

MedienJournal

Heft 1/2009: Visuelle Unternehmenskommunikation

Alexander Berzler

Visuelle Kommunikation im Kontext der Marken- und Unternehmenskommunikation 3

Olaf Hoffjann

Visualisierung als Strategie der Aufmerksamkeitsgewinnung in der Unternehmenskommunikation 21

Ursula Stalder/Michael Boenigk

Out-of-Home-Displays: Digitale Markenkommunikation im öffentlichen Raum 33

Alexander Berzler

Visuelle Kommunikation im Kontext der Marken- und Unternehmenskommunikation

Abstract

The purpose of the present paper is to define the field "Corporate Visual Communication" by discussing the points of intersection between the areas "Visual Communication" and "Corporate Communications". In the context of organizational communication the term "visual communication" subsumes all strategic-visual communication measures which are sent out for accomplishing a company's goal. Due to this broad perspective the article provides a wide-ranging and categorised compilation of these visual means. Furthermore, the paper presents a model of corporate visual communication which divides the field in two components: corporate design and communication design. Considering the fact that the usage of visual means in the present context is mainly persuasive, the author then discusses the strategic functions of visual communication for organisations and brands.

Olaf Hoffjann

Visualisierung als Strategie der Aufmerksamkeitsgewinnung in der Unternehmenskommunikation

Abstract

The article focuses on a central achievement of visual communication in the corporate communication which has been neglected so far: the attraction of attention. First, will be especially examined the question of how the visualization for the purpose of attracting attention can contribute to the media relations. Here, the functions of PR images for the purpose of attracting attention will be examined. Following, the advertising will be included in a widening and comparative perspective. Here, it must be questioned whether an integrated communication of images will make an additional contribution to the attraction of attention.

Ursula Stalder/Michael Boenigk

Out-of-Home-Displays: Digitale Markenkommunikation im öffentlichen Raum

Abstract

The continuous development of digital media has stepped up the pace at which brands are being accepted as an integral part of urban environments. This article relies on an empirical approach and argues that the way in which the content and design of visual elements impacts the immediate environment and recipients' requirements constitutes the critical success factors determining the use of digital media as encountered in the public realm. Moreover the identity of the brand and the fit with existing brand communication must be taken into account as well. Digital media in urban environments are found in the form of ad screens, signage systems, claddings, and media architecture.

Heft 2/2009: Digitale Spielewelten

Christina Schumann/Sven Jöckel/Jens Wolling

Wertorientierungen in Gilden, Clans und Allies. Eine interkulturelle Analyse über den Einfluss jugendlicher Wertvorstellungen auf Spielergemeinschaften in Ungarn und Deutschland 4

Gerit Götzenbrucker/Margarita Köhl

Spielerkarrieren, Motive und Soziale Netzwerke von Langzeit-Online-RollenspielerInnen in Österreich 19

Hanns Peter Glock

Gamers connected: Online-Computer- und Konsolen-Spiele und ihre Kommunikations- und Beziehungsstrukturen 34

Axel Kuhn

Einfluss sozialer Interaktion auf Flow-Erleben in virtuellen Wirklichkeiten 45

Christina Schumann/Sven Jöckel/Jens Wolling

Wertorientierungen in Gilden, Clans und Allie. Eine interkulturelle Analyse über den Einfluss jugendlicher Wertvorstellungen auf Spielergemeinschaften in Ungarn und Deutschland

Abstract

This empirical study focuses on the question whether value orientations of adolescent gamers can explain the way they organise their life in a virtual gaming community. In this context value orientations were defined as determinants of actions. The organisational structure of a virtual gaming community and the in-game behaviour of the adolescents were operationalised as dependent variables.

Data was collected by way of a paper&pencil questionnaire among German (N=441) and Hungarian (N=343) adolescents. The results show that especially the decision of participating in a democratic organised gaming community can be explained by a hedonistic value orientation in Germany and a humanistic value orientation in Hungary. In-game behaviour however could only be explained partially. The results and further research questions are discussed.

Der vorliegende Beitrag widmet sich der Frage, ob Wertvorstellungen von jugendlichen Computerspieler/innen die unterschiedlichen Formen des Zusammenlebens in virtuellen Spielergemeinschaften erklären können. Auf Basis der Definition von Wertorientierungen als handlungsleitende Kategorien wurde vermutet, dass Wertorientierungen a) die Entscheidung für spezifisch organisierte Spielergemeinschaften und b) das Spielverhalten innerhalb virtueller Welten erklären können. Methodisch wurden in einer kulturvergleichenden Studie Schüler/innen in Deutschland (N=441) und Ungarn (N=343) schriftlich befragt. Die Ergebnisse zeigen, dass insbesondere Zusammenhänge zwischen der Entscheidung für spezifische Organisationsstrukturen von Spielergemeinschaften und den Wertvorstellungen der Spieler/innen bestehen. Den stärksten Einfluss haben Werte auf die Wahl einer demokratisch-diskursiven Organisationsstruktur, die durch eine hedonistische (Deutschland) bzw. humanistische (Ungarn) Wertorientierung erklärt werden kann. Die entsprechenden Zusammenhänge für die Erklärung des Spielverhaltens hingegen waren schwächer ausgeprägt. In einem Ausblick werden diese Befunde diskutiert sowie Anknüpfungspunkte für weitere Forschungen dargestellt.

