

Der Medium?

Empirische Daten zum Medienwissen von AufnahmewerberInnen am Studiengang „Journalismus und Public Relations (PR)“ im Geschlechts-, Reifeprüfungs- und Längsschnittvergleich¹⁾

Heinz P. Wassermann

1. Einleitung

Die im Folgenden ausgewerteten Datensätze wurden im Anschluss an den schriftlichen Reihungstest für das Bachelorstudium „Journalismus und Public Relations (PR)“ an der FH JOANNEUM am 5., 6. und 12. Juli 2011 generiert, ohne Auswirkungen auf den Aufnahmestatus zu haben.

Insgesamt waren 33 Fragen zu beantworten, die die Themenfelder Abkürzungen, medienhistorisches Wissen, Wissen um Medienlandschaft(en), Personen, Begriffe sowie persönliche Daten abdeckten.

Die vorliegende Erhebung versteht sich nicht als Mediennutzungs- bzw. -kompetenzstudie², sondern hat vordergründig das Medienwissen von Jugendlichen im Fokus. Die Auswertung basiert auf 175 (bzw. im Längsschnittvergleich 96) Datensätzen.

2. Samplebeschreibung und Auswertungsmodalitäten

Insgesamt füllten 45 Bewerber (25,7 %) und 130 Bewerberinnen (74,3 %) den vorgegebenen Fragebogen aus. Befragt nach der höchsten abgeschlossenen Ausbildung antworteten 61 BewerberInnen mit Matura, 67 mit AHS-Matura, 34 mit BHS-Matura und zwei mit Bakkalaureat. Elf BewerberInnen (vier männliche und sieben weibliche) ließen diese Frage unbeantwortet.

Sofern es die Auswertungen betrifft, werden diese in Abwandlung zum Fragebogen thematisch teilweise neu sortiert und tabellarisch nach dem Ausmaß an richtigen Antworten geordnet. Darüber hinaus wird entlang der

unabhängigen Variablen a) Geschlecht und b) Bildungsabschluss³ untersucht, ob statistisch signifikante Unterschiede bestehen.

Weiters werden – sofern dies ob identer Fragestellungen möglich ist – die vorliegenden Ergebnisse mit einer, ebenfalls am Studiengang durchgeführten Erhebung im Jahr 2005 verglichen.⁴ Durch diesen Zeitvergleich sollen Aussagen über Ab- bzw. Zunahme des Medienwissens getroffen werden können. Allerdings ist darauf zu verweisen, dass sich die Samples quantitativ gravierend unterschieden (2005: N = 96, 2011: N = 175), und dass sich die Daten aus 2005 lediglich auf die Bewerberinnen und Bewerber beziehen, die zum abschließenden mündlichen Aufnahmegespräch geladen wurden. Bei der Erhebung 2011 war im Gegensatz zur Erhebung aus 2005 nichts über den Aufnahmestatus – also ob die Bewerber am Studiengang aufgenommen wurden oder nicht – bekannt.

Sofern es die Auswertungsmethodik betrifft, orientiert sich die vorliegende Erhebung zum einen an der aus dem Jahr 2005⁵, zum anderen ist darauf zu verweisen, dass den Bewerberinnen und Bewerbern ob des angestrebten Studiums eine erhöhte Medienaffinität zu unterstellen ist.

3. Fragensauswertung

3.1. Abkürzungen

Insgesamt wurde nach sechs Abkürzungen gefragt, die – wie Tabelle 1 zeigt – folgendermaßen beantwortet wurden.

Ein hohes Maß an richtiger Zuordnung ist für die Abkürzungen *WWW*, *PR* und *ORF* mit Werten von jeweils jenseits der 90-Prozent-Marke gegeben. Der Begriff *SMS* wurde hingegen überraschenderweise von lediglich

	2011			2005		
	Richtig	Falsch	Unbeantwortet	Richtig	Falsch	Unbeantwortet
WWW	97,7 %	0,6 %	1,7 %	n. e. ⁶	n. e.	n. e.
PR	94,9 %	1,1 %	4,0 %	93,8 %	5,2 %	1,0 %
ORF	90,9 %	7,4 %	1,7 %	96,2 %	3,1 %	1,7 %
SMS	58,9 %	33,7 %	7,4 %	85,4 %	10,4 %	4,2 %
APA	48,6 %	6,9 %	44,6 %	75,0 %	4,2 %	20,8 %
ZDF	27,4 %	48,6 %	24,0 %	34,4 %	48,9 %	16,7 %

Tabelle 1: Antwortverteilungen „Abkürzungen“ 2011 vs. 2005

Der Medium?

