

10

PROJEKTFORUM

IMPRESSUM

Organisationsteam „Projektforum 2010“:

Annika Klausen, Wiebke Neelsen, Paula Stehr, Ina Wagner, Nora Denner,
Roxana Albrecht, Han Nguyen, Franziska Fischer, Laura Scherler, Verena Hölzl

Design & Layout: Anne Gröschel

Druck: Zimokopie, Erfurt

Für die Inhalte der Projektbeschreibungen sind die jeweiligen PSP-Gruppen verantwortlich.

Postadresse:

Universität Erfurt • Seminar für Medien- und Kommunikationswissenschaft
Postfach 900 221 • 99089 Erfurt

Besucheradresse:

Universität Erfurt • Seminar für Medien- und Kommunikationswissenschaft
Nordhäuser Str. 63 • 99089 Erfurt

bei allgemeinen Fragen:

Angelika Pollak (Sekretariat)
Telefon: 0361 / 737 41 70 • Telefax: 0361 / 737 41 79
E-Mail: angelika.pollak@uni-erfurt.de



UNIVERSITÄT
ERFURT



PROJEKTFORUM

**Die Abschlusspräsentation des BA-Studiengangs
Kommunikationswissenschaft**

PROGRAMM

10
PROJEKTFORUM

Moderation Prof. Dr. Patrick Rössler,
Dekan der Philosophischen Fakultät

14:30 Uhr **Sektempfang**

15:00 Uhr **Grußworte**

Prof. Dr. Friedrich Krotz, Lehrstuhl für Soziale Kommunikation
Dr. Michael Hinz, Kanzler der Universität Erfurt
Katharina Bartsch, Studentische Vertreterin

15:30 Uhr **Präsentation - Teil 1**

BilderLeben - Der Einfluss von Vorwissen bei der Rezeption
einer Geschichte auf das Verhalten von Kindern

MEINUNGSRAUM

Öffentliche Meinung im Online-Zeitalter: Eine Neujustierung
der Theorie der Schweigespirale

fotoSYTHESE

Analyse des Mediums "digital erstelltes Fotoalbum"

16:30 Uhr **Pause**

16:45 Uhr **Verabschiedung des Honorarprofessors
Dr. Klaus Müller-Neuhof**

durch Prof. Dr. Joachim Höflich, Sprecher des Seminars für
Medien- und Kommunikationswissenschaft

Präsentation - Teil 2

regiON

Online-Potentiale Dritter Programme am Beispiel des MDR

zell:kultur

Mediennutzung im Strafvollzug

17:40 Uhr **Pause**

17:55 Uhr **Präsentation - Teil 3**

netzaktiv

Motivlagen von Studierenden bei der Nutzung des Internets zur
politischen Information

Netzwerk://Karriere

Der Einfluss sozialer Online-Netzwerke auf den Bewerbungsprozess

18:35 Uhr **Verleihung des Förderpreises „Beste Abschlussarbeit“**
der Zeitungsgruppe Thüringen in Verbindung mit dem Seminar für Medien-
und Kommunikationswissenschaft der Universität Erfurt