Gerit Götzenbrucker/Margarita Köhl

Spielerkarrieren, Motive und Soziale Netzwerke von Langzeit-Online-RollenspielerInnen in Österreich

Abstract

Computer game studies are still lacking research into long-term gaming. This article yields insights into gamers' careers, for 15 out of 40 online gamers were interviewed once again after a ten-year period of time. In the former study 1999 these gamers were asked about their motives, lifestyles and social relations – non virtual as well as virtual friendships. The research results of the actual study lead to the conclusion, that especially role-play based online gaming supports the establishment as well as maintenance of social relationships (within games and in some cases out of game). Still active gamers show game related ties and bonds at least – but also gamers, who abandoned gaming due to changes of lifestyle, have kept up some game based friendships until these days.

Da in der Computerspieleforschung Studien zu Langzeiteffekten des Spielens fehlen, sind die im vorliegenden Beitrag explorierten Veränderungen im Laufe von Spielerkarrieren (noch) keinen internationalen Forschungsergebnissen gegenüberzustellen. In einer Studie vor zehn Jahren wurden 40 Online-SpielerInnen zu ihren Spielgewohnheiten, Motiven, Lebensstilen und sozialen Beziehungen mit dem Ergebnis befragt, dass dem Online-Spielen durchaus sozialintegrative Komponenten innewohnen. Es erwies sich als naheliegend, diese SpielerInnen erneut zu befragen, wobei 15 in ein Intensivinterview einwilligten. Wie sich die noch aktiven SpielerInnen ihre Spielzeit einteilen, welche Strategien der Spielausübung sie entwickelt haben und wie sich ihre Motivlagen und sozialen Beziehungen verändert haben, scheint dabei ebenso von Interesse für zukünftige Studien zu sein, wie Gründe für den Ausstieg aus dem Spielalltag.

Hanns Peter Glock

Gamers connected: Online-Computer- und Konsolen-Spiele und ihre Kommunikations- und Beziehungsstrukturen

Abstract

Online computer games have been the topic of the work of scientists for a long time; by now also gaming consoles have been established as online platforms, though the three console manufacturers, Microsoft, Nintendo and Sony, offer different online concepts. The following paper will first give a theoretical approach to Computer Mediated Communication (CMC) and its influence on the gaming experience as well as the relation between the players and then further bring this theory into practical context. Two hypotheses have been verified by the means of an online survey (n=259) according to which different gaming systems create different relation and communication structures which have influence on the gaming duration. These hypotheses have been proven correct for the observed sample, but for general prove further studies would be indispensable.

Online Computerspiele sind seit langem im Fokus der Wissenschaft; mittlerweile haben sich aber auch Spielkonsolen als Online-Plattformen etabliert, wobei die Konsolen-Hersteller Microsoft, Nintendo und Sony unterschiedliche Online-Konzepte offerieren. Die vorliegende Arbeit gibt einen theoretischen Abriss über computervermittelte Kommunikation (CMC) und ihre Auswirkungen auf das Spielerlebnis sowie die Bindung zwischen den Spielenden, welche anschließend in Kontext zu den Spielsystemen gesetzt wird. Zwei Hypothesen werden im Rahmen einer Online-Befragung (n=259) überprüft, wonach die unterschiedlichen Spielsysteme unterschiedliche Beziehungs- und Kommunikationsstrukturen entstehen lassen, welche Einfluss auf die Spieldauer haben. Diese Hypothesen haben sich für die Stichprobe bestätigt, für eine Generalisierung sind aber weitere Forschungen unumgänglich.

Axel Kuhn

Einfluss sozialer Interaktion auf Flow-Erleben in virtuellen Wirklichkeiten

Abstract

Flow Theory can be seen as a capable instrument to explain involvement and immersion in interactive perceptual spaces. This immersion, which can be primarily explained by achievements in chains auf activity, is actually changing and increasing by the fusion of these perceptual spaces with social spaces in online games. In this article is shown, that Flow in such virtual spaces can barely be explained by traditional Flow-Types in computer-games but rather is diversified by the influence of social interaction. Flow may be boosted by virtual communities and social playing but is also more sensitive for breaking up by social problems. This is exemplified by the Massive Multiplayer Online Role Playing Game *World of Warcraft*.

Flow-Theorie erscheint als geeignetes Instrument, die Einbindung von Computerspielern in interaktive Wahrnehmungsräume zu erklären. Die insbesondere über das Leistungsprinzip erzeugte Immersion über Handlungsketten während der Rezeption erfährt gegenwärtig durch die Verbindung solcher Wahrnehmungsräume mit Sozialräumen eine Veränderung und Steigerung. Im Folgenden wird aufgezeigt, dass Flow in solchen virtuellen Spielwelten nicht allein durch bisherige Ansätze erklärt werden kann, sondern sich über soziale Interaktion verändert. Flow-Erleben kann sich über virtuelle Gemeinschaften und soziale Spielformen verstärken, wird gleichzeitig aber anfällig für Brüche durch soziale Probleme. Dies wird beispielhaft am Massive Multiplayer Online Roleplaying Game World of Warcraft skizziert.