Empirische Daten zum Medienwissen von AufnahmewerberInnen am Studiengang „Journalismus und Public Relations (PR)“ im Geschlechts-, Reifeprüfungs- und Längsschnittvergleich

Heinz P. Wassermann

	2011			2005		
	Richtig	Falsch	Unbeantwortet	Richtig	Falsch	Unbeantwortet
fm4	42,3 %	38,9 %	18,9 %	0,0 %	36,5 %	63,5 %
TV	29,7 %	58,3 %	12,0 %	2,1 %	38,5 %	59,4 %
orf.on	18,9 %	54,3 %	26,9 %	n. e.	n. e.	n. e.
Radio	11,4 %	74,9 %	13,7 %	34,4 %	56,3 %	9,4 %

Tabelle 2: Antwortverteilungen „mediengeschichtliches Wissen“ 2011 vs 2005

	2011			2005		
	Richtig	Falsch	Unbeantwortet	Richtig	Falsch	Unbeantwortet
Nachrichtensendung Ö	83,4 %	12,0 %	4,6 %	77,1 %	22,9 %	
Kronen Zeitung	78,9 %	17,1 %	4,0 %	80,2 %	15,6 %	4,2 %
Ö1 vs Ö3	72,6 %	13,1 %	14,3 %	86,5 %	12,5 %	1,0 %
3sat vs sat1	56,6 %	24,6 %	18,9 %	77,7 %	13,8 %	8,5 %
Nachrichtenmagazin Ö	55,4 %	32,6 %	12,0 %	79,2 %	19,8 %	1,0 %
M-Unternehmen Ö	50,3 %	22,3 %	27,4 %	46,9 %	36,5 %	16,6 %
Nachrichtenmagazin D	31,4 %	28,0 %	40,6 %	54,1 %	24,0 %	21,9 %

Tabelle 3: Antwortverteilungen „Wissen um Medienlandschaft(en)“ 2011 vs 2005

etwas mehr als der Hälfte richtig beantwortet. Die Abkürzung *APA* konnten etwas weniger als die Hälfte der Befragten richtig zuordnen und beim Begriff *ZDF* war es nur knapp mehr als ein Viertel, wobei es bei den beiden zuletzt genannten Begriffen zu beachten gilt, dass jeweils mehr als die summierte Hälfte der Antworten den Kategorien „falsch“/„unbeantwortet“ zuzuordnen ist.

Sofern es Geschlechterunterschiede betrifft, sind solche für *ORF*, *SMS* und *WWW* nicht nachweisbar. Bei den verbleibenden drei Abkürzungen sind jedoch sehr wohl Differenzen festzumachen. Bewerberinnen beantworten die Abkürzung *ZDF* hoch signifikant häufiger falsch und lassen sie ebenso hoch signifikant häufiger unbeantwortet als Bewerber. Den Begriff *APA* lassen Bewerberinnen signifikant häufiger unbeantwortet als Bewerber, was auch (wenngleich auf niedrigem Niveau) für die Abkürzung *PR* gilt.

Signifikante Unterschiede zwischen AHS- und BHS-Abschlüssen lassen sich aus dem vorhandenen Datensatz nicht herauslesen.

In vier von fünf Fragen hat sich das Wissen der AufnahmewerberInnen im Längsschnitt verschlechtert, in zwei (*SMS* und *APA*) der vier Fälle kann von einer eklatanten⁷ negativen Veränderung gesprochen werden. Lediglich der Begriff *PR* wurde 2011 im Vergleich zu den Ergebnissen 2005 quantitativ „richtiger“ beantwortet.

3.2. Mediengeschichtliches Wissen

Tabelle 2 zeigt das mediengeschichtliche Wissen der BewerberInnen sortiert nach der Kategorie „richtig“.⁸⁾ Bereits auf den ersten Blick fällt auf, dass es um das historische Medienwissen der Befragten nicht gut bestellt ist. So übertrafen die falschen Antworten (ohne hier die unbeantworteten Fragen hinzuzufügen) in drei von vier Fällen die richtigen. Fügt man noch die Kategorie „unbeantwortet“ hinzu, dann übertrafen in allen Fällen die falschen die richtigen Antworten.

Signifikante Geschlechterdifferenzen bestehen dergestalt, dass die Antworten der Bewerber hinsichtlich der Medien Radio und Fernsehen in Österreich signifikant richtiger waren als jene der Bewerberinnen.

