



Unsicherheit

1. Ungewissheit:

Variablen sind bekannt, nicht aber ihre Ausprägung (Suche nach Daten wie bspw. Börsenkurse, Verkaufszahlen)

2. Mehrdeutigkeit / Ambiguität:

Keine Kenntnis darüber, welche Variablen überhaupt wichtig sind, welche Relevanz welchen Faktoren zukommt, wie eine Situation zu interpretieren ist.



-
- ▶ Derzeitige Situation aus der Perspektive eines Kommunikationswissenschaftlers
 - ▶ Aktivitäten von Zeitungen bzw. Zeitungsverlagen, wie sie derzeit im Internet zu beobachten sind
 - ▶ Kommunikationswissenschaftliche Einordnung der Aktivitäten
 - ▶ Ableitung gegenwärtiger und künftiger Erfordernisse

Prof. Dr. Anna M. Theis-Berglmair

Otto-Friedrich-Universität Bamberg

„Die Zukunft der Zeitungen“



Eine kommunikationswissenschaftliche Situationsdefinition

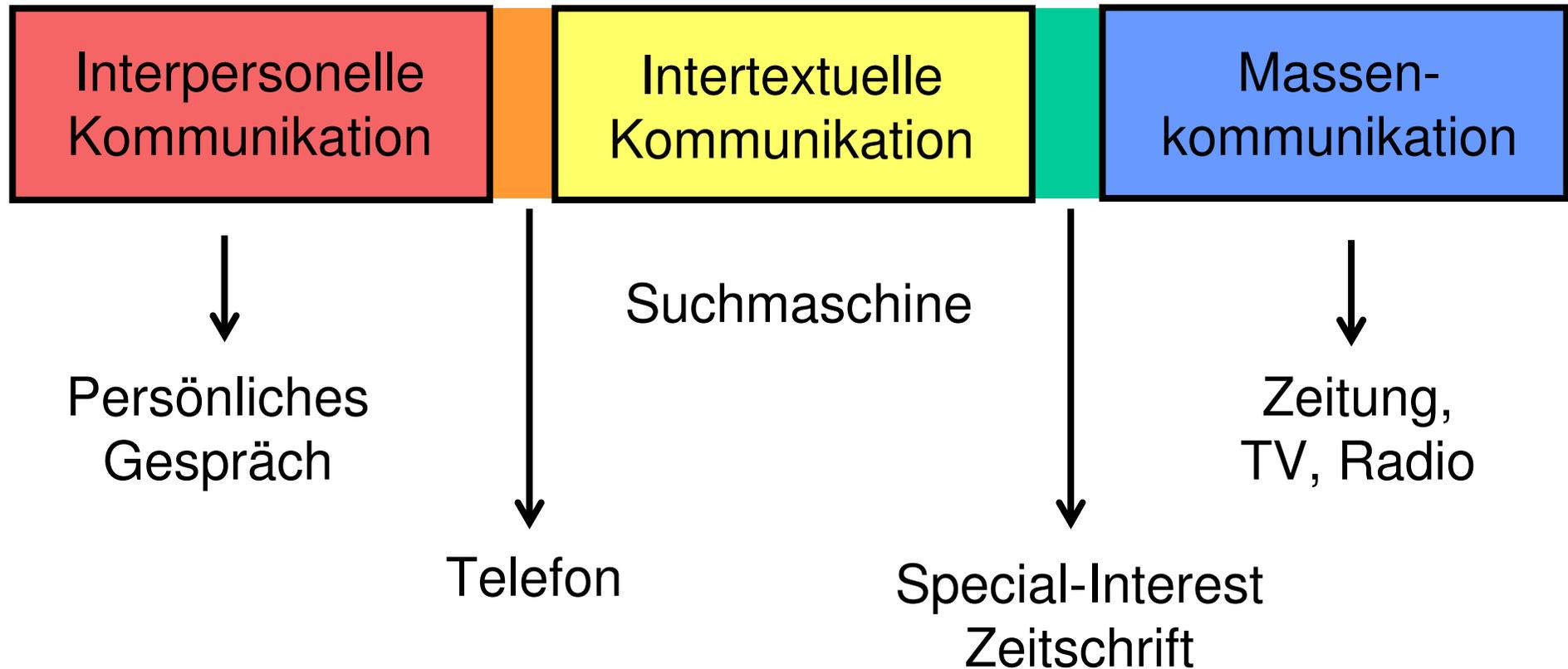


Interpersonelle Kommunikation

- Sender/Empfänger „präsent“ und identifizierbar
- Reziprozität und Rollentausch
- Interpersonelle Beziehung

