

# Aviso



Informationsdienst der Deutschen  
Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Nr. 51

DGPuK

Oktober 2010

## DEBATTE: BOLOGNA-PROZESS: AUSWIRKUNGEN AUF DIE KMW

**Bologna polarisiert** VON BEATRICE DERNBACH

**Forschendes Lernen ist weiter möglich**

VON MARTIN LÖFFELHOLZ & JENS WOLLING

**Ausbildung oder Bildung? Auswirkungen auf die Lehre**

MIT TEXTEN VON HANS-BERND BROSIUS UND HOLGER WORMER & SUSANNE FENGLER

**Sektoraler Qualifikationsrahmen: Flexibel muss er sein!**

VON PATRICK RÖSSLER

**Berufseinstieg von BA-Absolventen**

MIT TEXTEN VON CARLA SAPPOK UND CHRISTOPH NEUBERGER

**Mobilität ist keine Einbahnstraße**

MIT TEXTEN VON HARTMUT WESSLER UND BEATRICE DERNBACH

## NEU ERSCHIENEN & INTERNATIONALE PUBLIKATIONEN

ZUSAMMENGESTELLT VON STEFAN WEINACHT

**NACHGEFASST 55. DGPuK-Jahrestagung Ilmenau**

MIT TEXTEN VON JENS WOLLING UND ALEXANDER KOTTE

## TAGUNGEN

**ZWISCHENRUF M&K erneut nicht im SSCI**

VON UWE HASEBRINK & CHRISTIANE MATZEN

**ZWISCHENRUF Große Summen, monströse Bürokratie?**

VON THORSTEN QUANDT & MARKUS LEHMKUHL

## NACHRICHTEN & PERSONALIEN

**VORGESTELLT NETZWERK MEDIENSTRUKTUREN**

**DER FRAGEBOGEN AUSGEFÜLLT VON SIMONE HUCK-SANDHU**

**AUS DEM VORSTAND VON KLAUS-DIETER ALTMEPPEIN**

**EINSPRUCH Das Bologna-Komplott** VON PETRA WERNER

## AVISIERT

2 Diese Kolumne haben wir unter das  
3 Motto „Mitmachen!“ gestellt. Der  
4 Aufruf, sich zu beteiligen, Themen vor-  
5 zuschlagen, Texte zu verfassen, bezieht  
6 sich auf alle Rubriken des „Aviso“.

6 In der „Debatte“, von Beatrice Dern-  
7 bach konzipiert und betreut, beschäfti-  
8 gen wir uns mit den Auswirkungen der  
9 Bologna-Reform auf unser Fach. Elf  
6 Autorinnen und Autoren haben sich  
7 schon an der Debatte beteiligt – womit  
8 die Diskussion über Für und Wider,  
9 über Wie und Wohin mit BA/MA sicher  
10 noch nicht erschöpfend geführt wurde.

8 Auch unsere Rubrik „Nachrichten &  
9 Personalien“ erfordert Ihr Mitmachen:  
10 Wenn Ihre Berufung, Ernennung, Eh-  
11 rung, die Übernahme einer wichtigen  
12 Funktion oder Vertretung im „Aviso“  
13 erwähnt werden soll, dann informieren  
14 Sie uns bitte! Nach welchen Regeln Ver-  
15 öffentlichtungen in „Neu Erschienen &  
16 Internationale Publikationen“ aufge-  
17 nommen werden, wird auf den entspre-  
18 chenden Seiten erläutert.

16 Und zu guter Letzt: Wer sich mit einer  
17 Idee für eine studentische Foto-Serie  
18 zur Illustration des „Aviso“ meldet, be-  
19 kommt ein Frei-Abol!

PETRA WERNER & KRISTINA WIED

Anzeige



Wolfgang Schweiger |  
Klaus Beck (Hrsg.)  
**Handbuch  
Online-Kommunikation**

2010. 549 S. Geb. EUR 39,95  
ISBN 978-3-531-17013-8

www.vs-verlag.de



## Politische Kommunikation



### Mehr Responsivität durch neue digitale Medien?

Die elektronische Wählerkommunikation von Abgeordneten in Deutschland, Schweden und den USA

Von Thomas Zittel

2010, 268 S., brosch., 49,- €, ISBN 978-3-8329-5368-3

(Kommunikation in Politik und Wirtschaft, Bd. 2)

Das Internet bietet neue Gelegenheiten zur direkten Kommunikation zwischen Abgeordneten und ihren Wählern. Diese Untersuchung fragt, ob Mandatsträger ein Interesse an der Nutzung dieser Gelegenheiten entwickeln, und warum sie das mit welchen Folgen tun.

### Regierungskommunikation im 21. Jahrhundert

Ein Vergleich zwischen Großbritannien, Deutschland und der Schweiz

Von Martina Vogel

2010, 212 S., brosch., 29,- €, ISBN 978-3-8329-5116-0



**Nomos**

Bitte bestellen Sie im Buchhandel oder versandkostenfrei unter ► [www.nomos-shop.de](http://www.nomos-shop.de)

# Bologna polarisiert

## Zu den Wirkungen der Reform im Fach

Was bedeutet der Bologna-Prozess für die Kommunikations- und Medienwissenschaft? Welche Ein- und Auswirkungen hat er auf Lehre und Forschung? Wie lässt sich die vielfach geforderte Mobilität gestalten? Und was leisten die Bachelor- und Master-Abschlüsse zur Berufsbefähigung der Absolventen? Es ist an der Zeit, die Bologna-Reform und ihre Auswirkungen auf die Kommunikations- und Medienwissenschaft zu diskutieren. Diese Debatte soll der Aufschlag sein.

