

TUTORIUM DATENERHEBUNG

EINFÜHRUNG UND FORSCHUNGSPROZESS

AGENDA

- Vorstellungsrunde
- Organisatorisches
 - Ziel des Tutoriums
 - Learnweb und Kontakt
 - Abgaben und andere Leistungen
 - Semesterplan
- Inhalt
 - Funktion von Methoden
 - Forschungsprozess
 - Entdeckungszusammenhang
 - Forschungsgegenstand
 - Brainstorming

VORSTELLUNGSRUNDE

- Wie heißt du?
- Wie alt bist du?
- Wo kommst du her?
- Was hast du vorher gemacht?
- Warum KoWi?
- Zweitfach?
- Welches Tier wärst du gerne?

ORGANISATION I: ERWARTUNGEN AN MICH

- Beantwortung von Fragen
- Wiederholung der wichtigsten Inhalte der Vorlesung
- Hilfe bei der theoretischen Anwendung des in der Vorlesung erhaltenen Wissens
- Hilfe bei der praktischen Durchführung von Projekten
- Ermutigung zum kritischen Hinterfragen von Forschung(-smethoden)
- Hilfsbereitschaft außerhalb des Tutoriums

ORGANISATION II: ERWARTUNGEN AN EUCH

- Vor- und Nachbereitung des Vorlesungsstoffs
- Regelmäßige Anwesenheit
- Keine Angst vor „dummen Fragen“ oder falschen Antworten
- Einhaltung konventioneller Kommunikationsregeln

ORGANISATION III: LEARNWEB, KONTAKT

–Learnweb:

- Kursname: MID-2018_2
- Dozent: Armin Scholl
- Passwort: Methoden
- Meine Unterlagen: Tutorien 1 und 8 – Vitus

–Kontakt:

- E-Mail: vitus.schaefftlein@uni-muenster.de
- facebook: Vitus Schäfftlein

ORGANISATION IV: ABGABEN

Westfälische Wilhelms-Universität Münster

Institut für Kommunikationswissenschaft

Wintersemester 2018/19

Methodenmodul I

Tutorium Datenerhebung

Dozent: Prof. Dr. Armin Scholl

Tutor: Vitus Schäfftlein

Studierende: Max Mustermann, Erika Mustermann

Projekt: Medienberichterstattung im Hambacher Forst

Form bei Abgaben:

- oben/unten/links/rechts 2 cm Rand;
Times New Roman 12 pt.;
Zeilenabstand 1,15;
Silbentrennung; linksbündig;
Seitenzahlen
- Trennung der Schritte im
Forschungsprozess (→ Überschriften)
- Dateibenennung:
Methode_Thema_NachnameNachnam
eNachname
- Beispiel:
Inhaltsanalyse_Finanzkrise_Hagedorn
JanowskiSchreiber

