

Aviso



Informationsdienst der Deutschen
Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Nr. 50

DGPuK

April 2010

DEBATTE: IMPORT UND DIFFUSION VON THEORIEN

Das Dilemma der Grenzziehung VON BERNHARD PÖRKSEN

Erstaunliche Ehrfurcht

VON THORSTEN QUANDT & BERTRAM SCHEUFELE

Unendliche Weiten VON FRIEDRICH KROTZ

Theoriediffusion als Personalfrage VON MICHAEL MEYEN

Jenseits des Gartenzauns VON STEFANIE AVERBECK-LIETZ

Zwischen Einheit und Differenz VON GERHARD VOWE

Produktive Offenheit VON SIEGFRIED J. SCHMIDT

NEU ERSCHIENEN

NACHRICHTEN & PERSONALIEN

GRUPPENBILD FG MEDIEN, ÖFFENTLICHKEIT UND GESCHLECHT

RÜCKBLICK „Aviso“ wird 20!

VON WALTER HÖMBERG, MICHAEL HALLER UND GUNTER REUS

TAGUNGEN

ZWISCHENRUF **Internationalisierung** VON KATRIN DÖVELING

DER FRAGEBOGEN AUSGEFÜLLT VON OLAF JANDURA

AUS DEM VORSTAND VON KLAUS-DIETER ALTMEPPEN

EINSPRUCH **Mehr als eine Frage von Dresscodes**

VON JOHANNES RAABE

AVISIERT

2 Vor ziemlich genau 20 Jahren wurde
3 in der DGPK erstmals die Idee
4 diskutiert, die Mitglieder mit einem eigen-
5 en Medium zu informieren und zum
6 Austausch anzuregen – wenig später er-
7 reichte der erste „Aviso“ seine Leser.
8 Anlass für die amtierende Redaktion, die
9 früheren Redakteure um einen Rück-
10 blick auf die Geburtsstunden, die ersten
11 Schritte und die weitere Entwicklung
12 des „Aviso“ zu bitten.

13 Die Jubiläums-Nummer 50 ist anson-
14 sten ganz der Theorie gewidmet; genau-
15 er gesagt: dem Import und der Diffu-
16 sion von Theorien in die Kommunika-
17 tions- und Medienwissenschaft (KMW).
18 Für die Idee zu dieser Debatte und für
19 die Betreuung der Autoren danken wir
20 Bernhard Pörksen.

21 Die Basistheorien unseres Fachs stam-
22 men – das ist nicht weiter strittig – über-
23 wiegend aus anderen Disziplinen, die
24 KMW begnügt sich in der Theorie-
25 bildung meist mit Aussagen mittlerer
26 Reichweite. Was dies aber für das Selbst-
27 verständnis des Fachs bedeutet, welche
28 fachpolitischen Implikationen sich aus
29 dieser Zustandsbeschreibung ergeben,
30 beleuchten die Debatten-Autoren aus
31 unterschiedlichen Perspektiven.

PETRA WERNER U. KRISTINA WIED

Anzeige



Christian Schicha |
Carsten Brosda (Hrsg.)

Handbuch Medienethik

2010. 580 S. mit 10 Abb. Geb.

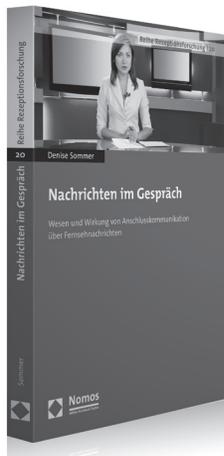
EUR 49,95

ISBN 978-3-531-15822-8

www.vs-verlag.de



Neu im Programm



Nachrichten im Gespräch

Wesen und Wirkung von Anschlusskommunikation über Fernsehnachrichten

Von Denise Sommer

2010, 290 S., brosch., 29,- €

ISBN 978-3-8329-5273-0

(Reihe Rezeptionsforschung, Bd. 20)

Der vorliegende Band widmet sich dem Konzept der Anschlusskommunikation aus theoretischer und empirischer Sicht. Am Beispiel von Gesprächen über Fernsehnachrichten wird erforscht, wie Rezipienten über Medienangebote reden und wie dadurch Medienwirkungen beeinflusst werden.

Politische (Nicht-)Öffentlichkeit in der Mediendemokratie

Eine Analyse der Beziehungen zwischen Politikern und Journalisten in Berlin

Von Philip Baugut und Maria-Theresa Grundler

2010, 370 S., brosch., 39,- €

ISBN 978-3-8329-4819-1



Nomos

Bitte bestellen Sie im Buchhandel oder versandkostenfrei unter ► www.nomos-shop.de

Das Dilemma der Grenzziehung

Der Theorieimport und die Selbstverständnisdebatte

Nach welchen Kriterien sollten Kommunikations- und Medienwissenschaftler Basistheorien importieren, kombinieren, fachspezifisch adaptieren? Welche Grenzüberschreitungen sind produktiv, welche nicht? Wie erhält sich ein Fach, das auf Abgrenzung und ein kompaktes Selbstverständnis setzt, die notwendige Offenheit für Theorieninnovationen?

Vor mehr als einem Jahrzehnt erschien in der amerikanischen Zeitschrift „Social Text“ ein Aufsatz des Physikers Alan Sokal, der einen amüsanten Skandal auslöste. Es handelte sich um eine geschickt eingefädelte, von den Herausgebern der Zeitschrift aber nicht als solche erkannte Parodie – eine politisch korrekte Mischung aus postmoderner Philosophie, Quantenphysik und engagiertem Linksliberalismus. Es habe sich gezeigt, so hieß es, dass die geometrische Konstante Pi eine Variable sei, dass die Quantenfeldtheorie die psychoanalytischen Einsichten von Jacques Lacan bestätige und die *Fuzzy*-Logik besser zu linken politischen Theorien passe als die herkömmliche, die klassische Logik. Die moderne Physik belege überdies die Relativität allen Erkennens; und emanzipatorisch zu nennende Theorien müssten sich stets als kulturelle Konstruktionen verstehen.

Warnung vor Theoriebricolage

Publiziert wurde dieses extreme Beispiel des wissenschaftskonform formulierten Nonsens unter dem Titel „Transgressing the Boundaries: Toward a Transformative Hermeneutics of Quantum Gravity.“ Kaum war der Aufsatz er-

schiene, meldete sich Alan Sokal erneut zu Wort – und entfachte in den USA und schließlich auch unter europäischen Intellektuellen eine hitzig geführte Diskussion über die Politisierung und den Wahrheitsstatus von Wissenschaft, die Relativität oder Realität von Erkenntnis und die Standards in einem spezifischen geistes- und kulturwissenschaftlichen Milieu. Seine boshafte Experiment lässt sich aber auch – mit etwas Abstand betrachtet – als Warnung vor der Theoriebricolage und dem Import von Konzepten lesen; es lässt sich als Kritik an einem essayistisch-experimentellen Denkstil verstehen, der mit Hilfe



von kreativen Metaphern und immer neuen Denkmodellen intellektuelle Intensität erzeugen möchte; und es kann als Plädoyer für theoretisch-methodische Homogenität und eine intensive Kontrolle von

fachlichen Grenzen gedeutet werden. Diese Interpretation wird dann brisant und für die Kommunikationswissenschaft relevant, wenn man sich vergegenwärtigt, dass das Fach geradezu vom Theorieimport lebt, in der eigenen Selbstverständnisdiskussion stark auf Abgrenzung setzt – und die wissenschaftstheoretischen Implikationen dieser paradoxen Position kaum reflektiert.

Die lange Zeit den Diskurs bestimmende Systemtheorie Niklas Luhmanns (selbst ein Fusionsprodukt aus Neurobiologie, Kybernetik und Unterscheidungslogik) stammt – wie auch die Handlungstheorien – aus der Soziologie. Die Cultural Studies sind aus den Geistes- und Kulturwissenschaften in die Kommunikationswissenschaft diffundiert; die Gender Studies haben einen prononciert feministischen Hintergrund. Der Konstruktivismus hat pri-

mär naturwissenschaftlich-biologische Wurzeln. Einzelne Medientheorien von Günther Anders über Marshall McLuhan bis hin zu Slavoj Žižek verdanken ihre Existenz – ohne klare fachliche Anbindung – einer philosophisch zu nennenden Essayistik oder einem kultur- und gesellschaftskritischen Impetus (Kultur- und Medientheorien der Frankfurter Schule); andere bedienen sich aus der mathematischen Informationstheorie (Claude Shannon, Warren Weaver), den Milieu- und Feldstudien des Soziologen Pierre Bourdieu oder den Machtanalysen des Philosophen Michel Foucault.

Zwischen Polemik und Rekonstruktion

Auffällig ist: Die Auseinandersetzung mit den fachpolitischen und wissenschaftstheoretischen Konsequenzen einer solchen Abhängigkeit vom Theorieimport spielt sich in der Kommunikationswissenschaft, vernachlässigt man einige verstreut vorliegende Kommentare, allein zwischen den Extremen einer polemischen Abgrenzung und einer primär fachgeschichtlich interessierten Rekonstruktion ab. In älteren Aufsätzen findet sich die Klage über eine chaotisch verlaufende Theoriebildung; disziplinfremde Konzepte (Konstruktivismus, Postmoderne etc.) würden weitgehend willkürlich und ohne Rücksicht auf das Kernthema, die Analyse öffentlicher Kommunikation, übernommen. In jüngeren Arbeiten wird dagegen die Rezeptionsgeschichte von Theorien geschrieben.

Auf den folgenden Seiten gilt es nun, der Auseinandersetzung mit der Theoriediffusion eine

andere, eine neue Wendung zu geben, sie auf die Selbstverständnisdiskussion zu beziehen und stärker fachpolitisch zu reflektieren. Anders und in Form von Fragen formuliert: Welche Schlussfolgerungen für das eigene Selbstverständnis sollte die Kommunikationswissenschaft aus der Tatsache ziehen, dass ihre empiriefernen und daher nicht einfach prüfbareren Basistheorien (und nur um die geht es an dieser Stelle) aus anderen Disziplinen stammen? Was bliebe vom Theoriebestand der Kommunikationswissenschaft ohne ihre Importe? Wie bewahrt sich ein junges Fach, das notwendiger Weise auch auf die Kanonisierung von Wissen und die Abgrenzung setzen muss, gleichzeitig eine strategisch notwendige Offenheit für neue und vielleicht zuerst deplatziert erscheinende Theorien, deren Wert sich eventuell erst nach Jahren und Jahrzehnten absehen lässt? Welchen Spielregeln sollte eine produktive fachinterne Aus- und Umarbeitung folgen?

Wer Fragen dieser Art stellt, der bemerkt, dass das Bemühen um eine Antwort mit einem *Dilemma der Grenzziehung* konfrontiert ist. Es lässt sich auf die Formel bringen: Grenzen sind nötig – und doch womöglich innovationsfeindlich; sie können nutzen – und schaden. Und man kann aus der Geschichte der Wissenschaft und der Geschichte von Fächern lernen, dass sich Schaden und Nutzen nicht vorhersagen lassen.

**BERNHARD PÖRKSEN,
TÜBINGEN**

DE
BATE
TE



Friederike Ball:
Aus der Bildserie
„Unter der
Gürtellinie“
(siehe Text auf
S. 23)

Erstaunliche Ehrfurcht

Plädoyer für einen souveränen Umgang mit importierten Theorien

Noch immer lebt die Kommunikationswissenschaft zu einem erheblichen Teil von Theorieimporten aus ihr nahe stehenden Disziplinen wie Psychologie, Soziologie oder Politikwissenschaft. Nicht selten hat man den Eindruck, dass der Umgang mit solchen Importen oft wenig souverän war bzw. ist. Denn unser Fach verharrete – und verharret teilweise nach wie vor – in einer erstaunlichen Ehrfurcht vor den Theorien anderer, vermeintlich stärkerer Disziplinen oder bemüht sich sogar um buchstabengetreues Repetieren und vorsichtigste Exe-

gese. Interessanterweise betrifft das häufig solche Importe, die selbst stark von Theorieanleihen leben. Dieser Gesamteindruck, von dem es natürlich Ausnahmen gibt, besteht nicht nur aus der Innen-, sondern auch aus der Außenperspektive, die andere Disziplinen an unser Fach anlegen.

Unser Fach muss (stärker) den eigenständigen Umgang mit Theorieimporten wagen. Es braucht nicht die reine Lehre anderer Disziplinen zu predigen; wir müssen zum Beispiel nicht soziologischer als die Soziologen oder psychologischer als die Psychologen sein. Schließlich wollen wir als

DEBATE

Kommunikationswissenschaftler und nicht als Soziologen oder Psychologen, die „was mit Medien machen“, ernst genommen werden. Abweichungen von Vorbildern sind erlaubt und erwünscht, wo sie gut begründet sind. Mehr noch: Sie liegen in der Natur der Sache. Denn ein Theorieimport ist nur sinnvoll, wenn er für das eigene Fach fruchtbar gemacht wird. Das verlangt, dass die jeweils importierte Theorie reflektiert auf das Fach angewendet und dabei in dessen Logik verarbeitet wird.

Wird eine fachfremde Theorie mehr oder minder direkt auf einen Gegenstand unseres Faches angewendet, dann gibt es dafür drei Erklärungen: Erstens ist denkbar, dass der betreffende Gegenstand gar nicht zu unserem Fach gehört, sondern zum Gegenstandsbereich etwa der Psychologie.

Zweitens ist der Theorieimport vielleicht so gut, dass er als Universaltheorie gleich für sämtliche Sozial- und Verhaltenswissenschaften passfähig ist. Drittens erfolgt der Theorieimport möglicherweise zu unkritisch.

Die erste Erklärung mag im Einzelfall zutreffen, das wäre aber jeweils zu diskutieren. Die zweite Erklärung halten wir für unwahrscheinlich, schon weil jedes Theoriegebäude stärkere und schwächere Erklärungsanteile hat. Auch deswegen braucht man nicht die reine Lehre des Theorieimports zu predigen. Der Ausgangspunkt ist und bleibt das empirische Phänomen – und nicht die Theorie, in die sich das

Phänomen einzupassen hätte. Die dritte Erklärung scheint oft die plausibelste zu sein. Daher sollten wir als Kommunikationswissenschaftler daran arbeiten, dass sie in Zukunft generell verworfen werden kann!

Mehr Mut zur (eigenen) Theoriebildung!