Heft 3/2009: *Aktuelle Herausforderungen der Medienpädagogik*

Gudrun Marci-Boehncke/Matthias Rath

Wissenschaftskonvergenz Medienpädagogik. Medienkompetenz als Schnittfeld von Medienpädagogik, Kommunikations- und Medienwissenschaft und anderer Wissenschaften 11

Ramón Reichert

Das E-Portfolio. Zur Medialisierung von Selbstpraktiken 26

Andrea Dürager/Ingrid Paus-Hasebrink

Neue Medien – neue Herausforderungen. Zum Einsatz von und Umgang mit Informations- und Kommunikationstechnologien in Schulen mit Blick auf die Situation in Europa 43

43

Gudrun Marci-Boehncke/Matthias Rath

Wissenschaftskonvergenz Medienpädagogik. Medienkompetenz als Schnittfeld von Medienpädagogik, Kommunikations- und Medienwissenschaft und anderer Wissenschaften

Abstract

As regards the convergent structure of media convergence as an „object“ of scientific research it seems more than necessary to overcome a rather specific reception within the narrow borders of scientific disciplines and discourses. Convergent media structures need a convergent scientific practice and exchange. That does not mean, that media pedagogic is frazzling on its edges or that it loses its shape but it has to be understood as a consequence of a *scientific convergence* itself. This paper defines media pedagogic as a *convergent scientific discipline*. The *material object* is the unifying factor of a convergent scientific systematic whereas the *formal object* or the specific scientific perspective represents the differentiating factor. Despite the digital surrounding which makes research via internet so much easier – even with the possibility of overcoming old scientific borders – convergence right now has not advanced to a research paradigm even for the material object of convergence itself.

Angesichts der konvergenten Struktur des Objekts aller medien- und kommunikationswissenschaftlichen Zugänge ist eine Überwindung der fachspezifischen Begrenzung der Rezeption und des Diskurses zu fordern. Konvergente Medienstrukturen erfordern konvergente wissenschaftliche Praxis. Medienpädagogik als spezifische Wissenschaft „franst“ dabei nicht an den Rändern aus und wird auch nicht „entgrenzt“, sondern sie muss sich als Phänomen einer tiefergehenden *Wissenschaftskonvergenz* verstehen. Dieser Beitrag fasst Medienpädagogik daher als *konvergente Disziplin*. Dabei ist das *Materialobjekt* als der gemeinsame Faktor einer konvergenten Wissenschaftssystematik anzusehen, während das *Formalobjekt* oder die spezifische Perspektive einer Disziplin als differenzierender Faktor gilt. In der Wissenschaftspraxis scheint jedoch trotz Digitalisierung und Online-Zugänglichkeit vieler Quellen diese Konvergenz der Disziplin in der themenspezifischen Orientierung der Forschungsfelder noch nicht konsequent breit genutzt.

Ramón Reichert

Das E-Portfolio. Zur Medialisierung von Selbstpraktiken

Abstract

My investigation addresses the theories and practices of the electronic portfolio, also known as an e-portfolio or digital portfolio, that is a collection of electronic evidence assembled and managed by a user of social media. The paper proposes to analyze the multimedial technologies of subject formation in e-portfolios in relation to neoliberal discourse, and consider how, and with what effects, the web-2.0-portfolios produces subjectivity. While subject formation takes place in multiple and contradictory ways, and within and across a multiplicity of social networking sites, my article will focus on the historical, social and political contexts to examine the ways in which the discourse of evaluation enters into the production of subjectivity (creativity, visibility) and comes to operate at the level of desire in the area of conflict between a process of subjectivation and a process of de-subjectivation.

Der Beitrag befasst sich mit den Theorien und Praktiken des e-Portfolios im Social Web. Meine Kernthese ist, dass e-Portfolios eine neue Medienkultur der Selbstdarstellung generieren. Um den in Aussicht gestellten Stellenwert der medialen Technologien zur Herstellung von Kontrolle und Selbstkontrolle in einer subjektorientierten Bildungspädagogik beurteilen zu können, müssen historische, soziale und politische Kontexte der Technologien des Selbst Berücksichtigung finden. Die zunehmende Beachtung von e-Portfolios als kollektiver Diskurs- und Reflexionsraum verdeutlicht, dass sich das gegenwärtige Subjektivierungsregime in einer medialen Umbruchphase befindet, das neue Visibilitätszwänge, Kreativitätsimperative und Bewertungsprozeduren etabliert (sorting/ranking/voting generated content). In diesem Sinne unternimmt der folgende Beitrag den Versuch, die Konzepte des e-Portfolios im bildungsstrategisch relevanten Spannungsfeld zwischen Subjektivierung und Entsubjektivierung zu diskutieren.

Neue Medien – neue Herausforderungen. Zum Einsatz von und Umgang mit Informations- und Kommunikationstechnologien in Schulen mit Blick auf die Situation in Europa

Abstract

All over Europe, the use of computers and internet of adults as well as of children and teenagers has increased rapidly the last few years. Next to the private use at home the use of ICT in schools – as teaching aid as well as subject – gains in importance for young people. But there are differences in development within Europe. First of all, this article discusses the application of ICT in European schools and offers an overview about the ICT equipment in various European countries. Against this background, manifold possibilities and chances for the use and application of ICT are highlighted. Further, the task and role of teachers within the use of ICT in school is questioned. Teachers are confronted with major challenges in ICT supported classes. They have to show technical as well as pedagogical competencies and skills to ensure efficient, pedagogically adequate lessons. Therefore, ex-cathedra teaching is part of the past. Next to the chances of a new learning and teaching environment, the use of ICT in schools also comprises risks on different levels. These risks have to be perceived and noticed across Europe – as internet does not feature country borders. In this case, especially schools bear great responsibility.

