

PRESSEMELDUNG

„result blogdiskurs“: Das Web-2.0-Forschungsinstrument erstmals im Einsatz

Köln, 27.10.2008 – „result blogdiskurs“ ist ein neues Forschungsinstrument der result gmbh, das erstmals bei der Eigenstudie „last.fm – das neue Radio?“ angewandt wurde. Das Produkt macht sich die Web-2.0-Anwendung eines Blogs für die Ex-post-Evaluierung von Formaten zunutze. Das bedeutet, dass bei dieser Methode Medieninhalte nach ihrer Veröffentlichung anhand von Probandenbeiträgen auf einem zuvor eingerichteten Blog untersucht werden.

Im Zusammenhang mit der von result lancierten Studie über das „Internetradio“ last.fm wurde der „result blogdiskurs“ der klassischen qualitativen Technik einer Gruppendiskussion gegenübergestellt. Die Untersuchung erläutert die Akzeptanz von last.fm und wertet die Fragestellung, „Gerät das Radio durch Angebote wie last.fm in ernsthafte Bedrängnis?“, aus.

Im Hinblick auf die Beforschung von Online-Medieninhalten ermöglicht das Web-2.0-Forschungstool eine Erhebung ohne Medienbruch. Sowohl das zu bewertende Programm als auch die Befragung der Teilnehmer finden online statt. Im Gegensatz dazu wird bei der konventionellen Herangehensweise einer Gruppendiskussion offline kommuniziert. Durch die Beiträge der Versuchspersonen in einem Weblog ergeben sich differenzierte schriftliche Stellungnahmen, welche bei der traditionellen Verfahrensweise nicht existieren. Weiterhin findet durch die „Anonymität“ der Online-Methode keine Beeinflussung von persönlich anwesenden Meinungsführern statt, und

es fällt vielen Probanden leichter, konsequent die eigene Meinung zu vertreten. Im Gegenzug ist die Dynamik einer Gruppendiskussion auf ein Minimum reduziert. Daher ist der „result blogdiskurs“ kein Ersatz, sondern eine optimale Alternative für bestimmte Fragestellungen. Die Auswertung der Blogprotokolle erfolgt qualitativ-interpretierend.

Der Blog zur Eigenstudie „last.fm – das neue Radio?“ kann unter folgendem Link angesehen werden:

<http://www.result-blog.de/neuesradio>.



Das Unternehmen result gmbh

Die result gmbh agiert seit 1995 im Bereich der Markt- und Medienforschung. result hat in der Vergangenheit bereits die große Studie „Web 2.0 – Begriffsdefinition und eine Analyse der Auswirkungen auf das allgemeine Mediennutzungsverhalten“ gemeinsam mit dem SWR veröffentlicht. Im Anschluss daran folgte eine weitere Social-Web-Studie mit dem Schwerpunkt der Entwicklung der User-Beteiligung im Netz.

Internet: <http://www.result.de/>

Hinweis für Journalisten:

Wenn Sie die Studie besprechen möchten wenden Sie sich bitte per E-Mail an Alexa Brandt unter alexa-brandt@result.de.

Weitere Informationen:

result gmbh

Alexa Brandt

Subbelrather Str. 15

50823 Köln

Tel. 0221/952971-341

Fax 0221/952971-396

E-Mail: alexa-brandt@result.de

Internet: <http://www.result.de/presse/>