

All copyrights of this article are held by the author/s

To cite this publication

we suggest to use the APA (American Psychological Association) standard:

[Author's Last Name, Initials, (year), Title of work. Retrieved month, day, year, from source.]

You downloaded this document for free
from the

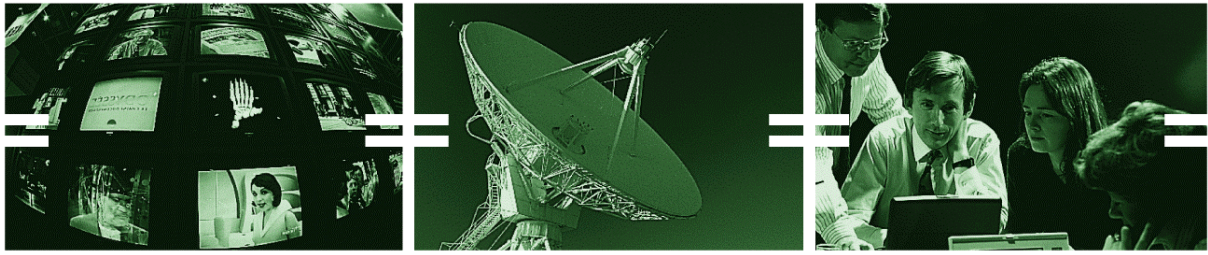


The NetAcademy is an internet research platform organizing the accumulation, dissemination and review of scientific research and publications world wide.

For any use of this document which is not strictly private, scholarly work, please contact the NetAcademy editors respectively the MCM institute at the below address.

The NetAcademy ®
www.netacademy.org
NA.editors@netacademy.org

The NetAcademy project has been developed at the
Institute for Media and Communications Management MCM
University of St. Gallen
Blumenbergplatz 9
CH-9000 St. Gallen, Switzerland
www.mcm.unisg.ch



mcm *institute*
Media Communications Management

Das Projekt NetAcademy on Media Management

Schlussbericht der Phase 2 (Entwicklung)
Oktober 1997 – März 1998

Dr. Salome Schmid-Isler

30. April 1998



Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	3
1. <i>Zusammenfassung</i>	4
2. <i>In der 2. Projektphase geleisteter Ausbau</i>	5
2.1. Inhaltliche Erweiterung	5
2.2. Technische Erweiterung	22
2.2.2. Neues Design	22
2.2.3. Erweiterte Publikationsdatenbank	23
2.2.4. Implementation neuer Datenbanken	26
2.2.5. Dynamische Erfolgskontrolle	26
3. <i>Problemfelder</i>	31
3.1. Semantische Suchfunktion	31
3.2. Editorial Board	33
<i>Anhänge</i>	34
Anhang 1: Zur Kooperation VII - NA, Project Outline von Prof. E. Noam	34
Anhang 2: NA-Plattform für das Forschungsprojekt CIM-BB (Alcatel)	36
Anhang 3: Erfassung der Zugriffe auf die NetAcademy (Beispiele)	38
Anhang 4: Vorschläge für das Board der NA on Mediamangement	41
Anhang 5: Organisationsüberblick für ein NetAcademy Online Journal	44

1. Zusammenfassung

Die Zielvereinbarungen der 2. Projektphase sind im technischen Bereich erfüllt und teilweise auch übertroffen worden. Inhaltlich hat eine in Anbetracht des erst neu gegründeten Forschungsfeldes bestmögliche Erweiterung stattgefunden. Der Theoriesektor verfügt nun über Glossar und eine erste Version des geplanten Handbook. Problematisch erweist sich noch die Verarbeitung des Glossars durch die semantische Suchfunktion. Verändert haben sich auch die Prämissen für die Etablierung des Editorial Board, welches noch nicht gegründet werden konnte.

- Inhaltlich sind, wie geplant, substantielle Erweiterungen erfolgt, welche über das Umfeld des Medien- und Kommunikationsmanagements und den neuen Forschungsbereich informieren. In die Bibliothek wurden weitere *Publikationen* eingebracht. Aus *externen Informationsquellen* konnten Call for Papers und ein Kalender für Medien-Kongresse erstellt werden, ein erstes *Forschungsprojekt* (CIM-BB, Alcatel) ist auf der NetAcademy on Media Management aktiv geworden, das *Vokabular* ist als Glossary in einer ersten Version realisiert und bildet einen Startpunkt für das geplante Handbook. Für die *Lehre* des MCM-Institutes steht in einer weiteren NetAcademy-Struktur ein Pilotprojekt für netzgestütztes Lernen zur Verfügung.
- Im technischen Bereich sind beträchtliche Fortschritte erzielt worden: Neue *Servertechnik*, neues *Design* (Template), erheblicher Ausbau der aktiven Datenbanken, insbesondere der *Publikationsdatenbank*, Implementation *neuer Datenbanken* (über Medienunternehmen und Forschungsinstitutionen im MCM-Bereich), dynamische *Erfolgskontrolle* der Zugänge.
- Die *semantische Suchfunktion* ist als Prototyp implementiert, greift allerdings nicht auf das Vokabular, sondern auf die Publikationsdatenbank zu.
- Die Vorschläge für Mitglieder des *Editorial Board* der NetAcademy on Media Management sind eingereicht worden. Gemäss Beschluss des Lenkungsausschusses vom 12. März 98 wird die für das Editorial Board vorgesehene Realisierungsstrategie und ihr Zeitplan jedoch nochmals diskutiert und später definitiv beschlossen (die Beschlussfassung soll an der LAP vom 26. Mai 1998 erfolgen).

Zusammenfassend darf festgestellt werden, dass die NetAcademy on Media Management heute eine aktive und mehr und mehr attraktive Plattform für die jetzt einsetzenden neuen Forschungsanliegen am Institut für Medien- und Kommunikationsmanagement bereitstellt.

2. In der 2. Projektphase geleisteter Ausbau

Nachdem in der ersten Pilotphase der Schwerpunkt der NetAcademy in der Umsetzung eines lauffähigen Prototypen lag, war die weitere technische und inhaltliche Entwicklung Aufgabe des Entwicklerteams für die nächsten 6 Monate. Diese zweite, nunmehr abgeschlossene Phase war in drei Schwerpunkte unterteilt worden:

- Inhaltliche Erweiterung / Editorial Board,
 - Technische Erweiterung
 - Vokabular / Semantischer Suchdienst
- (vgl. In Kapitel 4.3. des 1. Schlussberichts vom 30. September 1997):

2.1. Inhaltliche Erweiterung

Bis März 1998 sind die *Inhalte* auf der NetAcademy on Media Management erheblich ausgebaut worden. Die Kooperation mit dem Virtual Institute (Prof. Eli Noam) wurde konkretisiert. Bezüglich des *Editorial Board* wurde ein Vorschlag zu einer ersten Gruppe von Partnern erarbeitet und vorgelegt. Diese Partner sollen jedoch erst in der 3. Projektphase angesprochen und für eine Zusammenarbeit gewonnen werden.

- Die **Bibliothek** der NetAcademy on Media Management wurde beträchtlich ausgebaut;
- die **Referenzdatenbanken** bieten strukturierte Information über
 - weitere universitäre Forschungseinrichtungen und –institute, welche von Interesse für den Bereich Medien- und Kommunikationsmanagement sind,
 - die wichtigsten weltweit aktiven Medienunternehmen, welche mit Angaben über ihre Geschäftsziele und -Zahlen versehen sind,
 - die Mitglieder der NetAcademy on Media Management. Externen Interessenten wird die Möglichkeit geboten, sich mit einer einheitlichen Homepage mit beruflichen und persönlichen Angaben sowie mit ihrer Kontaktadresse vorzustellen.
- Die **What's New Funktion** bietet neu einen strukturierten Kalender der für Medienmanagement relevanten Calls for Papers und Konferenzen,
- Die **Diskussions-Datenbank** verweist mit einer Linksammlung auf externe Newsgroups und on-line Diskussionen mit einer Linksammlung. Im März wurde die Diskussion „Das enzyklopädische Konzept auf Internet“ mit drei Beiträgen gestartet.

2.1.1. Publikationen

Die Forschungsrichtung Medienmanagement ist als Disziplin neuartig. Eigens zu diesem Gebiet gibt es kaum Publikationen. Soweit vorhanden, haben die Editoren Publikationen mit Inhalt aus dem Umfeld des Medienmanagement bibliografiert und in der Publikationsdatenbank aufgelistet. Inzwischen sind die meisten dieser Publikationen mit einem Kommentar oder Abstract sowie mit Links auf weitere Publikationen zu diesem Themengebiet versehen. Ziel ist, möglichst alle Publikationen mit einer inhaltlichen Zusammenfassung sowie (wenn urheberrechtlich möglich) mit dem Volltext zur Verfügung zu stellen.

Die Bibliothek der gesamten NetAcademy ist seit Ende September 1997 von etwas über 200 auf insgesamt 468 Publikationen per Ende März 1998 angewachsen. Davon gehören 72 zum Bereich Medienmanagement. (Businessmedia, inklusive International Journal on Electronic Markets: 301, Knowledgemia: 95). Vier dieser 72 Titel sind am Lehrstuhl Schmid erarbeitete Publikationen zum Thema Medien-Management¹. Sie bieten zum genannten Publikationstitel ausführliche Metainformation, ein Abstract und den Volltext an (als .pdf-file, inklusive der dazu notwendigen Acrobat-Reader Download-Software).

(Siehe Screenshots No. 1 und No. 2)

¹ - Beat Schmid et.al.: Ein Glossar für die NetAcademy, Version 1.0, MCM, Universität St. Gallen, März 1998
 - Beat Schmid: Medien- und Kommunikationsmanagement. Die Aufgabenfelder. Konzeptpapier, Januar 1998
 - David Riegelning: Die Benutzung des Internet zur Unterstützung der Forschung am Beispiel des Medienmanagements. IWI4, Universität St. Gallen, Sept. 1997
 - Andreas Göldi: Die strategischen Potentiale neuer telematischer Infrastrukturen, unter besonderer Berücksichtigung der Medienindustrie. IWI4, Universität St. Gallen, Sept. 1995

Screenshot No. 1: Ansicht aus der Bibliothek der NA(MMgt): Publikationsbeispiel

-  [Home](#)
-  [What's New](#)
-  [General Overview](#)
-  [Participants / Contributors](#)
-  [Contents](#)
-  [Theory](#)
-  [Publications](#)
-  [Activities](#)
-  [Discussions](#)
-  [Search](#)
-  [Feedback](#)



[Beat F. Schmid](#), [Salome B. Schmid-Isler](#), [Katarina Stanoevska](#), [Rolf Grütter](#), [Patrick Stähler](#)

Ein Glossar für die NetAcademy on Business Media

Institute for Media and Communications Management, University of St. Gallen, 03/98.

Keywords: [Reference Terms](#)

Type: Working Paper

Language: German

Level: specialized

Status: reviewed by NA

Abstract

Das Glossar ist eine Auflistung von Begriffen und ihrer Definition für einen bestimmten Forschungsbereich. Es bildet die Basis für den Aufbau eines spezifischen Vokabulars und des "Handbook", das nun für jeden Forschungsbereich in der NetAcademy entstehen soll.

Die Begriffsdefinitionen des Glossars stammen in der Regel aus Publikationen, welche in der NetAcademy-Publikationsdatenbank abgelegt sind und als Referenz zur Verfügung stehen. Sind Referenzpublikationen zu im Glossar aufgeführten Begriffen nicht oder noch nicht vorhanden, werden zunächst provisorische Definitionen von Mitgliedern des MCM-Institutes aufgrund der ihnen zur Verfügung stehenden Unterlagen erarbeitet. Das hier vorliegende Glossar stellt eine erste Version dar.

S.Schmid-Isler, MCMInstitute, Universität St. Gallen, 25.3.98

Full Text



glossar.pdf

File Size: 287 KB

[Home](#) | [Top of Page](#) | [Help](#)

© 1996 - 1998 [Institute for Media and Communications Management, University of St.Gallen](#), Switzerland. All rights reserved. Developed and maintained by the [NA Team](#). Send comments and questions regarding content to the [NetAcademy Editors](#). For technical questions mail to our [Webmaster](#). Please read our [disclaimer](#).

Last modified: 05/12/98 12:00 PM

Screenshot No. 2: Ansicht aus der Bibliothek der NA(MMgt): Verlinkte Metainformation


NetAcademy
on NetAcademy


NetAcademy
on Media
Management


NetAcademy
on Knowledge
Media


NetAcademy
on Business
Media


Electronic
Markets
Journal


Directory

Media Management. ▾

 Home

 What's New

 General Overview

 Participants
/Contributors

 Contents

 Theory

 Publications

 Activities

 Discussions

 Search

 Feedback

Communication

Definition by **Watson/Hill** in:

[Ein Glossar für die NetAcademy](#)
by Beat F. Schmid, Salome B. Schmid-Isler, Katarina Stanoevska, Patrick Stähler,
Rolf Grütter
Institute for Media and Communications Management, University of St. Gallen, 03/98.

