HANS-BREDOW-INSTITUT
für Medienforschung an der Universität Hamburg

Die (Wieder-)Entdeckung des Publikums

3 Thesen aus 2,5 Jahren DFG-Projekt (*)

Jan-Hinrik Schmidt
@janschmidt

(*) *Gemeinsam mit und nicht denkbar ohne:*

Nele Heise, Wiebke Loosen, Julius Reimer

@jpub20team

Neueste Nachrichten | Lüneburg | 9. Oktober 2014

3 Thesen aus 2,5 Jahren DFG-Projekt

1. Das Publikum gehörte immer schon zum Journalismus – aber der Journalismus kann sein Publikum jetzt (wieder-)entdecken, weil die digital-vernetzten Öffentlichkeiten zu einer Konvergenz von Konversation und Publikation führen.

2. Der Journalismus muss auf die neuen Aktivitäten des Publikums mit einer Veränderung seiner eigenen Leistungen reagieren: Die (Wieder-)Entdeckung des Publikums geht also neuen redaktionellen Rollen und Abläufe einher.

3. Praktiken, sowohl des Publikums als auch der Journalisten, werden immer von geteilten Erwartungen und Erwartungserwartungen gerahmt. Verändern sich im Zuge der (Wieder-)Entdeckung des Publikums auch die wechselseitigen Selbst- und Fremdbilder? Ja und nein.

(1) Konvergenz von Konversation und Publikation

- Das Monopol des Journalismus auf das Auswählen, Aufbereiten und öffentliche zur-Verfügung-Stellen von Informationen erodiert

(1) Konvergenz von Konversation und Publikation

- Das Monopol des Journalismus auf das Auswählen, Aufbereiten und öffentliche zur-Verfügung-Stellen von Informationen erodiert

- … aber nicht so sehr, weil alle Nutzer plötzlich als *Publizisten gesellschaftlich relevanter Informationen* auftreten, wie es Konzepte des „citizen journalism“ o.ä. nahelegen, …

(1) Konvergenz von Konversation und Publikation

- Das Monopol des Journalismus auf das Auswählen, Aufbereiten und öffentliche zur-Verfügung-Stellen von Informationen erodiert

- … aber nicht so sehr, weil alle Nutzer plötzlich als *Publizisten gesellschaftlich relevanter Informationen* auftreten, wie es Konzepte des „citizen journalism“ o.ä. nahelegen, …
- … sondern vor allem, weil sie als *Filter bzw. Multiplikatoren innerhalb ihrer sozialen Beziehungsgeflechte* agieren und dort Informationen (auch aus publizistischen Medien) miteinander teilen

(1) Konvergenz von Konversation und Publikation

- Publizistische Angebote machen ihre Inhalte auf neuen Plattformen zugänglich, und sie beobachten diese als potentielle Quelle

(1) Konvergenz von Konversation und Publikation

- Publizistische Angebote machen ihre Inhalte auf neuen Plattformen zugänglich, und sie beobachten diese als potentielle Quelle

- Aktive Nutzer kommentieren, verlinken, retweeten, bookmarken, favorisieren, teilen, empfehlen, etc. journalistische Inhalte

(1) Konvergenz von Konversation und Publikation

- Publizistische Angebote machen ihre Inhalte auf neuen Plattformen zugänglich, und sie beobachten diese als potentielle Quelle

- Aktive Nutzer kommentieren, verlinken, retweeten, bookmarken, favorisieren, teilen, empfehlen, etc. journalistische Inhalte

➲ Anschlußkommunikation des Publikums – die es immer schon gegeben hat – wird nun für Journalisten und andere Nutzer sichtbar

➲ Konvergenz von Konversation & Publikation

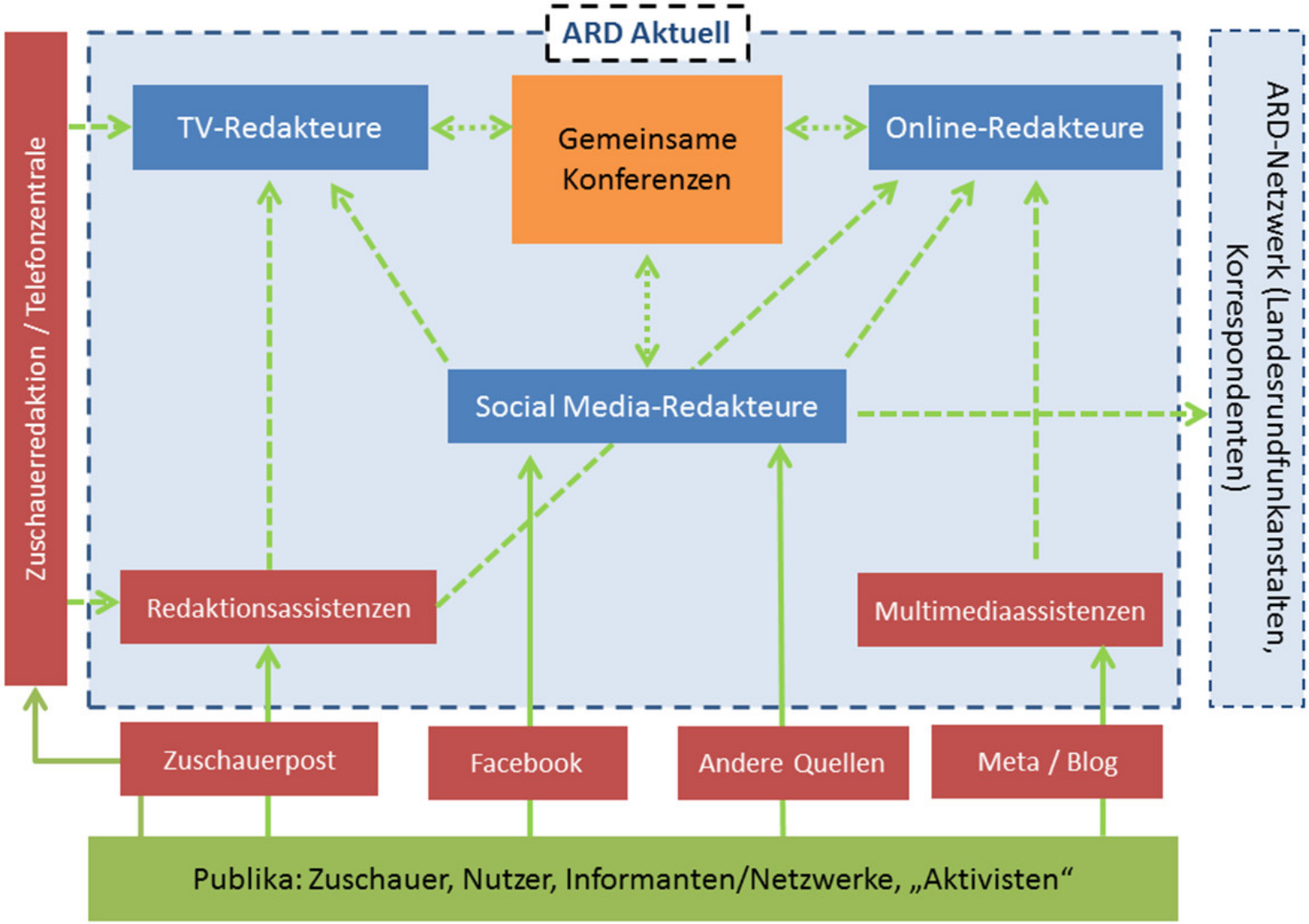
3 Thesen aus 2,5 Jahren DFG-Projekt

1. Das Publikum gehörte immer schon zum Journalismus – aber der Journalismus kann sein Publikum jetzt (wieder-)entdecken, weil die digital-vernetzten Öffentlichkeiten zu einer Konvergenz von Konversation und Publikation führen.

2. Der Journalismus muss auf die neuen Aktivitäten des Publikums mit einer Veränderung seiner eigenen Leistungen reagieren: Die (Wieder-)Entdeckung des Publikums geht also neuen redaktionellen Rollen und Abläufe einher.

3. Praktiken, sowohl des Publikums als auch der Journalisten, werden immer von geteilten Erwartungen und Erwartungserwartungen gerahmt. Verändern sich im Zuge der (Wieder-)Entdeckung des Publikums auch die wechselseitigen Selbst- und Fremdbilder? Ja und nein.

(2) Veränderte redaktionelle Rollen und Abläufe



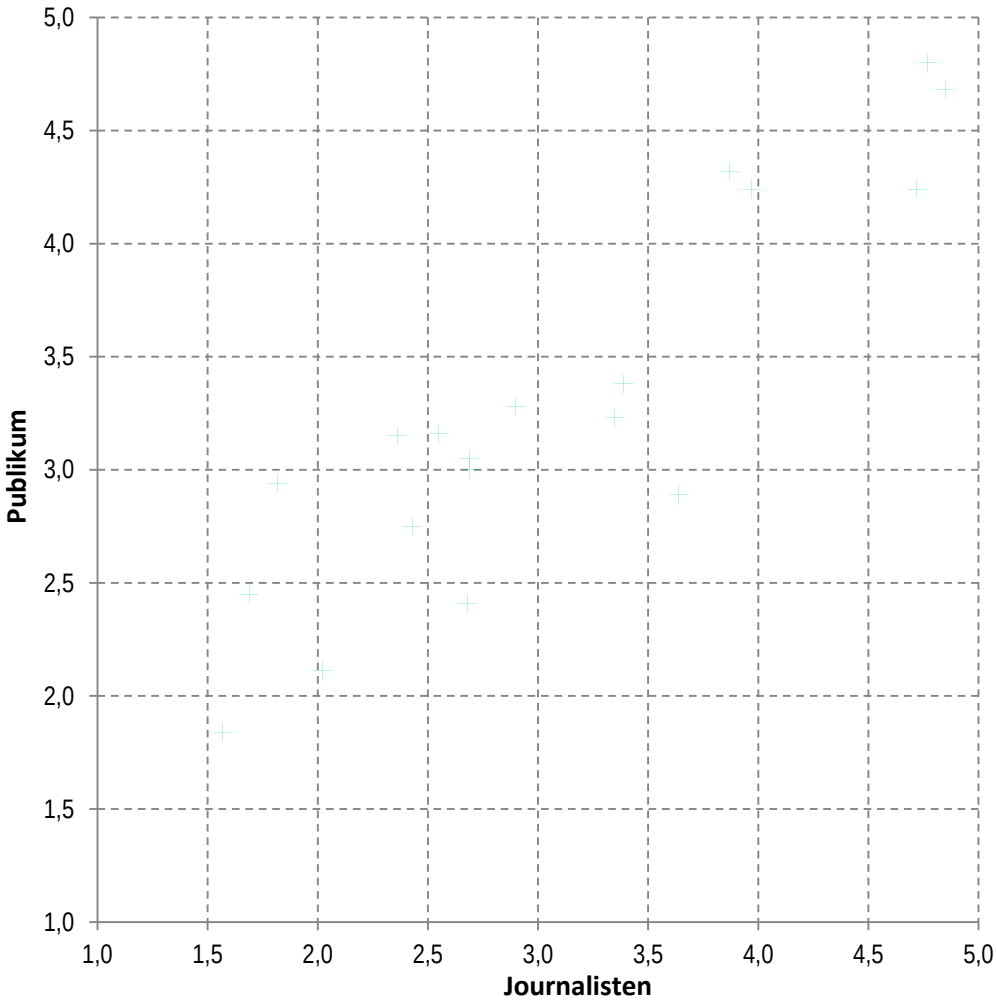
3 Thesen aus 2,5 Jahren DFG-Projekt

1. Das Publikum gehörte immer schon zum Journalismus – aber der Journalismus kann sein Publikum jetzt (wieder-)entdecken, weil die digital-vernetzten Öffentlichkeiten zu einer Konvergenz von Konversation und Publikation führen.

2. Der Journalismus muss auf die neuen Aktivitäten des Publikums mit einer Veränderung seiner eigenen Leistungen reagieren: Die (Wieder-)Entdeckung des Publikums geht also neuen redaktionellen Rollen und Abläufe einher.

3. Praktiken, sowohl des Publikums als auch der Journalisten, werden immer von geteilten Erwartungen und Erwartungserwartungen gerahmt. Verändern sich im Zuge der (Wieder-)Entdeckung des Publikums auch die wechselseitigen Selbst- und Fremdbilder? Ja und nein.

(3) Rollenselbst- und –fremdverständnis bei der Tagesschau



Likert-Skala von 1=„stimme überhaupt nicht zu“ bis 5=„stimme voll und ganz zu“; MW ohne „weiß nicht“ berechnet.

Information & Vermittlung (*JouriD 2*)

I1 Das Publikum möglichst neutral und präzise informieren.

I2 Komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln.

I3 Dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln.

I4 Sich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.

Kritik, Kontrolle, Engagement (*JouriD 2*)

K1 Kritik an Missständen üben.

K2 Menschen eine Chance geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.

K3 Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren.

Service & Unterhaltung (*JouriD 2*)

S1 Neue Trends aufzeigen und Ideen vermitteln.

S2 Dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten.

S3 Positive Ideale vermitteln.

S4 Lebenshilfe für das Publikum bieten und als Ratgeber dienen.

S5 Dem Publikum eigene Ansichten präsentieren.

Kuratieren (u.a. Bruns 2005)

Ku Das Publikum auf interessante Themen hinweisen und zeigen, wo man sich darüber informieren kann.

Anschlusskommunikation (u.a. Braun/Gillespie 2011)

A1 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff liefern.

A2 Publikums-Diskussionen anstoßen und moderieren.

A3 In einen Dialog mit den Bürgern treten über aktuelle Themen.

Beziehungsmanagement (u.a. Neuberger 2012)

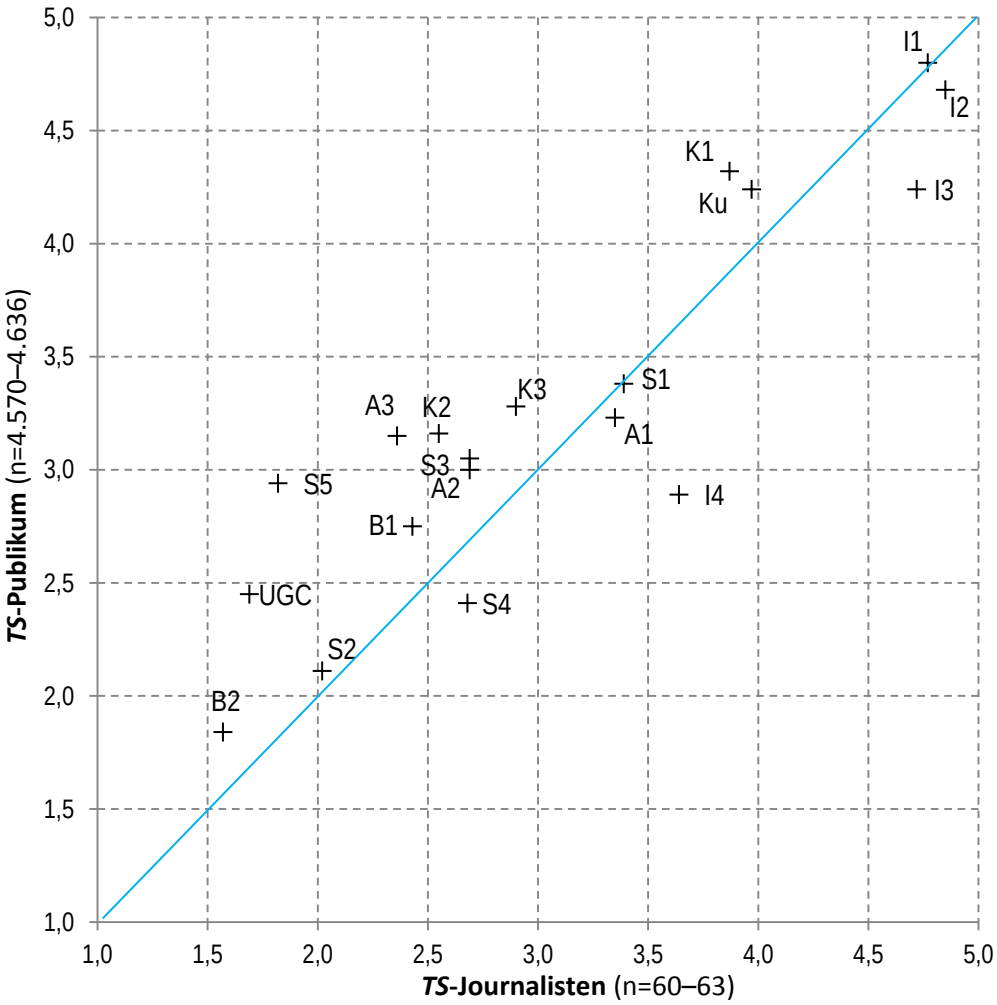
B1 Eine Beziehung zum eigenen Publikum aufbauen und pflegen.

B2 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.

Ermöglichen von User-generated Content (u.a. Kenix 2009)

UGC Menschen eine Möglichkeit geben, von ihnen erstellte Inhalten zu veröffentlichen.

(3) Rollenselbst- und –fremdverständnis bei der Tagesschau



Likert-Skala von 1=„stimme überhaupt nicht zu“ bis 5=„stimme voll und ganz zu“; MW ohne „weiß nicht“ berechnet.

Vgl. Heise et al. 2013; Loosen et al. 2013; Reimer et al. 2014

Information & Vermittlung (*JouriD 2*)

I1 Das Publikum möglichst neutral und präzise informieren.

I2 Komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln.

I3 Dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln.

I4 Sich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.

Kritik, Kontrolle, Engagement (*JouriD 2*)

K1 Kritik an Missständen üben.

K2 Menschen eine Chance geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.

K3 Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren.

Service & Unterhaltung (*JouriD 2*)

S1 Neue Trends aufzeigen und Ideen vermitteln.

S2 Dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten.

S3 Positive Ideale vermitteln.

S4 Lebenshilfe für das Publikum bieten und als Ratgeber dienen.

S5 Dem Publikum eigene Ansichten präsentieren.

Kuratieren (u.a. Bruns 2005)

Ku Das Publikum auf interessante Themen hinweisen und zeigen, wo man sich darüber informieren kann.