Was ist die Alternative zum Status Quo? Unser Fach sollte vor allem seine eigenen Stärken (er)kennen und spezifisch kommunikationswissenschaftliche Theorien entwickeln. Diese werden unbestritten immer auch von Gedankenimporten leben. Wir sind aber überzeugt: Je klarer sich die Kommunikationswissenschaft als eigenständiges Fach versteht und je stärker ihre Konturen werden, umso weniger dramatisch dürfte der Gegensatz zwischen Import und Eigenständigkeit diskutiert werden. Wer sich seiner selbst bewusst ist, hat weder Berührungsängste noch überzogene Ehrfurcht vor anderen Fächern. Dieses Selbstbewusstsein schließt selbstredend auch das Bewusstsein für alle Begrenzungen, Schwächen und Defizite mit ein.

Die so genannte kognitive Wende, die unser Fach mit dem Import kognitionspsychologischer Ansätze vollzogen hat, haben andere Fächer ebenfalls hinter sich gebracht – die Wirtschaftswissenschaften mit der Behavioral Finance sogar erst einige Zeit nach der Kommunikationswissenschaft. Haben sich diese Disziplinen deswegen geschämt? Insofern brauchen wir vor allem eines: Mehr Mut zur (eigenen) Theoriebildung!

THORSTEN QUANDT, HOHENHEIM
BERTRAM SCHEUFELE, JENA



Unendliche Weiten

Warum unser Fach nach neuen Wegen suchen muss

Der Weltraum – unendliche Weiten. ... Viele Lichtjahre von der Erde entfernt, dringt die *Enterprise* in Galaxien vor, die nie ein Mensch zuvor gesehen hat.“ – So beginnt die Fernsehserie *Star Trek*, die die Aneignung des Weltraums durch die Menschheit in Szene setzt. Unendliche Weiten stehen heute auch der Kommunikations- und Medienwissenschaft (KMW) offen. Auf Basis der Entwicklung der Medien konstruieren sich die Menschen kommunikativ immer neue Welten – Planeten wie *Second Life* oder *World of*

Warcraft mit ihrer Vielfalt unterschiedlichster Aliens und Lebensentwürfe, Galaxien wie das Internet, das aus Myriaden einzelner kulturell konstituierter Orte und verlinkter Milchstraßen besteht, und eine Realwelt, in der sich die Menschen via Mobiltelefon von der einen, körperlich vermittelten in andere soziale Situationen hinein beamen. Es entstehen so soziale Beziehungen in neuartigen Formen, neue Welten von Arbeit und Konsum, Erfahrung und Lernen, und neue Handlungs- und Partizipationsmöglichkeiten.

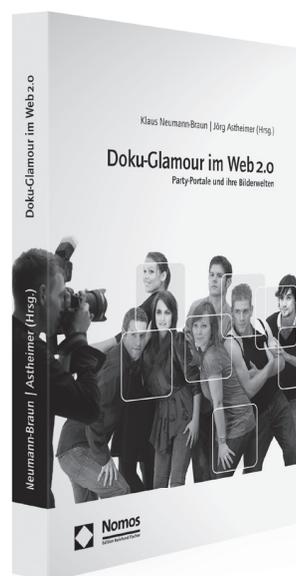
Doch der traditionelle Mainstream der KMW sperrt sich dagegen, diese unendlichen Weiten zu erkunden, zu beschreiben und theoretisch zu fassen. Obwohl dies sie zur spannenden Grundlagenwissenschaft machen würde, und obwohl es die (Zivil-)Gesellschaft von ihr erwartet. Der Großteil der Empirie sucht auf den neuen Planeten nach alten Wegen, das methodische Instrumentarium rostet, weil es auf Massenkommunikation hin angelegt ist, und Theorie wird auf Aussagen mittlerer Reichweite verkürzt und entwickelt sich nur mit Unterlichtgeschwindigkeit weiter. So werden die Wunder der kommunikativen Universen und die neuen Erfahrungen der Menschen aufs immer schon Gewusste reduziert. Unendliche Weiten? Die KMW bleibt gemütlich eng.

Die Entwicklung neuer Theorien ist die Kernaufgabe von Wissenschaft – in der KMW entstehen sie immer schon in Kooperation mit ihren Nachbarwissenschaften. Sie hat *nicht trotz Kooperation, sondern durch diese* zu sich selbst und ihrer eigenständigen Perspektive gefunden. Oft wurden Theorien allerdings nur ziemlich reduziert zur Kenntnis genommen – von Jürgen Habermas nur die historisch illustrierte Öffentlichkeitstheorie, vom Symbolischen Interaktionismus nur parasoziale Interaktion, von der Medienpädagogik das Behütende. Die Cultural Studies gelten als zu heterogen, der Marxismus schreckt die Sponsoren ab und psychoanalytische, semiotische, medienwissenschaftliche oder poststrukturalistische Perspektiven finden kaum Berücksichtigung. Und Kritik? Sie wird durch die Betonung von ein paar Elementen der Kulturindustrietheorie ins Konservative verflacht, anstatt das Faktische vom Möglichen her zu analysieren.

Die Militärs von *Star Trek* sind, was ihre Bildschirmpräsenz angeht, mittlerweile ausgestorben. Denn sie haben die unendlichen Welten nie erreicht, weil sie dort nur immer sich selbst und ihre alten Sichtweisen vorgefunden haben. Ganz so schlimm steht es mit der KMW nicht. Unterhalb der Sichtbarkeit dessen, was auf Konferenzen abgebildet wird, geschieht bereits viel Neues. Aber parallel zum Wandel ihres Gegenstandsbereichs muss die KMW sich weiter ausdifferenzieren und paradigmatische Vielfalt, neue Fragen und Ideen nicht nur ertragen, sondern suchen und fördern. Nicht nur die überkommenen Theorien reformulieren, sondern vielfältige neue entwickeln und erproben. Dazu muss sich die KMW auch bei ihren Nachbarwissenschaften umsehen, mit ihnen vernetzen und von ihnen für die eigenständige Perspektive lernen: Indem sie deren Theorien berücksichtigt und ummünzt, wenn sie hilfreich sind, und indem sie mit ihnen Theorien und Ideen entwickelt. Sonst wird das mediatisierte kommunikative Universum, in dem sich die Zukunft der Menschen gestalten wird, von anderen Wissenschaftlern theoretisch durchdrungen werden.

FRIEDRICH KROTZ, ERFURT

Edition Reinhard Fischer



Doku-Glamour im Web 2.0

Party-Portale und ihre Bilderwelten

Herausgegeben von Klaus Neumann-Braun und Jörg Astheimer

2010, 256 S.,
brosch., 39,- €, ISBN 978-3-8329-4933-4

Die vorliegende Studie widmet sich am Fallbeispiel des Party-Portals Tilllate den zentralen Struktur- und Prozesselementen der Kommunikation im gegenwärtigen Social Web.

Politik 2.0?

Die Wirkung computervermittelter Kommunikation auf den politischen Prozess

Herausgegeben von Jens Wolling, Markus Seifert und Martin Emmer

2010, ca. 220 S., brosch., ca. 25,- €, ISBN 978-3-8329-5300-3
(Internet Research, Bd. 38)

Erscheint ca. März 2010

Der Band widmet sich dem Einfluss von computervermittelter Kommunikation auf die Politik und politische Kommunikation.

Web 2.0 – Demokratie 3.0?

Demokratische Potentiale des Internets

Von Christoph Meißelbach

2009, 148 S., brosch., 20,- €, ISBN 978-3-8329-5115-3
(medien SKRIPTEN, Bd. 55)

Am Beispiel der Bundesrepublik Deutschland zeichnet der Autor ein differenziertes Bild dessen, was das „Hybridmedium Internet“ für moderne Demokratien empirisch bereits leistet und theoretisch wohl auch noch darüber hinaus zu leisten vermag.



Nomos

Bitte bestellen Sie im Buchhandel oder
versandkostenfrei unter ► www.nomos-shop.de

Theoriediffusion als Personalfrage

Überleben von Theorien hängt von ihrer Institutionalisierung ab

DE
BATE
TE

So eine Theoriedebatte ist eine feine Sache. Aufschreiben, was einen schon lange stört (die Kollegen natürlich, die den falschen Gegenstand bearbeiten, nicht über den deutschen Gartenzaun schauen und offenbar auch eher feige sind), und (wieder einmal) fordern, was man längst als richtig erkannt hat (mehr Offenheit zum Beispiel, mehr Reflexion oder mehr Mut zu eigenen Theorien). Am Kern des Problems gehen solche Plädoyers vorbei. Spätestens seit Thomas Kuhn ist bekannt, dass kognitive Gründe (etwa: Konsistenz oder Erklärungskraft) bestenfalls eine Seite der Medaille sind. Ob eine Theorie überlebt, hängt in erster Linie von ihrer Institutionalisierungschance ab. Eine akademische Disziplin besteht zunächst aus Personen, und diese Personen bringen Theorien mit (oder auch nicht).

4.200 Druckzeichen genügen nicht, um diese These systematisch zu belegen, erlauben aber immerhin, zwei Beispiele zu skizzieren: den Marxismus und die Systemtheorie. Was hätten die Zeitgenossen in den 1970er Jahren gesagt, wenn man sie nach der Zukunft dieser beiden Paradigmen gefragt hätte? Linke Theorien hatten damals Konjunktur, nicht nur in der Kommunikationswissenschaft, die 1975 für Elisabeth Noelle-Neumann ein „doppeltes Gesicht“ hatte (mit den entsprechenden „politischen Glaubensbekenntnissen“ nördlich und südlich der „Mainlinie“), sondern auch bei Soziologen, die sich mit Medienfragen beschäftigten (Dieter Prokop, Wulf D. Hund, Jürgen Prott oder Horst Holzer).

Beispiel marxistische Theorietradition

Der Fall Holzer eignet sich besonders gut, Rezeptionsbarrieren zu analysieren und so zu erklären, warum sich das Fach heute kaum noch für die marxistische Theorietradition interessiert. Horst Holzer (1935 bis 2000) hatte bei Adorno und Horkheimer studiert, sich 1969 am Soziologischen Institut in München habilitiert und 1971 einen Ruf auf den Lehrstuhl für „Kommunikation und Soziologie“ an der Universität Bremen erhalten. Der Bremer Senat verweigerte aber die Ernennung, weil Holzer in der DKP war. Aus dem gleichen Grund scheiterten wenig später Verfahren in Oldenburg, Berlin und Marburg,

obwohl Holzer auch hier jeweils auf Listenplatz 1 stand (in Marburg sogar *primo et unico loco*). In München verlor er seine Ratsstelle und wurde später auch kein außerplanmäßiger Professor. Holzer hat sich selbst zwar immer als Soziologe gesehen, aber mehr als die Hälfte seiner Arbeiten (immerhin 14 Bücher und 49 Aufsätze) beschäftigten sich mit Massenkommunikation. Die Reaktionen aus der Kommunikationswissenschaft waren allerdings vernichtend. Kurt Reumann beschwerte sich über die „Prostitution empirischer Daten“ und Franz Ronneberger über Holzers Wissenschaftsverständnis. Das Fach kämpfte um Legitimation und Reputation, hatte sich gerade von normativen Perspektiven distanziert und sehr negative Erfahrungen mit protestierenden Studenten gemacht. Wer wollte da einen Kollegen integrieren, der diese Bewegung unterstützt hatte, als Demokratiegegner galt und die Massenmedien unter Manipulationsverdacht stellte?

Beispiel Systemtheorie

Scharfe inhaltliche Kritik gab (und gibt) es auch an der Systemtheorie. Dass sich das Paradigma im Fach trotzdem etabliert hat und Journalismusforschung heute kaum noch denkbar ist, ohne sich wenigstens von ihm abzugrenzen, hat neben der Präsenz von Manfred Rühl vor allem mit dem Erfolg des Münsteraner Instituts zu tun. Dieser Erfolg hat viele Väter: Veranstaltungen wie das (konstruktivistische) Funkkolleg „Medien und Kommunikation“ 1990, Lehrbücher, das Engagement in der DGPK-Fachgruppe Journalistik und Journalismusforschung, vor allem aber einen Personalexport, der die systemtheoretische Landkarte erweiterte (Siegfried Weischenberg in Hamburg, Martin Löffelholz in Ilmenau, Alexander Görke in Berlin), und eine Berufungspolitik, die Vertreter der Systemtheorie nach Münster brachte (zunächst 1997 Siegfried J. Schmidt und dann Bernd Blöbaum, Frank Marcinkowski, Christoph Neuberger und Matthias Kohring).

Der „Aviso“ ist folglich der falsche Ort für Forderungen jeder Art. Über die Theoriediffusion wird in der Nachwuchsförderung entschieden und in Berufungskommissionen.

MICHAEL MEYEN, MÜNCHEN

Jenseits des Gartenzauns

Für eine transnationale Theoriediffusion und Grundlagenforschung

Für transnationale Theoriediffusionen kann man eigentlich nicht plädieren, denn es handelt sich um komplexe, folgen- und voraussetzungsreiche, nicht aber intentional gesteuerte Prozesse. Wohl aber kann ihre stärkere *Wahrnehmung und Beobachtung* gefordert werden, dann auch die der eigenen blinden Flecken. Mit welchem wissenschaftstheoretischen und -soziologischen Instrumentarium lassen sich „Theoriediffusionen“ beschreiben? Was macht ihren transnationalen Charakter aus? Warum stoßen sie an Grenzen? Wir stehen in unserem Fach noch am Beginn der Beantwortung solcher Fragen; dies wäre die Aufgabe von *Grundlagenforschung*.

Was wir sowohl aus der fachhistorischen Forschung als auch aus Inhaltsanalysen zu den Themen und Theorieschwerpunkten in *Publizistik* und *M&K* wissen: Traditionell haben wir es in Deutschland mit einem Typus zu tun, den

Rosengren et al. 1990 und McQuail kürzlich als sozialwissenschaftlich, empirisch, fokussiert auf öffentliche Medienkommunikation, normativ-demokratiethoretisch (damit der älteren publizistikwissenschaftlichen Tradition verbunden) und eng am amerikanischen „Mass Communication Research“ orientiert, dargestellt haben. Es ist aber nicht der einzige mögliche (Ideal)Typus, sie identifizieren auch einen romanophonen, stärker semiotisch und einen anglophonen, stärker kulturalistisch geprägten Zweig der Kommunikationswissenschaft. Das Fach hat international unterschiedliche Ausprägungen, die sich sowohl fachgenetisch als auch wissenschaftskulturell beschreiben lassen. Es geht keinesfalls darum, Unterschiede einzuebnen, vielmehr: *den Pluralismus zu akzeptieren und zu nutzen*. Über den Gartenzaun zu steigen und schauen, wo Synergien und Relevanzen für eigene Forschungsprobleme liegen. Spätestens

DE
BATE
TE

Anzeige

»Pflichtlektüre«

Frank Schmiechen, WELT KOMPAKT



YouTube und seine Kinder

Wie Online-Video, Web TV und Social Media die Kommunikation von Marken, Medien und Menschen revolutionieren

Herausgegeben von Achim Beißwenger

2010, 292 S., brosch., 29,- €, ISBN 978-3-8329-5241-9

Neben technologischen Entwicklungen des Web 2.0 zeugen vor allem neue Formen und Einsatzgebiete von Bewegtbild im Internet von einer neuen Unterhaltungs- und Informationskultur. Dabei nehmen Videoangebote in Verbindung mit sozialen Netzwerken eine immer bedeutendere Rolle ein. Alleine auf YouTube wird jede Minute 20 Stunden neues Videomaterial hochgeladen. Doch welche Geschäftsmodelle, Strategien und Vermarktungskonzepte versprechen Erfolg? Wie lassen sich Aufmerksamkeit, Herz und Portemonnaie der Konsumenten erreichen? An Beispielen aus Forschung und Praxis werden sowohl Grundlagen, Ausprägungen, Case Studies, rechtliche Rahmenbedingungen und Erkenntnisse als auch die gesellschaftliche und ökonomische Bedeutung von Online Video und Web TV dargestellt.



