

3.2 Vorgaben zum Aufbau und zur Gestaltung eines wissenschaftlichen Posters

Ein wissenschaftliches Poster ist weder ein Werbe- noch ein Veranstaltungsplakat [13], sondern die visuelle, gekürzte Wiedergabe einer wissenschaftlichen Arbeit. Die inhaltlichen Aussagen und der Aufbau des Posters entsprechen deshalb im Wesentlichen den Aussagen und dem Aufbau der zugrundeliegenden Arbeit.

Die folgenden Ausführungen ergänzen die Broschüre ‚Maturaarbeit – Präsentation der Ausstellung‘ [14], in der unter anderem wichtige Hinweise zu den Ausstellungsmodulen und den entsprechenden Posterformaten zu finden sind.

3.2.1 Aufbau eines wissenschaftlichen Posters

Das Poster ist eine illustrierte Zusammenfassung einer wissenschaftlichen Arbeit. Es erlaubt der Leserin die Kernaussagen der zugrundeliegenden wissenschaftlichen Arbeit rasch zu erfassen. Ein Poster sollte dementsprechend Folgendes beinhalten [13] [15] [17]:

- Titel der Arbeit, Autoren und Organisation (KS Willisau).
- Abstract (optional): Das Poster-Abstract ist eine stark gekürzte Fassung des Abstracts aus der Dokumentation (Richtangabe: nicht mehr als 10 Sätze).
- Einführung: Kontext der Arbeit; warum ist das Thema wichtig?; kurze Ausführung über die der Arbeit zugrundeliegende und für das Verständnis notwendige Theorie.
- Problemstellung: Das Poster muss die Fragestellung oder die zu prüfenden Hypothesen der Arbeit klar und verständlich wiedergeben. Dem Leser muss aus diesem Teil ersichtlich werden, was die Arbeit zeigen oder untersuchen wollte.
- Methoden: Es müssen nicht alle in der Arbeit verwendeten Methoden detailliert erklärt werden. Nur die zum Verständnis der Arbeit wichtigen Methoden sollten aufgeführt und wenn notwendig kurz erklärt werden. Komplexe Apparaturen und Versuchsanordnungen können durch Abbildungen veranschaulicht werden.
- Resultate: Die wichtigsten Resultate werden dem Leser präsentiert und mit Abbildungen (Diagrammen) ergänzt. Der Leser sollte anschliessend wissen, was mit der Arbeit gezeigt werden konnte und welche neuen Erkenntnisse durch die Arbeit gewonnen wurden.
- Schlussfolgerungen: Diese entsprechen einer kurzen Interpretation der Resultate vor dem Hintergrund der Fragestellungen oder Hypothesen der Arbeit. Die Schlussfolgerungen müssen die am Anfang der Arbeit stehenden Fragestellungen/Hypothesen beantworten.
- Quellenangaben: Alle im Poster verwendeten Quellen müssen auf dem Poster angegeben werden.

Der Text sollte knapp, klar, einfach und präzise formuliert und auf das Wesentlichste beschränkt werden. Um den Text zu reduzieren, können anstelle von Volltexten verbale Wortketten, stichwortartige Aufzählungen etc. verwendet werden. Abbildungen, Diagramme und Tabellen müssen selbsterklärend und mit einer Legende beschriftet sein.

3.2.2 Gestaltung eines wissenschaftlichen Posters

Ein wissenschaftliches Poster ist zwar kein Werbeplakat, trotzdem soll es attraktiv erscheinen und zum Lesen einladen. Um dies zu erreichen, müssen bei der Gestaltung eines Posters ein paar einfache Grundsätze eingehalten werden [13] [14] [15] [18] [19]:


