11.2004

www.davidjohann.de.vu

Ein Beispiel

- a) Häufigkeit:
 - Häufigkeit von Artikeln, in denen innerhalb von einer Woche über das Thema Arbeitslosigkeit berichtet wird

18.11.2004

www.davidjohann.de.vu

Ein Beispiel

b) Stellenwert:

- Ist der Artikel ist das Titelthema/Aufmacher der Zeitung
- Seite, auf der der Artikel erscheint
- Gehört zu dem Artikel eine Abbildung (Foto, Infografik, Karikatur, Illustration etc.)
- Aufmerksamkeit, die die verschiedenen zusätzlichen Abbildungen jeweils auf sich ziehen
- Umfang des Artikels
- Fläche des Artikels und seiner Bestandteile
- Größe der Überschrift ...USW. ...

18.11.2004

www.davidjohann.de.vu

Ein Beispiel

c) Sachlichkeit:

- Sensationsgrad
- Enthält der Artikel Zahlen, Statistiken, Gesetzestexte
- Betrachtung eines Einzelschicksals, oder eines Gesamtphänomens
- Wertender/subjektiver oder weitgehend neutraler/objektiver Artikel
- Verwendung von Fachbegriffen
- Sprache/Rhetorik ...USW. ...

18.11.2004

www.davidjohann.de.vu

Ein Beispiel

- Ist der Artikel das Titelthema der Zeitung?

Das Titelthema (Leitartikel) ist der Aufmacher einer Ausgabe der BILD-Zeitung. Es ist das wichtigste Thema der Ausgabe und wird von nahezu allen Lesern (95%) einer Zeitung gelesen. Die BILD-Zeitung hat kaum Abonnenten, sondern verkauft sich fast ausschließlich am Zeitungskiosk. Die Kaufentscheidung fällt gerade hier meist aufgrund des Leitartikels. Liegt eine BILD-Zeitung im Kiosk aus, wird man zunächst nur den Leitartikel wahrnehmen. Dem Titelthema einer Zeitung kommt der größte Stellenwert zu. Das Titelthema ist also für den Verkaufserfolg entscheidend, weshalb die Redaktion jeden Tag erneut gewichtet und entscheidet, wie sehr sich ihre Leserschaft für ein Thema interessiert. Wir nehmen folglich an, dass das Titelthema einer Ausgabe für die Leserschaft der BILD-Zeitung einen immens hohen Stellenwert hat.

18.11.2004

www.davidjohann.de.vu

Bis zum nächsten Mal!

18.11.2004

www.davidjohann.de.vu