Die Präsidentin der Hochschulrektorenkonferenz, Margret Wintermantel, bezeichnete den Bologna-Prozess einmal als eine der größten Reformen, die vergleichsweise schlecht kommuniziert worden sei. Die europäischen Bildungsminister hatten 1999 im italienischen Bologna beschlossen, innerhalb von zehn Jahren die Hochschullandschaft durch die Einführung einer einheitlichen Währung in zweistufigen Hochschulstudiengängen (das European Credit Transfer System ECTS in BA- und MA-Programmen) sowie durch die Anerkennung der Abschlüsse durchlässiger zu gestalten. Die Hochschulen waren gezwungen, die Pläne umzusetzen – selbstverständlich ohne zusätzliche Mittel und

ohne zusätzliches Personal. Die Curricula mussten ‚modularisiert‘, also die Veranstaltungen in inhaltlichen Paketen zusammengefasst werden; die Prüfungsordnungen waren zu ändern, denn nun sollten nicht der Input und das Abprüfen desselben, sondern die Lernergebnisse im Mittelpunkt aller Lehre stehen; es galt mehrseitige und zweisprachige Diploma Supplements statt einfacher Zeugnisse zu schreiben und dies alles gipfelte in aufwändigen, zeitraubenden und unter Qualitätsgesichtspunkten fragwürdigen Akkreditierungsverfahren.

Bei der großen Bologna-Konferenz im Mai 2010 waren sich alle einig, dass der Prozess noch lange nicht abge-

schlossen ist. Die Studentenproteste in Deutschland und anderen Ländern haben klar gemacht, dass die Reform reformbedürftig ist. So sollen nun die Studiengänge entschlackt und viele Prüfungen wieder abgeschafft werden, Mobilitätsfenster sollen garantieren, dass Studierende auch an andere Hochschulen im In- und Ausland wechseln können und eine höhere Flexibilität im Hinblick auf die Anerkennung andernorts erbrachter, äquivalenter Leistungen soll längere Studienzeiten aufgrund von

Auslandsaufenthalten verhindern.

Die Kommunikations- und Medienwissenschaft bzw. die DGPK haben bis dato nicht bilanziert, welche Ein- und Auswirkungen die Bologna-

Beschlüsse hatten und haben. Bei den Jahrestagungen der vergangenen Jahre traf sich immer wieder ein Grüppchen Unerschrockener, um über BA- und MA-Programme, über Mobilität und Akkreditierung, über Qualifikationsrahmen und die Anerkennung im Ausland erbrachter Leistungen zu diskutieren. Bei den meisten anderen Kolleginnen und Kollegen erntete das Thema Schweigen, leises Grummeln oder gar zornige Plädoyers. Wozu der ganze Aufwand? Das System sei verschult, funktioniere nur nach ökonomischen Effizienzkriterien und habe sich vom Humboldtschen Bildungsideal verabschiedet.

Bologna polarisiert.



Leider unterliegt gerade die (Hochschul-)Bildung im föderalistischen Deutschland Moden und Ideologien und ist im hohen Maße abhängig von der Investitionsbereitschaft der Politik. Bisweilen geht es nicht um Bildungsziele, sondern um politische Scharmützel. Je nach Machtverteilung in der Landesregierung, die für das jeweilige Hochschulgesetz verantwortlich ist, werden die Bologna-Beschlüsse mehr oder weniger kreativ und sinnvoll umgesetzt und mit entsprechenden finanziellen Mitteln unterfüttert. Aber auch die Hochschulen, die Fakultäten, die Studiengänge und einzelne Professoren kochen ihre eigenen

Bologna-Ragouts. Ob sich Studenten hier noch zurecht finden, scheint mindestens zweitrangig.

Die folgenden Debatten-Beiträge werfen Spotlights auf den Bologna-Prozess in der Medien- und Kommunikationswissenschaft; ausgewählt wurden die Aspekte Lehre und Forschung, Mobilität und Employability, die von jeweils zwei Autorinnen bzw. Autoren bearbeitet worden sind; eine Art Exkurs gibt es zum Thema Qualifikationsrahmen. Diese Beiträge ergeben kein vollständiges und repräsentatives Bild, regen aber vielleicht Anschlusskommunikation an.

BEATRICE DERNBACH, BREMEN



## Forschendes Lernen ist weiter möglich

### Wichtig ist und bleibt eine gute Methodenausbildung

**S**age es mir, und ich werde vergessen. Zeige es mir, und ich werde erinnern. Beteilige mich, und ich werde verstehen.“ Diese Lao-tse zugeschriebene Sentenz beschreibt in einfachen Worten die Relevanz des forschenden Lernens. Akademische Curricula enthalten daher seit langem didaktische Formen, die Studierende zur wissenschaftlichen Eigenarbeit anregen. Im Zeitalter modularisierter BA-/MA-Studiengänge sind beispielsweise viersemestrige Forschungsprojektseminare nicht mehr umsetzbar. Was also bedeutet die Umstellung für die forschungsnahen Lehre? Ist diese nur noch in Master-Studiengängen möglich? Am Institut für Medien und Kommunikationswissenschaft der Technischen Universität Ilmenau haben wir die Umstellung vor einigen Jahren vollzogen – mit ambivalenten Konsequenzen für das forschende Lernen.

In Bachelor-Arbeiten findet sich weiterhin eine große Themenvielfalt: eher klassische Arbeiten zur Medienqualität, den Auswirkungen technischer Neuerungen auf journalistische Arbeitsbedingungen, Rezeptionsstudien, Public-Relations-Analysen, Expertenbefragungen zu Werbekonzeptionen sowie themenfokussierte Inhaltsanalysen. Mindestens in gleichem Maße beschäftigen sich BA-Studierende mit weniger erforschten Themen wie etwa der Weiterleitung von Online-Videos, den Anwendungen von mobilen 3DTV-Angeboten oder mit Nutzer-erzeugten Inhalten in der Spiele-Industrie.

