

Das Ende der Blender: Die medialen Muster der Ehrlichkeit

Von Stefan Wagner

audiobook / *ebooks / Download PDF / ePub / DOC



 Download

 Read Online

Produktinformation -Verkaufsrank: #661981 in eBooksVerffentlicht am: 2014-06-05Erscheinungsdatum: 2014-06-05File Name: B00KTHT49C | File size: 63.Mb

Von Stefan Wagner : Das Ende der Blender: Die medialen Muster der Ehrlichkeit before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Das Ende der Blender: Die medialen Muster der Ehrlichkeit:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich.

Authentische Kommunikation... Von S.A.W. will uns Stefan Wagner beibringen und liefert das Wissen im Umgang mit den Medien gleich mit. Und das ist dringend notwendig: Dass Politiker nicht die Wahrheit sagen oder sich hinter Worthlsen verstecken, war jahrzehntelang bekannt und wurde notgedrungen hingenommen. Seit der Bankenkrise 2008, die unser aller Existenz bedrohte, ist aber das Vertrauen in Politik, Wirtschaft und sogar die Medien grundlegend erschüttert. Deshalb ist für alle Speaker (Menschen, die in den Medien Inhalte kommunizieren wollen) ein Paradigmenwechsel nötig. Geglaubt wird nur das, was authentisch rberkommt. Nur wenn das Was, das Wie und das Warum einer Botschaft zusammenpassen, wird diese auch geglaubt. Wenn einer perfekt gecoacht das Richtige aus den falschen Gründen sagt, merken die Leute die Diskrepanz und schießen ihn ab. Als negatives Beispiel bringt Wagner den Vorstandsvorsitzenden von BP zur Zeit der Katastrophe im Golf von Mexiko 2010. Er kommunizierte lange das Richtige (BP wird alles zur Behebung der Katastrophe tun) auf die richtige Art (weil BP den Umweltschutz und seine Kunden ernst nimmt) und verriet im falschen Moment sein egoistisches Motiv (I want my normal life back). 2 Wochen später war er weg vom Fenster. Als positives Beispiel nennt er Nelson Mandela, der die Gleichberechtigung für alle Südafrikaner unter Einsatz seines Lebens (27 Jahre Gefängnis) erstritt, weil er an die Regenbogen Nation glaubte und sie Wirklichkeit werden lie. Wagner erwähnt 4 Scripts, denen alle Medienstorys folgen und die man kennen muss: 1. Mimikry (Tuschung): Wir werden ständig von denen da oben belogen. Die richtige Antwort darauf ist Beständigkeit und Ehrlichkeit (z.B. Angela Merkel) 2. Agon (Konkurrenz): Das Gute siegt über das Böse. Der Kampf für die richtigen Werte. F.D. Roosevelt siegt über Adolf Hitler 3. Ilnx (Begeisterung): Yes we can. Barack Obama begeistert ein von Wirtschaftskrise und vom Kampf gegen den Terror geschwächtes Amerika mit seiner Vision einer gerechten Gesellschaft. 4. Alea (Schicksal): In Zeiten von Katastrophen und Unsicherheit hilft nur die ehrliche Auseinandersetzung mit der Realität. Dabei ist auch wichtig, die Grundzüge der Dramaturgie zu berücksichtigen 1. Auslöser: Eine Katastrophe, ein Problem tritt auf 2. Lesson: Was sind die Ursachen und Hintergründe? 3. Learning: Was lernen wir daraus, welche Lösungen und Konsequenzen gibt es? Wagner rät allen Speakern, ein Script zu kommunizieren, das zum eigenen Charakter passt und nur Botschaften zu erzählen, an die man wirklich glaubt. Wenn man dann noch lernt, das Richtige im richtigen Moment zu sagen, dann wird man als glaubwürdig wahrgenommen und findet auch sein Publikum. Alles andere ist nutzloses Blendwerk und Spiegelfechterei, auf die niemand mehr hereinfließt. Man kann damit zwar kurzfristige Scheinsiege erringen, strzt aber dann umso tiefer (Beispiele: Karl-Theodor zu Guttenberg, Christian Wulff) Rüdiger Opelt, Autor von "Die Kinder des Tantalus: Oder: Ausstieg aus dem Kreislauf seelischer Verletzungen" 1 von 2 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Ein interessanter Blick hinter die Kulissen der Medienarbeit! Von Bernd 27 In Zeiten von Social Media, asymmetrischer Berichterstattung und Turboliberalismus fragt man sich immer mehr, welchen VertreterInnen aus Politik, Wirtschaft und Medien man überhaupt vertrauen soll. "Das Ende der Blender" gibt den LeserInnen einen sehr praxisbezogenen und tiefgründigen Einblick in die moderne Medienarbeit unter Berücksichtigung der Entfesselung der Massenkommunikation durch soziale Medien. Darüber hinaus versetzt sich der Autor in die Situation des Publikums und stellt sich Fragen über das eigene Selbstbild (also: was geht in mir als Medienkonsument vor, was sind meine Bedürfnisse, wie wirken bestimmte Botschaften auf mich und wie sollte ich reagieren...?) Da der Autor (Stefan Wagner) ein Branchenprofi ist, findet man im Buch sehr interessante Einblicke in die Dreiecksbeziehung aus Politik, Wirtschaft Medien, wobei mir besonders der durchaus positive und konstruktive Ausblick gefällt. Das Werk bedient sich zum Glück keiner Verschwörungstheorie sondern bietet praktische Lösungsansätze für jeden Medienendkonsumenten. Zusammenfassend ist "Das Ende der Blender" ein gelungenes und top-aktuelles Buch für Medieninteressierte, aber auch für Branchenexperten! 1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Da ist mir mal ein ganz tolles Buch in die Hände gefallen! Von Doloris Da ich selber in der Branche tätig bin, hab ich von vielen Hintergründen Ahnung und trotzdem ist für mich vieles klarer geworden. Anhand prominenter Fälle wird klar gemacht, was in der Medienwelt alles richtig laufen kann und was falsch. Das hat es plastisch und greifbar gemacht. Das Buch bietet auch Lösungen - also vom Ist-Stand zu einem so könnte es sein. Keine Verschwörungstheorien und kein Geraunze. Was mir auch sehr gefallen hat: Der Autor lässt durch alle Brillen schauen. Durch die der Journalisten, durch die der Politiker und Manager, aber auch durch die Brille der Medienkonsumenten. Das hat was Dreidimensionales.