In den letzten Jahren stieg die Computer- und Internetnutzung europaweit nicht nur von Erwachsenen, sondern auch von Kindern und Jugendlichen rapide an. Neben der privaten Nutzung gewinnt aber auch die Verwendung von IKT in Schulen – sowohl als Unterrichtsmittel als auch als Unterrichtsgegenstand – für junge Menschen an Bedeutung, auch wenn hier in Europa länderspezifische Unterschiede in der Entwicklung erkennbar sind. Der Beitrag diskutiert zunächst den Einsatz von IKT in europäischen Schulen und bietet einen Überblick über die Ausstattung mit Computern- und Internet in verschiedenen europäischen Ländern. Vor diesem Hintergrund beleuchtet er die vielfältigen Verwendungs- und Einsatzmöglichkeiten von IKT im Unterricht. Ferner fragt er nach den Aufgaben und der Rolle von Lehrenden im Umgang mit einem mediatisierten Unterricht. Lehrende werden durch einen IKT-gestützten Unterricht mit einer Fülle neuer Herausforderungen konfrontiert, sie müssen ihre Kompetenzen und Fähigkeiten – technisch wie pädagogisch – unter Beweis stellen, um einen effizienten, pädagogisch adäquaten Unterricht zu gewährleisten. Der Frontalunterricht früherer Zeiten gehört der Vergangenheit an. Daneben bringen der Umgang und die Auseinandersetzung mit IKT in Schulen jedoch nicht nur Chancen und Möglichkeiten neuen Lehrens und Lernens mit sich, sondern auch eine Fülle von Risiken und Gefahren auf unterschiedlichen Ebenen. Diese gilt es europaweit – das Internet kennt keine Ländergrenzen – zu erkennen und wahrzunehmen. Insbesondere der Schule kommt dabei eine besondere Verantwortung zu.

Heft 4/2009: Aspekte zwischen Fachentwicklung und Medienpraxis

Jens Tenscher/Anne Steinz

Digitaler Switch-Off für den öffentlichen Rundfunk? Ein deutsch-kanadischer Vergleich zur Rolle der Public Service Broadcaster in der digitalen Vielkanalwelt 3

Minas Dimitriou/Gerold Sattlecker/Thomas Gonaus/Erich Müller

Sportpolitische Diskurse in der Berichterstattung über die Bewerbung Salzburgs um die Olympischen Winterspiele 2014 19
Astrid Spatzier

Berufsfeld Public Relations – Professionalisierung durch Einbeziehung der Außenperspektive? 4

Jens Tenscher/Anne Steinz

Digitaler Switch-Off für den öffentlichen Rundfunk? Ein deutsch-kanadischer Vergleich zur Rolle der Public Service Broadcaster in der digitalen Vielkanalwelt

Abstract

Since their early set-up public service broadcasters (PSB's) have repeatedly given reason for public debates typically dealing with matters of media policy and PSB's „public value“. In recent times, this discussion has focused on new technologies of digital transmission and their impact on PSB's future role. Are public service broadcasters endangered by a digital switch-off at the beginning of the 21st century or are they going to open up new vistas to meet their social and political requirements in competition with private broadcasters? This paper offers an answer to that question based on a comparative analysis of the PSB's role in Germany and Canada, two countries in which the original BBC-model has witnessed divergent phases of transformation. On both sides of the Atlantic Sea public service broadcasters nowadays face comparable challenges, with high pressure of legitimacy, but also with similar chances for progression within a rapidly evolving digital multi-channel-world. Besides those similarities there are however some striking divergences in the way public service broadcasters have handled digitalization and positioned themselves so far. Comparatively analyzed such differences get contextual evidence.

Seit seiner Implementierung hat der öffentliche Rundfunk wiederholt Anlass zu öffentlichen, medienpolitischen, aber auch medienethischen Diskussionen gegeben. In deren Zentrum hat in jüngster Zeit vor allem die Frage gestanden, wie die Zukunft der Public-Service-Anbieter angesichts der neuen digitalen Übertragungsmöglichkeiten aussehen könnte: Droht diesen zu Beginn des 21. Jahrhunderts der digitale Switch-Off oder eröffnen sich ihnen neue, gangbare Wege, um den an sie herangetragenem gesellschaftlichen wie politischen Funktionserwartungen in Konkurrenz mit den privaten Anbietern gerecht werden zu können? Eine Antwort hierauf bietet der vorliegende Beitrag anhand eines Vergleichs des öffentlichen Rundfunks in Deutschland und Kanada, mithin zweier Länder, in denen das ursprüngliche BBC-Modell verschiedenartige Transformationen durchlaufen hat. In beiden Ländern ähneln sich die Herausforderungen, der Legitimationsdruck und die Entwicklungsmöglichkeiten, mit denen sich die öffentlichen Rundfunkanbieter in der digitalen Vielkanalwelt konfrontiert sehen. Der Vergleich zeigt jedoch nicht nur die Ähnlichkeiten, sondern vor allem die kontextuell erklärbaren Divergenzen in der Art und Weise, wie die Public-Service-Anbieter der Medienjournalisten und sich entsprechend positionieren.