Erhalten geblieben ist auch die Bandbreite der dabei eingesetzten Forschungsmethoden. Aller-

dings zeichnet sich – ohne dass wir das genau quantifizieren können – eine Tendenz zur Exploration, zu Fallstudien und kleineren Stichproben sowie generell eher zur qualitativen als zur quantitativen Forschung ab. Insbesondere systematische experimentelle Tests von Variablenzusammenhängen sind Mangelware. Verantwortlich für diese Entwicklung ist nach unserer Einschätzung vor allem die deutlich kürzere Bearbeitungszeit.

Um die Durchführung empirischer Studien weiterhin zu ermöglichen, haben wir an der Methodenausbildung nur geringe Abstriche gemacht und versuchen, den Zeitverlust damit zu kompensieren. So bemühen wir uns um eine stärkere Abstimmung unterschiedlicher Lernformen: In einem Seminar zur Rezeptionsforschung werden Forschungsfragen diskutiert, im Methodenkurs das notwendige Instrumentarium zur Beantwortung dieser Fragen erlernt, im studienbegleitenden Medienprojekt dann die entsprechenden Daten erhoben, die anschließend in der Bachelor-Arbeit ausgewertet werden.



Foto: Pascal Amos Rest (siehe Text auf S. 23)

Dieser Idealfall forschenden Lernens unter BA-Bedingungen setzt freilich eine hohe Eigenkoordination der Studierenden voraus.

Fazit: Das Interesse an Forschung lässt sich auch in Bachelor-Studiengängen wecken. Die Motivation der Studierenden, forschendes Lernen zu erproben, ist keineswegs geringer als in Magister- oder Diplomstudiengängen. Vorteilhaft ist die genaue Ausweisung des Arbeitsaufwandes: Klarer als früher zeigt das Kreditpunkte-System, dass Studierende außerhalb des Seminars zusätzliche

Anstrengungen unternehmen müssen. Die Heranführung des wissenschaftlichen Nachwuchses bleibt gleichwohl schwierig, weil weniger Zeit für die forschende Zusammenarbeit mit Hilfskräften zur Verfügung steht und zudem mit der Zulassung externer Studierender im Master-Studiengang die Karten neu gemischt werden – mit der Folge, dass die Methodenkenntnisse deutlich heterogener als im alten System sind.

MARTIN LÖFFELHOLZ & JENS WOLLING,  
ILMENAU

DE  
BAT  
TE

## „Ausbildung“ statt Bildung?

### Auswirkungen der Bologna-Reform auf die Lehre an der LMU

**E**s kommt darauf an, was man daraus macht. Das ist für mich das entscheidende „Learning“ der letzten acht Jahre, die wir am Institut für Kommunikationswissenschaft mit der Schaffung, Reformierung und Re-Reformierung des BA-Studiengangs verbracht haben. Man muss Spielräume suchen und sie konsequent nutzen. Zu Beginn waren wir viel zu gehorsam und haben zwischen Ministerium, Hochschulleitung, Rechtsabteilung und Prüfungsämtern versucht, es allen recht zu machen. Herausgekommen ist etwas, was

schwer zu studieren war, einen immensen Koordinationsaufwand gebracht hat und neben der Welt der Prüfungs- und Studienordnungen schnell eine Parallelwelt der praktischen Durchführung der Studiengänge hat entstehen lassen. Mittlerweile sind Spielräume entstanden, die man je nach Art und Ziel der Studiengänge

gesehen, dass Modulteilprüfungen nicht sinnvoll sind.

Bildungsziele und Learning Outcomes sind an der LMU definiert und ausführlich beschrieben. Ich halte das in dieser Form dennoch für falsch. Dies alles ist ein Zeichen dafür, dass wir mit BA-Studiengängen „Ausbildung“ statt Bildung betreiben. Letztere umfasst doch weit mehr als Modulbeschreibungen, Literaturlisten und Lernstoff. Gerade in unseren Fächern mit vergleichsweise wenig Konsens, was Studierende an zentralen Inhalten wissen müssen, wird deutlich, dass ein Kanon von Inhalten und Prüfungen nicht bzw. nur in Grenzen sinnvoll ist. Bachelor-Studierende haben kaum Freiheiten, arbeiten Prüfungsleistungen ab. Ganze Module werden ins Hirn hinein- und dann auch genauso schnell wieder hinausbefördert.

Zum Teil scheinen unsere Studierenden die Freiheiten eines Magisterstudiums gar nicht zu wollen; die Karriereplanung erfordert scheinbar ein zügiges Studium, in dem man klar gesagt bekommt, was wann in welchem Umfang zu tun ist. Ein wichtiges Ziel hat die Bologna-Reform klar verfehlt: Die Mobilität der Studierenden wird definitiv nicht durch gestufte, normierte und modularisierte Studiengänge gefördert. Zu unterschiedlich die Modulgrößen, die Modulhalte, die Prüfungsformen und die ECTS-Punktevergabe. Und dies gilt nicht allein für Auslandssemester, selbst national sind Studienortwechsel viel schwieriger geworden. Dass unsere Studierenden trotzdem ins Ausland gehen, bewundere ich und fördere dies, so gut es geht.

HANS-BERND BROSIOUS, MÜNCHEN



Foto: Jenna Günnewig

ausschöpfen kann. Zu Beginn haben fast alle Fächer den Fehler gemacht, die alten achtsemestrigen Studiengänge in sechs Semester Bachelor zu pressen. Dies und die studienbegleitenden Prüfungen haben zu erheblich mehr Stress für Studierende, aber auch Dozierende geführt. Selbst unsere Rechtsabteilung hat inzwischen ein-

# Keine zwei Welten

## Erfahrungen an der TU Dortmund

Das Institut für Journalistik der TU Dortmund hat sich von Anfang für möglichst lange, also achtsemestrige BA-Studiengänge entschieden – und gegen Widerstand in der Bologna-Bürokratie durchgekämpft. Unsere Studierenden verbringen sechs Semester an der Universität und (wie zuvor) zwei Semester im Rahmen eines integrierten Volontariats in den Massenmedien. Daher lässt sich dieser Bachelorabschluss tatsächlich als „erster berufsqualifizierender Abschluss“ etikettieren. Der stark projektorientierte Masterstudiengang richtet sich in erster Linie an Studierende, die mittelfristig eine Führungsposition in den Medien anstreben oder den Weg in Journalismusforschung und Wissenschaft suchen.