Sofern es den angegebenen Schultyp der Reifeprüfung betrifft, sind keine signifikanten Differenzen festzumachen.

Beim Vergleich der zwei Erhebungen ist festzuhalten, dass 2011 in zwei Fällen – bei *fm4* und *Fernsehen* – ein eklatant höheres Wissen vorhanden war als noch 2005. Bei der Beantwortung des Mediums *Radio* verhielt es sich jedoch genau gegenteilig.

3.3. Wissen um Medienlandschaft(en)

Tabelle 3 ediert insgesamt sieben Fragen zur österreichischen und deutschen Medienlandschaft.

Der Medium?

Empirische Daten zum Medienwissen von AufnahmewerberInnen am Studiengang „Journalismus und Public Relations (PR)“ im Geschlechts-, Reifeprüfungs- und Längsschnittvergleich

Heinz P. Wassermann

Alles in allem ist den BewerberInnen hierbei ein hohes Wissen zu attestieren, liegen doch – sieht man von der Frage nach einem deutschen Nachrichtenmagazin (*Nachrichtenmagazin D*) ab – die richtigen Antworten jeweils jenseits der 50-Prozent-Marke.

Sofern es die meistgesehene ORF-Nachrichtensendung (*Nachrichtensendung Ö*), das größte Medienunternehmen Österreichs (*M-Unternehmen Ö*) und den Unterschied zwischen Ö1 und Ö3 (*Ö1 vs Ö3*) betrifft, sind keine signifikanten Geschlechterdifferenzen nachweisbar. Bewerber beantworten die Frage nach dem Unterschied zwischen „3sat“ und „sat1“ (*3sat vs sat1*) sowie die Frage nach Österreichs auflagen- und lesestärkster Tageszeitung (*Kronen Zeitung*) signifikant häufiger richtig als Bewerberinnen. Bei den Fragen nach einem österreichischen (*Nachrichtenmagazin Ö*) und einem deutschen (*Nachrichtenmagazin D*) Nachrichtenmagazin antworten Bewerber nicht nur hoch signifikant häufiger richtig, sondern Bewerberinnen enthalten sich diesbezüglich auch hoch signifikant häufiger einer Antwort.

Sofern es den angegebenen Reifeprüfungstyp betrifft, sind keine signifikanten Differenzen zwischen AHS- und BHS-MaturantInnen festzumachen.

In zwei von sieben Wissensfragen (*Nachrichtensendung Ö* und *M-Unternehmen Ö*) ist 2011 eine Zunahme, in vier eine eklatante und in einem Fall (*Kronen Zeitung*) eine geringe Abnahme festzuhalten.

	Tageszeitungen Österreich		Tageszeitungen Deutschland	
	2011	2005	2011	2005
Beide richtig	63,4 %	78,9 %	28,0 %	39,6 %
Eine richtig	25,7 %	17,9 %	32,0 %	34,4 %
Keine richtig	1,7 %		6,3 %	
Keine Antwort	9,1 %	3,2 %	33,7 %	26,0 %

Tab. 4: Antwortverteilungen „überregionale Tageszeitungen in Österreich und Deutschland“ 2011 vs 2005

Zwei Fragen erhoben das Wissen über zwei überregional erscheinende Tageszeitungen in Österreich und in Deutschland. Wie schon bei der Frage nach den Nachrichtenmagazinen zeigen sich massive Wissensdifferenzen, die im Fall deutscher Tageszeitungen hoch signifikant sind. Bewerber beantworten diese Frage hoch signifikant häufiger richtig als Bewerberinnen, wobei letztere diese Frage auch hoch signifikant häufiger unbeantwortet lassen.

Sofern es den angegebenen Schultyp der Reifeprüfung betrifft, sind keine signifikanten Differenzen festzumachen.

Die völlig richtige Beantwortung hat sich zwischen 2005 und 2011 sowohl für österreichische als auch für deutsche Tageszeitungen eklatant verschlechtert. Hingegen hat die richtige Nennung einer österreichischen Tageszeitung zu-, die einer deutschen hingegen abgenommen.

Die letzte in diesem Kontext ausgewertete Frage betraf Dauer und Beginnzeiten der Ö3-Nachrichten (vgl. Tabelle 5), wobei an dieser Stelle weder signifikante Geschlechter- noch Reifeprüfungsunterschiede festzuhalten sind.

Ein Zeitvergleich zwischen 2011 und 2005 ist ob der unterschiedlichen Auswertungskategorien hier nicht möglich.