GRUSSWORT



Liebe Absolventinnen und Absolventen, sehr
geehrte Gäste des Projektforums 2010,

wir schreiben das Jahr 11 nachdem die Kom-
munikationswissenschaft den Lehrbetrieb
an der Universität Erfurt aufgenommen hat.
Ein weiterer Jahrgang schließt erfolgreich
das Studium mit einer Projektstudienphase
und dem Projektforum ab. Die Erfahrung ist
größer geworden, doch es ist alles andere
als eine Routinearbeit. Jeder Jahrgang geht
erneut auf eine Entdeckungsreise, bei der im-
mer wieder neue Themen aufgegriffen und
auf hohem Niveau bearbeitet werden. All dies
bei einem breiten Themenspektrum, das sei-
nes Gleichen sucht und das Studium der Kommunikationswissenschaft
an der Universität Erfurt zu etwas ganz Besonderem macht. In diesem
Jahr wurden die Motive der Netznutzung zur politischen Information,
die Möglichkeiten digitaler Fotobücher, die Onlinepotentiale der Dritten
Pogramme, das Medienverhalten von Kindern, die Theorie der öffentli-
chen Meinung im Zeitalter des Internets sowie soziale Netzwerkseiten im
Rahmen des Bewerbungsprozesses untersucht. Ja, die Studierenden gin-
gen sogar ins Gefängnis, nicht weil sie eine Strafe abzusitzen hatten, son-
dern weil sie sich mit der Mediennutzung von Gefangenen beschäftigt
haben. Um all dies möglich zu machen, muss zuvorderst den Partnern
aus Organisationen und Unternehmen gedankt werden! Und hier zeigt
sich auch und gerade, dass eine sogenannte „Praxisorientierung“ möglich
ist, die gleichwohl auf einem soliden methodischen und theoretischen
Fundament gründet. Was anderswo immer noch gefordert wird, ist fester
Bestandteil des Erfurter Studiums. Bei aller Forderung nach mehr Praxis
wird hier allerdings auch die Bedeutung der Theorie unterstrichen: Ohne
eine gute Theorie keine gute Praxis. So ist und bleibt die Projektstudien-
phase ein besonderes Anliegen. Auch in diesem Jahr zeigt sich aufs Neue,
dass dies der richtige Weg ist, ein Weg, der zwar nicht ohne eine gewisse
Anstrengung zu bewältigen ist, doch den zu beschreiten es sich lohnt.
Die Studierenden können auch dieses Jahr wieder stolz auf sich und ihre
herausragenden Leistungen sein.

Prof. Dr. Joachim R. Höflich

Sprecher des Seminars für Medien- und Kommunikationswissenschaft

fotoSYNTHESE

Innovation Fotobuch – Explorative Untersuchung eines Hybridmediums

PROJEKTPARTNER

FUJIFILM Imaging Germany

PROJEKTBETREUER

Prof. Dr. Michael Giesecke, Dr. Heiner Stahl

ZIEL DES PROJEKTS

Was zeichnet das Fotobuch aus? Wie wird es wahrgenommen und genutzt? Worin liegen die Potenziale für seine weitere Nutzung und Ästhetik? Dies sind Fragen, auf die im Rahmen einer qualitativen Studie zur Innovation Fotobuch Antworten gesucht wurden.

UNTERSUCHUNGSANLAGE

Da es sich bei dem Fotobuch um ein weitgehend unerforschtes Phänomen handelte, wurde eine Mehrmethodenkombination gewählt, die einen multiperspektivischen Zugang ermöglichte. Der explorativen Vorstudie schloss sich die qualitative Hauptstudie an: Interviews mit Nutzern sowie Nichtnutzern und Experten. Zusätzlich wurde ein experimentelles Projekt in Form eines Ästhetik-Workshops mit künstlerisch und gestalterisch kompetenten Studenten durchgeführt. Dabei wurden in Gruppendiskussionen neue Reize und Verwendungszwecke des Fotobuches diskutiert und schließlich in der Praxis umgesetzt. Im Praxisprojekt entwarfen die Workshop-Teilnehmer innovative Fotobuch-Prototypen, die sich von den klassischen Strukturen abheben sollten.