Sportpolitische Diskurse in der Berichterstattung über die Bewerbung Salzburgs um die Olympischen Winterspiele 2014

Abstract

The candidature of Salzburg for the Olympic Games 2014 had a special importance for local and nationwide media. On the one hand they were responsible for the tasks of clarification and control; on the other hand they supplied the desire for integration and social interaction by becoming the mood-generator for Salzburg's population. The aim of the study was to analyse the intensity and theme-structure of the media coverage during Salzburg's candidature. Furthermore, the assessment of the candidature and the role of the „symbolic elites“ in selected newspapers (*Salzburger Nachrichten*, Local Part of the *Salzburger Nachrichten*, *Tiroler Tageszeitung* and *Neue Kronen Zeitung*) should be presented and discussed.

Political power effects could be demonstrated on the basis of a discourse analysis, whereas macro-structural contexts and micro-linguistic structures were deconstructed. The media coverage contributed to develop a theme-agenda which was a stable basis for the recipients by setting content focuses, concentration on regional accentuation and orientation on incidents. However, the failure of Salzburg's candidature had two main reasons: One the one hand the lack of financial as well as national support and on the other hand internal political and structural disputes.

Im Rahmen der Bewerbung Salzburgs für die Olympischen Spiele 2014 kam den lokalen und überregionalen Medien in Österreich eine besondere Bedeutung zu. Sie übernahmen einerseits eine Aufklärungs- und Kontrollfunktion, andererseits befriedigten sie das Bedürfnis nach Integration und sozialer Interaktion, indem sie zum Stimmungsgenerator der Salzburger Bevölkerung avancierten. Ziel des Beitrages ist es, die Intensität und Themenstruktur der medialen Berichterstattung über die Bewerbung zu untersuchen. Außerdem sollen die Bewertung der Salzburger Bewerbung und die Rolle der „symbolischen Eliten“ im Spiegel ausgewählter Druckmedien (*Salzburger Nachrichten*, Lokalteil der *Salzburger Nachrichten*, *Tiroler Tageszeitung* und *Neue Kronen Zeitung*) dargestellt und diskutiert werden.

Astrid Spatzier

Berufsfeld Public Relations – Professionalisierung durch Einbeziehung der Außenperspektive?

Abstract

The purpose of this paper is to explore the potential merit of an outside-in perspective (image; in contrast to an inside-out view) of the professionalisation process. Such a change of perspective may produce better results for an occupational field such as public relations than more conventional approaches (e.g. trait approach) that have so far proved disappointing in terms of gaining professional status. Following an in-depth discussion of the problems (failures) associated with public relations professionalisation, the paper goes on presenting new definitional attempts at both professions and public relations as well as respective image analyses employing the outside-in view. Considering the effects of image in this context, the author concludes with a discussion of the remarkable opportunities for the public relations profession that may develop in the wake of such fresh approaches.

Ziel dieses Beitrages ist, eine Verbindung zwischen Professionalisierung und der Außenperspektive (Image) zu skizzieren. Einbeziehen der Außenperspektive in den Professionalisierungsdiskurs und wechselseitige Relationen zwischen Image und Professionalisierung führen zu einem Perspektivenwechsel. Bisher ist das Berufsfeld Public Relations an einer Professionalisierung im klassischen Sinn gescheitert. Auch das Image der PR-Branche kann nicht als wünschenswert bezeichnet werden. Im Folgenden wird zunächst über das Problemfeld Professionalisierung im Berufsfeld Public Relations ausführlicher diskutiert, um anschließend durch Definitionsvorschläge sowie Darstellung des Phänomens *Image* zu einem Perspektivenwechsel und neuen Denkmodell zu gelangen – unter Einbezug der Außenperspektive (Image) in den Professionalisierungsdiskurs.

Christian Wiesner

Interpersonelle Kommunikation^{4.0}. Analytische Betrachtung der zwischenmenschliche Kommunikation in der Aus-, Fort- und Weiterbildung

Abstract

The following article Interpersonal Communication^{4.0} analyzes different models of communication between people and correlates them with the traditional teaching-learning theories and with well-known counseling- and psychotherapy-theories. This approach leads on the one hand to new categorizations and function-orders of interpersonal communication in education as well as further education and on the other hand to a new integrative model of Interpersonal Communication that brings together the existing models. Finally, the different approaches are related to the model of the higher forms of thinking.

Zusammenfassung

Im Beitrag Interpersonelle Kommunikation^{4.0} werden unterschiedliche Modelle der zwischenmenschlichen Kommunikation analysiert und mit den traditionellen Lehr-Lerntheorien sowie bekannten Beratungs- und Therapietheorien in Verbindung gesetzt. Diese Betrachtung führt einerseits zu neuen Kategorisierungen und Funktionsordnungen der interpersonellen Kommunikation in der Aus-, Fort- und Weiterbildung und andererseits zu einem neuen integrativen Modell der Interpersonellen Kommunikation, welches die vorhandenen Ansätze zusammenführt. Abschließend werden die unterschiedlichen Herangehensweisen noch in Beziehung gestellt zum Modell der höheren Denkformen.

