

Aufgabe 1

Ist sie bei allen Gruppen abgeschlossen?

Aufgabe 2

**Haben alle Gruppen schon die ersten Schritte
der dimensionalen Analyse probiert?**

Zur Erinnerung:

Welches waren die ersten Schritte der dim.
Analyse?

Und weshalb sind diese Schritte nötig?

Zur Erinnerung

1. Ideensammlung
2. Systematisierung der Ideen
3. Auswahl der untersuchungsrelevanten Dimensionen

Methoden I. Tutorium.
ulrike_maske@web.de.

3

Beispiel: Gruppe Quartett

- Zweck:
Die Werbeabteilung eines Waschmittelproduzenten will eine Werbestrategie inklusive TV Spot für das neue Produkt „Superwash“ entwickeln. Unser Forscherteam wurde damit beauftragt, in bereits existierenden Waschmittelspots die Darstellung der Frauen zu analysieren. Ein zweites Forscherteam wird aufgrund unserer Untersuchungsergebnisse mit der Wirkungsforschung beginnen. Die Erkenntnisse beider Forschungsteams sollen dazu verwendet werden, für das neue Produkt eine Werbestrategie zu entwickeln.
- Grund:
Weil die Werbeabteilung davon ausgeht, dass die Frau in der TV Waschmittelwerbung dominiert, und Statistiken belegen, dass überwiegend Frauen Waschmittel kaufen, haben sie beschlossen, die Darstellung der Frauen in der Waschmittelwerbung zu analysieren.
- Erkenntnisinteresse:
Unser Forscherteam hat den Auftrag folgendes zu ermitteln: Wie werden Frauen in der TV Waschmittelwerbung dargestellt?

Methoden I. Tutorium.
ulrike_maske@web.de.

4

Beispiel: Ideensammlung

Aussehen, Familie, Handlung,
Zeichentrickfilmelemente, Umgang mit der Frau,
Länge der Reklame, Umgebung, Aktivitäten (die
die Frau ausführt), Offscreen-Kommentare,
Anzahl der Personen, wann wird die Werbung
ausgestrahlt?, Einsatz von VIPs, Atmosphäre,
Hinweis auf den Preis, Tiere, Art des
Waschmittels, Dialog/Monolog, Ansprache des
Zuschauers, Wirkung des Waschmittels, Farben
(Schwarzweiß, kräftige oder blasse Farben),
Musik, Kameraführung

Methoden I. Tutorium.
ulrike_maske@web.de.

5

Beispiel: Systematisierung

- Formale Aspekte:
Länge, wann ausgestrahlt, Zeichentrickfilmelemente,
Kommentar, Kameraführung, Musik
- Handlung:
Aktivitäten, Dialog, Umgang mit der Frau
- Atmosphäre:
Umgebung, Farben
- Beziehungen:
Familie und Partner, Anzahl der Personen, Einsatz von
VIPs, Tiere, weitere Personen
- Darstellung des Waschmittels:
Art und Wirkung des Waschmittels, Preis
- Auftreten der Frau:
Aussehen, Alter, Hauptrolle/Nebenrolle, Kleidung,
Persönlichkeit, Beruf

Methoden I. Tutorium.
ulrike_maske@web.de.

6

Übung: Selektion

Wie könnte die Selektion bei dieser Forschung sinnvoll aussehen?

Methoden I. Tutorium.
ulrike_maske@web.de.

7

Beispiel: Gruppe Jasaco

- Zweck: Die Studie wird in Auftrag gegeben durch die Gleichstellungsbeauftragte (im Namen) der ARD. Festgestellt soll werden, in welchem Maß die Sendung "Sabine Christiansen" dem angestrebten Prinzip des gender mainstreaming entspricht. Basierend auf den gewonnenen Erkenntnissen, soll ein Abgleich mit diesen Richtlinien getroffen werden, d.h. die Themenwahl und Darstellungsart optimal an diese Richtlinien angepasst werden. Dies dient zum einen dazu, das gender mainstreaming Prinzip verstärkt auch im öffentlichen Bewußtsein zu verankern. Zum anderen aber auch dazu, die Außendarstellung (Image) des Senders, der ja auch selbst den Anspruch auf Seriosität und Chancengleichheit erhebt, zu optimieren.

