

Anstatt eines Vorworts

Betriebsanleitung für einen Fachroman

Ein Roman als Fachbuch. Ein Fachbuch als Roman. Glatt verkehrt oder andersrum? Nicht ganz. Social Media handeln von Menschen. Von ihren Umgebungen und dem Mitmachen auf der Welt. Social Media machen Nutzer zu Akteuren, Betrachter zu Mitspielern, Leser zu Autoren. Die Newsroom-Strategie professionalisiert den Zugang zu dieser neuartigen Medienwolke, die nicht mehr in einzelnen Produkten, sondern im Fluss der Kommunikationslinien zu begreifen ist.

Was liegt näher, als die Geschichte von den Medien der Menschen, von den Social Media, selbst als Geschichte zu erzählen? Ein Roman macht die Klammer um ein sperriges Thema, das sich so unscheinbar an alle Bereiche des Alltags kuschelt. Wir haben uns entschlossen, den bekannten Weg ein Stück weit zu verlassen. Nur der Roman, meinen wir, bildet jenes Umfeld, das sich in theoriegeleiteten Ersatz-erklärungen so schwer beschreiben lässt. Die Newsroom-Strategie braucht eine Geschichte. Wir haben ihr eine geschenkt: Im Netz der Nachricht.

Auch weiche Geschichten brauchen harte Fakten. Wer lieber schnell durch das Thema segelt, erhält ein Konzept am Ende des Romans. Es bezieht sich auf die Geschichte und kann doch alleine bestehen: als Zusammenfassung aller Strömungen, die für das Verständnis der modernen Medienwelt im Word Wide Web notwendig sind.

Salzburg, Österreich
Sommer 2011

Thomas Holzinger
Martin Sturmer

Im Netz der Nachricht

Die Newsroom-Strategie als PR-Roman

Holzinger, Th.; Sturmer, M.

2012, X, 211 S. 15 Abb. in Farbe., Hardcover

ISBN: 978-3-642-22488-1