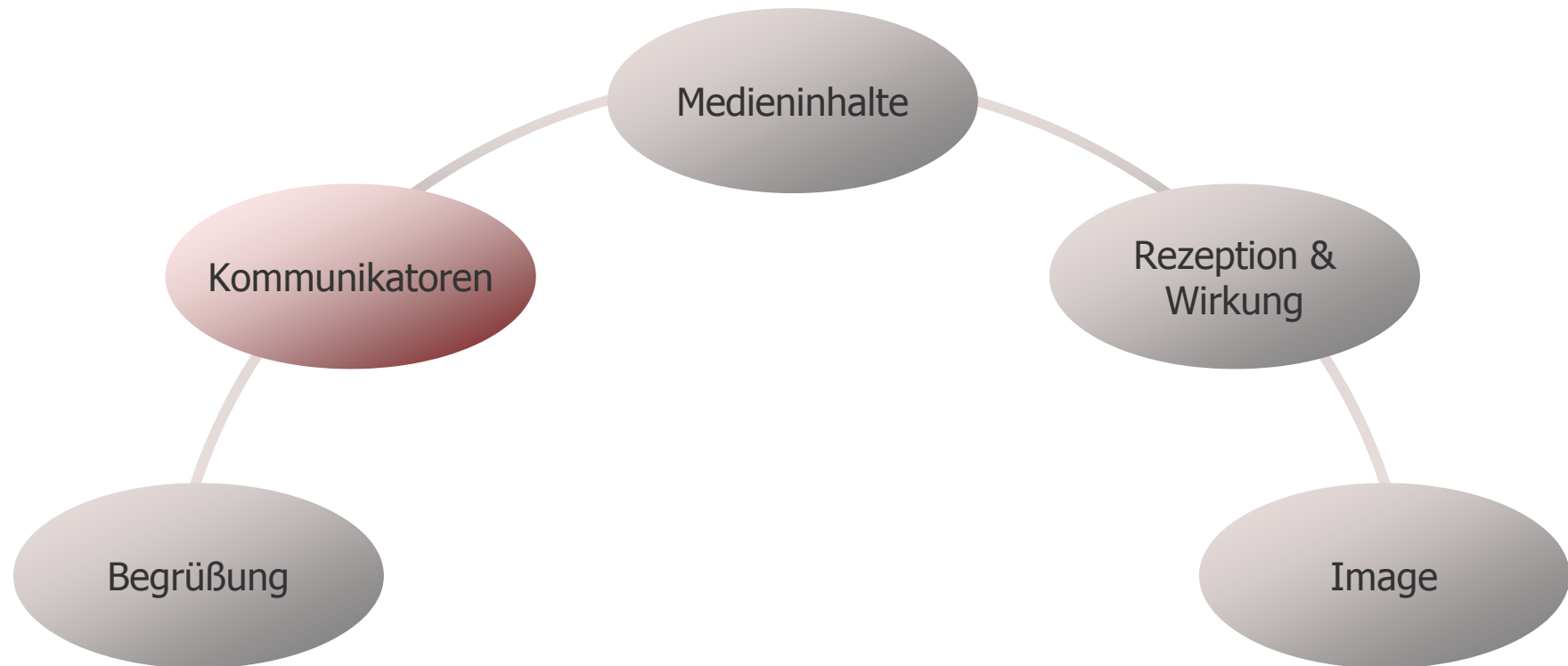




Das Institut für
Kommunikationswissenschaft
und der Förderverein des Instituts
präsentieren:

3. IfK-Praxisforum

Themenspektrum



Begrüßung

Kommuni-
katoren

Medieninhalte

Rezeption &
Wirkung

Image

- ... studierte zwischen 1996 und 2002 KoWi, PoWi & Neuere und Neueste Geschichte
- ... 1998/99 Studium der Journalistik und KoWi an der Dublin City University, Republik Irland
- ... derzeit Lokalredakteur, Sächsische Zeitung

Politische Mission oder Spaßgesellschaft? Selbstbild von Jugendredakteuren der SÄZ

Methode: Schriftliche Befragung

Stichprobe: 89 Jugendredakteure der SÄZ

Zeitraum: 14. Januar – 14. Februar 2002

Begrüßung

Kommuni-
katoren

Medieninhalte

Rezeption &
Wirkung

Image

- Was bringt Jugendredakteure zum Journalismus?
- Wie definieren sie die Aufgaben eines Journalisten?
- Wie definieren sie die Funktion der Jugendseite?
- Wie frei sind sie bei der Themenauswahl?
- Welche politische Ausrichtung haben sie?
- Und welches Publikumsbild?