Definition

While the definition of communication varies according to the theoretical frames of reference employed and the stress placed on certain aspects upon certain aspects of the total process, they all include five fundamental factors: an initiator; a recipient; a mode or vehicle; a message and an effect. Simply expressed, the communications process begins when a *message* is conceived by a sender. It is then encoded - translated into a signal or a sequence of signals - and transmitted via a particular medium or channel to a receiver who then decodes it and interprets the message, returning a signal in some way that the message has or has not been understood. [Watson, Hill 1997]

Check with the following terms:

- [Interpersonal Communication](#)
- [Intrapersonal Communication](#)
- Theories and Concepts of Communication
- [Mass Communication](#) / [Mass Media](#)
- [Kommunikation](#)

References

- [Publications](#) pertaining to *Communication*

[Home](#) | [Top of Page](#) | [Help](#)

© 1996 - 1998 [Institute for Media and Communications Management, University of St. Gallen](#), Switzerland. All rights reserved. Developed and maintained by the [NA Team](#). Send comments and questions regarding content to the [NetAcademy Editors](#). For technical questions mail to our [Webmaster](#). Please read our [disclaimer](#).

Last modified: 04/09/98 01:37 PM

2.1.2. Externe Informationsquellen

Alle Ergebnisse der **Forschung am MCM-Institut** werden in der NetAcademy publiziert und kommentiert. Die NetAcademies Businessmedia und Knowledge media sind mit je einem Kompetenzzentrum und rund einem Dutzend Einzelprojekten mit ihren Forschungspartnern vernetzt. Die NetAcademy on Mediamanagement erhielt mit dem Forschungsprojekt CIM-BB der Alcatel AG ihr erstes MCM-Forschungsprojekt (s. unten und Anhang 1).

Zu den externen Informationsquellen gehören, wie bereits erwähnt, **Buchpublikationen**.

Von schnell wachsender Bedeutung ist das Informationsangebot aus dem **Internet** (World Wide Web-Sites, Newsgroups). Interessante und für unser Gebiet relevante Informationen werden in der Publikationsdatenbank, den Referenzdatenbanken und der Diskussions-Datenbank nach verschiedenen Ansichten verfügbar gemacht.

Die Teilnahme der MCM-Institutsmitglieder an **Kongressen** zum Thema Neue Medien (Stähler, Küng, Will) zeitigen ebenfalls Informationen, die auf der NetAcademy on Mediamanagement einsehbar gemacht werden.

Eine weitere externe Informationsquelle entspringt den Partnerschaften mit den Mitgliedern der **Editorial Boards**. Im Falle der NetAcademy on Media Management hat die Partnerschaft mit Prof. Eli Noam von der Columbia University New York bereits ein Zusammengehen seines Virtual Institute of Information mit der NetAcademy gezeitigt (bgl. Schlussbericht vom 30. Sept. 1997). Nachdem vorerst ein direktes Spiegeln (mirroring) der V.I.I. auf der NetAcademy technisch nicht möglich ist ², sind unsererseits möglichst weitgehende Links realisiert und eine Kooperationsstrategie vereinbart worden (vgl. Anhang 1: Project Outline: Collaboration Between the Virtual Institute fo Information and the NetAcademy, submitted by the Columbia Institute for Tele-Information, March 1998).

(Siehe Screenshots No. 3, No. 4, No. 5 und No. 6)

² Siehe Bericht von David Lincke zur Kooperation zwischen NetAcademy und dem Virtual Institute, 23.8.97, in: Schlussbericht der Phase 1, 30. Sept. 97, Kap. 4.2.

Screenshot No. 3: Ansicht aus der Referenzdatenbank „Media Industries“ in der NA(MMgt)

[Home](#)

By Country

[NA Sidebar Navigation](#)

[General Overview](#)

[Participants /Contributors](#)

[Contents](#)

[Theory](#)

[Publications](#)

[Activities](#)

[Discussions](#)

[Search](#)

[Feedback](#)

[Previous](#)
[Next](#)
[Expand](#)
[Collapse](#)
[Search](#)

Australia

Brazil

France

Germany

[Bertelsmann AG, Gütersloh](#)

Activity: Diversified
Bertelsmann AG operates as an international media company occupying top market positions worldwide. 57,000 employees in more than 300 individual companies provide information, education and entertainment in 50 countries, developing contents and programmes and providing production and other services in the field of media. Sales amount to DM 22.4 billion in 1995/96.

Business Fields
The business fields of the company include book clubs, literary and scientific publishing companies, daily newspapers, consumer magazines, trade journals, music and film companies, radio and television stations, online services, printing shops and service companies as well as other technical firms.

[ARD, Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland.](#)

Activity: Broadcasting
ARD is the largest public broadcasting company in the world with sales of DM 9.46 billion. ARD consists of 12 independent regional broadcasting companies.

[Kirch Gruppe, München-Ismaning](#)

Activity: Broadcasting
KirchGroup, the German media group, is active in film and television production, distribution and broadcasting on an international scale. It is one of the leading suppliers of films, series, classical music and children's programming for television in Europe. Owner, Chairman and President is Dr. Leo Kirch.

The flagship companies of the KirchGroup are BetaFilm and TaurusFilm operating in the fields of production, international coproduction and cofinancing as well as the worldwide acquisition and distribution of film and TV programs.

[Axel Springer Verlag AG, Hamburg](#)

Activity: Diversified

[Zeitungsgruppe WAZ, Essen](#)

Activity: Diversified

[Verlagsgruppe Bauer, Hamburg](#)

Activity: Diversified

[Georg von Holtzbrinck GmbH, Stuttgart](#)

Activity: Diversified

[ZDF \(Zweites Deutsches Fernsehen\), Mainz](#)

Activity: Broadcasting

[Burda Group, Offenburg](#)

Activity: Print

[Gruner + Jahr, Hamburg](#)

Activity: Print
Gruner + Jahr

- ist eines der größten Verlags- und Druckunternehmen Europas mit Sitz in Hamburg.
- verlegt in 10 Ländern rund 80 Zeitschriften und Zeitungen.
- druckt an 6 Standorten in Deutschland und den USA.
- erwirtschaftet einen Umsatz von über 4,8 Milliarden DM mit rund 12.500 Mitarbeitern.
- ist zu 74,9 % eine Tochter der Bertelsmann AG, des drittgrößten Medienunternehmens der Welt.

Italy

Japan

Luxemburg

Mexico

Netherlands

Norway

[Previous](#)
[Next](#)
[Expand](#)
[Collapse](#)
[Search](#)

[Home](#) | [Top of Page](#) | [Help](#)

© 1990 - 1998 [Institute for Media and Communications Management, University of St.Gallen](#), Switzerland. All rights reserved. Developed and maintained by the [NA Team](#). Send comments and questions regarding content to the [NetAcademy Editors](#). For technical questions mail to our [Webmaster](#). Please read our [disclaimer](#).

Screenshot No. 4: Ansicht aus der Referenzdatenbank „Media Research Institutes“

[Home](#)
[What's New](#)
[General Overview](#)
[Participants /Contributors](#)
[Contents](#)
[Theory](#)
[Publications](#)
[Activities](#)
[Discussions](#)
[Search](#)
[Feedback](#)

By Country

[Previous](#)
[Next](#)
[Expand](#)
[Collapse](#)
[Search](#)

Austria

[Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaften, Paris-Lodron-Universität Salzburg](#)
Salzburg
Research Background: Media and Communication Study - Journalism

[Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaften, Universität Wien](#)
Wien
Research Background: Media and Communication Study - Journalism

Denmark

[Institute for Communication, University of Aalborg](#)
Aalborg
Research Background: Media and Communication Study - Journalism

[Department of Communication, Education and Computer Science, Roskilde University](#)
Roskilde
Research Background: Media and Communication Study - Journalism

Germany

[Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft](#)
Research Background: Media and Communication Study - Journalism

[Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaften, Freie Universität Berlin](#)
Berlin
Research Background: Media and Communication Study - Journalism

[Sektion für Publizistik und Kommunikation, Ruhr Universität Bochum](#)
Bochum
Research Background: Media and Communication Study - Journalism

[Institut für Journalistik, Universität Dortmund](#)
Dortmund
Research Background: Media and Communication Study - Journalism

[Institut für Kommunikationswissenschaften, Technische Universität Dresden](#)
Dresden
Research Background: Media and Communication Study - Journalism

[Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaften, Georg-August-Universität Göttingen](#)
Göttingen
Research Background: Media and Communication Study - Journalism

[Institut für Journalistik, Universität Hamburg](#)
Hamburg
Research Background: Media and Communication Study - Journalism

[Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung, Hochschule für Musik und Theater Hannover](#)
Hannover
Research Background: Media and Communication Study - Journalism

[Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft, Universität Leipzig](#)
Leipzig
Research Background: Media and Communication Study - Journalism

[Institut für Publizistik, Universität Mainz](#)
Mainz
Research Background: Media and Communication Study - Journalism

[Institut für Kommunikationswissenschaften \(Zeitschriften\), Ludwig-Maximilians-Universität München](#)
München
Research Background: Media and Communication Study - Journalism

[Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaften, Universität Münster](#)
Münster
Research Background: Media and Communication Study - Journalism

[Fachgebiet Kommunikationswissenschaften, Universität Hohenheim \(Stuttgart\)](#)
Stuttgart
Research Background: Media and Communication Study - Journalism

[Previous](#)
[Next](#)
[Expand](#)
[Collapse](#)
[Search](#)

[Home](#) | [Top of Page](#) | [Help](#)

Screenshot No. 5: Ansicht aus der Referenzdatenbank „Conferences and Calls for Papers“

 [Add New Call](#) or  [Register as New Participant](#)

Media Management Information Forum

Views:

[Deadlines](#)
[Calendar](#)

Options:

[Search](#)
[Expand](#)
[Collapse](#)

[Previous](#) [Next](#) [Expand](#) [Collapse](#) [Search](#)

[31 May - 3 June 1998](#)

[5th World Editors Forum Conference: In Search of Excellence](#)

31 May - 3 June 1998, Kobe, Japan

Topics:

The World Editors Forum Conference has grown into the principal meeting place for senior news executives to discuss the business of editing newspapers. Editors from all five continents come together to exchange ideas on how they are confronting the challenges of the changing media environment in formal working sessions and through informal networking. In 1998, the Conference theme is In Search of Excellence.

[June 21-24, 1998](#)

[Beyond Convergence: Communication into the next Millennium](#)

June 21-24, 1998, Stockholm, Sweden

Topics:

The technological convergence stemming from digitalization is triggering the convergence of industries - telecommunications, broadcasting, IT, and publishing - that have until recently been largely separate.

Convergence offers massive opportunities for the development of new services and the expansion of consumer choices, and is making possible changes in the way we work, play, trade, learn, and socialize. The outlook for interactive services - such as interactive TV, or selling via the Internet - is the subject of intense research and a multitude of field trials.

The conference's focal point is on:

Developments in base technologies

New ways of working, learning, having fun, doing business and socializing

Multilingualism, labelling and filtering, and IPR management;

Emerging trends and services.

Beside the conference and the exhibition access to finance is a main topic.

[June 14-17, 1998](#)

[NRW Medien Forum](#)

June 14-17, 1998, Cologne, Germany

Topics:

The NRW media forum will take place between 14th and 17th June 1998 in the West Congress Centre of the Cologne exhibition hall. Ten specialist congresses with over 100 seminars, workshops and panel discussions, in addition to 1 specialist exhibition with some 300 exhibitors await your visit. They show a cross-section of the present status of media politics, media economics and media technology. Here, participants from all varieties of media, establish "contacts in broadband format". Visitors will find here the mixture of offers which corresponds to the mixture of media. Broadband, up-to-date, competent and clear. They will be able to collect information on media events, discuss with experts, exchange thoughts, establish new contacts and cultivate existing ones, meet cooperation partners for creative ideas and projects, see and purchase innovative products and services. In this way, they will be able to extend conventional business fields and investigate new markets. In a nutshell, they will be able to experience media in broadband format.

[October 7 to 12, 1998](#)

[Buchmesse](#)

October 7 to 12, 1998, Frankfurt, Germany

Topics:

For anybody who produces and sells books or multimedia, the annual Frankfurt is a fixture in the diary: for six days in October, the world's marketplace in communications is held - this year, it will be from October 7 to 12.

Screenshot No. 6: Beispiel einer Verlinkung mit dem „Virtual Institute of Information“ (vii)

■ Home

■ What's New

■ General Overview

■ Participants /Contributors

■ Contents

■ Theory

■ Publications

■ Activities

■ Discussions

■ Search

■ Feedback

NetAcademy on Media Management

■ **What's New at the NetAcademy on Media Management**

A Computational Media Metaphor

b.schmid, April 98 - The computer as a medium breaks up the traditional mostly static notion of a medium, since it is able to collect information, to interact with users and to solve problems presented to it.

The Internet as a channel to disseminate information has unique technical characteristics (information becomes ubiquitous, accessible by anyone, anytime, everywhere).

Thus, new information and communication processing is influencing media in an unprecedented way. Thus, the notion of a medium, the concept of media and their representation are changing fundamentally.