Massen- kommunikation

- Relative Einseitigkeit
- Anonymität
- „Unpersönlichkeit“
- Fokussierungseffekt



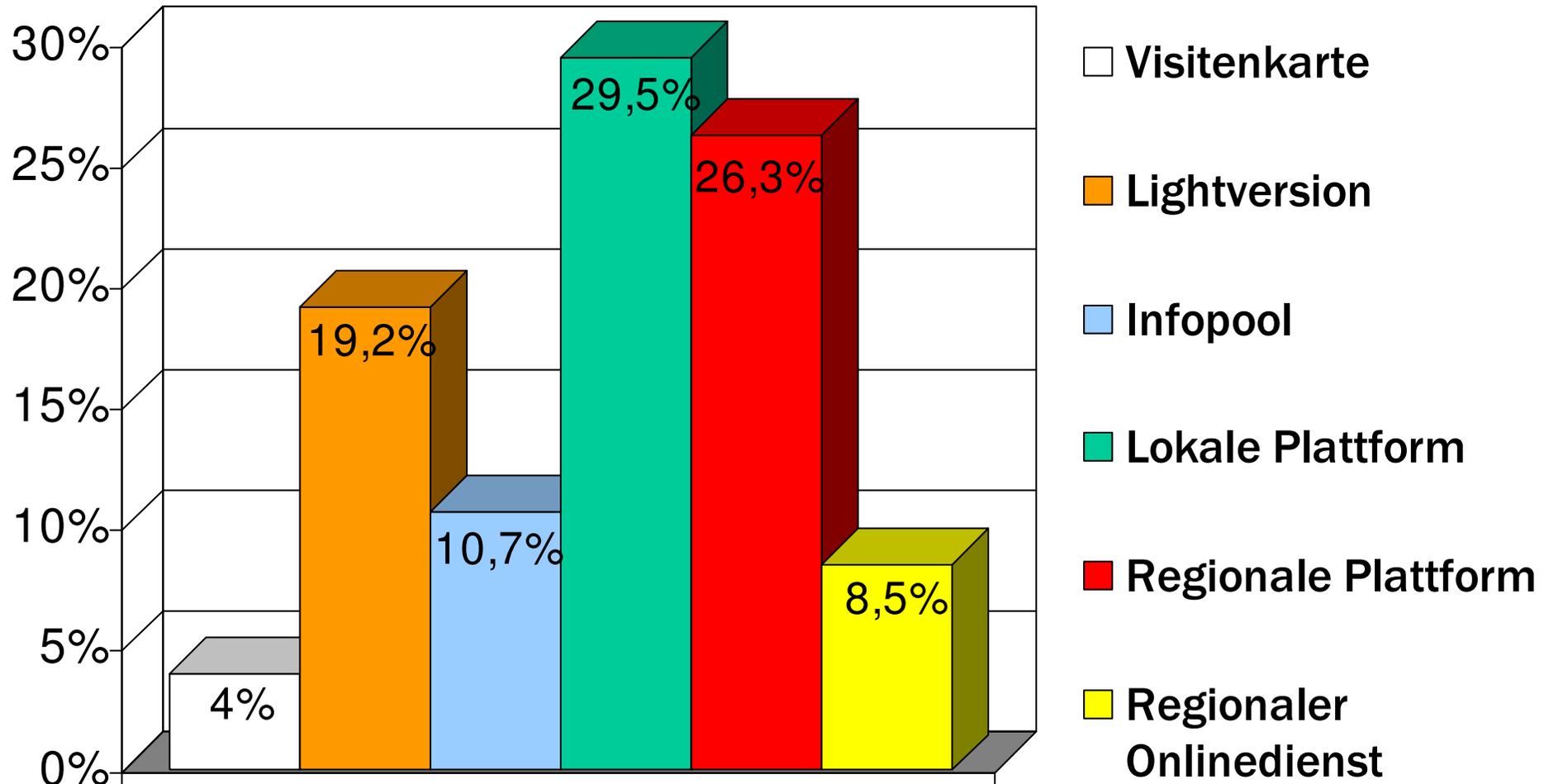
Prof. Dr. Anna M. Theis-Berglmair

Otto-Friedrich-Universität Bamberg

„Die Zukunft der Zeitungen“



Aktivitäten von Zeitungen und Zeitungsverlagen im Internet



Prof. Dr. Anna M. Theis-Berglmair

Otto-Friedrich-Universität Bamberg

„Die Zukunft der Zeitungen“



Die „Daily me“ als Prototyp einer
individualisierten
Massenkommunikation?