+ soziodemographische Daten, Weg der Jugendlichen zur Jugendredaktion, Arbeitszufriedenheit, Themen

Anziehungspunkte im Journalismus

Zustimmung in Prozent der Befragten	Jungredakteur Redakteur		
	2002 _e	1992 _e	1980
Spaß, Namen und Arbeit gedruckt zu sehen	73	39	17
Dass man mit interessanten Leuten zusammenkommt	69	67	55
Möglichkeit zu schreiben, zu formulieren	64	75	68
Freiheit, Aufgaben und Themen selbst zu bestimmen	64	68	64
Möglichkeit, Missstände aufzudecken und zu kritisieren	52	67	70
Abwechslungsreiches, spannendes Element des Berufes	45	82	64
Interessante Leute, mit denen man zusammenarbeitet	43	56	22
Möglichkeit, eigene Interessen weiterzuentwickeln	42	63	38
Gute Verdienstmöglichkeiten	34	43	13
Kann meine Überzeugungen vielen anderen mitteilen	33	34	34
Gute Zukunftschancen	29	24	1
Dass es wenig Routine gibt	26	45	37
Mit als Erster zu wissen, was wirklich los ist	24	51	32
Möglichkeit, sich für Werte und Ideale einzusetzen	21	49	42
Unter Termindruck arbeiten	19	36	20
Ansehen des Journalisten	19	10	2
Möglichkeit, politische Entscheidungen zu beeinflussen	13	30	29

Begrüßung

Kommuni-
katoren

Medieninhalte

Rezeption &
Wirkung

Image

Journalistisches Aufgabenverständnis

Zustimmung in Prozent der Befragten	Jungredakteur Redakteur		
	2002 e	1993 e	1981 e
Kritiker an Missständen	91	95	95
Neutraler Berichterstatter	88	89	81
Vermittler neuer Ideen	82	87	72
Sprachrohr der Bevölkerung	78	64	47
Jemand, der die Leute unterhalten sollte	71	77	54
Jemand, der die Leute über ihre Rechte und Ansprüche informiert	69	90	-
Jemand, der Leuten hilft, sie berät	44	64	58
Jemand, der den Leuten demokratische Prinzipien nahe bringt	34	59	-
Anwalt der Benachteiligten in unserer Bevölkerung	31	74	70
Politiker mit anderen Mitteln	26	11	12
Wächter der Demokratie	26	81	79
Pädagoge, Erzieher	3	13	16