- Als erstes muss die Raumaufteilung des Posters geplant werden: Soll das Poster Hochformat oder Querformat gestaltet werden? Wie viele Spalten und Abschnitte werden für das Poster benötigt? Wo werden Titel, Autoren, Logo und Quellenverzeichnis platziert?
- Der Titel bildet den Einstieg in ein Poster. Er muss deshalb aussagekräftig und gut lesbar sein. (Hände weg von WordArt-Titeln in verschiedenen Farben und von Titeln in Grossbuchstaben.)
- Gliederung: Dem Leser muss klar sein, wie das Poster gegliedert ist und wo er mit Lesen starten muss. Die Gliederung soll bereits optisch ersichtlich werden. Eindeutige Überschriften und Ziffern bei den Überschriften können die Abfolge allenfalls verdeutlichen. Die Texte müssen ihrem Inhalt entsprechend angeordnet werden, also Abstract, Fragestellung, Methoden, Resultate, Schlussfolgerungen und Quellenangaben.
- Text und Abbildungen sollten nicht mehr als zwei Drittel des Posters bedecken. Hier kann man Mut zur Lücke beweisen: Ein Drittel der Fläche eines Posters sollte frei bleiben.
- Nie mehr als 2–3 Schriftarten und -größen verwenden. Die Schriftgröße der Texte sollte nicht kleiner als 24 Punkt sein, die Schriftgröße des Titels sollte ca. 72 Punkt betragen.
- Die Überschriften und Texte müssen einheitlich formatiert werden (Schriftart und -größe, Absätze, Abstände etc.). Die Textblöcke werden normalerweise linksbündig formatiert, um mehr Zwischenräume zu schaffen, Blocksatz ist aber ebenfalls möglich. In beiden Fällen ist situativ manuelle Silbentrennung einzusetzen, um grosse Lücken zu vermeiden.
- Abbildungen und Fotos müssen von guter Bildqualität sein. Grafiken sollten ansprechend gestaltet werden.
- Die Farbgestaltung des Posters soll das Poster attraktiver und besser leserlich machen. Das Poster enthält idealerweise 2–3 Farben, nicht mehr. Auf schrille Farben ist zu verzichten. Am besten lesbar sind Poster mit einer dunklen Schrift auf hellem Hintergrund. Der Hintergrund sollte nicht gemustert sein.

Im Programm, mit dem das Poster erstellt werden soll, muss zu Beginn unbedingt das Papierformat (z. B. A1: 84 x 59.4 cm) definiert werden. Informationen zur Postergröße (A1/A0), Tipps zu den zu verwendenden Programmen zum Erstellen des Posters und die verschiedenen Möglichkeiten zum Druck des Posters sind in der Broschüre ‚Maturaarbeit – Präsentation der Ausstellung‘ zu finden [14].

3.2.3 Beispiele wissenschaftlicher Poster

Jedes Poster ist auf das Thema der Arbeit, das Zielpublikum und den Autor abgestimmt und präsentiert sich deshalb sehr individuell. Eine einheitliche Formatvorlage macht deswegen keinen Sinn. Die folgenden Beispiele von wissenschaftlichen Postern sind keine ‚perfekten‘


Poster, welche alle erwähnten Grundsätze zum Aufbau und zur Gestaltung eines Posters erfüllen, aber es sind allesamt sehr gute Poster, die nahezu ‚perfekt‘ sind:



Poster title goes here, containing strictly only the essential number of words...

Author's Name/s Goes Here, Author's Name/s Goes Here, Author's Name/s Goes Here

Address/es Goes Here, Address/es Goes Here, Address/es Goes Here



Introduction

First...

Check with conference organisers on their specifications of size and orientation, before you start your poster eg. maximum poster size, landscape, portrait or square.

The page size of this poster template is A0 (84x119cm), landscape (horizontal) format. Do not change this page size, MIU can scale-to-fit a smaller or larger size, when printing. If you need a different shape start with either a portrait (vertical) or a square poster template.

Bear in mind you do not need to fill up the whole space allocated by some conference organisers (eg. 84x4ft in the USA). Do not make your poster bigger than necessary just to fill that given size.

