

COMMUMEDIA SKETCHBLOG

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

Verhaltensregeln

(ots) - Das Online-Programm des Darmstädter Kriminalpsychologen Jens Hoffmann kommt potenziellen Amoktätern auf die Spur - erste Schulen setzen die Software bereits ein. **Bevor ein Jugendlicher zum Amokläufer wird, gibt es oft eindeutige Signale.** Das Computerprogramm DyRiAS („Dynamisches Risiko Analyse System“) kann diese Signale zuverlässig aufspüren. Darüber berichtet die neue Ausgabe des Magazins GEO WISSEN zum Thema „**Entscheidung und Intuition**“. Das Programm stellt 32 Fragen - etwa: Hat sich der Schüler positiv über Gewalttäter geäußert? Beschäftigt er sich mit dem Tod? Steht ein für ihn kritisches Ereignis bevor? DyRiAS vergleicht dann mittels einer mathematischen Analyse, ob ein auffälliger Schüler eine ähnliche Konstellation aufweist wie bisherige Amokläufer. Für alle Amokläufer der letzten Jahre hat DyRiAS in nachträglichen Tests eine korrekte Prognose erstellt.

Vorbild für andere Zwecke und Situationen

Wenn das Programm für solch eine schwierige Fragestellung funktioniert, müsste es logischerweise auch auf andere Situationen übertragbar sein. **Und gleichzeitig bestätigt es, was „alte Hasen“ in vielen Berufen intuitiv wissen und machen. Sie „riechen“ förmlich, wenn und wann ein anderer Mensch zu einer Entscheidung oder Handlung „reif“ ist.** Ein starker Beweis, dass sowohl unmittelbare wie auch die teils nonverbale Kommunikation eine eminent wichtige Rolle spielen. Vor allem aber, dass zwischen Kommunikation, Gemütslage und Verhalten eigentlich kaum ein Unterschied besteht. **Kommunikation ist also tatsächlich etwas Ganzheitliches und geht weit über Sprache hinaus.** ■

Image

Ist es nicht schön, wenn wieder einmal das **Kulturmedium Print sich so versaut-vermüllt in der Öffentlichkeit** zeigt. Klar, dass die Menschen Papier als etwas Wertvolles, Schmückendes, Wunderbares betrachten :-)



Offenheit

Nicht immer ist unsere allgegenwärtige Informationsflut angenehm. Aber am unangenehmsten ist sie wohl all denjenigen, die am liebsten – wie früher – die eine oder andere Sache „unter den Teppich kehren“ möchten. Ein Fall von vielen, aber ganz typisch für das gestörte Verhältnis von „Offiziellen“ und sich für „zu den Oberen gehörend“ Dünkenden. Geschehen beim ökumenischen Kirchentag 2010 in München.

Spiegel Online berichtet: «Katholiken und Protestanten diskutieren auf dem Kirchentag über sexuellen Missbrauch - aber nicht mit den Opfern. Sprecher der Betroffenen prangern an, dass sie nicht zur Debatte eingela-

den wurden. Die Organisatoren weisen die Vorwürfe zurück: Man wolle die Menschen bloß schützen.» Dabei, so die Autorin Barbara Hans, «Sie könnten berichten, wie es sich anfühlt, wenn Vertrauenspersonen auf perfide Art ihre Macht ausnutzen, wenn Kirchenleute unter Androhung von Strafe Stillschweigen über brutale Vergehen verlangen. Doch die Opfer haben kein Forum auf dem Kirchentag. Sie wurden nicht zu den Diskussionen eingeladen. Jetzt protestieren sie - sie fühlen sich wieder einmal nicht ernst genommen. – Die katholischen und evangelischen Organisatoren des Kirchentags wehren sich gegen die Vorwürfe. Die Veranstaltung in München sei durchaus "eine Plattform für eine öffentliche Auseinandersetzung auch zum Thema sexueller Missbrauch" - aber "nicht der Ort, an dem unmittelbar etwas geändert wird".»

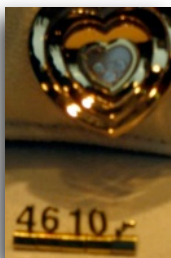
- **Ist es nicht wirklich etwas Wunderbares, wenn Opfer ein ganzes Leben leiden, aber man so etwas lesen muss: „Wir haben uns bewusst dafür entschieden, einzelne Betroffene nicht mit einzubeziehen, um sie vor Voyeurismus zu schützen“. Außerdem sei die Zeit zu knapp: Zu wenig, um die Sicht der Opfer einzubeziehen».**

Kann man zynischer, unmenschlicher, unchristlicher sein ???

Aber das Vorgehen hat Methode. Immer und überall wird sie angewandt. Volk wird – manchen scheint ‚grundsätzlich‘ – „für dumm verkauft“, unwissend gehalten, belogen. In Politik und Kirche, bei Verbänden und Wirtschaftsunternehmen, bei Banken vor allem. Der Ausnahmen sind eher wenige.