Anschlusskommunikation (u.a. Braun/Gillespie 2011)

A1 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff liefern.

A2 Publikums-Diskussionen anstoßen und moderieren.

A3 In einen Dialog mit den Bürgern treten über aktuelle Themen.

Beziehungsmanagement (u.a. Neuberger 2012)

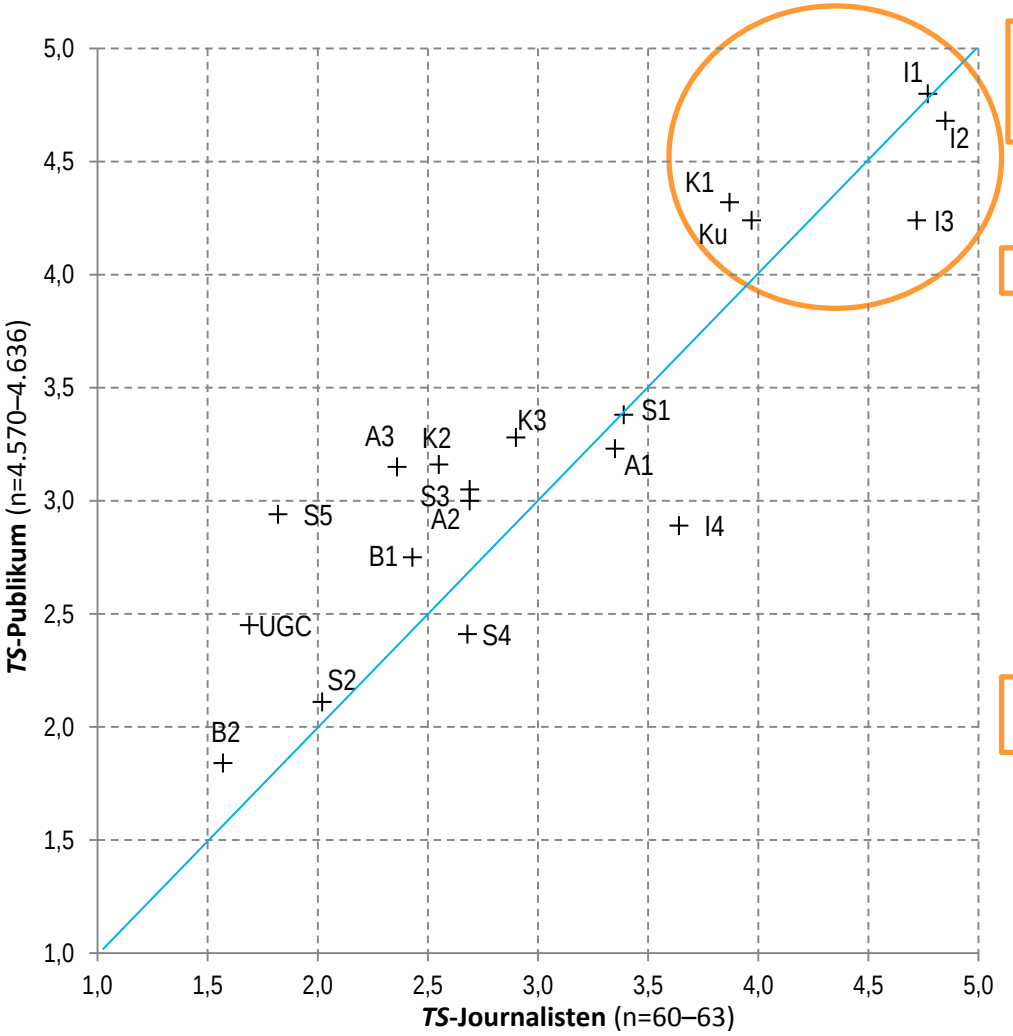
B1 Eine Beziehung zum eigenen Publikum aufbauen und pflegen.

B2 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.

Ermöglichen von User-generated Content (u.a. Kenix 2009)

UGC Menschen eine Möglichkeit geben, von ihnen erstellte Inhalten zu veröffentlichen.

(3) Rollenselbst- und –fremdverständnis bei der Tagesschau



Likert-Skala von 1=„stimme überhaupt nicht zu“ bis 5=„stimme voll und ganz zu“; MW ohne „weiß nicht“ berechnet.

Vgl. Heise et al. 2013; Loosen et al. 2013; Reimer et al. 2014

Information & Vermittlung (*JouriD 2*)

- I1 Das Publikum möglichst neutral und präzise informieren.
- I2 Komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln.
- I3 Dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln.
- I4 Sich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.

Kritik, Kontrolle, Engagement (*JouriD 2*)

- K1 Kritik an Missständen üben.
- K2 Menschen eine Chance geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.
- K3 Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren.

Service & Unterhaltung (*JouriD 2*)

- S1 Neue Trends aufzeigen und Ideen vermitteln.
- S2 Dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten.
- S3 Positive Ideale vermitteln.
- S4 Lebenshilfe für das Publikum bieten und als Ratgeber dienen.
- S5 Dem Publikum eigene Ansichten präsentieren.

Kuratieren (u.a. Bruns 2005)

- Ku Das Publikum auf interessante Themen hinweisen und zeigen, wo man sich darüber informieren kann.

Anschlusskommunikation (u.a. Braun/Gillespie 2011)

- A1 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff liefern.
- A2 Publikums-Diskussionen anstoßen und moderieren.
- A3 In einen Dialog mit den Bürgern treten über aktuelle Themen.

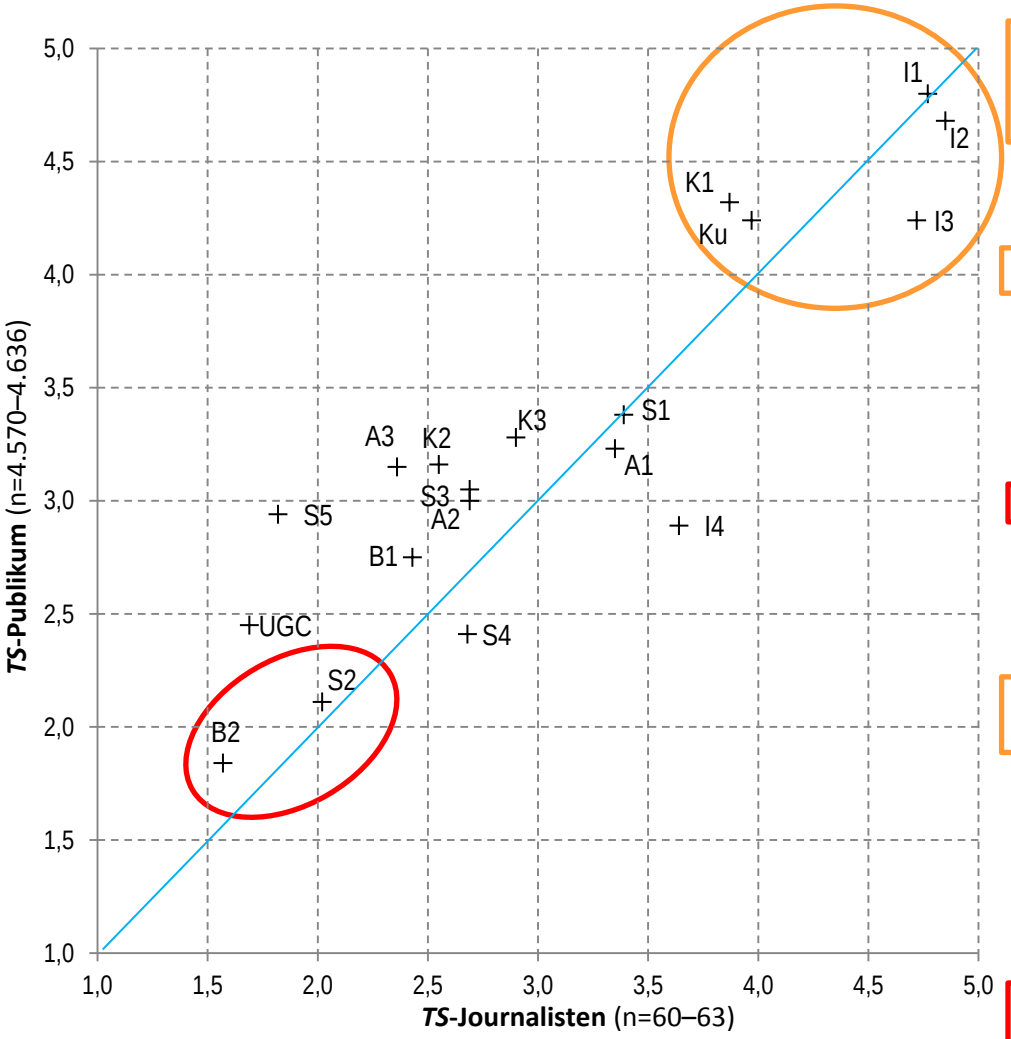
Beziehungsmanagement (u.a. Neuberger 2012)

- B1 Eine Beziehung zum eigenen Publikum aufbauen und pflegen.
- B2 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.

Ermöglichen von User-generated Content (u.a. Kenix 2009)

- UGC Menschen eine Möglichkeit geben, von ihnen erstellte Inhalten zu veröffentlichen.

(3) Rollenselbst- und –fremdverständnis bei der Tagesschau



Likert-Skala von 1=„stimme überhaupt nicht zu“ bis 5=„stimme voll und ganz zu“; MW ohne „weiß nicht“ berechnet.

Vgl. Heise et al. 2013; Loosen et al. 2013; Reimer et al. 2014

Information & Vermittlung (*JouriD 2*)

- I1 Das Publikum möglichst neutral und präzise informieren.
- I2 Komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln.
- I3 Dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln.
- I4 Sich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.

Kritik, Kontrolle, Engagement (*JouriD 2*)

- K1 Kritik an Missständen üben.
- K2 Menschen eine Chance geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.
- K3 Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren.

Service & Unterhaltung (*JouriD 2*)

- S1 Neue Trends aufzeigen und Ideen vermitteln.
- S2 Dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten.
- S3 Positive Ideale vermitteln.
- S4 Lebenshilfe für das Publikum bieten und als Ratgeber dienen.
- S5 Dem Publikum eigene Ansichten präsentieren.

Kuratieren (u.a. Bruns 2005)

- Ku Das Publikum auf interessante Themen hinweisen und zeigen, wo man sich darüber informieren kann.

Anschlusskommunikation (u.a. Braun/Gillespie 2011)

- A1 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff liefern.
- A2 Publikums-Diskussionen anstoßen und moderieren.
- A3 In einen Dialog mit den Bürgern treten über aktuelle Themen.

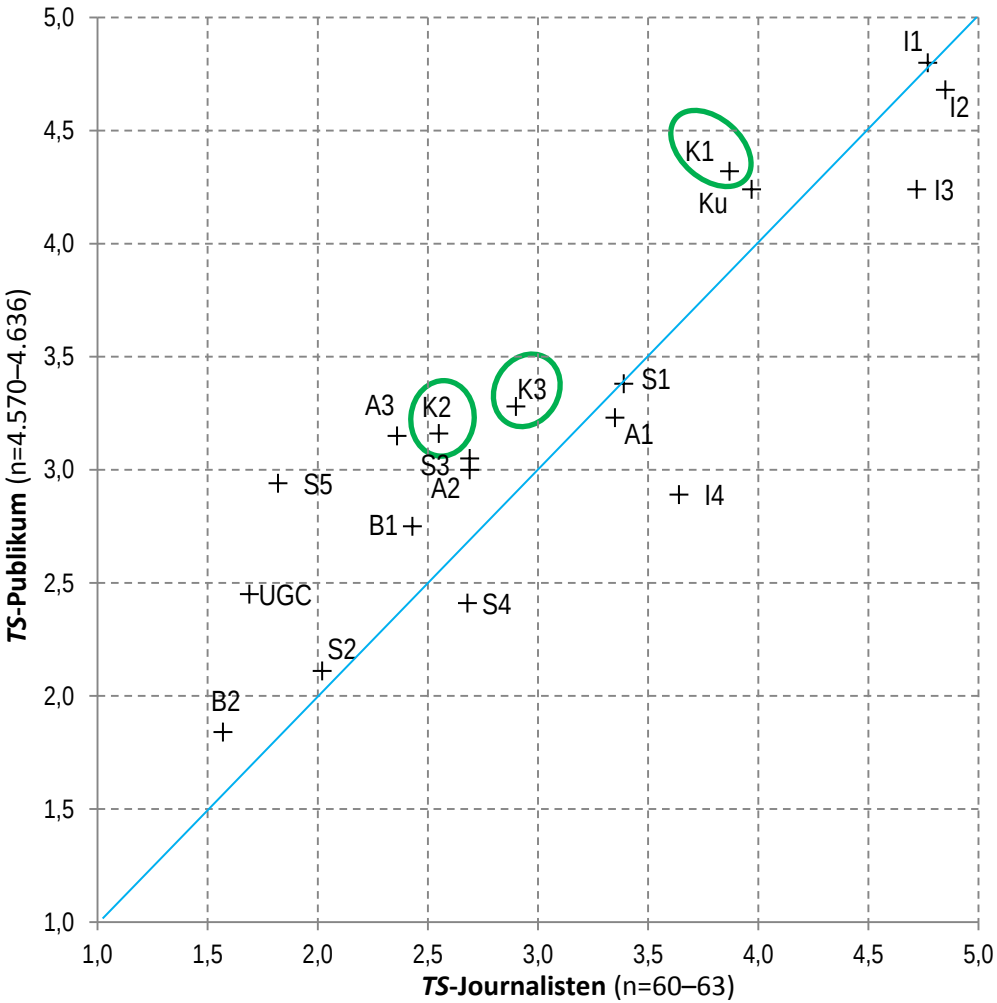
Beziehungsmanagement (u.a. Neuberger 2012)

- B1 Eine Beziehung zum eigenen Publikum aufbauen und pflegen.
- B2 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.

Ermöglichen von User-generated Content (u.a. Kenix 2009)

- UGC Menschen eine Möglichkeit geben, von ihnen erstellte Inhalten zu veröffentlichen.

(3) Rollenselbst- und –fremdverständnis bei der Tagesschau



Likert-Skala von 1=„stimme überhaupt nicht zu“ bis 5=„stimme voll und ganz zu“; MW ohne „weiß nicht“ berechnet.

Vgl. Heise et al. 2013; Loosen et al. 2013; Reimer et al. 2014

Information & Vermittlung (*JouriD 2*)

I1 Das Publikum möglichst neutral und präzise informieren.

I2 Komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln.

I3 Dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln.

I4 Sich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.

Kritik, Kontrolle, Engagement (*JouriD 2*)

K1 Kritik an Missständen üben.

K2 Menschen eine Chance geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.

K3 Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren.

Service & Unterhaltung (*JouriD 2*)

S1 Neue Trends aufzeigen und Ideen vermitteln.

S2 Dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten.

S3 Positive Ideale vermitteln.

S4 Lebenshilfe für das Publikum bieten und als Ratgeber dienen.

S5 Dem Publikum eigene Ansichten präsentieren.

Kuratieren (u.a. Bruns 2005)

Ku Das Publikum auf interessante Themen hinweisen und zeigen, wo man sich darüber informieren kann.

Anschlusskommunikation (u.a. Braun/Gillespie 2011)

A1 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff liefern.

A2 Publikums-Diskussionen anstoßen und moderieren.

A3 In einen Dialog mit den Bürgern treten über aktuelle Themen.

Beziehungsmanagement (u.a. Neuberger 2012)

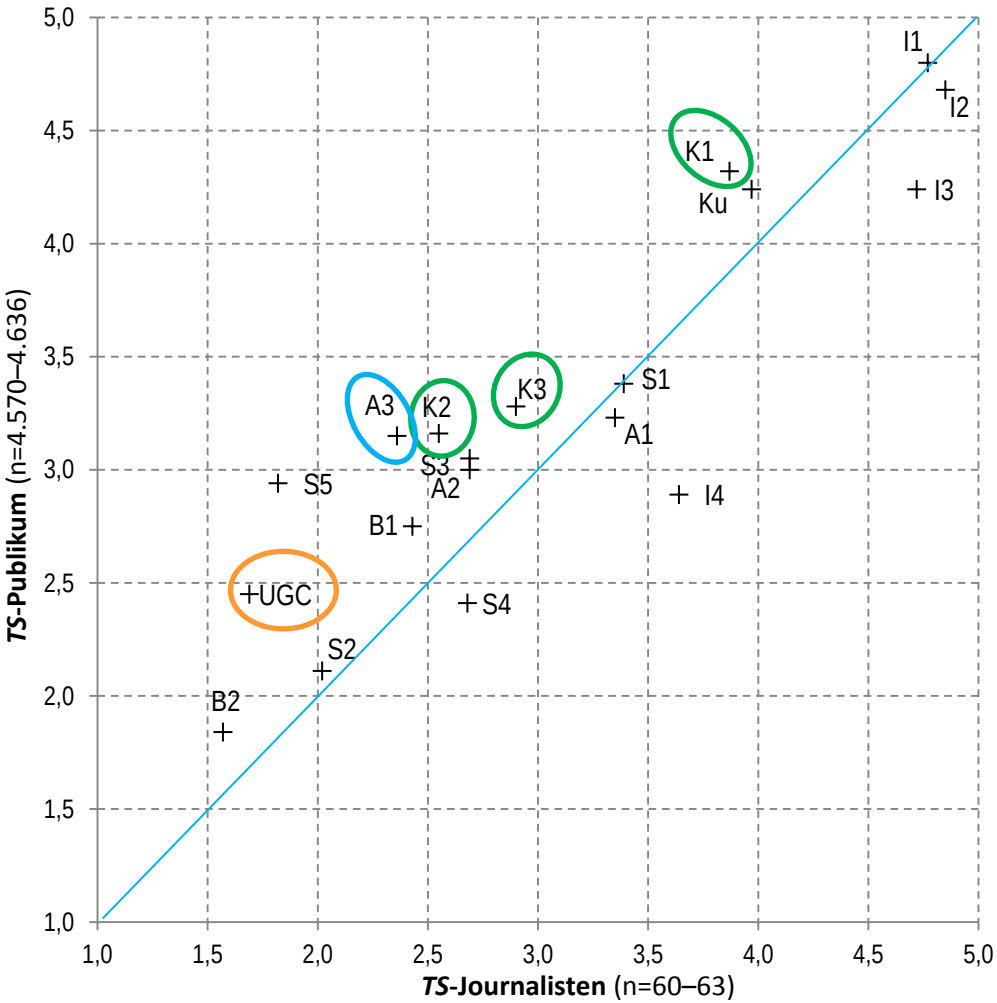
B1 Eine Beziehung zum eigenen Publikum aufbauen und pflegen.