Our Model of Media

We explore these changes on the basis of the notation, concepts and theory of computer science. We model a medium as a space or platform for a multi agent system (MAS). (...) [\(continued\)](#)

New Research Institute: Media and Communications Management

schmid-isler, March 98 - The newly founded [Institute for Media and Communications Management](#) held a presentation about its goals. The MCMInstitute will include three chairs ([Prof. Beat Schmid](#), director, and [Prof. Peter Gomez](#), the third chair still vacant).

Virtual Institute for Information

stähler, Feb. 98 - Check out the [Virtual Institute for Information](#) from Prof. Eli Noam at the Columbia University. They give an excellent overview of the activities and research in the field of telecommunications. They offer regularly on-line discussion regarding cyberspace. The latest was held on Thursday, July 3, 10:00-12:00 noon, EDT (New York Time). The topic was cryptography law and policy: " *The consent of the Governed: The Worldwide Cryptography Debate.*" For more information check their [announcement](#).

© MCM institute / S.Schmid-Isler / NA(MMgt)-Schlussbericht, April 1998

2.1.3. Forschungsprojekt CIM-BB (Alcatel)

„Charging Information Management and its Technological Implication in a Liberalized Broadband Telecommunication Environment“

Im April 1996 wurde das MCM-Institut (damals Institut für Wirtschaftsinformatik) seitens der Alcatel Schweiz und der Eidgenössischen Technischen Hochschule um Mitarbeit bei einem gemeinsamen, vom Schweizerischen Nationalfonds unterstützten Projekt mit vorerst 2-jähriger Laufzeit gebeten. Das zu lösende Problem ist die Frage, ob und wie die durch die Deliberalisierung von Telecom-Diensten erwarteten unterschiedlichen Tarifierungsmodelle zukünftig durch eine gemeinsame Technologie unterstützt werden können. Diese Frage soll eine interdisziplinär zusammengesetzte Gruppe beantworten. Das St. Galler-Team untersucht, welche Tarifmodelle aus Sicht des Anwenders sinnvoll sind, bzw. entwickelt die Schnittstelle zwischen der Sicht des Technikers und der Sicht des Betriebswirtschafter.

Die Laufzeit des sich erfolgreich entwickelnden Projektes namens „Charging Information Management and its Technological Implication in a Liberalized Broadband Telecommunication Environment“, CIM-BB, ist bis Ende Jahr 1999 verlängert worden. Projektleiterin seitens des MCM-Institutes ist Frau Dr. Katarina Stanoevska-Slabeva.

Von herausragender Bedeutung ist die Tatsache, dass die NetAcademy on Mediamanagement nun als gemeinsame Plattform für die am Projekt CIM-BB beteiligte Forschergruppe dient (vgl. Anhang 2, Projekt Alcatel, mit ausführlichem Text).

(Siehe Screenshot No. 7)

Screenshot No. 7: Die Homepage des Projektes CIM-BB auf der NA(MMgt)

Home

 What's New

 General Overview

 Participants / Contributors

 Contents

Theory

 Publications

 Activities

 Discussions

 Search

 Feedback

NetAcademy on Media Mangement

CIM Project Home

[CIM-BB Kurzbeschreibung in Deutsch](#)
 Dear Visitor

The liberalization of the telecommunication sector has led to an introduction of new services and tariffs. Additionally, future broad bandwidth networks offer considerably more possibilities for differentiation through tariffs than today's narrow bandwidth networks.

As a consequence of this evolution, we envisage an increasing demand for flexible and adaptable charging and billing systems in the field of telecommunications in general and the broadband communications sector in particular. This opens new challenges for providers of telecommunication services. Can a new tariff model be supported by current technology? What parameters should be measured by the physical level in order to support a tariff?

Despite the increasing demand in this area only a very limited number of publications, draft-specifications and standards directly related to this topic in the B-ISDN environment are available. Due to these reasons on the initiation of Alcatel Switzerland the project "Charging Information Management and its Technical Implication in a Liberalized Broadband Telecommunication Environment (CIM-BB)" was launched within the framework "Information and Communication Technologies" of the Swiss national Fund.

CIM Navigator

- [Home](#)
- [Project Description](#)
- [Problem Description](#)
- [Project Goals](#)
- [Project Approach](#)
- [Project Schedule](#)
- [Glossary](#)
- [Partners/ Contact](#)
- [Project Reports](#)
- [Discussion](#) (restricted access)

2.1.4. Vokabular

2.1.4.1. Zum Wissensverarbeitungsprozess in der NetAcademy

Die NetAcademy will das Internet als Medium für die Wissenschaft nutzen und in seinen spezifischen Möglichkeiten erkunden. Der neue Informationsträger dient als Speichermedium, er unterstützt die prozessualen Aspekte der Information und er dient zur Automatisierung von Prozessen, wie sie in Datenbankmanagement-Systemen und Methodenbanken z.B. bei betrieblichen Informationssystemen für das Feld der wissenschaftlichen Prozesse realisiert sind.

Ein *erstes Ziel* des Projektes NetAcademy ist somit die Wissensbasis: Die Gestaltung und Nutzung des neuen Informationsträgers als Aufbewahrungs- und Produktionsmedium für wissenschaftliche Information. Die Wissensbasis enthält Fakten und prozedurales Wissen, Diskussionsbeiträge, Forschungsberichte und andere für das fragliche Gebiet relevante Informationen.

Als *zweites Ziel* wird angestrebt, die informationsverarbeitenden Prozesse so zu gestalten, dass das Medium der NetAcademy eine Gerichtetheit auf eine widerspruchsfreie Organisation und Vollständigkeit des Wissens zu einer bestimmten Domäne erlangt. Damit wird die NetAcademy zu einer zielgerichteten Organisation, deren Ergebnis ein breit anerkanntes Handbuch zum Wissen in der jeweiligen Domäne, samt zugehöriger Forschungstätigkeit, darstellt.

Dieses zweite Ziel soll erreicht werden, indem neben der genannten Wissensbasis auch die Prozesse einbezogen werden, die zur Vermittlung und Generierung von Wissen dazugehören. Dies betrifft einmal die Prozesse der Disputation der Agentenschaft über einen bestimmten Gegenstandsbereich sowie ferner die Prozesse, welche die Bearbeitung der Wissensbasis für diesen Gegenstandsbereich leiten.

Für die eingebundenen *Agentengruppen* stellt die NetAcademy ein Medium im Sinne eines organisierten Kommunikationssystems dar,

- indem für die einzelnen Agentengruppen Rollen mit ihren Rechten und Pflichten definierbar sind,
- indem Prozesse formalisierbar sind, die beispielsweise das Vorgehen für das Abliefern eines Beitrages beschreiben oder eine Diskussion strukturieren.

Die Ausgestaltung der Rollen und Prozesse, d.h. der organisatorischen Komponente der NetAcademy, ist Gegenstand von laufenden Arbeiten.

- Für die Prozesse der *Wissensselektion und -bearbeitung* entwickelt die NetAcademy unterschiedliche Mechanismen wie folgt:
 - *Query-Mechanismen*, die in ihrer einfachen Form den Abruf von Informationen gestatten, in einer anspruchsvolleren Form auch die Beantwortung von Fragen, die erst durch logische Herleitung beantwortbar sind.
 - *Update-Mechanismen*, die die Integration von neuen Daten gestatten. Dies ist im Falle der konsistenten Erweiterung relativ einfach, verlangt jedoch im Falle

inkonsistenter Erweiterungen anspruchsvollere Verfahren (default reasoning).

- *Abduktions-Mechanismen*, die zur Unterstützung der Hypothesenbildung dienen und damit einen Beitrag für die Definition zielführender Forschungsfragen liefern.

Die letzten zwei Mechanismen sollen so angelegt werden, dass die Inhalte eines Wissensgebietes auf der NetAcademy immer mehr auf Widerspruchsfreiheit und Vollständigkeit konvergieren.

2.1.4.2. Anforderungen an das Vokabular und das Handbuch

Um die obgenannten Zielsetzungen zu erfüllen, benötigt die NetAcademy mehrere Komponenten:

1. Zunächst sollen die *verwendeten Begriffe* geklärt werden. Das verlangt die Auflistung der im fraglichen Fachgebiet verwendeten Begriffe und ihre Definitionen. Wir bezeichnen das Ergebnis als **Vokabular**.
2. Die für das Fachgebiet als *gültig angenommenen Axiome* sollen festgelegt werden. Diese Komponente bezeichnen wir mit **Theorie**; sie legt die Sicht (view) fest, mit der das fragliche Fachgebiet seinen Gegenstandsbereich betrachtet. Darin sind das von der Scientific Community verwendete Vokabular, die herrschenden Beweisverfahren und gültigen Axiome enthalten.
3. Das Vokabular und die *Theorie* stellen die Basis für das für die NetAcademy zu erarbeitende elektronische „**Handbook**“ der Forschungsdisziplin dar. Die Handbooks der verschiedenen Forschungsrichtungen bilden den Kern einer gemeinsamen, lebendigen und aktuellen globalen Wissensbasis.
4. Die *Wissensbasis* enthält die Forschungsergebnisse der fraglichen Disziplin, sowohl bezüglich der Theorie wie auch bezüglich konkreter Anwendungsbereiche oder **Welten**. Die Wissensbasis ist rekursiv aufgebaut (wie das World Wide Web) und besteht in der Regel aus einer Fülle von Subwissensbasen, etwa in Form bereits existierender Wissensbasen oder in Form anderer NetAcademies, oder Forschungsbeiträgen in Form von Papers oder Informationssystemen, usw., die je ihre eigene Sprache verwenden. Die Inhalte dieser Wissensbasen müssen mittels Übersetzungsmechanismen oder, wo diese nicht verfügbar sind, mittels Charakterisierungen in die Wissensbasis der NetAcademy eingebunden werden, damit sie für die in ihr verkehrenden Agenten verfügbar werden.
5. Die *Welten* sind der semantische Bezug des abgebildeten Wissen. Die NetAcademy enthält ein Verzeichnis dieser konkreten Bezugswelten und ihre Charakterisierung. Zu einer konkreten Welt können mehrere theoretische Sichten („views“) bestehen und Wissen über sie enthalten - dasselbe Phänomen kann aus unterschiedlichen Forschungsperspektiven untersucht werden. Daher ist eine explizite **Referenzierbarkeit** dieser Welten notwendig, damit eine Navigation innerhalb und zwischen den einzelnen NetAcademies, die sich dieser Welt

widmen, möglich wird.

Diese Zielsetzung gilt für alle NetAcademies und wird in den einzelnen NetAcademies erarbeitet.

Ein erster wesentlicher Schritt zu diesem Ziel besteht, wie erwähnt, in der Erarbeitung des Vokabulars. Das Vokabular ist eine Auflistung von Begriffen und ihrer Definition für einen bestimmten Forschungsbereich. Wie die Forschung und ihre Begriffe, ist das Vokabular naturgemäss work-in-progress: Es kommt laufend Neues dazu und Altes wird verändert und erweitert. Die Begriffsdefinitionen des Vokabulars stammen heute in der Regel aus wissenschaftlichen Publikationen, welche in der NetAcademy Publikationsdatenbank abgelegt oder zumindest dort referenziert sind. Sind Referenzpublikationen zu im Vokabular erforderlichen Begriffen nicht oder noch nicht vorhanden, oder bedürfen sie einer Anpassung bzw. Erweiterung, werden die neuen Definitionen am MCM-Institut erarbeitet. Die auf der NetAcademy verfügbaren Begriffsdefinitionen fliessen laufend in eine gegenwärtig „**Glossar**“ genannte Publikation ein. Das Glossar ist als Publikationsreihe zum in der NetAcademy verwendeten Vokabular gedacht.

Eine erste Version „Ein Glossar für die NetAcademy“ wurde im März 1998 auf der NetAcademy verfügbar gemacht und bildet als Version 1.0 den Anfang dieser Publikationsreihe³. Für Juni 1998 ist die nächste Publikation dieser Reihe geplant.

(Siehe Screenshot No. 8)

³ „Ein Glossar für die NetAcademy“, Version 1.0, März 1998, von B. Schmid, R. Grütter, S. Schmid-Isler, P. Stähler, K. Stanoevska-Slabeva, MCM Institute

Screenshot No. 8: Ansicht aus der Glossary-Funktion in der NA(MMgt)

- Home
- ✚ What's New
- General Overview
- 👤 Participants /Contributors
- 📄 Contents
- 📖 Theory — ■
- 📄 Publications —
- 📄 Activities —
- 📄 Discussions —
- 🔍 Search
- 📧 Feedback

Media Management Glossary by Term

[< Previous](#)
[Next >](#)
[🔍 Search](#)

[Communication](#)
 Definition by Watson/Hill
 Source: Beat F. Schmid, Salome B. Schmid-Isler, Katarina Stanoevska, Rolf Grütter, Patrick Stähler: [Ein Glossar für die NetAcademy on Business Media](#). Institute for Media and Communications Management, University of St. Gallen, 03/98.

[Communications Management](#)
 Definition by Beat F. Schmid
 Source: Beat F. Schmid, Salome B. Schmid-Isler, Katarina Stanoevska, Rolf Grütter, Patrick Stähler: [Ein Glossar für die NetAcademy on Business Media](#). Institute for Media and Communications Management, University of St. Gallen, 03/98.