Ein erstes Zwischenfazit aus den Erfahrungen des BA-Studiengangs Wissenschaftsjournalismus (bevor im kommenden Jahr der erste BA-Jahrgang Journalistik das Institut verlässt und der erste MA-Jahrgang startet): Wir gehen davon aus, dass sich die Zahl unserer – beruflich meist sehr erfolgreichen – Studienabbrecher verringern wird; in der Vergangenheit kam mancher junge Journalist, der sich während des Volontariats schon in den Medien etablieren konnte, nicht mehr zurück an die Universität, die relativ lange Hauptdiploms-Phase vor Augen. Die Modernisierung der Inhalte hat letztlich jedoch mehr mit dem Wandel der Medien zu tun: So hätte man etwa die Stärkung crossmedialer Inhalte ebenso gut auch in einem Diplom-Studiengang vollzogen; die BA/MA-Umstellung war hier eher willkommener Anlass als eigentlicher Grund. Wo möglich ist dies auch eine Erklärung dafür, dass die Volontariatspartner in den Medien erstaunlich gelassen auf die neuen Etiketten für das Studium reagiert haben.

Größter Kritikpunkt war und ist der Aufwand der Umstellung – ohne zusätzliche Mittel, ohne zusätzliches Personal musste der aufwändige Akkreditierungsprozess in und außerhalb der Universität bewältigt werden. Auch für die Lehrredaktionen birgt das neue Prinzip Probleme. Basierte der Diplomstudiengang stark auf dem Tutorienprinzip, in dem Rückkehrer aus dem Volontariat Grundstudierende als CvD und Redaktionsleiter anleiten konnten, bleibt in der verkürzten Studienphase nach dem Volontariat nunmehr weniger Zeit für Tutorienarbeit. Und paradoxerweise ist ein Auslandsaufenthalt fast schwerer im Studienplan unterzubringen als vor der Reform. Auch hierfür werden sich aber Wege finden lassen – etwa durch mehr Flexibilität bei der Anerkennung von Leistungen im Ausland.

HOLGER WORMER & SUSANNE FENGLER,  
DORTMUND

## Edition Reinhard Fischer



### Possible Worlds

Filmische Dialektik in den Spielfilmen von Robert Lepage

Von Mikko Linnemann

2010, 143 S., brosch., 24,- €, ISBN 978-3-8329-5356-0 (Filmstudien, Bd. 60)

Das Buch widmet sich als erste deutschsprachige filmwissenschaftliche Studie dem Schaffen von Robert Lepage und analysiert seine zentralen filmischen Motive mit Hilfe des methodischen Konzepts der Dialektik. Dabei wird ebenso der Lepages Werke prägende kulturelle und filmhistorische Kontext erörtert, wie verbindende Themen und Ästhetiken aufgezeigt. Die Frage nach der Intermedialität der Filme und ihr Beitrag zum Identitätsdiskurs Québecs vervollständigen den Text.



### Public Relations und Massenkommunikation

Einrichtung von Pressestellen um die Wende des 20. Jahrhunderts

Von Denise Bieler

2010, 270 S., brosch., 39,- €, ISBN 978-3-8329-4731-6 (Geschichte der Kommunikation, Bd. 1)

Sind PR-Mitarbeiter und Pressesprecher Manipulateure der Wahrheit und Journalisten nur ihre willfährigen Gehilfen? Oder sind beide notwendige und wichtige Bestandteile der öffentlichen Kommunikation? Das Buch beantwortet diese Frage anhand einer Analyse von Fallstudien zur Entstehungsgeschichte der PR in Deutschland und ihrer Bedeutung in der Massenkommunikation.



## Nomos

Bitte bestellen Sie im Buchhandel oder versandkostenfrei unter ► [www.nomos-shop.de](http://www.nomos-shop.de)

# Flexibel muss er sein!

## Gedanken zu einem sektoralen Qualifikationsrahmen

DE  
BAT  
TE

**Ü**ber einen sektoralen – also fachbezogenen – Qualifikationsrahmen hat die DGPK bereits vor Jahren nachgedacht: Im Sommer 2005 legte ihr Akkreditierungsausschuss zwei Leitfäden (für Fachvertreter bzw. Gutachter) vor, die neben anderem auch „fachspezifische Kriterien für die Akkreditierung von KMW-Studiengängen“ umfassten\*. Aus meiner Sicht ist das dort formulierte Prinzip einer Balance zwischen Vielfalt und Anschlussfähigkeit nach wie vor gültig und tragfähig. Ein so genannter „Integrationsbereich“ soll einen Grundbestand an Fachinhalten bündeln, um zum einen die nationale Mobilität der Studierenden zu erleichtern und zum anderen auch externen Anspruchsgruppen (etwa Arbeitgeber, Bildungspolitiker, Studienbewerber) einen konzisen Eindruck von wesentlichen Gegenstandsbereichen unseres Fachs zu vermitteln.