B2 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.

Ermöglichen von User-generated Content (u.a. Kenix 2009)

UGC Menschen eine Möglichkeit geben, von ihnen erstellte Inhalten zu veröffentlichen.

(3) Rollenselbst- und –fremdverständnis bei der Tagesschau



Likert-Skala von 1=„stimme überhaupt nicht zu“ bis 5=„stimme voll und ganz zu“; MW ohne „weiß nicht“ berechnet.

Vgl. Heise et al. 2013; Loosen et al. 2013; Reimer et al. 2014

Information & Vermittlung (*JouriD 2*)

I1 Das Publikum möglichst neutral und präzise informieren.

I2 Komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln.

I3 Dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln.

I4 Sich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.

Kritik, Kontrolle, Engagement (*JouriD 2*)

K1 Kritik an Missständen üben.

K2 Menschen eine Chance geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.

K3 Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren.

Service & Unterhaltung (*JouriD 2*)

S1 Neue Trends aufzeigen und Ideen vermitteln.

S2 Dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten.

S3 Positive Ideale vermitteln.

S4 Lebenshilfe für das Publikum bieten und als Ratgeber dienen.

S5 Dem Publikum eigene Ansichten präsentieren.

Kuratieren (u.a. Bruns 2005)

Ku Das Publikum auf interessante Themen hinweisen und zeigen, wo man sich darüber informieren kann.

Anschlusskommunikation (u.a. Braun/Gillespie 2011)

A1 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff liefern.

A2 Publikums-Diskussionen anstoßen und moderieren.

A3 In einen Dialog mit den Bürgern treten über aktuelle Themen.

Beziehungsmanagement (u.a. Neuberger 2012)

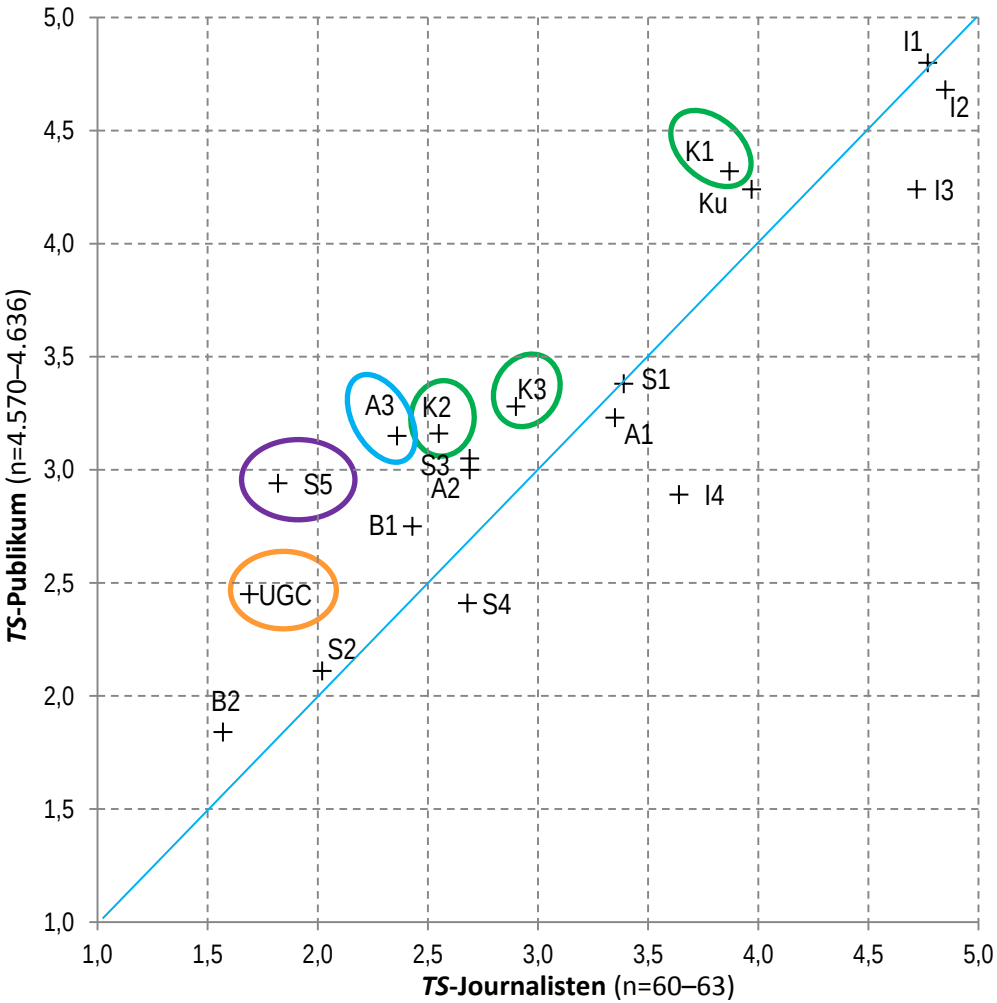
B1 Eine Beziehung zum eigenen Publikum aufbauen und pflegen.

B2 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.

Ermöglichen von User-generated Content (u.a. Kenix 2009)

UGC Menschen eine Möglichkeit geben, von ihnen erstellte Inhalten zu veröffentlichen.

(3) Rollenselbst- und –fremdverständnis bei der Tagesschau



Likert-Skala von 1=„stimme überhaupt nicht zu“ bis 5=„stimme voll und ganz zu“; MW ohne „weiß nicht“ berechnet.

Vgl. Heise et al. 2013; Loosen et al. 2013; Reimer et al. 2014

Information & Vermittlung (*JouriD 2*)

I1 Das Publikum möglichst neutral und präzise informieren.

I2 Komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln.

I3 Dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln.

I4 Sich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.

Kritik, Kontrolle, Engagement (*JouriD 2*)

K1 Kritik an Missständen üben.

K2 Menschen eine Chance geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.

K3 Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren.

Service & Unterhaltung (*JouriD 2*)

S1 Neue Trends aufzeigen und Ideen vermitteln.

S2 Dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten.

S3 Positive Ideale vermitteln.

S4 Lebenshilfe für das Publikum bieten und als Ratgeber dienen.

S5 Dem Publikum eigene Ansichten präsentieren.

Kuratieren (u.a. Bruns 2005)

Ku Das Publikum auf interessante Themen hinweisen und zeigen, wo man sich darüber informieren kann.

Anschlusskommunikation (u.a. Braun/Gillespie 2011)

A1 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff liefern.

A2 Publikums-Diskussionen anstoßen und moderieren.

A3 In einen Dialog mit den Bürgern treten über aktuelle Themen.

Beziehungsmanagement (u.a. Neuberger 2012)

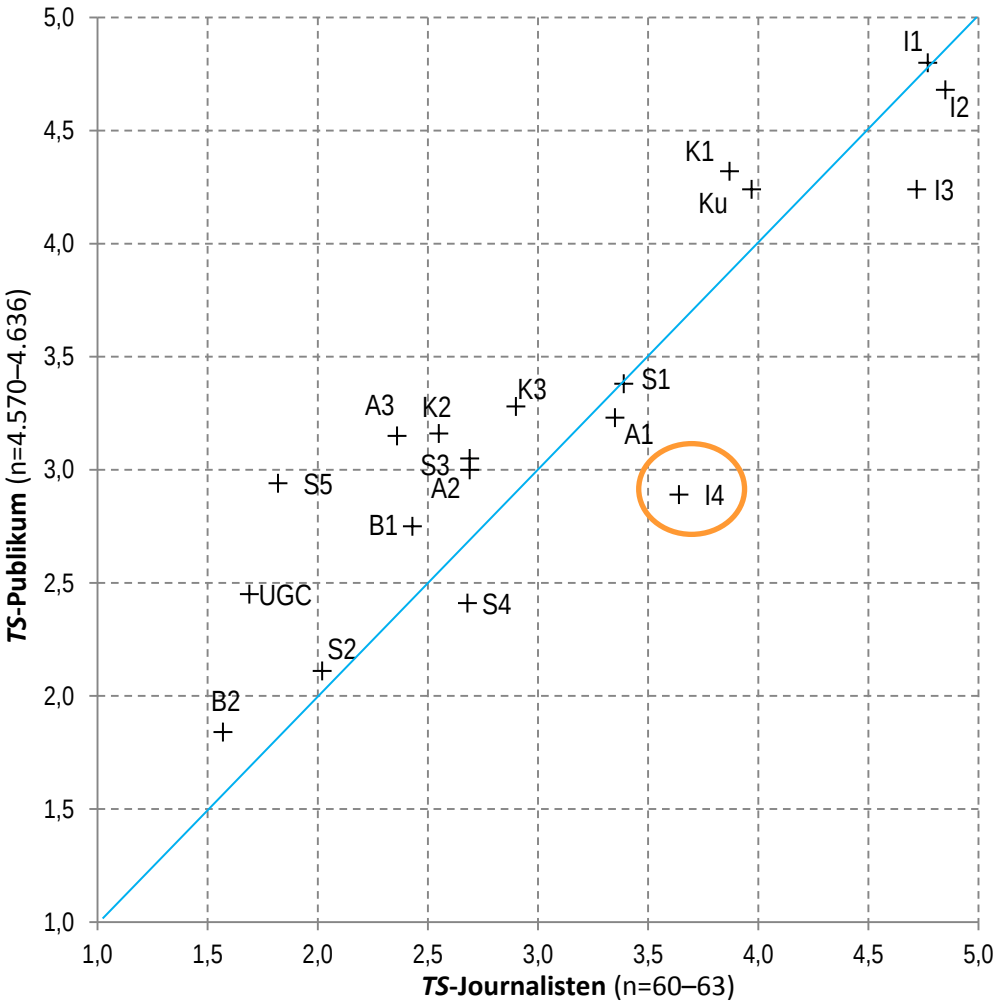
B1 Eine Beziehung zum eigenen Publikum aufbauen und pflegen.

B2 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.

Ermöglichen von User-generated Content (u.a. Kenix 2009)

UGC Menschen eine Möglichkeit geben, von ihnen erstellte Inhalten zu veröffentlichen.

(3) Rollenselbst- und –fremdverständnis bei der Tagesschau



Likert-Skala von 1=„stimme überhaupt nicht zu“ bis 5=„stimme voll und ganz zu“; MW ohne „weiß nicht“ berechnet.

Vgl. Heise et al. 2013; Loosen et al. 2013; Reimer et al. 2014

Information & Vermittlung (*JouriD 2*)

I1 Das Publikum möglichst neutral und präzise informieren.

I2 Komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln.

I3 Dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln.

I4 Sich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.

Kritik, Kontrolle, Engagement (*JouriD 2*)

K1 Kritik an Missständen üben.

K2 Menschen eine Chance geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.

K3 Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren.

Service & Unterhaltung (*JouriD 2*)

S1 Neue Trends aufzeigen und Ideen vermitteln.

S2 Dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten.

S3 Positive Ideale vermitteln.

S4 Lebenshilfe für das Publikum bieten und als Ratgeber dienen.

S5 Dem Publikum eigene Ansichten präsentieren.

Kuratieren (u.a. Bruns 2005)

Ku Das Publikum auf interessante Themen hinweisen und zeigen, wo man sich darüber informieren kann.

Anschlusskommunikation (u.a. Braun/Gillespie 2011)

A1 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff liefern.

A2 Publikums-Diskussionen anstoßen und moderieren.

A3 In einen Dialog mit den Bürgern treten über aktuelle Themen.

Beziehungsmanagement (u.a. Neuberger 2012)

B1 Eine Beziehung zum eigenen Publikum aufbauen und pflegen.

B2 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.

Ermöglichen von User-generated Content (u.a. Kenix 2009)

UGC Menschen eine Möglichkeit geben, von ihnen erstellte Inhalten zu veröffentlichen.

HANS-BREDOW-INSTITUT
für Medienforschung an der Universität Hamburg

DFG-Projekt
„Die (Wieder-)Entdeckung des Publikums“

Journalismus unter sozialmedialen Bedingungen

Projektteam:

Wiebke Loosen, Jan-Hinrik Schmidt, Nele Heise, Julius Reimer

Projektblog: http://jpub20.hans-bredow-institut.de/

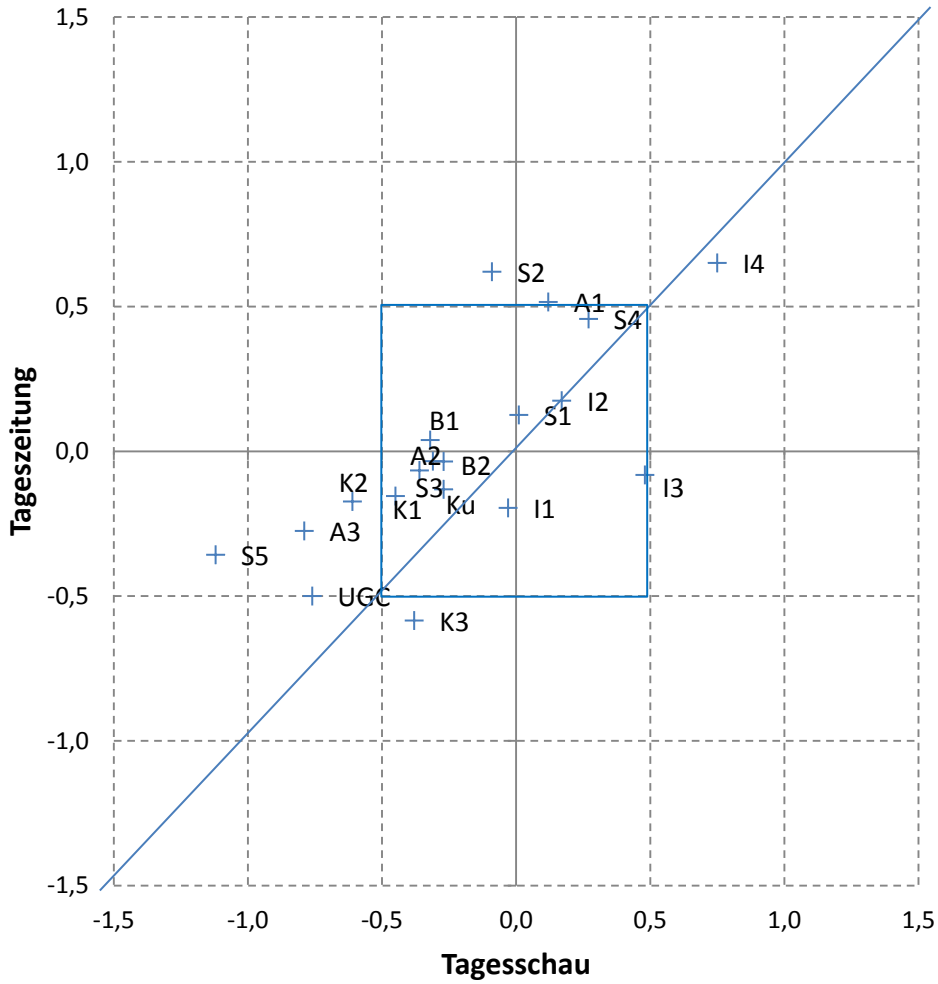
Twitter: @jpub20team

JPub20

Literatur

- Braun, J.; Gillespie, T. (2011): Hosting the public discourse, hosting the public. When online news and social media converge. In: *Journalism Practice*, 5(4), S. 383–398.
- Bruns, A. (2005): *Gatewatching. Collaborative online news production*. New York: Peter Lang.
- Görke, A. (2014): Vom Hasen und vom Igel – oder warum der Journalismus sein Publikum stets erfolgreich und folgenreich verfehlen darf. In: Loosen, W.; Dohle, M. (Hg.): *Journalismus und (sein) Publikum. Schnittstellen zwischen Journalismusforschung und Rezeptions- und Wirkungsforschung.* Wiesbaden: Springer VS, S. 35–51.
- Heise, N.; Loosen, W.; Reimer, J.; Schmidt, J.-H. (2013): Including the audience. Comparing attitudes and expectations of journalists and users towards participation in German TV news journalism. In: *Journalism Studies* (online first). DOI: 10.1080/1461670X.2013.831232.
- Kenix, L. J. (2009): Blogs as alternative. In: *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14 (4), S. 790–822.
- Loosen, W., & Schmidt, J.-H. (2012): (Re-)Discovering the audience: The relationship between journalism and audience in networked digital media. In: *Information, Communication & Society*, *15*(6), S. 867–887.
- Loosen, W., Schmidt, J.-H., Heise, N., Reimer, J., & Scheler, M. (2013): *Publikumsinklusion bei der Tagesschau. Fallstudienbericht aus dem DFG-Projekt „Die (Wieder-)Entdeckung des Publikums“* (Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts Nr. 26). Online unter: http://www.hans-bredow-institut.de/webfm_send/709.
- Neuberger, C. (2012): Journalismus im Internet aus Nutzersicht. Ergebnisse einer Online-Befragung. In: *Media Perspektiven*, 43(1), S. 40–55.
- Reimer, J.; Loosen, W.; Heise, N.; Schmidt, J.-H. (2014): Erwartungen und Erwartungserwartungen an Publikumsbeteiligung bei der *Tagesschau*. In: Stark, B.; Quiring, O.; Jackob, N. (Hg.): *Von der Gutenberg-Galaxis zur Google-Galaxis. Alte und neue Grenzvermessungen nach 50 Jahren DGPuK*. Konstanz: UVK, S. 135–150.
- Weischenberg, S.; Malik, M.; Scholl, A. (2006): *Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland*. Konstanz: UVK. (*JouriD 2*).

Differenz der Deltas – *Tagesschau* und Tageszeitung



Information & Vermittlung

I1 Das Publikum möglichst neutral und präzise informieren.