Methoden I. Tutorium.
ulrike_maske@web.de.

8

Beispiel: Gruppe Jasaco

Grund:

- Image der ARD (seriös, fortschrittlich etc.)
- ORB hat das auch so gemacht

Beispiel: Gruppe Jasaco

Erkenntnisinteresse:

Wie werden Frauen (in Führungspositionen) in der Sendung "Sabine Christiansen" dargestellt - entspricht dies dem Konzept des gender-mainstreaming?

Ideensammlung

Kameraeinstellung/ führung, Kleidung, Anzahl der weiblichen/ männlichen Studiogäste, Wie oft werden weibliche Gäste während der Sendung eingeblendet?, Sitzordnung (außen, mittig, zwischen anderen Männern/ Frauen), Wie oft werden die weiblichen Studiogäste vom Moderator angesprochen?, Wie werden sie vom Moderator angesprochen?, Redezeit, Zu welchen Themen werden Sie eingeladen ?, Zu welchen Themen werden Sie angesprochen?, Sind die Themen begrenzt bzw. geschlechtsspezifisch?, Aus welchen gesellschaftlichen Bereichen werden Frauen eingeladen?, Beruf, Alter, Nationalität, Familienstand, Bildung, Beruflicher Werdegang, Kommunikation zwischen den Geschlechtern, Darstellung alternativer Rollenbilder?, Stereotypen, Sendezeit, Zuschauerzahlen, Sprache, Anteil von Meinung und Information

Methoden I. Tutorium.
ulrike_maske@web.de.

11

Systematisierung

- quantitative Dimension
- Anzahl der weiblichen/ männlichen Studiogäste
- Wie oft werden weibliche Gäste während der Sendung eingeblendet?
- Wie oft werden Sie vom Moderator angesprochen ?
- Redezeit
- Sendezeit
- Zuschauerzahlen

Methoden I. Tutorium.
ulrike_maske@web.de.

12

Systematisierung

- inhaltliche Dimension

- Zu welchen Themen werden Sie eingeladen ?
- Zu welchen Themen werden Sie angesprochen?
- Sind die Themen begrenzt bzw. geschlechtsspezifisch?

- qualitative Dimensionen

- Wie werden sie vom Moderator angesprochen?
- Aus welchen gesellschaftlichen Bereichen werden Frauen eingeladen?
- Beruf
- Alter
- Nationalität
- Familienstand
- Bildung
- Beruflicher Werdegang
- Darstellung alternativer Rollenbilder?
- Stereotypen
- Sprache
- Kommunikation zwischen den Geschlechtern

Methoden I. Tutorium.
ulrike_maske@web.de.

13

Systematisierung

Formale Dimension

- Anteil von Meinung und Information
- Kameraeinstellung/-führung
- Kleidung
- Sitzordnung (außen, mittig, zwischen anderen Männern oder Frauen)

Methoden I. Tutorium.
ulrike_maske@web.de.

14

Übung: Selektion

**Wie könnte die Selektion hier
aussehen?**

Wichtige Tipps für die Selektion

- Pro Dimension müsst ihr euch entscheiden: Ist sie wichtig für den Untersuchungszweck und das Erkenntnisinteresse oder nicht?
- Diese Entscheidung samt Begründung sollte dokumentiert werden.

Die nächsten Schritte der dim. Analyse

(Anschließend an die begründete Selektion der untersuchungsrelevanten Dimensionen)

- Die als relevant erachteten Dimensionen sollen nun in dem sog. „desk. Schema“ visuell dargestellt werden.
- Die dim. Analyse wird mit einer kurzen Beschreibung des desk. Schemas abgeschlossen