Dieser Integrationsbereich kann um spezifische Kompetenzbereiche ergänzt werden, wie die Fokussierung auf einzelne Berufsfelder, bestimmte Medien oder Forschungsmethoden, wobei auch die Unterschiedlichkeit in den Zugängen und Perspektiven, die unser Fach auszeichnet, unbedingt erhalten werden sollte. Genannt sind in dem Leitfaden sechs Gebiete, zu denen zumindest Grundlagenwissen vermittelt werden sollte: (1) Theorien und Modelle; (2) mediale Aussagenentstehung; (3) Medienformen und -inhalte; (4) Mediensystem Deutschlands; (5) Medienrezeption und -wirkung; (6) empirische Methoden. Dies scheint mir auch vor dem Hintergrund des medialen Wandels noch plausibel und anpassungsfähig.

Die bis heute entscheidende – und ungelöste –

Frage betrifft dessen Verbindlichkeit. Aus eigener Erfahrung weiß ich, dass er von Akkreditierungsagenturen bei der Begutachtung von Studienangeboten berücksichtigt wird. Auch bei der Konturierung des Fachs in den Diskussionen der AG des Wissenschaftsrats zur Weiterentwicklung der Kommunikations- und Medienwissenschaften war die offene Liste hilfreich. Eine strengere Festlegung (etwa von Credits oder Lehrveranstaltungen) hätten seinerzeit nicht nur die Agenturen zurückgewiesen – auch im Fach wäre darüber nur schwerlich Konsens zu erzielen gewesen.

Die Einführung eines sektoralen Qualifikationsrahmens würde diese Diskussion wiederbeleben. Grundsätzlich würden von einem Mindestmaß an Standardisierung alle Beteiligten profitieren: Studienbewerber wie Lehrende, Absolventen wie deren spätere Brötchengeber. Aber angesichts der immer noch heterogenen Ressourcenlage und der Varianz in den Bedingungen an den einzelnen Standorten müsste es sich unbedingt um einen sehr flexiblen Rahmen handeln. Betrachtet man die existierenden Vorbilder, etwa im Anhang der BMBF-Broschüre „Qualifikationsrahmen“\*\*, so wären eine Differenzierung hinsichtlich der unterschiedlichen Niveaus (BA, MA, Doktorat) und die Formulierung von Kompetenz-Outcomes (an Stelle der Aufzählung von Fachgebieten) zu leisten.

**PATRICK RÖSSLER, ERFURT**

\* abrufbar unter: [www.dgpk.de](http://www.dgpk.de) unter „Meine DGPK > Aus dem Verein > Info-Broschüren“

\*\* [http://www.bmbf.de/pub/band\\_zwei\\_berufsbildungsforschung.pdf](http://www.bmbf.de/pub/band_zwei_berufsbildungsforschung.pdf)

# Volontariat ist conditio sine qua non

## Art des Studienabschlusses für den Berufseinstieg unerheblich

**E**s gibt nicht nur einen Weg in den Journalismus. Der sicherste Weg jedoch war, ist und bleibt (voraussichtlich) ein Volontariat. In den öffentlich-rechtlichen Anstalten ist es eine conditio sine qua non. Ob frei oder fest, kaum jemand arbeitet in den ARD-Funkhäusern, der nicht die interne Ausbildung durchlaufen hätte.

Bei Zeitungen verhält es sich ähnlich. Auch hier sind die hauseigenen Volontäre im Vorteil, wenn es gilt, einen Job zu ergattern. Sie haben das Unternehmen kennengelernt, sind mit seiner Philosophie vertraut und haben das journalistische Handwerk im Ernstfall erprobt. Ein Journalist, der das Fach studiert hat, wird, auch wenn er

die Grundlagen seines Fachs in der Praxis beherrscht, im Wettbewerb mit den ausgebildeten Volontären Nachteile haben. Ihm bleibt nicht erspart, was auch Absolventen anderer Fächer tun müssen, nämlich ein Volontariat zu durchlaufen. Voraussetzung dafür ist ein Studium, das muss aber nicht Journalistik sein. Anders ausgedrückt, der studierte Journalist hat weder Nach- noch Vorteile beim Berufseinstieg. Mit einem Studium, gleich welcher Art, weist der Berufsanfänger Analysefähigkeit, Durchhalte- und Denkvermögen und vertiefte Kenntnisse in einem bestimmten Fach nach. Für ein Medienunternehmen ist es wichtig, Know-how aus möglichst verschiedenen Bereichen unter dem eigenen Dach zu versammeln. Da finden sich Politik- ebenso wie Naturwissenschaftler oder Kunsthistoriker. Oft finden sie ihr Feld in einschlägigen Fachredaktionen. Der

studierte Journalist könnte es bei solcher Konkurrenz mitunter schwerer haben als andere Akademiker. Die Auseinandersetzung mit Theorien der Kommunikations- oder Medienwissenschaft wird in den Redaktionen vielfach nicht als Mehrwert angesehen, da diese Kenntnisse bei der täglichen Arbeit nicht ohne weiteres verwertbar sind. Die Fachkenntnis der journalistischen Arbeitsweisen, die Journalistikstudenten mitbringen, wird zwar anerkannt, gilt aber eher als ein „nice to have“, schließlich dient ja das Volontariat dazu, dieses spezifische Wissen zu erwerben. Letztlich wird sich durchsetzen, wer das Zeug zum Journalisten hat – da spielt es keine Rolle, welches Fach man studiert hat.

CARLA SAPPOK, STUTTGART

Carla Sappok ist Ressortleiterin Aktuelle Information (Hörfunk) beim SWR.

DE  
BATE  
TE

## Ein erfolgreicher Start

### Auswirkungen der Reform auf die Employability von Absolventen

**S**ind die Absolventinnen und Absolventen der Kommunikationswissenschaft berufstauglich? Im Wort „berufstauglich“ steckt die Annahme, dass der Beruf die Vorgaben definiert, nach denen passgenau ausgebildet werden muss. Berufsanfänger sollen, bildlich gesprochen, als kleine Rädchen ins große Räderwerk eingebaut werden können und dort auf Antrieb reibungslos funktionieren. Lernen durch Kopieren und das Trainieren der gängigen Praxis ist das Konzept von Volontariaten, Akademien und Journalistenschulen, nicht aber, zumindest nicht vorrangig eines Studiums. Zeit- und stellenweise mag dies ja genügen. Es reicht aber dann nicht mehr aus, wenn sich ein Beruf professionalisieren will (wie der Beruf des Öffentlichkeitsarbeiters) oder wenn er (wie im Fall des Journalismus) um seine Zukunft bangt.

