

COMMUMEDIA SKETCHBLOG

Wissenswertes, Auffälliges + Pointen aus dem Kommunikations- und Medien-Alltag

IM NAMEN VON STEVE, DEM APFEL UND MAC OS/X

sanctus malum

(pte) **Apple ist eine Religion, Steve Jobs ihr Papst und seine Jünger glauben nur noch statt vernünftig zu denken.** Zu diesem Schluss kommen US-Kommunikationsforscher in der Zeitschrift "New Media & Society". Anlass ist die Erwartungshaltung, mit der die Welt dem iPhone 4 entgegengefeiert hat. **"Apple erzeugt Religions-ähnliches Verhalten und Gefühle von seinen Fans.** Diese vertrauen seinen Produkten, ganz gleich welche technischen Mängel es aufweist", erklärt Studienautorin Heidi Campbell.

Ursprünge wie zu Betlehem

Apples Geschichte hat viele Elemente einer traditionellen Religion:

- ▶ "Es entstand in einer demütigen Garage, ähnlich wie der Stall Betlehems.
- ▶ Steve Jobs trägt messianische Züge, wenn er von seiner Firma gefeuert wurde und zurückkam, um sie zu retten.
- ▶ Zudem hat Apple einen bösen Widersacher, der zunächst von Microsoft und nun von Google dargestellt wird", so Campbell.

Apple pflegt dieses Image penibel, gestaltet seine minimalistischen, weißen Stores als Kirchen der Hightech-Generation und stilisiert seine Produkte zu religiösen Kultobjekten. Das iPhone 4 ist für Campbell das "Jesus-Phone".

« Der aber unter Euch Apple-Jüngern ist der rechte, der seinen Bruder in Windows von Herzen liebt. »



Auch psychisch Kaputte werden bei Apple bedient. Im iTunes-Store wirbt man um Junkies, Abhängige – **Info-Süchtige**. Apple gibt sich als die warmherzige Retterschaft für alle, die an den von ihm ausgelösten und unterstützten Hypes Schaden genommen haben.

Apple-Outing gleicht Religionsbekenntnis

„Hightech-Produkte wurden früher mit ihren Features beworben. Heute zählt die Emotion“, sagt der Markenexperte Stefan Vogler. Erst durch Apple sei dieser Fokus des Marketings in den Bereich Business-to-Consumer gelangt. **„Der Sympathieaufbau gelang lange Zeit durch das Bild des Davids, der gegen den Riesen Goliath kämpft.** Vogler schließt sich Campbells religiöser Interpretation an. **„Apple ist wahrscheinlich eine der wenigen verbindenden Weltreligionen“**, so der Experte. Hinweise dafür sieht er in den Apple-Fans, die zu Telekom-Läden pilgern und dort campieren. **„Apple-Produkte vermitteln Status, besonders wenn jeder bei einem Meeting sein Handy auf den Tisch legt. Wer nicht zur Apple-Community gehört, wird beinahe ausgeschlossen.** Zudem löst es genau wie die Mitteilung des religiösen Bekenntnisses Diskussionen aus, wenn man sich als Apple-Käufer outet.“

Noch tiefer geht der Wiener Gestaltungs- und Wirkungsforscher Peter Fleissner in seiner Analyse. „Technik ist aus magischen Praktiken erst hervorgegangen, indem es die Traumwelt allmählich real gemacht hat“. " Ziel ist nur mehr der Nachvollzug der Werbebotschaften." Bedenklich sei dabei, dass statt der zwischenmenschlichen Dimension nur mehr die Ebene Mensch und Gegenstand bedient wird. ■

Freunde fürs Leben

Zeitungen helfen über die Einsamkeit hinweg. Könnte man annehmen und glauben, auf dem Lande seien Zeitungen in Relation zur Einwohnerzahl verbreiteter als in der Stadt. Falsch, in Städten scheint man nicht endenden Informations-Bedarf zu haben. Und daher sind die „erfolgreichen“ Zeitungen nicht unbedingt die mit der nominell höchsten Auflage oder stärkstem Umfang. Etliche Zahlenwerke, zusammengetragen von der dpa-Tochter Meedia, geben interessante Einblicke in die bundesdeutsche Zeitungslandschaft.

