

Thomas Petersen / Clemens Schwender (Hrsg.)

Die Entschlüsselung der Bilder

Methoden zur Erforschung visueller Kommunikation.

Ein Handbuch

HERBERT VON HALEM VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Thomas Petersen / Clemens Schwender (Hrsg.):

Die Entschlüsselung der Bilder.

Methoden zur Erforschung visueller Kommunikation.

Ein Handbuch

Köln: Halem, 2018

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung, sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Die Hardcover-Ausgabe erschien 2011 unter der ISBN 978-3-86962-043-5

© 2018 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN (Print) 978-3-86962-309-2

ISBN (PDF) 978-3-86962-410-5

<http://www.halem-verlag.de>

E-Mail: info@halem-verlag.de

SATZ: Herbert von Halem Verlag

DRUCK: docupoint, Magdeburg

UMSCHLAGGESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf

Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.

Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

INHALTSVERZEICHNIS

I.	EINLEITUNG	17
II.	DIE ERFORSCHUNG DES BILDINHALTS – QUALITATIVE, INTERPRETATIVE ANSÄTZE	27
1.	Ikonografie und Ikonologie, visuelle Kontextanalyse, visuelles Framing (<i>Marion G. Müller</i>)	28
1.1	<i>Ikonografie und Ikonologie</i>	29
1.2	<i>Visuelle Kontextanalyse</i>	45
1.3	<i>Visual Framing</i>	53
2.	Ikonologische Kontextanalyse (<i>Annekatriin Bock, Holger Isermann und Thomas Knieper</i>)	56
2.1	<i>Der Prozess der Bildkommunikation</i>	57
2.2	<i>Die ikonologische Kontextanalyse</i>	63
2.3	<i>Exemplarische Analyse</i>	64
2.4	<i>Fazit</i>	70
3.	Comicanalyse: Bilder, Wörter und Sequenzen (<i>Martin R. Herbers</i>)	72
3.1	<i>Comics in Alltag und Wissenschaft</i>	72
3.2	<i>Die Comicforschung: Disziplinen, Stoßrichtungen und Problemfelder</i>	73
3.3	<i>Zur Definition von Comics: Theoretische Basis und methodische Anforderungen</i>	75
3.4	<i>Die Methode der Comicanalyse</i>	78
4.	Bewegtbildanalyse (<i>Clemens Schwender</i>)	87
4.1	<i>Der Kamerastandpunkt</i>	88
4.2	<i>Einstellungsgrößen</i>	89
4.3	<i>Kameraperspektive</i>	93
4.4	<i>Einstellungsdauer</i>	95
4.5	<i>Einstellungsübergang</i>	96
4.6	<i>Kamerablickwinkel</i>	97
4.7	<i>Bewegung</i>	98
4.8	<i>Bewegung der Kamera</i>	99
4.9	<i>Das Schnittprotokoll</i>	100

5.	Die Analyse von Text-Bild-Beziehungen in dokumentarischen und journalistischen Filmen (<i>Karl N. Renner</i>)	102
5.1	<i>Theoretischer Hintergrund</i>	102
5.2	<i>Syntaktische Korrelationen von Sprache und Bild</i>	105
5.3	<i>Semantisch-inhaltliche Zusammenhänge</i>	111
5.4	<i>Pragmatisch-funktionale Zusammenhänge</i>	120
5.5	<i>Ausblick</i>	125
6.	Analyse der Filmmontage (<i>Andrea Gschwendtner</i>)	127
6.1	<i>Fokus der Analyseperspektive auf Bild- oder Tonmontage</i>	128
6.2	<i>Grundbausteine der Bildmontage</i>	129
6.3	<i>Zeitdarstellung durch Montage</i>	130
6.4	<i>Raumkonstruktion durch Montage</i>	132
6.5	<i>Bewegungsmontage</i>	134
6.6	<i>Blicke und Blickdramaturgie</i>	135
6.7	<i>Schnittrythmus</i>	137
6.8	<i>Dramaturgie und Spannungsaufbau</i>	138
6.9	<i>Ausblick</i>	143
 III. DIE ERFORSCHUNG DES BILDINHALTS – QUANTITATIVE VERFAHREN		 144
7.	Quantitative Bildinhaltsanalyse (<i>Elke Grittmann und Katharina Lobinger</i>)	145
7.1	<i>Das Bild im Kommunikationsprozess</i>	147
7.2	<i>Grundlagen und methodisches Vorgehen der quantitativen Inhaltsanalyse</i>	149
7.3	<i>Bildspezifische Kategorienbildung</i>	152
7.4	<i>Formale Bildkategorien</i>	152
7.5	<i>Inhaltliche Kategorien, Bildinhalte</i>	156
7.6	<i>Wertende Kategorien</i>	159
7.7	<i>Theoriegeleitete quantitative Bildinhaltsanalysen</i>	160
7.8	<i>Fazit</i>	161
8.	Quantitative Bildtypenanalyse (<i>Elke Grittmann und Ilona Ammann</i>)	163
8.1	<i>Theoretische Grundlagen</i>	165
8.2	<i>Die Methode der quantitativen Bildtypenanalyse</i>	168
8.3	<i>Fazit</i>	177