[Communication, interpersonal](#)
 Definition by
 Source: Beat F. Schmid, Salome B. Schmid-Isler, Katarina Stanoevska, Rolf Grütter, Patrick Stähler: [Ein Glossar für die NetAcademy on Business Media](#). Institute for Media and Communications Management, University of St. Gallen, 03/98.

[Communication, intrapersonal](#)
 Definition by
 Source: Beat F. Schmid, Salome B. Schmid-Isler, Katarina Stanoevska, Rolf Grütter, Patrick Stähler: [Ein Glossar für die NetAcademy on Business Media](#). Institute for Media and Communications Management, University of St. Gallen, 03/98.

[Consumer Electronics](#)
 Definition by Patrick Stähler
 Source: Beat F. Schmid, Salome B. Schmid-Isler, Katarina Stanoevska, Rolf Grütter, Patrick Stähler: [Ein Glossar für die NetAcademy on Business Media](#). Institute for Media and Communications Management, University of St. Gallen, 03/98.

[Economics](#)
 Definition by Patrick Stähler
 Source: Beat F. Schmid, Salome B. Schmid-Isler, Katarina Stanoevska, Rolf Grütter, Patrick Stähler: [Ein Glossar für die NetAcademy on Business Media](#). Institute for Media and Communications Management, University of St. Gallen, 03/98.

[Encyclopedia, Internet source](#)
 Definition by Beat F. Schmid
 Source: Beat F. Schmid, Salome B. Schmid-Isler, Katarina Stanoevska, Rolf Grütter, Patrick Stähler: [Ein Glossar für die NetAcademy on Business Media](#). Institute for Media and Communications Management, University of St. Gallen, 03/98.

[Enzyklopedia](#)
 Definition by Beat F. Schmid
 Source: Beat F. Schmid, Salome B. Schmid-Isler, Katarina Stanoevska, Rolf Grütter, Patrick Stähler: [Ein Glossar für die NetAcademy on Business Media](#). Institute for Media and Communications Management, University of St. Gallen, 03/98.

[Enzyklopädie](#)
 Definition by Brockhaus
 Source: Beat F. Schmid, Salome B. Schmid-Isler, Katarina Stanoevska, Rolf Grütter, Patrick Stähler: [Ein Glossar für die NetAcademy on Business Media](#). Institute for Media and Communications Management, University of St. Gallen, 03/98.

[Enzyklopädie, Buchquellen](#)
 Definition by Brockhaus
 Source: Beat F. Schmid, Salome B. Schmid-Isler, Katarina Stanoevska, Rolf Grütter, Patrick Stähler: [Ein Glossar für die NetAcademy on Business Media](#). Institute for Media and Communications Management, University of St. Gallen, 03/98.

2.1.5. Lehre

Ab dem Sommersemester 1998 wird die NetAcademy-Struktur auch für die Lehre eingesetzt werden. Die Kurse Informatik III für Studenten des vierten Semesters (ca. 700 Studenten) und Informations- und Kommunikationstechnologie II für Studenten des sechsten Semesters der Vertiefungsrichtung Informations- und Technologiemanagement (ca. 30) werden erstmalig durch NetAcademies unterstützt. Die Umsetzung befindet sich Anfang April in einer Testphase.

Den Studenten wird die gleichen Funktionalität, die sich auch für den Wissenschaftsbereich wie in der NetAcademy on Media Management bewährt hat, zur Verfügung gestellt und mit den fachlich eng verbundenen wissenschaftlichen NetAcademies verknüpft, um den Studenten ein weitergehendes Studium des Fachbereiches zu ermöglichen, als dies die Vorlesung vermitteln kann. Den Studenten werden vorlesungsbegleitend die entsprechenden Lehrinhalte mittels Web-Technologie vermittelt.

(Siehe Screenshots No. 9 und No. 10)

Screenshot No. 9: Ansicht aus der NA zur Lehre (Vorlesungs-Kalender)

Home

What's New

General Overview

Participants /Contributors

Contents

Theory

Publications

Activities

Discussions

Search

Feedback

Daten der Übungen

Gruppe 1: Dr. Ulrike Lechner

Übung-Nr.	Wochentag	Zeit	Datum	Raum
1	Mittwoch	14:00 - 16:00 Uhr	08.04.1998	A111
2	Mittwoch	14:00 - 16:00 Uhr	29.04.1998	A111
3	Mittwoch	14:00 - 16:00 Uhr	13.05.1998	A111
4	Mittwoch	14:00 - 16:00 Uhr	27.05.1998	A409
5	Mittwoch	14:00 - 16:00 Uhr	10.06.1998	A409
6	Mittwoch	14:00 - 16:00 Uhr	24.06.1998	A111

Screenshot No. 10: Ansicht aus der NA zur Lehre (Vorlesungs-Skripten)

Home

What's New

General Overview

Participants /Contributors

Contents

Theory

Publications

Activities

Discussions

Search

Feedback

Skripten und Folien

Folien der Vorlesungen

1. Einführung und Motivation
- 2 Einführung des Konzepts des Mediums
- 3 Sprache: Konzepte und Theorie Kommunizierender Systeme
- 4 Sprache: Multi-Agenten Systeme
- 5 Protokolle

folien-1.pdf

folien-termin2.pdf

2.2. Technische Erweiterung

2.2.1. Umstellung auf neue Servertechnik

Ende letzten Jahres wurde die NetAcademy –Plattform einer eingehenden Überarbeitung unterzogen. In der ersten Phase setzte die Plattform auf einer Lotus Notes / Internotes Publisher-Software-Lösung auf. Mitte Dezember wurde die Internotes Publisher Software für das Publizieren im Web durch Lotus Notes/Domino abgelöst. Dazu wurde im Dezember 1997 ein neues Domino-Template eingeführt (Domino ist der interaktive Webserver für die Lotus Notes-Groupware). Mit diesem Upgrade wurden folgende Ziele verfolgt:

- Einfachere Navigation für die Benutzer
- Schnelleres und direkteres Zugreifen auf die Inhalte
- Einfachere Bedienung des Clients für die Content-Editoren.

Das neue Template erlaubt eine bessere Aufbereitung der Inhalte mit Untermenüs und verbesserten Suchfunktionen. Dem Benutzer präsentiert sich die Information im Zugriff dichter und einfacher. Den NetAcademy-Editoren steht mit dem neuen Template (und damit verbunden, der verbesserten Publikationsdatenbank) ein einfaches Instrument zur Verfügung, um die Inhalte Web-gerecht aufzubereiten. Der Notes-Client als Interface für die Eingabe der Daten hat sich bewährt. Notes wird für EMail, Projektverwaltung und als Wissenmanagement-Tool täglich benutzt. Der Ausbildungsaufwand war bei der Einführung des Templates deshalb gering.

Für die Betreiber der Plattform haben sich einige Erleichterungen ergeben. Die Verwaltung der einzelnen Datenbanken hat sich vereinfacht, da wir die Zahl der auf dem Template beruhenden Web-Datenbanken drastisch reduzieren konnten. Die Verwaltung der Benutzerrechte konnte ebenfalls standardisiert werden. Die Publikationsdatenbank als zentrales Repository für Publikationen wurde ebenfalls dem Template angepasst. Die weiteren Schritte werden ein zentrales Image- und Style-Repository beinhalten. Damit schaffen wir die Voraussetzungen einer einfacheren Skalierbarkeit der Anwendung. Eine weitere Überarbeitung des Templates steht ebenfalls an. Wir werden die Frame-Technologie nicht weiter unterstützen. Damit erreichen wir ein einheitlicheres Auftreten, gleichgültig wie sich der Besucher durch die NetAcademy bewegt. Die nächsten grossen Schritte werden technische Neuerungen im Bereich der Suchmechanismen (Quantor-Suchmaschine) und Content-Management (Submission-Prozess) zu realisieren sein.

2.2.2. Neues Design

Die im Dezember 1997 erfolgten technischen Umstrukturierungen sollten das grafische Aussehen der NetAcademy nicht verändern. Im Rahmen des gegebenen Design ist jedoch ein weiterer Schritt zur Vertiefung des Corporate Design / der Corporate Identity der NetAcademy erfolgt. Die grafische Darstellung und die inhaltliche Aufbereitung aller NetAcademies folgt demselben Style Guide. Damit

sollen die Orientierung in und das interdisziplinäre Navigieren zwischen den verschiedenen Forschungsbereichen gefördert werden.

2.2.3. Erweiterte Publikationsdatenbank

Seit März 1998 steht eine neue und verbesserte Applikation zur Erfassung und Pflege von NetAcademy-Publikationen in Oracle zur Verfügung. Neben einer besseren technischen Performance und ansprechenderem Design bringt diese im Vergleich zur bisherigen Version – der **volltextbasierten Suche** – die folgenden neuen Funktionen:

- Eine Maske, welche Publikationen auf der Basis einer **Verschlagwortung** sucht, d.h.. nach dem Namen des Autors, nach dem Titel der Publikation, nach dem Jahr in welchem die Publikation erschien , nach dem Typus der Publikation (Buch, Artikel, Diskussionsbeitrag...), nach dem zugehörigen Forschungsprojekt , oder nach der Aktualität innerhalb der NetAcademy („newly added last month“).
- Die Möglichkeit der **Verwaltung hierarchischer Beziehungen** von Publikationen. Beispiel: Artikel in Zeitschrift xxx; Kapitel aus Buch yyy, etc.),
- Eine **Kreuzreferenzierung** über die Begriffsdefinitionen aus dem NetAcademy-Glossar, womit eine substantielle Erweiterung der bisherigen Verschlagwortung der erfassten Publikationen gegeben ist.
- Eine zielgenaue **semantische Suche** über den Q-Search Catalog. Q steht für Quantor, eine Technologie, welche ein Klassifikationssystem mit intelligenter Komponente bereitstellt⁴. Der Q-Search Catalog ist in einer ersten Demonstrator-Version auf der NetAcademy verfügbar. Diese Suchmaschine soll zukünftig auf gewünschte Suchkriterien präzise Resultate und sinnvolle Alternativen liefern.

(Siehe Screenshots No. 11 und No. 12)

⁴ Vgl. hierzu: Vor- und Nachteile verschiedener Suchmethoden und das Beispiel eines Attributbasierten Suchsystems. Von Katarina Stanoevska, Alexis Hombrecher. Arbeitsbericht MCM-Institut, März 1998, und: Konzeption, Architektur und prototypische Implementierung eines quantorbasierten elektronischen Produktkatalogs in Java. Von Siegfried Handschuh. Arbeitsbericht MCM-Institut, August 1997, und: Representation and automatic Evaluation of empirical, especially quantitative Knowledge. Von Georg Geyer, Beat F. Schmid, R. Schmid, Abschlussbericht des SNF Projektes Nr. 5003-034372, Mai 1996

Screenshot No. 11: Ansicht aus der Publikations-Datenbank (Suchmöglichkeiten)

NetAcademy on Media Management

Publications

Publications pertaining to the research field of media management that have been submitted and published in the NetAcademy on Media Management can be retrieved and searched for through several different interfaces. Besides an interface that lets you browse all publications categorized by certain criteria, a query interface is available that allows for the constructions of queries based on specific attributes. Furthermore, the full text of all publications can be searched via our full-text search engine.

NEW [New publications added in the last month](#)

Attribute Search Interface

To access the attribute-based query interface which lets you search for publications based on attributes, browse publications

- [by keywords](#)
- [by author](#)
- [by title](#)
- [by date](#)
- [by recency](#)
- [by type](#)

Full Text Search

[Search](#) the abstracts and the full text of all publications stored in the NetAcademy

Q-Catalog Query

We are developing an innovative Attribute Search Engine with semantical knowledge about the meaning of the attributes. Try out a first query on the publications database of the NetAcademy.

- Q-Search Catalog, [click here](#) (Netscape 4.04 or similar required).
- We recommend to first check the [INFO about QSC](#).

The publications database is updated on a continuous basis by the editor of the NetAcademy. But we invite all researcher and practitioners to add [their publications or publications](#) they think are relevant to the knowledge base of the Scientific Community.