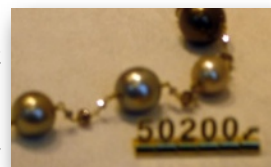
Welche ein Glück, dass es das Internet gibt. Weil sich über dieses Medium auch unzensierte, nicht offiziöse, bewusst tendentielle und stimmungsfärbte Darstellungen, vor allem aber auch Wahrheiten, Fakten, Tatsachen darstellen und verbreiten lassen, bleibt nicht mehr verborgen, was von manchem gerne vertuscht werden sollte. Vielleicht sollte man daher, analog zum „viralen Marketing“ (dem durch die Kunden, den Markt initiierte Image-Reflektion, Meinungsbildung) auch von einem „**viralen Demokratie**“ sprechen: Nicht mehr Politik, sondern die Tendenzen größerer temporärer „Befindlichkeits-Cluster“ (Menschen mit gleichem Empfinden) prägen in Wirklichkeit die öffentliche Meinung.

So, wie es auch das Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland vorsieht. Denn dort steht in Artikel 14, die Parteien wirken an der Willensbildung mit. Dort steht nicht, sie haben die Deutungs-Hoheit. Und auch nicht, dass Kirchen oder Verbände, Funktionäre und Interessenvertreter Meinungen und Wahrheiten als Erbrecht gepachtet haben. ■



Kunden-Verlade

Es ist ein frommer Spruch, der Kunde sei König. Ihm zu dienen Pflicht des Kaufmanns. Wen juckt es da nicht mal in den Fingern, dem Souverän einen Streich zu spielen. Manche Juweliere beispielsweise machen dies hervorragend. Bei aller Toleranz der Freiheit des Kommerzes gegenüber, aber wenn bei einer mutmaßlich nicht gerade geringen Verdienstspanne suggeriert wird, der Verkaufspreis eines hübsch geformten Klumpen Goldes oder anderen Edles bemäße sich nach penibler Kalkulation, dann zeugt das von purer Lust, Kunden auf den Arm zu nehmen. Nicht tröstend, sondern verschaukelnd:



50.200 – 4.610 – 16.820 Euro – – *Schon Frechheit oder nur Albernheit?* „Krumme Preise“ in einem preislich nicht gerade zimmerlichen Juweliengeschäft im Schatten eines weltberühmten Domes, dessen Domkapitular öffentlich für „Wahrheit in Worten“ eintritt. Dabei dachte ich immer, ein Preis wäre auch ein „ehrliches Wort“ – ?!



Gut gemeint – und wie gedeutet ???

Foto: Aktion Mensch

► Inklusion löst Integration ab

(ots) - *Inklusion ist der Schlüsselbegriff der UN-Konvention über die Rechte von Menschen mit Behinderungen, die auch Deutschland gilt. Inklusion bezeichnet das selbstverständliche und gleichberechtigte Zusammenleben aller Menschen von Anfang an und löst den Begriff der Integration ab.*

Die Hoffnung auf eine inklusive Gesellschaft prangt in großen Buchstaben auf dem 300. Stuhl der Inklusions-Pyramide am Stand der Aktion Mensch auf dem 2. Ökumenischen Kirchentag in München. „Die Stühle stehen für Individualität, das gesamte Gebilde in seiner Unterschiedlichkeit symbolisiert aber auch Gemeinschaft - so vielfältig sieht auch eine inklusive Gesellschaft aus, die Menschen mit Behinderung von Anfang an einbezieht“, erklärt Martin Georgi, Vorstand der Aktion Mensch.



Kommentar:

Gut gemeint, aber fragwürdig gemacht? Denn wenn ein Bild angeblich „mehr sagt als tausend Worte“, dann ist ein solches Kunstgebilde das reine Chaos, erinnert an den Turmbau zu Babel, Zerbrechlichkeit, Instabilität – und irgendwie auch an Müllberge. **Ein treffendes Beispiel dafür, dass man Impressionen und Deutungen anderer Menschen nicht mit einem anderen, dem selbst erdachten Sinn belegen kann.** Farben sind archaisch, Formen auch. **Bilder und Szenarien, die sich aus Formen und Farben zusammensetzen, ergeben eine Botschaft, die ihr symbolisches Eigenleben hat.** In diesem Falle könnte sich optisch das Gegenteil des Ziels ergeben: statt Inklusion, also Einpassung, passt nichts richtig zueinander. ■