	2011	2005
Beginnzeit u. Dauer richtig	39,4 %	
Beginnzeit richtig	32,6 %	96,9 %
Dauer richtig	9,1 %	67,7 %
Keine richtig	12,0 %	
Keine Antwort	6,9 %	1,0 %

Tab. 5: Antwortverteilungen „Beginnzeit und Dauer der Nachrichten auf Ö3“ 2011 vs 2005

3.4. Personen

Im Gegensatz zum eben ausgewerteten Wissen um die Medienlandschaft(en), ist es um jenes über Medienpersönlichkeiten wesentlich schlechter bestellt (vgl. Tabelle 6). Lediglich das Wissen um Johannes Gutenberg und die Fähigkeit, einen österreichischen Journalist bzw. eine österreichische Journalistin zu nennen, können als befriedigend bezeichnet werden. Nur weniger als die Hälfte der Befragten wissen mit dem Gründer von Wikileaks etwas anzufangen⁹, und der Generaldirektor des ORF (dessen Wahl zum Zeitpunkt des Reihungstests medial durchaus präsent war) sowie die Herausgeberin und Geschäftsführerin der größten Tageszeitung in Wien, Eva Dichand, sind namentlich de facto unbekannt. Dieser Umstand deutet darauf hin, dass die Medienszene auf der Ebene der Medienakteure von den Befragten nur in sehr geringem Ausmaß verfolgt wird.

Sofern es die Person *Eva Dichand* betrifft, lassen Bewerberinnen diese Frage hoch signifikant häufiger unbeantwortet als Bewerber. Dasselbe gilt für *Alexander Wrabetz* und *Julian Assange*, wobei darüber hinaus

Der Medium?

Empirische Daten zum Medienwissen von AufnahmewerberInnen am Studiengang „Journalismus und Public Relations (PR)“ im Geschlechts-, Reifeprüfungs- und Längsschnittvergleich

Heinz P. Wassermann

	2011			2005		
	Richtig	Falsch	Unbeantwortet	Richtig	Falsch	Unbeantwortet
J. Gutenberg	73,7 %	11,4 %	14,9 %	92,7 %	7,3 %	
Journalist/in	61,1 %	2,3 %	36,6 %	73,9 %	9,4 %	16,7 %
J. Assange	46,9 %	5,7 %	47,7 %	n. e.	n. e.	n. e.
A. Wrabetz	18,9 %	37,1 %	44,0 %	n. e.	n. e.	n. e.
E. Dichand	6,3 %	40,6 %	53,1 %	n. e.	n. e.	n. e.

Tabelle 6: Antwortverteilungen „Personen“ 2011 vs 2005

	2011			2005		
	Richtig	Falsch	Unbeantwortet	Richtig	Falsch	Unbeantwortet
Recherche	97,7 %		2,3 %	96,9 %	2,1 %	1,0 %
Twitter	85,7 %	11,4 %	2,9 %	n. e.	n. e.	n. e.
Printprodukt	80,0 %	7,4 %	12,6 %	89,6 %	1,0 %	9,4 %
CNN	72,0 %	14,3 %	13,7 %	77,1 %	21,9 %	1,0 %
Social Media	42,3 %	13,1 %	44,6 %	n. e.	n. e.	n. e.
Weblogs	31,4 %	20,0 %	48,6 %	15,6 %	40,6 %	43,8 %
Öff-rechtl. R.	25,1 %	23,4 %	51,4 %	26,3 %	50,5 %	23,2 %
BBC	21,1 %	66,3 %	12,6 %	62,5 %	35,4 %	2,1 %

Tabelle 7: Antwortverteilungen „Begriffe“ 2011 vs 2005

festzuhalten ist, dass Bewerber diese Namen hoch signifikant häufiger richtig zuordnen als Bewerberinnen.

Wiederum keine signifikanten Unterschiede lassen sich bezüglich des Typs der Reifeprüfung feststellen.

Ein Zeitvergleich zwischen 2005 und 2011 ist lediglich bei *Johannes Gutenberg* und einem/einer zu nennenden *Journalisten/Journalistin* möglich. Hier hat sich die Anzahl an richtigen Antworten eklatant verschlechtert.

3.5. Begriffe

Sofern es die letzte erfasste Fragebatterie betrifft, hinterlässt das Antwortverhalten einen zwiespältigen Eindruck (vgl. Tabelle 7). Die Begriffe *Recherche*, *Twitter*, *Printprodukt* und *CNN* werden jenseits der 70-Prozent-Marke richtig beantwortet, völlig anders hingegen sieht es mit den vier verbleibenden Begriffen aus.

