

## Methodenworkshop

der DGPuK-Fachgruppe Visuelle Kommunikation  
sowie der Ad-Hoc-Gruppe Werbekommunikation der DGPuK

im Vorfeld der DGPuK-Jahrestagung  
am 08. Mai 2013 von 09:30-18:00 Uhr in Mainz

zum Thema

### Das Potential von (Bild-)Sortierstudien für die Kommunikations- und Medienwissenschaft: Methodik, Anwendung, Auswertungsverfahren

**Sortierstudien** erlauben, den Ablauf, die Struktur und das Ergebnis von *kognitiven Kategorisierungen* sowie die ihnen zu Grunde liegenden Problemlöse-, Identifikations-, Interpretations- und Bewertungsprozesse zu rekonstruieren, wie sie etwa im Rahmen der Rezeption, Wahrnehmung und Informationsverarbeitung von (audio-) visuellen Medien auftreten. Dazu wird Versuchspersonen eine Anzahl von Items vorgelegt, zu der sie eine (offene oder geschlossene) Sortieraufgabe bekommen. Dann werden die TeilnehmerInnen gebeten, ihre Kategorisierungsentscheidungen zu explizieren. Sortierstudien geben damit einerseits Auskunft über den Kategorisierungsprozess sowie über die dem Kategorisierungsprozess zu Grunde liegenden (expliziten und impliziten) kognitiven Kategorisierungen. Einsatzmöglichkeiten liegen überall dort, wo das Verständnis der mentalen Kategorisierungen der Rezipienten Aufklärung verspricht, etwa im Bereich der Analyse von (visuellen) Framingprozessen, der (visuellen) Stereotypenforschung, der (Visual) News-Bias-Forschung, der Imageforschung, der Bildtypen- und Bildinhaltsanalyse oder auch der Wahrnehmungsforschung. Während Sortierstudien in der psychologischen oder kognitionswissenschaftlichen Forschung relativ etabliert sind, finden sie in der Kommunikations- und Medienwissenschaft bislang kaum Berücksichtigung, obwohl sie 1) eine effiziente Untersuchung von Wahrnehmungsstrukturen ermöglichen, 2) für die Analyse verschiedener (textlicher, visueller, audio-visueller) Stimuli geeignet sind, 3) einfach und ökonomisch durchführbar sind und sich 4) gut mit anderen empirischen Erhebungsmethoden verbinden lassen.

Im Rahmen eines Methodenworkshops möchten wir uns intensiver mit der Methodik, Anwendung und Analyse von Sortierstudien auseinander setzen. Der Workshop findet **im Vorfeld der DGPuK-Jahrestagung in Mainz am 08. Mai 2013 von 09.00 bis 18.00 Uhr an der Universität Mainz** statt und bietet eine fachliche Einführung in die Analyselogik der Methode, praktische Übungen sowie methodologische Diskussion (siehe Programm S. 3). Ein Fokus liegt dabei auf der forschungspraktischen Umsetzung (d.h. der Konzeption von

Sortierstudien) sowie der Analyse der gewonnenen Daten, da diese besondere bzw. besonders adaptierte Auswertungsverfahren erfordern. Neben der kompakten Vermittlung von Methodenwissen durch ExpertInnen ist der Workshop auch als Forum des wissenschaftlichen Austausches konzipiert. Er beinhaltet die Möglichkeit zur Präsentation eigener Sortierstudienprojekte bzw. Projektideen mit ausführlichem Feedback durch MethodenexpertInnen.

### **Nachwuchsförderung**

Der FG Visuelle Kommunikation sowie der Ad-Hoc Gruppe Werbekommunikation ist die **Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses** ein besonderes Anliegen. Ausdrücklich möchten wir daher NachwuchswissenschaftlerInnen zur Einreichung eines Projekt-Exposés im Themenfeld motivieren. NachwuchswissenschaftlerInnen, die sich mit einer einschlägigen Projektidee in Form eines Exposés bewerben (etwa 3-5 Seiten Extended Abstract; maximal 7.000 Zeichen inkl. Bibliographie), wird die Kursgebühr erlassen und lediglich eine Verpflegungspauschale in Höhe von 10 Euro berechnet.