ERGEBNISSE

Da das Fotobuch die Eigenschaften von Buch, Fotografie und digitalen Medien in sich vereint, wurde es als Hybridmedium definiert. Die Studie kam zu dem Ergebnis, dass das Fotobuch noch stark von diesen "Elternmedien" abhängig ist. Es wird daher vorrangig im Sinn des Fotoalbums wahrgenommen und genutzt. Innovative Formen werden selten entwickelt, obwohl die Fotografie im Fotobuch durch Kontextualisierung mit weiteren Komponenten wie Text oder Layout eine Wesenserweiterung erfährt. Zum gegenwärtigen Zeitpunkt bleiben die Potenziale des Fotobuches im Wesentlichen unerkannt. Als Medium kommt dem Fotobuch eine vernetzende Funktion zu, wobei die Kommunikation nicht zwangsläufig inter- sondern auch intrapersonal ablaufen kann. Die Annahme der Innovation (Adoption) verläuft im Gegensatz zur Nutzung sehr individuell. Um sich als analoges Medium digitalen Ursprungs weiterentwickeln zu können, muss sich das Fotobuch den Gegebenheiten im Internet öffnen und gleichzeitig durch Nachbearbeitung die Vorteile der Haptik seiner analogen Form optimieren.



Jo Graff, Amelie Greiner, Phillip Groß, Annegret Luitjens,
Michaela Röber, Philipp Schober, Olga Uchatsch, Judith Weiler

ZELLKULTUR

*Mediennutzung im Strafvollzug***PROJEKTPARTNER**

TLM. Thüringer Landesmedienanstalt,
Justizministerium des Freistaates Thüringen &
die Justizvollzugsanstalt Tonna

PROJEKT BETREUER

Prof. Dr. Joachim R. Höflich, Prof. Dr. Friedrich Krotz

ZIEL DES PROJEKTS

Im Mittelpunkt der Untersuchung standen folgende Fragen: Welche Medien stehen Strafgefangenen zur Verfügung? Aus welchen Gründen nutzen sie diese? Und schließlich: Was ist das besondere an der Mediennutzung in der Lebenswelt des Gefängnisses? Antworten bietet die im Frühjahr 2010 in der thüringischen Justizvollzugsanstalt Tonna durchgeführte Studie zur Mediennutzung von Strafgefangenen.

UNTERSUCHUNGSANLAGE

Im Rahmen der qualitativen Fallstudie wurde zunächst eine Dokumentenanalyse des Strafvollzugsgesetzes und der Hausordnung der JVA Tonna durchgeführt, um die Rahmenbedingungen für das Leben der Insassen in der Haftanstalt zu erfassen. Nachfolgend wurden Experten aus Kommunikationswissenschaft und Kriminologie als auch Mitarbeiter der Anstalt zu ihren Erfahrungen mit Gefangenen und deren Medienumgang befragt.

Schließlich berichteten 16 Gefangene im Alter von 25 bis 52 Jahren in mehrstündigen Tiefeninterviews über ihr Leben und ihren Medienumgang im geschlossenen Vollzug. In der Gesamtschau ergibt sich ein umfassendes Bild über das Leben in der Haftanstalt mit dem Fokus auf die darin eingebettete Nutzung von Kommunikationsmedien.

ERGEBNISSE

Die Ergebnisse bestätigen, dass Mediennutzung vor allem aus der Interaktion zwischen Nutzer, Technologie und Nutzungskontext entsteht: So schreiben Gefängnisinsassen Medien neben deren bekannten Funktionen und Gratifikationen auch ganz neue Bedeutungen zu, die mit ihrem Umfeld, dem Gefängnisalltag, zusammenhängen.

Weiterhin weisen die Befunde auf die Bedeutsamkeit von Medien als Identitätsstifter hin: Medien helfen Gefangenen einerseits ihre durch die Inhaftierung bedrohte Identität zu stabilisieren, etwa indem sie mit ihren Verwandten und Bekannten in Kontakt und damit in deren Leben präsent bleiben. Andererseits helfen sie ein neues, der Haft angepasstes Selbstbild zu etablieren.

Die Mediennutzung von Strafgefangenen ist zudem eine kulturelle Praxis, über die Insassen in einem von Macht gekennzeichneten Alltag Autonomiegewinne gegenüber der Justizanstalt und deren Personal, aber auch gegenüber ihren Mitinsassen zu realisieren versuchen.

Dabei treten eine Reihe kreativer Umgangsweisen der Insassen mit Medien zutage, die darauf hinweisen, dass Vorstellungen von einem technologischen Determinismus auch im Gefängnis obsolet sind.



