

## **Methodische Herausforderungen und Innovationen in der Kommunikations- und Medienforschung**

**16. Tagung der Fachgruppe**

**»Methoden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft« der DGPK**

**vom 09. – 11. Oktober 2014**

**in München**

Die rapiden technischen und strukturellen Veränderungen der Medienwelt stellen Kommunikations- und Medienwissenschaftler neben theoretischen auch immer häufiger vor methodische Herausforderungen. Die veränderte Angebotsstruktur, veränderte Nutzungsgewohnheiten und die damit verbundenen veränderten Wirkungsbedingungen schaffen Situationen, die sich mit dem „klassischen“ Methodeninventar der Kommunikationswissenschaft nicht mehr analysieren lassen. So lässt sich beispielsweise das Medienangebot nicht mehr, wie in klassischen Inhaltsanalysen, nutzerunabhängig beschreiben. Auch der Nutzungsverlauf wird im Internet zwar sichtbar, aber auch immer komplexer nachzuvollziehen.

Während sich in den letzten Jahren vielfach Tagungen mit den theoretisch notwendigen Anpassungen beschäftigt haben – etwa die Tagung der Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung 2011 in München – wollen wir uns im Rahmen dieser Tagung mit der methodischen Perspektive beschäftigen. Damit gehen zunächst ganz allgemein Fragen zur Notwendigkeit neuer methodischer Herangehensweisen bzw. der Relevanz von Innovationen einher, die sich aufgrund des veränderten Mediumfelds ergeben bzw. den theoretischen Anpassungen folgen müssen. Inwieweit können wir neue theoretische Konzepte mit unserem herkömmlichen Methodenrepertoire abbilden, wo brauchen wir neue Herangehensweisen, wo sind die traditionellen noch immer sinnvoll? Abgesehen davon gibt es auch methodische Innovationen, die bestehende, „traditionelle“ Theorien besser abbilden sollen – etwa in der Framing-Forschung haben sich hier parallel unterschiedliche Herangehensweisen entwickelt. Welchen Mehrwert bringen also alternative Verfahren gegenüber klassischen Herangehensweisen?

Methodische Herausforderungen und Innovationen finden sich an unterschiedlichen Stellen des Forschungsprozesses. Tagungsbeiträge können sowohl theoretische Diskussionen über methodische Herausforderungen als auch konkrete empirische Anwendungsbeispiele umfassen, erwünscht sind sowohl qualitative als auch quantitative Beiträge.

Denkbar sind Einreichungen zu folgenden Themenbereichen:

### **1. Theoretische Perspektiven: Chancen und Probleme**

Zunächst lohnt es sich, einen theoretischen Blick auf die methodische „Landschaft“ zu werfen und kritisch zu hinterfragen, inwiefern traditionelle methodische Ansätze auf neue Probleme anwendbar sind, wo methodische Neuerungen notwendig scheinen und in welchen anderen Forschungsbereichen es eventuell schon vielversprechende Herangehensweisen gibt, die sich auf unsere theoretische Fragestellungen übertragen lassen. Folgende Fragestellungen sind in diesem Bereich denkbar:

- Inwieweit müssen mit theoretischen Anpassungen auch methodische einhergehen?
- Wo liegen die Chancen, wo die Grenzen von methodischen Innovationen?
- Inwieweit lassen sich klassische mit innovativen Methodenkonzepten verbinden?
- Welche methodischen Innovationen haben sich in den letzten Jahren etabliert?

### **2. Innovative methodische Zugänge**

Gerade das (mobile) Internet bringt in methodischer Hinsicht neue Möglichkeiten mit sich: Ein Internetnutzer hinterlässt Datenspuren, die seine Nutzungsgewohnheiten und Aktivitäten nachzeichnen lassen. Durch die Verbreitung des Smartphones trägt ein Großteil der Bevölkerung mittlerweile ständig einen kleinen Computer mit sich herum. Wir „beobachten“ also das Mediennutzungsverhalten durch die Analyse digitaler Spuren - müssen wir dann überhaupt noch befragen, und wenn ja, wie? Andererseits stellen uns solche technischen Neuerungen vor nicht unwesentliche Probleme: Wie kann man die Angebote von Online-Zeitungen erfassen, ihre Agenda erheben und ihre Wirkung untersuchen, wenn sich diese durch Aktualisierungen, Klickzahlen und Kommentierungen im Minutentakt verändern? Unabhängig von „neuen“ Phänomenen und deren methodische Herausforderungen sind hier aber auch innovative Zugänge zu traditionellen Ansätzen, wie etwa in der Framing-Forschung, von Interesse.