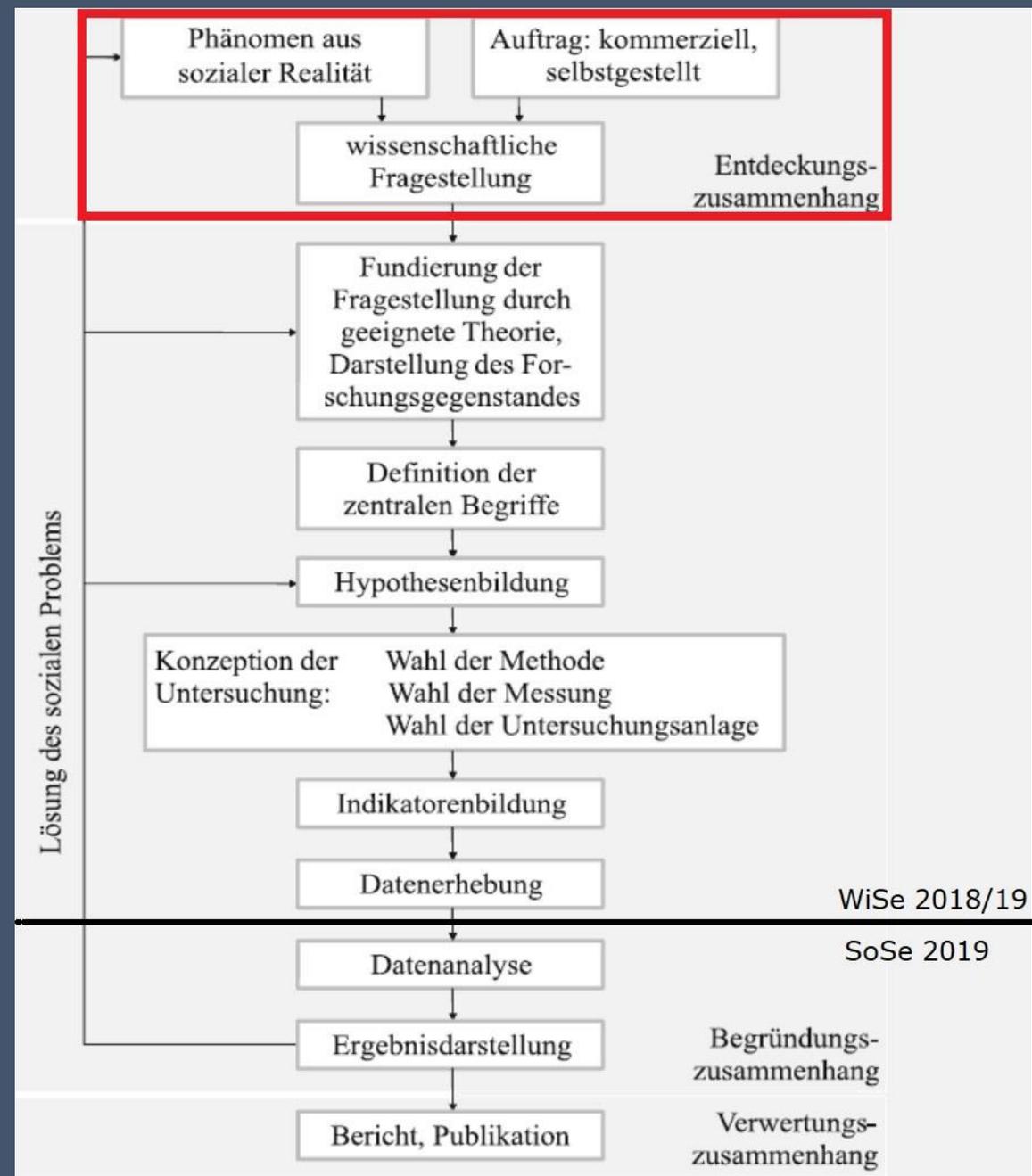
ORGANISATION V: LEISTUNGEN

- Was sind ECTS-Punkte?
 - „ECTS“ Steht für „European Credit Transfer System“
 - Werden auch „Leistungspunkte“ (kurz: LP) genannt
 - 1 LP entspricht 30 Stunden Arbeitsaufwand (Workload)
- Leistungen fürs Tutorium:
 - Projekte zu Methoden (Befragung, Inhaltsanalyse)
 - Präsentation eines dieser Projekte
 - Literaturarbeit (nur Ein-Fach-Bachelor)

ORGANISATION VI: SEMESTERPLAN

- 18.10.2018: Vorstellungsrunde und Forschungsprozess
- 25.10.2018: Wissenschaftstheorie und Methodologie
- 01.11.2018: Tutorium fällt aus!
- 08.11.2018: Operationalisierung I
- 15.11.2018: Operationalisierung II
- 22.11.2018: Befragung I
- 29.11.2018: Befragung II
- 06.12.2018: Inhaltsanalyse I
- 13.12.2018: Inhaltsanalyse II
- 20.12.2018: Grundgesamtheit und Stichprobe
- 10.01.2019: Beobachtung
- 17.01.2019: Experiment
- 24.01.2019: Wiederholung
- 28.01.2019: Klausur