Begrüßung

Kommunikatoren

Medieninhalte

Rezeption & Wirkung

Image

Begrüßung

Kommuni-
katoren

Medieninhalte

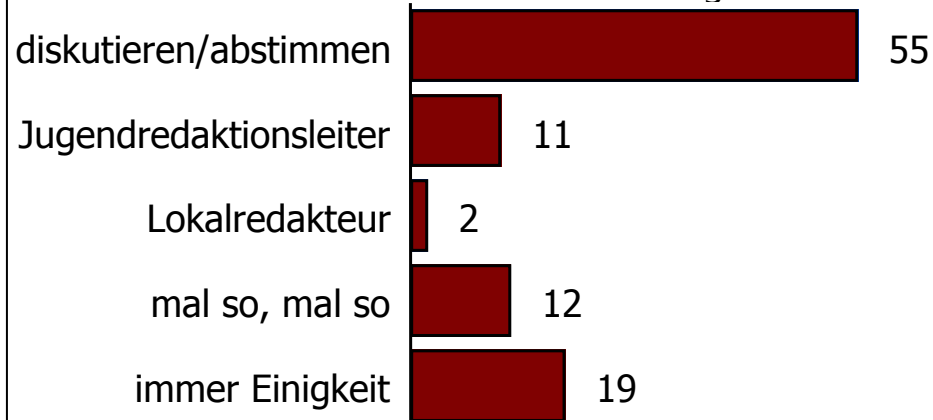
Rezeption &
Wirkung

Image

3. Praxisforum,
30. Januar 2003

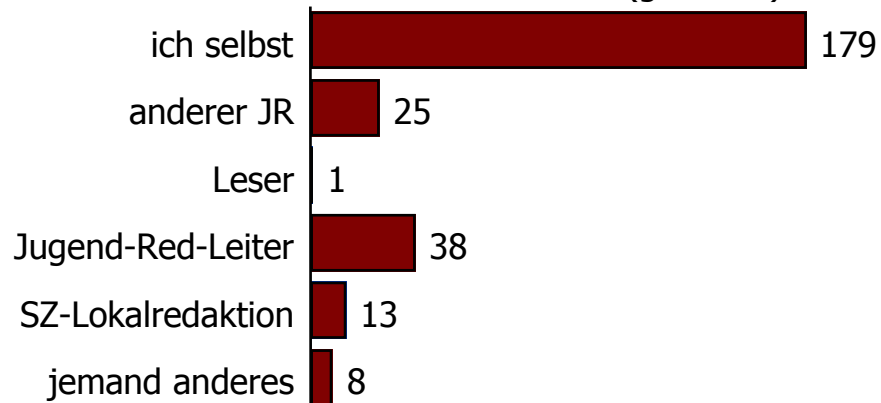
Wer entscheidet?

Prozent der Befragten



Urheberschaft erfasster Artikel

in absoluten Zahlen (ges. 264)