Isabell Beutel, Emanuel Cron, Linda Gewinner, Cornelia Gutsche,
Peter Kroker, Juliane Pohl, Eric Weser, Oliver Witzki

NETZAKTIV

Motivlagen von Studierenden bei der Nutzung des Internets zur politischen Information

PROJEKTPARTNER

wbpr Gesellschaft für Public Relations und Marketing

PROJEKT BETREUER

Prof. Dr. Kai Hafez, Prof. Dr. Patrick Rössler

ZIEL DES PROJEKTS

Unser Projekt verfolgte das Ziel, die Gründe für unterschiedliche Muster im Nutzungsverhalten von Studierenden bei ihrer politischen Information im Internet aufzudecken und zu verstehen. Dabei diente die Öffentlichkeitstheorie als Rahmen. Insbesondere das Zentrum-Peripherie-Modell von Habermas und Peters bildete die Grundlage, um die politische Informationslandschaft im Internet theoretisch fundiert zu strukturieren. Im Fokus der Betrachtung standen die „Motivlagen“, aus denen heraus Studierende bestimmte politische Informationsangebote im Internet nutzen. Sie wurden als Kombination aus individuellen Erwartungen sowie Gesellschafts- und Wertorientierungen konstruiert. Weiterhin wurde untersucht, welchen Stellenwert Routinen bei der Nutzung des Internets zur politischen Information einnehmen und ob sie die Erklärungskraft von Motivlagen einschränken können.

UNTERSUCHUNGSANLAGE

Zunächst wurde bundesweit eine standardisierte Online-Befragung unter 3799 Studierenden durchgeführt, um ihr politisches Informationsverhalten im Internet zu erfassen. Auf Grundlage dieser Daten wurden 33 Studierende mit einem aussagekräftigen Nutzungsmuster ausgewählt und in einem zweiten Schritt in qualitativen Leitfadeninterviews vertiefend befragt. Durch eine qualitative Inhaltsanalyse der Interviewtranskripte wurden anschließend Zusammenhänge aufgedeckt.

ERGEBNISSE

Grundsätzlich zeigen die Ergebnisse, dass Gesellschafts- und Wertorientierungen einen entscheidenden Einfluss auf die Erwartungen von Studierenden im Hinblick auf politische Informationen im Internet haben. Durch Kriterien wie die Zufriedenheit mit der politischen Struktur, die politische Identität und die politische Selbstwirksamkeitserwartung ließen sich die Studierenden in drei gesellschaftspolitische Gruppen einteilen: die Systemverbundenen, die Systemneutralen und die Systemkritiker. Diese Gruppen weisen zum einen Unterschiede in ihrer Beurteilung des politischen Systems und in ihren politischen Einstellungen auf, zum anderen zeigen sich Unterschiede in ihren Erwartungen an die Informationsangebote aus den verschiedenen Gesellschaftssphären.

Zudem wurde deutlich, dass Routinen und der individuelle Anspruch an die eigene politische Information Einfluss auf die Komplexität und die Ausdifferenzierung von Nutzungsmustern haben: Routinen stellen ein Hemmnis für ein breit angelegtes Informationsverhalten dar und können am ehesten durch einen hohen Anspruch an die eigene politische Information überwunden werden. Eine kleine Gruppe von Studierenden – die „netzpolitische Avantgarde“ – sticht besonders hervor: Sie erkennen in den Strukturen des Internets die Möglichkeit zu einer diskursiven Neuausrichtung von politischer Information und kommen so dem Habermas'schen Ideal des aufgeklärten Bürgers am nächsten.