Prof. Dr. Anna M. Theis-Berglmair

Otto-Friedrich-Universität Bamberg

„Die Zukunft der Zeitungen“

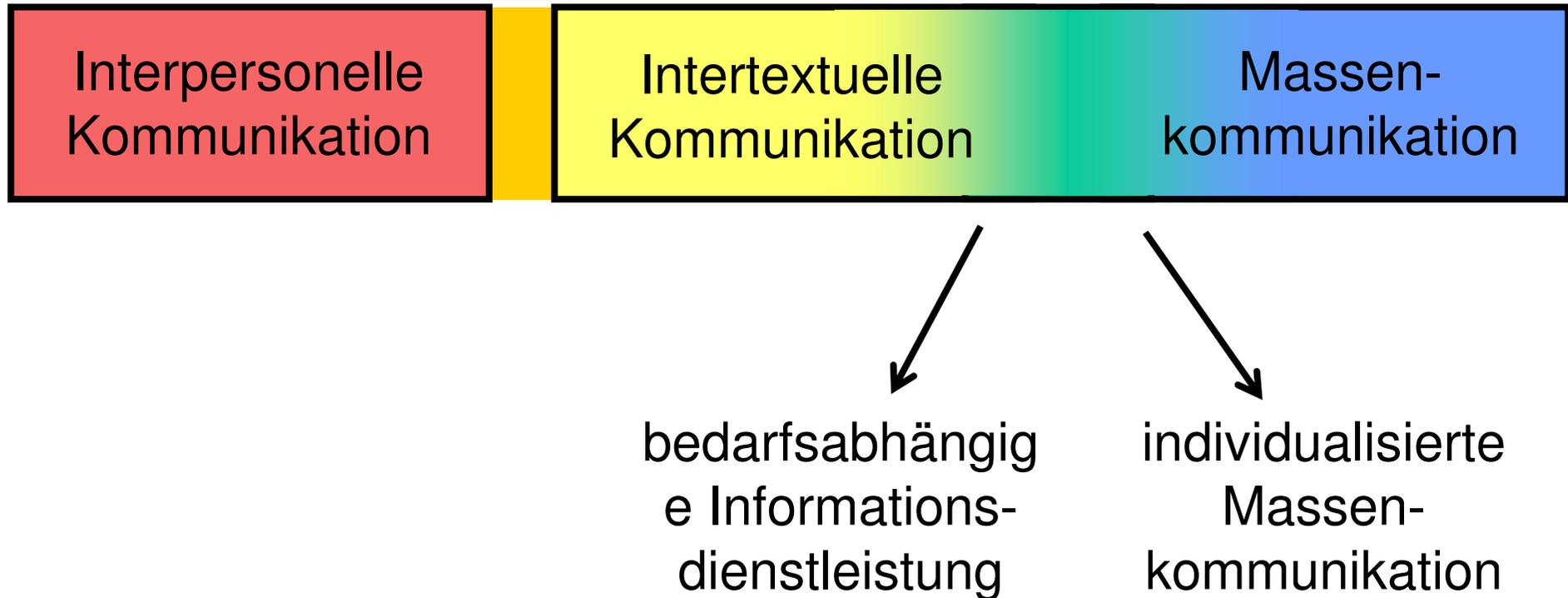


Von der
individualisierten Massenkommunikation
zur
Informationsdienstleistung

Prof. Dr. Anna M. Theis-Berglmair

Otto-Friedrich-Universität Bamberg

„Die Zukunft der Zeitungen“





Fazit und Erfordernisse

- ▶ Differenzierung von Kommunikationsformen
- ▶ Relevanz des Aufmerksamkeitsmarkts für das Massenmedium Zeitung
Kritische Erfolgsfaktoren: Themen, Design, Recherche
- ▶ Überdenken des Selbstverständnisses von Zeitungen
- ▶ Zeitung als Informationslieferant in unterschiedlichen Kontexten
- ▶ Kontextabhängige Rolle des Lesers / Nutzers
- ▶ Diversifizierung von Strategien