Die Krise des Journalismus ist nicht nur eine ökonomische, sie ist auch dem schlechten Qualitäts- und Innovationsmanagement in den Redaktionen geschuldet. Die Fähigkeit, sich auf eine neue Umwelt einzustellen und Mitarbeiter zu gewinnen oder auszubilden, die diese Aufgabe bewältigen, ist keine Stärke der Medien. Das zeigen Statements von Medienmanagern und Chefredakteuren, in denen sie kundtun, wie sie auf die Herausforderung durch das Internet reagieren wol-

len. Es ist aber sehr wohl der Anspruch der Kommunikationswissenschaft, dafür Wissen und Reflexionsvermögen zu vermitteln. Die Redaktionen sollten mehr Interesse daran zeigen, diese Fähigkeiten zu erschließen und nutzbar zu machen.

Gleichwohl: Die Hochschulen müssen sich auch an der konkreten Nachfrage auf dem Arbeitsmarkt orientieren. Dass sich die Absolventinnen und Absolventen der Kommunikations- und Medienwissenschaft dort als vermittelbar erweisen, belegen die Ergebnisse der bisher größten (nicht-repräsentativen) Absolventenbefragung. Daran nahmen bundesweit 651 Absolventen der Examensjahrgänge 2006 und 2007 teil, die einen Bachelor-, Magister- oder Diplomabschluss an einer Universität oder Fachhochschule erworben hatten. Rund die Hälfte aller Befragten hatte schon während des Studiums oder direkt nach dem Examen die Zusage für die erste Stelle nach dem Studium. Spätestens ein halbes Jahr nach dem Abschluss hatten fast 90 Prozent eine Zusage. Dies sind – auch im Vergleich mit anderen Fächern – beachtliche Zahlen. Dass das Studium oft noch nicht „berufstauglich“ gemacht hat, lässt sich daran ablesen, dass knapp ein Drittel der Befragten in einer Art Übergangsphase (als Volontär, Trainee oder Auszubildender) ins Berufsleben gestartet ist. Öffentlichkeitsarbeit (25 Prozent)

und Journalismus (21 Prozent) sind die beiden wichtigsten Berufsfelder, wobei es Kommunikationswissenschaftler in der Öffentlichkeitsarbeit leichter haben als im Journalismus. Praxisnahe, auf einen bestimmten Beruf ausgerichtete Studiengänge bieten generell Vorteile nach dem Examen.

Sieht man sich speziell die Bachelor-Absolventen an, so schneiden diese keineswegs schlecht ab – auf den ersten Blick jedenfalls: Sie bekommen sogar schneller eine Stelle als Magister- oder Diplomabsolventen. Die Hälfte von ihnen hatte noch vor dem Ende des Studiums die Zusage für einen Arbeitsplatz. Wer einen Bachelor hat, verdient zwar weniger, findet aber genauso oft eine Festanstellung wie Absolventen mit anderen Abschlüssen. Und Bachelor-Absolventen sind genauso zufrieden mit ihrer beruflichen Situation wie Magister- und Diplom-Absolventen. Ist der

Bachelor also ein „Erfolgsmodell“?

Daran bleiben Zweifel: Knapp zwei Fünftel der Bachelor-Absolventen haben ein Masterstudium angehängt; und fast die Hälfte von ihnen gibt die mangelnde Akzeptanz des Titels in der Praxis als Grund an. Die Entscheidung zwischen Hochschule und Beruf dürfte also auch davon abhängig gewesen sein, ob frühzeitig Aussicht auf einen Arbeitsplatz bestanden hat. Das (vermeintliche) Risiko, mit dem „Bachelor“ auf dem Arbeitsmarkt zu scheitern, wollten viele offenbar gar nicht erst eingehen.

Außerdem belegt die Studie wieder einmal den paradoxen Befund: Das Studienfach ist (nach Auskunft der Befragten) wenig bekannt und nicht sonderlich akzeptiert bei den Personalverantwortlichen, dennoch starten seine Absolventinnen und Absolventen erfolgreich in den Beruf.

CHRISTOPH NEUBERGER, MÜNSTER

## Mehr als nur Learning Agreements

### Maßnahmen zur Förderung von Mobilität an der Uni Mannheim

**W**as kann man tun, um die Mobilität der Bachelor-Studierenden zu fördern? Nach unserer Erfahrung in Mannheim braucht man erstens im Fach oder in der Fakultät – am besten aber auf beiden Ebenen – Menschen, die sich engagieren. In unserem Fach betreut ein wissenschaftlicher Mitarbeiter die Mobilitätswilligen, und die Fakultät hat eine hauptamtliche Beauftragte für Internationales, die eng mit dem Akademischen Auslandsamt zusammenarbeitet. Bei sechs stark strukturierten Semestern im BA muss man die Studierenden intensiv beraten, wie das Auslandssemester in den Studienablauf einzupassen ist, wo es welche Stipendien gibt und welche ausländische Universität geeignet ist.

