

Aufgabe 3
- Nachbesprechung -

**Habt ihr Fragen, die sich bei der
Bearbeitung ergeben haben?**

Aufgabe 3 b)

- Zusammenhang mit Aufgabe 1 und 2 -

- Ausgangspunkt ist die Definition der jeweiligen Dimension/Unterdimension aus Aufgabe 2.
- Generell gilt: Auch bei Aufgabe 3 bildet das bisher erarbeitete die Grundlage für die Weiterarbeit!
- Die Selektion in Aufgabe 2 schreibt fest, welche Dimensionen forschungsrelevant sind. In Aufgabe 3 wurden teilweise willkürlich andere Schwerpunkte gelegt, als in Aufgabe 2 entwickelt und begründet.

Aufgabe 3 b)

Auswahl der zu operationalisierenden Dimensionen:

- In Ordnung ist, wenn nicht alle Dimensionen operationalisiert werden. Jedoch war die Auswahl nicht immer nachzuvollziehen.
- Z.T. wurde die zentrale Dimension nicht operationalisiert, was für den weiteren Verlauf der Übungsaufgabe problematisch wird.

Aufgabe 3 b) Indikatoren

- Indikatoren haben direkten empirischen Bezug. Sie sind zu unterscheiden von Unterdimensionen. Z.T. habt ihr euch Indikatoren ausgedacht, und seid dann da drauf gekommen, dass diese selbst keinen direkten emp. Bezug haben.
- => wichtig: Indikatoren müssen direkten emp. Bezug haben.

Aufgabe 3 b) Korrespondenzregeln und Messvorschriften

- Auch bei Dimensionen mit direktem empirischen Bezug muss eine Messvorschrift formuliert werden, die intersubjektiv gültig ist.
 - Mit Korrespondenzregeln sollte hypothesenartig begründet werden, weshalb der gewählte Indikator auf der Vorliegen der entsprechenden Dimension verweist.
- Korrespondenzregel und Messvorschrift sind unterschiedliche Arbeitsschritte und Festlegungen.

Aufgabe 3 b)

Skalenniveaus/Messniveaus

- Teilweise wurde vergessen, diese festzulegen.
- Das Skalenniveau gründet einerseits daraus, wie genau gemessen werden soll und welche Messungen der Untersuchungsgegenstand „erlaubt“.

Aufgabe 3 c)

Informationsbasis

- Beschreibt diese am besten so realistisch wie möglich; dadurch wird eine Weiterarbeit überschaubarer und praxisnäher.
- Die Art der Informationsbasis hängt eng zusammen mit der Operationalisierung: Entsprechend der Form des Materials sind Dimensionen unterschiedlich zu messen.

Aufgabe 3 d)
Das Erhebungsinstrument

- Unterschieden werden muss zwischen Methode und Instrument:
- ~ In der Befragung: Fragebogen
- ~ In der Inhaltsanalyse: Kategorienschema
- ~ In der Beobachtung: Beobachtungsbogen

Aufgabe 3 e)
Der Auswahlplan

- **Der Auswahlplan muss konkret sein:**
- ~ Die Grundgesamtheit kann nicht „das deutsche Fernsehprogramm“ (alle jemals ausgestrahlten Sendungen) sein. Der präzise Zeitraum und auch die konkreten Sender müssen festgelegt sein.
- ~ Falls ihr Stichproben machen wollt: Ihr müsst beschreiben WIE die Stichprobe gezogen wird.

Beispiel für Aufgabe 3 c)

Festlegung und Begründung der Informationsbasis

Da sie interessiert an der Erhebung der Daten ist, stellt die ARD eine CD mit allen Aufzeichnungen der Sendung „Sabine Christiansen“ von Januar 2003 bis Dezember 2003 zur Verfügung. Dies entspricht 52 Sendungen. Die Sendungen sind nach ihren Austrahlungsdaten geordnet und lassen so eine Stichprobenziehung zu.

Beispiel für Aufgabe 3 d)

Festlegung des Erhebungsinstruments

Es wird eine deskriptive Medienanalyse durchgeführt. Das Erhebungsinstrument ist daher ein Kategorienschema.

Beispiel für Aufgabe 3 e)

Skizze des Auswahlplans

Die Untersuchung soll sich auf den Zeitraum von Januar 2003 bis Dezember 2003 beziehen. Die Grundgesamtheit sind alle Sendungen von „Sabine Christiansen“, die in dieser Zeitspanne gesendet wurden, also 52 Sendungen.

Die Untersuchung soll sich auf eine Stichprobe beziehen, die aus der Grundgesamtheit gezogen wird. Zehn Sendungen werden durch einen Zufallsgenerator gezogen, die Auswahleinheiten sind hier die Sendungsdaten. Eine genaue Verteilung über das Jahr wird nicht berücksichtigt.

Die Untersuchungseinheit ist dann eine komplette 60minütige Sendung „Sabine Christiansen“.

Weiteres Beispiel für 3 e)

Grundgesamtheit: Bei der Grundgesamtheit handelt es sich um sämtliche Werbeclips (Def. s.O.) die in dem Untersuchungszeitraum gesendet werden.

Diese werden stichprobenartig analysiert.

Auswahleinheit: Um die Stichprobe durchzuführen werden in der ersten Woche alle Clips untersucht die zwischen 0 und 6 Uhr gesendet werden. In der zweiten Woche alle Clips die zwischen 6 und 12 Uhr gesendet werden. In der dritten Woche alle Clips die zwischen 12 und 18 Uhr gesendet werden und in der vierten Woche alle Clips die zwischen 18 und 24 Uhr gesendet werden. Um keine Werbeclips zu verpassen wird von allen zu untersuchenden Sendern ein Programmplan angefordert in dem die Werbezeiten verzeichnet sind.

Untersuchungseinheit: Alle Werbeclips auf deutschsprachigen Fernsehsendern die im Zeitraum vom 01.01.2005 bis zum 31.01.2005 ausgestrahlt werden und in denen Frauen über 60 Jahren vorkommen.

Erhebungseinheit: Die in den Clips vorkommenden Frauen.

Ausblick

Bis zum Semester-Ende bleiben uns noch 5 Sitzungen.

Bis zur nächsten Woche solltet ihr unbedingt die 3. Aufgabe überarbeiten. Zeitlich können wir uns für diese Aufgabe etwas mehr Raum nehmen.

Vorschlag: Jede Gruppe (!!) bringt am nächsten Freitag ihre überarbeitete Aufgabe mit, jede Gruppe stellt ihre Aufgabe in der Sitzung vor.