Screenshot No. 12: Suchergebnis aus der Publikations-Datenbank (thematische Auflistung)

[Home](#)

[NA Sidebar Navigation](#)

[What's New](#)

[General Overview](#)

[Participants / Contributors](#)

[Contents](#)

[Theory](#) —

[Publications](#) — ■

[Activities](#) —

[Discussions](#) —

[Search](#)

[Feedback](#)

Media Management Publications by Title

[< Previous](#)
[Next >](#)
[Search](#)

NEW [A Computational Media Metaphor](#)
 by Ulrike Lechner, Beat F. Schmid.
 presented at the Workshop on Algebraic Development Techniques 1998, held
 in conjunction with the ETAPS 98 conference, Lisboa Portugal, April 1998,
 04/98

[A Dictionary of Communication and Media Studies](#)
 by James Watson, Anne Hill.
 Arnold, London, 1997. , 09/97

[Antitrust vs. Sector Specific Approaches in Regulating Telecommunications Markets](#)
 by Ingo Vogelsang.
 in: WIK Proceedings Nr. 5, Bad Honnef, 1997. , 04/97

[Applications Potentials of Multimedia Services in the Firm](#)
 by Arnold Picot, Rahild Neuburger.
 in: WIK Proceedings Nr. 5, Bad Honnef, 1997. , 04/97

[Asien als Zukunftsmarkt internationaler Medienkonzerne](#)
 by Miriam Meckel.
 in: Media Perspektiven, December 1996, pp. 629-637. , 12/96

[being digital](#)
 by Nicholas P. Negroponte.
 Alfred A. Knopf, 1996, 12/96

[Between Covers: The Rise and Transformation of Book Publishing in America](#)
 by John Tebbel.
 Oxford University Press, New York, 1987, 12/87

[Capitalism and Communication: Global Culture and the Economics of Information](#)
 by Nicholas Garnham.
 Sage, London, 1990. , 12/90

[Co-opetition](#)
 by Barry J. Nalebuff, Adam M. Brandenburger.
 HarperCollinsBusiness; 1996, 01/96

[Common Carriers' Entry into Multimedia Services](#)
 by Massimo G. Colombo, Paola Garrone.
 in: WIK Proceedings Nr. 5, Bad Honnef, 1997. , 04/97

[Communication and the Transformation of Economics](#)
 by Robert E. Babe.
 Westview Press, Boulder, Colo., 1995. , 12/95

[Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors](#)
 by Michael Porter.
 The Free Press, 1980, 12/80

[Consumption of Mass Media: Analysis and Outlook](#)
 by Peter Kürble.
 in: WIK Proceedings Nr. 5, Bad Honnef, 1997. , 04/97

2.2.4. Implementation neuer Datenbanken

Die in der NetAcademy on Mediamanagement seit September 1997 veröffentlichte, nach Ländern und Sachgebieten geordnete Sammlung verwandter Forschungseinrichtungen und –institute sowie ein Überblick zu den wichtigsten weltweit aktiven Medienunternehmen ist in der Zwischenzeit erheblich ausgebaut worden. Zudem können die Informationen nach verschiedenen Kriterien geordnet und abgerufen werden.

(Siehe Screenshots No. 3 und No. 4)

2.2.5. Dynamische Erfolgskontrolle

Der Erfolg einer Website kann daran gemessen werden, wie oft sie besucht wird bzw. wie viele Seiten auf die Rechner der Besucher heruntergeladen werden. Ein Web-Server kann entsprechendes Zahlenmaterial aufgrund unterschiedlicher Kriterien generieren. Deshalb ist zu beachten, worauf sich die jeweils genannten Zahlen beziehen: auf Anfragen (Hits) oder auf besuchte Seiten (HTML Downloads)? Sind es Hochrechnungen zur Zahl der Besuche (Visits) oder zur Zahl der Besucher (Visitors)? Sind die Zahlen als Summe seit einem bestimmten Zeitpunkt oder als Menge pro bestimmte Zeiteinheit zu verstehen?⁵

Der folgende Überblick soll zum Verständnis der in der Erfolgskontrolle genannten Zahlen beitragen.

1. Anfragen (Hits)

Eine Anfrage entsteht, wenn von einem Web-Server eine Seite, eine Grafik oder ein anderes Datenobjekt abgerufen wird. Eine solche Anfrage wird auch ein „Hit“ genannt. Anfragen werden ausgelöst, indem einerseits ein Besucher eine Seite anruft und indem andererseits die Seite selbst in ihr eingebettete Objekte dazuschaltet (zum Beispiel eine Grafik). Wenn eine multimedial gestaltete Seite besucht wird, generiert sie mehrere Anfragen (Hits). Die Zahl der Anfragen (Hits) liegt somit i.d.R. höher als die Zahl der besuchten Seiten (HTML Downloads) und nochmals höher als die Zahl der einzelnen Besucher.

2. Besuchte Seiten (HTML Page Requests)

Ein HTML Download entsteht, wenn von einem Web-Server eine mit Hyper Text Markup Language (HTML) formatierte Seite abgerufen wird. Die in dieser Seite eingebetteten zusätzlichen Datenobjekte werden dabei nicht mitgezählt. Die Zahl der besuchten Seiten ist jedoch nicht mit der Zahl der Besucher identisch, da ein Besucher i.d.R. mehrere Seiten auf seinen Rechner abrufen.

3. Herkunftsdomäne (Domains)

Die Domäne bezeichnet die Organisation, welcher der Besucher angehört bzw. von welcher aus er seinen Besuch startet. Domänen werden abgeleitet aus den Endungen der Internetadresse. Sie bezeichnen eine kommerzielle, kooperative, organisatorische, universitäre Organisation oder das Stammland des anfragenden Web-Servers. (.com, .net, .org, .edu sowie Länderkürzel .us, .jp., de...). Die Statistik über Herkunftsdomänen darf aus Datenschutzgründen nicht veröffentlicht werden.

4. Besucher (Visitors)

⁵ Die Angaben von David Lincke, MCM-Institut

Ein Besucher wird üblicherweise aufgrund einer eigenen IP-Adressierung identifiziert. Eine bestimmte IP-Adressierung kann eine Einzelperson indizieren, aber öfters wird eine IP von mehreren Leuten gemeinsam benutzt. Da hier vom Computer auf die ihn benützende Person(en) geschlossen werden kann, untersteht die Einsicht in diese Datenbank dem Datenschutz.

Um öffentlich einsehbare Zahlen über die Besucher zu gewinnen, schliesst man aus einzelnen Besuchen auf einzelne Besucher (was nicht ganz korrekt ist, denn eine Person kann die Website mehrmals besuchen und erweckt dadurch den Eindruck mehrerer Besucher). Man nimmt an, dass ein Besucher über eine bestimmte Zeit in der besuchten Website aktiv ist und sie dann verlässt. Beispiel: Ein Besucher geht zu 10 HTML Seiten und fragt indirekt um 25 grafische Objekte an. Diese 35 Anfragen (Hits) werden in der Besucherdatenbank als Anfragen desselben Computers registriert und als ein einzelner Besucher interpretiert. Auf diese Weise kaschierte Datenbanken zu Besucherzahl dürfen öffentlich einsehbar gemacht werden.

2.2.5.1. Öffentliche Zugriffskontrolle

Während die NetAcademy-Editoren über das Domino-Log bereits seit der Implementation der NetAcademy Auskünfte bezüglich der Frequenz und den Präferenzen der NA-Besucher hatten, konnte die Offenlegung einiger Zugriffsdaten auf der NetAcademy im „NA-Log“ aufgrund von Datenschutzvorkehrungen erst anfangs Jahr 1998 erfolgen.

Die dynamische Datenbank, welche dem NetAcademy Besucher die Zugriffszahlen täglich erneuert und einsehbar macht, gibt Auskunft über

- **Hits per Day** (<http://www.netacademy.org/domlog.nsf/hitsperday>)
Datum, Anzahl Hits insgesamt an diesem Tag (html, gif, etc.)
- **HTML Page Requests** (<http://www.netacademy.org/domlog.nsf/htmlpagerequests>)
Datum, Anzahl HTML-Zugriffe an diesem Tag, Anzahl zugegriffener HTML-Seiten (plus wie oft zugriffen)
- **HTML Pages Per Day** (<http://www.netacademy.org/domlog.nsf/htmlpagesperday>)
Datum, Anzahl HTML-Zugriffe an diesem Tag
- **Requested Pages per Academy** (<http://www.netacademy.org/domlog.nsf/pagesperacademy>)
Datum, Anzahl HTML-Seiten an diesem Tag, Anzahl HTML-Seiten pro Wissensgebiet
- **Requests per Academy** (<http://www.netacademy.org/domlog.nsf/requestsperacademy>)
Datum, Prozent Zugriff an diesem Tag, Prozent der Zugriffe pro Wissensgebiet

Für den März 1998 lässt sich daraus folgende Zugriffsstatistik über die gesamte NetAcademy ermitteln (vgl. auch Anhang 3):

Hits pro Tag: einige Tausend
HTML-Downloads pro Tag: ca. 500
Einzelne Besucher pro Tag (OHNE Universitätsangehörige): ca. 130

Die Aufmerksamkeits-Verteilung präsentiert sich im März 98 durchschnittlich wie folgt:

40% Journal on Electronic Markets
23% NA Business Media
15% NA Plattform
15% NA Knowledge Media
7 % NA Media Management

(Anmerkung: Im NA-Log **nicht** enthalten sind die Zugriffe der NA-Editoren und die Zugriffe seitens der Universität St. Gallen (Ausschluss der Kennungen 130.82.* und *.unisg.ch).

Diese Lösung wurde gewählt, um den Weg der NetAcademy in der öffentlichen Aufmerksamkeit zu dokumentieren. - Im Hinblick auf die netzgestützte Lehre des MCM-Institutes, welche auch auf der NetAcademy abgewickelt wird, soll eine gesonderte Statistik eingerichtet, welche die Aufmerksamkeit nachzeichnet, welche die NetAcademy an der Universität St. Gallen gewinnt.)

2.2.5.2. Interne Zugriffskontrolle

Über die interne Lotus Notes Datenbank sind den NA-Autorisierten weitere Daten einsehbar, welche jedoch aus Datenschutzgründen nicht veröffentlicht werden dürfen. Es handelt sich um:

- Domains (internal use only)
Datum, Herkunftsdomäne, Anzahl Zugriff aus dieser Domäne, Domänenname
- Visitors per Day (internal use only)
Datum, Anzahl Zugriffe, Anzahl Besucher, Besuchernamen (Symbolischer Name wenn DNS-Auflösung möglich)

2.2.5.3. NA-Zugriffszahlen Januar bis April 1998

Im Rückblick ergibt sich ein wachsender Besucherzustrom zur NetAcademy, in der Zahl abgerufener Webseiten (HTML-downloads) pro Monat:

April 1998	16'000
März	14'500
Februar	14'900
Januar	14'000

Adressierung: <http://www.netacademy.org/netacademy/netacademy.nsf/pages/statistics.html>. Vergleiche hierzu den Anhang 3, Zur Veranschaulichung der Zugriffe auf die NetAcademy.

(Siehe Screenshots No. 13 und No. 14)

Screenshot No. 13: Blick in das NA-Log April/Mai 1998 (abgerufene Web-pages), öffentlich

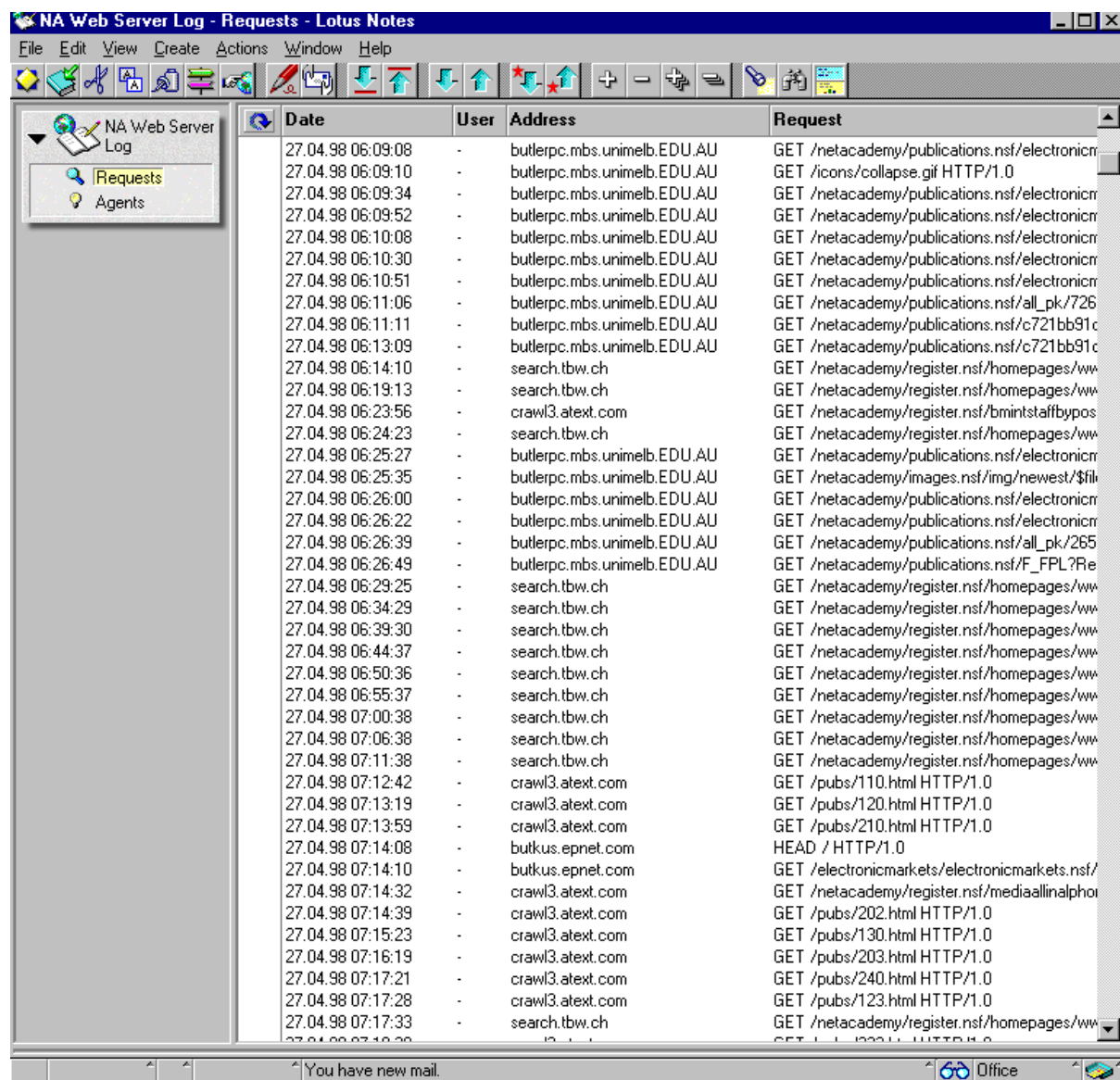
[← Previous](#) [Next →](#) [+ Expand](#) [- Collapse](#) [🔍 Search](#)