Prof. Dr. Anna M. Theis-Berglmair
Otto-Friedrich-Universität Bamberg



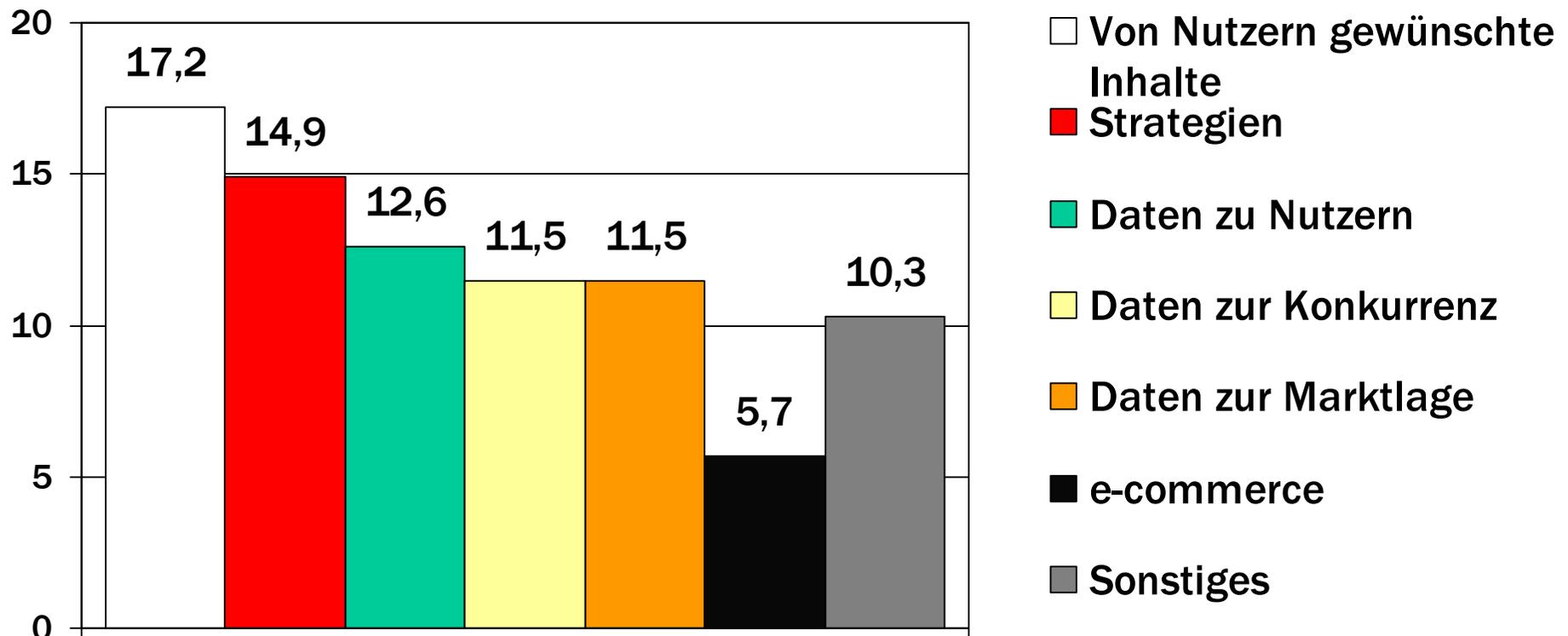
„Die Zukunft der Zeitungen“

Vortrag beim Kongress des Münchner Kreises
„Die Zukunft der Printmedien“

am 20. September 2001 in München



„Welche konkreten Informationen würden Sie
in der jetzigen Situation als hilfreich empfinden?“
(in %; Mehrfachnennungen möglich; nachträgliche Kategorisierung)





„Aus welchen Quellen beziehen Sie wichtige Impulse für Ihre Entscheidungen?“

(in %; Mehrfachnennungen möglich; nachträgliche Kategorisierung)