I2 Komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln.

I3 Dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln.

I4 Sich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.

Kritik, Kontrolle, Engagement

K1 Kritik an Missständen üben.

K2 Menschen eine Chance geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.

K3 Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren.

Service & Unterhaltung

S1 Neue Trends aufzeigen und Ideen vermitteln.

S2 Dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten.

S3 Positive Ideale vermitteln.

S4 Lebenshilfe für das Publikum bieten und als Ratgeber dienen.

S5 Dem Publikum eigene Ansichten präsentieren.

Gatewatching/Kuratieren

Ku Das Publikum auf interessante Themen hinweisen und zeigen, wo man sich darüber informieren kann.

Anschlusskommunikation

A1 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff liefern.

A2 Publikums-Diskussionen anstoßen und moderieren.

A3 In einen Dialog mit den Bürgern treten über aktuelle Themen.

Beziehungsmanagement

B1 Eine Beziehung zum eigenen Publikum aufbauen und pflegen.

B2 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.

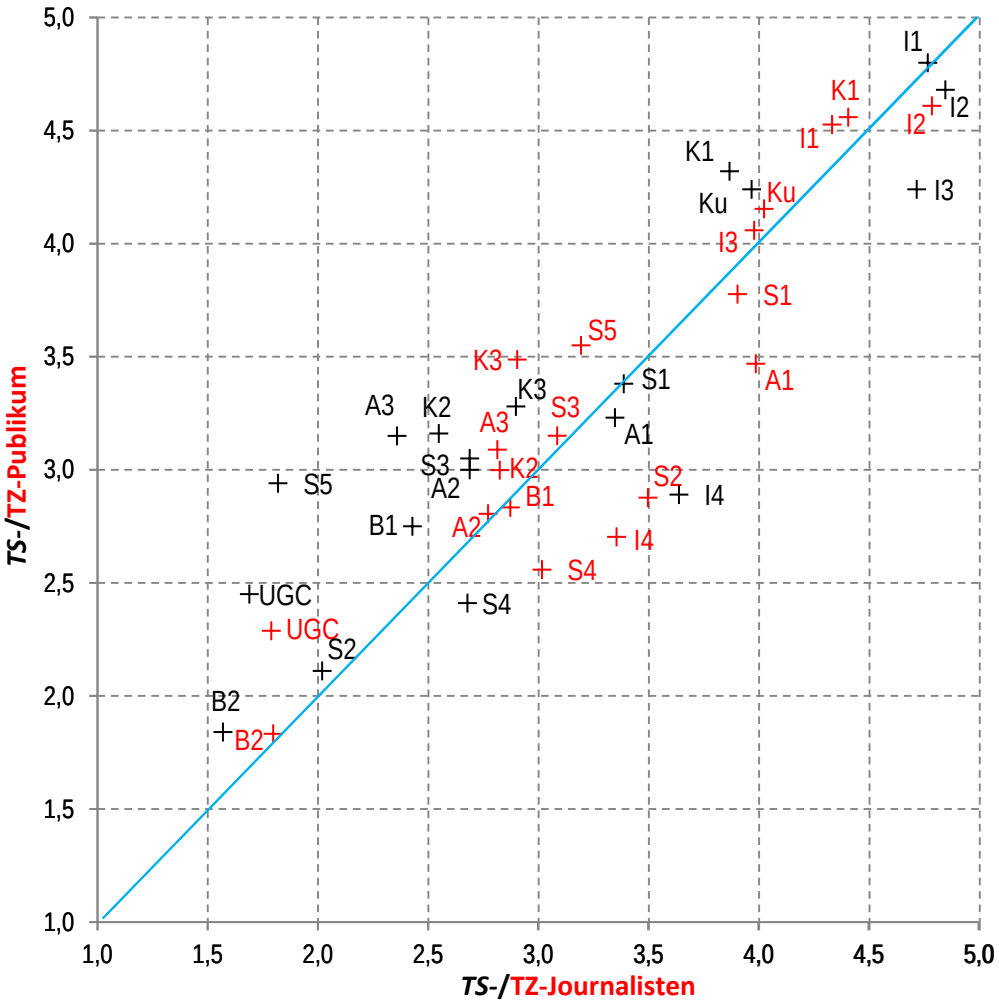
Ermöglichen von User-generated Content

UGC Menschen eine Möglichkeit geben, von ihnen erstellte Inhalten zu veröffentlichen.

Differenz der Deltas – *Tagesschau* und Tageszeitung

	Item	mittl. Diff. *TS*	mittl. Diff. TZ	Diff. der mittl. Diff.
I2	Komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln.	0,17	0,17	0,00
I4	Sich auf Nachrichten konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.	0,75	0,65	0,10
S1	Neue Trends aufzeigen und neue Ideen vermitteln.	0,01	0,13	-0,12
Ku	Das Publikum auf interessante Themen hinweisen und zeigen, wo man sich darüber informieren kann.	-0,27	-0,13	-0,14
I1	Das Publikum möglichst neutral und präzise informieren.	-0,03	-0,20	0,17
S4	Lebenshilfe für das Publikum bieten und als Ratgeber dienen.	0,27	0,46	-0,19
K3	Die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren.	-0,38	-0,58	0,20
B2	Den Lesern/Zuschauern/Nutzern ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.	-0,27	-0,04	-0,23
UGC	Menschen eine Möglichkeit geben, um von ihnen erstellte Inhalte zu veröffentlichen.	-0,76	-0,50	-0,26
A2	Diskussionen unter den Lesern/Zuschauern/Nutzern anstoßen und moderieren.	-0,31	-0,03	-0,28
S3	Positive Ideale vermitteln.	-0,36	-0,07	-0,29
K1	Kritik an Missständen üben.	-0,45	-0,15	-0,30
B1	Eine Beziehung zum eigenen Publikum aufbauen und pflegen.	-0,32	0,04	-0,36
A1	Den Lesern/Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff liefern.	0,12	0,52	-0,40
K2	Menschen eine Chance geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.	-0,61	-0,17	-0,44
A3	In einen Dialog mit den Bürgern treten über aktuelle Themen.	-0,79	-0,28	-0,51
I3	Dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln.	0,48	-0,08	0,56
S2	Dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten.	-0,09	0,62	-0,71
S5	Dem Publikum eigene Ansichten präsentieren.	-1,12	-0,36	-0,76
	Ø der absoluten mittleren Differenzen	**0,40**	**0,27**	

Rollenselbst- und -fremdverständnis Tageszeitung



Likert-Skala von 1=„stimme überhaupt nicht zu“ bis 5=„stimme voll und ganz zu“; MW ohne „weiß nicht“ berechnet.

Information & Vermittlung (*JouriD 2*)

I1 Das Publikum möglichst neutral und präzise informieren.

I2 Komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln.

I3 Dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln.

I4 Sich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.

Kritik, Kontrolle, Engagement (*JouriD 2*)

K1 Kritik an Missständen üben.

K2 Menschen eine Chance geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.

K3 Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren.

Service & Unterhaltung (*JouriD 2*)

S1 Neue Trends aufzeigen und Ideen vermitteln.

S2 Dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten.

S3 Positive Ideale vermitteln.

S4 Lebenshilfe für das Publikum bieten und als Ratgeber dienen.

S5 Dem Publikum eigene Ansichten präsentieren.

Kuratieren (u.a. Bruns 2005)

Ku Das Publikum auf interessante Themen hinweisen und zeigen, wo man sich darüber informieren kann.

Anschlusskommunikation (u.a. Braun/Gillespie 2011)

A1 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff liefern.

A2 Publikums-Diskussionen anstoßen und moderieren.

A3 In einen Dialog mit den Bürgern treten über aktuelle Themen.

Beziehungsmanagement (u.a. Neuberger 2012)

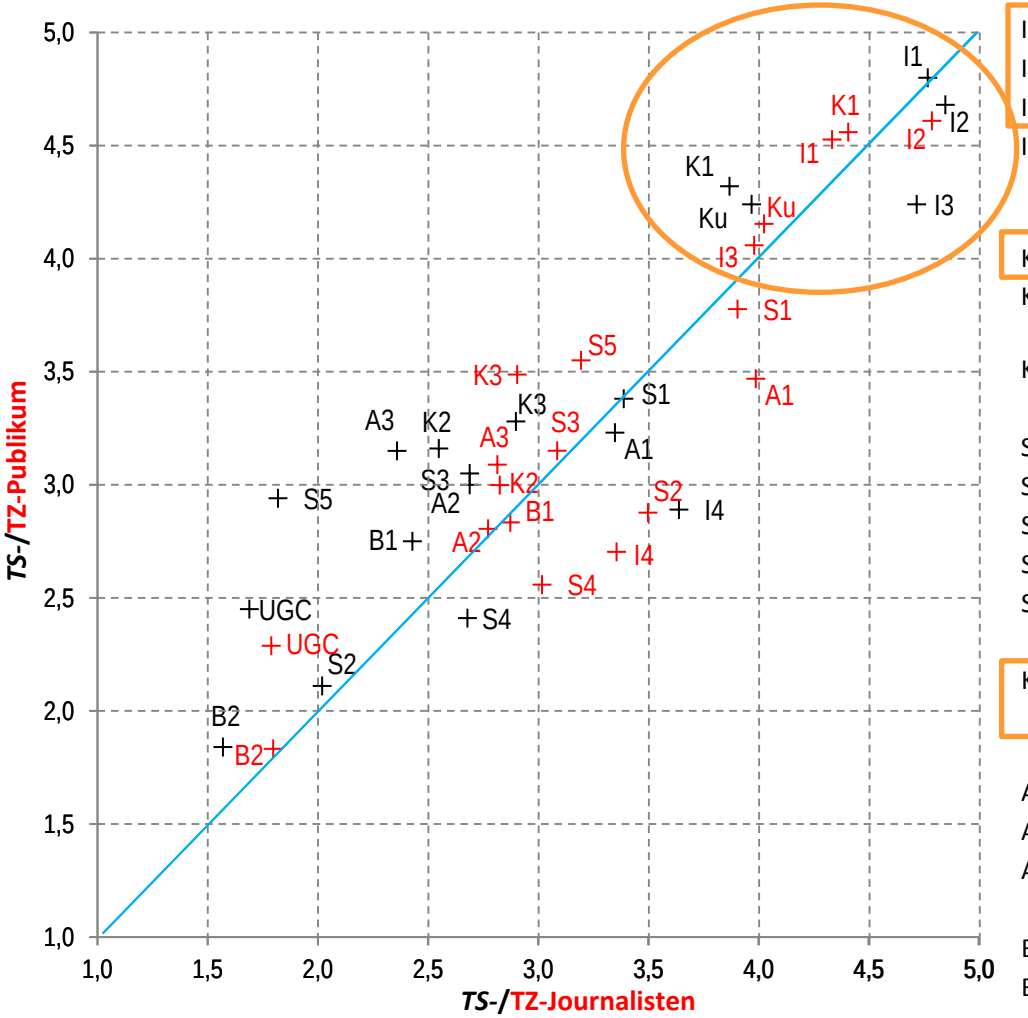
B1 Eine Beziehung zum eigenen Publikum aufbauen und pflegen.

B2 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.

Ermöglichen von User-generated Content (u.a. Kenix 2009)

UGC Menschen eine Möglichkeit geben, von ihnen erstellte Inhalten zu veröffentlichen.

Rollenselbst- und -fremdverständnis Tageszeitung



Likert-Skala von 1=„stimme überhaupt nicht zu“ bis 5=„stimme voll und ganz zu“; MW ohne „weiß nicht“ berechnet.

Information & Vermittlung (*JouriD 2*)

I1 Das Publikum möglichst neutral und präzise informieren.
I2 Komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln.
I3 Dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln.
I4 Sich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.

Kritik, Kontrolle, Engagement (*JouriD 2*)

K1 Kritik an Missständen üben.
K2 Menschen eine Chance geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.
K3 Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren.

Service & Unterhaltung (*JouriD 2*)

S1 Neue Trends aufzeigen und Ideen vermitteln.
S2 Dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten.
S3 Positive Ideale vermitteln.
S4 Lebenshilfe für das Publikum bieten und als Ratgeber dienen.
S5 Dem Publikum eigene Ansichten präsentieren.

Kuratieren (u.a. Bruns 2005)

Ku Das Publikum auf interessante Themen hinweisen und zeigen, wo man sich darüber informieren kann.

Anschlusskommunikation (u.a. Braun/Gillespie 2011)

A1 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff liefern.
A2 Publikums-Diskussionen anstoßen und moderieren.
A3 In einen Dialog mit den Bürgern treten über aktuelle Themen.

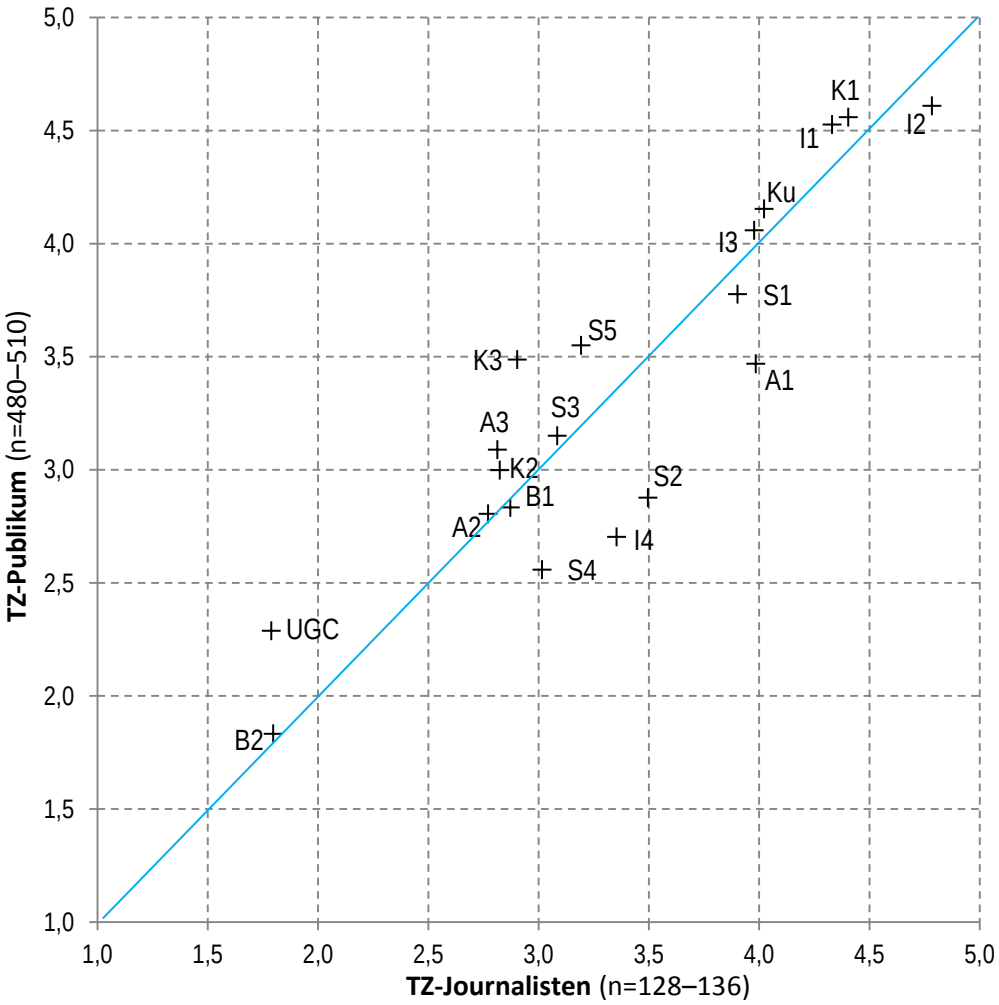
Beziehungsmanagement (u.a. Neuberger 2012)

B1 Eine Beziehung zum eigenen Publikum aufbauen und pflegen.
B2 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.

Ermöglichen von User-generated Content (u.a. Kenix 2009)

UGC Menschen eine Möglichkeit geben, von ihnen erstellte Inhalten zu veröffentlichen.

Rollenselbst- und -fremdverständnis Tageszeitung



Likert-Skala von 1=„stimme überhaupt nicht zu“ bis 5=„stimme voll und ganz zu“; MW ohne „weiß nicht“ berechnet.

Information & Vermittlung (*JouriD 2*)

I1 Das Publikum möglichst neutral und präzise informieren.

I2 Komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln.

I3 Dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln.

I4 Sich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.

Kritik, Kontrolle, Engagement (*JouriD 2*)

K1 Kritik an Missständen üben.

K2 Menschen eine Chance geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.

K3 Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren.

Service & Unterhaltung (*JouriD 2*)

S1 Neue Trends aufzeigen und Ideen vermitteln.

S2 Dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten.

S3 Positive Ideale vermitteln.

S4 Lebenshilfe für das Publikum bieten und als Ratgeber dienen.

S5 Dem Publikum eigene Ansichten präsentieren.

Kuratieren (u.a. Bruns 2005)

Ku Das Publikum auf interessante Themen hinweisen und zeigen, wo man sich darüber informieren kann.

Anschlusskommunikation (u.a. Braun/Gillespie 2011)

A1 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff liefern.

A2 Publikums-Diskussionen anstoßen und moderieren.

A3 In einen Dialog mit den Bürgern treten über aktuelle Themen.