Method

Tips for making a successful poster...

Re-write your paper into poster format ie. Simplify everything, avoid data overkill.

Headings of more than 6 words should be in upper and lower case, not all capitals.

Never do whole sentences in capitals or underline to stress your point, use **bold** characters instead.

When laying out your poster leave breathing space around your text. Don't overcrowd your poster.

Try using photographs or coloured graphs. Avoid long numerical tables.

Spell check and get someone else to proof-read.

Results

Importing / inserting files...

Images such as photographs, graphs, diagrams, logos, etc, can be added to the poster.

To insert scanned images into your poster, go through the menus as follows: Insert / Picture / From File... then find the file on your computer, select it, and press OK.

The best type of image files to insert are JPEG or TIFF, JPEG is the preferred format.

Be aware of the image size you are importing. The average colour photo (13 x 18cm at 180dpi) would be about 3Mb (1Mb for B/W greyscale). Call MIU if unsure.

Do not use images from the web.

Printing and Laminating...

Once you have completed your poster, bring it down to MIU for printing. We will produce an A3 size draft print for you to check and proof read. The final poster will then be printed and laminated.

Note: Do not leave your poster until the last minute. Allow at least 5 working days before you need to use it.

Simply highlight this text and replace.

Cost...

For poster-printing and laminating charges contact to MIU

Aim

How to use this poster template...

Simply highlight this text and replace it by typing in your own text, or copy and paste your text from a MS Word document or a PowerPoint slide presentation.

The body text / font size should be between 24 and 32 points. Arial, Helvetica or equivalent.

Keep body text left-aligned, do **not** justify text.

The colour of the text, title and poster background can be changed to the colour of your choice.

Captions to be set in Times or Times New Roman or equivalent, italic, between 18 and 24 points. Right aligned if it refers to a figure on the right. Caption starts right at the top edge of the picture (graph or photo).

Captions to be set in Times or Times New Roman or equivalent, italic, between 18 and 24 points. Left aligned if it refers to a figure on the left. Caption starts right at the top edge of the picture (graph or photo).

Captions to be set in Times or Times New Roman or equivalent, italic, 18 to 24 points, to the length of the column in case a figure takes more than 2/3 of column width.

Captions to be set in Times or Times New Roman or equivalent, italic, 18 to 24 points. Left aligned if it refers to a figure on the left. Caption starts right at the top edge of the picture (graph or photo).

Captions to be set in Times or Times New Roman or equivalent, italic, 18 to 24 points, to the length of the column in case a figure takes more than 2/3 of column width.

Conclusion

For more information on: Poster Design, Scanning and Digital Photography, and Image / file size.

Contact:

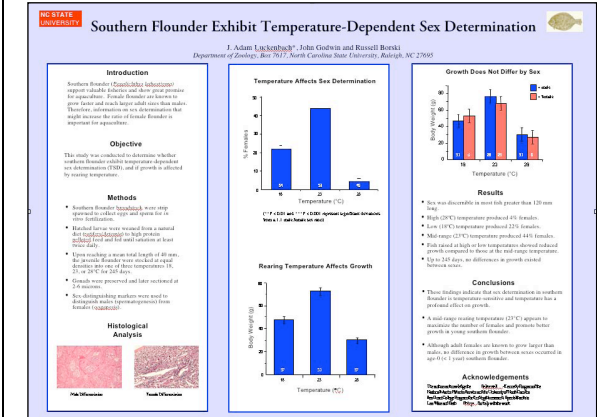
Medical Illustration Unit
 Prince of Wales Hospital
 Ph: 9382 2800
 Email: miunsw@unsw.edu.au
 Web: http://miu.med.unsw.edu.au

Acknowledgements

Just highlight this text and replace with your own text. Replace this with your text.

Abb. 4: Formatvorlage 1 zu einem wissenschaftlichen Poster im Querformat [15].