Nomos

Bitte bestellen Sie im Buchhandel oder versandkostenfrei unter ► www.nomos-shop.de



für internationale, mehrsprachige Teams ist das nützlich: Begriffe wie „Kommunikation“ oder „Öffentlichkeit“ sind nominal definiert und stehen in diversen Denktraditionen. Das produziert nicht nur lästige Missverständnisse, sondern wirkt sich auf Forschungsdesigns aus. Großprojekte lassen allerdings für Metafragen kaum Zeit und operieren eher mit Theorien mittlerer Reichweite als an der Entwicklung von Basistheorien.

Ein Beispiel zur Diffusion des Symbolischen Interaktionismus (SI), vergleichend bezogen auf Deutschland und Frankreich: Der SI ist in der französischen Kommunikationswissenschaft eine *zentrale Basistheorie*, in der deutschen eine unter anderen. Er richtet sich in beiden Wissenschaftsgemeinschaften vor allem auf Forschungsfelder, die mikro- und mesologische Probleme klären, so die Rezeptions- und Aneignungsforschung, oft verbunden mit einem sozial-konstruktivistischen Weltverständnis. Soweit, so ähnlich – allerdings stehen in Frankreich mikrologische Forschungsprobleme gleichwertig neben makrologischen, was nicht zuletzt am Kommunikationsbegriff liegt, der anthropologisch geschult, vom Prototyp der Face-to-Face-Kommunikation ausgeht und erst dann nach Medienlogiken fragt.

Das ist keine „Entscheidung“ irgendwelcher Wissenschaftler, sondern Wissenschaftsgenese: Zentrale Mutterwissenschaft des Faches in Frankreich ist die Linguistik und die Adaption des SI (zunächst) Indiz der pragmatischen Wende in dieser selbst. Die „Mütter“ der deutschen Zeitungswissenschaft hingegen sind die Nationalökonomie und die Geschichte.

Transnationale Theoriediffusionen haben also

viele Gründe und Grenzen: Die Ablösung von Mutterwissenschaften, das Verständnis des eigenen Fachs als inter- oder transdisziplinär, national typische Forschungsschwerpunkte (die sich unter anderem aus dem Mediensystem und der Kommunikationsgeschichte ergeben), wissenschaftspolitische Weichenstellungen, Schulbildung, generative Forscherinteressen, die wiederum mit Medien- und sozialem Wandel einhergehen: Es ist kein Zufall, dass interpersonale Kommunikation nun auch in Deutschland – als computervermittelte – in den Blick gerät. Die Franzosen hingegen erforschten schon in den 1980er Jahren die stationäre Telefonie.

Grundlagenforschung ist kein Selbstzweck

Die Frage ist nicht nur, wer wen liest (Zitationsmilieus), sondern auch die nach dem *Wann*, *Warum* und *Wie*. Auf welche (gesellschaftsrelevanten) Forschungsfragen antwortet ein Theorienimport zum Zeitpunkt seiner Implementierung? Wann hat er seinen Zenit erreicht? In welchen Forschungsfeldern wird er in Anbindung an welche anderen Ansätze, Theorien und unter Operationalisierung welcher Methoden umgesetzt? Grundlagenforschung über Theoriebildung ist kein Selbstzweck. So kann sie die ‚Entgrenzung‘ des Formalobjekts öffentliche Medienkommunikation, wie sie das neue DGPK-Selbstverständnispapier mit der Integration der interpersonalen Kommunikation in den Kern des Faches vornimmt, kritisch begleiten. Sie braucht dafür mehr Institutionalisierungschancen.

STEFANIE AVERBECK-LIETZ, LEIPZIG

Zwischen Einheit und Differenz

Drei Kriterien für die Erweiterung des theoretischen Kanons

Wie soll das Verhältnis von Offenheit und Geschlossenheit, von Veränderung und Stabilität, von Pluralität und Identität in einer Wissenschaft sein? Der Selbstverständnisausschuss der DGPK hat zu einer Antwort beigetragen, dadurch dass er Grenzen markiert und die „Kommunikations- und Medienwissenschaft“ klar den Sozialwissenschaften zugerechnet hat. Er hat nicht einer Äquidistanz gegenüber den Sozialwissenschaften auf der einen, einer kulturwissenschaftlich orientierten Medienwissenschaft

oder einer naturwissenschaftlich orientierten Psychologie auf der anderen Seite das Wort geredet. Diese Ortsbestimmung impliziert die Orientierung an der Grundfrage der Sozialwissenschaften, die Georg Simmel vor hundert Jahren formuliert hat: „Wie ist Gesellschaft möglich?“ Bislang hat die Kommunikationswissenschaft darauf geantwortet: Durch öffentliche Kommunikation! Oder spezieller: Durch öffentliche Meinung! In diesen Theorien werden publizistische Konzepte mit Methoden verknüpft, zum Beispiel

mit Demoskopie und Inhaltsanalyse. Im Selbstverständnisausschuss ist aber auch deutlich geworden, dass in den kommunikativen Gleichungen der Faktor Medien an Bedeutung gewonnen hat – Basis für Vorschläge, die Benennung des Faches zu erweitern. Dies wirft die Herausforderung auf, diejenigen Antworten auf die Grundfrage, die auf Konzepte wie „Medialität“, „Mediatisierung“ und „Mediengesellschaft“ bauen, zu einer Theorie zu verbinden, die sozialwissenschaftlichen Gütekriterien genügt. Und dies verweist wiederum auf den wichtigsten Theorieimport, den die Kommunikationswissenschaft bislang in ihrer Geschichte vollzogen hat: die wissenschaftstheoretische Orientierung am „Kritischen Rationalismus“. Denn der liefert basale Kriterien in sachlicher, sozialer und zeitlicher Hinsicht für ein Urteil, was als sinnvolle Erweiterung eines theoretischen Kanons zu gelten hat:

Erklärungspotenzial: In welchem Maße erlaubt die Theorie eine Formulierung von Aussagen über Kausalzusammenhänge, die an der Realität scheitern können?

Kontrollierbarkeit: In welchem Maße erlaubt die Theorie ein Vorgehen, das eine umfassende Kontrolle durch die wissenschaftliche Gemeinschaft sichert?

Entwicklungsfähigkeit: In welchem Maße erlaubt die Theorie die Ausbildung von Varianten, die sich unter veränderten Bedingungen zu bewähren haben, zum Beispiel in einer Online-Welt?

Auch Theorien, die auf Basiskonzepten wie System, Rationale Wahl, Sozialstruktur oder Akteur beruhen, müssen und können sich in Bereichen wie Öffentliche Kommunikation beweisen und sich dabei einem Wettbewerb unterwerfen, der nach den drei Kriterien entschieden wird.

GERHARD VOWE, DÜSSELDORF



Produktive Offenheit

Fachliche Eigenständigkeit als Grundlage der Theorienutzung

Wie andere Geistes- und Sozialwissenschaften hat auch die Kommunikationswissenschaft (KW) von Beginn an von Theorieimporten gelebt, so unter anderem aus der Psychologie und Soziologie, der Semiotik, der Politologie, der Anthropologie sowie aus den Wirtschaftswissenschaften. Erst durch die erfolgreiche Verarbeitung solcher Importe hat die KW sich ein disziplinäres Profil und wissenschaftliche Eigenständigkeit erarbeitet. Nach dem Ende positivistischer Objektivitätsgläubigkeit werden Theorien wissenschaftstheoretisch angesehen als Instrumente zum Stellen, Lösen und Bewerten von Problemen, die Wissenschaftler(gruppen) für relevant halten. Da Theorien immer Einstellungen zur Wirklichkeit, zur Wahrheit, zu Menschenbildern und gesellschaftlichen Entwicklungsplänen enthalten, liefern sie notwendigerweise auch (meist implizite) Lebensentwürfe.

Nehmen wir als Beispiel das von der KW selten behandelte Problem des Verstehens von Medienangeboten. Um hier zu plausiblen Problemlösungen zu kommen, braucht die KW eine Kognitionstheorie zur Bestimmung des Grades der Autonomie kognitiver Systeme. Eine Möglichkeit bietet etwa der Konstruktivismus, der eine Lö-

sung für die Vermittlung von kognitiver Autonomie und sozialer Orientierung bietet und damit das Kommunikationsproblem über Mechanismen der Reflexivität in Bezug auf gemeinsam geteilte kulturelle Programme löst. Importierte Theorien müssen mit dem theoretischen und auch dem methodischen Instrumentarium der KW kompatibel sein.

Dagegen erscheint es illusorisch, die Importe zu einer homogenen Supertheorie zu verschmelzen. Kompatibilität erlaubt Interdisziplinarität und damit die Innovationsfähigkeit der KW, die darin besteht, dass Probleme und Problemlösungen neu gesehen und neue Probleme und Problemlösungen erkannt und bearbeitet werden. Interdisziplinäres Arbeiten setzt allerdings voraus, dass man die fachspezifischen Probleme und Lösungserwartungen sowie die eigene Fachsprache so explizit ausgearbeitet hat, dass sie in anderen Disziplinen nachvollzogen werden kann. Nicht die Abgrenzung oder gar Abschottung der KW muss also das Entwicklungsziel lauten, sondern Interdisziplinaritätsfähigkeit und -willigkeit – kurz produktive Offenheit für konkrete Zukunftsentwicklungen.

SIEGFRIED J. SCHMIDT, MÜNSTER

Die angezeigten Monografien und Sammelbände sind in den vergangenen Monaten erschienen. Die Liste beruht auf Hinweisen von Autoren und auf Ankündigungen der Verlage Hogrefe, Kopaed, LIT, Nomos, UVK, von Halem, VS und Vistas. Wenn Sie bei anderen Verlagen publizieren, aber in der „Aviso“-Liste erscheinen wollen, bitten wir um eine kurze Information per E-Mail an: weinachtsefan@aol.com

Averbeck-Lietz, Stefanie (2010). Kommunikationswissenschaft in Frankreich. Der epistemologische Diskurs der Sciences de l'information et de la communication (SIC) 1975-2005. Berlin, Paris, Toronto: Avinus. 552 S.

Averbeck-Lietz, Stefanie; Klein, Petra & Meyen, Michael (Hg.) (2009). Historische und systematische Kommunikationswissenschaft. Festschrift für Arnulf Kutsch. Bremen: edition lumière. 682 S.

Bartoschek, Dominik & Wolff, Volker (2010). Vorsicht Schleichwerbung! Konstanz: UVK. 164 S.

Bleicher, Joan Kristin (2009). Poetik des Internets. Geschichte, Angebote und Ästhetik. Reihe: Medialität – Crossmedialität. Beiträge zur Fernseh- und Onlineforschung, Bd. 1. Münster: LIT. 208 S.

Bleicher, Joan Kristin; Link, Barbara & Tinchev, Vladislav (2010). Fernsehstil. Geschichte und Konzepte. Reihe: Medialität – Crossmedialität. Beiträge zur Fernseh- und Onlineforschung, Bd. 2. Münster: LIT. 120 S.

Breyer-Mayländer, Thomas (2009). Aktives Wertemanagement. Basis der Unternehmenskommunikation. Renningen: Expert. 128 S.

Dernbach, Beatrice (2010). Die Vielfalt des Fachjournalismus. Eine systematische Einführung. Wiesbaden: VS. 302 S.

Dreiskämper, Thomas; Hoffjann, Olaf & Schicha, Christian (Hg.) (2009). Handbuch Medienmanagement. Reihe: Schriften zum Medienmanagement der Media Design Hochschule, Bd. 1. Münster: LIT. 480 S.

Fischer, Heinz-Dietrich & Dickhut, Ingrid (2009). Broadway-Theater in der Kritik. Pulitzerpreis-Stücke 1917-2009 im Urteil von Fachjuroren. Reihe: Medien: Forschung und Wissenschaft, Bd. 24. Münster: LIT. 216 S.

Fuhs, Burkhard; Lampert, Claudia & Rosenstock, Roland (Hg.) (2009). Mit der Welt vernetzt. Kinder und Jugendliche in virtuellen Erfahrungsräumen. München: kopaed. 260 S.

Gapski, Harald (Hg.) (2009). Jenseits der digitalen Spaltung. Gründe und Motive zur Nichtnutzung von Computer und Internet. Reihe: Medienkompetenz des Landes Nordrhein-Westfalen, Bd. 9. München: kopaed. 160 S.

Gapski, Harald & Gräßer, Lars (Hg.) (2009). Medienkompetent in Communitys. Sensibilisierungs-, Beratungs- und Lernangebote. Reihe: Medienkompetenz des Landes Nordrhein-Westfalen, Bd. 8. München: kopaed. 160 S.

Gries, Rainer; Ahbe, Thomas & Schmale, Wolfgang (Hg.) (2009). Die Ostdeutschen in den Medien. Das Bild

von den Anderen nach 1990. Leipzig: Leipziger Universitätsverlag. 217 S.

Hagenah, Jörg & Meulemann, Heiner (2008). Alte und neue Medien – Zum Wandel der Medienpublika in Deutschland seit den 1950er Jahren. Münster: LIT. 400 S.

Hartmann, Maren & Hepp, Andreas (Hg.) (2010). Die Mediatisierung der Alltagswelt. Festschrift zu Ehren von Friedrich Krotz. Wiesbaden: VS. 325 S.

Hartung, Anja; Schorb, Bernd; Küllertz, Daniela & Reißmann, Wolfgang (2009). Alter(n) und Medien. Theoretische und empirische Annäherungen an ein Forschungs- und Praxisfeld. Reihe: TLM Schriftenreihe, Bd. 20. Berlin: Vistas. 128 S.