Beziehungsmanagement (u.a. Neuberger 2012)

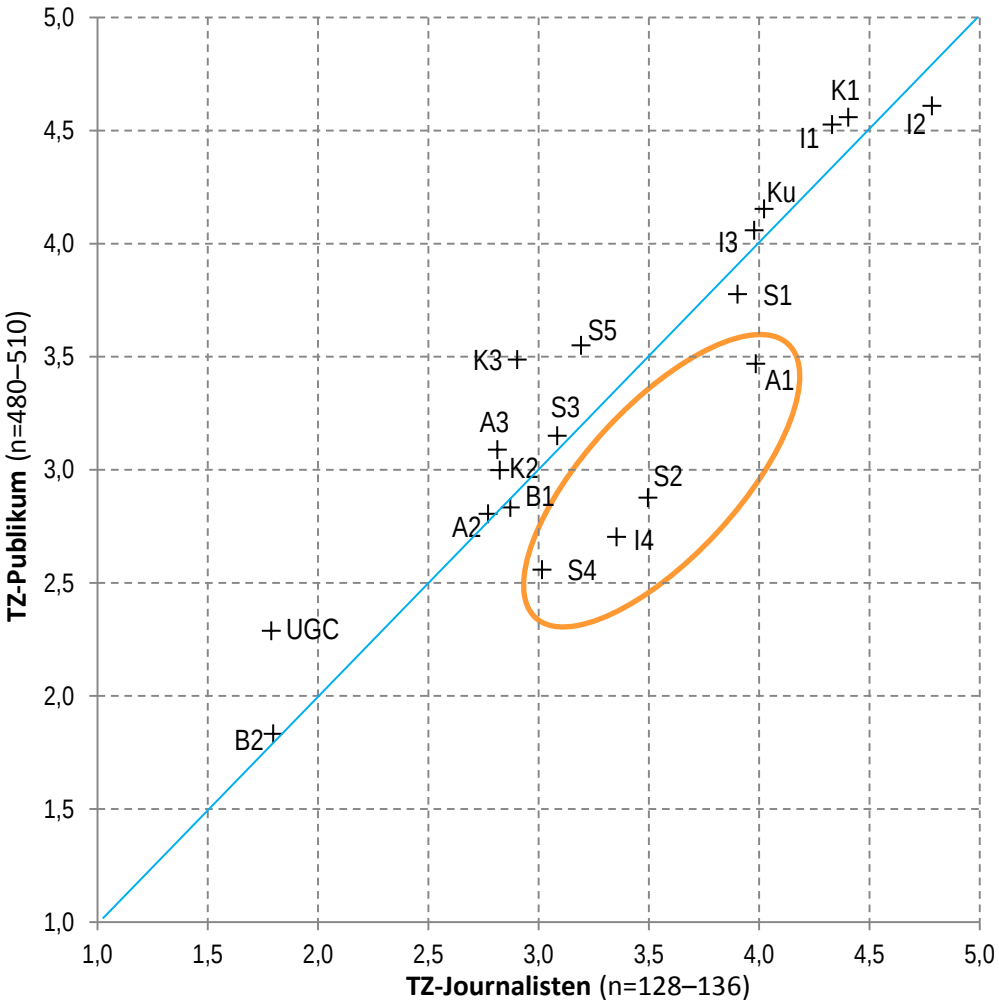
B1 Eine Beziehung zum eigenen Publikum aufbauen und pflegen.

B2 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.

Ermöglichen von User-generated Content (u.a. Kenix 2009)

UGC Menschen eine Möglichkeit geben, von ihnen erstellte Inhalten zu veröffentlichen.

Rollenselbst- und -fremdverständnis Tageszeitung



Likert-Skala von 1=„stimme überhaupt nicht zu“ bis 5=„stimme voll und ganz zu“; MW ohne „weiß nicht“ berechnet.

Information & Vermittlung (*JouriD 2*)

I1 Das Publikum möglichst neutral und präzise informieren.

I2 Komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln.

I3 Dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln.

I4 Sich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.

Kritik, Kontrolle, Engagement (*JouriD 2*)

K1 Kritik an Missständen üben.

K2 Menschen eine Chance geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.

K3 Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren.

Service & Unterhaltung (*JouriD 2*)

S1 Neue Trends aufzeigen und Ideen vermitteln.

S2 Dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten.

S3 Positive Ideale vermitteln.

S4 Lebenshilfe für das Publikum bieten und als Ratgeber dienen.

S5 Dem Publikum eigene Ansichten präsentieren.

Kuratieren (u.a. Bruns 2005)

Ku Das Publikum auf interessante Themen hinweisen und zeigen, wo man sich darüber informieren kann.

Anschlusskommunikation (u.a. Braun/Gillespie 2011)

A1 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff liefern.

A2 Publikums-Diskussionen anstoßen und moderieren.

A3 In einen Dialog mit den Bürgern treten über aktuelle Themen.

Beziehungsmanagement (u.a. Neuberger 2012)

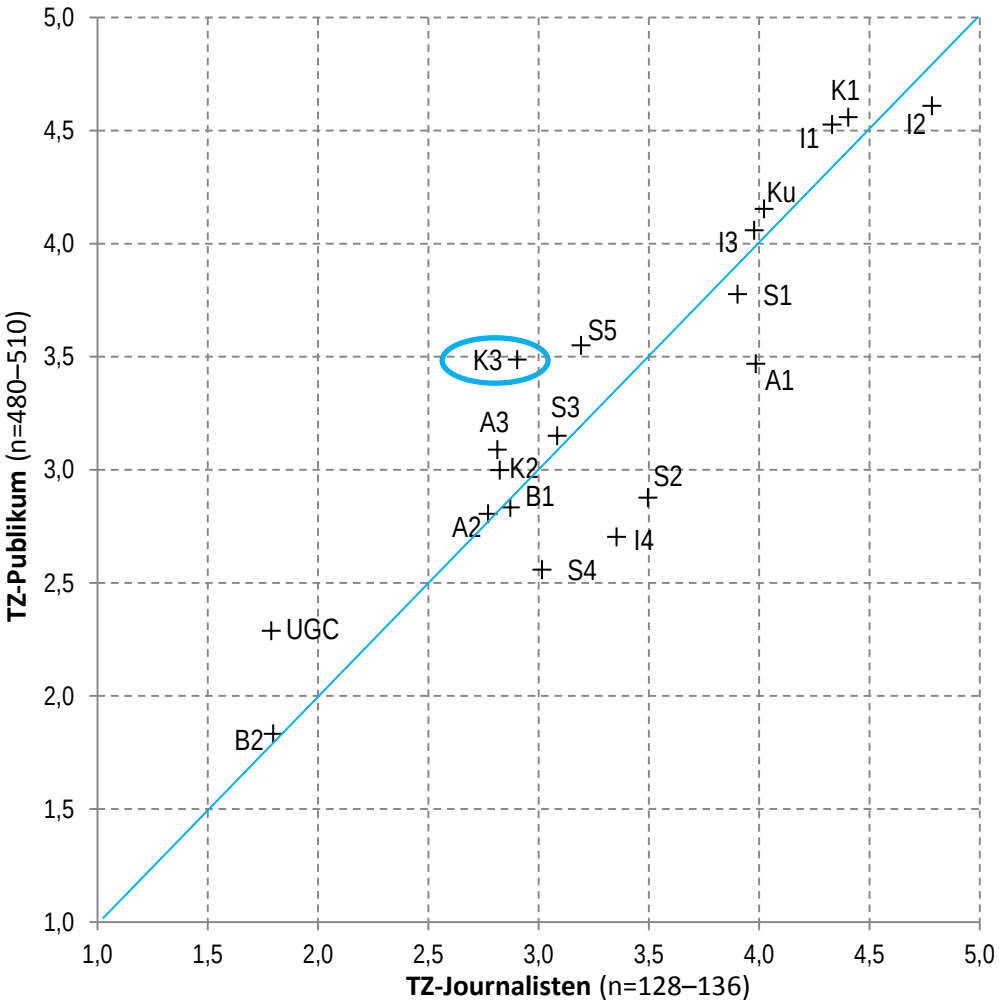
B1 Eine Beziehung zum eigenen Publikum aufbauen und pflegen.

B2 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.

Ermöglichen von User-generated Content (u.a. Kenix 2009)

UGC Menschen eine Möglichkeit geben, von ihnen erstellte Inhalten zu veröffentlichen.

Rollenselbst- und -fremdverständnis Tageszeitung



Likert-Skala von 1=„stimme überhaupt nicht zu“ bis 5=„stimme voll und ganz zu“; MW ohne „weiß nicht“ berechnet.

Information & Vermittlung (*JouriD 2*)

I1 Das Publikum möglichst neutral und präzise informieren.

I2 Komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln.

I3 Dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln.

I4 Sich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.

Kritik, Kontrolle, Engagement (*JouriD 2*)

K1 Kritik an Missständen üben.

K2 Menschen eine Chance geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.

K3 Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren.

Service & Unterhaltung (*JouriD 2*)

S1 Neue Trends aufzeigen und Ideen vermitteln.

S2 Dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten.

S3 Positive Ideale vermitteln.

S4 Lebenshilfe für das Publikum bieten und als Ratgeber dienen.

S5 Dem Publikum eigene Ansichten präsentieren.

Kuratieren (u.a. Bruns 2005)

Ku Das Publikum auf interessante Themen hinweisen und zeigen, wo man sich darüber informieren kann.

Anschlusskommunikation (u.a. Braun/Gillespie 2011)

A1 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff liefern.

A2 Publikums-Diskussionen anstoßen und moderieren.

A3 In einen Dialog mit den Bürgern treten über aktuelle Themen.

Beziehungsmanagement (u.a. Neuberger 2012)

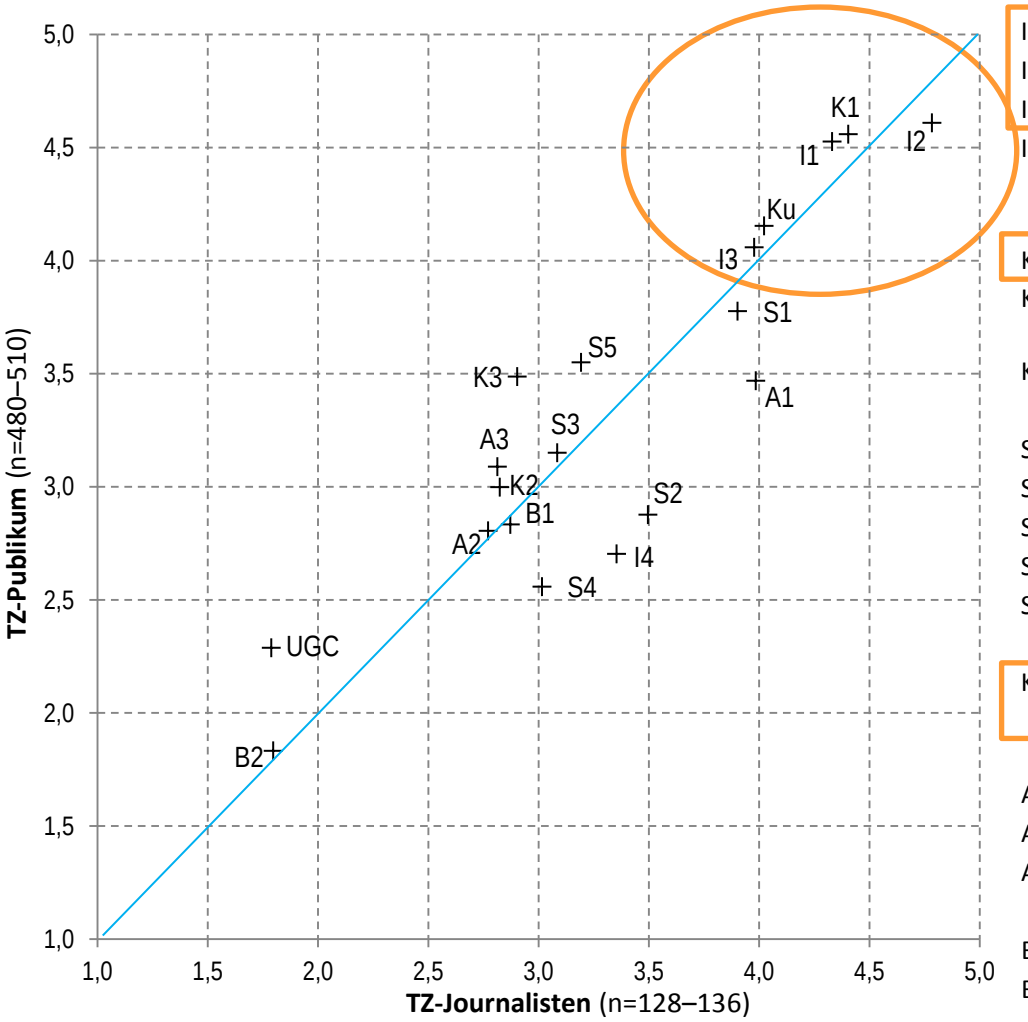
B1 Eine Beziehung zum eigenen Publikum aufbauen und pflegen.

B2 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.

Ermöglichen von User-generated Content (u.a. Kenix 2009)

UGC Menschen eine Möglichkeit geben, von ihnen erstellte Inhalten zu veröffentlichen.

Rollenselbst- und -fremdverständnis Tageszeitung



Likert-Skala von 1=„stimme überhaupt nicht zu“ bis 5=„stimme voll und ganz zu“; MW ohne „weiß nicht“ berechnet.

Information & Vermittlung (*JouriD 2*)

I1 Das Publikum möglichst neutral und präzise informieren.

I2 Komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln.

I3 Dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln.

I4 Sich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.

Kritik, Kontrolle, Engagement (*JouriD 2*)

K1 Kritik an Missständen üben.

K2 Menschen eine Chance geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.

K3 Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren.

Service & Unterhaltung (*JouriD 2*)

S1 Neue Trends aufzeigen und Ideen vermitteln.

S2 Dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten.

S3 Positive Ideale vermitteln.

S4 Lebenshilfe für das Publikum bieten und als Ratgeber dienen.

S5 Dem Publikum eigene Ansichten präsentieren.

Kuratieren (u.a. Bruns 2005)

Ku Das Publikum auf interessante Themen hinweisen und zeigen, wo man sich darüber informieren kann.

Anschlusskommunikation (u.a. Braun/Gillespie 2011)

A1 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff liefern.

A2 Publikums-Diskussionen anstoßen und moderieren.

A3 In einen Dialog mit den Bürgern treten über aktuelle Themen.

Beziehungsmanagement (u.a. Neuberger 2012)

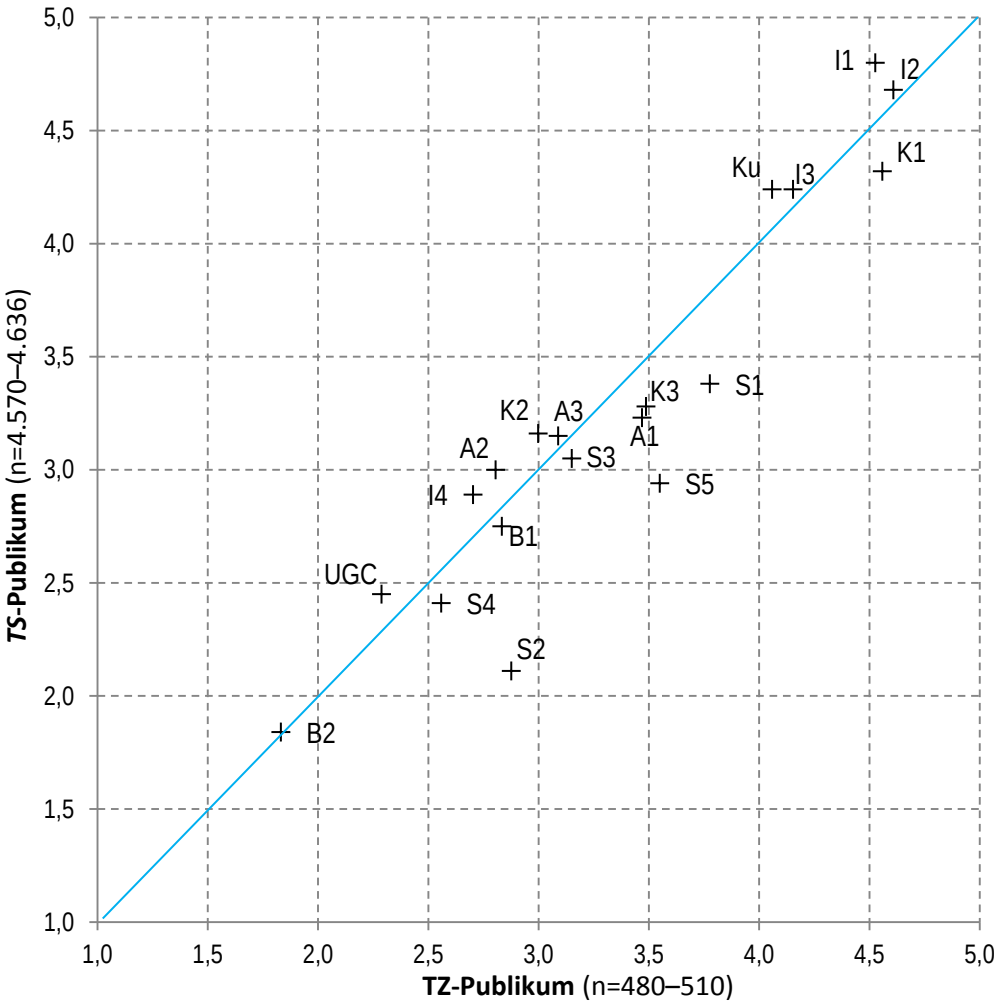
B1 Eine Beziehung zum eigenen Publikum aufbauen und pflegen.

B2 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.

Ermöglichen von User-generated Content (u.a. Kenix 2009)

UGC Menschen eine Möglichkeit geben, von ihnen erstellte Inhalten zu veröffentlichen.

Rollenverständnis des Publikums im Vergleich



Likert-Skala von 1=„stimme überhaupt nicht zu“ bis 5=„stimme voll und ganz zu“; MW ohne „weiß nicht“ berechnet.

Information & Vermittlung (*JouriD 2*)

I1 Das Publikum möglichst neutral und präzise informieren.

I2 Komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln.

I3 Dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln.

I4 Sich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.

Kritik, Kontrolle, Engagement (*JouriD 2*)

K1 Kritik an Missständen üben.

K2 Menschen eine Chance geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.

K3 Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren.

Service & Unterhaltung (*JouriD 2*)

S1 Neue Trends aufzeigen und Ideen vermitteln.

S2 Dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten.

S3 Positive Ideale vermitteln.

S4 Lebenshilfe für das Publikum bieten und als Ratgeber dienen.

S5 Dem Publikum eigene Ansichten präsentieren.

Kuratieren (u.a. Bruns 2005)

Ku Das Publikum auf interessante Themen hinweisen und zeigen, wo man sich darüber informieren kann.

