



Landesanstalt für Medien
Nordrhein-Westfalen (LfM)

Journalismus unter digitalen Vorzeichen

Ausschreibungsunterlagen

Düsseldorf, 31. Januar 2012

**Bitte beachten Sie unbedingt auch die Bedingungen für die Über-
sendung der Projektanträge auf den letzten Seiten.**

Nach § 88 Abs. 4 Mediengesetz für das Land Nordrhein-Westfalen (LMG NRW) gehört es zu den Aufgaben der LfM, die Veranstaltung, Verbreitung und Weiterverbreitung von Rundfunkprogrammen und Mediendiensten einschließlich neuer Programmformen und -strukturen regelmäßig wissenschaftlich untersuchen zu lassen. Die Forschungsschwerpunkte orientieren sich dabei am Handlungsbedarf und am Erkenntnisinteresse der LfM.

I. Allgemeines

Die LfM hat durch ein formalisiertes Verfahren sicherzustellen, dass aus der Gesamtheit der eingegangenen Anträge eine sinnvolle Auswahl getroffen wird. Die folgenden Kriterien sollen eine Entscheidungshilfe für eine angemessene Beurteilung der Anträge darstellen.

Anträge bzw. Antragsteller sollen die folgenden Anforderungen erfüllen:

1. Unabhängigkeit der forschenden Personen/Institutionen

Die beantragenden Personen/Institutionen dürfen in den angegebenen Forschungsfeldern keine Eigen- oder Fremdinteressen vertreten, sondern müssen unabhängig sein. Die LfM berücksichtigt ausschließlich solche Anträge, die eindeutig nicht (auch) auf Verwertungsinteressen Dritter gerichtet sind.

Diese Unabhängigkeit kann als gegeben angenommen werden, wenn die Anträge von Hochschulen, unabhängigen Forschungsinstitutionen, gemeinnützigen Vereinen o. ä. Einrichtungen gestellt werden.

2. Medienwissenschaftliche und medienpädagogische Kompetenz

Antragsteller sollten im Bereich der Medien- und Kommunikationsforschung sowie der Medienpädagogik ausgewiesen sein und dieses durch ihre wissenschaftlichen Veröffentlichungen belegen können. Vorhandene forschungspraktische Erfahrungen und methodisches Wissen bzgl. der Untersuchungsgegenstände werden als Voraussetzung einer effizienten Forschung angesehen. Hierdurch sollen keineswegs interessante und jenseits traditioneller "Forschungspfade" angelegte innovative Untersuchungen noch nicht etablierter Wissenschaftler (-gemeinschaften) abgewiesen werden.

3. Integration bestehender Forschungsergebnisse

Dem Forschungsgegenstand angemessen sollen beantragte Untersuchungen mit innovativen Ansätzen arbeiten. Das schließt jedoch im forschungsökonomischen Interesse nicht aus, bestehende Erkenntnisse und Forschungsergebnisse der Medienforschung zu integrieren bzw. für das Untersuchungsdesign zu verwenden.

Ein Vergabekriterium ist deshalb auch, inwieweit neuere Forschungsergebnisse einbezogen werden. Aus der Gestaltung der beantragten Untersuchung, nicht jedoch aus gesonderten Kapiteln des Antrages zum Stand der Forschung, soll geschlossen werden können, ob der gegenwärtige Stand der Medienforschung in der Projektkonstruktion berücksichtigt wurde.

4. Methoden

Die Vergabe hängt davon ab, ob die methodische Konzeption der Untersuchung dem jeweiligen Forschungs- und Projektgegenstand angemessen ist. Wichtig ist deshalb eine genaue Auflistung der beabsichtigten Methoden. Bevorzugt gefördert werden im Einzelfall Projekte mit einer Kombination quantitativer und qualitativer Methoden.

5. Realisierung des geplanten Projektes

Erforderlich ist eine genaue Auflistung der berücksichtigten Untersuchungsschritte. Das Verhältnis zwischen Untersuchungsfragen und -aufbau muss in sich schlüssig sein. Generell wird vorausgesetzt, dass die geplanten Untersuchungen auch faktisch realisierbar sind, besonders im Hinblick auf den zeitlichen und den finanziellen Rahmen.