Geneckt, geneckt

Wir erwarten vom Staat, von der Politik Ehrlichkeit. Ein ziemlich dummer Irrtum, denn mit der vollen Wucht des Gesetzes schützt Politik das Recht, „mit der Wahrheit hinter'm Berg zu halten“, wie es das Sprichwort formuliert. Zumindest in den USA. Dort wird jetzt in einem Polizei-Protokoll, dass im Zusammenhang mit dem gestohlenen iPhone-Prototyp im Internet veröffentlicht wurde, klar und deutlich, **wie sehr Schweigen gegenüber Kunden und Märkten wirtschaftlich nützlich ist.** Und begründet perfekt Apples extreme Schweigsamkeit gegenüber jeglicher Prognose. Simpler Grund: **man will sich das Geschäft nicht verderben und Kunden so lange „alte“, sprich existende Ware kaufen lassen, bis Urknall-ähnlich das Nachfolge- oder neue Produkt angekündigt wird.** Wer gerade gekauft hat, ist, wiederum gemäß Sprichwort, „in den Asch gekniffen“. Merke: **Offenheit und Geldverdienen passen definitiv nicht zusammen.**

Das Original-Protokoll der kalifornischen Polizei. ■

Riley stated the publication of the device and its features is immensely damaging to Apple. By publishing details about the phone and its features, sales of current Apple products are hurt wherein people that would have otherwise purchased a currently existing Apple product would wait for the next item to be released, thereby hurting overall sales and negatively effecting Apple's earnings. Riley stated he could not currently provide an estimated loss, but he believed it was, "huge."

Und sie funktioniert doch

„Geht nicht“, glaubten Verlage bisher. Eine Tageszeitung kann nicht individuell sein. **Bis „niiu“ als erste individualisierte Tageszeitung der Welt in Berlin lanciert wurde.** Die Technik hinter dieser innovativen Zeitungsproduktion wurde vom Schweizer Technologiedienstleister und autorisierten Quark Systemintegrator Prevision AG entwickelt und implementiert. Bei der Wettbewerbsanalyse stand für Prevision schnell fest, dass man sich bei der Umsetzung einer Dynamic-Publishing-Lösung für Quark Technologien entscheiden würde. Die Kerntechnologie für die neue Dynamic-Publishing-Lösung ist QuarkXPress Server, vor allem wegen automatisierter Abläufe.

► Fallstudie: <http://dynamicpublishing.quark.com/de/dps/publishing/> ■

Werber mutlos ?

Sind sich die Werber selbst nicht radikal-mutig genug? Bei ihrer jährlich Leistungsschau konnten sie sich einerseits begeistern, andererseits blieb ein Rest von Unbehagen: „Klassische Werbung ist auf dem Rückzug und gewinnt gleichzeitig dort, wo Formen gesprengt und neue Wege genutzt werden. **Damit zeigen die prämierten Arbeiten des diesjährigen ADC Wettbewerbs einen Trend, der für kreative kommerzielle Kommunikation in allen Disziplinen zukünftig entscheidend für Erfolg sein wird.** Trotz überzeugender Goldarbeiten hat die Jury entschieden, dieses Jahr keinen Grand Prix zu vergeben. **Der Grund liegt sicherlich auch am fehlenden Mut auf Kunden-, aber auch auf Agenturseite, herausragende Arbeiten auf unterschiedlichen Kanälen konsequent und radikal umzusetzen**“, sagt ADC Vorstandssprecher Jochen Rädeler.

„Der ADC Wettbewerb 2010 ist ein starker Jahrgang, weil der große Reichtum an Ideen und handwerklichem Können besonders sichtbar ist. Faszinierend bei vielen Arbeiten ist die gleichzeitige Nutzung von klassischen und neuen Medien“, zieht Jury-Chairman Norbert Herold zufrieden Bilanz. Eine Jury aus 286 ADC Mitgliedern hatte die über 6700 eingesendeten Arbeiten des ADC Wettbewerbs bewertet. Der ADC Gipfel, das größte Treffen der Kreativbranche im deutschsprachigen Raum, fand 2010 zum ersten Mal in Frankfurt statt. ■

Rassismus ?

Es gibt tragische, schreckliche Unglücke. Bei denen Menschen ihr Leben verlieren. Kann mir BILD bitte einmal erklären, was es eine fette Schlagzeile wert sein soll, ob und dass Opfer Deutsche oder Menschen anderer Nationalität sind?

Wenn das nicht Rassismus ist – was, bitte, ist dann Rassismus? ■



O Wunder

Wunder gibt es immer wieder. Klingt zwar wie ein russischer Mädchenname, ist aber seriöser Kaufmanns-Slang: **Tara**, das Verpackungsgewicht.

Üblicherweise wird gerechnet: Produkt + Verpackung = Gesamtgewicht. Nicht so im Internet, bei Amazon. **Dort macht die Verpackung das Ding leichter.** Wie gesagt, Wunder gibt es immer wieder ... ■

Produktinformation

Größe und/oder Gewicht: 22 x 6 x 27 cm ; 998 g
Produktgewicht inkl. Verpackung: 722 g