Nils Backman, Gregor Darmer, Peter Gladitz, Victoria Kupsch, Tobias Lietz, Nina Reiswich, Lukas Roschka, Thorsten Spachmann (alphabetisch)



Eine theoretische Neujustierung der Theorie der öffentlichen Meinung im Internetzeitalter

PROJEKTPARTNER

Stiftung Demoskopie Allensbach

PROJEKTBETREUER

Prof. Patrick Rössler, Prof. Kai Hafez

ZIEL DES PROJEKTS

Ziel dieser Projektarbeit war es, die zentralen Annahmen der Theorie der öffentlichen Meinung von Elisabeth Noelle-Neumann vor dem Hintergrund der heutigen Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten zu überprüfen und gegebenenfalls neu zu justieren. Die Theorie macht Aussagen über die Bildung und Funktion öffentlicher Meinung auf individueller und gesellschaftlicher Ebene, wobei insbesondere der Berichterstattung der Massenmedien eine richtungsweisende Rolle zugewiesen wird. Sie vermitteln dem Individuum, welche Meinungen öffentlich akzeptiert sind und daher geäußert werden können bzw. welche Meinungen zu sozialer Isolation führen und aus Angst davor verschwiegen werden sollten. Da die Theorie in den 70er Jahren formuliert wurde, sind zentrale Postulate und Prämissen an die medialen Rahmenbedingungen dieser Zeit geknüpft. Seitdem hat sich das deutsche Mediensystem sehr verändert. Insbesondere das Internet bietet eine Vielzahl neuer Kommunikationsmöglichkeiten für jeden Einzelnen. Es sollte überprüft werden, inwiefern die Theorie der öffentlichen Meinung auch im Online-Zeitalter eine Erklärungskraft besitzt bzw. wo sie dort an ihre Grenzen stößt.

UNTERSUCHUNGSANLAGE

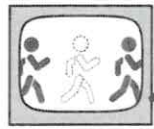
Im Rahmen des Projekts wurde keine eigene Erhebung durchgeführt, die Überprüfung der ursprünglichen Aussagen der Theorie fand stattdessen auf rein theoretischer Ebene, auf Basis von Sekundäranalysen und Expertengesprächen statt. Jede Hypothese wurde für sich in Frage gestellt und auf die neuen medialen Bedingungen angewandt. Theorien, Ansätze und Konstrukte aus den Bereichen der Kommunikationstheorie, der Sozialpsychologie und der Gesellschaftstheorie halfen dabei, eigene Annahmen auch ohne eine empirische Überprüfung abzusichern.

ERGEBNISSE

Auf individueller Ebene wurden die Ergebnisse in einem komplexen Modell zusammengefasst, welches die ursprünglichen Einflussgrößen Noelle-Neumanns um weitere ergänzt bzw. die vorhandenen in eine neue Ordnung bringt. Der Meinungsbildungsprozess hängt nicht mehr nur vom wahrgenommenen Meinungsklima und dem Abgleich der eigenen Meinung mit der wahrgenommenen Mehrheitsmeinung ab, sondern auch von der individuell selektierten Medienmeinung, den Möglichkeiten des Kommunikationsraums sowie vom Einfluss bestimmter Gruppen und spezifischen Persönlichkeitsmerkmalen. Dies soll aber keinesfalls heißen, dass es auf gesellschaftlicher Ebene nicht mehr zur Herausbildung einer einzigen öffentlich akzeptierten Mehrheitsmeinung kommen kann. Vielmehr könnte sich der klassische Meinungsbildungsprozess aufgrund dieser Neuordnung im und durch das Internet beschleunigen oder gar verlangsamen.



Kristin Ramcke, Mareike Mewes, Julia Ebert, Anne Schulz, Madeleine Kling, Johanna Schade, Anja Schorr, Kerstin Bienhaus (v.l.n.r.)