6. Für die Vergabe von Projekten sind auch forschungsökonomische Gesichtspunkte von Bedeutung.

Die LfM erwartet von den Projektnehmern keine Subordination wissenschaftlicher unter wirtschaftliche Kriterien. Bearbeitungsaufwand, -ergebnisse und -etat müssen indessen in einem angemessenen Verhältnis zueinander stehen. Werden die der Untersuchung zugrunde liegenden Fragestellungen und die methodischen Vorgehensweisen als sinnvoll erachtet, so wird innerhalb dieser vorgegebenen Rahmenbedingungen nach dem Kriterium der Forschungsökonomie ausgewählt werden. Hiermit ist nicht nur die Höhe der beantragten Gelder gemeint. Der Begriff der Forschungsökonomie umfasst vielmehr die Verwendung der Gelder, die Kooperation mit anderen wissenschaftlichen Untersuchungen und den Rückgriff auf eine bereits vorhandene forschungstechnische Ausstattung der Antragsteller (hierzu gehören z. B. Rechneranlagen und Erhebungsgeräte).

II. Problemaufriss

Der Prozess der zunehmenden Durchdringung privater und beruflicher Lebensbereiche durch digitale Medien betrifft auch den professionellen Journalismus. Dabei sind die Rahmenbedingungen journalistischen Arbeitens und die Generierung von Inhalten ebenso wie das Journalismussystem insgesamt berührt. Die klassischen publizistischen Medien Zeitung, Radio und Fernsehen verfügen nicht länger über das alleinige Kommunikatormonopol für eine Öffentlichkeit, die nur passiv rezipiert. Die Deutungshoheit bei der Vermittlung aktueller Informationen liegt nicht mehr nur in der Hand professioneller Journalisten. Vielmehr konkurrieren sie heute mit einer Vielzahl von Informations- und Diskussionsarenen im Internet.

Speziell im Online-Journalismus existieren neue, andersartige Möglichkeiten der Kommunikation und Interaktion durch kollaborative Angebotsformen, durch die der Nutzer zum Co-Autor wird. Hinzu kommen neue technische Möglichkeiten, die die Arbeitsroutinen von Journalisten beeinflussen: Bestimmte Abläufe werden – etwa durch Websoftware, die Datenbanken durchsucht und die Ergebnisse aufbereitet – automatisiert und Rechercheergebnisse durch Such-Algorithmen gefiltert. Neben diesen maßgeblich durch die Digitalisierung bedingten Entwicklungen und Veränderungen wird die Diskussion um die Wandlung des Journalismus insbesondere aufgrund des massiven Ökonomisierungsdrucks, mit dem die Redaktionen konfrontiert sind, geführt. Wegbrechende Anzeigenmärkte, die Senkung der Einstiegsgehälter für Nachwuchsjournalisten und schrumpfende Redaktionsbudgets werden vielfach als weitere Indizien für die mangelnde Wertschätzung journalistischer Leistungen interpretiert. Mit Blick auf den Strukturwandel, in dem sich der professionelle Journalismus vor diesem Hintergrund zu befinden scheint, stellt sich auch die Frage nach der Zukunft des Journalismus: Es herrsche, so etwa Stephan Weichert in der *Publizistik* vom Dezember 2011, eine „spürbare Verunsicherung, ob die Medienzukunft überhaupt noch den strukturellen, medienpolitischen und monetären Rückhalt für einen gleichermaßen hochwertigen wie hochqualifizierten Journalismus bietet“.

Vor dem Hintergrund der Herausforderungen, die sich mit Blick auf die zunehmende Bedeutung des Internets für Journalisten stellen, hat sich die LfM mit dem Fokus auf die journalistische Recherche im Internet bereits 2008 befasst. Die Ergebnisse der Studie „Journalistische Recherche im Internet“ machen deutlich, dass das Internet gegenüber den klassischen Recherchemitteln vor allem dort an Bedeutung gewinnt, wo es Rechercheaufgaben effizienter erledigen hilft und neue Möglichkeiten eröffnet. Auch das vielfach unhinterfragte Übernehmen von Online-Quellen ohne vertiefende Nachrecherche sowie die verstärkte Selbstreferentialität im Journalismus wurden deutlich. Des Weiteren wurde im Rahmen einer 2010 veröffentlichten Studie dem Einfluss des Microblogging-Dienstes Twitter auf den professionellen Journalismus nachgegangen und vielfältige Komplementärbeziehungen, nicht aber ein Konkurrenzverhältnis herausgestellt. Hauptsächlich werde jedoch – so ein zentrales Ergebnis der Studie – in Twitter das bereits journalistisch Thematisierte kommentiert, nur ausnahmsweise aber über Twitter von Nicht-Journalisten exklusiv berichtet.