Hepp, Andreas (2010). Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung. Reihe: Medien – Kultur – Kommunikation. 3., überarb. u. erw. Aufl. Wiesbaden: VS. 321 S.

Hoffmann, Dagmar & Mikos, Lothar (2010). Mediensozialisationstheorien. Neue Modelle und Ansätze in der Diskussion. 2., überarb. Aufl. Wiesbaden: VS. 247 S.

Hoffmann-Riem, Wolfgang (2009). Wandel der Medienordnung. Reaktionen in Medienrecht, Medienpolitik und Medienwissenschaft – Ausgewählte Abhandlungen. Reihe: Publikationen des Hans-Bredow-Instituts. Baden-Baden: Nomos. 899 S.

Hömberg, Walter (2010). Lektor im Buchverlag. Repräsentative Studie über einen unbekanntenen Kommunikationsberuf. Unter Mitarbeit von Susanne Pypke und Christian Klenk. Konstanz: UVK. 342 S.

Horky, Thomas; Schauerte, Thorsten; Schwier, Jürgen & Deutscher Fachjournalisten-Verband (Hg.) (2009). Sportjournalismus. Reihe: Praktischer Journalismus, Bd. 86. Konstanz: UVK. 326 S.

Jacke, Christoph (2009). Einführung in Populäre Musik und Medien. Reihe: Populäre Kultur und Medien, Bd. 1. Münster: LIT. 328 S.

Jost, Christofer; Neumann-Braun, Klaus; Klug, Daniel & Schmidt, Axel (Hg.) (2009). Die Bedeutung populärer Musik in audiovisuellen Formaten. Reihe: Short Cuts | Cross Media, Bd. 1. Baden-Baden: Nomos. 245 S.

Kiefer, Marie Luise (2010). Journalismus und Medien als Institutionen. Konstanz: UVK. 244 S.

Kops, Manfred (Hg.) (2009). Der Dreistufentest als Chance für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Reihe: Beiträge des Kölner Initiativkreises Öffentlicher Rundfunk, Bd. 3. Münster: LIT. 144 S.

Kruse, Jörn & Dewenter, Ralf (Hg.) (2009). Wettbe-

bücher bücher bücher
bücher

Bücher
von DGPUK-Mitgliedern

bücher bücher bücher
bücher

- werbsprobleme im Internet. Reihe: Hamburger Forum Medienökonomie, Bd. 19. Baden-Baden: Nomos. 204 S.
- Kutsch, Arnulf & Weber, Johannes (Hg.) (2009).** 350 Jahre Tageszeitung. Forschungen und Dokumente. 2. durchgesehene Auflage. Bremen: edition lumiére. 210 S.
- Meyen, Michael & Pfaff-Rüdiger, Senta (Hg.) (2009).** Internet im Alltag. Qualitative Studien zum praktischen Sinn von Onlineangeboten. Reihe: Mediennutzung, Bd. 14. Münster: LIT. 376 S.
- Neumann-Braun, Klaus & Astheimer, Jörg (Hg.) (2010).** Doku-Glamour im Web 2.0. Party-Portale und ihre Bilderwelten. Baden-Baden: Nomos. 256 S.
- Reichert, Jo (2010).** Kommunikationsmacht. Was ist Kommunikation und was vermag sie? Und weshalb vermag sie das? Reihe: Wissen, Kommunikation und Gesellschaft. Schriften zur Wissenssoziologie. Wiesbaden: VS. 267 S.
- Reichert, Jo; Niederbacher, Arne; Möll, Gerd; Gothe, Miriam & Hitzler, Ronald (2010).** Jackpot. Erkundungen zur Kultur der Spielhallen. Reihe: Erlebniswelten 16. Wiesbaden: VS. 237 S.
- Reinemann, Carsten & Stöber, Rudolf (Hg.) (2010).** Wer die Vergangenheit kennt, hat eine Zukunft. Festschrift für Jürgen Wilke. Köln: von Halem. 360 S.
- Röser, Jutta; Thomas, Tanja & Peil, Corinna (2010).** Alltag in den Medien – Medien im Alltag. Reihe: Medien – Kultur – Kommunikation. Wiesbaden: VS. 317 S.
- Röttger, Ulrike & Zielmann, Sarah (2010).** PR-Beratung. Theoretische Konzepte und empirische Befunde. Wiesbaden: VS. 237 S.
- Ruß-Mohl, Stephan (2009).** Kreative Zerstörung. Niedergang und Neuerfindung des Zeitungsjournalismus in den USA. Konstanz: UVK. 284 S.
- Schäfer, Horst & Wegener, Claudia (Hg.) (2009).** Kindheit und Film. Geschichte, Themen und Perspektiven des Kinderfilms in Deutschland. Reihe: Alltag, Medien und Kultur, Bd. 5. Konstanz: UVK. 272 S.
- Schaffrath, Michael (Hg.) (2009).** Traumberuf Sportjournalismus. Ausbildungswege und Anforderungsprofile in der Sportmedienbranche. Reihe: Journalismus: Theorie und Praxis, Bd. 8. 3. Aufl. Münster: LIT. 368 S.
- Schicha, Christian & Brosda, Carsten (2010).** Handbuch Medienethik. Wiesbaden: VS. 580 S.
- Schmidt, Jan-Hinrik (2009).** Das neue Netz. Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0. Konstanz: UVK. 214 S.
- Schmidt, Jan-Hinrik; Hasebrink, Uwe & Paus-Hasebrink, Ingrid (Hg.) (2009).** Heranwachsen mit dem Social Web. Zur Rolle von Web 2.0-Angeboten im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Schriftenreihe Medienforschung der LfM Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen, Bd. 62. Berlin: Vistas. 364 S.
- Scholl, Armin (2009).** Die Befragung. 2., überarb. Aufl. Konstanz: UVK/UTB. 292 S.
- Schorb, Bernd; Anfang, Günther & Demmler, Kathrin (Hg.) (2009).** Grundbegriffe Medienpädagogik – Praxis. München: kopaed. 320 S.
- Schorb, Bernd; Theunert, Helga & JFF – Institut für Medienpädagogik (Hg.) (2009).** Die konvergente Medienwelt – Neuer Rahmen für alltägliches Medienhandeln. Reihe: merzWissenschaft 2009. München: kopaed. 120 S.
- Scolik, Reinhard & Wippersberg, Julia (Hg.) (2009).** WebTV – Fernsehen auf neuen Wegen. Beiträge zu Bewegtbildern im Internet. Reihe: Film und Fernsehen, Bd. 4. Münster: LIT. 152 S.
- Sommer, Denise (2010).** Nachrichten im Gespräch. Wesen und Wirkung von Anschlusskommunikation über Fernsehnachrichten. Reihe: Rezeptionsforschung, Bd. 20. Baden-Baden: Nomos. 290 S.
- Süss, Daniel; Lampert, Claudia & Wijnen, Christine W. (2010).** Medienpädagogik. Ein Studienbuch zur Einführung. Reihe: Studienbücher zur Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden: VS. 239 S.
- Szyszka, Peter; Schütte, Dagmar & Urbahn, Katharina (2009).** Public Relations in Deutschland. Eine empirische Studie zum Berufsfeld Öffentlichkeitsarbeit. Reihe: Forschungsfeld Kommunikation, Bd. 23. Konstanz: UVK. 358 S.
- Tenscher, Jens & Viehrig, Henrike (Hg.) (2009).** Politische Kommunikation in internationalen Beziehungen. Reihe: Studien zur politischen Kommunikation, Bd. 2. 2. Aufl. Münster: LIT. 240 S.
- Thimm, Caja (2010).** Das Spiel: Muster und Metapher der Mediengesellschaft. Wiesbaden: VS. 245 S.
- Vollbrecht, Ralf & Wegener, Claudia (2010).** Handbuch Mediensozialisation. Wiesbaden: VS. 462 S.
- Weichert, Stephan A.; Kramp, Leif & von Streit, Alexander (Hg.) (2010).** Digitale Mediapolis. Köln: von Halem.
- Weinacht, Stefan (2009).** Medienmarketing im Redaktionellen. Medienthematisierungen als Instrument der Unternehmenskommunikation von Medienorganisationen. Reihe: Schriften zur Medienwirtschaft und zum Medienmanagement, Bd. 23. Baden-Baden: Nomos. 376 S.
- Wilke, Jürgen (2009).** Massenmedien und Journalismus in Geschichte und Gegenwart. Gesammelte Studien. Reihe: Presse und Geschichte – Neue Beiträge, Bd. 45. Bremen: edition lumiére. 500 S.
- Wilke, Jürgen (Hg.) (2009).** Personen, Institutionen, Prozesse. Fachgeschichtliche Beiträge zur Kommunikationswissenschaft und Medienforschung. Köln: von Halem. 256 S.
- Wolke, Jens; Maurer, Marcus & Jandura, Olaf (Hg.) (2010).** Forschungsmethoden für die Markt- und Organisationskommunikation. Köln: von Halem. 296 S.

In der nächsten Ausgabe werden die internationalen Publikationen von DGPK-Mitgliedern aus den Jahren 2009 und 2010 veröffentlicht. Hierfür bitten wir Autoren von Monografien, Sammelbänden und Aufsätzen bis zum 15. Juli um Literaturangaben per E-Mail an weinachtstefan@aol.com. Als „internationale“ Publikationen gelten alle Veröffentlichungen, die nicht in deutscher Sprache erschienen sind (unabhängig vom Verlagsort).

Nachrichten & Personalien

Bei den Nachrichten und Personalien ist die Redaktion des „Aviso“ auf Hinweise angewiesen. Wir bitten um kurze Information.

Einen *Ruf* erhalten und angenommen haben: **Prof. Dr. Thomas Hanitzsch**, Professur für Kommunikationswissenschaft mit dem Schwerpunkt Journalismus, Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung, Ludwig-Maximilians-Universität München; **Prof. Dr. Susanne Kinnebrock**, Profes-

sor für Kommunikationstheorie, Institut für Sprach- und Kommunikationswissenschaft, RWTH Aachen; **Prof. Dr. Markus Kiefer**, Honorarprofessur, Fachhochschule für Ökonomie und Management mit den Studienzentren, Düsseldorf,

Neuss und Essen; **Prof. Dr. Volker Lilienthal**, Rudolf-Augstein-Stiftungsprofessur für Qualitätsjournalismus, Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft, Universität Hamburg; **Prof. Dr. Wolfgang Schweiger**, Professur für Public Relations mit dem Schwerpunkt Technikommunikation, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, Technische Universität Ilmenau; **Prof. Dr. Stefan Weinacht**, Professur für Medienmanagement, insbesondere Medienwirtschaft, Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation, Köln; **Jun.-Prof. Dr. Jeffrey Wimmer**, Juniorprofessur für sozialwissenschaftliche Aspekte von Computerspielen, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, Technische Universität Ilmenau.

Eine *zeitlich befristete Professur* oder *Vertretungsprofessur* haben wahrgenommen: **Dr. Katrin Döveling**, Professur, Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft III, Institut für Kommunikationswissenschaft, Technische Universität Dresden; **Dr. Elke Grittmann**, Professur für Kommunikationswissenschaft und Medienkultur, Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienkultur, Leuphana Universität Lüneburg; **Dr. Markus Rhomberg**, Professur für Empirische Kommunikationsforschung, Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft, Universität Hamburg

Das wissenschaftliche Exzellenzprogramm der Europäischen Union „Starting Independent Research Grants“, das Spitzenforschung junger Wissenschaftler unterstützt, fördert ein Forschungsprojekt von **Prof. Dr. Thorsten Quandt**. Der Titel des Projekts lautet: „The social fabric of virtual life. A longitudinal multi-method study on the social foundations of online gaming“.

PD Dr. Klaus Arnold ist zum Chair der neuen ECREA-Sektion Communication History gewählt worden, eine der beiden Vice-Chairs ist **Prof. Dr. Susanne Kinnebrock**.

Prof. Dr. Irene Neverla hat den Preis für Mentorship der Claussen-Simon-Stiftung erhalten.

UVK:Fachbücher

für Kommunikations- & Medienwissenschaft

Internet



Jan Schmidt

Das neue Netz

Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0

2009, 214 Seiten, 10 s/w Abb., br.
ISBN 978-3-86764-146-3, € (D) 29,00

Im Web 2.0 werden Internetnutzer immer mehr auch selbst aktiv. Jan Schmidt untersucht diese Veränderungen aus einer kommunikationssoziologischen Perspektive. Er analysiert Konzeption, Stellenwert sowie vorherrschende Praktiken des Web 2.0 und zeigt, worin das tatsächlich Neue am »neuen Netz« besteht.



Patrick Brauckmann (Hg.)

Web-Monitoring

Gewinnung und Analyse von Daten über das Kommunikationsverhalten im Internet 2010, 412 Seiten, 85 s/w Abb., br.
ISBN 978-3-86764-215-6, € (D) 39,00

Web-Monitoring ermöglicht die wissenschaftliche Analyse sämtlicher Kommunikationsprozesse im Internet und dient somit als Instrument für die Planung, Realisierung und Bewertung von Internetaktivitäten. Wissenschaftler, IT-Spezialisten und Manager beleuchten im vorliegenden Band dieses Instrument und geben ihre Erkenntnisse und Erfahrungen weiter. Sie stellen verschiedene Methoden vor und liefern Tools und Kennzahlen zu Analyse und Bewertung der Ergebnisse.

www.uvk.de



UVK Verlagsgesellschaft mbH

FG Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht

Nicht „nur“, sondern „auch“!

„Gibt es denn da auch Männer?“ Eine Frage, die Wissenschaftlerinnen aus der Fachgruppe „Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht“ oft gestellt wird. Sie beruht auf der Annahme, dass es in dieser Fachgruppe „nur“ um „Frauenfragen“ geht. Diese Annahme ist falsch. Wenn sie je richtig war, dann für die Zeit der Gründung und Etablierung einer „Arbeitsgruppe Frauenforschung“ in der DGpuK, in der Wissenschaftlerinnen darauf aufmerksam machen wollten, dass erstens Wissenschaft nicht nur von Männern für Männer betrieben und zweitens Kommunikation nicht unter Ausblendung von Geschlechterfragen untersucht werden sollte. Das war 1990.

Noch bevor Fachgruppen in der DGpuK etabliert wurden, entstand die Arbeitsgruppe, die in diesem Jahr 20. Geburtstag feiern kann. Im aktuellen Namen wird die Entwicklung der Fachgruppe von der Frauenforschung zur Geschlechterforschung sichtbar. Ein vielleicht sperrig anmutender Titel, der aber den Anspruch verdeutlicht, alle Felder der Kommunikationswissenschaft kritisch und unter Berücksichtigung der Strukturkategorie Geschlecht zu untersuchen.

