

KRITERIEN
zur Verleihung des
„Österreichischen Franz-Bogner-Wissenschaftspreises für Public Relations“
für
Masterthesen an Universitätslehrgängen,
Masterarbeiten an Fachhochschulen,
Magister-/Masterarbeiten an Universitäten und Dissertationen

Für positiv beurteilte Masterthesen

1. Ist die zentrale Fragestellung der Arbeit für Public Relations relevant? Gibt es einen klaren PR-Fokus? (- unabhängig von der konkreten Wortwahl in Titel und Untertitel)
2. Kommen Fragestellungen und Anspruch der Arbeit so deutlich zum Ausdruck, dass nach Durchsicht der Arbeit sowohl die Qualität der Antworten als auch die Erfüllung des Anspruches von der Jury klar beurteilt werden können?
3. Ist erkennbar, dass ein konsequenter Versuch unternommen wurde, die jeweils aktuellste wissenschaftliche und praktische Literatur aufzuspüren? Insbesondere gilt dies für PR-wissenschaftliche Literatur im engeren Sinn.
4. Zugleich und nicht im Widerspruch zu den oben genannten Punkten: Ist die Arbeit insgesamt „schlank“ und konzis geblieben? War die Verfasserin/der Verfasser insbesondere bei der Entfaltung des theoretischen und praktischen Vorwissens erkennbar um eine Straffung des Materials bemüht? Sind weitgehend nur solche Teile enthalten, die für das Verständnis der Gesamtarbeit sinnvoll und notwendig sind?

Zusätzlich für abgeschlossene und approbierte Diplom-/ Magister-/ Masterarbeiten

5. Werden verschiedene Verständnisweisen von Public Relations auf hohem Niveau diskutiert und trifft die Verfasserin/der Verfasser eine begründete Entscheidung für eine dieser Sichtweisen, die ihr/ihm für die Forschungsfrage als besonders sinnvoll erscheint?
6. Werden ALLE eingesetzten Methoden und Vorgehensweisen so deutlich beschrieben und transparent gemacht, dass ein Dritter alle Untersuchungsschritte nachvollziehen kann?
7. Werden Forschungsfragen bzw. Hypothesen nachvollziehbar aus einem erkennbaren theoretischen wie praktischen Vorwissen beantwortet bzw. abgeleitet?
8. Werden nicht nur die Forschungsfragen bzw. Hypothesen im Einzelnen überprüft, sondern auch die Ergebnisse der Untersuchung insgesamt auf die theoretischen Teile der Arbeit rückbezogen und Forschungslücken geschlossen?

Zusätzlich für abgeschlossene und approbierte Dissertationen

9. Wird sowohl eine allgemeine als auch eine auf die konkrete Untersuchung bezogene methodische Diskussion geführt?

11. Ist als Ergebnis der Arbeit eine Weiterentwicklung der Public-Relations-Theorie erfolgt? (- z.B. durch Kritik und Zurückweisung bestehender Theorien, durch ansatzweise Entwicklung neuer Teiltheorien)

12. Ist durch die Einbeziehung von theoretischen Ansätzen aus der allgemeinen Kommunikationswissenschaft bzw. aus relevanten Nachbarwissenschaften sichergestellt, dass die Arbeit nicht zu „eng“ auf PR bezogen bleibt und der interdisziplinäre Charakter von Public Relations zum Tragen kommt?

Einhaltung der DSGVO-Regelungen ist obligat:

DSGVO-Prozedere müssen eingehalten und die Daten nach Abschluss der Arbeit vernichtet werden, Einreicher sollten Einverständniserklärung zur Datenverarbeitung der Befragten schriftlich einholen.

Beiblatt 1

Themenschwerpunkte

1. Arbeiten über PR in einer bestimmten Branche, einem bestimmten Bereich (z.B. Reputationsmanagement von z.B. öffentlichen Einrichtungen, PR der Textilindustrie, PR von Stadtgemeinden, PR für Flughäfen): Arbeiten sind allgemein, eher theoretisch angelegt; Verweise auf ausländische Beispiele; Ehrgeiz: das gesamte vorhandene (wissenschaftliche und praktische) Wissen wird gesammelt und systematisiert. Die empirische Untersuchung (falls eine solche überhaupt gemacht wird) tritt in den Hintergrund, beschränkt sich oftmals auf eine eher oberflächliche Befragung/Analyse der betroffenen PR-Träger.

2. Ansatz wie bei 1., aber mit einer klar identifizierbaren empirischen Untersuchung, zumeist einem oder mehreren Fallbeispielen. Dies kommt üblicherweise in einem Untertitel („dargestellt am Beispiel von ...“) zum Ausdruck; z.B. „PR von Unternehmensverbänden, dargestellt am Beispiel der Handelskammer Salzburg“.