BilderLeben

Der Einfluss von Vorwissen bei der Rezeption einer Geschichte auf Verhalten von Kindern

PROJEKTPARTNER

MDR-Markt- und Medienforschung

PROJEKTBETREUER

Prof. Dr. Patrick Rössler, Jun.-Prof. Dr. Sven Jöckel

ZIEL DES PROJEKTS

Die Medien sind voll von Geschichten und besonders Kinder lassen sich leicht von ihnen faszinieren, indem sie diese intensiv erleben und in deren Welt eintauchen. Dabei stellte sich für die Projektgruppe BilderLeben die Frage, inwiefern Kinder durch dieses „Narrative Erleben“ beeinflusst werden können. Ziel des Projekts war es, zu überprüfen, ob Kinder aus einer Fernsehserie Überzeugungen, Einstellungen oder sogar dargestelltes Verhalten übernehmen. Zusätzlich war von Interesse, welche Rolle dabei das Vorwissen um bestimmte Handlungsabläufe spielt. Theoretische Grundlage dazu war ein Modell, das sich mit dem Erleben einer Geschichte und dessen Effekten befasst. Dessen Annahmen wurden erstmals mit Kindern untersucht.

UNTERSUCHUNGSANLAGE

Im Rahmen der Studie wurde ein Experiment mit 290 Kindern im Alter von zwölf Jahren durchgeführt. Dazu wurde ihnen eine Episode der Kinder-Soap Schloss Einstein gezeigt, die sich mit altersspezifischen Themen auseinandersetzt. Zuvor lasen die Kinder vier kurze Geschichten, die unterschiedliches Vorwissen zu einem Handlungsstrang der Soap-Episode boten: Je nach Experimentalbedingung sollte dies bei der Rezeption der

Fernseh-Geschichte entweder fördernd, neutral oder störend wirken. Im Anschluss daran wurden die Kinder anhand eines Fragebogens zu ihrem Erleben der Soap-Episode und zu ihren Überzeugungen sowie ihrer Intention, das in der Serie dargestellte Verhalten (Engagement an der Schule) auszuführen, befragt.

ERGEBNISSE

Die Auswertung der Daten ergab, dass Vorwissen in Form der gelesenen Geschichten einen Einfluss auf die Verhaltensintention hatte. Allerdings konnte nicht gezeigt werden, dass dieses Vorwissen die Intensität des Erlebens beeinflusste. Dennoch ließ sich ein Zusammenhang zwischen dem Narrativen Erleben und der Übernahme einer der in der Serie dargestellten Überzeugungen ermitteln. Außerdem wurde deutlich, dass das Erleben der Geschichte einen Einfluss auf die Übernahme der in der Soap-Episode dargestellten Einstellungen hatte.

Somit lieferte diese Studie weitere Ansätze im Bereich der Forschung zur Überzeugungskraft von Geschichten bei Rezipienten im Kindesalter. Im Rahmen dessen wurde ein Instrument entwickelt, welches das Narrative Erleben von Kindern messbar macht. Dadurch wurden Möglichkeiten für zukünftige Forschung in diesem Gebiet aufgezeigt.



Anne Hammer, Ruben Eisleb, Johanna Jann, Lisa Schwörer, Stefanie Wahl, Stefanie Schmitt, Ulrike Riedel, Katharina Lüdke, Linda Dietsche (v.l.n.r.)



Online-Potentiale Dritter Programme – Am Beispiel des MDR

PROJEKTPARTNER

MDR Landesfunkhaus Thüringen

PROJEKTBETREUER

Prof. Dr. Joachim R. Höflich, Prof. Dr. Friedrich Krotz

ZIEL DES PROJEKTS

Regionale Informationsangebote im globalen Internet gibt es viele – aber sind diese innovativ? Auch der öffentlich-rechtliche Rundfunkanbieter MDR tritt mit dem Angebot www.mdr.de/thueringen der Konkurrenz entgegen. Jedoch besuchen vor allem Thüringer über 50 Jahre die Internetseite und nicht die internetaffinen jüngeren Nutzer. Anhand des regionalen Online-Angebots www.mdr.de/thueringen wird folglich untersucht, wie Dritte Programme über eine solche Internetseite neue und gleichzeitig jüngere Nutzer erreichen können.