### **Formalia**

Die Kursgebühr für die Teilnahme am Methodenworkshop beträgt **65 Euro** (inklusive einer Verpflegungspauschale in Höhe von 10 Euro). Zur Teilnahme senden Sie bitte Ihren Teilnahmewunsch (und als NachwuchswissenschaftlerIn ggf. Ihr Exposé) bis zum **08. April 2013** via E-Mail an die folgenden vier Empfänger:

#### ***Für die Fachgruppe Visuelle Kommunikation***

Dr. Stephanie Geise  
Universität Erfurt  
E-Mail: [stephanie.geise@uni-erfurt.de](mailto:stephanie.geise@uni-erfurt.de)

Dr. Katharina Lobinger  
Universität Bremen  
E-Mail: [katharina.lobinger@uni-bremen.de](mailto:katharina.lobinger@uni-bremen.de)

#### ***Für die Ad-Hoc-Gruppe Werbekommunikation:***

Dr. Daniela Schlütz  
Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der Hochschule für Musik, Theater und Medien  
E-Mail: [daniela.schluetz@ijk.hmtm-hannover.de](mailto:daniela.schluetz@ijk.hmtm-hannover.de)

Prof. Dr. Guido Zurstiege  
Eberhard Karls Universität Tübingen  
E-Mail: [guido.zurstiege@uni-tuebingen.de](mailto:guido.zurstiege@uni-tuebingen.de)

## Programm Methodenworkshop „(Bild-)Sortierstudie“

08:30 Get Together

09:00 **Eröffnung mit einem forschungspraktischen Intro: Sortierstudie an der alle Workshop-Teilnehmer teilnehmen** (Moderation: Katharina Lobinger & Cornelia Brantner)

### Workshop Teil 1: Einführung in die Methodentheorie der „Bildsortierung“

09:45 **„Bilder sortieren – Bilder archivieren. Die kunsthistorische Methode der «Bildsortierung» in ihrer kommunikationswissenschaftlichen Anwendung** (Marion G. Müller)

10:15 **„Status Quo der Methode und Potentiale der (Bild-)Sortierstudie in der empirischen Kommunikationsforschung“** (Stephanie Algermissen & Stephanie Geise)

- Grundprinzip und Idee des Verfahrens; Herkunft und Entwicklung der Methode
- Relevanz für die Kommunikations- und Medienwissenschaft
- Forschungsüberblick heute: Ergebnisse einer systematischen Literaturschau
- Fazit & Ausblick: Potentiale und Herausforderungen der Bildsortierstudie in der Visuellen Kommunikations- und Werbeforschung

10:45 **Diskussion des „Methodenstands“ und der Potentiale der Methode „Sortierstudie“ für die Visuelle Kommunikations- und Werbeforschung** (Moderation: Daniela Schlütz)

### Workshop Teil 2: Einführung in die Forschungspraxis der „(Bild-)Sortierstudie“

11.15 **Kurzpräsentation eigener Ideen mit Feedback** (Moderation: Guido Zurstiege)

12:15 Mittagspause (vor Ort)

13:00 **Methodenworkshop „(Bild-)Sortierstudie“ mit Übungen** (Peter Hautz)

- Überblick über verschiedene Verfahren und deren Anwendungsbereiche anhand von Praxisbeispielen: Wie kann eine Sortierstudie ablaufen und wie kann man die Ergebnisse darstellen?
- Konzeption und Operationalisierung einer Sortierstudie
  - Sortierverfahren (All-In-One; Q-Sort; hierarchische Verfahren; Repeated Criterion Sort)
  - Sortiervariante (offen; geschlossen)
  - Durchführungsmodus (online/offline; Einzel/Gruppe)
  - Sample
  - Auswahl des Materials (Item-Anzahl; Art, Präsentationsmodus)
  - Sortieranweisung (offen/geschlossen; Sortierkriterium; flexibel/fix; Umgang mit nicht zuordenbaren Items; Zeitvorgabe)
  - Explikation der Sortierung und mögliche Methodenkombination (Gruppenbenennung; Erhebung von Assoziationen, Bestimmung von Prototypen; Bewertung von Items mit Skalen, Rankings)
- Durchführung (Ablauf, Besonderheiten; Setting; Zeitrahmen; Moderation)
- Datenaufbereitung anhand von Beispieldatensätzen: Welche Rohdatenformate fallen an? Wie kann man damit umgehen?
- Analysemöglichkeiten (insb. Clusteranalyse, Multidimensionale Skalierung); „Fallstricke“
- Möglichkeiten der Ergebnispräsentation

16:30 **Abschlusspräsentation eigener, im Workshop weiter erarbeiteter Ideen und Konzeptionen von Bildsortierstudien mit Feedback der Referenten** (Moderation: Peter Hautz)

18:00 Ende des Methodenworkshops