

JENS WOLLING

MI15 Multimedia-Einsatz in den Massenmedien

2stündig, Mi. 16-18 Uhr Oe 0.33

Im Seminar soll ein multimediales Web-Angebot entwickelt und systematisch getestet werden. Dabei soll es vor allem darum gehen, in wie weit eine multimediale Aufbereitung sinnvoll ist und einen Zusatznutzen erbringt (Experiment). Für die Entwicklung des Angebots muss zunächst eine Situationsanalyse durchgeführt werden. Dabei geht es vor allem um die Analyse der vorhandenen (Konkurrenz-) Angebote und der Nachfragesituation. Darüber hinaus kann auch die Analyse des Marktverhaltens konkurrierender Anbieter sowie der Finanzierungsmöglichkeiten und der rechtlichen Rahmenbedingungen eine Rolle spielen. In einem zweiten Schritt wird dann ein Konzept für das Webangebot entwickelt. In dem Konzept müssen die formalen und inhaltlichen Merkmale erläutert werden. Es muss geklärt werden, welche Zielgruppen erreicht werden sollen, ob und wenn ja wie PR und Werbung für das Angebot gemacht werden soll, Fragen der Nachhaltigkeit/Pflege sowie der Finanzierung müssen erörtert werden. Eines der zentralen Ergebnisse wird ein Pflichtenheft sein, in dem die zentralen Merkmale des zu erstellenden Angebots beschrieben werden.

Termin	Thema
1.	Einführung: Anforderungen. Entwicklung eines Arbeitsplans: Wer soll befragt werden? Was soll analysiert werden? Welche Arbeiten müssen erledigt werden. Einteilung in Arbeitsgruppen für die Analysen.
2.	Wie plant man die Analyse? Entwicklung der Instrumente: Inhaltsanalyse, Befragung.
3.	Multimedia: Begriffsklärung, Dimensionierung - Generelle Fragestellungen und erste Hypothesen. Logik des Experiments.
4.	Ergebnisse der Angebotsanalyse
5.	Ergebnisse der Nutzeranalyse
6.	Vorstellung der Konzepte für das Angebot. Erste Vorschläge für die empirische Untersuchung – Forschungsfragen, Hypothesen, Untersuchungsdesign
7.	Vorstellung und Diskussion des experimentellen Untersuchungsdesigns
8.	Entscheidung über das zu realisierende Webangebot und das Untersuchungsdesign. Aufteilung in Projektgruppen (Webseitenerstellung, Usabilitytest, Experiment)
9.	Vorstellung und Diskussion des Prototypen und der Variation / Vorstellung und Diskussion des Untersuchungsdesigns und der Erhebungsinstrumente
10.	Vorstellung und Diskussion der überarbeiteten Erhebungsinstrumente / Vorstellung und Diskussion der überarbeiteten Webseiten
11.	Usabilitytest
12.	Pretest des experimentellen Untersuchungsdesigns
13.	Abschließende Planung der experimentellen Untersuchung
14.	Durchführung des Experiments
15.	Datenauswertung und Abschlussbesprechung

Inhaltliche Zielsetzung:

Gründung einer Online Fachzeitschrift, die ein wissenschaftliches Forum für alle Bereiche der Kommunikationswissenschaft darstellt.

Erstellung einer Webpräsentation für die Zeitschrift.

Evaluation der Webpräsentation.

Rahmenbedingungen für die Zeitschrift

1. Veröffentlichung von Originalforschungsbeiträgen
2. Peer-Review-Verfahren
3. Diskussionsforum für die Beiträge

Leistungsanforderungen:

1. Mitarbeit bei der Durchführung einer Situationsanalyse (Ausarbeitung und schriftliche Vorlage des Instruments. Kurzer schriftlicher Bericht der Ergebnisse der Arbeitsgruppe).
2. *Konkurrierende Gruppen*: Mitarbeit im Rahmen einer Arbeitsgruppe bei der Konzeption für ein Webangebot: Welche Leistungen soll das Angebot haben? Wie soll das Design der Seite aussehen? Welche multimedialen Elemente soll die Seite enthalten? Vorschlag für eine experimentelle Untersuchung (Kurze schriftliche Dokumentation)
3. Mitarbeit in einer der Arbeitsgruppen, die a) das Webangebot erstellt, die b) den Content erstellt, oder c) den Usabilitytest und das Experiment vorbereitet. Vorstellung der Zwischenergebnisse und Endergebnisse im Seminar.
4. Mitarbeit bei der Durchführung des Usabilitytest und des Experiments.

Die Note errechnet sich folgendermaßen:

Die Punkte 1 und 2 zusammen, sowie 3 und 4 zusammen gehen jeweils zu ca. 1/2 in die Note ein.

Nur wenn alle Teilleistungen erbracht worden sind, kann ein Schein ausgegeben werden.

Ist Analyse:

Welche Angebote gibt es?

Wer könnte daran interessiert sein?

Mit welchen Problemen müssen sich Onlinezeitschriften hauptsächlich auseinandersetzen?

Literatur zu Multimedia und Interaktivität

Beck, Klaus (2005). Computervermittelte Kommunikation im Internet. München, Wien, Oldenbourg.