Denise Sommer

Anschlusskommunikation: konzeptionelle und methodische Überlegungen zu einem integrativen Ansatz

Abstract

Interpersonal and mass communication are closely interconnected from both a theoretical and a practical perspective. The analysis of interpersonal communication processes can be of great benefit for researching mass communication. The paper introduces the integrative concept of follow-up communication which comprises interpersonal communication about the mass media and its contents. Research questions focusing on the characteristics and the impact of follow-up communication are identified and potential empirical research designs are discussed. An overview of initial empirical evidence in the field is provided demonstrating that observations of follow-up communication give insight into the complex processes of media reception. Moreover, follow-up communication is assumed to exert influence on different types of media effects.

Zusammenfassung

Interpersonelle Kommunikation und Massenkommunikation sind theoretisch wie praktisch eng miteinander verwoben. Die Untersuchung interpersoneller Kommunikationsprozesse kann die Massenkommunikationsforschung entscheidend voran bringen. Der Beitrag stellt das integrative Konzept der Anschlusskommunikation vor: interpersonelle Kommunikation, die Massenkommunikation zu ihrem Gesprächsgegenstand macht. Am Beispiel der Rezeptions- und Wirkungsforschung wird gezeigt, welche Fragen sich zur Wirkung und Charakteristik von Anschlusskommunikation stellen und wie sie empirisch untersucht werden können. Ein Überblick über erste Befunde zum Thema zeigt, dass die Beobachtung von Anschlusskommunikation tieferen Einblick in Rezeptionsprozesse gewährt und Anschlusskommunikation auf vielfältige Weise die Wirkungen der Massenmedien beeinflusst.

Michael Leitner

Nonverbale Defizite von PolitikerInnen in Fernsehdiskussionen

Abstract

The following article „The nonverbal deficits of politicians in television-discussions“ deals with nonverbal signals which can have a negative effect on the audience and in this way vice versa on the politician as well. The paper gives a short introduction into the field of nonverbal communication, presenting various definitions, as well as attempting a categorization and a definition of various functions of nonverbal signals. Further the text deals with the human nonverbal behavior in interpersonal communication situations and, using a qualitative/quantitative set of empirical methods, provides corresponding scientific results. Finally, the obtained data is analyzed and interpreted.

Zusammenfassung

Der Beitrag „Die nonverbalen Defizite von PolitikerInnen in Fernsehdiskussionen“ beschäftigt sich mit nonverbalen Signalen, die eine negative Wirkung auf die Rezipienten und somit gleichzeitig auch eine negative Wirkung für den/die PolitikerIn selbst haben können. Die Arbeit liefert eine kurze Einführung in die nonverbale Kommunikationsforschung, wobei verschiedene Definitionen

vorgestellt sowie eine Kategorisierung und Funktionsordnung von nonverbalen Signalen dargestellt wird. Weiters beschäftigt sich der Text mit dem menschlichen nonverbalen Verhalten in interpersonellen Kommunikationssituationen und liefert, mit Hilfe eines qualitativ/quantitativ empirischen Methodenmodells, entsprechende wissenschaftliche Ergebnisse. Abschließend werden die gewonnenen Daten analysiert und interpretiert.

Lisa-Maria Hopfer

Der Einfluss von interpersoneller Kommunikation auf die Reduktion von Ungewissheit bei neuen Mitarbeitern. Am Beispiel von Journalistinnen und Journalisten verschiedener Medienunternehmen

Abstract

The following article deals with the influence of interpersonal communication in companies on the reduction of uncertainty during the entry-process of new hires. Theoretical background of the article and the empirical exploration, which is shown in the paper, represent the Uncertainty Reduction Theory (URT), an interpersonal communication theory. The article gives a short introduction on the importance of the topic as well as an insight into the theoretical backgrounds of the URT and the inplacement of new hires. Finally the empirical exploration, which was accomplished by using examples of journalists of different media enterprises in the Salzburg area, is described and the obtained data is shortly analyzed as well as interpreted.

Zusammenfassung

Dieser Beitrag beschäftigt sich mit dem Einfluss von unternehmensinterner interpersoneller Kommunikation auf die Reduktion von Ungewissheit während des Einführungsprozesses neuer MitarbeiterInnen. Theoretische Grundlage des Artikels und der im Text dargestellten Untersuchung ist die Uncertainty Reduction Theory, kurz URT, die als interpersonelle Kommunikationstheorie gilt. In Folge wird zuerst die Relevanz des Themas dargestellt, bevor kurz auf die theoretischen Grundlagen der URT und der Personaleinführung eingegangen wird. Abschließend wird die Untersuchung, die am Beispiel von Journalistinnen und Journalisten verschiedener Medienunternehmen aus dem Raum Salzburg durchgeführt wurde, beschrieben sowie die gewonnenen empirischen Ergebnisse dargestellt.

