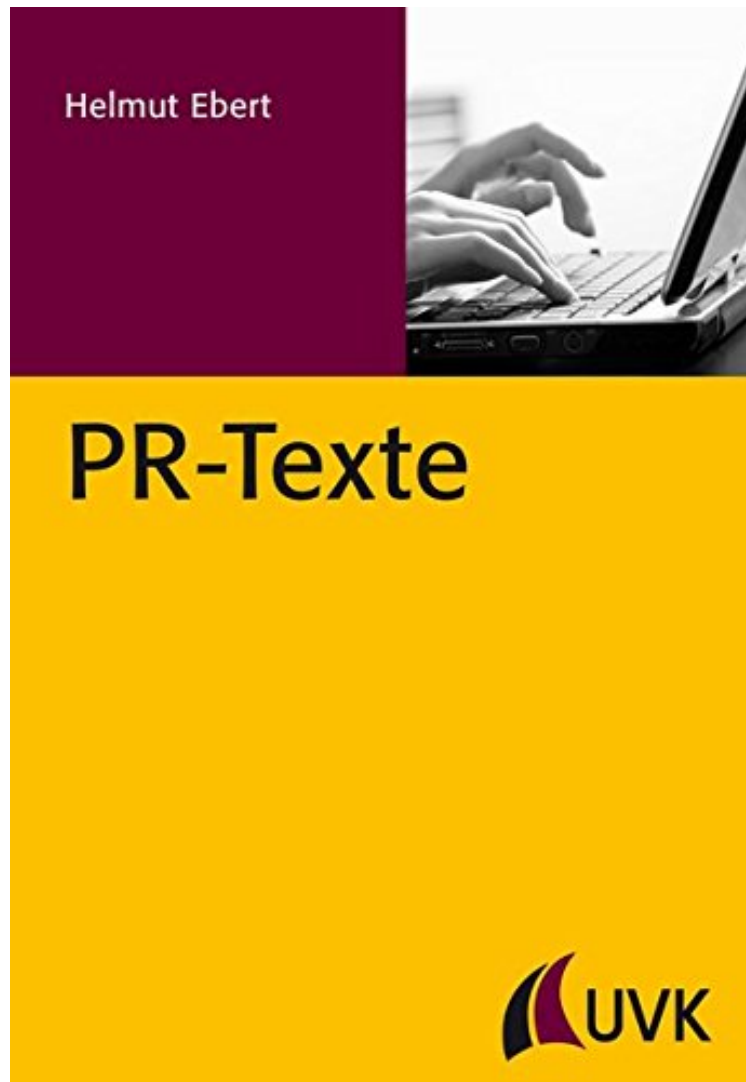


(Ebook pdf) PR-Texte (PR Praxis)

PR-Texte (PR Praxis)

Von Helmut Ebert

**Download PDF | ePub | DOC | audiobook | ebooks*



 Download

 Read Online

Produktinformation -Verkaufsrank: #1003548 in BcherVerffentlicht am: 2014-03-12Einband:
Taschenbuch242 Seiten | File size: 27.Mb

Von Helmut Ebert : PR-Texte (PR Praxis) before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised PR-Texte (PR Praxis):

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen2 von 2 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Praktiker mssen nicht jede Lcke gefllt habenVon Fuchs Werner DrHandbcher und Ratgeber ber PR-Arbeit gibt es so viele, dass sich im Vorwort eines weiteren Werks meist ein Passus findet, warum der Autor sein Buch fr notwendig hlt. Bei Helmut Elbert lautet die Legitimierung: Das Buch soll eine Lcke schlieen. Bislang existiert noch kein Titel, der sich systematisch und ausschlielich dem Schreiben von PR-Texten widmet und dies auf textwissenschaftlicher Grundlage tut. Wer sich unter textwissenschaftlich wenig vorstellen kann und sich bei Wikipedia schlau machen will,