(Im Anhang befindet sich eine analoge Vorlage im Hochformat, vgl. Abb. A1, S. 32. Zusätzlich findet sich dort noch eine weitere Vorlage im Hochformat und im Querformat, vgl. Abb. A3, Abb. A2. In der Online-Version [21] dieser Wegleitung kann man einzelne Bereiche des Posters nach Wunsch vergrössern.)



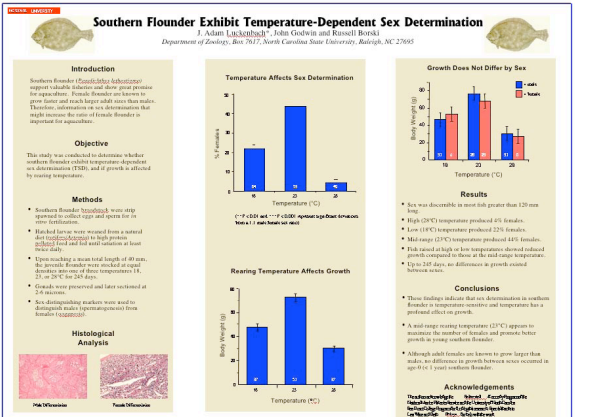


Abb. 5: Farbschemavarianten bei einem wissenschaftlichen Poster [17].



Wir sind alle gleich und deshalb sind wir so wie ich!

Einflüsse Sozialer Projektion auf Eigengruppenfavorisierung.

Diana Kurze, Franziska Stöhr, Claudia Thoß & Katharina Voigt

seit 1558

Friedrich-Schiller-Universität Jena

Überblick

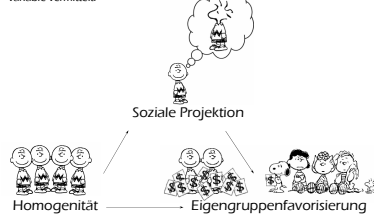
In dieser Untersuchung sollte gezeigt werden, dass der von Gaertner und Schopler (1998) gezeigte Zusammenhang von Eigengruppenhomogenität und Eigengruppenfavorisierung über soziale Projektion als Mediator vermittelt wird. Im Experiment ($n=68$) wurden dabei Ähnlichkeit und Vielfältigkeit einer Eigengruppe manipuliert. Zusätzlich gab es eine Kontrollgruppe. Es wurde angenommen, dass die experimentelle Manipulation von Ähnlichkeit zu einer stärkeren Favorisierung der Eigengruppe führt. Die experimentelle Manipulation erbrachte keine signifikanten Effekte. Hypothesenkonform konnten allerdings signifikante Korrelationen zwischen Ähnlichkeitswahrnehmung der eigenen Gruppe und sozialer Projektion, sowie zwischen sozialer Projektion und Bewertung der Eigengruppe relativ zur Fremdgruppe gezeigt werden.

1. Einleitung

- Laut der Sozialen Identitätstheorie (Tajfel, 1981) strebt jeder Mensch nach einer positiven sozialen Identität. Dies führt zu Eigengruppenfavorisierung.
- Das Phänomen der Eigengruppenhomogenität (die Mitglieder der Eigengruppe werden als einander ähnlicher wahrgenommen) ist ebenfalls auf das Streben nach positiver sozialer Identität zurückzuführen (Simon & Brown, 1987).
- Gaertner und Schopler (1998) konnten den Zusammenhang zwischen Entitätivität (mit den 3 Komponenten Homogenität, gemeinsames Schicksal, Nähe) und positiver Bewertung der eigenen Gruppe belegen.
 - Je höher die Entitätivität der Mitglieder der Eigengruppe wahrgenommen wird, desto positiver wird diese Gruppe auch bewertet.
- Das Ziel dieser Untersuchung ist es, den bisher motivational erklärten Zusammenhang zwischen Homogenität und positiver Bewertung der Eigengruppe kognitiv zu erklären.
- Wir nehmen an, dass soziale Projektion (eine kognitive Heuristik, bei der Informationen über die eigene Person die Grundlage für soziale Urteile bilden) den oben beschriebenen Zusammenhang kognitiv vermittelt. Krueger (2007) konnte bereits belegen, dass soziale Projektion zu mehr Eigengruppenfavorisierung führt.