Dabei ist zweitens ein verbindliches Learning Agreement unerlässlich, in dem vorab vereinbart wird, welcher Kurs zu Hause durch welchen Kurs an der Auslandsuniversität ersetzt werden kann. Formell bestätigt wird diese Vereinbarung vom Prüfungsausschuss der Fakultät. Bei der Anrechnung der Seminare lassen wir Großzügigkeit und Flexibilität walten. Es ist ja nicht Sinn des Auslandsstudiums, dass am anderen Ort genau das studiert wird, was man auch zu Hause hätte haben können. Also: Wenn die Anforderungen mit denen zu Hause zusammen passen (hier hilft das

ECTS-System bei der Vergleichbarkeit), dann gewähren wir Raum für individuelle inhaltliche Schwerpunktsetzungen. Diese Flexibilität kann man übrigens schon in der Studiengangsplanung dadurch erleichtern, dass man im fünften BA-Semester, das nach unserer Erfahrung meist als Auslandssemester genutzt wird, besonders viele Wahlpflicht-Veranstaltungen vorsieht.

Und noch ein dritter Gedanke: Mobilität muss und sollte keine Einbahnstraße sein. Wer Studierende ins Ausland „schicken“ will, sollte bereit sein, selbst Austauschstudierende willkommen zu heißen. Das heißt, dass wir im BA und MA mindestens je eine englischsprachige Lehrveranstaltung pro Semester anbieten. Studierende, die mit Kommilitonen aus anderen Ländern gemeinsam lernen, interessieren sich leichter für ein eigenes Auslandssemester. Etwa die Hälfte eines Jahrgangs kommt in die Informationsveranstaltungen, immerhin ein knappes Fünftel geht dann auch tatsächlich ins Ausland. Uns ist kein Fall bekannt, in dem sich das Studium wegen des Auslandssemesters verlängert hätte – auch deshalb, weil die Rückkehrer lieber den einen vielleicht noch fehlenden Kurs parallel zur Bachelor-Arbeit nachholen, als noch ein Semester dranzuhängen.

HARTMUT WESSLER, MANNHEIM

# Der immense Aufwand lohnt sich

## Das integrierte Auslandssemester an der Hochschule Bremen

**S**chon im achtsemestrigen Diplom-Studiengang Fachjournalistik an der Hochschule Bremen war klar: Im dritten Studienjahr müssen die Studierenden für ein Semester ins Ausland gehen. Dieses ‚semester abroad‘ ist auch im Bachelor-Studiengang (7 Sem.) erhalten geblieben. Gewählt werden kann unter vielen Partner-Hochschulen (zum Beispiel gibt es vier DAAD-finanzierte Plätze an der indischen Universität Manipal); oder der Studierende sucht sich selbst ein Ziel. Betreut werden die jährlich circa 40 Outgoings vom fakultätseigenen International Office und der Auslandsbeauftragten des Studiengangs. Sie unterschreibt vorher Learning Agreements und garantiert so schon vor der Abreise, dass die gewählten Veranstaltungen nach bestandener Prüfung anerkannt werden. Im Zentrum der Auslandssemester-Module stehen nicht nur fachliche, äquivalente Inhalte, sondern soziale, sprich interkulturelle und kommunikative Kompetenzen. Wie gehen die Australier mit den Aborigines um? Welche Medien gibt es auf Malta? Was verstehen Inder unter Pressefreiheit?

Die Bremer Outgoings werden intensiv auf den Auslandsaufenthalt vorbereitet: Im zweiten Studienjahr nehmen sie an einem Seminar zur ‚Interkulturellen Kommunikation‘ teil, dessen Bestandteil unter anderem der Besuch der ‚International Days‘ an der Hochschule Bremen ist; bei dieser zweitägigen Veranstaltung wiederum berichten die Rückkehrer aus dem siebten Semester über ihre Erfahrungen. Zweiter Teil der Vorbereitung ist ein internationales Projekt, das mit den Partner-Hochschulen Groningen (NL) und Wilhelmshaven durchgeführt wird. Hier stehen ein Rollenspiel sowie Debatten zu aktuellen politischen Themen in englischer Sprache auf der Agenda.

Das Auslandsgeschäft ist nicht immer einfach: Was passiert, wenn an der ausländischen Hochschule gestreikt wird, die Veranstaltungen nicht stattfinden oder – worst case – der Bremer Student die Prüfungen nicht besteht? Lösungen wurden bis dato für diese wenigen Einzelfälle immer gefunden. Eine Herausforderung liegt darin, Incomings aus den Partnerhochschulen mit englischsprachigen Lehrangeboten zu versorgen. Der Aufwand ist immens, lohnt sich aber, da alle Beteiligten sehr viel lernen können. Optimal ist, wenn auch Dozenten aus ausländischen Hochschulen in die Lehre integriert werden können, wie es seit drei Jahren mit Indien der Fall ist.

BEATRICE DERNBACH, BREMEN

## Konzepte. Ansätze der Medien- und Kommunikationswissenschaft



### Agenda-Setting

Von Marcus Maurer

2010, Band 1, 101 S., brosch., 17,90 €, ISBN 978-3-8329-4585-5

Der Band gibt eine knappe, leicht lesbare Einführung in die theoretischen Grundlagen, methodischen Zugänge, empirischen Befunde und gesellschaftlichen Konsequenzen des Agenda-Setting-Effekts der Massenmedien. Er eignet sich als Lehrbuch für Studierende ebenso wie als Einstiegslektüre für Kommunikationspraktiker und andere Interessierte.

### Nachrichtenwerttheorie

Von Michaela Maier, Karin Stengel und Joachim Marschall

2010, Band 2, 163 S., brosch., 19,90 €, ISBN 978-3-8329-4266-3

Wie wählen Journalisten aus der stetig wachsenden Informationsflut aus, was die Nachrichten des Tages werden? Wie entscheiden Redakteure, ob ein Ereignis berichtenswert ist? Diese Fragen beantwortet die Nachrichtenwerttheorie. Hier wird sie erstmals in einem verständlichen Lehrbuch vorgestellt, von den klassischen Studien bis zu aktuellen Forschungsmethoden.