Erfreulich ist die steigende Mitgliederzahl der Fachgruppe. Mit 60 Mitgliedern gehört sie nicht zu den kleinsten. Erfreulich ist besonders, dass sich gerade jüngere Wissenschaftlerinnen und

auch Wissenschaftler für sie entscheiden. Doch obwohl an Geschlechterfragen Interessierte immer auch andere Forschungsfelder bearbeiten und in anderen Fachgruppen aktiv sind, werden sie von manchen Kollegen und Kolleginnen in erster Linie als „Frauenforscherinnen“ wahrgenommen. Wer aber Gender Studies und Kommunikationswissenschaft betreibt, muss sowohl den wissenschaftlichen Kanon, den Main- oder Malestream als das vermeintlich Allgemeine kennen als auch die Besonderheiten, die Minderheitenpositionen und Auslassungen im Wissenschaftsdiskurs.

Nach 20 Jahren kommunikationswissenschaftlicher Geschlechterforschung in der DGpuK lässt sich ein positives Fazit ziehen: Diese Fachgruppe ist lebendig, sie publiziert, veranstaltet Tagungen, kooperiert mit anderen Fachgruppen und -gesellschaften, fördert den wissenschaftlichen Nachwuchs, hat insgesamt für Modernisierung und Öffnung gesorgt und – ja! – auch Männer machen mit.

MARTINA THIELE

Im „Gruppenbild“ präsentierten Fach- und Arbeitsgruppen der DGpuK ihr Selbstverständnis und ihre Anliegen.

FG Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht

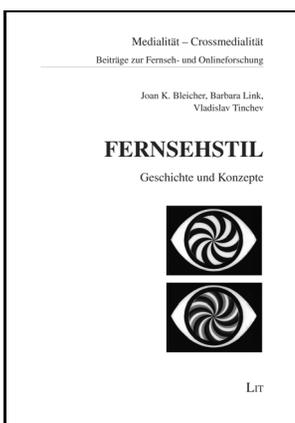
Kontakt:
Prof. Dr. Tanja Thomas, Dr. Martina Thiele

thomas@uni-lueneburg.de
martina.thiele@sbg.ac.at

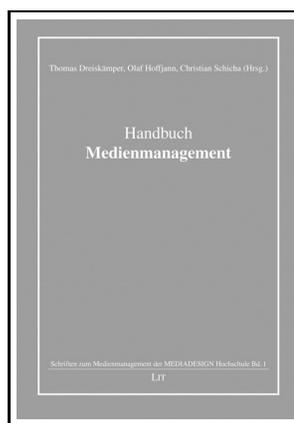
<http://www.dgpuk.de/index.cfm?id=3757>

Anzeige

NEU: KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT



Joan K. Bleicher; Barbara Link;
Vladislav Tinchev
Fernsehstil
Geschichte und Konzepte
Stil ist als Unterscheidungs- und Identifizierungskategorie in Kultur, Gesellschaft, aber auch in der menschlichen Lebenswelt, omnipräsent. Im Bereich der Medien fungiert Stil nicht nur als Unterscheidungsmerkmal etwa zwischen Fernsehen und dem Internet, sondern auch von Institutionen und Angebotsformen.
120 S., 19,90 €, br.,
ISBN 978-3-643-10547-9



Thomas Dreiskämper;
Olaf Hoffjann;
Christian Schicha (Hrsg.)
Handbuch Medienmanagement
In dem Band werden theoretische Grundlagen und Handlungsbezüge für die berufliche Praxis im Medienbereich aufgezeigt. Dabei spiegeln die Beiträge die Vielfalt des Medienmanagements wider.
480 S., 34,90 €, br.,
ISBN 978-3-8258-1301-7

LIT Verlag Berlin – Münster – Wien – Zürich – London

Auslieferung: D: LIT Verlag Fresnostr. 2, D-48159 Münster, Mail: vertrieb@lit-verlag.de

A: Medienlogistik Pichler-ÖBZ GmbH & Co KG, Mail: mlo@medien-logistik.at CH: B + M Buch- und Medienvertriebs AG, Mail: order@buch-medien.ch

Forum und Fachgruppenprosa

Ehemalige Redakteure zum 20-jährigen Bestehen von „Aviso“

Vorliebe für fröhliche Wissenschaft

Mit 20 gilt man in Japan als volljährig. Nun ist es also bei „Aviso“ auch schon so weit ... Das Datum der Zeugung lässt sich präzise beschreiben: Es war am Morgen des 25. Mai 1990 bei der 35. Arbeitstagung der DGPK in Salzburg auf einer Podiumsdiskussion zur Situation unserer Fachgesellschaft. Mein Vorschlag, die Mitglieder über die Jahrestagung hinaus durch ein eigenes Medium „ins Gespräch“ zu bringen, fand ein positives Echo. Das heißt, zu diesem Behufe wurde zunächst eine entsprechende Kommission gebildet.

Diese Kommission ist nie zusammengetreten. Und – vielleicht deshalb – hat das Baby schon nach weniger als neun Monaten das Licht der Welt erblickt: Die erste Ausgabe erschien im November 1990. Der Aufmacher trug den Titel „Das Fach in der Krise?“, und das Editorial

der Diskussion“, „Auf dem Wege nach Babel?“, „Gemischte Bilanz: Erfolge und Probleme der Arbeitsgruppen“ lauteten einige der Titel-Themen, und dazu haben sich jeweils anregende Debatten entwickelt.

Bei der Durchsicht der ersten sechs Jahrgänge mit ihren 18 Ausgaben und 288 Seiten zeigt sich eine kontinuierliche Ausweitung der Sparten und Formen: Neben Berichten, Meldungen und Kommentaren kamen zunehmend auch Essays und Glossen ins Blatt, und das erste und bisher weltweit einzige „Fußnotenmuseum“ (ab 1993) dokumentiert eine Vorliebe für fröhliche Wissenschaft.

„Aviso“ hat sich über die Jahre weiterentwickelt – aber inzwischen leider auch den inhaltlichen Fokus verengt. Die Themen der letzten Hefte weisen stark in Richtung Nabelschau. Ratgeber für Karrierefragen – schön und gut, aber eine wissenschaftliche Fachgesellschaft ist mehr als eine Selbsthilfegruppe. Mein Wunsch: Unsere Mitgliederzeitschrift sollte wieder stärker allgemeine Entwicklungen im Bereich der öffentlichen Kommunikation aufgreifen und zur Diskussion stellen – und sie sollte wegen der zunehmenden Expansion und Differenzierung der DGPK auch häufiger (mindestens dreimal, besser viermal pro Jahr) erscheinen.

WALTER HÖMBERG, EICHSTÄTT

Mit der List der Vernunft

Es war ein rückblickend weiter und keineswegs gradliniger Weg, den „Aviso“ zurückgelegt hat. Sein Leben begann ja als kleines Info-Blatt, eine ohne viel Aufwand, freilich mit Sorgfalt und Esprit unter der Regie von Walter Hömberg geschriebene Chronik der laufenden Ereignisse, aus dem nach und nach, im Gleichklang mit dem Mitgliederzuwachs der DGPK, ein Periodikum mit redaktionellem Eigenleben wurde, mit Foren und Kolumnen – und mit einigen ernsthaften (im Rückblick vielleicht allzu ernsthaft geführten) Debatten.

Ich kann meine Erlebnisse als „Aviso“-Redakteur nicht loslösen von den Umbrüchen, die



erinnerte an die „Avisen“ der frühen Pressegeschichte: „Nachrichten sollen auch im Zentrum dieses Dienstes stehen. Darüber hinaus soll er ein Forum bieten für fachlichen Austausch, für Anregungen, auch für Kontroversen und Kritik.“

Für mich als Gründungsredakteur war der Forumscharakter zentral. Dazu habe ich das alte Zeitschriftenprinzip der Rundfrage reaktiviert: „Theorien auf dem Prüfstand“, „Streiten wir richtig?“, „Tagungs Lust und Nutz“, „Didaktik in

damals die DGpuK durchlief. Ich habe jene Ära in Erinnerung als eine wichtige Phase geistreicher, mitunter heftiger Auseinandersetzungen, denn zeitgleich wuchs und wandelte sich die DGpuK von einer überschaubaren, um Identität bemühten Interessensgemeinschaft zu einer sich ausfächernden Organisation, unter deren Dach verschiedene Vorverständnisse, Methoden und Theoriekonzepte koexistieren. Vieles wurde aufgegriffen und neu bedacht. Fragen nach der gesellschaftlichen Rolle der Medienwissenschaft und ihrer Geschichte zumal während des Dritten Reichs, dann die Debatte um das Selbstverständnis unserer Gesellschaft, festgemacht an ihrem Namen, weiter um Grundsätze der Wissenschaftsethik („Ethikerklärung“) und ihr Engagement in der Wissenschaftspolitik unter Einschluss der Gender-Problematik prägten vorder- wie hintergründig nicht nur Vorstandssitzungen, Fachtagungen und Jahresversammlungen, sondern auch die redaktionelle Arbeit für „Aviso“. Welche Rolle war die angemessene? Sollten wir als Sprachrohr des Vorstands oder als Forum der Mitglieder fungieren – oder vermehrt als wissenschaftliche Publizisten, die DGpuK-relevante Vorgänge und Probleme eigenständig thematisieren?

Dies waren die Eckpunkte jener Kontroversen, wie sie im Übrigen typisch sind für rasch wachsende und sich ausdifferenzierende Organisationen, deren Hierarchie flacher und deren Strukturen föderaler werden müssen – und deren Kommunikationsmittel immer weniger auf Gruppenidentität, umso mehr auf den Diskurs gerichtet sind. Jener Transformationsprozess hatte auch seine Gegner, die Aviso lieber untergehen sehen wollten als dem Wandel seinen Lauf zu lassen.

Die Frage, ob es „Aviso“ als Pressemedium überhaupt noch geben sollte, stand vor genau zehn Jahren Spitz auf Knopf. Dass dann doch noch eine salomonische Lösung gefunden und „Aviso“ mit neuer Lebenskraft beseelt werden konnte, dafür steht die List der Vernunft, die gelegentlich auch DGpuK-Vorstände beflügelt.

MICHAEL HALLER, LEIPZIG

Keine dröge Fachgruppenprosa

Wenn das Heft endlich fertig und ausgeliefert war, ließ eine bestimmte Resonanz nicht lange auf sich warten: Irgendjemand fragte immer an, wieso in der Rubrik „Neue Bücher“ die eigene bahnbrechende, soeben in einem (sagen wir)

kleinen Südtiroler Verlag erschienene Monographie nicht erwähnt sei.

Solche ichbezogenen Reaktionen haben mich immer geärgert. Stand denn sonst nichts Interessantes im Heft? Aber der Ärger war ungerecht. Frei von Wichtig-Gehabe sind wir alle nicht, nicht im Hörsaal und nicht als Publizisten, und wenn die jetzige Redaktion mich um einen Rückblick bittet, dann kitzelt sie natürlich auch den kleinen Eitelsack, der im Blattmacher steckt. Retrospektiv gestehe ich also: Die vielen zustimmenden E-Mails, die dann ebenfalls gekommen sind, haben mir schon gutgetan. Sie zeigten, dass der Versuch nicht ganz falsch gewesen sein kann, die Mitgliederzeitschrift mit Interviews, Porträts und satirischen Spitzen zu einem lesbaren Produkt auszugestalten und die dröge Fachgruppenprosa zurückzudrängen.

Anderes ist gescheitert. Zum Beispiel der Versuch, Vertretern der Medienpraxis eine Kolumne einzuräumen und Wissenschaft und „Macher“ so einander anzunähern. Auch die auf halber Strecke eingeführte Rubrik „Zwischen-Prüfung“ war ein Flop. Es fand sich am Ende keiner mehr, der über das Verhältnis der Kommunikationswissenschaft zu anderen Disziplinen schreiben wollte. Wieso eigentlich nicht?

Waren die neu eingeführten Heftschwerpunkte ein Erfolg? Auch nicht immer. Konsequenter und richtig erscheint es mir nach wie vor, in jeder Ausgabe jemand anderen mit der redaktionellen Verantwortung des „Debatten“-Themas betraut zu haben. Das war nicht immer leicht, und für die Angesprochenen bedeutete es Mehrarbeit und Belastung. Aber dieses Prinzip dürfte die Einsicht verstärkt haben, dass ein Mitgliederforum wie „Aviso“ auch von allen mitverantwortet werden sollte. Vier, fünf Kolleginnen und Kollegen gingen in jedem Heft mit – eine ganze Menge Partizipation im Laufe der Jahre.

Das Leserecho hingegen blieb verhalten. Ein Ringen um Prinzipien, ein offenes, streitbares Argumentieren für Neuerungen – selten. Zu wenig jedenfalls für eine Gesellschaft mit 800 Mitgliedern. Auf manche Themen reagierte überhaupt niemand, zum Beispiel „Betrug, Fälschung, Plagiat“ oder „Forschungsförderung“. Engagierte Wortmeldungen jedoch löste die von Werner Faulstich provozierte Debatte um „Medienwissenschaft“ aus. Vielleicht hat sie ja die Grundsatzüberlegungen zur Ausrichtung des Faches beeinflusst. Das wäre doch schon etwas.

GUNTER REUS, HANNOVER

FG Methoden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

„Methoden der Online-Forschung: Das Internet als Forschungsinstrument und -gegenstand der Kommunikationswissenschaft“, 24.-26. September 2009, Mainz

Teilnehmerzahl: 59; **Anzahl der Vorträge:** 18

Tagungsfazit: Das Internet hat in den letzten Jahren nicht nur als Forschungsgegenstand der Kommunikationswissenschaft enorm an Stellenwert gewonnen, sondern auch als eines ihrer Forschungsinstrumente. Dies verwundert nicht angesichts der vielen Vorteile, die etwa Internetbefragungen gegenüber anderen Befragungsmodi bieten. Anhand von 18 Vorträgen aus Wissenschaft und Praxis wurde sich mit den spezifischen Eigenschaften des Instruments auseinandergesetzt und die Frage der adäquaten Anwendung diskutiert. Zwei Neuerungen gab es auf der Tagung: Erstmals wurde drei Studierenden bzw. Absolventen die Möglichkeit gegeben, besonders innovative Studien- und Abschlussarbeiten im Bereich der Datenerhebung bzw. -auswertung in einem Panel zu präsentieren. Die „Deutsche Paul-Lazarsfeld-Gesellschaft e.V.“ unterstützte dieses Vorhaben mit einem Stipendium in Höhe von 400 Euro. Ferner gab es einen „Best Proposal Award“: Kristin Bulkow, Juliane Urban und Wolfgang Schweiger wurden für ihren Vortrag „Meinungsführerschaft online messbar machen – ein hyperlinkinhaltsanalytischer Ansatz“ ausgezeichnet. Der Preis wurde von Herbert von Halem gestiftet.