Die erfolgreichsten Heimatzeitungen (kreisfreie Städte)					Die erfolgreichsten Heimatzeitungen (Landkreise)						
Zeitung	Ort	IVW-VA	Einwohner	Zeit.*	Zeitung	Ort	IVW-VA	Einwohner	Zeit.*		
1	Wilhelmshavener Z.	Wilhelmsh.	17.675	80.645	21,9	1	Nordwest Zeitung	Ammerland	28.415	116.023	24,5
2	Nordwest Zeitung	Oldenburg	34.006	159.025	21,4	2	Elbe-Jeetzel Zeitung	Lüchow-Dan.	11.965	49.481	24,2
3	Frankenpost	Hof	9.686	47.265	20,9	3	Weser-Kurier	Osterholz	26.558	111.700	23,8
4	Wismarer Zeitung	Wismar	9.002	44.263	20,3	4	Passauer Neue Presse	Regen	17.549	79.297	22,1
5	Mittelhaardter Rund.	Neust. a.W.	10.512	53.201	19,8	5	Anzeig.f.Harlingerland	Wittmund	11.977	56.980	21,0
6	Der Neue Tag	Weiden i.O.	8.255	42.215	19,6	6	Harz Kurier	Osterode	16.413	78.769	20,8
7	Straubinger Tagblatt	Straubing	8.661	44.379	19,5	7	Dithmarscher Landes.	Dithmarsch.	27.796	133.910	20,8
8	Weser-Kurier	Bremen	104.744	542.719	19,3	8	WAZ (WP/WR)	Olpe	28.302	140.120	20,2
9	Nordsee-Zeitung	Bremerhav.	21.854	113.281	19,3	9	Südwest Presse	Heidenheim	26.166	131.731	19,9
10	Freies Wort Suhl	Suhl	7.682	39.880	19,3	10	Der Neue Tag	Neustadt/W.	19.459	98.350	19,8
11	Passauer Neue Presse	Passau	9.546	50.266	19,0	11	Rügener Zeitung	Rügen	13.426	68.395	19,6
12	Nordbayerischer Kur.	Bayreuth	13.849	73.038	19,0	12	Main-Post	Würzburg	30.772	158.349	19,4
13	Pfälzer Tageblatt	Landau i.d.P.	8.055	42.721	18,9	13	Main-Post	Schweinfurt	21.834	112.539	19,4
14	Fränkischer Tag	Bamberg	13.102	70.122	18,7	14	Passauer Neue Presse	Deggendorf	22.249	116.648	19,1
15	Mitteldeutsche Zeit.	Dessau-Roß.	16.421	88.159	18,6	15	Nürnberger Nachricht.	Weißb.-G.	17.452	91.605	19,1
16	Stralsunder Zeitung	Stralsund	10.601	57.354	18,5	16	Thüringer Anz./Land.	Eichsfeld	20.275	106.497	19,0
17	WAZ/NRZ	Mülheim/Ru.	30.888	167.160	18,5	17	Der Neue Tag	Tirschenreu.	14.367	75.977	18,9
18	Fränkische Landesz.	Ansbach	7.274	39.877	18,2	18	Hessisch/Nieders. All.	Kassel	44.908	237.753	18,9
19	Memminger Zeitung	Memmingen	7.361	40.782	18,1	19	Bayerische Rundschau	Kulmbach	14.204	75.228	18,9
20	Lübecker Nachrichten	Lübeck	37.317	207.842	18,0	20	Nürnberger Nachricht.	Nürnberg. L.	31.029	164.575	18,9
21	Braunschweiger Zeit.	Braunschw.	43.973	245.240	17,9	21	Passauer Neue Presse	Freyung-Gra.	14.999	79.612	18,8
22	Thüringer Allg./Land.	Eisenach	7.627	42.751	17,8	22	Pfälzer Tageblatt	Sü. Weinstr.	20.257	108.685	18,6
23	Volksstimme	Magdeburg	40.819	229.044	17,8	23	Passauer Neue Presse	Altötting	19.795	106.519	18,6
24	Westfälischer Anzeig.	Hamm	32.085	182.403	17,6	24	Grafschafter Nachricht.	Graf. Benth.	25.103	135.095	18,6
25	Badisches Tagblatt	Baden-Bad.	9.492	54.027	17,6	25	Freies Wort Hildburg.	Hildburgh.	12.623	68.178	18,5