erfährt dort Folgendes: Als Textwissenschaft kann ganz allgemein jede spezielle Wissenschaft verstanden werden, zu deren Gegenständen Texte gehören. Das wären vor allem: Linguistik, Literaturwissenschaft, Rechtswissenschaft, Rhetorik, Stilistik, Theologie. Helmut Ebert studierte Germanistik, Kommunikationsforschung und Psychologie und ist an der Universität Bochum Lehrbeauftragter für Unternehmenskommunikation/PR. Zur Entwicklung seines im Buch vorgestellten Konzepts wählte er einen interdisziplinären Ansatz, der auch Erkenntnisse aus der Wahrnehmungspsychologie, Kognitionspsychologie und Medienwissenschaft berücksichtigt. Und dieser Blick über den Tellerrand hinaus ist es auch, der dem Leser neben den kommentierten Beispielen den größten Gewinn bringt. Weniger nützlich finde ich Eberts Abgrenzung von PR-Texten gegenüber benachbarten Arbeitsfeldern. Denn die von ihm selber erwähnten Überschneidungsbereiche in der Praxis sind weitaus größer, als Helmut Eberts mit seinen Grafiken signalisiert. Und wenn er Propagandaten ohne jede Legitimation abspricht, frage ich mich, warum es sie überhaupt in seinem Buch aufnimmt. Ein Satz wie 'Der Propagandist ist, bildhaft gesprochen, ein Vertrauensschmarotzer, der sich und andere entmenschlicht' klingt zwar gut, hat aber mit Textwissenschaft herzlich wenig zu tun. Mit den eher künstlichen Abgrenzungen erweist Helmut Ebert seinen Lesern keinen Dienst. Denn er führt sie auf Gebiete, die so gar nicht mehr existieren, wie sie laut Eberts Beschreibungen aussehen müssten. Ein Werbetexter, der vorwiegend produktbezogen schreibt, bleibt ebenso im Mittelmaß stecken wie ein Journalist, dessen Modus der Informationsverarbeitung auf rational steht. Und was ich mit der Anweisung soll, der Wahrheitswert eines Werbetextes müsse gefällig sein, blieb mir nach der Lektüre des Buches noch immer ein Rätsel. Es ist ja nicht so, dass der Bezug zur Praxis völlig fehlen würde. Denn Helmut Ebert veranschaulicht seine Ausführungen mit vielen kommentierten Beispielen. Aber hätte Goethes Mephisto das Buch gelesen, würde er Ebert vielleicht ebenfalls sagen: 'Wer will was Lebendiges erkennen und beschreiben, Sucht erst den Geist herauszutreiben, Dann hat er die Teile in seiner Hand, Fehlt, leider! nur das geistige Band.' Das zu finden, erschweren auch komplizierte Nebensatzkonstruktionen, Fremdwortkaskaden und unwillkommene Unterbrechungen des Leseflusses durch Klammersausdrücke und Verweise. Mein Fazit: Wer Texten zum Beruf gemacht hat, weiß von der Komplexität des Schreibens, den Sinnesebenen eines Textes und der Mächtigkeit des Begriffs, gibt Helmut Ebert seinen Lesern im Vorwort auf den Weg. Aber ein Texter weiß auch, dass der Lerneffekt durch textwissenschaftliche Analysen begrenzt ist. Würde das Zerlegen eines Gedichts in seine Einzelteile zum Schreiben befähigen, wären wir von Lyrikern umzingelt. Aber wer Eberts Sezierarbeit ausblenden kann und sich auf seine vielen nützlichen Tipps und Ratschläge konzentriert, hat zumindest das Handwerk eines PR-Texters erlernt. Der Weg zur Krone führt über die tägliche Arbeit. 0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. PR-Texte Von Paul Griffin Mit seinem Buch PR-Texte möchte Helmut Ebert, Professor für Germanistische Linguistik an der Universität Bonn und Lehrbeauftragter für Unternehmenskommunikation/PR an der Universität Bochum, die Leserinnen und Leser mit den gesetzlichen Eigenarten und Möglichkeiten sprachlichen und textlichen Ausdrucks vertraut machen. Er geht auf die fünf Arenen der PR-Kommunikation sowie auf Textgestaltung und Textqualität, Textsorten, rhetorische Schreibkompetenz und Schreiben im Internet ein. Ebert unterstreicht die Wichtigkeit der strategischen Hintergründe des Textens, dass der Schreiber von PR-Texten seine Überlegungen auf die Leser hin berechnet. Wichtig ist auch die richtige Einschätzung einer Situation, da diese nicht ausschließlich vorgefunden, sondern durch Sprechen/Schreiben beeinflusst werden kann. Ferner geht es um die richtige Haltung zu einer Botschaft und zu den Lesern, da diese Leitlinien gibt und um die Unentbehrlichkeit von Schreibkompetenz. Fazit: Das Buch von Professor Ebert ist anspruchsvoll und will durchgearbeitet werden. Mit Berfliegen kommt man nicht weit. Aber die Mühe lohnt sich, denn man hat am Ende einen anderen Blick auf das, was PR-Texte ausmacht und sie von Werbetexten und journalistischen Texten unterscheidet. Wer Anregungen für blumige Sprache und beschwingte Slogans sucht, ist hier allerdings fehl am Platz. Aber wer das, was er schreibend tut, einmal strategisch durchdenken will, der wird das Buch zu schätzen wissen. Um noch mehr aus dem Werk herauszuholen zu können, hätten Übungsaufgaben und Lösungen eingearbeitet werden können. Dennoch ist PR-Texte für diejenigen, die das Schreiben zum Beruf gemacht haben, eine klare Empfehlung. 0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Ein Fachbuch für Profis! Von Moderatorschule Baden-Württemberg Gleich vorne weg: Dieses Buch ist für Profis gedacht. Denn Autor Prof. Dr. Helmut Ebert hat hier kein Sachbuch, sondern ein Fachbuch vorgelegt im Bereich das einzige seiner Art. Bisher existierte noch kein Titel, der sich systematisch und ausschließlich dem Schreiben von PR-Texten widmet und dies auf textwissenschaftlicher Grundlage tut. Ein Buch für Profis und für alle, die Spaß an der deutschen Sprache haben, bereits als PR-Texter arbeiten und ihre Kenntnisse wissenschaftlich vertiefen wollen. Für Neueinsteiger ist es weniger zu empfehlen.