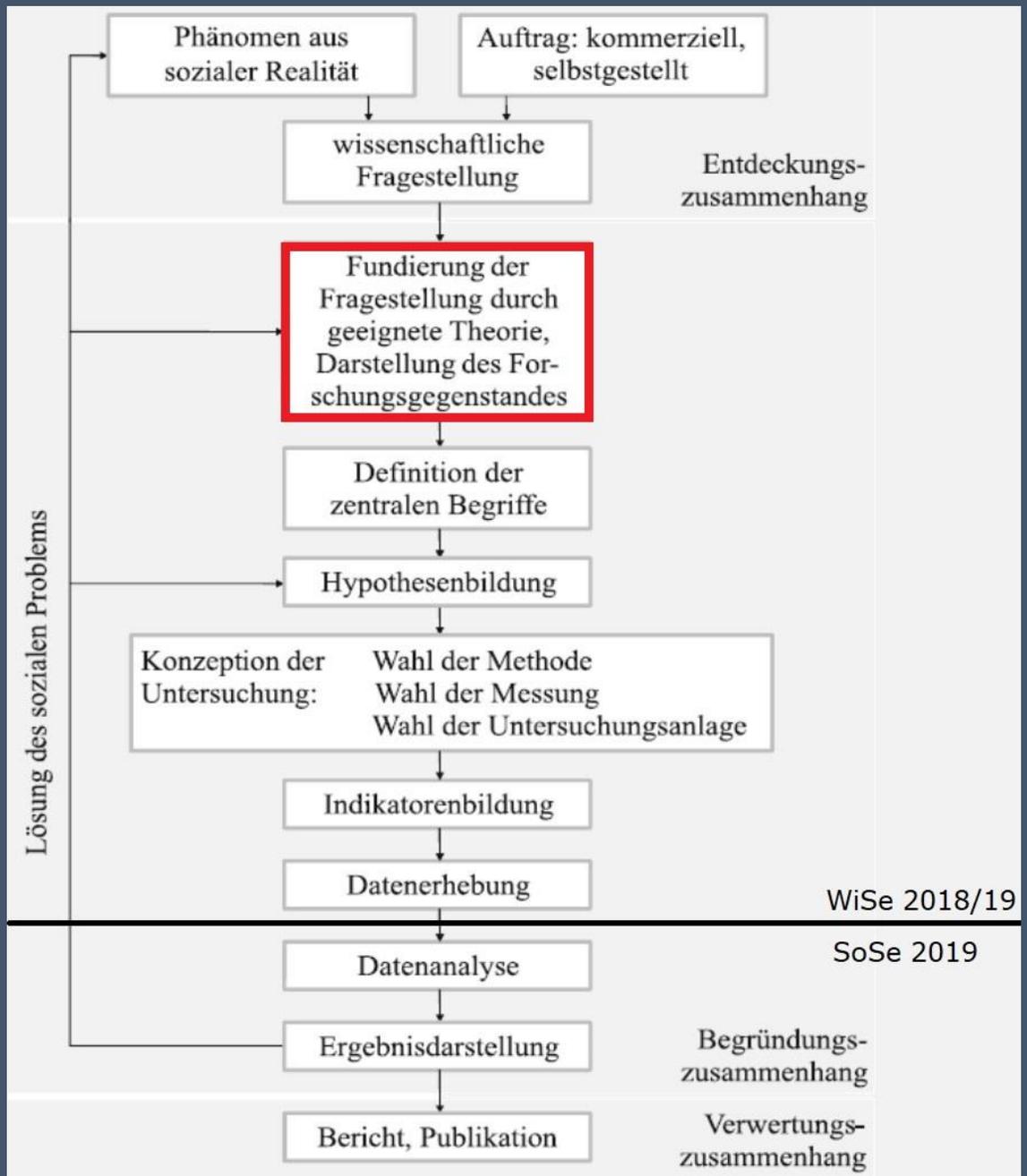
FRAGEN?



(Brosius, Haas, Koschel, 2016, S. 28)