Anschlusskommunikation (u.a. Braun/Gillespie 2011)

A1 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff liefern.

A2 Publikums-Diskussionen anstoßen und moderieren.

A3 In einen Dialog mit den Bürgern treten über aktuelle Themen.

Beziehungsmanagement (u.a. Neuberger 2012)

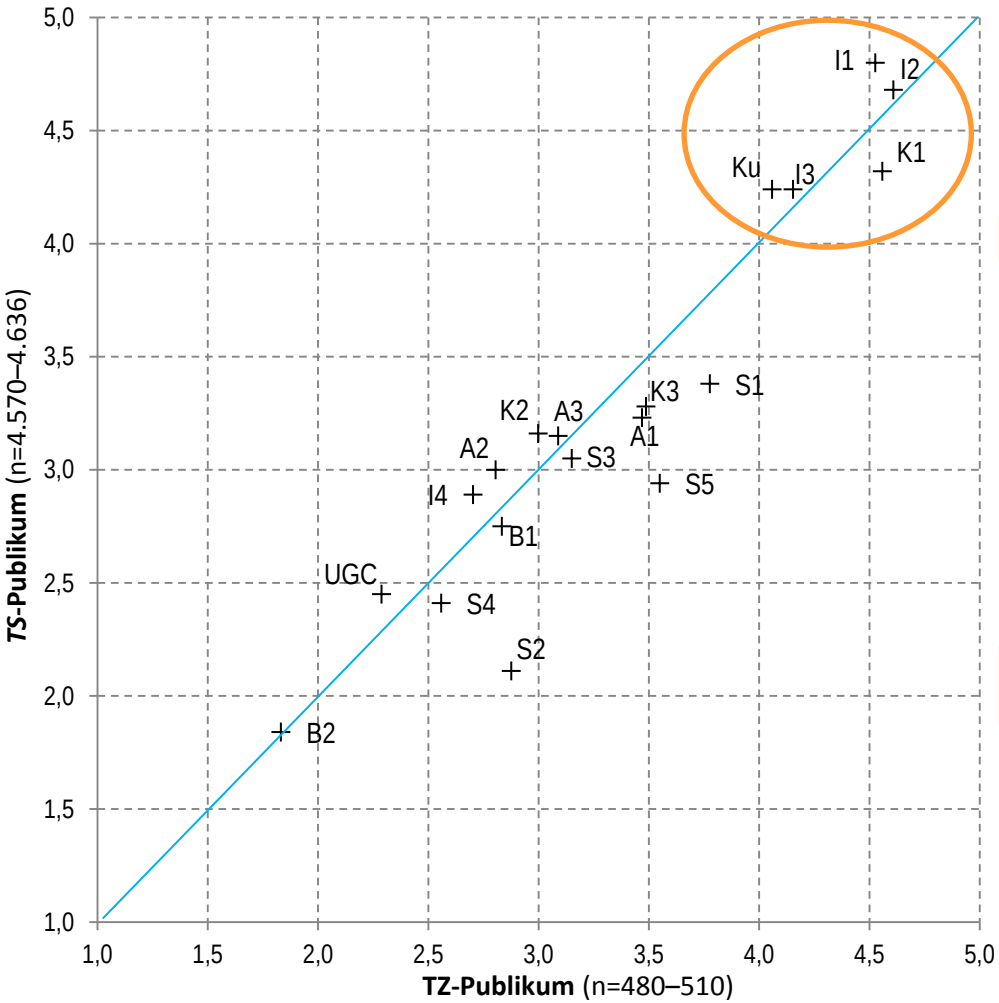
B1 Eine Beziehung zum eigenen Publikum aufbauen und pflegen.

B2 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.

Ermöglichen von User-generated Content (u.a. Kenix 2009)

UGC Menschen eine Möglichkeit geben, von ihnen erstellte Inhalten zu veröffentlichen.

Rollenverständnis des Publikums im Vergleich



Likert-Skala von 1=„stimme überhaupt nicht zu“ bis 5=„stimme voll und ganz zu“; MW ohne „weiß nicht“ berechnet.

Information & Vermittlung (*JouriD 2*)

- I1 Das Publikum möglichst neutral und präzise informieren.
- I2 Komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln.
- I3 Dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln.
- I4 Sich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.

Kritik, Kontrolle, Engagement (*JouriD 2*)

- K1 Kritik an Missständen üben.
- K2 Menschen eine Chance geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.
- K3 Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren.

Service & Unterhaltung (*JouriD 2*)

- S1 Neue Trends aufzeigen und Ideen vermitteln.
- S2 Dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten.
- S3 Positive Ideale vermitteln.
- S4 Lebenshilfe für das Publikum bieten und als Ratgeber dienen.
- S5 Dem Publikum eigene Ansichten präsentieren.

Kuratieren (u.a. Bruns 2005)

- Ku Das Publikum auf interessante Themen hinweisen und zeigen, wo man sich darüber informieren kann.

Anschlusskommunikation (u.a. Braun/Gillespie 2011)

- A1 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff liefern.
- A2 Publikums-Diskussionen anstoßen und moderieren.
- A3 In einen Dialog mit den Bürgern treten über aktuelle Themen.

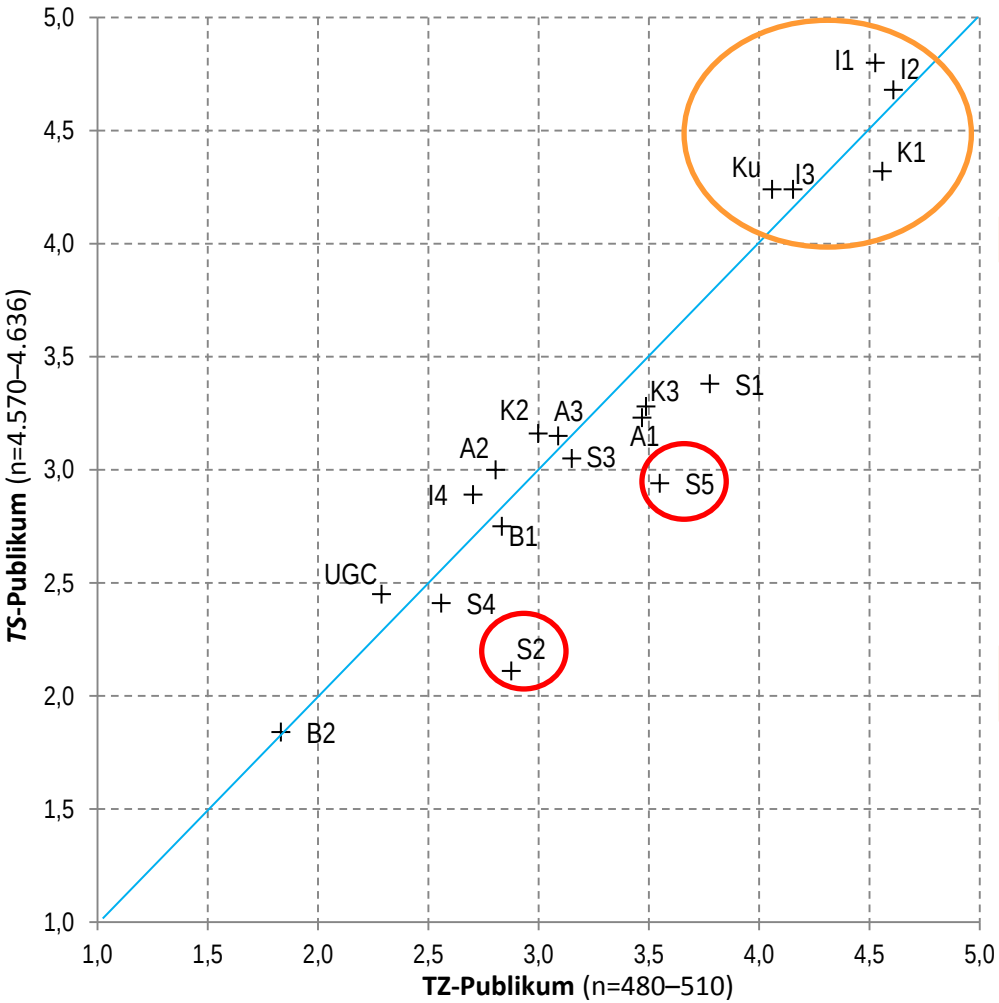
Beziehungsmanagement (u.a. Neuberger 2012)

- B1 Eine Beziehung zum eigenen Publikum aufbauen und pflegen.
- B2 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.

Ermöglichen von User-generated Content (u.a. Kenix 2009)

- UGC Menschen eine Möglichkeit geben, von ihnen erstellte Inhalten zu veröffentlichen.

Rollenverständnis des Publikums im Vergleich



Likert-Skala von 1=„stimme überhaupt nicht zu“ bis 5=„stimme voll und ganz zu“; MW ohne „weiß nicht“ berechnet.

Information & Vermittlung (*JouriD 2*)

- I1 Das Publikum möglichst neutral und präzise informieren.
- I2 Komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln.
- I3 Dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln.
- I4 Sich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.

Kritik, Kontrolle, Engagement (*JouriD 2*)

- K1 Kritik an Missständen üben.
- K2 Menschen eine Chance geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.
- K3 Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren.

Service & Unterhaltung (*JouriD 2*)

- S1 Neue Trends aufzeigen und Ideen vermitteln.
- S2 Dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten.
- S3 Positive Ideale vermitteln.
- S4 Lebenshilfe für das Publikum bieten und als Ratgeber dienen.
- S5 Dem Publikum eigene Ansichten präsentieren.

Kuratieren (u.a. Bruns 2005)

- Ku Das Publikum auf interessante Themen hinweisen und zeigen, wo man sich darüber informieren kann.

Anschlusskommunikation (u.a. Braun/Gillespie 2011)

- A1 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff liefern.
- A2 Publikums-Diskussionen anstoßen und moderieren.
- A3 In einen Dialog mit den Bürgern treten über aktuelle Themen.

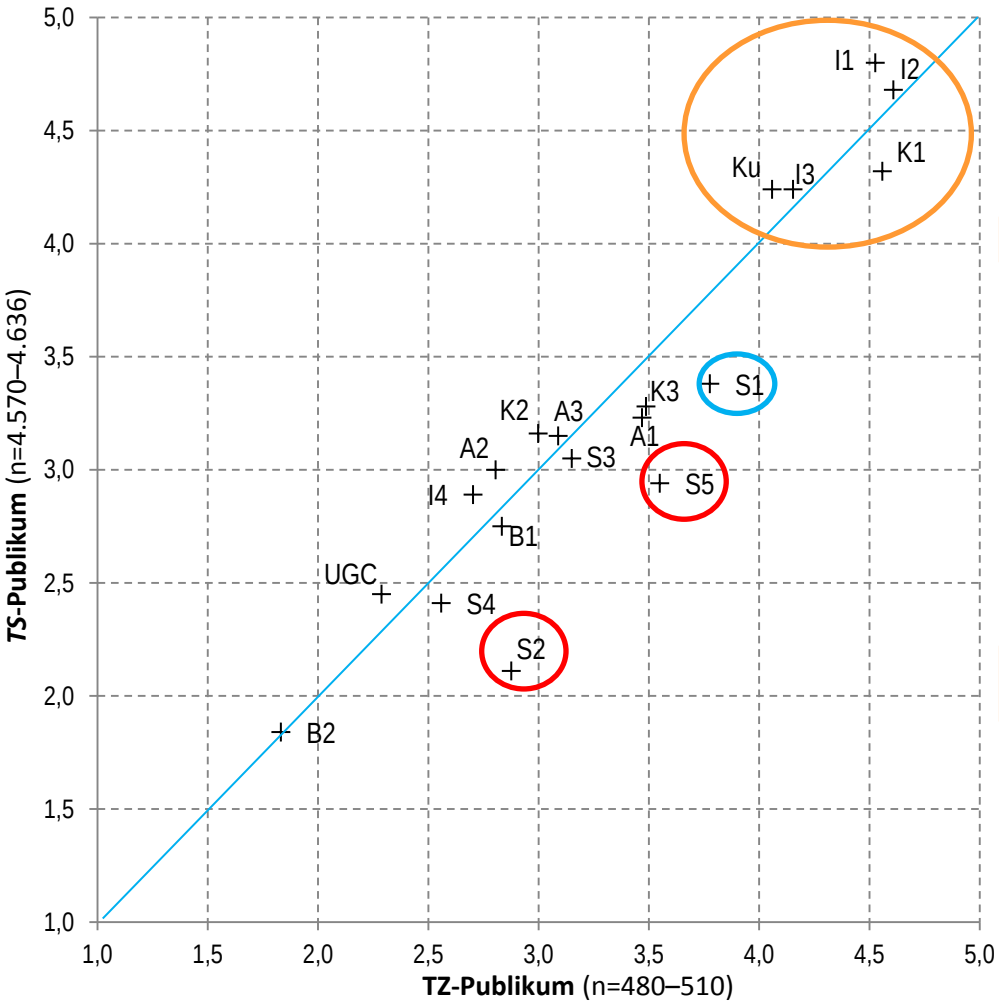
Beziehungsmanagement (u.a. Neuberger 2012)

- B1 Eine Beziehung zum eigenen Publikum aufbauen und pflegen.
- B2 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.

Ermöglichen von User-generated Content (u.a. Kenix 2009)

- UGC Menschen eine Möglichkeit geben, von ihnen erstellte Inhalten zu veröffentlichen.

Rollenverständnis des Publikums im Vergleich



Likert-Skala von 1=„stimme überhaupt nicht zu“ bis 5=„stimme voll und ganz zu“; MW ohne „weiß nicht“ berechnet.

Information & Vermittlung (*JouriD 2*)

- I1 Das Publikum möglichst neutral und präzise informieren.
- I2 Komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln.
- I3 Dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln.
- I4 Sich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.

Kritik, Kontrolle, Engagement (*JouriD 2*)

- K1 Kritik an Missständen üben.
- K2 Menschen eine Chance geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.
- K3 Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren.

Service & Unterhaltung (*JouriD 2*)

- S1 Neue Trends aufzeigen und Ideen vermitteln.
- S2 Dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten.
- S3 Positive Ideale vermitteln.
- S4 Lebenshilfe für das Publikum bieten und als Ratgeber dienen.
- S5 Dem Publikum eigene Ansichten präsentieren.

Kuratieren (u.a. Bruns 2005)

- Ku Das Publikum auf interessante Themen hinweisen und zeigen, wo man sich darüber informieren kann.

Anschlusskommunikation (u.a. Braun/Gillespie 2011)

- A1 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff liefern.
- A2 Publikums-Diskussionen anstoßen und moderieren.
- A3 In einen Dialog mit den Bürgern treten über aktuelle Themen.

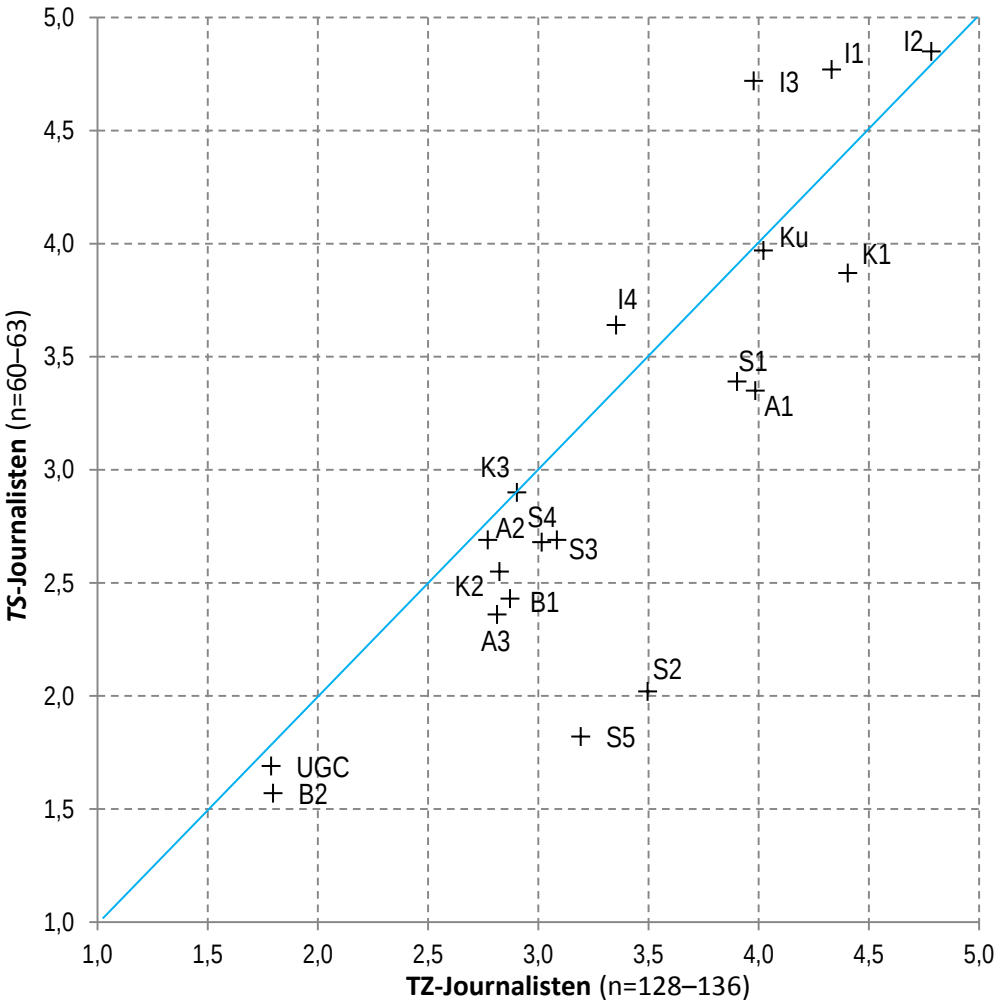
Beziehungsmanagement (u.a. Neuberger 2012)

- B1 Eine Beziehung zum eigenen Publikum aufbauen und pflegen.
- B2 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.

Ermöglichen von User-generated Content (u.a. Kenix 2009)

- UGC Menschen eine Möglichkeit geben, von ihnen erstellte Inhalten zu veröffentlichen.