Pressestimmen[] anschaulich, informativ und mit guten Beispielen. --m-lifestyle.de Kurzbeschreibung In PR-Texte fließt Wissen aus unterschiedlichen Bereichen ein. Es kommt darauf an, die Ziele des Schreibers und die Erwartungen des Adressaten auszubalancieren und dabei alle Hilfen zu nutzen, um die komplexe Tätigkeit des Textens in den Griff zu bekommen. - Die Grundidee des Buches besteht darin, dass Schreiben deutlich einfacher wird, wenn man die relevanten Muster und Wirkungszusammenhänge von Sprache kennt und durchschaut. Textmuster sind Erzählen, Beschreiben, Begründen, Anweisen und Erklären. Textsorten sind beispielsweise Leitbilder, Newsletter,

Unternehmensportraits oder Pressemitteilungen. - Alle in der internen und externen Kommunikation von Organisationen relevanten Textsorten werden in dem Buch nach einem einheitlichen Prinzip vorgestellt und mit vorbildlichen Beispielen illustriert. In weiteren Kapiteln geht der Autor auf PR-Texten als strategisches Handeln, die Arenen der PR-Kommunikation, die Textqualität, rhetorische Wirkungszusammenhänge und Techniken des Framings (Rahmens von Botschaften) sowie auf die besonderen Bedingungen des Textens für das Social Web ein. über den Autor und weitere Mitwirkende Prof. Dr. Helmut Ebert lehrt Germanistische Linguistik an der Universität Bonn. Er ist zudem Lehrbeauftragter für Unternehmenskommunikation/PR an der Universität Bochum und an der Universität für Gesundheitswissenschaften in Hall/Tirol.