Folgende Fragestellungen sind hier zum Beispiel möglich:

- Wie lassen sich neue Technologien methodisch nutzbar machen?
- Welche methodischen Konsequenzen folgen aus veränderten Medienangeboten/Rezeptionssituationen?
- Welche neuen methodischen Herangehensweisen an „alte“ theoretische Phänomene gibt es?
- Welche Probleme ergeben sich für unsere klassischen Methoden aufgrund neuer Medienumgebungen?

### **3. Operationalisierung & Messung**

Welche Indikatoren lassen sich aus der Messung des Nutzerverhaltens auf Social Network Sites und anderen Angeboten des Web 2.0 entwickeln, wofür stehen häufig verwendete Kennzahlen wie Likes, Shares etc.? Welcher neuer Skalen bedarf es? Zudem stellt sich die Frage, inwiefern einige Skalen an neuere Bedingungen angeglichen werden müssen. Ist die Frage, wie sehr man seinen Fernseher vermissen würde, im Zeitalter von (nicht-linearer) Nutzung über Online-Angebote noch sinnvoll? Wie lassen sich Indikatoren in der digitalen Welt angemessen operationalisieren? Mögliche Fragestellungen wären:

- Welche Skalen brauchen wir, um neue theoretische Phänomene abzubilden?
- Wie müssen bestehende Messinstrumente an neue Rahmenbedingungen angepasst werden? Kann man z.B. Online-Meinungsführer ebenso ermitteln wie traditionelle?
- Inwieweit kann man neue Indikatoren zur Messung bestehender Konstrukte durch „alte“ validieren?

### **4. Innovationen bei der Stichprobengewinnung & Datenbereinigung**

Auch im Bereich Stichprobengewinnung hat sich einiges getan: Online-Access-Panels etwa gewinnen zunehmend an Bedeutung und werden professionalisiert angeboten. Damit in Zusammenhang steht die Frage nach der Qualität solcher Stichproben sowie Verfahren, durch die diese gesteigert werden kann bzw. durch die fehlerhaftes oder qualitativ minderwertiges Antwortverhalten identifiziert werden können. Aber auch die Ziehung von Stichproben für Inhaltsanalysen steht vor dem Hintergrund neuer Medienumgebungen vor Herausforderungen: Die Modularisierung von Information, die algorithmengesteuerte Wiederverwertung und Neukomposition von

Informationen und die dadurch nahezu unendliche Zahl von Angeboten verkomplizieren die Identifikation von Medienbotschaften zunehmend; Online-Zeitungen können somit nicht sinnvoll in Ausgaben unterteilt werden, wie das bei ihren Offline-Varianten der Fall ist. Denkbare Fragestellungen wären hier:

- Welche neueren Formen der Stichprobengewinnung gibt es?
- Welche Perspektiven bieten Crowdsourcing-Websites (z.B. Amazon Mechanical Turk)?
- Wie ist es um die Qualität von Online-Access-Panels bestellt?
- Wie kann die Qualität von Online-Stichproben gesteigert werden?