ENTDECKUNGSZUSAMMENHANG

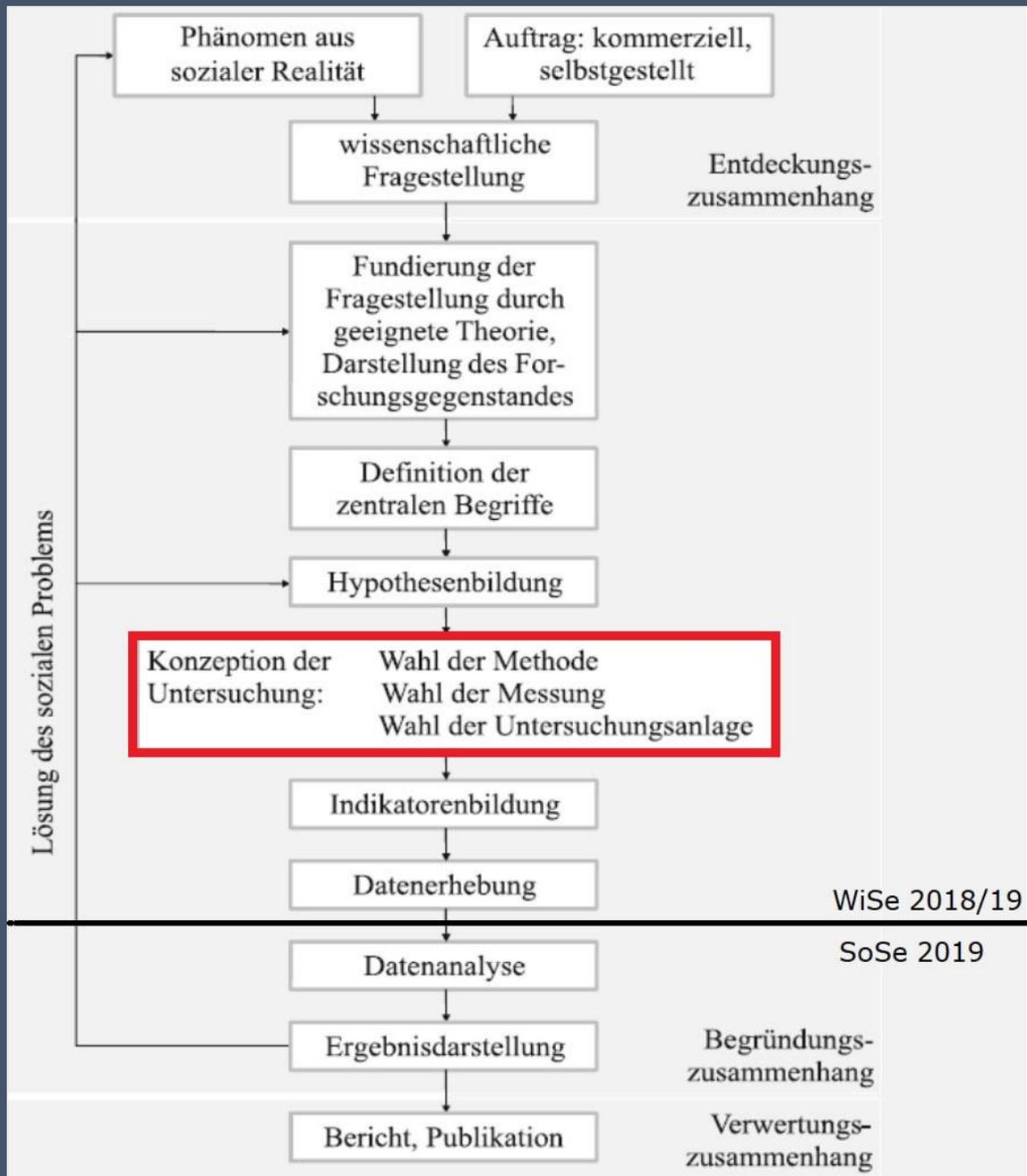
- Festlegung von Forschungsproblem/-fragen
- Arten von Forschungsproblemen
 - Wissenschaftlich (Grundlagenforschung)
 - Ziel: besseres Verständnis eines (sozialen) Phänomens
 - Kein direkter Nutzen → wissenschaftsintern
 - Beispiel: Faktoren, die eine Nachricht besonders wertvoll machen
 - Gesellschaftlich (angewandte Forschung)
 - Ziel: Lösungen für ein soziales Problem → Handlungsempfehlungen
 - Unmittelbarer praktischer Nutzen → wissenschaftsextern
 - Beispiel: Einfluss von Pornokonsum auf misogynen Gedankengut



(Brosius, Haas, Koschel, 2016, S. 28)

FORSCHUNGSGEGENSTAND

- Die Sache/Personengruppe, über die man forscht
- Wird über die Grundgesamtheit bestimmt
- Grundgesamtheit:
 - Sind alle Personen/Dinge zusammen, über die man etwas behauptet
 - Legt die Reichweite der Forschung fest
 - Beispiele:
 - alle KoWi-Studierenden der WWU
 - Alle Zeitungsartikel zum Nationalsozialismus zwischen 1990 und 2018



(Brosius, Haas, Koschel, 2016, S. 28)

WOFÜR BRAUCHT MAN METHODEN?