Kurzbeschreibung Viel Lärm um nichts? Wem kann man noch trauen? Im Zuge der Wirtschaftskrise haben die Menschen das Vertrauen in die Politik, in die Banken und in die gesamte Finanzwelt verloren. Es wurde geblufft, korruptes Verhalten auf die Spitze getrieben, gelogen und getuscht. Mediale Skandale sind an der Tagesordnung: Aufgedeckt! Verdächtig! berührt! In immer kürzeren Abständen werden hoch angesehene Menschen desavouiert. Mit dem wachsenden Misstrauen in Institutionen ist auf Seiten der Öffentlichkeit der Anspruch an die Wahrheit wesentlich gewachsen. Kein Stein bleibt auf dem anderen. Wenn die alten Methoden zur Vertrauensbildung nicht mehr wirken, ist mehr vom Gleichen das falsche Rezept. Dieses Buch führt anhand zahlreicher Beispiele zu einem Muster, das dem neuen Zeitalter zwischen Misstrauen und Bedürfnis nach Wahrheit gerecht wird und dazu führt, das verloren gegangene Vertrauen wiederherzustellen. Kurzbeschreibung Viel Lärm um nichts? Wem kann man noch trauen? Im Zuge der

Wirtschaftskrise haben die Menschen das Vertrauen in die Politik, in die Banken und in die gesamte Finanzwelt verloren. Es wurde geblufft, korruptes Verhalten auf die Spitze getrieben, gelogen und getuscht. Mediale Skandale sind an der Tagesordnung: Aufgedeckt! Verdchtig! berfhrt! In immer krzeren Abstnden werden hoch angesehene Menschen desavouiert. Mit dem wachsenden Misstrauen in Institutionen ist auf Seiten der ffentlichkeit der Anspruch an die Wahrheit wesentlich gewachsen. Kein Stein bleibt auf dem anderen. Wenn die alten Methoden zur Vertrauensbildung nicht mehr wirken, ist mehr vom Gleichen das falsche Rezept. Dieses Buch fhrt anhand zahlreicher Beispiele zu einem Muster, das dem neuen Zeitalter zwischen Misstrauen und Bedrfnis nach Wahrheit gerecht wird und dazu fhrt, das verloren gegangene Vertrauen wiederherzustellen.ber den Autor und weitere MitwirkendeStefan Wagner ist geschftsfhrender Gesellschafter von Intomedia dem fhrenden Medientrainingsinstitut im deutschsprachigen Raum. Er ist Spezialist fr Interviewtechnik und Interviewstrategie in medialen Krisensituationen, mediale Kampfrhetorik und Image sowie Experte fr Image-and-Profile-Banking.Seit vielen Jahren trainiert der Psychotherapeut Entscheidungstrger aus Wirtschaft, Politik und Medien. Er coacht Top-JournalistInnen und -ModeratorInnen im Radio- und Fernsbereich. Als Coach der Sendeflchen ZIB 1, ZIB 2, ZIB 24 oder Report erwirbt er einen tiefen Einblick in die Kommunikationsstrategien vonMedien und deren Umsetzung ins Programm.