08.11.2005 – 10:00 Uhr

Auszeichnung für fög-Mitarbeiter

Zürich (ots) -

- Hinweis: Bildmaterial ist abrufbar unter
http://www.presseportal.ch/de/story.htx?firmaid=100009036 -

Der Kommunikationswissenschaftler Mark Eisenegger vom "fög -
Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft" der Universität

Zürich wurde für seine Dissertation "Reputation in der Mediengesellschaft" mit dem "Factiva Content Intelligence Award" ausgezeichnet. Der erstmals vergebene Preis zeichnet innovative Doktorarbeiten im Bereich Organisations-kommunikation aus.

Factiva, einer der weltweit führenden Anbieter von Nachrichten und Wirtschaftsinformationen, hat den erstmals vergebenen Factiva Content Intelligence Award" dem Zürcher Kommunikationswissenschaftler Mark Eisenegger verliehen. Eisenegger, Leiter Issues Monitoring und Reputationsanalytik des "fög", wurde am 20. Oktober 2005 in Frankfurt für seine Dissertation "Reputation in der Mediengesellschaft" ausgezeichnet.

Der Preis richtet sich an Autoren von Doktorarbeiten, die in ihren Arbeiten Themen zu Informationsprozessen in Unternehmen aufgreifen und richtungsweisende sowie praxisrelevante Lösungsansätze entwickeln". Es handelt sich dabei um einen international ausgeschriebenen Preis, der sich an den gesamten deutschsprachigen Raum (Schweiz, Deutschland, Österreich) richtet.

Um den Preis beworben haben sich zahlreiche Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlicher aus den Fachgebieten Informationswissenschaften, Informatik, Wirtschafts-, Sozial- und Geisteswissenschaften. Bewertet wurden die Dissertationen von einer hochkarätig besetzten wissenschaftlichen Fachjury. Honoriert wurde dabei nicht nur der Autor selber, sondern auch das federführende Institut, also der "fög - Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft" der Universität Zürich, das die Arbeit unterstützt und gefördert hat.

In seiner mittlerweile auch in Buchform vorliegenden Dissertation "Reputation in der Mediengesellschaft" untersucht Mark Eisenegger die deutlich gewachsene Verletzlichkeit der Reputation ökonomischer Organisationen. Er kann empirisch belegen, dass Reputationsaufbau und -verlust in modernen Mediengesellschaften ganz bestimmten Regularitäten folgen. Mit dem Issues Monitoring stellt der Autor zudem ein neuartiges Verfahren vor, das der wissenschaftlich fundierten Analyse von wirkmächtigen, öffentlichen Kommunikationsdynamiken dient und Organisationen in die Lage versetzt, ihr Kommunikationsmanagement frühzeitig und effektiv auf diese Dynamiken einzustellen.

Literaturangabe: Eisenegger, Mark (2005). Reputation in der Mediengesellschaft. Konstitution - Issues Monitoring - Issues Management. Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Kontakt:

fög - Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft
Universität Zürich
Tel.: +41/44/635'21'23
E-Mail: info@foeg.unizh.ch

Medieninhalte

Der Kommunikationswissenschaftler Mark Eisenegger vom "f�g - Forschungsbereich �ffentlichkeit und Gesellschaft" der Universit�t Z�rich wurde f�r seine Dissertation "Reputation in der Mediengesellschaft" mit dem "Factiva Content Intelligence Award" ausgezeichnet. Weiterer Text �ber ots. Die Verwendung dieses Bildes ist f�r redaktionelle Zwecke honorarfrei. Abdruck bitte unter Quellenangabe "obs/f�g - Forschungsbereich �ffentlichkeit und Gesellschaft"

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100009036/100499427 abgerufen werden.