Heft 2/2010: „Public Value“: Konzepte, Strategien, Kritik

M. Bjørn von Rimscha/Miriam De Acevedo/Manuel Puppis

„Relevant was Werte und Normen betrifft“ – Public Value von TV-Unterhaltung in Klein- und Großstaaten 3

Daniela-Kathrin Latzl/Regula Troxler

Der Wert des öffentlich-rechtlichen Rundfunks für Jugendliche am Beispiel des ORF 15

Hardy Gundlach

Ökonomische Analyse des Public Value öffentlich-rechtlicher Telemedien 28

Nicole Gonser

Public Value und die Rolle des Publikums – zwischen Anspruch und Wirklichkeit 40

Helmut Peissl/Petra Pfisterer/Judith Purkarthofer/Brigitta Busch

Lokal und mehrsprachig. Zum Verhältnis von Public Value und Freiem Radio 51

Sonja Kretschmar/Juliane Kirchner/Patrick Rössler

„Public Value“ als Mehrwert bei Informationskanälen. Ein empirischer Test von öffentlich-rechtlichen und privaten Nachrichtensendern in Deutschland 67

M. Bjørn von Rimscha/Miriam De Acevedo/Manuel Puppis

„Relevant was Werte und Normen betrifft“ – Public Value von TV-Unterhaltung in Klein- und Großstaaten

Abstract

The concept of public value is intended to define the mission of public television and legitimize public funding. However, a conceptual fuzziness leads to problems of measurement and different instrumentalizations. This paper addresses the current debate with a critical discussion and subsequently focuses on the potential public value of entertainment programming. In an exploratory study based on 25 interviews conducted in German-speaking countries, it is analyzed to what extent the editors and commissioners at public and commercial broadcasters have a different level of orientation towards a public value. Although a greater sense of responsibility is evident among Public Service respondents, from an industry perspective, the public value orientation is superposed by structural characteristics of small states.

Zusammenfassung

Der Begriff Public Value soll den Auftrag des öffentlichen Fernsehens umschreiben und seine Finanzierung legitimieren. Eine begriffliche Unschärfe führt jedoch zu Problemen der Messbarkeit und unterschiedlichen Instrumentalisierungen. Der vorliegende Beitrag greift die aktuelle Diskussion auf und fokussiert – nach einer kritischen Auseinandersetzung mit dem Begriff – auf den Public Value von Unterhaltungssendungen. In einer explorativen Studie basierend auf 25 Interviews im deutschsprachigen Raum wird der Frage nachgegangen, inwiefern sich die Orientierung an einem Public Value im Handeln von Redakteuren zwischen öffentlichen und kommerziellen Sendern unterscheidet. Zwar zeigt sich bei Redakteuren von Public Service Sendern ein größeres Verantwortungsbewusstsein, aus einer Industrieperspektive wird die Public Value Orientierung jedoch von kleinstaatlichen Strukturmerkmalen überlagert.

Der Wert des öffentlich-rechtlichen Rundfunks für Jugendliche am Beispiel des ORF

Abstract

One of the main challenges for the future of public service broadcasting is to reach young audiences. This becomes more and more difficult due to the emergence of new media. Hence, the article at hand deals with the use and assessment of public service broadcasting from the perspective of young persons in Austria. Firstly, we outline public value management as strategic social cooperation for public service broadcasting. Findings from studies about media exposure of adolescents bring us to assumptions which are tested in an explorative study on basis of quantitative interviews about public value in Austria. The results show that young people use Austrian public service offers less frequently than elder audiences, however attest them a high social relevance. But the low acceptance of broadcasting fees amongst younger audiences requires to clarify the specific public services for youth and to raise the awareness for the conditions under which public value can be created.

Zusammenfassung

Junge Menschen zu erreichen, ist eine der zentralen Herausforderungen für die Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und wird durch neue Medien zunehmend schwieriger. Der vorliegende Artikel beschäftigt sich daher mit der Nutzung und Bewertung der Public Value-Leistungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks aus Sicht der Jugendlichen in Österreich. Dazu wird zunächst Public Value-Management als Strategie der gesellschaftlichen Rückbindung öffentlich-rechtlichen Tuns umrissen. Aus Erkenntnissen von Studien zum Umgang junger Menschen mit Medien werden Thesen formuliert, die in einer explorativen Studie auf Basis einer quantitativen Befragung zu Public Value in Österreich überprüft werden. Es zeigt sich, dass Jugendliche die Angebote des ORF im Vergleich zu älteren Zielgruppen seltener nutzen, ihnen aber dennoch eine hohe gesellschaftliche Relevanz zuschreiben. Die geringe Akzeptanz der Rundfunkgebühren fordert aber den ORF, in Zukunft seine spezifischen Leistungen für die Jugendliche zu schärfen und die Voraussetzungen, unter denen diese geschaffen werden können, kommunikativ zu vermitteln.

Hardy Gundlach

Ökonomische Analyse des Public Value öffentlich-rechtlicher Telemedien

Abstract

Economic analysis of public value of PBS online activities: The German media law requires a three-stage public-value test for any major new online project (so-called „telemedia services“) that is taken on by the public broadcasting services (PBS) or for the fundamental re-definition of PBS telemedia services that are already in existence. Against this background, the following questions arise: How can the public value and market impact of PBS' online activities be analyzed? In addition, what are the contributions of economic theory to the assessment of public value or market impact? This article shows that economic theory may also be applicable to arriving at a market definition and for analyzing the market impacts of PBS' online services. However, economic analysis cannot answer the question of whether or not services will create significant public value within mixed-market economy systems.

Zusammenfassung

In Deutschland konkretisiert seit 2009 ein dreistufiges Genehmigungsverfahren den Internetauftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Vor diesem Hintergrund stellt der Beitrag die Fragen, wie sich der Public Value und die marktlichen Auswirkungen der Public Broadcasting Services im Internet analysieren lassen und welchen Beitrag dazu die Wirtschaftstheorie leistet. Der Beitrag zeigt, dass sich mittels der Wirtschaftstheorien die Online-Medienmärkte abgrenzen und die Marktwirkungen der öffentlich-rechtlichen Telemedien untersuchen lassen. Die ökonomische Analyse kann aber nicht die Frage beantworten, ob eine Marktwirkung einen Public Value schafft.

