

ÜBER DEN INHALT:



Der rasante Bedeutungszuwachs von Weblogs trifft in Wirtschaft und Politik auf zwiespältige Resonanz. Viele warnen vor überzogenen Erwartungen und sehen diese Form der Onlinekommunikation allenfalls als neue Variante im Medienmix. Andere erkennen die Vorboten einer Revolution: Persönliche, chronologische Online-Publikationen mit vielfältigen Verlinkungen sowie besonders expressivem, authentischem Charakter könnten die traditionelle, massenmedial geprägte Einwegkommunikation

ablösen. Bedeutsam sind insbesondere die Wechselwirkungen zwischen den Medienwelten: Was in Blogs diskutiert wird, entfaltet dann eine ungeahnte Dynamik, wenn es von den Massenmedien aufgegriffen wird.

Dies ist für Kampagnen von Politik und Wirtschaft ebenso bedeutsam wie für PR, Marketing und interne Kommunikation. Ansgar Zerfaß und Dietrich Boelter schlagen in diesem Buch eine Brücke zwischen der aktuellen Diskussion um die Herausforderungen der Blogosphäre sowie der Unternehmens- und Politikkommunikation. Sie nähern sich den virulenten Fragen aus der Perspektive von Wissenschaft und Praxis und plädieren für eine differenzierte Sichtweise. Der Übergang von der Gutenberg- und McLuhan-Galaxis zur Google-Welt verändert die Spielregeln öffentlicher Kommunikation. Weblogs unterstützen die aktive Informationssuche und ermöglichen die Bildung interpersonaler Netzwerke, die Themen besetzen und Werte vermitteln. Der Leser erfährt, welche Rolle das Blog-Monitoring im Rahmen eines proaktiven Issues Management und der präventiven Krisenkommunikation spielt, wie man Blogger als Multiplikatoren und Kommunikationspartner ernst nimmt, und wie verschiedene Spielarten von Corporate Blogs und Politik-Blogs im Rahmen der eigenen Kommunikationsstrategie eingesetzt werden. Zahlreiche Fallbeispiele sowie erstmals veröffentlichte Umfrageergebnisse und Interviews vermitteln einen Einblick in dieses neue Feld der Meinungsbildung.