Rollenverständnis der Journalisten im Vergleich



Likert-Skala von 1=„stimme überhaupt nicht zu“ bis 5=„stimme voll und ganz zu“; MW ohne „weiß nicht“ berechnet.

Information & Vermittlung (*JouriD 2*)

I1 Das Publikum möglichst neutral und präzise informieren.

I2 Komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln.

I3 Dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln.

I4 Sich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.

Kritik, Kontrolle, Engagement (*JouriD 2*)

K1 Kritik an Missständen üben.

K2 Menschen eine Chance geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.

K3 Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren.

Service & Unterhaltung (*JouriD 2*)

S1 Neue Trends aufzeigen und Ideen vermitteln.

S2 Dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten.

S3 Positive Ideale vermitteln.

S4 Lebenshilfe für das Publikum bieten und als Ratgeber dienen.

S5 Dem Publikum eigene Ansichten präsentieren.

Kuratieren (u.a. Bruns 2005)

Ku Das Publikum auf interessante Themen hinweisen und zeigen, wo man sich darüber informieren kann.

Anschlusskommunikation (u.a. Braun/Gillespie 2011)

A1 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff liefern.

A2 Publikums-Diskussionen anstoßen und moderieren.

A3 In einen Dialog mit den Bürgern treten über aktuelle Themen.

Beziehungsmanagement (u.a. Neuberger 2012)

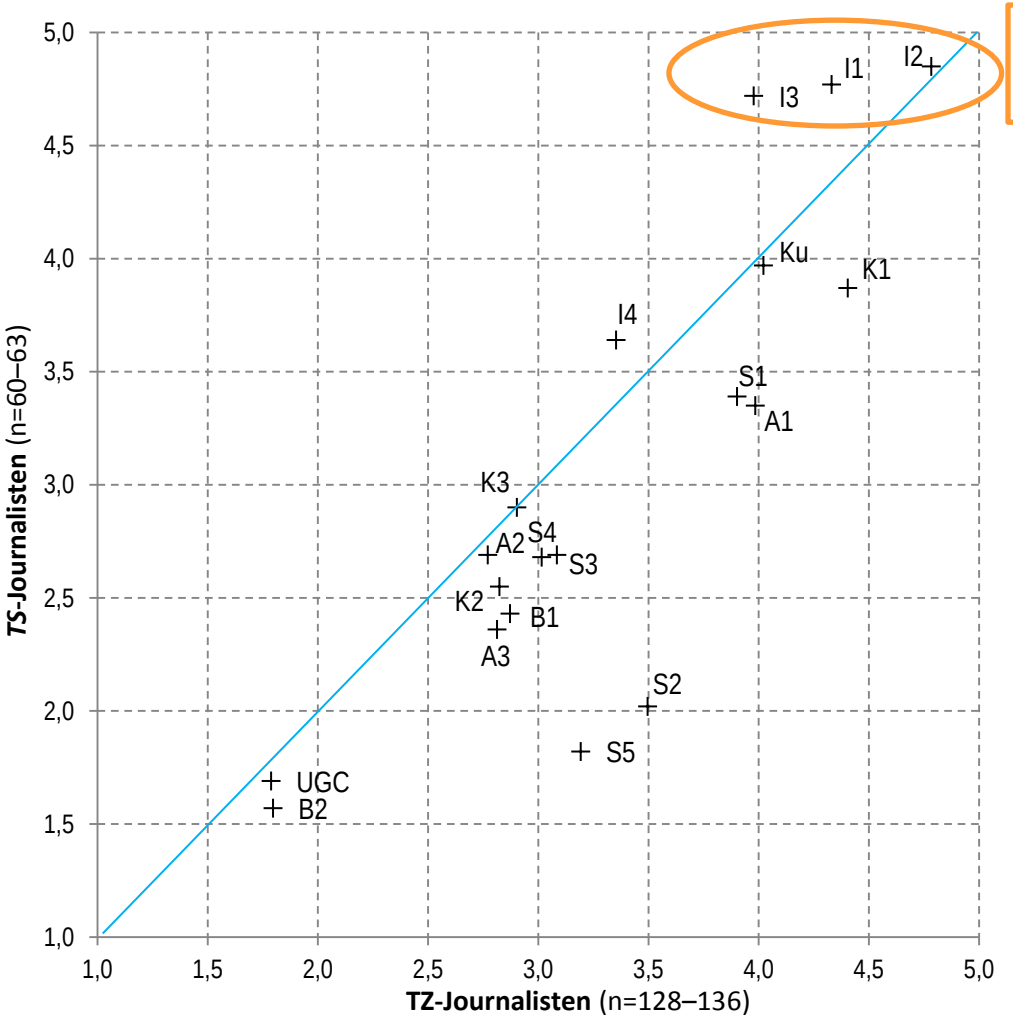
B1 Eine Beziehung zum eigenen Publikum aufbauen und pflegen.

B2 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.

Ermöglichen von User-generated Content (u.a. Kenix 2009)

UGC Menschen eine Möglichkeit geben, von ihnen erstellte Inhalten zu veröffentlichen.

Rollenverständnis der Journalisten im Vergleich



Likert-Skala von 1=„stimme überhaupt nicht zu“ bis 5=„stimme voll und ganz zu“; MW ohne „weiß nicht“ berechnet.

Information & Vermittlung (*JouriD 2*)

I1 Das Publikum möglichst neutral und präzise informieren.

I2 Komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln.

I3 Dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln.

I4 Sich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.

Kritik, Kontrolle, Engagement (*JouriD 2*)

K1 Kritik an Missständen üben.

K2 Menschen eine Chance geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.

K3 Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren.

Service & Unterhaltung (*JouriD 2*)

S1 Neue Trends aufzeigen und Ideen vermitteln.

S2 Dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten.

S3 Positive Ideale vermitteln.

S4 Lebenshilfe für das Publikum bieten und als Ratgeber dienen.

S5 Dem Publikum eigene Ansichten präsentieren.

Kuratieren (u.a. Bruns 2005)

Ku Das Publikum auf interessante Themen hinweisen und zeigen, wo man sich darüber informieren kann.

Anschlusskommunikation (u.a. Braun/Gillespie 2011)

A1 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff liefern.

A2 Publikums-Diskussionen anstoßen und moderieren.

A3 In einen Dialog mit den Bürgern treten über aktuelle Themen.

Beziehungsmanagement (u.a. Neuberger 2012)

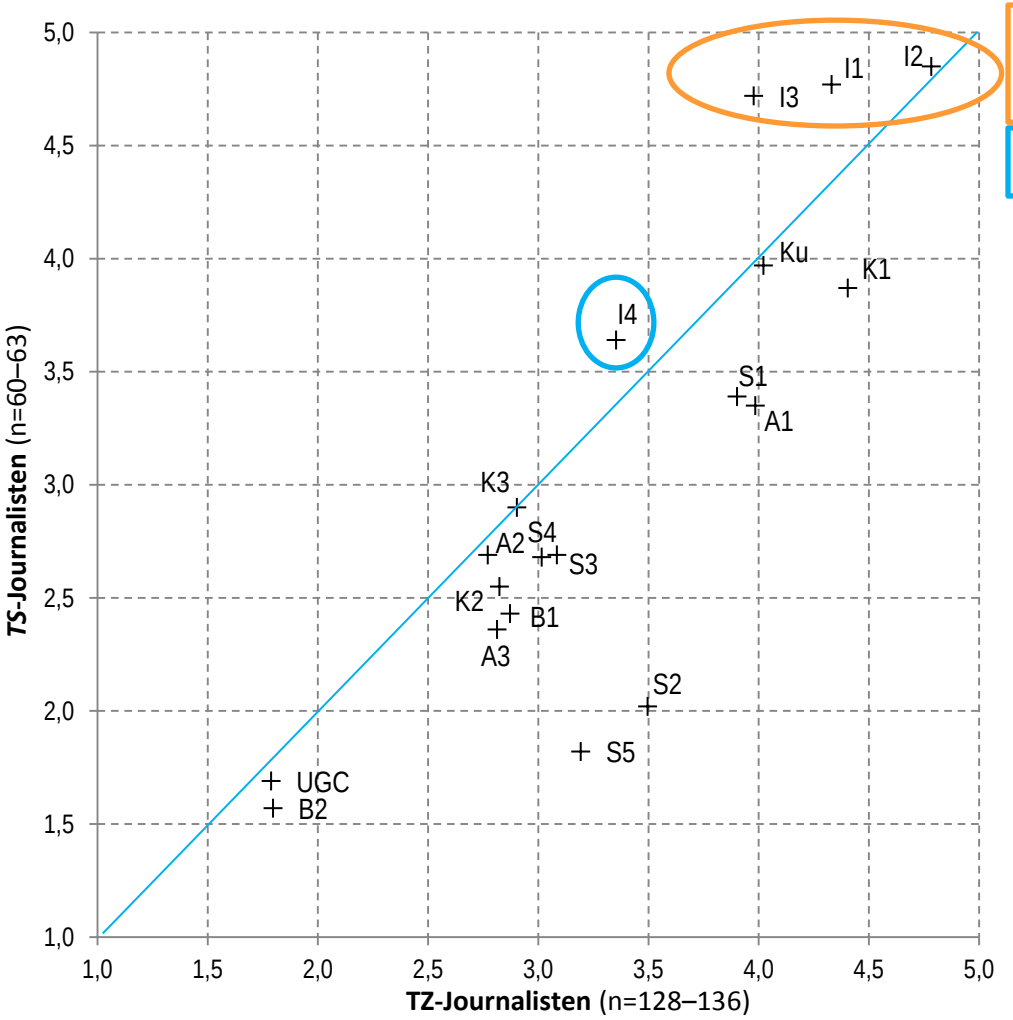
B1 Eine Beziehung zum eigenen Publikum aufbauen und pflegen.

B2 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.

Ermöglichen von User-generated Content (u.a. Kenix 2009)

UGC Menschen eine Möglichkeit geben, von ihnen erstellte Inhalten zu veröffentlichen.

Rollenverständnis der Journalisten im Vergleich



Likert-Skala von 1=„stimme überhaupt nicht zu“ bis 5=„stimme voll und ganz zu“; MW ohne „weiß nicht“ berechnet.

Information & Vermittlung (*JouriD 2*)

I1 Das Publikum möglichst neutral und präzise informieren.

I2 Komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln.

I3 Dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln.

I4 Sich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.

Kritik, Kontrolle, Engagement (*JouriD 2*)

K1 Kritik an Missständen üben.

K2 Menschen eine Chance geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.

K3 Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren.

Service & Unterhaltung (*JouriD 2*)

S1 Neue Trends aufzeigen und Ideen vermitteln.

S2 Dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten.

S3 Positive Ideale vermitteln.

S4 Lebenshilfe für das Publikum bieten und als Ratgeber dienen.

S5 Dem Publikum eigene Ansichten präsentieren.

Kuratieren (u.a. Bruns 2005)

Ku Das Publikum auf interessante Themen hinweisen und zeigen, wo man sich darüber informieren kann.

Anschlusskommunikation (u.a. Braun/Gillespie 2011)

A1 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff liefern.

A2 Publikums-Diskussionen anstoßen und moderieren.

A3 In einen Dialog mit den Bürgern treten über aktuelle Themen.

Beziehungsmanagement (u.a. Neuberger 2012)

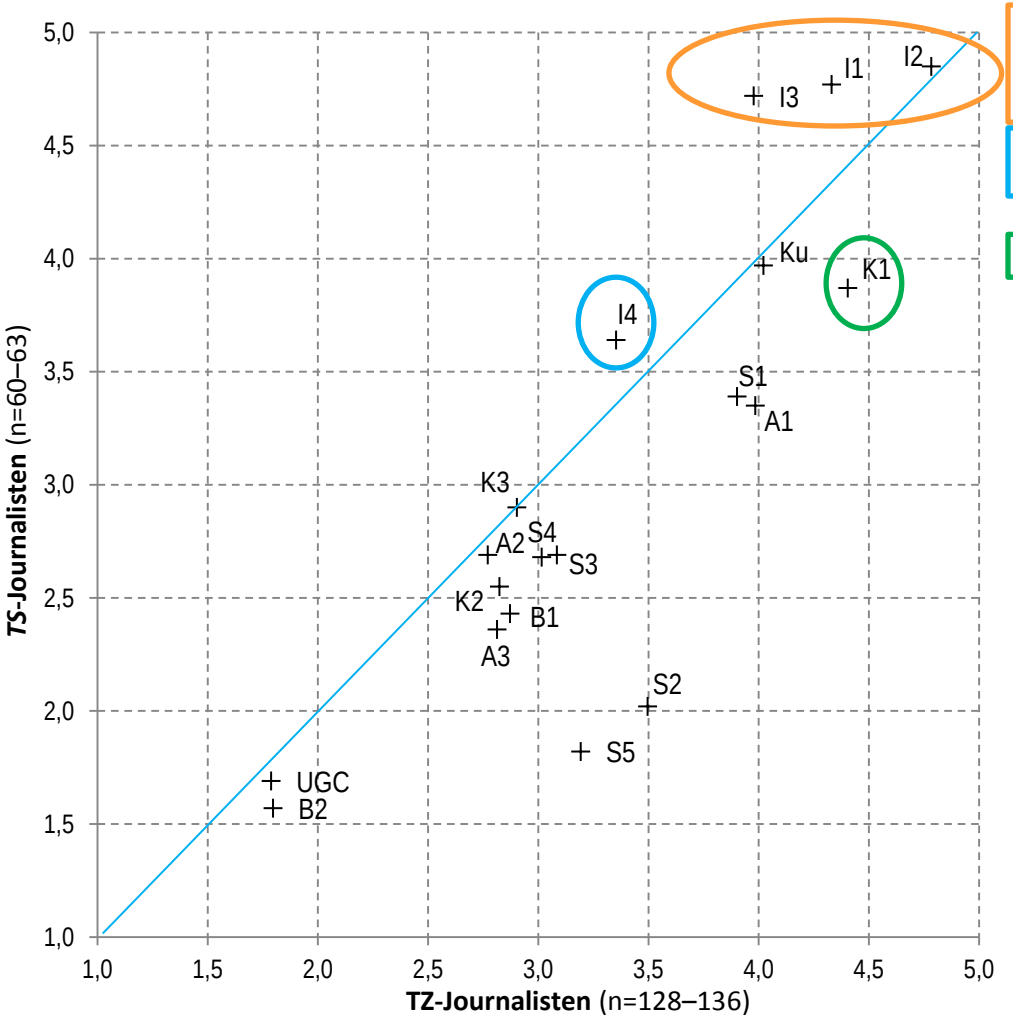
B1 Eine Beziehung zum eigenen Publikum aufbauen und pflegen.

B2 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.

Ermöglichen von User-generated Content (u.a. Kenix 2009)

UGC Menschen eine Möglichkeit geben, von ihnen erstellte Inhalten zu veröffentlichen.

Rollenverständnis der Journalisten im Vergleich



Likert-Skala von 1=„stimme überhaupt nicht zu“ bis 5=„stimme voll und ganz zu“; MW ohne „weiß nicht“ berechnet.

Information & Vermittlung (*JouriD 2*)

I1 Das Publikum möglichst neutral und präzise informieren.

I2 Komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln.

I3 Dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln.

I4 Sich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.

Kritik, Kontrolle, Engagement (*JouriD 2*)

K1 Kritik an Missständen üben.

K2 Menschen eine Chance geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.

K3 Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren.

Service & Unterhaltung (*JouriD 2*)

S1 Neue Trends aufzeigen und Ideen vermitteln.

S2 Dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten.

S3 Positive Ideale vermitteln.

S4 Lebenshilfe für das Publikum bieten und als Ratgeber dienen.

S5 Dem Publikum eigene Ansichten präsentieren.

Kuratieren (u.a. Bruns 2005)

Ku Das Publikum auf interessante Themen hinweisen und zeigen, wo man sich darüber informieren kann.

Anschlusskommunikation (u.a. Braun/Gillespie 2011)

A1 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff liefern.

A2 Publikums-Diskussionen anstoßen und moderieren.

A3 In einen Dialog mit den Bürgern treten über aktuelle Themen.

Beziehungsmanagement (u.a. Neuberger 2012)

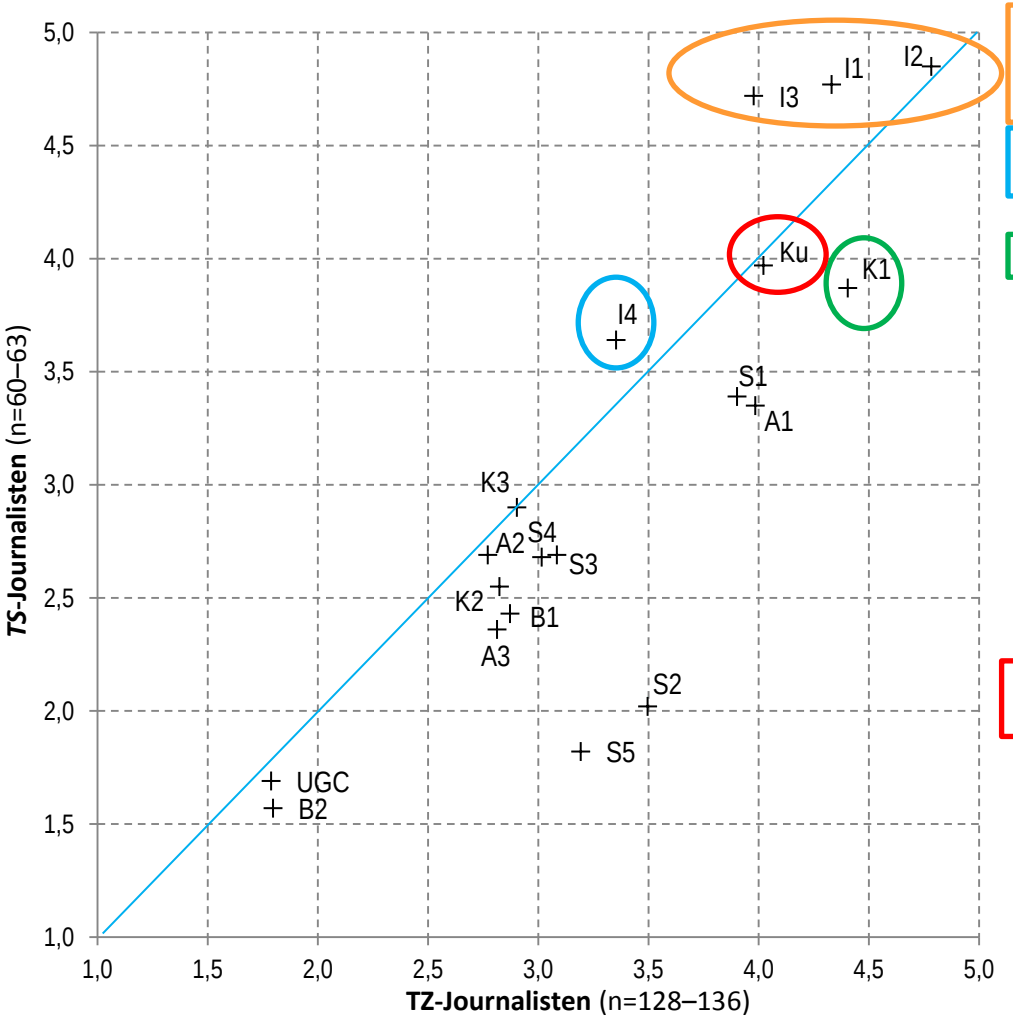
B1 Eine Beziehung zum eigenen Publikum aufbauen und pflegen.