*verkaufte Zeitungen pro 100 Einwohner
Quelle: IVW-VA Tageszeitungen 2010 / Tabelle: MEEDIA

Die erfolgreichsten Heimatzeitungen (Gemeinden üb. 1.000 Einw.)					Tageszeitungskonsum in den 50 größten Städten Deutschlands				
Zeitung	Ort	IVW-VA	Einwohner	Zeit.*		Einwohner	verk. Zeit.*		
1	Lübecker Nachrichten	Krummesse	514	1.513	34,0	1	München	1.299.763	34
2	Ostfriesischer Kurier	Marienhafe	606	2.057	29,5	2	Frankfurt / Main	659.969	32
3	Kieler Nachrichten	Strande	418	1.458	28,7	3	Düsseldorf	581.186	31
4	Flensburger Tagebl.	Hürup	316	1.119	28,2	4	Saarbrücken	174.699	30
5	Elbe-Jeetzel Zeitung	Lüchow (W.)	2.589	9.444	27,4	5	Bremen	542.719	27
6	Schwäbische Zeitung	Wurmlingen	1.030	3.726	27,4	6	Oldenburg	159.025	27
7	Kieler Nachrichten	Molfsee	1.280	4.697	27,3	7	Münster	271.773	27
8	Elbe-Jeetzel Zeitung	Gartow	369	1.361	27,1	8	Hannover	517.606	25
9	Husumer Nachrichten	Nordstrand	604	2.233	27,1	9	Lübeck	207.842	25
10	Elbe-Jeetzel Zeitung	Zernien	434	1.617	26,8	10	Kiel	234.898	25
11	Rügener Zeitung	Gingst	367	1.368	26,8	11	Chemnitz	243.615	25
12	Körtzinger Zeitung	Lam, Markt	761	2.845	26,8	12	Magdeburg	229.044	25
13	Weser-Kurier	Lilienthal	4.820	18.116	26,6	13	Mainz	196.450	25
14	Flensburger Tagebl.	Glücksburg	1.549	5.843	26,5	14	Mülheim an der Ruhr	167.160	25
15	Grevesmühlener Zeit.	Boltenhagen	674	2.543	26,5	15	Hamburg	1.758.500	24
16	Sylter Rundschau	Wenningst.	401	1.527	26,3	16	Köln	990.774	24
17	Insel Bote	Wyk auf Föhr	1.140	4.346	26,2	17	Braunschweig	245.240	24
18	Ribnitz-Damgartener	Wustrow	323	1.232	26,2	18	Halle/Saale	232.278	24
19	Nordwest-Zeitung	Bad Zwisch.	7.093	27.088	26,2	19	Dortmund	583.817	24
20	Elbe-Jeetzel Zeitung	Dannenberg	2.126	8.153	26,1	20	Dresden	506.051	23
21	Anz. F. Harlingerland	Esens	1.789	6.863	26,1	21	Nürnberg	495.262	23
22	Frankenpost	Naila	2.112	8.106	26,1	22	Leipzig	512.404	23
23	Husumer Nachrichten	Brekum	587	2.254	26,0	23	Rostock	199.655	23
24	Der Havelländer	Paulinenaue	330	1.269	26,0	24	Stuttgart	597.918	23
25	Südkurier	Dogern	590	2.273	26,0	25	Osnabrück	162.272	23

*verkaufte Zeitungen pro 100 Einwohner
Quelle: IVW-VA Tageszeitungen 2010 / Tabelle: MEEDIA