OLAF JANDURA

Weitere Informationen:

www.ifp.uni-mainz.de/index.php?article_id=313&clang=0

FG Medienpädagogik

„Ältere Menschen und Neue Medien“, 29./30. Oktober 2009, Erfurt

Mitveranstalter: Thüringer Landesmedienanstalt, Evangelische Kirche Deutschland

Teilnehmerzahl: 85; **Anzahl der Vorträge:** 12

Tagungsfazit: Mit der Tagung „Ältere Menschen und Neue Medien“ ist es gelungen, ein Thema für die medienpädagogische Fachdiskussion aufzubereiten, das einer differenzierten Herangehensweise bedarf. Im ersten Teil der Tagung wurde zunächst von Anja Hartung und Bernd Schorb ein Überblick über ein erst im Entstehen begriffenes Forschungs- und Theoriefeld gegeben und ihre aktuelle Studie „Alter(n) und Medien“ vorgestellt. In den folgenden Beiträgen wurden

empirische Ergebnisse präsentiert, etwa wie sich medienkulturelle Aktivitäten im höheren Erwachsenenalter gestalten und wie Seniorinnen und Senioren mit dem Web 2.0 leben und lernen. Der Verbindung von Forschung und medienpädagogischer Praxis war der zweite Teil gewidmet. Es wurden Projekte vorgestellt, die sich mit Internetportalen bzw. Podcasting beschäftigen. Zudem wurden Projekte aus der Arbeit mit Radio und Video diskutiert. Im Fokus der gesamten Tagung stand die Frage nach der Verständigung zwischen den Generationen und die Diskussion einer ressourcenorientierten Perspektive auf die Zielgruppe der älteren Menschen und ihrem Medienhandeln.

ULRIKE WAGNER

Weitere Informationen:

www.dgpuk.de/index.cfm?id=3759

FG Visuelle Kommunikation

„Der Bildermarkt – Strukturen, Vertriebswege, Kosten und Folgen“, 29.-31. Oktober 2009, Potsdam

Teilnehmerzahl: 40; **Anzahl der Vorträge:** 17

Tagungsfazit: Der Keynote-Sprecher Thomas Schumann, Mitglied des Deutschen Journalisten-Verbandes und Vorsitzender der Mittelstandsvereinigung Fotomarketing, stellte den beruflichen Alltag eines Fotoreporters vor. Lebhaft zeichnete er ein Bild seines Berufsstandes mit dessen ökonomischen Bedingungen. Die Panel orientierten sich grob am Entstehungsprozess eines Medienbildes: Betrachtet wurden die Bedingungen der Produktion, die Entscheidungen der Bild-Produzenten, die Selektionsprozesse der Redaktionen sowie die Präferenzen der Konsumenten. Der Werbung als einem zentralen Markt für Bilder wurde ein eigenes Panel gewidmet. Da der Online-Markt unter den Bedingungen des Web 2.0 viel diskutiert ist, behandelten weitere Panels explizit User Generated Content und den Online-Markt. In vielen Präsentationen ging es um Entscheidungen: „Wie werden Bilder gemacht?“, „Welche werden von Redaktionen ausgewählt?“ und „Welche werden vom Publikum favorisiert?“ Abfragbare Kriterien konnten aber bislang an keiner Stelle ermittelt werden. Entschieden wird spontan, emotional und ästhetisch. Dies eröffnet neue Forschungsfragen, wie: „Können subjektiver Geschmack und ästhetische Kriterien weiter operationalisiert werden?“ Insgesamt entstand der Eindruck, dass die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit der journalistischen Bildproduktion weitergeführt werden muss.

CLEMENS SCHWENDER

Weitere Informationen:

www.fg-viskomm.de

FG Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht „Gender, Queer und Medien – Gegenwärtige Ansätze und Perspektiven“, 5.-7. November 2009, Hamburg

Teilnehmerzahl: 75; **Anzahl der Vorträge:** 14

Tagungsfazit: Ziel der Tagung war eine Auseinandersetzung mit gegenwärtigen Theorien und Forschungsschwerpunkten der Gender- und Queer Studies und die Auslotung der Produktivität dieser Ansätze für die Kommunikations- und Medienwissenschaft. Im Zentrum standen zwei Fragen: Was können die vielfältigen theoretischen Ansätze für die Erklärung von Konstruktionen in Bezug auf Geschlecht und andere Differenzen leisten? Und: Welche Anforderungen ergeben sich aus diesen Ansätzen bei einer empirischen Umsetzung? Zudem sollte die Tagung Überschneidungs- und Anknüpfungspunkte zwischen kommunikations- und medienwissenschaftlichen Perspektiven aufzeigen und einen gemeinsamen Diskussionsraum schaffen. Besonderes Interesse fanden die Vorträge, die sich mit den Potenzialen neuerer theoretischer Ansätze wie Queer Studies, Intersektionalität und Performativität auseinandersetzten. Vor allem im Eingangsreferat von Elisabeth Klaus und Margreth Lünenborg und in der offenen Abschlussdiskussion hatte die Tagung einen stark selbstreflexiven Charakter. Zur Sprache kam unter anderem das Risiko der ‚neoliberalen Vereinnahmung‘ geschlechtertheoretischen Wissens und feministischen Engagements und die fehlende strukturelle Etablierung der Gender-Forschung in der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft.

WIEBKE SCHOON

Weitere Informationen:

www.gender-queer-medien.de

FG PR und Organisationskommunikation „Alles nur Theater?“ – Authentizität und Inszenierung in der Organisationskommunikation, 05.-07. November 2009, Offenburg

Teilnehmerzahl: 43; **Anzahl der Vorträge:** 15

Tagungsfazit: Authentizität und Inszenierung sind im PR-Diskurs bislang vor allem unter operativen Gesichtspunkten thematisiert worden. Authentizität als normativer Anspruch an PR-Arbeit und Inszenierung als Sammelbegriff für den Einsatz von Methoden und Instrumenten, mit deren Hilfe Themen so ‚in Szene‘ gesetzt werden sollen, dass sie Zielgruppen erreichen. Dieser operativen und praxisorientierten Perspektive setzte die Fachgruppe mit der Tagung in Offen-

burg eine theoretisch und empirisch fundierte Perspektive entgegen und diskutierte operative Konsequenzen sowie mediale Rahmenbedingungen. Authentizität wurde in der Regel als Zuschreibungsleistung von Rezipienten interpretiert. In den meisten empirisch orientierten Beiträgen wurde auf die Probleme hingewiesen, Authentizität trennscharf zu operationalisieren. Die Anknüpfungspunkte von PR-Inszenierungen an die PR-Ethik diskutierten zum Abschluss Günter Bentele und Klaus Merten. Die Diskussion zeigte, wie wenig Berührungspunkte es zwischen einer deskriptiven und präskriptiven Perspektive mitunter gibt – und wie wünschenswert sie wären. Insgesamt hat die Tagung alternative theoretische und empirische Zugänge zur Authentizität und Inszenierung aufzeigen können, erst weitere Forschung wird zeigen, ob Authentizität zu einer zentralen Kategorie einer PR-Theorie werden kann.

OLAF HOFFJANN

Weitere Informationen:

www.dgpuk.de/fg_pr/

FG Medienökonomie

„Public Value in der Digital- und Internetökonomie“, 12.-14. November 2009, Hamburg

Teilnehmerzahl: 80; **Anzahl der Vorträge:** 17

Tagungsfazit: Die Referenten und Teilnehmer der Tagung verdeutlichten die unterschiedlichen Standpunkte und interdisziplinären Herangehensweisen an den Public Value-Begriff. Dabei zeigte sich, dass der Begriff inhaltlich weiter zu diskutieren und zu klären ist. Der Aktualitätsbezug der Tagung entstand durch die Drei-Stufen-Tests, die dazu dienen, den gesellschaftlichen Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Internet mit Blick auf die Auswirkungen auf das Marktgeschehen sowie auf den publizistischen Wettbewerb zu konkretisieren. Auf der Tagung wurde der Public Value der Medien aber auch jenseits der aktuellen Debatte diskutiert. Viele Mitglieder der DGPK und eine große Anzahl an Gästen aus Österreich, der Schweiz, Dänemark, Deutschland und der Region besuchten die Tagung. Die Themen der Tagung stießen auch über die fachwissenschaftliche Diskussion hinaus auf Interesse. Dadurch wurde die Tagung durch viele Diskussionsbeiträge bereichert.

HARDY GUNDLACH

Weitere Informationen:

www.bui.haw-hamburg.de/225.html

www.dgpuk.de/index.cfm?id=4117

FG Journalistik/Journalismusforschung

„Journalism Research in the Public Interest“,
19.-21. November 2009, Winterthur

Mitveranstalter: SGKM, FG Journalismusforschung; ECREA, Journalism Studies Section; ICA, Journalism Studies Division; IAMCR, Journalism Research and Education Section

Teilnehmerzahl: 120; **Anzahl der Vorträge:** 70

Tagungsfazit:

Inhaltlich widmete sich die internationale Tagung schwerpunktmäßig dem Wissenstransfer von Ergebnissen der Journalismusforschung in relevante soziale Institutionen wie Politik, Regulierung, Journalistenausbildung, Medienorganisationen und dem Journalismus selbst. Im Zentrum stand die Frage, was die Journalismusforschung zum öffentlichen Diskurs beitragen kann und welches die entscheidenden Faktoren für einen erfolgreichen Wissenstransfer sind. Dabei traf die Tagung auf eine sehr gute internationale Resonanz. Die Teilnehmer kamen aus 20 Ländern, was zu einer internationalen und lebhaften Diskussions-Atmosphäre beigetragen hat. Dabei wurde deutlich, dass die Kommunikation zwischen Journalismusforschern und der Praxis einerseits Verbesserungspotenziale aufweist, diese Potenziale im Fach andererseits unterschiedlich bewertet werden. So wurde das Verhältnis zwischen Forschern und Journalisten mit einer Arzt-Patient-Beziehung verglichen, was von anderen Teilnehmern moniert wurde. Kontrovers diskutiert wurde zudem die Forderung, Journalismusforscher mögen ihre Ergebnisse in einer Sprache mitteilen, die auch Medienmachern zugänglich ist.

THOMAS HANITZSCH, VINZENZ WYSS

FG Soziologie der Medienkommunikation und Computervermittelte Kommunikation

„Digital Media Technologies Revisited“, 20.-22. November 2009, Berlin

Mitveranstalter: ECREA, Section Digital Communication and Culture

Teilnehmerzahl: 63; **Anzahl der Vorträge:** 31

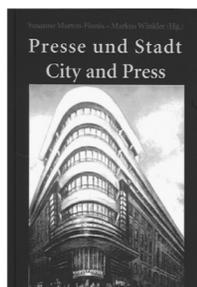
Tagungsfazit: Die internationale Tagung hatte zum Ziel, bisherige theoretische und empirische Erkenntnisse bezüglich digitaler Medientechnologien und deren Zusammenhang mit Medien- und Kulturwandel kritisch zu reflektieren. Dies geschah auch vor dem Hintergrund, aktuelle Medienentwicklungen besser verstehen und einordnen zu können. Die Vorträge der disziplinär und national recht unterschiedlich verorteten Wissenschaftler machten deutlich, dass keine einfachen und allgemeinverbindlichen Antworten auf diese Fragestellung zu erwarten sind. Schwerpunkte der Tagung lagen auf Mensch-Computer-Interaktionen sowie dem Spannungsfeld Identität, Gemeinschaft und Körper in Zeiten der Digitalisierung. Ein weiteres wichtiges Themenfeld war die Frage nach den Konsequenzen der Digitalisierung für die klassischen Medien. Das Fazit der Tagung: Der angeregte Dialog der verschiedenen Disziplinen und ihrer unterschiedlichen Forschungstraditionen wurde als fruchtbarer und notwendiger erster Schritt zum tieferen Verständnis der Komplexität des aktuellen digitalen Medienwandels empfunden.

MAREN HARTMANN, JEFFREY WIMMER, MARTIN EMMER

Weitere Informationen:

www.dgpuk.de/mediensoziologie

Anzeige



Bd. 39: Presse und Stadt. Zusammenhänge – Diskurse – Thesen. Herausgegeben von Susanne Marten-Finnis und Markus Winkler.



Bd. 44: Irmtraud Ubbens: Sein Kampf für Recht, Freiheit und Anstand war notorisch. Moritz Goldstein – „Inquit“. Journalist und Gerichtsberichterstatter bei der Vossischen Zeitung



Bd. 45: Jürgen Wilke: Massenmedien und Journalismus in Geschichte und Gegenwart. Gesammelte Studien.



Bd. 46: Esther-Beate Körber: Zeitungsextrakte. Aufgaben und Geschichte einer funktionellen Gruppe frühneuzeitlicher Publizistik.



Bd. 48: Historische und systematische Kommunikationswissenschaft. FS für Arnulf Kutsch. Hg. von Stefanie Averbek-Lietz, Petra Klein und Michael Meyen.



Bd. 51: Arnulf Kutsch/Johannes Weber (Hg.): 350 Jahre Tageszeitung

2. durchges. Auflage.

Presse und Geschichte – Neue Beiträge Fundament aktueller Forschung aus der edition lumière
Hrsg. von Astrid Blome, Holger Böning und Michael Nagel

Bestellungen versandkostenfrei bei edition.lumiere@arcormail.de oder Fax 0421 36 48 704
Verlagsprogramm: <http://www.editionlumiere.de>

Internationalität muss sich lohnen

Wo stehen wir? Wo wollen wir hin?

Internationalisierung: Jeder spricht darüber und niemand würde sagen, sie sei nicht wichtig. Aber was bedeutet Internationalisierung eigentlich? Welchen Stellenwert hat sie in der Forschung und Lehre unseres Faches, vor allem für Nachwuchswissenschaftler? Ist die deutsche Kommunikationswissenschaft international genug?

Klaus Schönbach schrieb vor sechs Jahren in der Publizistik: „Internationalisierung einer Wissenschaft ist keine Maßnahme, sondern eine Haltung. Und: Es gibt Internationalität nur, wenn sie sich bezahlt macht.“ Wenn Internationalität in der Kommunikationswissenschaft, wie Schönbach weiter darlegt, aus rezeptiver und aktiver Internationalität besteht, dann sind wir international. Wir integrieren Forschungsergebnisse aus dem Ausland in unsere Arbeiten und Seminare. Und wir machen unsere Forschung durch Publikationen, Vorträge und Mitarbeit an internationalen Projekten international sichtbar.