2. Hypothese

Der Zusammenhang zwischen der Wahrnehmung von Homogenität und Eigengruppenfavorisierung wird über soziale Projektion als Mediatorvariable vermittelt.



3. Methode

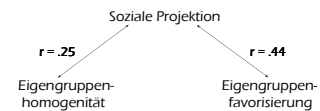
- Design:** Einfaktoriell mit 3 Bedingungen (Ähnlichkeit vs. Vielfältigkeit vs. Kontrollgruppe)
- Stichprobe:** 68 Studierende der FSU Jena; 21 Männer, 47 Frauen; Durchschnittsalter 22; Ausschluss: 2 Nichtdeutsche Probanden
- Messung:** Fragebogen:
 - 1. Selbsteinschätzung** via 20 Traitratings nach Otten & Wentura (2001)
 - „Ich bin freundlich“, „Ich bin passiv.“
 - 2. Manipulation:** Brainstorming zur Ähnlichkeit bzw. Vielfältigkeit der Gruppe der Deutschen
 - „Was macht die Ähnlichkeit der Deutschen aus?“
 - 3. Manipulationscheck & Identifizierungsmessung** (6 Items)
 - „Wie ähnlich sind sich die Deutschen insgesamt?“
 - „Ich identifiziere mich mit der Gruppe der Deutschen.“
 - 4. Einschätzung der Fremd- (Polen) und Eigengruppe (Deutsche) auf oben genannten Traitratings:**
 - „Einstellung zu den Deutschen und Polen (jeweils 4 Items)“
 - „Ich mag Deutsche.“, „Ich mag Polen.“
- Thermometermaß der Bewertung der Eigen- und Fremdgruppe, von 0°C - „wenig angenehm“ bis 100°C - „sehr angenehm“
- Behaviorales Maß: Fiktive Geldverteilung von 100.000 € zur angeblichen Behebung der Algenplage an deutschen und polnischen Ostseestranden



Literatur: Gaertner, L. & Schopler, J. (1998). Perceived ingroup entitativity and intergroup bias: an interconnection of self and others. *European Journal of Social Psychology*, 28, 963-980.
 Krueger, J. I. (2007). From social projection to social behavior. *European Review of Social Psychology*, 18, 1-35.
 Otten, S., & Wentura, D. (2001). Self-Anchoring and in-group favoritism: An individual profiles analysis. *Journal of Experimental Social Psychology*, 37, 525-534.
 Simon, B. & Brown, R. (1987). Perceived ingroup homogeneity in minority-majority contexts. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, 703-711.
 Tajfel, H. (1981). *Human groups and social categories: Studies in social psychology*. Cambridge: Cambridge University Press.

4. Ergebnisse

- Um den Erfolg der Manipulation zu überprüfen, wurde für wahrgenommene Ähnlichkeit der Eigengruppe ein Index berechnet.
- Eine einfaktorielle Varianzanalyse mit wahrgenommener Ähnlichkeit als abhängige Variable (AV) ergab keinen signifikanten Effekt.
- Sowohl auf Projektionsmaßen als auch auf Maßen der Eigengruppenfavorisierung ergaben sich keine signifikanten Effekte der experimentellen Bedingung.
- Wie angenommen, ergaben sich jedoch signifikante korrelative Zusammenhänge zwischen den berechneten Maßen. Es zeigte sich, dass mit zunehmender Projektion eine bessere Bewertung der Eigengruppe relativ zur Fremdgruppe einhergeht, $r(62) = .44, p < .001$.
- Ein weiterer korrelativer Zusammenhang zeigte sich zwischen der wahrgenommenen Ähnlichkeit und sozialer Projektion auf positiven Items: Hohe wahrgenommene Ähnlichkeit geht mit mehr sozialer Projektion einher, $r(62) = 0.25, p = .042$.



