

Fachbereich 9 - Medienstudiengänge

Department 9 - Media Courses

Kommentar zur Lehrveranstaltung im WiSe 2020/21

Description of seminars

Veranstalter*in: <i>Lecturer:</i>	Dr. Anke Offerhaus
Titel (dt.):	Wer sind die Menschen hinter den Radio Bremen Meinungsmeldern? Eine Publikumsforschung für und in Kooperation mit Radio Bremen
Titel (engl.):	Who are the people behind Radio Bremen opinion makers? Audience research for and in cooperation with Radio Bremen

Beschreibung:

Description:

„Sagen Sie uns Ihre Meinung, wir machen eine Meldung daraus. Zusammen machen wir Programm“, so bringt Jan Weyrauch, Radio Bremen-Programmdirektor, die Idee der Meinungsmelder auf den Punkt. Seit dem 28. März 2019 können Menschen im Sendegebiet von Radio Bremen ihre Ansichten und Einstellungen zu gesellschaftlich relevanten Themen abgeben. Aber wer sind diese Menschen? Welche Angebote von Radio Bremen rezipieren sie? Was motiviert sie, alle zwei Wochen an einer neuen Befragung teilzunehmen? Wie repräsentativ sind sie für die Bevölkerung des Bremer Sendegebiets?

Informationen über das eigene Publikum, sein Verhalten und seine Präferenzen beeinflussen nicht nur journalistische Arbeitsroutinen, sondern formen auch die Selbstwahrnehmung von Journalist*innen und ihrer Aufgabe. Dass der Journalismus sein Publikum zu diesem Zweck in Form von Auflagenzahlen oder Reichweiten „vermessen“ und durch Leserbriefe beteiligt hat, ist nicht neu. Aber unsere gegenwärtige Medienumgebung hat die Beziehung zwischen Journalismus und Publikum grundlegend verändert: Publikumskontakte verlaufen inzwischen in Echtzeit und über eine Vielzahl unterschiedlicher Kanäle (E-Mail, Facebook, Twitter, Instagram usw.); Web Analytics-Tools und die Algorithmen sozialer Medien prägen die Publikumsbeziehung mit. Auf diese Weise nimmt das Publikum heute auf drei Arten an der Konstruktion von Nachrichten teil: a) indem es z.B. mittels Kommentaren oder sogar eigenen Beiträgen über Ereignisse, deren Zeuge es ist, Inhalte beisteuert, b) indem es z.B. mittels sozialer Medien selbst Inhalte verbreitet, und c) indem es z.B. durch sein aggregiertes Feedback, welches Journalisten dazu bringt, Inhalte auf die Präferenzen des Publikums zuzuschneiden, Inhalte indirekt beeinflusst. (Hanusch/Tandoc 2017: 699)

Das Medienpraxisseminar setzt an der Schnittstelle von partizipativem Journalismus und Publikumsforschung an und wird in Kooperation mit Radio Bremen systematisch der empirischen Frage nachgehen, wer sich hinter den „Radio Bremen Meinungsmeldern“ verbirgt. Als Untersuchungsdesign soll ein Methodenmix zur Anwendung kommen: Angedacht sind eine Bestandsaufnahme und Entwicklung von Forschungsfragen auf der Basis von Experteninterviews mit Projektverantwortlichen sowie die Entwicklung, Durchführung und Auswertung von qualitativen Leitfadeninterviews mit aktiven Meinungsmeldern. Die Ergebnisse sollen Ende des Semesters bei Radio Bremen vorgestellt werden.

Anmerkungen:

* Seminarteilnehmer*innen sollten M5 besucht haben und/oder bereit sein, sich ggf. seminarbegleitend und anwendungsbezogen weitere Methodenkenntnisse anzueignen. Literaturhinweise zur Methodenanwendung werden selbstverständlich zur Verfügung gestellt und alle, im Forschungsprozess auftauchende Fragen im Seminar besprochen!

* Bitte beachten Sie die Anwesenheitsregelung in Modul 7: Aufgrund der spezifischen Praxis-/Output-Ausrichtung besteht in allen Medienpraxis-Veranstaltungen eine Anwesenheitspflicht!

Literatur:

Literature:

Hanusch, F., & Tandoc, E. C. (2019). Comments, analytics, and social media: The impact of audience feedback on journalists' market orientation. *Journalism (Special Issue: Journalism and its Audiences)*, 20(6), 695-713. doi:10.1177/1464884917720305

Loosen, W., & Dohle, M. (Hrsg.). (2014). *Journalismus und (sein) Publikum: Schnittstellen zwischen Journalismusforschung und Rezeptions- und Wirkungsforschung*. Wiesbaden: Springer VS.