UNTERSUCHUNGSANLAGE

Ein qualitatives Mehrmethoden-Design wurde gewählt. Eine modifizierte Inhaltsanalyse half dabei, herauszufinden, ob die Internetseite einen Mehrwert zum linearen Fernsehprogramm darstellt. Mit Hilfe von Experteninterviews wurden die Auswirkungen der Produktionsbedingungen und des redaktionellen Umfelds auf die Online-Redakteure untersucht. Schließlich dienten Gruppendiskussionen einer Annäherung an das regionale Themeninteresse und die Mediennutzung der Thüringer, während in den anschließenden Einzelinterviews mit potentiellen Endnutzern die Bewertung von www.mdr.de/thueringen vorgenommen wurde. Als Grundlage der weiteren Theorieentwicklung diente hierbei das handlungstheoretisch fundierte Referenzmodell empirischer (Massen-) Kommunikationsforschung von Renckstorf und Wester.

ERGEBNISSE

Aus der Betrachtung der Angebotsseite gehen folgende Empfehlungen hervor: der Aufbau eines eigenständigen Online-Reporterpools, die Verbesserung der Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Redaktionen sowie die Herstellung eines eigenen Etats und beständigen Beschäftigungsverhältnissen für die Online-Redakteure. Aus der publikumszentrierten Sicht lassen sich vier zentrale Ergebnisse nennen: Es muss (1) die thematische Auswahl auf das Interesse der Nutzer abgestimmt werden, wofür sich Rückkanäle wie Feedbackfelder unter jedem Online-Artikel anbieten würden. Darüber hinaus gilt es, (2) die Navigation und Übersichtlichkeit der Webseite zu verbessern. Es ist zudem sinnvoll, (3) die technischen Möglichkeiten des Internets durch beispielsweise Suchmaschinenoptimierung oder die Steigerung der Interaktivität erschöpfend zu nutzen. Zuletzt ist es notwendig, (4) die Bekanntheit des regionalen Online-Angebots zu steigern, das Image zu verbessern und die vorhandenen Ressourcen im Sinne von Cross-Promotion zu nutzen. Werden alle genannten Aspekte erschöpfend und kombiniert umgesetzt, besteht die Chance für den Mitteldeutschen Rundfunk, neue und gleichzeitig jüngere Nutzer zu erreichen.



Nadja Hoffmann, Clemens Dalchau, Ricarda Mattes, Mona Folger,
Katharina Bartsch, David Zilk, Eva-Maria Gottmann (v.l.n.r.)



Der Einfluss sozialer Netzwerkseiten auf den Bewerbungs- und Rekrutierungsprozess

PROJEKTPARTNER

Monster

PROJEKT BETREUER

Prof. Dr. Michael Giesecke, Dr. Heiner Stahl, Hannah Fröh M.A.

ZIEL DES PROJEKTS

Durch die fortwährende, mitunter reißerische Berichterstattung in den Medien zum „googelnden Personal“ und „gläsernen Bewerber“ stießen wir als zukünftige Absolventen auf unser Thema. Da wir in den Meldungen kaum fundierte Hintergründe als vielmehr undifferenzierte Fallbeispiele vorfanden, wollten wir uns der Problematik auf elaborierte, wissenschaftliche Art und Weise annähern. Ziel war es, ein umfangreiches Verständnis der Einstellungen und Motive zur Mediennutzung der beteiligten Akteure im Bewerbungsprozess zu generieren und ein ganzheitliches Bild der Bewerbungskommunikation (insbesondere in Bezug auf die sozialen Netzwerkseiten (SNS) zu zeichnen.