Nicole Gosser

Public Value und die Rolle des Publikums – zwischen Anspruch und Wirklichkeit

Abstract

The article attends to the role of the audience in context of public value which is not often discussed concretely. The reflection focuses on the prospective commitment by recipients subject to public value concepts for public broadcaster. Based on the ideas of the public value concept, positions from an expert board and general concepts toward civic participation data of a survey amongst Austrian audience was analysed. In evidence there are three groups of different estimation and engagement according to public broadcast.

Zusammenfassung

Der Beitrag befasst sich genauer mit der Rolle des Publikums im Rahmen von Public Value, die in der Diskussion selten konkretisiert wird. Im Mittelpunkt steht das potentielle Engagement von Mediennutzenden, was ihre Einbindung nach Public Value-Konzepten für öffentlich-rechtliche Angebote vorsieht. Vor dem Hintergrund der ur-sprünglichen Public Value-Idee, Experteneinschätzungen sowie allgemeiner Befunde zum gesellschaftlichen Engagement werden die Daten einer für Österreich repräsentativen Befragung ausgewertet. Drei Gruppen sind zu identifizieren, die je den öffentlich-rechtlichen Rundfunk unterschiedlich schätzen und sich verschieden stark für diesen engagieren würden.

Helmut Peissl/Petra Pfisterer/Judith Purkarthofer/Brigitta Busch

Lokal und mehrsprachig. Zum Verhältnis von Public Value und Freiem Radio

Abstract

Media political discussion in many countries currently evolves around the notion „Public Value“ and the necessity of reviewing the activities public service broadcasters should be allowed to undertake with public funding. While this debate about functions and duties is mainly putting pressure onto public service broadcasting it is also apt to enable new perspectives and chances for revisiting and valuing public media services from other sectors. This seems to be of particular relevance for the valuation of the societal functions of non-commercial broadcasters as also defined in the KommAustria law of 2009. This article proposes a wider definition of public value and gives an overview of recent developments that show an increasing recognition of alternative media on European levels. Part 2 of the article presents preliminary results of a study on multilingual and local contents in Austrian Free Radio Stations, who apply a far-reaching understanding of Public Value in their own Charta and self-definition.

Zusammenfassung

Der Begriff Public Value prägt derzeit in vielen Ländern die medienpolitische Diskussion – vor allem hinsichtlich der geforderten Klärung, welche Aktivitäten der öffentlich-rechtliche Rundfunk mit öffentlicher Finanzierung setzen darf und soll, um seinem gesetzlich definierten Auftrag gerecht zu werden. Während diese Debatte den öffentlich-rechtlichen Rundfunk primär unter Legitimationsdruck bringt, öffnet sie aber auch Chancen und Perspektiven für die Neubewertung öffentlicher Medienleistungen. Besonders relevant scheint dies in Bezug auf die Bewertung der gesellschaftlichen Leistungen des nicht-kommerziellen Rundfunksektors, wie er seit 2009 auch in Österreich im KommAustria-Gesetz rechtlich definiert ist. Als Ausgangspunkt dieser Neubewertung schlägt der Artikel ein breiteres Verständnis von Public Value vor und skizziert die Entwicklungen der letzten Jahre, die durch eine zunehmende Anerkennung Freier Medien auf europäischer Ebene gekennzeichnet sind.

Sonja Kretschmar/Juliane Kirchner/Patrick Rössler

„Public Value“ als Mehrwert bei Informationskanälen. Ein empirischer Test von öffentlich-rechtlichen und privaten Nachrichtensendern in Deutschland

Abstract

Does a Public Service Broadcaster offer „Public Value“, compared to private broadcasters? This question is discussed in the following article, with a special focus on news channels. The programme of the German Public Service digital news channel, *Eins Extra*, was expanded comprehensively by the Public Service Broadcaster ARD in 2008, as an answer to the programmes of the private news channels *n-tv* and *N24*. In the study, the Public Service programme of *EinsExtra* is compared to the programme of the two private news channels during one week. With a content analyses, the programme is analyzed, among others, in matters of news content and the timeliness of coverage of political incidents. The results show a differentiated picture of programme creation of Public Service Broadcasters and Private news channels.

Zusammenfassung

Bietet öffentlich-rechtlicher Rundfunk einen „Mehrwert“ im Vergleich zum privaten Rundfunk? Im vorliegenden Beitrag wird diese Frage am Beispiel des Segments der Nachrichtensender untersucht. Der öffentlich-rechtliche Digitalsender „*EinsExtra*“ wird seit dem Jahr 2008 im Rahmen einer umfangreichen Programmausweitung von öffentlich-rechtlicher Seite gegen die privaten Nachrichtensender *n-tv* und *N24* positioniert. Im vorliegenden Beitrag werden Ergebnisse einer Studie vorgestellt, bei der das Programm einer Woche mittels einer Inhaltsanalyse unter anderem im Hinblick auf nachrichtliche Inhalte und Aktualität untersucht wurde. Die Studie zeigt ein differenziertes Bild bei der Programmgestaltung öffentlich-rechtlicher und privater Nachrichtensender