Die Ergebnisse dieser Studien sowie deren zugrunde liegenden Daten stehen zur Konzeption eines neuen Forschungsprojekts zur Verfügung. In diesem soll sich unter Einbeziehung der aktuellen fachwissenschaftlichen Diskussion und Literatur mit den Konsequenzen, die die Digitalisierung für den professionellen Journalismus hat, umfassend auseinandergesetzt werden. Die Bedeutung dieser Veränderungen und Prozesse soll dabei insbesondere mit Blick auf den Journalismus als Faktor der öffentlichen Meinungsbildung abgeschätzt und bewertet werden. Bei der Bearbeitung des Themas soll der Fokus auf den im Folgenden skizzierten Schwerpunktbereichen liegen:

Partizipation und professioneller Journalismus

Mit Blick auf die Bürgerbeteiligung und das aktuell viel diskutierte Prinzip des Crowdsourcing, mit dem die Auslagerung von Arbeits- und Kreativprozessen an die „Masse“ der Internetnutzer beschrieben wird, ist zu fragen, welche Konsequenzen solche Partizipationsformen für den professionellen Journalismus haben. Die „Crowd“ partizipiert und kommt zum Teil ungefiltert zu Wort, das Internet bietet Bürgerinnen und Bürgern die Chance, ihre Meinungen öffentlich zu artikulieren. So genannte „Citizen Journalists“ liefern Informationen zu aktuellen Ereignissen, und Soziale Netzwerke finden Eingang in die aktuelle Berichterstattung. Mit einem im Vergleich zu traditionellen Massenmedien breiteren Themenspektrum, einem weit vernetzten Kreis an Mitwirkenden – aktive Facebook-Nutzer, aktiver Twitter-Nutzer und Blogger – und einer schnelleren Berichterstattung und Kommentierung der Ereignisse werden die Chancen sozialer Medien für den Journalismus deutlich. Soziale Netzwerke im Journalismus: Interaktion, alternative Themen, neues Publikum. Mit Blick auf die sehr unterschiedliche Qualität der Beiträge, Fragen der Glaubwürdigkeit und Transparenz der Quellen sowie die teils mangelnde Sorgfalt in der Recherche wird aber ebenso deutlich, dass sich mit dem User Generated Content auch Herausforderungen stellen. Zudem benötigen Laienkommunikatoren Stellen im Netz, an denen sie mit Aufmerksamkeit und Resonanz rechnen können, um überhaupt wahrgenommen zu werden. Das Forschungsprojekt soll sich diesen neuen Beteiligungsformen insbesondere unter folgenden Fragestellungen widmen:

Hinsichtlich der Möglichkeiten und Formen der Partizipation sind Konsequenzen für die Entstehungsprozesse und Produktionsmechanismen journalistischer Inhalte zu vermuten. Dies führt zur Frage, ob und inwieweit das Prinzip des Crowdsourcing die Entstehungsprozesse von journalistischen Inhalten verändert. Agiert die „Crowd“ bspw. als möglicher Inhalte- und Stichwortgeber für das klassische Mediensystem? Außerdem könnten Darstellungs- und Präsentationsformen sowie Qualitäts- und Selektionskriterien berührt werden: Welchen Einfluss hat der User Generated Content auf die Agenda (das Agenda-Setting) sowie die Darstellungs- und Präsentationsformen der klassischen Massenmedien? In welcher Weise verändern sich durch Formen der Partizipation journalistische Selektions- und Qualitätskriterien? Konsequenzen sind auch mit Blick auf das Berufsbild sowie das Rollenverständnis zu vermuten: Inwieweit verändert sich das Berufsbild des professionellen Journalisten, wird er mehr und mehr zum Kurator? Bleiben Bewertung, Einordnung und sinnhafte Verdichtung wesentliche Aufgaben des professionellen Journalisten oder wird er – wie etwa Kai Biermann von Zeit Online seine Rolle beschreibt – vom Mülltrenner zum Müllmann, der die Masse der User das für sie Relevante aussortieren lässt? Wie lässt sich das Rollen- und Selbstverständnis professioneller und amateurhafter Akteure in diesem Feld beschreiben (Journalist vs. Blogger)? Schließlich stellt sich daran anknüpfend auch die Frage, wodurch es dem Journalismus gelingen kann, seine professionelle Kompetenz gegenüber einer Vielzahl neuer Anbieter und Kommunikatoren im Internet unter Beweis zu stellen. Anders gefragt: Wie kann der Kern journalistischer Leistung auch ins Netz transferiert werden?

Automatisierung des Journalismus: Trends und Tendenzen

Neben neuen Partizipationsmöglichkeiten, die einen Einfluss auf das Feld des professionellen Journalismus haben, wirken sich insbesondere auch technologische Innovationen auf die journalistische Arbeit aus. Welche (neuen) Anforderungen stellen sich Journalisten in einem zunehmend computerisierten Arbeitskontext, in dem automatisierte Websoftware Datenbanken abfragt, bearbeitet und wiedergibt? Beispielhaft können diese Veränderungen und Herausforderungen anhand des so genannten „Datenjournalismus“ sowie der wachsenden Bedeutung von Algorithmen für journalistische Arbeitsprozesse nachvollzogen werden. Journalisten sind mit immer größer werdenden Datenmengen konfrontiert. Der Datenjournalismus – geprägt vom im Bereich des qualitativ hochwertigen Online-Journalismus Maßstäbe setzenden britischen Guardian als Data Driven Journalism (DDJ) – beruht auf dem Zugänglichmachen von großen Datenmengen durch Navigationshilfen und Visualisierung. Der „Datablog“ des Guardian oder datenjournalistisch aufbereitete Themen wie bspw. „The hidden life of guns“ der Washington Post gelten als in diesem Bereich wegweisende Beispiele. Grundlagen für die datenjournalistische Aufbereitung von Themen sind neben der öffentlichen Zugänglichkeit von Daten etwa aus Politik, Verwaltung, Wirtschaft oder Wissenschaft (Stichwort: Open Data) die Werkzeuge zur Auswertung und Visualisierung. Datenjournalismus bedeutet also nicht nur die Recherche in Datenbanken, sondern die Sammlung, Aufbereitung, Analyse und Publikation von Informationen sowie ihre Verarbeitung in journalistischen Darstellungsformen. Die Entwicklung zum Datenjournalismus wird bereits als einer der entscheidenden Zukunftstrends des Journalismus diskutiert. Des Weiteren ist der wachsende Einfluss automatisierter (Such)-Algorithmen auf die journalistische Arbeit und ein Trend zur algorithmusbasierten Inhalteproduktion zu beobachten: Wenn Journalisten für ihre Recherche hauptsächlich Suchmaschinen verwenden, die auf automatisierten Ranking-Algorithmen beruhen, dann haben die Selektionsmechanismen der Algorithmen zumindest indirekt einen großen Einfluss auf die öffentliche Kommunikation. Algorithmen sind dabei einerseits Recherchewerkzeuge und Hilfsmittel in der journalistischen Arbeit, andererseits beeinflussen sie auch das Produkt, die Nachrichten und ihre Veröffentlichung selbst. Datenjournalismus und die algorithmusbasierte Inhalteproduktion sind Beispiele von Automatisierungstendenzen im Journalismus. Welche Fragen stellen sich mit Blick auf Phänomene der Automatisierung im Journalismusbereich insgesamt? Welche Trends und Tendenzen sind sichtbar, welche davon sind aber möglicherweise zwar für den US-amerikanischen oder britischen, nicht aber für den deutschen Journalismus relevant? Eine systematische Aufarbeitung und Beschreibung der Formen von Automatisierung, die den professionellen Journalismus derzeit beeinflussen, steht noch aus. Im Sinne einer Bestandsaufnahme soll das Forschungsprojekt daher grundlegende Formen der Automatisierung systematisieren und in ihrer Bedeutung für journalistische Arbeitsweisen beschreiben und einordnen.