Nun werden Zeitungen in großer Zahl von mehr als einer Person gelesen, so dass die Leserzahl und damit die Reichweite in der Bevölkerung durchaus fast verdoppelt werden kann. ■

Entspannung macht schlau

Meditation bahnt neue Pfade im Gehirn, reduziert Stress, macht kreativer, verbessert die Gehirnleistung, das sagten Meditationsverfechter schon seit Langem. Nun liefern bildgebende Verfahren Belege dafür, dass Meditation neuronale Effekte hat:

Bereits nach wenigen Stunden Meditationspraxis zeigen sich Effekte im Gehirn.

Forscher entdeckten, dass bei meditierenden Probanden eine Frontallappenregion besser vernetzt war als bei einer Vergleichsgruppe, die ein einfaches Entspannungstraining absolvierte. Die Veränderungen spielten sich vor allem im anterioren zingulären Kortex (ACC) ab. Diese Gehirnregion ist unter anderem daran beteiligt, *Konflikte zwischen unterschiedlichen Handlungsmöglichkeiten zu erkennen und aufzulösen. In der frühkindlichen Entwicklung führt eine zunehmende Vernetzung des ACC dazu, dass Kinder ihre Emotionen und Handlungen besser kontrollieren können.* Schäden in dieser Hirnregion können etwa Aufmerksamkeitsstörungen und Depressionen auslösen.

Studien hatten längst belegt: Studenten, die sich vor einer wichtigen Prüfung in dieser Meditation übten, schütteten weniger Stresshormone aus. Beim „integrative body-mind training“ (IBM) geht es um einen **Zustand der entspannten Wachheit** und **nicht** wie bei manchen anderen Meditationstechniken um die Kontrolle der Gedanken. Über Anweisungen eines Trainers, der Atemanleitungen, mentale Bilder und andere Techniken einsetzt, soll begleitet von ruhiger Musik ein Bewusstsein für Körper und Geist geschaffen werden.

Quelle: spektrum direkt ■

Schönheit schadet

(pte) Das Vorurteil, schöne Menschen seien erfolgreicher im Leben, kontert die Management-Professorin Stefanie Johnson in der aktuellen Ausgabe des Journal of Social Psychology. **Attraktive Frauen erfahren bei gewissen typischen "maskulinen" Jobs eine deutliche Diskriminierung**, berichtet die Wissenschaftlerin der Business School an der University of Colorado Denver.

Gezähmte Schönheit – nicht nur bei Tieren.



Die Psychologin Caroline Erb: „Männer wollen Frauen in gewisse Domänen nicht einlassen. Diese vorsintflutliche Einstellung gibt es vor allem in typischen Männerjobs offensichtlich immer noch“, so Erb. Alleine schon die Tatsache, dass Frauen überhaupt solche Jobs anstreben, stoße den Verantwortlichen negativ auf. Das Vorurteil, dass Frauen für solche Arbeiten nicht geeignet sind, hält sich hartnäckig.“

„In diesen Jobs ist es für Frauen nachteilig attraktiv zu sein“, schreibt Johnson. „In jedem anderen Job wurden attraktive Frauen bevorzugt. Bei Männern, die sich für diese Arbeit bewarben, konnten wir das nicht feststellen“, so die Wissenschaftlerin. **Es sei offensichtlich, dass es immer noch eine Doppelmoral gibt, wenn es um die Gender-Frage geht.** „Im Grunde genommen sind es Ängste, dass Männer von ihren Pfründen vertrieben werden könnten.“

Mal so, mal so

Erst kürzlich hat das Nachrichtenmagazin Newsweek in einer Studie an mehr als 200 Managern und mehr als 900 Befragten festgestellt, **dass attraktive Frauen bei der Bewerbung in jedem Fall besser abschnitten.** Bei der Frage nach neun Attributen auf einer zehnteiligen Skala, lag das Aussehen an dritter Stelle und wurde als wichtiger eingestuft als Ausbildung und Humor.