Thematische und strukturelle Entwicklungen

Blättert man die Programme der jüngsten ICA- und IAMCR-Jahrestagungen durch, so steht fest: Deutsche Wissenschaftler machen einen sehr guten Anteil an den internationalen Tagungsteilnehmern aus; sie stellen den größten Anteil nicht-angelsächsischer Tagungsteilnehmer bei den jährlichen ICA-Tagungen. Und auch die Fachgruppen kooperieren erfolgreich, vor allem mit europäischen Partnern. Durch ICA, IAMCR, ECREA usw. pflegen wir den wissenschaftlichen Austausch mit ausländischen Partnern.

In den letzten Jahren hat sich zudem thematisch und strukturell viel getan. Das Thema „Medien und internationale Beziehungen“ steht auf der Agenda der Jahrestagung der Fachgruppe „Kommunikation und Politik“ und des Arbeitskreises „Politik und Kommunikation“ der DVPW, ein Netzwerk interkulturelle und internationale Kommunikation wurde gegründet; deutsche Wissenschaftler sind aktiv im „Network of European Political Communication Scholars“; es ist Normalität geworden, Tagungen nicht nur auf deutsch zu halten.

Dennoch bleiben einige Fragen: Welches Ausland meinen wir, wenn wir von International-

ität reden? Ganz klar: In erster Linie die USA. Die ICA ist damit ebenfalls zentral. Und Konferenzen im Rahmen der ECREA oder IAMCR sind sicher nützlich im Lebenslauf. Doch wie systematisch nehmen wir Forschung zum Beispiel aus Frankreich oder Italien zur Kenntnis und integrieren sie in unsere? Das gleiche gilt für die britische oder skandinavische Forschung.

Von welcher Form der Internationalisierung sprechen wir? Internationalisierung findet nicht nur auf Konferenzen und in Journals statt. Welche Bedeutung hat es, wenn (Nachwuchs-)Wissenschaftler in Frankreich, in England oder den Niederlanden einen Lehrauftrag annehmen, diesen sogar in der Landessprache durchführen? Erasmus unter Studierenden ist gefragt, aber wie sieht es mit Erasmus-Austausch unter europäischen Kollegen aus – und vor allem, was bringt er im Lebenslauf und was bringt er persönlich?

Ein Schlüssel zu Antworten liegt sicher in der jeweiligen Forschungsrichtung. Doch auch da gilt: Wir müssen genauer hinsehen. Ein Blick nach England, Frankreich, Italien etc. und auch Asien könnte sich lohnen. Komparative Forschungsperspektiven versprechen gewinnbringende Einsichten für die eigene Arbeit, nicht nur – wie oben dargelegt – in bereits erfolgreichen Initiativen zur politischen Kommunikations- und zur Journalismusforschung.

Aber vor allem gilt: Wenn wir Internationalität tatsächlich honorieren wollen, so sollte dies auch in den Stellenausschreibungen noch deutlicher werden, und zwar in ihrer Vielschichtigkeit, denn Internationalität gibt es nur, wenn sie sich lohnt *und* sie Sinn macht, und das trifft im Jahr 2010 genauso zu wie vor sechs Jahren.

KATRIN DÖVELING, DRESDEN

Die Redaktion freut sich über weitere Beiträge zur Diskussion um die Internationalität in der DGPK.



Antworten suchen und Fragen finden

15 Fragen an Olaf Jandura

1 Die wenigsten, die an einem kommunikationswissenschaftlichen Institut arbeiten, wollten zu Beginn ihres Studiums Wissenschaftler werden – wie war das bei Ihnen?

Auch ich hatte mich in die Kommunikationswissenschaft nicht mit dem Ziel eingeschrieben, in die Wissenschaft zu gehen. Es war eher das persönliche Interesse an einem Gegenstand, der mich Zeit meines Lebens begleitete: Als Sohn eines Zeitungsredakteurs war Journalismus für mich etwas Spannendes, über das ich mehr wissen, was ich aber auch hinterfragen wollte.

2 Und wie kam es, dass Sie dann eine wissenschaftliche Karriere eingeschlagen haben?

Das habe ich vor allem Wolfgang Donsbach zu verdanken. Fast von Beginn des Studiums an konnte ich am Dresdner Institut für Kommunikationswissenschaft als studentische Hilfskraft an Projekten mitarbeiten. Es ist etwas ganz anderes, über Theorien und Methoden

nur zu lesen oder aber selbst Bevölkerungsbefragungen, Inhaltsanalysen und Beobachtungen zu begleiten. Mit jedem Projekt und der wachsenden Selbstständigkeit wuchs meine Neugier am Fach, und so habe ich nicht lange gezögert, als ich nach dem Studienabschluss eine Stelle als wissenschaftlicher Mitarbeiter angeboten bekam.

3 Wer oder was in der Kommunikationswissenschaft hat Sie besonders motiviert, vorangebracht oder fasziniert?

Es reizt mich ungemein, Antworten auf offene Fragen zu suchen – und dabei schon die nächsten Fragen zu entdecken. Eigentlich ist es noch mehr das Finden von Lösungswegen, also die Suche nach der richtigen Methodenkombination, was ich spannend finde. Dabei profitiere ich von der guten Zusammenarbeit mit meinen akademischen Lehrern. Seit ich in München bin, ist dies besonders Hans-Bernd Brosius, der ein gesundes Gleichgewicht von Fordern und Fördern lebt. Ohnehin fasziniert mich das IfKW-Arbeitsklima,

das fast mit einer täglichen DGPK-Tagung vergleichbar ist.

4 Ist da auch etwas, das Sie gelangweilt, erschreckt oder gar abgestoßen hat?

Nichts, was es nicht auch in anderen Lebens- und Berufssituationen gäbe: strukturelle Gegebenheiten, Personen, mit denen man sich auf verschiedene Weise versteht... Hier bin ich Pragmatiker: Wichtig ist, dass man aus den vorgefunden Gegebenheiten das Bestmögliche macht und perspektivisch die Situation verändert.

5 Was empfinden Sie am langen Prozess Ihrer akademischen Qualifikation (Promotion, Habilitation, Berufungsverfahren) als lästig, überflüssig oder unzumutbar?

Sicher, die Mehrstufigkeit der Weiterqualifikation und die teils recht restriktiven zeitlichen Vorgaben sind anstrengend und im internationalen Vergleich nicht gerade wegweisend. Aber ich sehe auch hier das Gute darin: Man lernt, Forschung und Lehre zu verknüpfen, hat Gelegenheit, verschiedene Stufen der akademischen Selbstverwaltung kennen zu lernen und ist angehalten, durch die – natürlich stets als zu knapp empfundenen – gesetzten Fristen Projekte termingerecht fertig zu stellen. Spätestens durch die Promotion weiß man ja, worauf man sich eingelassen hat.

6 Haben Sie hartnäckig wiederkehrende berufliche Träume?

Wer nach der Promotion im Wissenschaftsbetrieb bleibt, hat natürlich das Ziel der Berufung auf eine Professur im Auge. Inhaltlich fände ich es klasse, wenn die Verzahnung von wissenschaftlichen Erkenntnissen und ihrer praktischen Anwendung besser gelänge und ich an einer Schnittstelle säße, die den Dialog zwischen unterschiedlichsten Gruppen (Politik, Gesellschaft, Wissenschaft) vorantreibt.

7 Was würden Sie als Wissenschaftsminister Ihres Landes sofort ändern?

Da ist er wieder, der Pragmatiker: Ich glaube nicht daran, dass spontane Richtungswechsel in der Bildungspolitik viel bringen würden. Mittelfristig würde ich mich intensiv für ein ausgewogenes



Dr. Olaf Jandura ist seit Oktober 2006 akademische Rat a.Z. am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der LMU München und seit September 2008 Sprecher der DGPK-Fachgruppe Methoden.

Verhältnis von Studienbeiträgen und einem Stipendensystem einsetzen, das sicherstellt, dass bestimmte gesellschaftliche Gruppen aufgrund ihrer finanziellen Verhältnisse nicht vom Studium ausgeschlossen bleiben. Meine Münchner Erfahrung zeigt, dass der richtige Einsatz der Studienbeitragsmittel den Studierenden eine bessere Lehre und Betreuung ermöglicht und die Wissenschaftler von Verwaltungsaufwand entlastet.

8 Wenden sich Kommunikationswissenschaft und verwandte Disziplinen in Forschung und Theoriebildung den entscheidenden Themen zu?

Rückfrage: Was sind die „entscheidenden Themen“? Die Frage der Relevanz ist immer abhängig von den Kriterien, die man anlegt. Was subjektiv unabdingbar erscheint – nicht zuletzt, weil man sein eigenes Tun vor sich und anderen rechtfertigen will –, muss es im größeren Forschungskontext nicht unbedingt sein. Ich denke jedoch, dass das Themenspektrum unseres Faches so breit und die Relevanzeinschätzungen der Forscher so vielfältig sind, dass man diese Frage mit ja beantworten kann.

9 Wie beurteilen Sie den Auftritt verschiedener inhaltlicher und methodischer Richtungen im Fach und den Umgang miteinander?

Die theoretischen und methodischen Schulen im Fach tragen – wie man nicht zuletzt in der Diskussion über das Selbstverständnispapier gesehen hat – zur Identitätsbildung des Faches, aber auch zum Wettbewerb untereinander bei. So lange die Gruppen dabei voneinander konstruktiv Kenntnis nehmen, bringt das das Fach voran.

10 Gelingt es dem Fach, sich als „nützliche Wissenschaft“ in Medienpraxis und Gesellschaft Gehör zu verschaffen?

Die Zahl der selbst ernannten Experten im Bereich der Kommunikation übersteigt die der wissenschaftlich etablierten bei Weitem. Egal ob Medienschaffender, -nutzender oder gar -verweigerer: Alle sind der Meinung, im Thema zu stehen. Ich sehe durchaus Potenziale, die Bedeutung und Befunde der Kommunikationswissenschaft sichtbar zu machen und so stärker in die Gesellschaft zu strahlen. Wenn etwa in Lehrplänen die Rolle der Medien im politischen System integriert bzw. Medienkompetenz als Lernziel ausgegeben wird, sollten Fachvertreter ein starkes Interesse an der Weiterbildung der Multiplikatoren haben.

11 Ist die Kommunikationswissenschaft eine kommunikative Wissenschaft?

Gemessen an den langen Abenden auf Tagungen: Selbstverständlich!

12 Welchen Kongress wollten Sie immer schon einmal organisieren?

So mancher würde diese Frage auf mich bezogen vielleicht umformulieren: Welche Tagung wollen Sie eigentlich nicht organisieren? Während meiner Dresdner Zeit fanden dort zwei DGPUK-Jahrestagungen und eine ICA-Konferenz statt, seit ich in München bin, war ich in die Organisation verschiedener Fachgruppentagungen einbezogen. Aus dieser Erfahrung heraus muss ich sagen, dass man leider inhaltlich nicht so viel mitbekommt, wenn man organisatorische Verantwortung trägt. Trotzdem wäre ich sofort dabei, wenn es um eine Theorie und Praxis verknüpfende Tagung zu Auswirkungen der digitalisierungsgetriebenen Medienkonvergenz ginge.

13 Und welches Buch werden Sie irgendwann einmal schreiben?

Ich habe meiner Mutter gerade das selbst zu füllende Buch „Erzähl mal, Oma“ geschenkt. Vielleicht greife ich eines Tages diese Idee auf und halte für meine Kinder und/oder Enkel Begebenheiten und Erinnerungen aus meiner Kinder- und Jugendzeit fest.

14 Welche Projekte beschäftigen Sie derzeit?

Zurzeit arbeite ich an meiner Habilitation zum zeitversetzten Fernsehen. Ich möchte die Effekte der zunehmend programm- und zeitsouveränen Fernsehnutzung durch das Publikum sowohl auf die Rezipienten als auch auf Medienunternehmen untersuchen.

15 Gibt es Momente, in denen Sie die Wörter „Kommunikation“, „Medien“ und „Wissenschaft“ nicht mehr hören können? Was tun Sie dann, um sich zu erholen?

Nachdem ich mich aus dem Berg von Bilderbüchern, die meine Tochter um und über uns aufgetürmt hat, ausgegraben habe, lasse ich mich von meinem Sohn auf den Fußballplatz entführen. Am Abend öffne ich dann eine Flasche spanischen Rotwein und träume von der nächsten Wandertour.

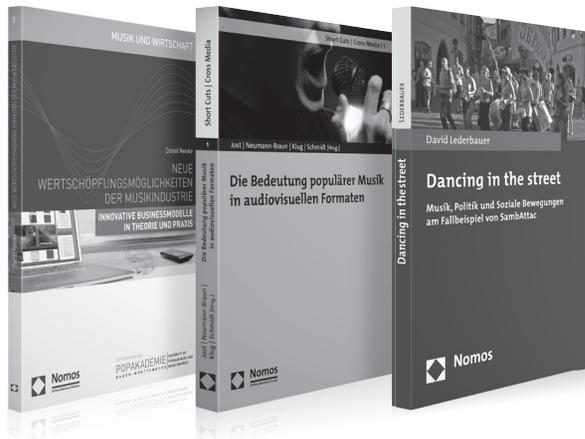
Den „Fragebogen“ beantworten jüngere Wissenschaftler in der DGPUK.



Welche Tagung wollen Sie eigentlich nicht organisieren?



Musik und Medien



Neue Wertschöpfungsmöglichkeiten der Musikindustrie

Innovative Businessmodelle in Theorie und Praxis
Von Daniel Reinke

2009, 118 S., brosch., 19,- €, ISBN 978-3-8329-5053-8

(Musik und Wirtschaft - Schriftenreihe der Popakademie Baden-Württemberg, Bd. 1)

Die Allgegenwärtigkeit von Musik hat die klassische Wertschöpfungskette der Musikbranche kräftig durcheinander gewirbelt. In diesem Buch werden verschiedene Ansätze neuer Wertschöpfungsmöglichkeiten beschrieben und auf ihre Praxistauglichkeit überprüft.

Die Bedeutung populärer Musik in audiovisuellen Formaten

Herausgegeben von Christofer Jost, Klaus Neumann-Braun, Daniel Klug und Axel Schmidt

2009, 245 S., brosch., 29,- €, ISBN 978-3-8329-4999-0

(Short Cuts | Cross Media, Bd. 1)

Der Sammelband legt den Fokus auf den Aspekt der medialen Einbindung von populärer Musik in audiovisuelle Formate.

Dancing in the street

Musik, Politik und Soziale Bewegungen am Fallbeispiel von SambAttac

Von David Lederbauer

2009, 192 S., brosch., 29,- €, ISBN 978-3-8329-4444-5

Das Werk möchte die emotionale Beziehung zwischen der Musik und sozialen Bewegungen genauer untersuchen und neue Einblicke in diese spannende Thematik liefern.