Bewerberinnen beantworten die Frage nach *Weblogs* signifikant häufiger falsch als Bewerber und lassen diese Frage auch signifikant häufiger unbeantwortet. Den Begriff *öffentlich-rechtlicher Sender* beantworten Bewerber hoch signifikant häufiger richtig als Bewerberinnen und letztere lassen diesen Begriff auch hoch signifikant häufiger unbeantwortet.

Wiederum keine signifikanten Differenzen sind entlang der Variable Reifeprüfung festzuhalten.

Bei einem von sechs abgefragten Begriffen (*Recherche*) ist ein geringfügiger Wissenszuwachs festzuhalten und das Wissen um den Begriff *Weblog* hat sich bei der Erhebung 2011 im Vergleich zu 2005 eklatant verbessert. Andererseits sind für *Printprodukt*, *CNN* und *öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt* weniger, für *BBC* eklatant weniger richtige Antworten festzuhalten.

4. Zusammenfassung

Wie aus den bisher edierten und interpretierten Daten hervorgeht, hat der Schultyp keine statistisch relevanten Auswirkungen auf das erhobene Medienwissen. Allerdings ist ein massiver Gender Gap festzuhalten: Bewerberinnen haben ein (hoch) signifikant schlechter ausgeprägtes Medienwissen als Bewerber, was sich sowohl in signifikanten Unterschieden bei explizit falschen Antworten als auch bei unbeantworteten Fragen zeigt, wobei letztere im Sinne eines bipolaren Schemas auch der Kategorie „falsch“ zugeordnet werden könn(t)en.

Tabelle 8 edierte die Anzahl der richtigen Antworten in Prozentintervallen.

Der Medium?

Empirische Daten zum Medienwissen von AufnahmewerberInnen am Studiengang „Journalismus und Public Relations (PR)“ im Geschlechts-, Reifeprüfungs- und Längsschnittvergleich

Heinz P. Wassermann

Bis 25 %	26 – 50 %	51 – 75 %	76 – 90 %	Mehr als 91 %
7	14	8	5	3

Tabelle 8: Richtige Antworten

	2011	2005
PR	X	
ORF		X
SMS		XX
APA		XX
ZDF		X
fm4	XX	
TV	XX	
Radio		XX
Nachrichtensendung Ö	X	
Kronen Zeitung		X
Ö1 vs Ö3		XX
sat1 vs 3sat		XX
Nachrichtenmagazin Ö		XX
M-Unternehmen Ö	X	
Nachrichtenmagazin D		XX
Beide richtig TZ Ö		XX
Eine richtig	X	
Beide richtig TZ D		XX
Eine richtig		X
J. Gutenberg		XX
Journalist/-in		XX
Recherche	X	
Printprodukt		X
CNN		X
Weblogs	XX	
Öff-rechtl. S.		X
BBC		XX

Tabelle 9: (Eklatante) Zu- bzw. Abnahme 2011 vs. 2005

X bzw. XX bedeutet Zunahme bzw. höheres Ausmaß an richtigen Antworten.

X = geringfügige Veränderung,

XX = „eklatante“ (mehr als zehn Prozentpunkte) Veränderung

21 von 37 (56,8 %) ausgewerteten Antworten¹⁰ lagen im Intervall bis 50 Prozent und die drei übrigen Prozentkategorien fallen nach Richtigkeitsgrad stetig ab.

Tabelle neun gibt einen summarischen Überblick über Zu- bzw. Abnahme an Medienwissen.

Das dominante Schema ist eine eklatante Abnahme an Medienwissen. Die Bewerberinnen und Bewerber 2011 wiesen fünf Mal ein höheres und drei Mal ein eklatant höheres Medienwissen aus als jene aus 2005. Letztere hingegen gaben sieben Mal häufiger richtige und zwölf Mal eklatant häufiger richtige Antworten auf die gestellten Fragen, wobei nochmals auf die eingangs erwähnten qualitativ und quantitativ unterschiedlichen Samples hingewiesen sei.

Der Medium?