Brenner, Walter/Zarnekow, Rüdiger (1999): Innovative Ansätze zur digitalen Bereitstellung multimedialer Inhalte. In: Schumann, Matthias/Hess, Thomas (Hrsg.). Medienunternehmen im digitalen Zeitalter. Neue Technologien - neue Märkte - neue Geschäftsansätze. Wiesbaden: Gabler, S. 33-50.

Goertz, Lutz (1995): Wie interaktiv sind Medien? Auf dem Weg zu einer Definition von Interaktivität. In: Rundfunk und Fernsehen 43 (4): S. 477-493.

Jäckel, Michael (1995): Interaktion. Soziologische Anmerkungen zu einem Begriff. In: Rundfunk und Fernsehen 43 (4): S. 463-476.

Weidenmann, Bernd (2002): Multicodierung und Multimodalität im Lernprozess. In: Issing, Ludwig J. & Klimsa, Paul (Hrsg.): Information und Lernen mit Multimedia und Internet. Lehrbuch für Studium und Praxis. 3. vollständig überarbeitete Auflage, S. 45-62

Vlasic, Andreas/Schweiger, Wolfgang (1998): Bilder im World Wide Web. Ein Experiment zum Einfluß der Bebilderung in Online-Nachrichtenangeboten auf die Rezeption. In: Prommer, Elisabeth/Vowe, Gerhard (Hrsg.). Computervermittelte Kommunikation. Öffentlichkeit im Wandel. Konstanz: UVK, S. 39-65.

Literatur zu Usability

Grotenhoff, Maria/Stylianakis, Anna (2002): Website-Konzeption. Von der Idee zum Storyboard. Bonn: Galileo Press.

Krug, Steve (2002): Don't make me think! Web Usability - Das intuitive Web. Bonn: mitp.
Nielsen, Jakob/Tahir, Marie (2002): Homepage usability: 50 enttarnte Websites. München: Markt-und-Technik-Verlag.

Schweibenz, Werner/Thissen, Frank (2002): Qualität im Web. Benutzerfreundliche Webseiten durch Usability Evaluation. Berlin Heidelberg: Springer Verlag.

Literatur zu Methoden der Datenerhebung

Befragung

Brosius, Hans-Bernd/Koschel, Friederike (2001): Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Diekmann, Andreas (1998): Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Reinbek: Rowohlt Taschenbuch Verlag.

Schnell, Rainer/Hill, Paul B./Esser, Elke (1999): Methoden der empirischen Sozialforschung (6. Auflage). München/Wien: Oldenbourg.

Kromrey, Helmut (1991): Empirische Sozialforschung. Opladen: Leske+Budrich.

Wolling, Jens/Kuhlmann, Christoph (2003): Das Internet als Gegenstand und Instrument der empirischen Kommunikationsforschung. In: Löffelholz, Martin/Quandt, Thorsten (Hrsg.). Die neue Kommunikationswissenschaft. Theorien, Themen und Berufsfelder im Internet-Zeitalter. Eine Einführung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S.131-161.

Inhaltsanalyse:

Früh, Werner (1989): Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis. München: Ölschläger.

Experiment

Zimmermann, Ekkart (1972): Das Experiment in den Sozialwissenschaften. Stuttgart: Teubner.

Literatur zum Onlinepublizieren

Kesselmeier, Jürgen (2005): Frei zugänglich und transparent begutachtet. In: Forschung & Lehre (3): S. 142-143.

Literatur zur Qualitätsforschung

Beck, Klaus/Schweiger, Wolfgang/Wirth, Werner (Hrsg.) (2004): Gute Seiten - schlechte Seiten. Qualität in der Onlinekommunikation. München: Reinhard Fischer.

Vowe, Gerhard/Wolling, Jens (2004): Radioqualität. Was die Hörer wollen und was die Sender bieten. München: Kopaed.

Wolling, Jens (2004): Qualitätserwartungen, Qualitätswahrnehmungen und die Nutzung von Fernsehserien. Ein Beitrag zur Theorie und Empirie der subjektiven Qualitätsauswahl von Medienangeboten. In: Publizistik 49 (2): S. 171-193.

Interessierende Nachfragergruppen

Wissenschaftler, die dort ggfs. publizieren wollen

Wissenschaftler, die das Angebot nutzen wollen

Studierende

Praktiker, die nach wissenschaftlichen Informationen suchen.

Interessierende Konkurrenzangebote

Andere *Onlinezeitschriften* aus dem Bereich KW *in Deutschland und der Welt*

Andere Zeitschriften aus dem Bereich KW, die *auch* einen Onlineauftritt haben.

Andere *Onlinezeitschriften*, die eine besondere Kompetenz in technischer, gestalterischer oder organisatorischer Hinsicht bei der Konzeption von Onlinezeitschriften haben sollten (eigene oder von Instituten) .

Finanzierungsmöglichkeiten?

PR?

Wo verweise auf das Angebot platzieren?

Suchmaschinenoptimierung

Rechtliche Fragen?

Urheberrechte

Was sind multimediale Angebote?

Angebote die verschiedene Modi bereitstellen

Interaktive Angebote

Kombinationen von Push und Pull-Modus

Einsatz kooperativer Modelle Wikis

Welche multimedialen Angebote könnten dabei interessant sein?

Veröffentlichungen, die auch andere Formen – Videos, animierte Grafiken etc. beinhalten

direkte Kommentierungsfunktion

Möglichkeiten des Updates