UNTERSUCHUNGSANLAGE

Wir haben eine qualitative Exploration des Untersuchungsobjektes betrieben. Dabei nahmen wir eine ganzheitliche kommunikationswissenschaftliche Perspektive in unseren theoretischen Vorüberlegungen ein, welche wir auch in der Empirie umgesetzt haben. Konkret haben wir bundesweit 33 Leitfadeninterviews mit 14 Bewerbern/Absolventen und 19 Personalern durchgeführt. Bei einer durchschnittlichen Interview-

dauer von 65 Minuten kamen wir am Ende unserer empirischen Phase auf über 1.000 Seiten transkribierten Text. Für die Auswertung haben wir uns an den Grundsätzen der „kommunikativen Sozialforschung“ unseres Betreuers (Prof. Giesecke) orientiert. Dabei spielte die ständige Rückführung der Erkenntnisse in die Gruppendiskussion eine bedeutende Rolle.

ERGEBNISSE

Als Antwort auf das Medienecho des „googelnden Personalers“ entwickelten wir Begriffsklärungen des Kunstworts „Googeln“, die sich an den Lebenswelten der Befragten orientieren. Wir stießen auf eine Vielzahl möglicher Definitionen, die von einfacher Web-Recherche über Personensuche bis hin zur Suche in sozialen Netzwerkseiten (SNS) reichen. Ähnlich verhält es sich mit den Definitionen von „Social Media“. Diese begriffliche Unschärfe ist einer der Gründe für das Pauschalurteil, „alle Personalers googeln“. Insgesamt konnten wir feststellen, dass eine elaborierte Web-Recherche im Bewerbungsprozess zu zeitaufwendig und im Bezug auf die Ergebnisse meist nicht eindeutig ist. Zum Ausschluss sog. Worst-Case-Leute (z.B. radikale polit. Ansichten) wird sie dennoch von einigen Personalern angewandt, deren Nutzungsverhalten sich v.a. aus ihrer eigenen privaten Webnutzung ableitet.

Im Ergebnis bergen die SNS großes Potential zum Pflegen berufsrelevanter Kontakte, das von den Bewerbern bisher kaum genutzt wird. Soziale Normen für den professionellen Umgang mit diesen ursprünglich persönlichen Netzwerken müssen sich noch herausbilden. Auf Unternehmensseite fehlt oftmals die Expertise im Umgang mit Social Media und es werden teils unreflektierte Must-Have-Strategien in großer Bandbreite statt konzentrierter Tiefe angewandt. Der Einfluss der SNS auf den Bewerbungs- und Rekrutierungsprozess muss somit für den Moment relativiert werden, wird in Zukunft aber vermutlich weiter zunehmen.



Moritz Mönnig, Jens Grotegut, Stefan Münzberg, Larissa Herber, Carolin Krause, Hannes Tonat, Franziska Thiele, Kristine Avram (v.l.n.r.)

PSP- BETREUER



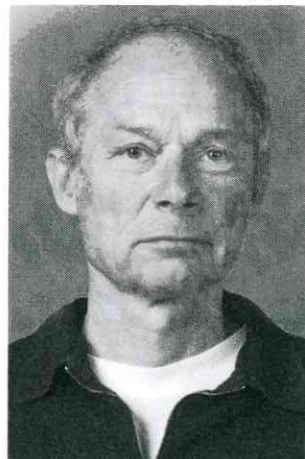
Prof. Dr. Joachim R. Höflich



Prof. Dr. Kai Hafez



Prof. Dr. Patrick Rössler



Prof. Dr. Michael Giesecke



■ Ausdruck ■ Bindung ■ Poster ■ Paper-Services

Your paperwork
professionals!
zimodruck

10

PROJEKTFORUM

Die Projektgruppen
auf ihrem langen Weg
"zum Hier
im Heute"
für ein paar Schritte begleitet
zu haben, freut uns sehr.

Wir gratulieren
Euch herzlichst!

STANDINGOVATION

■ Grossformat ■ Flyer ■ Skripte ■ Digitaldruck

ZIMODRUCK & KOPIE KG // Nordhäuser Str. 95 // 99089 Erfurt
Haltestelle Baumerstrasse // Tel: 0361 - 55 18 662 // E-Mail: erfurt@zimodruck.de
Öffnungszeiten: Mo - Fr 8:00 - 19:30 & Sa 10:00 - 16:00