9.	Die Erforschung der Rolle des Begleittextes im Fotojournalismus der Tagespresse (<i>Ansgar Koch</i>)	179
9.1	<i>Formale Merkmale redaktioneller Bearbeitung in Bezug auf den Begleittext</i>	181
9.2	<i>Formale Merkmale redaktioneller Bearbeitung in Bezug auf das Bild-Text-Verhältnis</i>	185
9.3	<i>Inhaltliche/funktionale Aspekte des Beitextes in Bezug auf das Foto</i>	189
9.4	<i>Elemente des Text-Bild-Bezuges als Grundlage zur Bestimmung von Stichprobe und Zähleinheit</i>	194
9.5	<i>Resümee</i>	195
10.	Die Korrespondenzanalyse zur Auswertung und Visualisierung inhaltsanalytischer Daten (<i>Peter Hautz und Flavia Bleuel</i>)	197
10.1	<i>Geschichte der Korrespondenzanalyse</i>	198
10.2	<i>Kategoriale Daten – ein Beispiel</i>	199
10.3	<i>Kontingenzanalyse vs. Korrespondenzanalyse</i>	201
10.4	<i>Terminologie der Korrespondenzanalyse</i>	201
10.5	<i>Ablauf und Interpretation einer Korrespondenzanalyse</i>	209
10.6	<i>Stärken, Schwächen und Empfehlungen</i>	218
10.7	<i>Statistische Begriffe</i>	219
11.	Untersuchung der mimischen Kommunikation: Das Facial Action Coding System als Forschungsmethode (<i>Frank Schwab und Dagmar Unz</i>)	223
11.1	<i>Beobachtung als Forschungsmethode</i>	224
11.2	<i>Analyse nonverbalen Verhaltens</i>	226
11.3	<i>Das Facial Action Coding System</i>	231
11.4	<i>FACS als Forschungsmethode in der Medieninhalts- und -wirkungsforschung</i>	243
12.	Automatische, computergestützte Bilderkennung (<i>Martin Stommel und Jan Müller</i>)	246
12.1	<i>Grundlagen der automatischen Bildanalyse</i>	248
12.2	<i>Verfahrensbeispiele</i>	250
12.3	<i>Fazit</i>	262