B2 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.

Ermöglichen von User-generated Content (u.a. Kenix 2009)

UGC Menschen eine Möglichkeit geben, von ihnen erstellte Inhalten zu veröffentlichen.

Rollenverständnis der Journalisten im Vergleich



Likert-Skala von 1=„stimme überhaupt nicht zu“ bis 5=„stimme voll und ganz zu“; MW ohne „weiß nicht“ berechnet.

Information & Vermittlung (*JouriD 2*)

I1 Das Publikum möglichst neutral und präzise informieren.

I2 Komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln.

I3 Dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln.

I4 Sich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.

Kritik, Kontrolle, Engagement (*JouriD 2*)

K1 Kritik an Missständen üben.

K2 Menschen eine Chance geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.

K3 Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren.

Service & Unterhaltung (*JouriD 2*)

S1 Neue Trends aufzeigen und Ideen vermitteln.

S2 Dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten.

S3 Positive Ideale vermitteln.

S4 Lebenshilfe für das Publikum bieten und als Ratgeber dienen.

S5 Dem Publikum eigene Ansichten präsentieren.

Kuratieren (u.a. Bruns 2005)

Ku Das Publikum auf interessante Themen hinweisen und zeigen, wo man sich darüber informieren kann.

Anschlusskommunikation (u.a. Braun/Gillespie 2011)

A1 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff liefern.

A2 Publikums-Diskussionen anstoßen und moderieren.

A3 In einen Dialog mit den Bürgern treten über aktuelle Themen.

Beziehungsmanagement (u.a. Neuberger 2012)

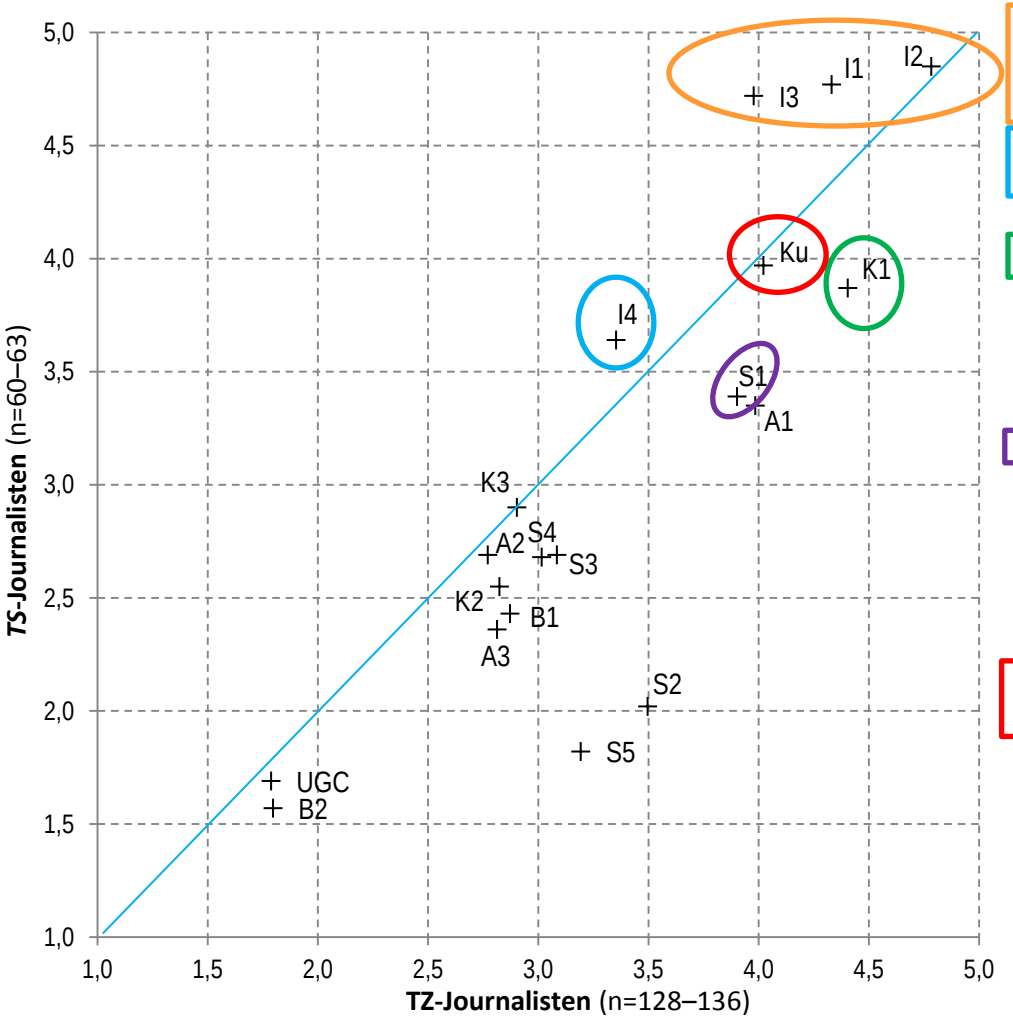
B1 Eine Beziehung zum eigenen Publikum aufbauen und pflegen.

B2 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.

Ermöglichen von User-generated Content (u.a. Kenix 2009)

UGC Menschen eine Möglichkeit geben, von ihnen erstellte Inhalten zu veröffentlichen.

Rollenverständnis der Journalisten im Vergleich



Likert-Skala von 1=„stimme überhaupt nicht zu“ bis 5=„stimme voll und ganz zu“; MW ohne „weiß nicht“ berechnet.

Information & Vermittlung (*JouriD 2*)

I1 Das Publikum möglichst neutral und präzise informieren.

I2 Komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln.

I3 Dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln.

I4 Sich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.

Kritik, Kontrolle, Engagement (*JouriD 2*)

K1 Kritik an Missständen üben.

K2 Menschen eine Chance geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.

K3 Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren.

Service & Unterhaltung (*JouriD 2*)

S1 Neue Trends aufzeigen und Ideen vermitteln.

S2 Dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten.

S3 Positive Ideale vermitteln.

S4 Lebenshilfe für das Publikum bieten und als Ratgeber dienen.

S5 Dem Publikum eigene Ansichten präsentieren.

Kuratieren (u.a. Bruns 2005)

Ku Das Publikum auf interessante Themen hinweisen und zeigen, wo man sich darüber informieren kann.

Anschlusskommunikation (u.a. Braun/Gillespie 2011)

A1 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff liefern.

A2 Publikums-Diskussionen anstoßen und moderieren.

A3 In einen Dialog mit den Bürgern treten über aktuelle Themen.

Beziehungsmanagement (u.a. Neuberger 2012)

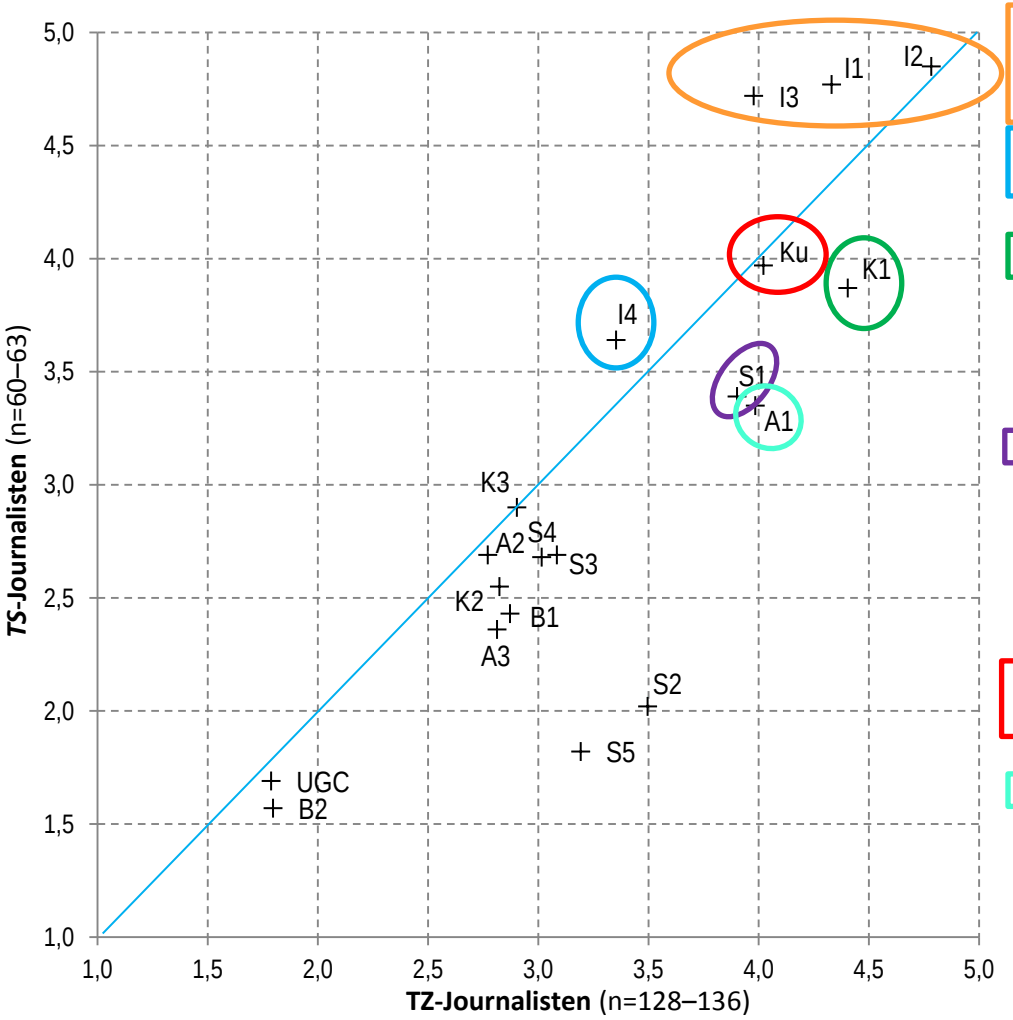
B1 Eine Beziehung zum eigenen Publikum aufbauen und pflegen.

B2 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.

Ermöglichen von User-generated Content (u.a. Kenix 2009)

UGC Menschen eine Möglichkeit geben, von ihnen erstellte Inhalten zu veröffentlichen.

Rollenverständnis der Journalisten im Vergleich



Likert-Skala von 1=„stimme überhaupt nicht zu“ bis 5=„stimme voll und ganz zu“; MW ohne „weiß nicht“ berechnet.

Information & Vermittlung (*JouriD 2*)

I1 Das Publikum möglichst neutral und präzise informieren.

I2 Komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln.

I3 Dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln.

I4 Sich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.

Kritik, Kontrolle, Engagement (*JouriD 2*)

K1 Kritik an Missständen üben.

K2 Menschen eine Chance geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.

K3 Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren.

Service & Unterhaltung (*JouriD 2*)

S1 Neue Trends aufzeigen und Ideen vermitteln.

S2 Dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten.

S3 Positive Ideale vermitteln.

S4 Lebenshilfe für das Publikum bieten und als Ratgeber dienen.

S5 Dem Publikum eigene Ansichten präsentieren.

Kuratieren (u.a. Bruns 2005)

Ku Das Publikum auf interessante Themen hinweisen und zeigen, wo man sich darüber informieren kann.

Anschlusskommunikation (u.a. Braun/Gillespie 2011)

A1 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff liefern.

A2 Publikums-Diskussionen anstoßen und moderieren.

A3 In einen Dialog mit den Bürgern treten über aktuelle Themen.

Beziehungsmanagement (u.a. Neuberger 2012)

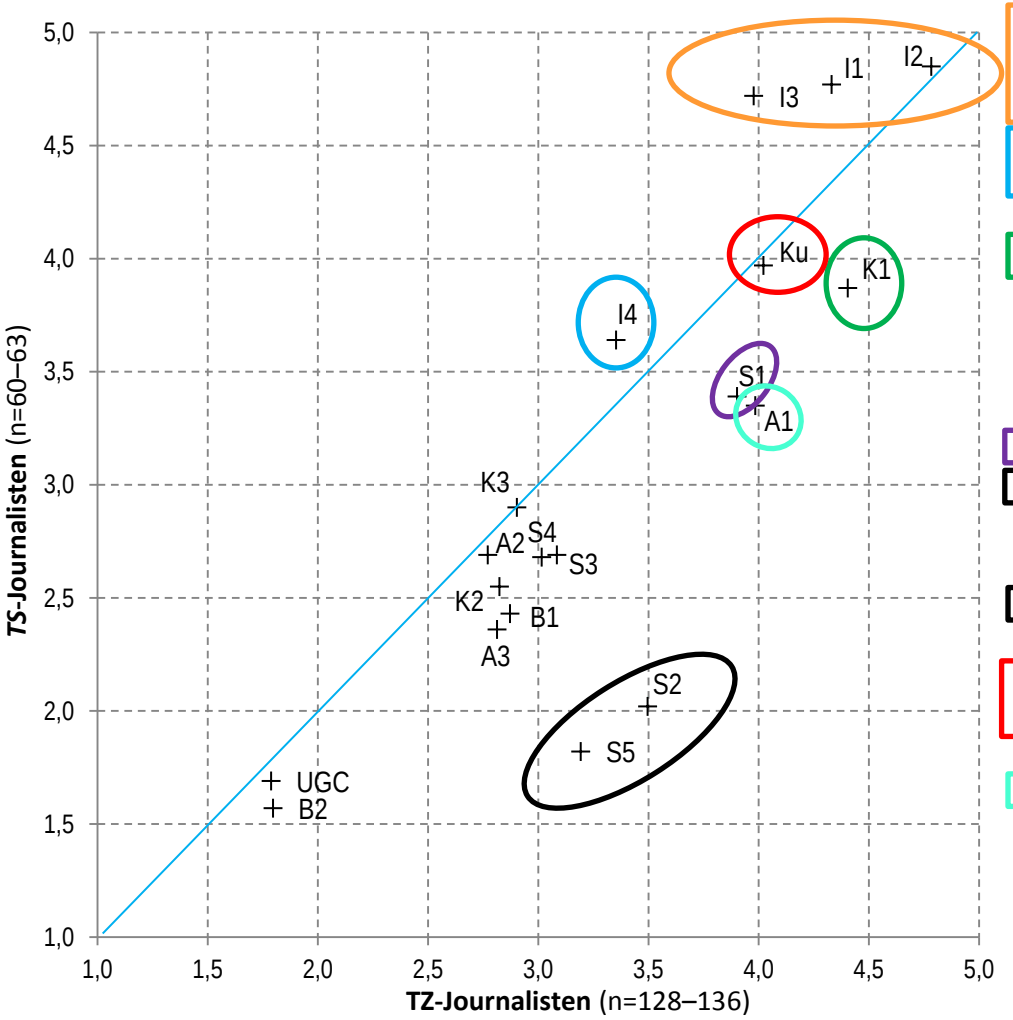
B1 Eine Beziehung zum eigenen Publikum aufbauen und pflegen.

B2 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.

Ermöglichen von User-generated Content (u.a. Kenix 2009)

UGC Menschen eine Möglichkeit geben, von ihnen erstellte Inhalten zu veröffentlichen.

Rollenverständnis der Journalisten im Vergleich



Likert-Skala von 1=„stimme überhaupt nicht zu“ bis 5=„stimme voll und ganz zu“; MW ohne „weiß nicht“ berechnet.

Information & Vermittlung (*JouriD 2*)

- I1 Das Publikum möglichst neutral und präzise informieren.
- I2 Komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln.
- I3 Dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln.
- I4 Sich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.

Kritik, Kontrolle, Engagement (*JouriD 2*)

- K1 Kritik an Missständen üben.
- K2 Menschen eine Chance geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.
- K3 Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren.

Service & Unterhaltung (*JouriD 2*)

- S1 Neue Trends aufzeigen und Ideen vermitteln.
- S2 Dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten.
- S3 Positive Ideale vermitteln.
- S4 Lebenshilfe für das Publikum bieten und als Ratgeber dienen.
- S5 Dem Publikum eigene Ansichten präsentieren.

Kuratieren (u.a. Bruns 2005)

- Ku Das Publikum auf interessante Themen hinweisen und zeigen, wo man sich darüber informieren kann.

Anschlusskommunikation (u.a. Braun/Gillespie 2011)

- A1 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff liefern.
- A2 Publikums-Diskussionen anstoßen und moderieren.
- A3 In einen Dialog mit den Bürgern treten über aktuelle Themen.

Beziehungsmanagement (u.a. Neuberger 2012)

- B1 Eine Beziehung zum eigenen Publikum aufbauen und pflegen.
- B2 Den Lesern/Zuschauern/Nutzern ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.

Ermöglichen von User-generated Content (u.a. Kenix 2009)

- UGC Menschen eine Möglichkeit geben, von ihnen erstellte Inhalten zu veröffentlichen.