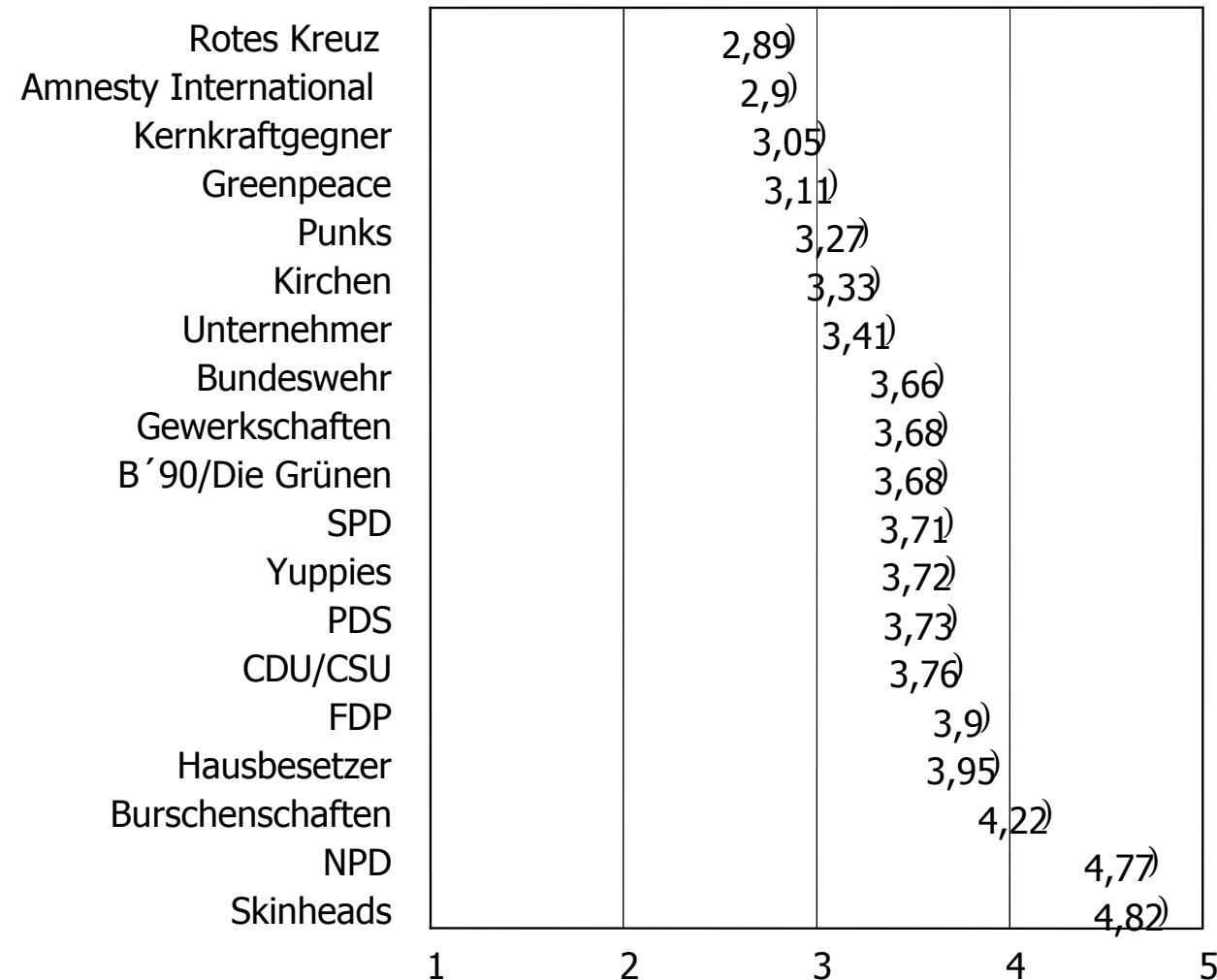




Nähe der Jugendredakteure zu Parteien und gesellschaftlichen Gruppierungen

Mittelwerte auf einer Skala von 1 (fühle mich besonders nahe) bis 5 (fühle mich besonders fern)

- Begrüßung
- Kommunikatoren
- Medieninhalte
- Rezeption & Wirkung
- Image



Begrüßung

Kommuni-
katoren

Medieninhalte

Rezeption &
Wirkung

Image

... studierte zwischen WS 95/96 und SS 02 KoWi,
Philosophie & Psychologie.

... Sprachaufenthalte in Australien und Kanada
sowie diverse journalistische Praktika

Cool, calm, collected? Zum Selbstverständnis von Handy-Nutzern

Methode: Grounded Theory

Datenbasis: 12 problemzentrierte Interviews

Zeitraum: Juli bis Dezember 2001

Begrüßung

Kommuni-
katoren

Medieninhalte

Rezeption &
Wirkung

Image

„Welches Selbstverständnis haben Mobiltelefon-Nutzer von mobiler technisch vermittelter inter-personaler Kommunikation im öffentlichen Raum entwickelt und wie beschreiben, deuten und bewerten sie diese?“

- Wie, wann und warum wird mobiltelefoniert
- Rolle der Anwesenheit anderer Personen
- Rolle des Ortes, an dem das Mobiltelefonat stattfindet
- Art und Weise der Realisierung des Mobiltelefonats



Termini rund um die Mobilkommunikation

Begrüßung

Kommuni-
katoren

Medieninhalte

Rezeption &
Wirkung

Image

- technisch vermittelte interpersonale Kommunikation
- Mobilität
- Erreichbarkeitsdilemma
- Symbolik und Image des Mobiltelefons
- Benutzung des Mobiltelefons im öffentlichen Raum

Begrüßung

Kommuni-
katoren

Medieninhalte

Rezeption &
Wirkung

Image

Verwendungsweise des Mobiltelefon:

- hauptsächlich zur Klärung organisatorischer Fragen
- Vermeidung vertraulicher Themen

Bedeutung der Anwesenheit anderer Personen:

- Anwesende hören dem Mobiltelefonierenden zu
- beeinflussen die Wahl der Gesprächsthemen
- bewirken/verursachen Peinlichkeitsgefühle

Qualität der Bedeutung des Ortes:

- Ort beeinflusst die Benutzung des Mobiltelefons
- Art des Einflusses ist stark von der Charakteristik des Ortes bestimmt

Begrüßung

Kommuni-
katoren

Medieninhalte

Rezeption &
Wirkung

Image

Art und Weise der Realisierung des Mobiltelefonats im öffentlichen Raum:

- Unterschied zwischen anrufen und angerufen werden
 - Schaffung einer Telefonatmosphäre durch Separation
-

Zusammenfassung:

„Mobiltelefon- Nutzer verstehen unter der mobilen technisch vermittelten interpersonalem Kommunikation im öffentlichen Raum ein Handy- Telefonat unter der Option der Anwesenheit anderer Personen, die sich regulativ auf die Realisierung des Gesprächs auswirkt.“