*[...] Nur wenn Wissenschaftler dieses **Handwerkszeug** [die Methoden] beherrschen, kann die Gesellschaft sich auf wissenschaftliche Aussagen verlassen. Mit anderen Worten: Würden Sie einem Handwerker vertrauen, der eine Schraube mit dem Hammer in der Wand befestigt?*

(Prof. Dr. Oliver Quiring in Vogelgesang, 2012, S. 75)

WOFÜR BRAUCHT MAN METHODEN?

Theorien werden in den Sozialwissenschaften nicht einfach akzeptiert, solange sie nur plausibel, schlüssig oder logisch erscheinen, sondern vor allem dann, wenn sie auf Herz und Nieren geprüft worden sind. Der notwendige Abgleich zwischen wissenschaftlicher Theorie und sozialer Realität wird mithilfe dieser Methoden durchgeführt, also nach klaren Regeln. Dreht man die Perspektive um, so entstehen auch Theorien nicht einfach im luftleeren Raum. Geeignete Methoden können auch dazu eingesetzt werden, Theorien zu entwickeln.

(Prof. Dr. Oliver Quiring in Vogelgesang, 2012, S. 74)

WISSENSCHAFTLICHE GÜTEKRITERIEN

–Objektivität

- Messung/Ergebnis ist unabhängig vom Forschenden
- Heute eher: Intersubjektivität (nächste Sitzung)

–Validität

- das Messinstrument misst das, was gemessen werden soll
- Leicht bei Demographie, schwer bei Konstrukten

–Reliabilität

- Unter gleichen Bedingungen muss das Instrument auch die gleichen (bzw. stark ähnliche) Werte messen
- Leicht in den Naturwissenschaften, schwer in den Sozialwissenschaften

METHODEN DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

– Befragung

- Erkenntnisgewinn durch Informationen der Befragten
- Beispiel: Zusammenhang zwischen der Menge an rezipierter Werbung und Kaufverhalten

– Beobachtung

- Erkenntnisgewinn durch Beobachten von Personen
- Beispiel: Reaktionen auf Rezeption von VR-Schlachtvideos

– Inhaltsanalyse

- Erkenntnisgewinn durch Analyse von Medieninhalten
- Beispiel: Spektrum der Berichterstattung über den Hambacher Wald

YOUR TURN – FORSCHUNGSFRAGEN

Aufgabe:

Denkt euch für das Thema „Halloween und Medien“ zu jeder Methode (Befragung, Beobachtung, Inhaltsanalyse) mindestens zwei Forschungsfragen aus.

FORSCHUNGSFRAGEN: BEFRAGUNG

- Wie nehmen Rezipienten das Thema Halloween in den Medien wahr?
- Wie bewerten ältere Menschen das Thema Halloween in den Medien?
- Werden Medien häufiger an Halloween genutzt als normalerweise?

FORSCHUNGSFRAGEN: BEOBACHTUNG

- Wie verändert sich das Kaufverhalten der Menschen, die Werbung ausgerichtet auf Halloween rezipieren?
- Wie gehen Menschen, die kein Halloween feiern, mit Medien in dieser Zeit um?
- (Wie) verändert sich die Smartphonennutzung auf Halloween-Partys im Vergleich zu normalen Partys?

FORSCHUNGSFRAGEN: INHALTSANALYSE

- Wie verändert sich das Fernsehprogramm um Halloween?
- Welche Halloween-Symbole werden in der Medienberichterstattung verwendet?
- Wie hat sich die Werbung um Halloween in den letzten zehn Jahren entwickelt?

FRAGEN?

BIS NÄCHSTE WOCHEN!

LITERATUR

Brosius, H., Haas, A., Koschel, F. (2016). *Methoden der empirischen Kommunikationsforschung, 7., überarb. Und aktualisierte Auflage*. Wiesbaden: Springer.

Vogelgesang, J. (2012). *Kommunikationswissenschaft studieren*. Wiesbaden: Springer.