5. Diskussion


Mit dem bisher noch nicht gezeigten Zusammenhang zwischen wahrgenommener Eigengruppenhomogenität und Projektion bei den positiven Selbstratings und der Verbindung von sozialer Projektion und Eigengruppenfavorisierung konnten zwei der drei angenommenen Beziehungen nachgewiesen werden. Doch die Hypothese, laut derer sich ein Zusammenhang zwischen Eigengruppenvariabilität und Eigengruppenfavorisierung vermittelt durch soziale Projektion zeigen sollte, konnte nicht bestätigt werden. Ein kritischer Punkt der Untersuchung war die Manipulation. So wurden in der Vielfältigkeitsbedingung weniger relevante Stichpunkte aufgezählt und somit blieb die Manipulation wirkungslos. Fraglich ist auch, ob die Polen als Fremdgruppe geeignet sind. Um soziale Erwünschtheit auszuschließen, sollten daher auch implizite Maße eingesetzt werden.

Abb. 6: Konkretes Beispiel für ein wissenschaftliches Poster [16].

(In der Online-Version [21] dieser Wegleitung kann man einzelne Bereiche des Posters nach Wunsch vergrößern.)

[..]

[illegible]




Karolinska
Institutet

Template 70x100cm " scientific poster"

with font Mundo Sans or Arial regular 72pt

The name of the authors 21pt regular



Conclusions first: 44 pt bold

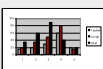
Always put the most important part, your conclusions - first! Place your conclusions in the upper left hand corner of your poster.

Prepare your material from the reader's perspective. What was done, by who and your conclusion has to be accessible within a couple of second's reading!
Use active voice when writing the text. textsize: 36 pt regular


Use pictures or illustrations! Make sure that every figure, table and picture has a caption that describes what is being shown. Avoid all pictures should be horizontal, not vertical. Image caption: 21pt regular

Introduction


Posters are primarily visual presentations. Your poster should be dominated by self-explanatory illustrations such as graphs and pictures while the amount of text should be kept to the minimum.



Use diagrams to illustrate your results. 21pt regular



Always write a descriptive caption. 21pt regular

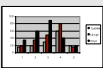


Tips:

The best font for text blocks that are as short as they should be on a poster is the Sans Serif typeface family. Therefore, use sans serif fonts such as Arial or Mundo Sans rather than serif fonts like Times or Courier.
AVOID CAPITAL LETTERS IN TEXTS THAT ARE LONGER THAN ONE LINE. SINCE IT WILL BE VERY ARE MORE DIFFICULT TO READ.

Your aim

Start by thinking of your poster as an advertisement for your work rather than an opportunity for a complete presentation.



Use diagrams to illustrate your results. 21pt regular

Your message


Keep your message clear and your text concise. Decide what is relevant for this poster and try to get your message across to your target group.

Layout, photos and print

Contact Media@ki.se at University Library for help with layout and image enhancement. For printouts and professional photographers contact Bildmakarna.se. For more information: www.bildmakarna.kib.ki.se


Handouts

If you succeed in getting the reader's attention, provide her/him with more detailed information in the form of handouts or printed articles. Include references on your handout instead of your poster.



Always write a descriptive caption. 21pt regular

It is a good idea to use pictures and write some few short notes of what's going on in the future. Put handouts, business cards, reprints nearby - on a table or in an envelope hung with the poster.



Karolinska Institutet logo
Person in charge: Tanya Sjöström

Printing partner: Bildmakarna
Print address: 177 33 Stockholm

Telephone: 08 581 63 63
Fax: 08 581 63 60

e-mail: tanya.sjostrom@ki.se

[illegible]

Fachschaften Biologie/Chemie