## **5. Umgang mit Daten: Auswertungsverfahren**

Schließlich entwickeln sich auch Auswertungsverfahren ständig weiter, zum einen zur Anpassung an die neue Datenlage, zum anderen zur Optimierung und Präzisierung der Analyseinstrumente. Während einige Verfahren mittlerweile „en vogue“ sind – etwa Pfad- oder Strukturgleichungsmodelle – haben sich andere, vielversprechende Ansätze noch nicht in der empirischen Kommunikations- und Medienwissenschaft etablieren können. Neben den Vorteilen solcher Verfahren stellt sich allerdings auch die Frage, wo die Grenzen liegen und für welche Daten sich bestimmte Strategien tatsächlich eignen – und wann man sprichwörtlich mit Kanonen auf Spatzen schießt. Folgende Fragestellungen passen in diesen Bereich:

- Welche innovativen Auswertungsverfahren gibt es? Für welche Datenlage eignen sie sich?
- Welchen Vorteil haben neue Auswertungsverfahren gegenüber klassischen Herangehensweisen?
- Stichwort „Big Data“: Wie wertet man große Datenmengen aus?

## **Offenes Panel**

Im offenen Panel ist wie immer Platz für Beiträge jenseits des Tagungsthemas. Die eingereichten Vorschläge sollten sich durch ihre methodische Relevanz für die Kommunikations- und Medienforschung auszeichnen. Wir möchten alle Kolleginnen und Kollegen, insbesondere auch Nicht-Mitglieder der Fachgruppe, einladen, Beiträge aus sämtlichen Methodenbereichen (qualitativ und quantitativ) hier vorzustellen. Die Beiträge werden gesondert begutachtet. Bitte vermerken Sie auf Ihrer Einreichung, dass es sich um einen Beitrag für das offene Panel handelt.

## **Kurzpräsentationen**

Auch auf dieser Tagung soll neben regulären Vorträgen (20 Minuten) auch wieder die Einreichung von Kurzpräsentationen (ca. 8 Minuten) möglich sein. Sie eignen sich insbesondere für die Darstellung konkreter Einzelaspekte im Forschungsprozess oder für die Vorstellung kleinerer, aber methodisch relevanter Probleme. Kurzpräsentationen können sowohl im Rahmen des Tagungsthemas als auch des offenen Panels eingereicht werden. Die Einreichungen für Kurzpräsentationen werden gesondert begutachtet. Bitte vermerken Sie auf Ihrer Einreichung, dass es sich um eine Kurzpräsentation handelt. Es gelten die gleichen formalen Kriterien für Einreichung und Bewertung wie für Vorträge.

## **Paul Lazarsfeld-Stipendien**

Auch bei dieser Tagung es wird die Möglichkeit für drei Studierende bzw. Absolventinnen und Absolventen geben, ihre besonders anspruchsvollen und innovativen Studien- und Abschlussarbeiten im Bereich Methoden in einem Panel zu präsentieren. Die „Deutsche Paul Lazarsfeld-Gesellschaft e.V.“ unterstützt dieses Vorhaben mit max. drei Stipendien in Höhe von je 1.000 Euro. Weitere Informationen zur Ausschreibung des Stipendiums sowie zur Einreichung finden Sie in der Anlage.

## **Formalia**

Einreichungen für Vorträge (20 Minuten) und Kurzpräsentationen (8 Minuten) sind als Extended Abstract (max. 3 Seiten plus Literatur sowie Abbildungen/Tabellen) bei Jens Vogelgesang (jens.vogelgesang@uni-muenster.de) einzureichen. Falls sie eine Kurzpräsentation oder einen Vortrag für das offene Panel einreichen, vermerken Sie dies bitte auf Ihrer Einreichung. Es gelten die gleichen formalen Kriterien wie für

Vorträge innerhalb des Tagungsthemas. Wichtig ist, dass in den Präsentationen methodische und nicht inhaltliche Aspekte im Vordergrund stehen!

