

Audience Research (K001390)

Cursusomvang (nominale waarden; effectieve waarden kunnen verschillen per opleiding)

Studiepunten 6.0

Studietijd 180 u

Aanbodsessies in academiejaar 2024-2025

Lesgevers in academiejaar 2024-2025

Aangeboden in onderstaande opleidingen in 2024-2025

stptn

aanbodsessie

Onderwijstalen

Engels

Trefwoorden

Kwalitatieve onderzoeksmethoden, publieksonderzoek, stakeholderbevragingen, (digitale) etnografie, interviews, en focusgroepen

Situering

Publieksonderzoek heeft doorheen de rijke geschiedenis van communicatiewetenschappelijk onderzoek steeds het beeld van een goedgevolgd en homogeen publiek ontkend en genuanceerd. De vergevorderde 'mediatisering' en 'dataficatie' van onze huidige samenleving zouden evenwel kunnen leiden tot een reducering van de stem en het belang van het publiek in onderzoek. De klemtoon ligt veelal op hoe het publiek wordt gecommuniceerd en de maatschappelijke realiteit ondergaat (als je niet betaalt, dan ben je het product) of hoe hun gedragingen aan de hand van de vele online beschikbare datapunten kunnen worden voorspeld. In deze cursus staat het publiek in zijn diverse gedaantes en vormen als stakeholder, ontvanger, consument, ..., centraal en wordt gefocust op de recentste ontwikkelingen binnen de publieksstudies. Er wordt een overzicht gegeven van verschillende onderzoeksmethoden die toelaten ervaringen, percepties, en alledaagse betekenissen van publieken te bestuderen.

Inhoud

De cursus start met een historische situering van publieksstudies. Daarna wordt er aan de hand van verschillende modules dieper ingegaan op specifieke onderzoeksmethoden (bv. module rond (digitale) etnografie; module rond (online) focusgroepen en diepte-interviews). In elke module krijgen de studenten inzicht in de basisterminologie, enkele cases en concrete hands-on technieken. Studenten zullen leren hoe ze zelf publieksanalyses dienen uit te voeren.

Begincompetenties

Dit opleidingsonderdeel bouwt verder op kennis uit de opleidingsonderdelen: Communicatiewetenschap (Ba1), Methodologie van de Sociale Wetenschappen (Ba1), Inleiding Kwalitatieve Analyse (Ba2) en Kwalitatief Onderzoeksdesign (Ba2).

Eindcompetenties

- 1 De student kan een valide wetenschappelijke onderzoeksvraag formuleren over een onderwerp dat betrekking heeft op de analyse van publieken.
- 2 De student weet hoe hij/zij een wetenschappelijk en methodologisch correct onderzoeksdesign moet opzetten.

- 3 De student beschikt over de methodologische kennis en vaardigheden van dataselectie, -verwerking en -analyse om zelfstandig een publieksanalyse uit te voeren.
- 4 De student heeft een onderzoekende, probleemgeoriënteerde en kritische houding ten opzichte van de mediagerelateerde fenomenen en de wetenschappelijke onderzoeksresultaten daarover.
- 5 De student herkent het gelaagde en complexe karakter van het veranderende publiek.
- 6 De student is in staat om zijn/haar onderzoek duidelijk en beknopt over te brengen naar medestudenten.
- 7 De student is in staat om met succes een publieksonderzoek in groepsverband uit te voeren.

Creditcontractvoorwaarde

Toelating tot dit opleidingsonderdeel via creditcontract is mogelijk na gunstige beoordeling van de competenties

Examencontractvoorwaarde

Dit opleidingsonderdeel kan niet via examencontract gevolgd worden

Didactische werkvormen

Toelichtingen bij de didactische werkvormen

Deze cursus combineert verschillende didactische werkvormen:

Hoorcollege: geeft een inleiding tot de belangrijkste methoden, methode-gerelateerde theorieën en concepten, en de hedendaagse debatten in het onderzoek naar publieken.

Werkcollege (geleide oefeningen) en practicum: de docenten coachen studenten in het leren gebruiken van bepaalde methoden om publieken te analyseren.

Groepswerk: kleine groepen studenten werken samen aan een publieksanalyse. Onder begeleiding van de docenten dragen ze bij aan de verschillende onderzoeksfases van een volwaardige analyse, en presenteren ze de bevindingen daarvan in een academisch rapport.

Zelfstandig werk: in het kader van het groepswerk zal iedere student een onderdeel zelfstandig uitvoeren en verwerken in het rapport.

Begeleide zelfstudie: studenten verwerken en beoordelen individueel en zelfstandig aanvullende wetenschappelijke literatuur die betrekking heeft op de inhoud van de cursus, als voorbereiding op de hoorcolleges.

Studiemateriaal

Geen

Referenties

- Ang I. (1990). *Desperately Seeking the Audience*. London: Routledge.
- Bird S. Elizabeth (2003). *The Audience in Everyday Life: Living in a Media World*. New York: Routledge.
- Livingstone, S. (2019). Audiences in an Age of Datafication: Critical Questions for Media Research. *Television & New Media*, 20(2), 170–183.
- Pink, S. et al. (2016). *Digital ethnography: Principles and practice*. London Sage publications.
- Salmon, E. (2022). *Doing qualitative research online*. London: Sage publications.

Vakinhoudelijke studiebegeleiding

Interactieve ondersteuning via Ufora (informatie over examens, bijkomende documenten...)

Begeleiding op afspraak

Evaluatiemomenten

niet-periodegebonden evaluatie

Evaluatievormen bij periodegebonden evaluatie in de eerste examenperiode

Evaluatievormen bij periodegebonden evaluatie in de tweede examenperiode

Evaluatievormen bij niet-periodegebonden evaluatie

Tweede examenkans in geval van niet-periodegebonden evaluatie

Examen in de tweede examenperiode is enkel mogelijk in gewijzigde vorm

Toelichtingen bij de evaluatievormen

Deze cursus maakt gebruik van permanente evaluatie (d.w.z. peer-evaluatie, presentaties, en werkstukken).

De studenten worden geacht deel te nemen aan de werkcolleges en practica en werken in kleine groepen aan hun groepsopdracht. Ze stellen vervolgens een rapport op waarin de resultaten van de opdracht worden gepresenteerd.

Eindscoreberekening

Permanente evaluatie (100%) op basis van groepswerk (80%) en individueel werk (20%).

Faciliteiten voor werkstudenten

Dit opleidingsonderdeel voorziet geen faciliteiten voor werkstudenten gezien de vereiste participatie in een groepsopdracht en een aantal lessen waarbij aanwezigheid verplicht is.