Requested Pages per Academy

Date	#	NetAcademy
▶ 04/26/98	36	
▶ 04/27/98	840	
▶ 04/28/98	742	
▶ 04/29/98	2023	
▼ 04/30/98	1712	
	▶ 85	Business Media
	▶ 454	Electronic Markets Journal
	▶ 47	Knowledge Media
	▶ 17	Media Management
	▶ 1109	Other
▶ 05/01/98	990	
▶ 05/02/98	534	
▶ 05/03/98	506	
▶ 05/04/98	1095	
▶ 05/05/98	1170	
▶ 05/06/98	757	
▶ 05/07/98	709	
▶ 05/08/98	553	
▶ 05/09/98	373	
▶ 05/10/98	371	

[← Previous](#) [Next →](#) [+ Expand](#) [- Collapse](#) [🔍 Search](#)

Screenshot No. 14: Blick in das NA-Log am 27.04.98 (abgerufene Web-Pages), intern



Date	User	Address	Request
27.04.98 06:09:08	-	butlerpc.mbs.unimelb.EDU.AU	GET /netacademy/publications.nsf/electronicr
27.04.98 06:09:10	-	butlerpc.mbs.unimelb.EDU.AU	GET /icons/collapse.gif HTTP/1.0
27.04.98 06:09:34	-	butlerpc.mbs.unimelb.EDU.AU	GET /netacademy/publications.nsf/electronicr
27.04.98 06:09:52	-	butlerpc.mbs.unimelb.EDU.AU	GET /netacademy/publications.nsf/electronicr
27.04.98 06:10:08	-	butlerpc.mbs.unimelb.EDU.AU	GET /netacademy/publications.nsf/electronicr
27.04.98 06:10:30	-	butlerpc.mbs.unimelb.EDU.AU	GET /netacademy/publications.nsf/electronicr
27.04.98 06:10:51	-	butlerpc.mbs.unimelb.EDU.AU	GET /netacademy/publications.nsf/electronicr
27.04.98 06:11:06	-	butlerpc.mbs.unimelb.EDU.AU	GET /netacademy/publications.nsf/all_pk/726
27.04.98 06:11:11	-	butlerpc.mbs.unimelb.EDU.AU	GET /netacademy/publications.nsf/c721bb91c
27.04.98 06:13:09	-	butlerpc.mbs.unimelb.EDU.AU	GET /netacademy/publications.nsf/c721bb91c
27.04.98 06:14:10	-	search.tbw.ch	GET /netacademy/register.nsf/homepages/ww
27.04.98 06:19:13	-	search.tbw.ch	GET /netacademy/register.nsf/homepages/ww
27.04.98 06:23:56	-	crawl3.atext.com	GET /netacademy/register.nsf/bmintstaffbypos
27.04.98 06:24:23	-	search.tbw.ch	GET /netacademy/register.nsf/homepages/ww
27.04.98 06:25:27	-	butlerpc.mbs.unimelb.EDU.AU	GET /netacademy/publications.nsf/electronicr
27.04.98 06:25:35	-	butlerpc.mbs.unimelb.EDU.AU	GET /netacademy/images.nsf/img/newest/\$fil
27.04.98 06:26:00	-	butlerpc.mbs.unimelb.EDU.AU	GET /netacademy/publications.nsf/electronicr
27.04.98 06:26:22	-	butlerpc.mbs.unimelb.EDU.AU	GET /netacademy/publications.nsf/electronicr
27.04.98 06:26:39	-	butlerpc.mbs.unimelb.EDU.AU	GET /netacademy/publications.nsf/all_pk/265
27.04.98 06:26:49	-	butlerpc.mbs.unimelb.EDU.AU	GET /netacademy/publications.nsf/F_FPL?Re
27.04.98 06:29:25	-	search.tbw.ch	GET /netacademy/register.nsf/homepages/ww
27.04.98 06:34:29	-	search.tbw.ch	GET /netacademy/register.nsf/homepages/ww
27.04.98 06:39:30	-	search.tbw.ch	GET /netacademy/register.nsf/homepages/ww
27.04.98 06:44:37	-	search.tbw.ch	GET /netacademy/register.nsf/homepages/ww
27.04.98 06:50:36	-	search.tbw.ch	GET /netacademy/register.nsf/homepages/ww
27.04.98 06:55:37	-	search.tbw.ch	GET /netacademy/register.nsf/homepages/ww
27.04.98 07:00:38	-	search.tbw.ch	GET /netacademy/register.nsf/homepages/ww
27.04.98 07:06:38	-	search.tbw.ch	GET /netacademy/register.nsf/homepages/ww
27.04.98 07:11:38	-	search.tbw.ch	GET /netacademy/register.nsf/homepages/ww
27.04.98 07:12:42	-	crawl3.atext.com	GET /pubs/110.html HTTP/1.0
27.04.98 07:13:19	-	crawl3.atext.com	GET /pubs/120.html HTTP/1.0
27.04.98 07:13:59	-	crawl3.atext.com	GET /pubs/210.html HTTP/1.0
27.04.98 07:14:08	-	butkus.epnet.com	HEAD / HTTP/1.0
27.04.98 07:14:10	-	butkus.epnet.com	GET /electronicmarkets/electronicmarkets.nsf/
27.04.98 07:14:32	-	crawl3.atext.com	GET /netacademy/register.nsf/mediaallinalpho
27.04.98 07:14:39	-	crawl3.atext.com	GET /pubs/202.html HTTP/1.0
27.04.98 07:15:23	-	crawl3.atext.com	GET /pubs/130.html HTTP/1.0
27.04.98 07:16:19	-	crawl3.atext.com	GET /pubs/203.html HTTP/1.0
27.04.98 07:17:21	-	crawl3.atext.com	GET /pubs/240.html HTTP/1.0
27.04.98 07:17:28	-	crawl3.atext.com	GET /pubs/123.html HTTP/1.0
27.04.98 07:17:33	-	search.tbw.ch	GET /netacademy/register.nsf/homepages/ww
27.04.98 07:18:00	-	search.tbw.ch	GET /netacademy/register.nsf/homepages/ww

3. Problemfelder

3.1. Semantische Suchfunktion

Die Quantor-Technologie konnte bisher bei mehreren Projekten der Knowledge Media Gruppe erfolgreich eingesetzt werden. Die Implementierung einer quantorbasierten Suchmaschine in die NetAcademy ist seit September 1997 erfolgt und seither graduell verbessert, d.h. technisch stabiler gemacht und mit online-Information versehen worden.

Die Suchfunktionalität dieses Prototypen basiert darauf, dass einzelne Objekte – in der NetAcademy gegenwärtig die Publikationen der NA_Bibliothek – verschlagwortet, d.h. mit einer Reihe zutreffender Attribute gekennzeichnet sind. Diese Attribute sind wiederum Teile eines sinnstiftenden Kontextes. Das Quantor-Konzept folgt der *Semantik* der Attributierung (nicht bloss der Syntax, wie dies etwa bei der formalen Kreuzreferenz-Abfrage der Fall ist). Damit soll gewährleistet sein, dass Objekte eines gemeinsamen semantischen Kontextes auch gemeinsam erfasst werden und zwar auch dann, wenn die wörtliche Verschlagwortung unterschiedlich aussieht (wie dies z.B. der Fall ist bei der Bezeichnung Electronic Markets und Electronic Commerce, oder bei sprachlichen Unterschieden (engl.) „computer“ und (frz.) „ordinateur“).

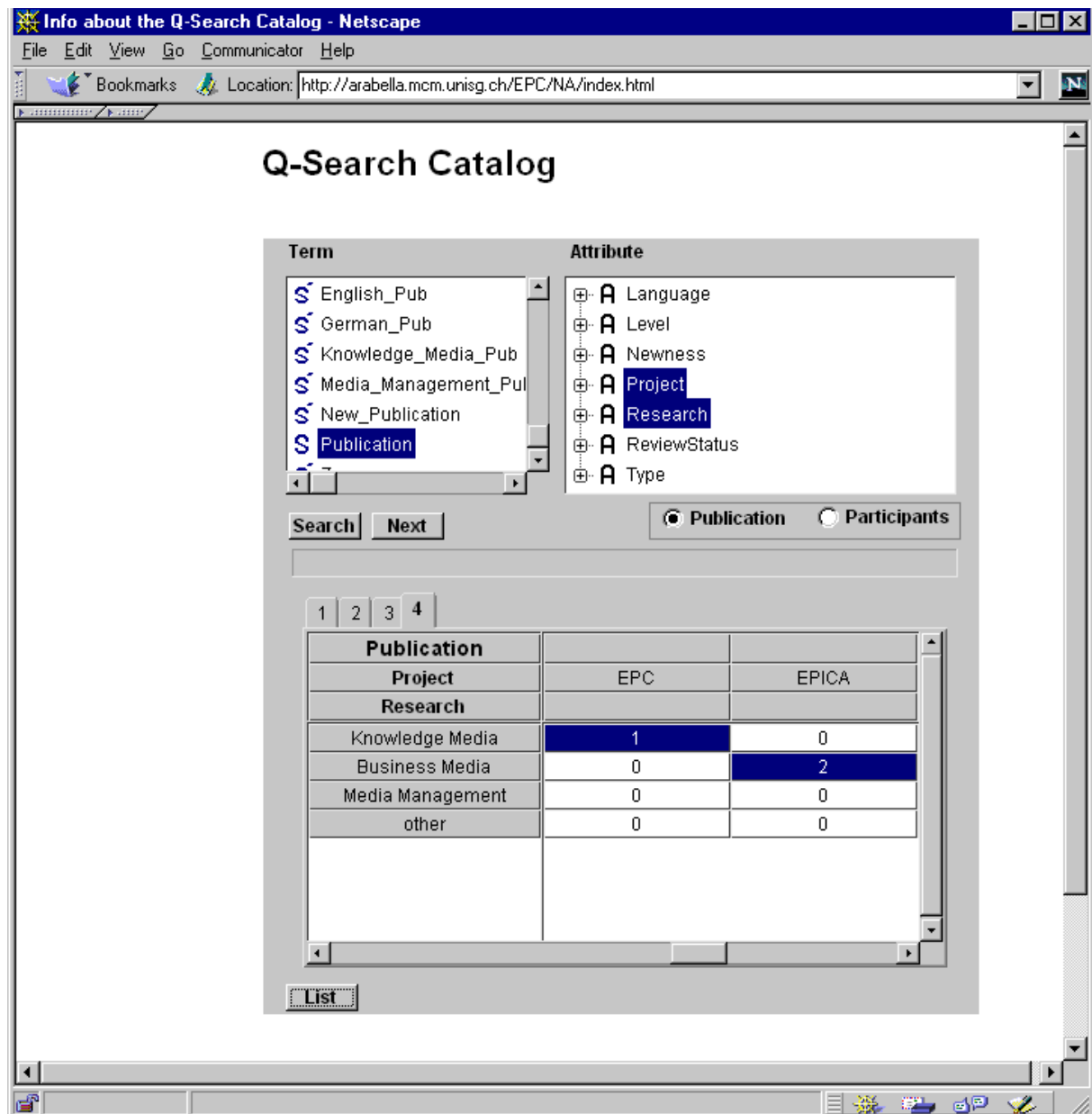
Eine derartiges Umfassen verschiedener Attribute mit korrekter Semantik ist kein triviales Unterfangen. Im Falle der NetAcademy gestaltet sich die ursprünglich geplante Q-Erfassung des Vokabulars (der Begriffe des Glossars) insofern schwierig, als die sinngemässe Vernetzung der einzelnen Attribute untereinander nicht immer eindeutig und – im neuen Gebiet des Medien- und Kommunikations-Management - oft ganz neu zu erschaffen ist.

Wir haben, um einen Demonstrator der Funktionalität dieser semantischen Suchfunktion zu erhalten, die Quantor-Technologie zunächst auf die formalen Kategorien der *Publikationsdatenbank* angewendet. Mit dem Q-Search Catalog steht der gesamten NetAcademy heute ein Suchinstrument zur Verfügung, welches die Suche nach der „einschlägigen Publikation“ in einfacher Weise demonstrieren kann.