### **Einsendeschluss ist der 23. Juni 2014**

Der Beitrag darf in dieser Form nicht bereits in einer Verlagspublikation veröffentlicht oder auf einer wissenschaftlichen deutschsprachigen Tagung präsentiert worden sein. Dieser Sachverhalt ist auf dem Deckblatt ausdrücklich zu erklären. Allerdings sind durchaus Beiträge möglich, die einen methodischen Aspekt aus einer bereits publizierten oder präsentierten Studie herausgreifen, wenn dieser Aspekt nicht Hauptgegenstand der Publikation oder Präsentation war. **Bei der Einreichung von empirischen Studien müssen die Ergebnisse im Abstract beschrieben werden.** Die Vorschläge werden in einem anonymisierten Review-Verfahren begutachtet. Deshalb bitten wir, die Abstracts mit einem abnehmbaren Deckblatt, auf welchem der Beitragstitel sowie Name und Adresse der Einreichenden verzeichnet sind, zu versehen. Die Abstracts sollen neben einer Inhaltsangabe des Vortrags den Bezug zum Tagungsthema sowie die Relevanz und Originalität der Fragestellung verdeutlichen. An diesen Aspekten werden sich auch die Reviewer orientieren. Die Tagungsleitung behält sich zudem vor, auch die Gesamtkonzeption der Tagung bei der Auswahl der Beiträge zu berücksichtigen sowie einzelne Kolleginnen und Kollegen mit der Bitte um Beiträge anzusprechen.

### **Rahmen**

*ACHTUNG:* Der Termin für die Tagung liegt ausnahmsweise zwei Wochen später als üblich. Die Tagung wird am Donnerstag, den 9. Oktober, abends mit einem Get-Together beginnen und am Samstag, den 11. Oktober, enden. Genauere Angaben zum Veranstaltungsort, Unterkünften etc. werden rechtzeitig in einer Einladung zur Tagung bekannt gegeben.

*Für die Fachgruppenleitung:*

Jörg Matthes, Wien

Jens Vogelgesang, Münster

*Für das ausrichtende Institut:*

Hans-Bernd Brosius, München

Christina Peter, München

## **Anlage: Paul-Lazarsfeld Stipendien 2014**

### **Allgemeine Informationen**

Die Paul Lazarsfeld-Gesellschaft e.V. unterstützt die DGPUK-Fachgruppe Methoden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft bei der Nachwuchsförderung. Die Paul Lazarsfeld-Gesellschaft e.V. vergibt im Jahr 2014 maximal drei Stipendien, um herausragende Studentinnen und Studenten bzw. Absolventinnen oder Absolventen der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft für besonders anspruchsvolle oder innovative Studien- und Abschlussarbeiten im Bereich der Methoden auszuzeichnen. Durch das Paul-Lazarsfeld-Stipendium sollen die ausgezeichneten Personen an das wissenschaftliche Berufsfeld herangeführt werden. Die Fördersumme pro Stipendium beträgt 1.000 EUR und soll den Paul Lazarsfeld-Stipendiaten ermöglichen, an der Jahrestagung der Fachgruppe Methoden der DGPUK im Oktober 2014 teilnehmen zu können, um vor Ort im Rahmen eines „student panels“ ihre Studien- und Abschlussarbeiten vor einem Fachpublikum zu präsentieren. Das Stipendium ist eine Auszeichnung für wissenschaftlich hervorragende Arbeiten. Darüber hinaus sollen mithilfe des Stipendiums anfallende Tagungsgebühren, Reise- und Unterkunftskosten sowie Spesen gedeckt werden. Schirmherr des Paul Lazarsfeld-Stipendienprogramms ist Prof. Dr. Lutz Erbring.

### **Vorschlagsberechtigung**

Die Vergabe der Paul Lazarsfeld-Stipendien erfolgt über ein Vorschlagsverfahren. Vorschlagsberechtigt sind alle DGPUK-Mitglieder; Studierende und Absolventinnen/Absolventen können sich nicht selbst vorschlagen. Vorschläge sind bitte bis zum

**23. Juni 2014**

per E-Mail an Jörg Matthes (joerg.matthes@univie.ac.at) zu richten. Die Vorschläge sollen in Form von pdf-Dateien jeweils enthalten: (1) das Erstgutachten (bei Studienarbeiten: ein Empfehlungsschreiben), (2) ein Abstract der Arbeit sowie (3) ein Exemplar der Studien- oder Abschlussarbeit. Über die Vergabe der Paul-Lazarsfeld-Stipendien entscheidet ein Gremium bestehend aus derzeitigen und früheren Fachgruppensprechern nach Ablauf der Vorschlagsfrist.