IV. REZEPTIONS- UND WIRKUNGSFORSCHUNG	264
13. Möglichkeiten und Grenzen des Laborexperiments in der visuellen Kommunikationsforschung (<i>Thomas Petersen und Clemens Schwender</i>)	265
14. Fokussierte Interviews (<i>Dagmar Hoffmann</i>)	273
14.1 <i>Methodische Grundprinzipien des fokussierten Interviews</i>	275
14.2 <i>Forschungsdesign</i>	281
14.3 <i>Arten des Einsatzes des fokussierten Interviews</i>	285
14.4 <i>Modifikationen und Grenzen des Verfahrens</i>	286
14.5 <i>Beispiel für fokussierte Einzelinterviews</i>	288
15. Laborstudien: Fragebogen und visuelle Stimuli (<i>Frank Schwab und Astrid Carolus</i>)	294
15.1 <i>Verschiedene Befragungstypen</i>	295
15.2 <i>Fehlervermeidung in der Fragebogenforschung</i>	297
15.3 <i>Antworten: Kognitive Prozesse und ihre Kommunikation</i>	299
15.4 <i>Beurteilungen auf Skalen</i>	302
15.5 <i>Urteilsverzerrungen</i>	303
15.6 <i>Schriftliche (meist postalische) Befragung</i>	305
15.7 <i>Online-Befragung</i>	306
15.8 <i>Projektive Verfahren</i>	306
15.9 <i>Visuelle Stimuli: Materialauswahl</i>	307
15.10 <i>Zusammenfassung</i>	310
16. Die Erforschung von Erfahrungen durch die thematische und strukturelle Codierung von Erzählungen (<i>Michelle C. Hilscher und Gerald C. Cupchik</i>)	312
16.1 <i>Das Interview</i>	314
16.2 <i>Ermitteln von Kategorien</i>	317
16.3 <i>Codieren der Interviewtranskripte</i>	319
16.4 <i>Statistische Analyse von narrativen Trends</i>	319
16.5 <i>Abschließende Bemerkungen und Zusammenfassung</i>	321
17. Auswahltests: Card-Sorting und die Q-Sort-Methode (<i>Clemens Schwender</i>)	323
17.1 <i>Card Sorting</i>	323
17.2 <i>Ein Anwendungsbeispiel von Card-Sorting</i>	325
17.3 <i>Q-Sort</i>	327
17.4 <i>Ein Anwendungsbeispiel von Q-Sort</i>	329
17.5 <i>Card-Sorting und Q-Sort</i>	331

18.	Zeitverlaufstudien: RTR, CRM (<i>Marcus Maurer</i>)	334
18.1	<i>Funktionsweise und Varianten</i>	335
18.2	<i>Anwendungsgebiete</i>	339
18.3	<i>Analysestrategien: Aggregatdatenanalysen</i>	340
18.4	<i>Analysestrategien: Individualdatenanalysen</i>	342
18.5	<i>Experimentelle RTR-Designs</i>	343
18.6	<i>Reliabilität und Validität von RTR-Messungen</i>	345
18.7	<i>Fazit</i>	347
19.	Eyetracking (<i>Stephanie Geise und Peter Schumacher</i>)	349
19.1	<i>Eyetracking als apparative Methode</i>	350
19.2	<i>Die Entwicklung der Blickverlaufsanalysen</i>	350
19.3	<i>Physiologische und wahrnehmungspsychologische Grundlagen der Methode</i>	351
19.4	<i>Technische Grundlagen und Funktionsweise der Methode</i>	356
19.5	<i>Umsetzung der Methode im Forschungsprozess</i>	361
19.6	<i>Grenzen und Chancen von Eyetracking</i>	370
20.	Peripher-physiologische Verfahren während und nach der Bildbetrachtung. Physiologische Messungen: Herzrate, Hautleitfähigkeit und verwandte Verfahren (<i>Dennis Küster und Arvid Kappas</i>)	372
20.1	<i>Herzrate</i>	374
20.2	<i>Hautleitfähigkeit</i>	377
20.3	<i>Elektromyografie</i>	379
20.4	<i>Ausblick</i>	380
21.	Quantitative, repräsentative Verfahren (<i>Thomas Petersen</i>)	384
21.1	<i>Methodische Grundprinzipien der Repräsentativumfrage</i>	386
21.2	<i>Die Bedeutung der Repräsentativumfrage im Bereich der visuellen Kommunikation</i>	389
21.3	<i>Drei Arten des möglichen Einsatzes von Bildvorlagen und Nutzungsmessungen</i>	392
21.4	<i>Optische Stimuli als Mittel der Kommunikation in der Umfrageforschung</i>	395
21.5	<i>Möglichkeiten und Grenzen der Bildwirkungsforschung mit Repräsentativumfragen</i>	401
21.6	<i>Das Prinzip des kontrollierten Feldexperiments</i>	402
21.7	<i>Tests zur Wiedererkennung und Beurteilung von Bildvorlagen</i>	406

21.8	<i>Die experimentelle ›Zerlegung‹ von Bildvorlagen zur Identifikation von Wirkungskomponenten</i>	412
21.9	<i>Panelstudien zum Test visueller Kommunikation unter realen Bedingungen</i>	416
21.10	<i>Ansätze zur Untersuchung von Bewegtbildern in Repräsentativstudien</i>	419
	LITERATUR	423
	AUTORINNEN UND AUTOREN	483
	REGISTER	492