Nomos

Bitte bestellen Sie im Buchhandel oder versandkostenfrei unter ► www.nomos-shop.de

Schon wieder: Ein Wahljahr!

Was die Jahrestagung in Ilmenau bringt

Die Jahrestagung in Ilmenau wirft bereits Schatten. Die Organisatoren vor Ort erstellen gerade das Tagungsprogramm, das mit bis zu fünf parallelen Panels anspruchsvoll ist, wenn auch nicht so umfangreich wie bei der Jahrestagung in Bremen. Mit Keynotes, Fachgruppensitzungen und Sonderfenstern wird auch die Ilmenauer Tagung wieder ein breites und abwechslungsreiches Programm bieten.

Wie üblich wird die Mitgliederversammlung (MGV) am Donnerstag inmitten des Programms stattfinden. Die MGV weist eine umfangreiche Tagesordnung auf, mit einer ganzen Reihe wichtiger Punkte. So ist 2010 ein Wahljahr für die Mitglieder der DGPK, denn der zweijährige Turnus des amtierenden Vorstandes endet im Mai 2010. Rudolf Stöber wird nach zwei Amtszeiten nicht mehr kandidieren, Ulrike Röttger und Klaus-Dieter Altmeppen wollen dagegen weitermachen. Ende Februar endete die Vorschlagsfrist für Nominierungen für den Vorstand, in der nächsten Rundmail der Vorsitzenden werden die von den Mitgliedern vorgeschlagenen ‚Nominees‘ vorgestellt.

Und immer wieder: Lesen

Zu den weiteren wichtigen Tagesordnungspunkten der MGV gehört die Abstimmung darüber, ob die Zeitschriftenabonnements (*Publizistik* und *Medien & Kommunikationswissenschaft*) auch ab 2012 über den Mitgliedsbeitrag finanziert und an alle Mitglieder verschickt werden. Der Vorstand hält eine Verlängerung des Abonnements für sehr sinnvoll und verhandelt intensiv mit den Verlagen, um akzeptable Konditionen zu erreichen. Über die Ergebnisse dieser Verhandlungen werden wir in Ilmenau berichten und abstimmen. Ebenfalls intensiv verhandelt werden die Bedingungen für ein Online-Journal. Patrick Rössler treibt dies mit viel Engagement voran. Über die Konditionen und eine Einbindung in die DGPK wird ebenfalls auf der MGV zu reden sein.

Nach Jahren wieder: Der künftige Name

Ein gewichtigerer Tagesordnungspunkt wird der Name der Fachgesellschaft sein. Schon in Bremen hat die MGV darüber diskutiert; es liegen ferner die Ergebnisse der Online-Umfrage dazu vor, in der „Aviso“-Ausgabe 48

haben mehrere Kollegen ihre Standpunkte niedergeschrieben, und auch in einigen Fachgruppen ist eine Namensänderung diskutiert worden. Aus Sicht des Vorstands steht in Ilmenau weniger die breite Diskussion an als vielmehr die abschließende Abstimmung.

Nochmal schon wieder: Erhebungen

Auch die Datenlage und die Informationen über die Leistungen der Kommunikations- und Medienwissenschaft werden 2010 mehrfach Gegenstand von Untersuchungen sein. Bereits im Mai wird die Online-Erhebung zur „Forschungslandschaft Kommunikations- und Medienwissenschaft“ ins Feld gehen. Ihr Ziel ist es, die (theoretischen wie empirischen) Leistungen aller Mitglieder der DGPK in der Forschung im Rückblick der Jahre 2005 bis 2009 abzubilden. Damit sollen die Stärken und Schwächen in der Forschungslandschaft ermittelt und Argumente für die öffentlichen und fach- und wissenschaftspolitischen Diskurse gesammelt werden. Im Herbst beginnt dann der erneute Durchlauf der Erhebungen zum CHE-Ranking. Darüber wird Christoph Neuber-

ger in einem eigenen Fenster in Ilmenau berichten. Der Vorstand bittet schon jetzt alle Mitglieder um eine rege Teilnahme an den Befragungen bzw. an den Zuarbeiten für die CHE-Erhebung.

Bitte nicht: Schwaches Engagement

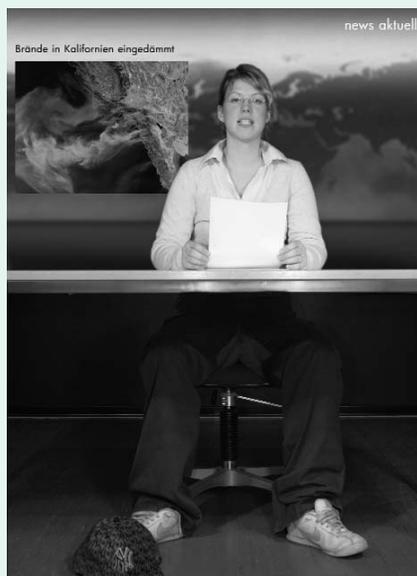
Ein wenig Sorge bereitet dem Vorstand, dass es zunehmend mühsamer wird, Kolleginnen und Kollegen zu finden, die bereit sind, die notwendigen Arbeiten (insbesondere Gutachten) für die Preisverleihungen der DGPK zu übernehmen. Mehr und mehr handeln wir uns Absagen ein und es nimmt geraume Zeit in Anspruch, immer wieder neue Ansprechpartner anzumailen und Überzeugungsarbeit zu leisten. Der Vorstand ist der Ansicht, dass derartige Aufgaben, auch wenn sie ehrenamtlich sind, für Mitglieder selbstverständlich sein sollten. Es gehört zur guten Kultur der Fachgesellschaft, die von ihr selbst ins Leben gerufenen symbolischen Handlungen gemeinschaftlich zu tragen. Der Vorstand würde sich freuen, wenn künftig mehr Engagement gezeigt wird.

FÜR DEN VORSTAND
KLAUS-DIETER ALTMPEPEN

FOTOS: UNTER DER GÜRTELLINIE

Die Fotos in dieser „Aviso“-Ausgabe sind in einer Lehrveranstaltung von Prof. Götz Greiner im Studiengang „Medienwirtschaft und Journalismus“ an der Jade Hochschule Wilhelmshaven entstanden. Unter dem Titel „Investigativjournalismus“ sollten die Studierenden inszenierte Bildserien erstellen, die durch inhaltliche und formal-ästhetische Zusammenhänge den Betrachter mit einer neuen Sichtweise überraschen oder mit etwas Unerwartetem konfrontieren.

Mit ihrer Serie „Unter der Gürtellinie“ lädt die Studentin Friederike Ball zum metaphorischen Blick hinter die Kulissen des Nachrichtengeschäfts ein.



UVK: Fachbücher

für Kommunikations- & Medienwissenschaft

Medienethik



Dominik Bartoschek, Volker Wolff
Vorsicht Schleichwerbung!

2010, 164 Seiten

15 s/w Abb. und 30 farb. Abb., br.

ISBN 978-3-86764-210-1, € (D) 17,90

Die Vermischung von redaktionellem Teil und Werbung schleicht sich zunehmend in den Medien ein und untergräbt deren Glaubwürdigkeit. In diesem Buch werden zahlreiche Fälle und Entscheidungskriterien zum sogenannten »Trennungsgrundsatz« präsentiert, die Journalisten helfen sollen, Schleichwerbung zu erkennen und zu vermeiden.



Peixin Cao

Media Incidents

Power Negotiation on Mass Media in Time of China's Social Transition

2010, 198 Seiten, br.

ISBN 978-3-86764-225-5, € 24,00

Peixin Cao's exciting study of media incidents in contemporary China breaks new methodological ground. It combines cultural and media studies perspectives to illuminate the political and historical complexities of China's present-day mediascape. The author's examination of the Chinese public sphere will have important consequences for the discussion of this much debated subject.

www.uvk.de



UVK Verlagsgesellschaft mbH

Einspruch!

„Einspruch“ ist der Ort für Polemik, Satire, Sticheleien, kleine Ungehörigkeiten und andere überraschende Analysen.

Impressum

Herausgeber:

Vorstand der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK)

Redaktion:

Petra Werner & Kristina Wied (beide verantwortlich)
Bernhard Pörksen (Debatte)
Klaus-Dieter Altmeyden (Vorstand)
Stefan Weinacht (Neu erschienen)

Layout und Gestaltung:

Petra Werner & Kristina Wied

Anzeigenakquise:

Stefan Weinacht

Erscheinungsweise:

Zweimal jährlich

Anschrift der Redaktion:

Institut für Informationswissenschaft
Fachhochschule Köln
Claudiusstraße 1, 50678 Köln
Telefon: 0221/8275-3373
E-Mail: petra.werner@fh-koeln.de,
kristina.wied@uni-bamberg.de

Druck:

Louis Hofmann Druck, Sonnefeld

Mehr als eine Frage des Dresscodes

„Schrecklich! Alles so furchtbar theoretisch!“ jammert Kollege A. „Nichts ist praktischer“, kontert Kollege B., Kurt Lewin zitierend, „als eine gute Theorie“. Ja, schon klar, und empirisch wird nichts so heiß gegessen, wie es theoretisch gekocht wird. Und letztlich ist alle Theorie grau... Unser Verhältnis zu Theorie ist häufig ein gespaltenes. Wir wissen um ihre fundamentale Bedeutung, aber behandeln sie wie eine Option – als hätten wir die Wahl: mit oder ohne. Dabei können wir allenfalls zwischen begründeten und unreflektierten, brauchbaren und unbrauchbaren Theorien wählen.

Stimmt schon: Theorien folgen Moden. Oft wird auch genau so mit ihnen umgegangen. Dabei plündern wir die Kleiderkammern der Nachbardisziplinen, vor allem der Soziologie: Lange konnte man im Mantel der kritischen Theorie nicht viel falsch machen. Dresscodes aber ändern sich. Es wurde schick, im raffiniert gewebten Gewande Luhmanns aufzutreten und zu parlieren (auch wenn längst nicht alles Luhmann ist, was dieses Etikett trägt). Der Überwurf der politischen Ökonomie hingegen vergammelt seit Jahrzehnten in der Garderobe. Und Fachvertreter im knapp sitzenden Rational-Choice-Sakko werden bis heute scheel beäugt. Eigene kommunikationswissenschaftliche Theorien aber, gar aus der deutschsprachigen Fachcommunity, sind Mangelware.

Nur: Mit der bloßen Übernahme von Theorien ist es nicht getan. Sie müssen sich in der Zurüs-

tung und Anwendung auf kommunikationswissenschaftliche Problemstellungen bewähren und bedürfen der Profilierung und Kritik in der Auseinandersetzung mit konkurrierenden Theorieangeboten. Das erfordert Arbeit („Arbeit...“, stöhnt Kollege A., „schrecklich!“). Und diese Arbeit ist nicht allein Sache einzelner passionierter Kommunikationsforscher, sondern Aufgabe der Disziplin und ihrer Fachgesellschaft. Theoriearbeit braucht Raum und einen institutionellen Rahmen.

Als vor Jahren der Vorschlag aufkam, eine DGPK-Fachgruppe „Theorien der Kommunikation“ oder „Kommunikations- und Medientheorien“ zu gründen, kam prompt die Antwort: Das sei Quatsch, Kommunikationsforschung ohne Theorie sei grundsätzlich nicht möglich und eine eigenständige Theorie-Fachgruppe daher unsinnig. Aha. Vielleicht hätte man das auch mal den Kollegen auf der anderen Seite des Atlantiks stecken sollen. Denn in den internationalen Fachgesellschaften ICA und AEJMC gehören entsprechende Fachgruppen zu den großen und produktiven Divisions.

Im Übrigen wurde etwa zur selben Zeit in der DGPK die FG „Methoden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft“ gegründet (Ist Forschung ohne Methode weniger undenkbar?). Sie gehört nach nur zehnjährigem Bestehen zu den stark nachgefragten und mitgliederstärksten DGPK-Fachgruppen. Wäre es nicht an der Zeit, noch einmal ernsthaft über Chancen und Nutzen einer FG „Theorie und Methodologie der Kommunikationswissenschaft“ nachzudenken?

JOHANNES RAABE, BAMBERG

Anzeige

HV HERBERT VON HALEM VERLAG



JENS WOELKE / MARCUS MAURER /
OLAF JANDURA (Hrsg.)
Forschungsmethoden für die Markt- und Organisationskommunikation
Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft, 5
2010, 296 S., 32 Abb., 28 Tab., Broschur,
213 x 142 mm, dt.
EUR(D) 28,00 / EUR(A) 28,70 / sFr. 47,10
ISBN 978-3-938258-58-3



MARTIN WELKER / CARSTEN WÜNSCH (Hrsg.)
Die Online-Inhaltsanalyse.
Forschungsobjekt Internet
Neue Schriften zur Online-Forschung, 8
2010, 480 S., 40 Abb., 20 Tab., Broschur,
213 x 142 mm, dt.
EUR(D) 28,00 / EUR(A) 28,70 / sFr. 47,10
ISBN 978-3-938258-53-8



JASPER A. FRIEDRICH
Politische Instrumentalisierung von Sport in den Massenmedien
Eine strukturationstheoretische Analyse der Sportberichterstattung im DDR-Fernsehen
Sportkommunikation, 6
2010, 448 S., 15 Abb., 7 Tab., Broschur,
213 x 142 mm, dt.
EUR(D) 30,00 / EUR(A) 30,70 / sFr. 50,40
ISBN 978-3-938258-54-5



JÜRGEN WILKE
Personen, Institutionen, Prozesse.
Fachgeschichtliche Beiträge zur Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
Theorie und Geschichte der Kommunikationswissenschaft, 7
2010, 256 S., Broschur, 213 x 142 mm, dt.
EUR(D) 27,50 / EUR(A) 28,15 / sFr. 46,30
ISBN 978-3-86962-005-3



CARSTEN REINEMANN / RUDOLF STÖBER (Hrsg.)
Wer die Vergangenheit kennt, hat eine Zukunft.
Festschrift für Jürgen Wilke
2010, 360 S., 23 Abb., 15 Tab., Broschur,
213 x 142 mm, dt.
EUR(D) 29,50 / EUR(A) 30,20 / sFr. 49,60
ISBN 978-3-938258-93-4

Informieren Sie sich über diese und andere Neuerscheinungen aus 2010 unter <http://www.halem-verlag.de>. Wir liefern ab EUR 20,00 Bestellwert versandkostenfrei innerhalb Deutschlands.

Der Herbert von Halem Verlag steht für Qualität im wissenschaftlichen Publizieren. Wir haben Ihr Interesse geweckt? Dann schreiben Sie uns unter: info@halem-verlag.de

<http://www.halem-verlag.de>

<http://www.rkm-journal.de>