Das Ziel ist jedoch, den Q-Search Catalog auf die *Terminologie* der einzelnen Forschungsbereiche in der NetAcademy anwenden zu können, um eine eindeutige, korrekte und umfassende Dokumentation der Forschungsaktivitäten als Antwort auf gestellten Fragen zu erhalten. Hier ist einerseits auf editorialer Seite eine beträchtliche Aufarbeitung zu leisten, andererseits eine sowohl technisch stabilere wie auch benutzerfreundlichere Umsetzung zu realisieren.

(Siehe Screenshot No. 14)

Screenshot No. 14: Blick in die Schnittstelle des Q-Search Catalog



3.2. Editorial Board

Im Bericht vom 30. Sept. 97 zur Projektphase 2 (April – September 1997) wurde festgehalten:

„Aufbau des Editorial Boards der NetAcademy on Media Management. Aufgabe des Executive Boards ist es, die zukünftige Entwicklung der NetAcademy on Media Management zu definieren und Autoren zu ermuntern, ihre Publikationen an der NetAcademy einzureichen. Durch diese Arbeit definiert das Editorial Board unter anderem, in welche Richtung sich die weltweite Forschung im Bereich Media Management entwickeln soll.

In der ersten Phase des Projektes wurde im akademischen Umkreis nach geeigneten Forschern gesucht, welche sich mit dem Bereich Media Management bzw. Medienökonomie beschäftigen. Wir stellen fest, dass es zur Zeit noch sehr wenig Forscher gibt, die sich mit einer Branchen-BWL der Medienindustrie auseinandersetzen und international orientiert sind.

Aus diesem Grund ist ein Vorschlag für das Editorial Board der NetAcademy on Media Management erarbeitet worden, worin auch Personen enthalten sind, die sich nicht direkt mit den genannten Bereichen beschäftigen, die jedoch sowohl von ihrer Ausrichtung her interessant für unser Gebiet sind, wie auch Interesse an einer Mitarbeit zeigen könnten. Eine zweite Gruppe des Boards sollte aus Managern von Medienunternehmen gewonnen werden, die seitens der Stiftungen vorgeschlagen werden. Die Besetzung des Editorial Boards einerseits mit Akademikern, andererseits mit Praktikern, garantiert eine praxisnahe und fortschrittliche Forschung im Bereich Media und Communications Management.“

Der Vorschlag für das Board der NetAcademy on Media Management von Prof. Dr. Beat Schmid und Frau Dr. Lucy Küng wurde an der Lenkungsausschusssitzung vom 12. März 1998 präsentiert (Vgl. Anhang No. 4). Definitive Entscheide stehen noch aus.

Als begleitende Aktivität und Basis für die Aquisition führender Mitglieder für das Board wurde die Gründung eines *akademischen Journals on Media Management* angeregt, welches dasselbe Editorial Board haben soll. An der nächsten GLA-Sitzung wird über das weitere Vorgehen beschlossen. Hier könnte als Basis die „Journal Synopsis“ des International Journal of Electronic Markets⁶ von Dorian Selz dienen⁷. Herr Selz hat die Organisationsprozesse dieses erfolgreichen Journals (erfolgreich auch, indem es die Mehrheit der NetAcademy Zugänge generiert) in

⁶ Gegründet als Electronic Markets Newsletter 1991 am damaligen Institut für Wirtschaftsinformatik unter Prof. Beat Schmid, heute als NetAcademy online Journal unter <http://www.electronicmarkets.com> abrufbar, vierteljährlich erscheinend als Printversion im Verlag vdF (ETH-Zürich). Verantwortlicher Redaktor: Dorian Selz.

⁷ Electronic Markets – The International Journal of Electronic Markets. Journal Synopsis, Version 1.1., 16-Oct-97, by Editor Dorian Selz, MCM Institute, University of St. Gallen

einem Ablaufschema aufgezeichnet, welches auch für die Planung des Journal on Media Management von Interesse sein dürfte (vgl. hierzu Anhang 5).

Anhänge

Anhang 1: Zur Kooperation VII - NA, Project Outline von Prof. E. Noam

Der folgende Text wurde im März 1998 von Prof. Eli Noam an Frau A. Houben, Bertelsmann Stiftung, gesandt und als Arbeitsunterlage an David-Michael Lincke, technischer Leiter der NetAcademy am MCM-Institut, übergeben:

„Project Outline

Collaboration between the Virtual Institute of Information and the NetAcademy.
Submitted to the Bertelsmann Foundation by the Columbia Institute for Tele-Information. March 1998

The NetAcademy and the Virtual Institute of Information are related but distinct in approach; they can complement each other in terms of geography, fields, content, participants, audiences, and access. They could provide the two poles for a transatlantic bridge for information research, audiences, and applications, possibly joined by a Japanese institution. The V.I.I. is more likely to deal with traditional television and print media, while the netAcademy will, most likely, have a greater electronic commerce orientation. They could feed audiences to each other, and build on each other's content. The exact nature of collaboration needs to evolve. Some elements:

- I. *The Virtual Institute of Information Evolution.* We are currently in a major revision of the structure of the content base of the V.I.I. The next generation will be a broader, systematic coverage of the telecom, media and information fields. It is our goal that the V.I.I. becomes the starting point for the research of the telecom/ media research, and meeting point for the media studies community.
- II. *Direct Resource Access.* Given the NetAcademy's mission of fostering research and dialogue, access to such information will be beneficial. As a collaborative effort, we will work with the technical team at the netAcademy to allow its users to perform V.I.I. searches directly from the netAcademy interface. These searches could also include specific link searches. An example of how one could utilize a specific link search might be a forum on a specific *electronic commerce* paper with an automatic searchlink which pulled all the relevant material from the V.I.I. on *electronic commerce*.
- III. *Joint events.* The V.I.I. and the netAcademy could sponsor joint electronic discussions bringing together electronic research communities. These could be held on a regular basis, and be hosted alternately between the V.I.I. and the NetAcademy.

- IV. *Promotion.* The V.I.I. would develop a special NetAcademy area to showcase ist public research and events. This could be updated on a monthly basis to display upcoming meetings and highlight new papers.
- V. *Mirroring.* After discussions with the staff of the NetAcademy, we have resolved that mirroring the NetAcademy would be too difficult to approach at this time. Columbia is primarily running Sun solaris/apache servers while the NetAcademy uses Lotus Domino server technology. The incremental cost for developing a staff to manage an entire new platform for the mirroring application is too high. However, we are fully willing to allow the V.I.I. content to be mirrored on the NetAcadeemy, and will provide the technical support from our side.

Resource Requirements:

Technical Liaison. One member of the V.I.I. team will be assigned the responsibilities for managing the technical coordination of the two sites. We assume this to require sixth of a full time staff member.

Content Liaison. We will need to design the NetAcademy showcase and manage the updates to the content on a monthly basis. We assume this to require approximately sixth of a full time staff member.

Joint Events. The V.I.I. would be responsible for organizing four online events per year. Costs will include on-line event organization, on-line conference area development, and publicity.“

Anhang 2: NA-Plattform für das Forschungsprojekt CIM-BB (Alcatel)

Mit dem Ziel, allgemein akzeptable Parameter für den elektronischen Zahlungsverkehr auf Breitband-ISDN Netzwerken zu definieren, wurde auf Initiative der Alcatel STR AG und in Zusammenarbeit mit der Schweizer Telecom PTT, der Eidgenössischen Technischen Hochschule in Zürich, dem Polytechnikum Winterthur und dem Institut für Medien und Kommunikationsmanagement der Universität St. Gallen eine Projektgruppe gegründet.

Als gemeinsames Austausch- und Publikationsmedium für dieses Projekt dient die NetAcademy für Medienmanagement. Der das Projekt schildernde Text präsentiert sich dort wie folgt:

„Charging Information Management and its Technological Implication in a Liberalized Broadband Telecommunication Environment (CIM-BB).“

Goals: The project's main objective is the definition of a generally acceptable set of parameters for registration and clearing of charges in broad bandwidth- ISDN networks. From a technical viewpoint the project targets the selection of a (limited) set of parameters for the collection of charging information. This limited set of parameters should be supported by any ATM equipment with charging functionality in order to allow for a flexible support of tariffing schemes yet unknown. In particular this includes a sensitivity analysis of tariff models with respect to the parameter set chosen for changing environments. From a business point of view the description of possible organisational structures and arrangements of future telecommunication markets is one major objective. Another business related topic is the investigation of user profiles, the specification of various tariff models and analysis of their technical implications on the management of charging information.

In order to achieve the main goal, the following sub-goals were defined:

- Permanent observation of the development on the market
- Collection, classification and analysis of existing tariffs
- Development of scenarios of possible tariffs for different telecommunication services
- Decomposition of tariffs and matching of their components to measurable and computable charging parameters

Partners: The initiator of the project was Alcatel STR AG, who will provide the project with its experience gained through the company-wide lead house function in the area of communications system testing and traffic measurement in particular in ATM systems and networks. The institute for technical computer science and communication networks at the ETH Zurich will introduce their expertise in the design and

implementation of hard- and software for communication systems. The institute for media and communications management at the University of St. Gallen with their extensive experiences in conceptualising and realising of systems for electronic shopping provides the market view. Telecom PTT (without funding) as a service provider and network operator represents the potential users. The polytechnical school in Winterthur contributes their broad experience in the fields of software engineering, simulation, visualization and computer communication. The project management is done by Alcatel STR AG.

Alcatel AG Switzerland, Alcatel Switzerland Ltd. (Telecom Segment), Institute for Applied Computer Science and Communication Networks of the ETH-Zürich, PolytechnicUniversity Winterthur, Swiss Telecom PTT- Research & Development Institute for Media and Communications Management, University St. Gallen

Anhang 3: Erfassung der Zugriffe auf die NetAcademy (Beispiele)

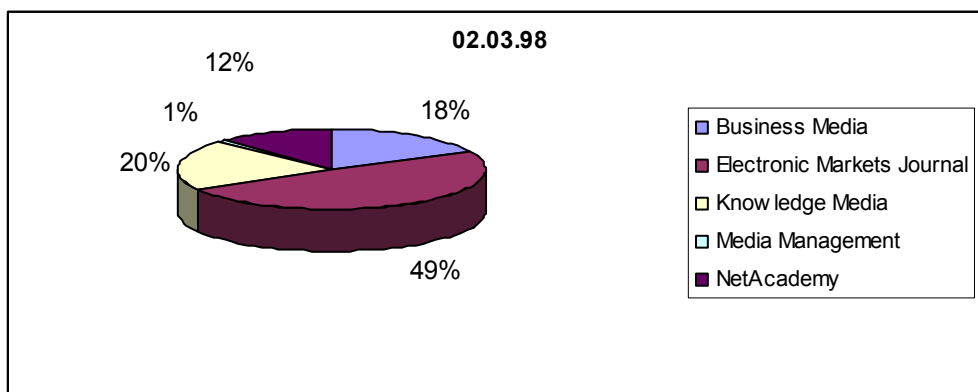
a) Zugriffe pro Herkunftsdomäne (interne Ansicht)

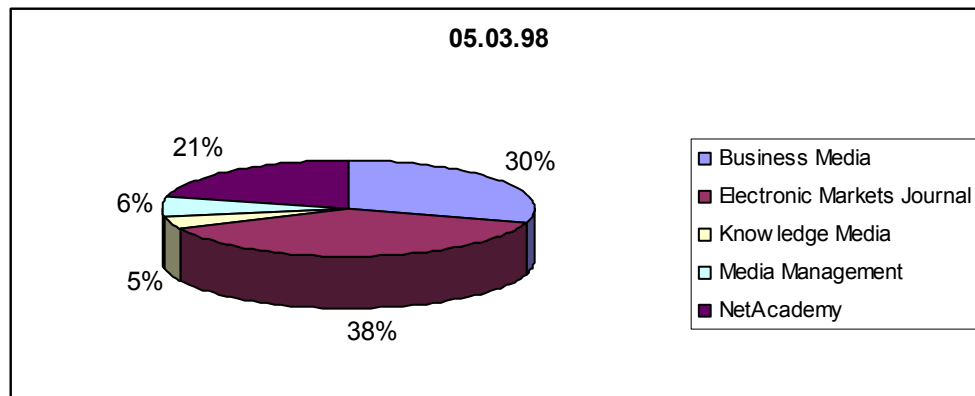
Ausschnitt vom 3. April 1998

Date	Number of Visitors and Address
02.03.98	
03.03.98	
04.03.98	
	Austria
	Commercial
	1 - 0002395-pc33.pixelpark.com
	2 - cache1.access.bt.com
	3 - cache2.access.bt.com
	4 - H-135-104-48-4.research.bell-labs.com
	5 - host082.moai.com
	6 - host5-99-47-224.btinternet.com
	7 - inter673.internet.com.mx
	8 - p32.pm3-1.hartingdale.com.au
	9 - rosrell.hp.com
	10 - saccess-09-022.magna.com.au
	11 - spider2-uu.wisewire.com
	12 - valar.eurodyn.com.gr
	13 - WEB-NT.iisweb.com
	14 - ww-tb05.proxy.aol.com
	15 - ww-tn03.proxy.aol.com
	16 - ww-to08.proxy.aol.com
	Education
	Finland
	Germany
	Hungary
	Japan
	Korea
	Net