"In zwei Studien konnten wir feststellen, dass Attraktivität für Männer und Frauen bei der Jobsuche von Vorteil war - vor allem dann, wenn es darum ging, eine geschlechtsspezifische Arbeit zu finden", schreiben die Forscher. "Attraktivität war für Frauen dann vorteilhafter, wenn sie sich um typisch feminine Jobs bewarben." ■

„Medien-Schwächlinge“ (pte) **Um die Medienkompetenz junger Menschen ist es schlecht bestellt, obwohl gerade sie sich im Internet oft wie zuhause fühlen.** Zu diesem erstaunlichen Ergebnis kommen Experten im Auftrag des deutschen Bundesbildungsministeriums in einer aktuellen Studie. "Gewerkschaften und Arbeitgeber sind besorgt über den mangelhaften Umgang der jungen Generation mit Medien", berichtet Heidi Schelhowe vom Technologie-Zentrum Informatik und Informationstechnik der Universität Bremen.

In der Arbeitswelt hat derjenige nicht genug Medienwissen, der bloß einen Computer bedienen und im Internet surfen kann.

Worum es geht, ist mehr als der Umgang mit Programmen, so die Sprecherin der Expertenkommission. "Medienkompetenz heißt im Beruf vor allem, dass man sich in komplexe Programme gut einarbeiten kann - und das lebenslang. Zudem geht es um die vernetzte Arbeit." Patentrezepte für die Vermittlung dieser Fähigkeiten gibt es bisher noch nicht.

Neben der Vorbereitung für die berufliche Rolle halten die Experten auch den von Alexander Humboldt geprägten Zugang der Persönlichkeitsbildung für zentral. **Bei Medien bedeutet dieser, dass man Informationen hinterfragen, bewerten und richtig in den eigenen Kontext einordnen kann.** "Zudem tauchen neue ethische Fragen auf, da Jugendliche plötzlich als Produzenten auftreten und mühelos Botschaften an eine Weltöffentlichkeit richten können. Was im Internet gesagt wird, hat andere Bedeutung als im Schulhof", so Schelhowe.

Schule muss reagieren

Am ehesten gelingt es in den Augen der Expertin den Jugendlichen aus hohen Bildungsschichten, mühelos zwischen virtuellen und realen Welten zu wechseln, die Medien für die eigene Verwirklichung zu nutzen und durch sie an der Gesellschaft teilzunehmen. "Medienkompetenz darf jedoch nicht auf diese Gruppe beschränkt bleiben. Sie gehört daher zum allgemeinen Bildungsauftrag."

- **Schule und Unis müssen auf die neue Medienkultur reagieren, da hier die Weichen für Kompetenz gestellt werden, fordert Schelhowe. Medienbildung ist jedoch in der Lehrerbildung noch kaum verankert und selbst an den Unis sind verpflichtende Kurse dazu noch Ausnahme.**

"Die Folge ist, dass die Schulen heute eine relativ gute Hardware-Ausstattung besitzen, doch die Lehrer nutzen den Computer im Unterricht viel zu wenig. Und das, obwohl jedes Fach von Medien betroffen ist." ■

Ernstes lustig

Übrigens: der Erwerb von Medienkompetenz ist keine Trauerveranstaltung. Es geht auch mit viel Lachen – das am intensivsten zum nach-, vor- und querdenken führt.

- <http://www.kommunikations-kabarett.de>



Click'n'read

Artikel auf ihrem Smartphone oder Pad.

Alles, was Sie brauchen, ist eine Barcode-Reader-App. Und wenn die Linsenschärfe nicht ausreicht, bekommen sie von Griffin eine Schutzschale mit eingebauter Vorsatzlinse (z. B. für iPhone G3). Dann: **Matrix-Code mit der App aufnehmen – und ein File lädt sich automatisch als PDF oder mp3-Podcast auf Ihr Smartphone/Pad.** Jetzt sind alle Artikel der wenke.net-Publikationen so verfügbar. <http://wenke.net>

Komplette Inhaltsverzeichnisse mit Teaser zum Barcode-Reading für Smartphones+Pads

■ content-codes