Hier tritt neben die Branchendarstellung gleichwertig die Fallstudie, wobei wichtig ist, dass es hier nicht bei der Deskription bleiben kann (etwa Beschreibung der PR-Aktivitäten einer Firma im Jahre 1991), sondern dass der Untersuchungsansatz so gewählt wird, Bewertungen der Qualität der untersuchten PR im Hinblick auf die Zielerreichung zu ermöglichen (Evaluationsforschung). Der organisationstheoretische Ansatz PR-Forschung mit der zentralen Fragestellung „Welchen Beitrag leisten PR zur Erreichung von Organisationszielen?“ ist hier sicherlich sinnvoll.

3. Eine rein theoretische Arbeit (ohne empirische Feldforschung); gemeint ist Grundlagenforschung, beispielsweise über verschiedene historische Aspekte („Gibt es eine deutsche PR-Geschichte vor 1945?“); Fragestellungen unter Verwendung des gesellschaftstheoretischen Ansatzes der PR-Forschung mit der Frage „Welchen Beitrag leisten PR zur Funktion von (westlich-pluralistischen oder anderen) Gesellschaften?; PR-Literaturanalysen im Sinne von „Meta-Forschung“ (z.B. Analyse aller österreichischen PR-Abschlussarbeiten seit 1975); Arbeiten über den wissenschaftstheoretischen Standort einer künftigen PR-Wissenschaft; Fundamentalkritik an PR auf unterschiedlichen Ebenen; Analysen der Beziehungen zwischen PR- und Journalismus; Werbung; Marketing; Corporate Identity; Propaganda; Onlinekommunikation und Social Media, Anwendung aktueller berufssoziologischer Professionalisierungstheorien auf PR; bisher unbekannte Forschungsansätze.

4. Detailanalysen von PR-Instrumenten und Kanälen allgemein: z.B. der PR-Visuals Postings;; die Pressekonferenz; die Presseaussendung; die Mitarbeiterzeitung;; die Nutzung des Hörfunks für PR; Advertorials; Online-PR, Storytelling, Wirkung von Bloggern und Influencern etc.

Das jeweilige Ziel: Sammlung und Systematisierung des “gesamten“ vorhandenen wissenschaftlichen und praktischen Wissens zum jeweiligen Thema.

5. die unter 4. genannten Detailanalysen von PR-Instrumenten können eher theoretisch/überblicksartig dargestellt werden oder mit einem „harten“ empirisch-durchrecherchierten Fallbeispiel z.B. „PR-Visuals am Beispiel von Employer Brandingstrategien in der Telekommunikationsbranche“ (in einem solchen Fall: detaillierte Inhaltsanalysen und Evaluationsforschung erforderlich).

6. Eher theoretische Überblicksarbeiten (wiederum: Sammlung, Systematisierung und Aufbereitung des „gesamten“ Wissens) über einen bestimmten PR-Bereich, wie z.B. Öffentlichkeitsarbeit, lokale PR, integrierte Kommunikation, Investor Relations, Consumer Relations, Customer Relations, Educational Relations, Economic Education, Public Affairs, Issues Management, Lobbying, Krisen-PR, Corporate Social Responsibility, Produkt-PR, CEO-Positioning, Unternehmenskommunikation, Kommunikations-Controlling, PR als Managementfunktion, etc.

oder

7. solche unter 6. genannte Bereichsarbeiten mit einem „harten“ empirischen Fallbeispiel (inkl. Evaluationsforschung).

8. Arbeiten mit Schwerpunkt in den verschiedenen Phasen der PR-Konzeption, z.B. Imageanalyse, Wirkungsanalyse, Evaluationsforschung, Budgetanalyse, Implementierungsanalyse, Reputationsmanagement. Diese Arbeiten sind zumeist methodologisch orientiert, ihr Ehrgeiz ist es, das vorhandene sozialwissenschaftliche Methodenwissen (z.B. Demoskopie, Inhaltsanalyse) für PR nutzbar zu machen.

9. Arbeiten mit Schwerpunkt auf den Menschen, die PR machen, z.B. Berufsrollen, Professionalisierung, Ausbildung, Arbeitszufriedenheit, etc. Diese Arbeiten sollten sinnvollerweise eine etwa 50%-Balance zwischen der Darstellung vorhandenen Wissens und der Erhebung neuen Wissens im Rahmen einer empirischen Untersuchung anstreben.