Vor dem Hintergrund der skizzierten Schwerpunktbereiche unter den Aspekten Partizipation und Automatisierung sollen neben einer systematischen Bestandsaufnahme auch Prognosen zur Zukunft des Journalismus sowie seiner zukünftigen Positionierung herausgearbeitet

werden. Mit Blick auf den Journalismus als Faktor der öffentlichen Meinungsbildung ist dabei insbesondere zu fragen, welche Bedeutung die geschilderten Entwicklungen für den Prozess der öffentlichen Meinungsbildung haben. Es stellt sich dabei auch die übergeordnete Frage, wie künftig die Leistungen des Journalismus für das demokratische System (Public Value) zu gewährleisten sind und was mögliche (Zukunfts-)Perspektiven und Handlungsmöglichkeiten sein könnten. Wie könnte bspw. ein systematisches Innovationsmanagement im Bereich des Journalismus gestaltet sein, mit dem neue technische Möglichkeiten erprobt und flexibel auf Publikumserwartungen eingegangen werden kann? Wie und auf welcher Ebene könnten Nutzer in sinnvoller Weise eingebunden werden? Auf der Basis der Ergebnisse des Forschungsprojekts sollen konkrete Handlungsempfehlungen für die LfM abgeleitet werden. Diese werden insbesondere mit Blick auf die journalistische Aus- und Weiterbildung sowie den Bereich der Medienkompetenzförderung erwartet.

Der Projektantrag soll ein mit Blick auf die Fragestellung und die formulierten Schwerpunkte innovatives Methodendesign vorschlagen, um sich dem Gegenstand aus unterschiedlichen Perspektiven bestmöglich zu nähern. Dabei soll die Spannweite des Journalismus aufgezeigt werden, um einen Überblick darüber zu bekommen, in welchem journalistischen Organisationsbereich bzw. Medientyp und auf welcher Ebene der Berichterstattung die beschriebenen Entwicklungen in welchem Maße bedeutsam und relevant sind. Ziel des Forschungsprojekts ist es auch zu eruieren, wie stark und von welchen Tendenzen die journalistische Alltagspraxis gegenwärtig besonders beeinflusst wird und inwiefern ein entsprechendes Problembewusstsein vorhanden ist. Dieser Überblick soll durch vertiefende Fallstudien ergänzt werden. Bei der Anlage des methodischen Vorgehens sollen unterschiedliche strukturelle Rahmenbedingungen sowie medien- und arbeitsspezifische Kontexte der Journalisten berücksichtigt werden. Es soll zudem geprüft werden, inwiefern über die Kommunikationswissenschaft hinausgehende Disziplinen (bspw. juristische, ökonomische oder technische Perspektiven) zur Bearbeitung des Forschungsprojekts sinnvollerweise einzubringen sind.

Angesichts der Breite der Fragestellung wird erwartet, dass der Beschreibung des methodischen Vorgehens erste forschungsleitende Hypothesen vorangestellt werden.

Für das Forschungsprojekt stehen bis zu 150.000,- € (inkl. MwSt.) zur Verfügung. Eine Laufzeit von insgesamt 15 Monaten soll nicht überschritten werden.

Bitte beachten Sie Folgendes:

Die Vergabe des Projektes soll in der Form einer **werkvertraglichen Vereinbarung** erfolgen, auf die zunächst die allgemeinen Regeln des Werkvertragsrechts Anwendung finden.

Bitte achten Sie darauf, dass **aus dem Antrag eindeutig hervorgeht, wer Antragsteller ist**, d. h. welche natürliche oder juristische Person bzw. Personen sich um die Projektvergabe bewerben. Die LfM weist darauf hin, dass im Falle einer Vergabe der Vertrag nur mit dem/der Antragstellenden geschlossen werden kann, die im Antrag benannt ist/sind. Soll der Antrag für juristische Personen gestellt werden, geben Sie bitte zusätzlich zu der genauen Bezeichnung und den gesetzlichen Vertretern dieser Personen auch an, wer die Projektleitung innehaben soll.