Empirische Daten zum Medienwissen von AufnahmewerberInnen am Studiengang „Journalismus und Public Relations (PR)“ im Geschlechts-, Reifeprüfungs- und Längsschnittvergleich

Heinz P. Wassermann

5. Fragebogen

FRAGEBOGEN

ZUM MEDIENWISSEN DER KANDIDATINNEN FÜR DEN STUDIENGANG „JOURNALISMUS UND PUBLIC RELATIONS (PR)“

(Erhebung Sommer 2011)

Geschlecht:

männlich

weiblich

Höchste abgeschlossene Ausbildung:

1. Wofür stehen die folgenden Abkürzungen?

ORF

ZDF

APA

PR

SMS

WWW

2. Seit ungefähr wie vielen Jahren gibt es in Österreich

Radio?

Fernsehen?

den Radiosender fm4?

orf.on?

Der Medium?

Empirische Daten zum Medienwissen von AufnahmewerberInnen am Studiengang „Journalismus und Public Relations (PR)“ im Geschlechts-, Reifeprüfungs- und Längsschnittvergleich

Heinz P. Wassermann

3. Gibt es einen Unterschied zwischen 3sat und sat1 und wenn ja, welchen?

4. Welche ist Österreichs auflagen- und leserstärkste Tageszeitung?

5. Nennen Sie ein wöchentlich erscheinendes österreichisches Nachrichtenmagazin.

6. Nennen Sie ein wöchentlich erscheinendes deutsches Nachrichtenmagazin.

7. Nennen Sie den Namen eines österreichischen Journalisten/einer österreichischen Journalistin.

8. Welches ist das größte Medienunternehmen Österreichs?

9. Was versteht man unter Recherche?

10. Was versteht man unter einem Printprodukt?

11. Was ist Twitter?

12. Wer war Johannes Gutenberg?

Der Medium?

Empirische Daten zum Medienwissen von AufnahmewerberInnen am Studiengang „Journalismus und Public Relations (PR)“ im Geschlechts-, Reifeprüfungs- und Längsschnittvergleich

Heinz P. Wassermann

Anmerkungen und Literaturhinweise

- 1 Neben dem Verfasser waren Claudia Aichhorn, Heinz M. Fischer, Brigitte A. Radl und Thomas Wolkingner (alle FH JOANNEUM) an dieser Studie beteiligt.
- 2 Vgl. u. a. Großegger, Beate: Jugend in der Informationsgesellschaft. In: Jugend in der Informationsgesellschaft. Schriftenreihe zur Jugendpolitik. Hg. v. Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend. Wien 2011 (Nachdruck). Im Internet: http://bmwa.cms.apa.at/cms/content/attachments/7/5/4/CH0618/CMS1192607371190/jugend_informationsgesellschaft.pdf (2012.03.08)
- 3 Da die Antwort Matura (N = 61) zu wenig eindeutig und die Zuordnung Bakkalaureat (N = 2) zu gering besetzt war, werden lediglich AHS- (N = 67) und BHS-Matura (N = 34) verglichen.
- 4 Vgl. Burkert, Nathalie: Das Medienwissen und die präferierten Medieninhalte von Jugendlichen. Graz o. J. (unveröffentlichtes Manuskript).
- 5 Vgl. ebd., S. 12 f.
- 6 n. e. = nicht erhoben
- 7 Da dem Verfasser die Rohdaten aus 2005 nicht vorliegen, wird von einer „eklatanten“ Veränderung bei einer Differenz von mehr als zehn Prozentpunkten gesprochen.
- 8 Hierbei wurde wie schon 2005 nicht ausschließlich die exakte Jahreszahl als richtig gewertet, sondern diente der Zuordnung jeweils ein Jahreskontinuum.
- 9 Die Debatten über Wikileaks bzw. über Assange und die nach schwedischem Recht gegen ihn erhobenen Vergewaltigungsvorwürfe beherrschten damals die nationalen wie internationalen Nachrichtenmärkte.
- 10 Die ausgewerteten Antworten übertreffen die vorgegebenen Fragen, weil bei Tageszeitungen Österreich und Deutschland zwei und bei Beginnzeit und Dauer der Ö3-Nachrichten drei unterschiedliche Zuordnungen codiert wurden.

Zum Autor

Mag. Dr. Heinz P. Wassermann, geb. 1964; Studium der Betriebswirtschaftslehre, Geschichte und Sozialkunde, Philosophie, Psychologie und Pädagogik. 1991 Diplom aus Österreichische Geschichte und Sozialphilosophie, 1999 Promotion aus Österreichische Geschichte und Zeitgeschichte an der Karl-Franzens-Universität Graz. Lehrt an den Studiengängen „Journalismus und Public Relations (PR)“ und „International Industrial Management“ an der FH JOANNEUM.

Beitrag veröffentlicht auf www.mediamanual.at am 23. März 2012