Das wollen wir ja dezidiert nicht, wie die Fallbeispiele aus Graz gezeigt haben. **Checkliste zur Einreichung**

Eine Bewerbung muss folgende Unterlagen enthalten:

- Das ausgefüllte Antragsformular (Beiblatt 4)
- Kurzfassung in 8-facher Ausführung:
Einzel geklammert und gelocht (ohne zusätzliche Fixierung, Mappe etc.)
(Beiblatt 5)
- Ein Abstract im Umfang von max. 1.500 Zeichen (mit Leerzeichen):
In der Überschrift müssen Vor- und Zuname sowie Titel und Untertitel der Arbeit enthalten sein.
- In elektronischer Form (PDF):
Ein Exemplar der Arbeit sowie der Kurzfassung und des Abstracts; diese sind entweder auf einem Datenträger der Einreichung beizulegen oder per E-Mail an wissenschaft@prva.at zu senden.

Beiblatt 3

BEWERBUNG
um den Österreichischen Franz-Bogner-Wissenschaftspreis für Public Relations des PRVA

Persönliche Daten der Verfasserin/des Verfassers:

Titel+Name:.....Vorname:.....

Geb.-Datum: Staatsbürgerschaft:

Anschrift:

.....

Tel.-Nr.: E-Mail:

Masterthese an Universitätslehrgang

Masterarbeit an Fachhochschule

Magister-/ Masterarbeit an Universität

Dissertation

Titel/Thema:

.....

.....

Datum der Beurteilung/Approbation:

Name des betreuenden Professors/Dozenten:

.....

Universität/Institut/Fachhochschulstudiengang:

.....

Ich akzeptiere die in der Ausschreibung für den Österreichischen Franz-Bogner-Wissenschaftspreis für Public Relations festgelegten Teilnahmebedingungen und garantiere mit meiner Unterschrift für die Richtigkeit meiner Angaben.

Datum: Unterschrift:

Kriterien für die Kurzfassung

I. Deckblatt und Inhaltsverzeichnis der eingereichten Arbeit

II. Zusammenfassung (max. 10.000 Zeichen mit Leerzeichen):

Vor- und Zuname, Titel und Untertitel, Erscheinungsort und –jahr, Seitenanzahl

1. GEGENSTAND

Definition des Forschungsobjektes: Was steht im Mittelpunkt der wissenschaftlichen Auseinandersetzung? – Kurzbeschreibung des Untersuchungsgegenstandes, bei empirischen Arbeiten: des analysierten Fallbeispiels.

2. THEORIE

Nennung des theoretischen Zugriffs: Unter welchen theoretischen, verallgemeinerbaren Aspekten wird der gewählte Untersuchungsgegenstand analysiert? - Im Detail: Welche Theorie(n)/theoret. Ansätze, welche aus der Literatur bereits bekannte(n) Hypothese(n) und/oder empirischen Befunde werden als Analysegrundlage herangezogen? - Knappe Bezugnahme auf diesen Forschungskontext, auf die gewählte Problemperspektive und auf die untersuchungsleitende Relevanz der jeweiligen Ansätze (ev. auch: Nennung zentraler Autoren).

3. ZIEL / FRAGESTELLUNG(EN) / HYPOTHESE(N)

Deklaration des Untersuchungszieles: Worin besteht das Ziel der Arbeit? - Begründung der Auswahl des Untersuchungsgegenstandes mit Blick auf die im Mittelpunkt der Arbeit stehende Problematik (und möglichst mit Theoriebezug). Insb. bei empirischen Arbeiten: Nennung der zentralen untersuchungsleitende(n) Fragestellung(en)/Hypothesen.

4. FORSCHUNGSDESIGN

Wahl der Methode, Darstellung des Untersuchungsablaufes: Welche methodische Vorgehensweise wird gewählt? Wie wird sie begründet? Darstellung des methodischen Instrumentariums (Inhaltsanalyse, Befragung, Beobachtung, Experiment, Literaturanalyse. Bei empirischen Arbeiten: Einblick in den Operationalisierungsvorgang), Angaben zur Durchführung der Untersuchung (Untersuchungszeitraum, Untersuchungssample, ev. Schwierigkeiten/Besonderheiten der Empirie..etc.)

5. ERGEBNISSE

Darstellung des Ertrags: Worin bestehen die zentralen Erkenntnisse der Arbeit? Unter expliziter Bezugnahme auf die (in Pkt. 3 genannten) Vorgaben: Ziel/Fragestellung(en)/Hypothese(n).

6. LITERATUR

Einige wenige (3 - 5) ausgewählte Literaturhinweise, die aus der gewählten Forschungsperspektive als besonders wichtig erachtet werden.

7. SCHLAGWORTKATALOG

Liste zentraler Stichworte, unter denen die Arbeit aufgefunden werden sollte.