Das detaillierte Projektkonzept sollte neben Ausführungen zum Vorgehen einen Zeit- und Kostenplan beinhalten.

Bitte beachten Sie, dass die LfM davon ausgeht, dass der Auftragnehmer auch für Koordinierungs- bzw. Informationsgespräche zur Verfügung steht, der Erstellung des Konzeptes für die Vermittlung des Forschungsvorhabens sowie zu Pressemitteilungen zuarbeitet, an Veranstaltungen, die der Vermittlung des Forschungsvorhabens, insbesondere der Vorstellung vor den Gremien der LfM oder der Fachöffentlichkeit dienen, teilnimmt und Textvorlagen für die Vermittlung des Forschungsprojektes auf der Homepage der LfM zuliefert. Soweit sich aus diesen Verpflichtungen Reisekosten ergeben, sollte die Kostenkalkulation im Antrag die Kosten für die **Teilnahme an bis zu vier Koordinations- bzw. Informationsgesprächen** berücksichtigen, da eine gesonderte Vergütung von Reisekosten allenfalls dann erfolgen kann, wenn im gegenseitigen Einvernehmen mehr als vier solcher Gespräche vereinbart werden. Soweit im Kostenplan Reisekosten enthalten sind, haben sich diese am **Landesreisekostengesetz NRW** zu orientieren.

In dem Kostenplan ist die **ggf. abzuführende Umsatzsteuer** auszuweisen. Sollten hierzu keine Angaben gemacht werden, geht die LfM davon aus, **dass in der genannten Summe die ggf. abzuführende Umsatzsteuer enthalten ist.**

Wesentlicher Bestandteil der zu erbringenden Leistungen ist die **Einräumung bzw. Übertragung von ausschließlichen, uneingeschränkten Nutzungsrechten** an den entstehenden urheberrechtlich und gewerblich geschützten Leistungen, zeitlich unbegrenzt, weltweit in allen Sprachen und auf Dritte frei übertragbar an den Auftraggeber. Daher geht die LfM davon aus, dass im Falle der Umsatzsteuerpflicht der **ermäßigte Umsatzsteuersatz von zurzeit 7 %** zugrunde gelegt wird (§ 12 Abs. 2 Ziff. 7 c) UStG).

Es wird vorausgesetzt, dass der Antragsteller die für die Erstellung der Leistung erforderlichen Urheber- und Leistungsschutzrechte erworben hat bzw. rechtzeitig im Laufe der Herstellung der wissenschaftlichen Arbeit erwerben und die LfM von Ansprüchen Dritter aus Verletzung von Urheber- und Leistungsschutzrechten freistellen wird.

Die Auszahlung der vereinbarten Vergütung erfolgt jeweils nach Rechnungsstellung und Abnahme der vereinbarten Leistung bzw. Teilleistung durch die LfM.

Dem Antrag ist eine ein- bis zweiseitige Zusammenfassung beizufügen.

Ende der Ausschreibungsfrist ist Freitag, der 30. März 2012 (Datum des Poststempels).

Anträge dürfen nicht – auch nicht ergänzend – per Fax oder per E-Mail eingereicht werden.

Für Rückfragen steht Ihnen bei der Landesanstalt für Medien NRW Frau Dr. Dörte Hein unter der Tel.-Nr. 0211/77007-168 oder per E-Mail (info@lfm-nrw.de) zur Verfügung.

Sollte das Projekt Ihr Interesse finden, übersenden Sie Ihre Unterlagen in einem verschlossenen Umschlag an folgende Anschrift:

Landesanstalt für Medien NRW, Bereich Förderung, **Kennwort: „Ausschreibung: Journalismus unter digitalen Vorzeichen“**, Postfach 103443, 40025 Düsseldorf.

Bei persönlicher Übergabe können Sie den Projektantrag bei der Landesanstalt für Medien NRW unter der Adresse Zollhof 2, 40221 Düsseldorf, einreichen. Bitte geben Sie unbedingt das Kennwort an!