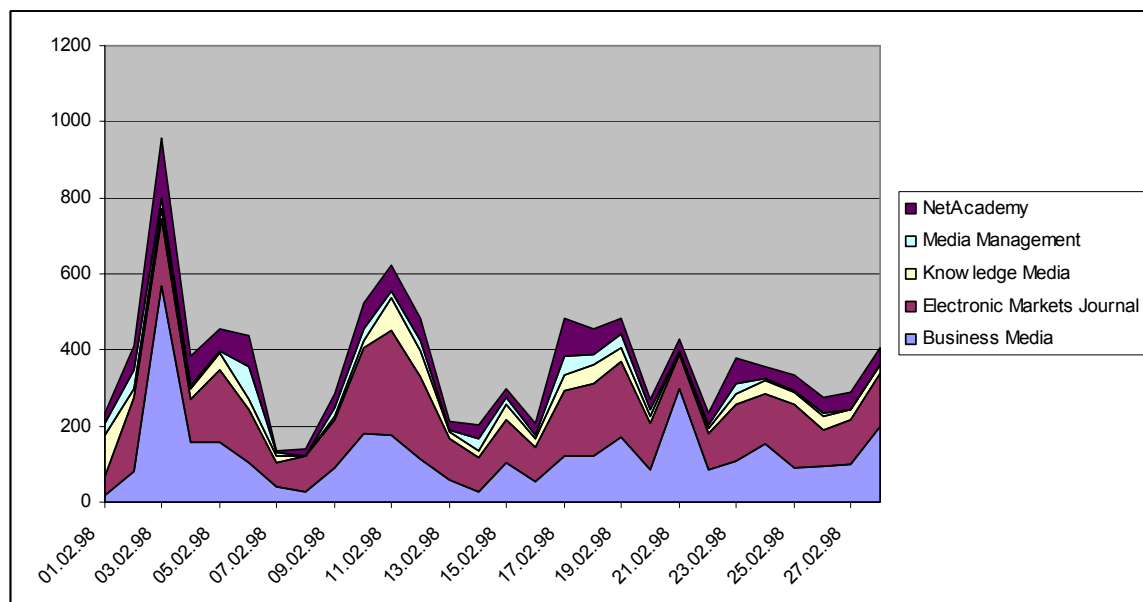
b) Prozentuale Zugriffsverteilung (an einem Tag)

Beispiele vom 2. und 5. März 1998:



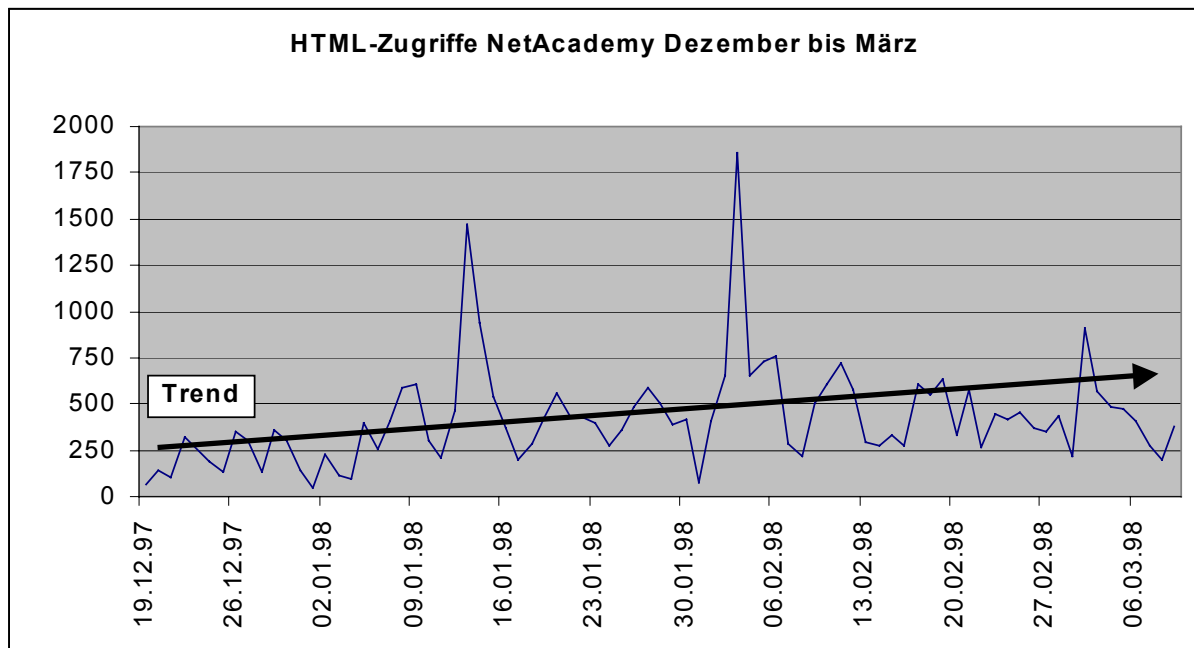


Absolute Zugriffsverteilung auf die Wissensgebiete im Zeitverlauf
 (Dezember 97 bis März 98)



Entwicklung der Zugriffe über die Zeit

(Dezember 97 bis März 98)



(Grafiken: Petra Schubert)

Anhang 4: Vorschläge für das Board der NA on Mediamangement

Die untenstehenden Vorschläge wurden an der GLA-Sitzung vom 12. März 1998 vorgelegt.

Academics

Prof. Eli Noam	The Columbia Institute for Tele-Information, Columbia University, Direktor	Vereinbarte Kooperation.
Prof. Rolf Høyer	Norwegian School of Economics	Høyer ist einer der wenigen BWL Professoren, die sich schwerpunktmässig mit Medienökonomie beschäftigen.
Prof. Eric Clemons	Wharton University, Pennsylvania	Prominenter Vertreter für Finanzmärkte und elektronische Börsen.
Prof. Georg von Krogh	Universität St. Gallen	Wissensmanagement. Gute Kenntnisse der Medienbranche.
Prof. Arnold Picot	Ludwig-Maximilian Universität München, BWL Professor Mitglied der Enquete Kommission des deutschen Bundestages zu Multimedia	Picot beschäftigt sich mit den Auswirkungen von Multimedia auf Unternehmensstrukturen.
Prof. Thomas R. Eisenmann	Harvard Business School , Assistant Professor	Ex-partner Technology Practice McKinsey New York, Autor des McKinsey Quarterly Artikels „Navigating the Multimedia Landscape“.
Professor Stephen Bradley	Harvard Business School	Research on impact of technology and convergence on industry structure and competitive strategy, particularly in telecoms, IT and entertainment sectors
Professor John Kao	Harvard Business School	Psychiatrist/jazz musician/film producer turned management professor. Specialises on managing creativity. Founder of several companies in multi-media and biotech fields
Professor Dennis McQuail	University of Amsterdam	Leading figure in 'old school' sociological analysis of media organisations. Author of definitive texts on mass communication theory

Dr. Andrew Lippman	<u>Media Lab, MIT</u> Associate Director	Alternative to Nicholas Negroponte
Professor Patrick Barwise	London Business School	Heads research programme on future of interactive media in the home (aim: models for diffusion and usage plus support for policy/strategy makers)
Dr. Richard Collins	London School of Economics	Research director of Media and Communications at the Institute for Public Policy Research
Professor Teresa Amabile	Harvard Business School	High profile research into creativity and motivation and organizational requirements thereof.
Godfrey Hodgson	Green College, Oxford	Distinguished journalist (The Times, The Observer, TV) turned academic. Excellent contacts to highest level practitioners in US/UK

Industry Advisors/Commentators

Gene Jankowski	Veronis Suhler & Associates, Managing Director	Publish Communications Industry Forecasts and Communications Industry Report, therefore might regard NA activities as competitive.
John Schneider	Herbert Allen & Co	Broker of significant mergers. Holds exclusive summer retreat (private Davos-style summit) for leaders of converging industries.
Paul Styles	Media Consultancy, KPMG Director	Extremely sharp analysis of implications of convergence (would be excellent guest lecturer)
Ken Auletta	New Yorker magazine, Media Columnist	Highly respected writer on converging sectors, concentrates on sector analysis or profiles of key industry leaders. Keynote speaker at '98 TED conference.
Christopher Parkes	Financial Times, LA Correspondent	Concentrates on converging industries Excellent contacts.

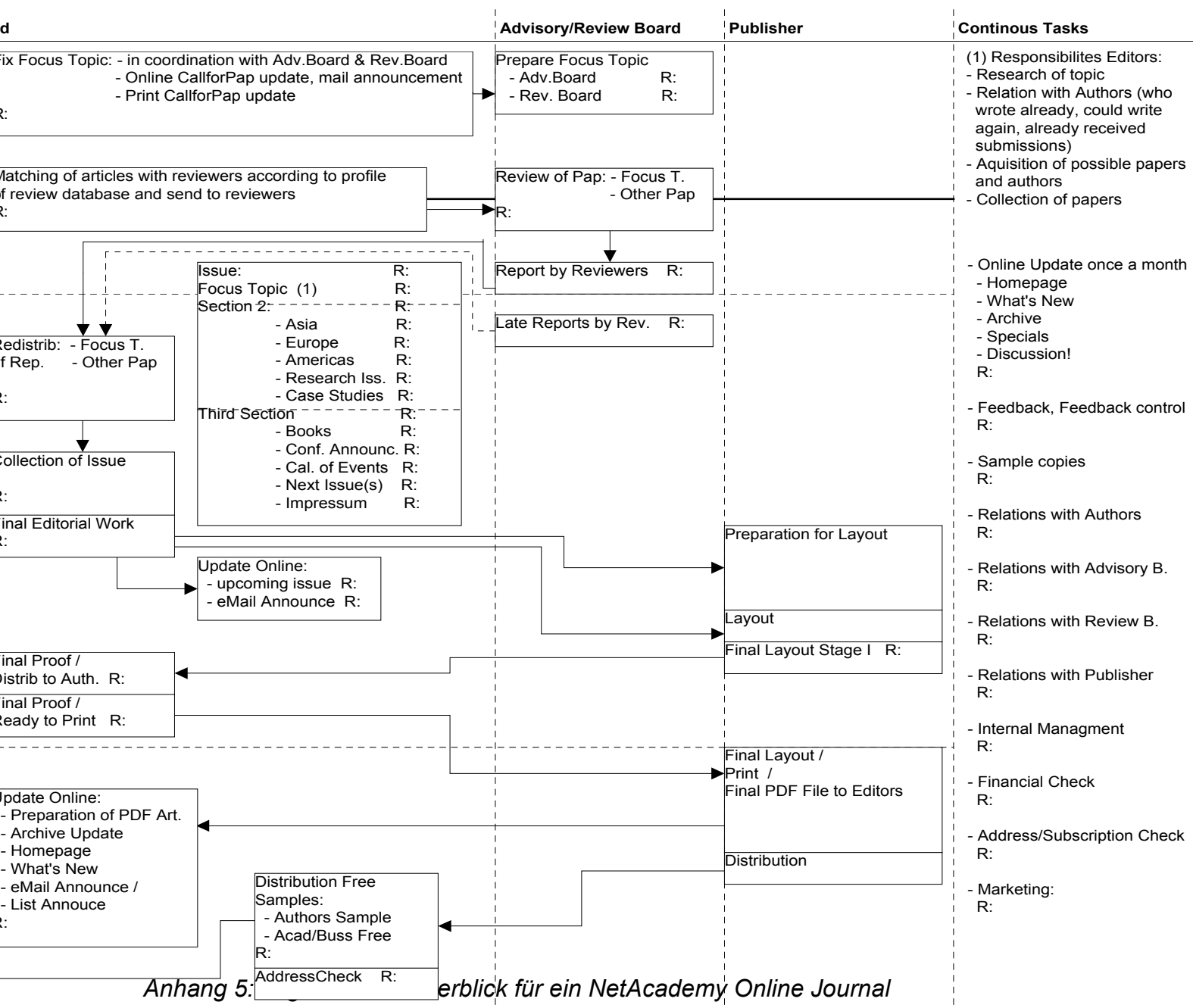
Futurologists

Watts Wacker	SRI Associates, Consultant to Dreamworks, Resident Futurist
--------------	---

Practitioners:

Dr. David Docherty	BBC, Deputy Director of Television	
Andrew Neil	The Sunday Times: Ex-Editor The European: Editor	
Sir Jeremy Isaacs	Channel 4: Ex-Director General, Royal Television Society: President	
Nathan Myhrvold	Microsoft: Chief Technology Officer	
Ken Tiven	CNN: Vice President, Television Systems	

Lucy Küng / Beat Schmid, Jan./March 1998



Anhang 5: *Überblick für ein NetAcademy Online Journal*