### In Vorbereitung:

#### Parasoziale Interaktion und Beziehungen

Von Tilo Hartmann

2010, Band 3, ca. 131 S., brosch., ca. 19,90 €,

ISBN 978-3-8329-4338-7

Erscheint ca. Oktober 2010



## Nomos

Bitte bestellen Sie im Buchhandel oder versandkostenfrei unter ► [www.nomos-shop.de](http://www.nomos-shop.de)

Die angezeigten Monographien und Sammelbände sind in den letzten Monaten erschienen. Die Liste beruht auf Hinweisen von Autoren sowie auf den 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 bis 15. Januar um eine kurze Information per E-Mail an [s.weinacht@macromedia.de](mailto:s.weinacht@macromedia.de).

**Beck, Klaus; Reineck, Dennis & Schubert, Christiane** (2010). *Journalistische Qualität in der Wirtschaftskrise*. Konstanz: UVK. 298 S.

**Bentele, Günter; Großkurth, Lars & Seidenglanz, René** (2009). *Profession Pressesprecher 2009 III. Vermessung eines Berufsstandes*. Berlin: Helios Media. 222 S.

**Bentele, Günter; Liebert, Tobias; Hoepfner, Jörg & Buchele, Marc-Steffen** (2009). *Markenwert und Markenwertbestimmung. Eine systematische Modelluntersuchung und -bewertung*. 3., erw. Aufl. Wiesbaden: Gabler. 234 S.

**Bergamin, Per; Filk, Christian & Muralt Müller, Hanna** (Hg.) (2009). *Offene Bildungsinhalte (OER). Teilen von Wissen oder Gratisbildungskultur?* Bern: hep. 176 S.

**Bespalowa, Alla G.; Kornilow, Jewgenij A. & Pöttker, Horst** (Hg.) (2010). *Handbuch der journalistischen Genres in Deutschland und Russland*. Köln: von Halem. 424 S.

**Bleicher, Joan Kristin** (2010). *Internet*. Reihe: UTB Profile. Konstanz: UVK/UTB. 102 S.

**Bohrmann, Hans & Toepser-Ziegert, Gabriele** (Hg.) (2010). *Krise der Printmedien: Eine Krise des Journalismus?* Reihe: Dortmunder Beiträge zur Zeitungsforschung, Bd. 64. München: De Gruyter Saur. 128 S.

**Bonfadelli, Heinz & Meier, Werner A.** (Hg.) (2010). *Grüne Gentechnologie im öffentlichen Diskurs. Interessen, Konflikte und Argumente*. Konstanz: UVK. 270 S.

**Burkhardt, Steffen** (2009). *Praktischer Journalismus*. Reihe: Lehr- und Handbücher der Kommunikationswissenschaften. München: Oldenbourg. 318 S.

**Filk, Christian** (2009). *Episteme der Medienwissenschaft. Systemtheoretische Studien zur Wissenschaftsforschung eines transdisziplinären Feldes*. Reihe: Science Studies. Bielefeld: transcript. 389 S.

**Filk, Christian** (2010). *Rezeption privater Schweizer Radio- und Fernsehangebote unter crossmedialen und medienkonvergenten Marktbedingungen. Eine empirische Studie am Beispiel der Randregion Oberwallis*. Reihe: Massenmedien und Kommunikation, Bd. 178. Siegen: universi. 131 S.

**Fuhrberg, Reinhold** (2010). *PR-Beratung. Qualitative Analyse der Zusammenarbeit zwischen PR-Agenturen und Kunden*. Konstanz: UVK. 494 S.

**Göttlich Udo; Gebhardt, Winfried & Albrecht, Clemens** (Hg.) (2010). *Populäre Kultur als repräsentative Kultur. Die Herausforderung der Cultural Studies*. 2., durchges., erw. und akt. Aufl. Köln: von Halem. 376 S.

**Hackel-de Latour, Renate; Klenk, Christian; Schmolke, Michael; Stenert, Ute** (Hg.) (2010). *Vom Vorwort bis zum Friedhofsgespräch. Randlinien gesellschaftlicher Kommunikation*. Festschrift für Walter Hömberg. Reihe: Communicatio Socialis, Beiheft 11. Ostfildern: Matthias-Grünwald-Verlag der Schwabenverlag AG. 177 S.

**Harnischmacher, Michael** (2010). *Journalistenausbildung im Umbruch. Zwischen Medienwandel und Hochschulreform: Deutschland und USA im Vergleich*. Reihe: Forschungsfeld Kommunikation, Bd. 30. Konstanz: UVK. 314 S.

**Häusermann, Jürg; Janz-Peschke, Korinna & Rühr, Sandra Marion** (2010). *Das Hörbuch. Medium – Geschichte – Formen*. Konstanz: UVK. 386 S.

**Heinrich, Jürgen** (2010). *Medienökonomie*, Bd. 1+2. 2. Aufl.

bücher bücher bücher bücher bücher  
bücher

## Bücher von DGPUK-Mitgliedern

bücher bücher bücher bücher bücher  
bücher

Wiesbaden: VS.

**Hepp, Andreas; Höhn, Marco & Wimmer Jeffrey** (Hg.) (2010). *Medienkultur im Wandel*. Reihe: Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 37. Konstanz: UVK. 474 S.

**Hillebrecht, Steffen** (2009). *Kommunikation und Medien. Ein Arbeitsbuch für Hochschule und Praxis*. Gernsbach: Deutscher Betriebswirte Verlag. 213 S.

**Hischke, Sven; Mühlner, Jens; Salwiczek, Christian; Wolf, Malthe & Engel, Bernhard** (Hg.) (2010). *Erst fragen, dann machen – Mit Marktwissen zum Erfolg digitaler Innovationen*. Berlin: vistas. 316 S.

**Hoffmann, Olaf & Stahl, Roland** (2010). *Handbuch Verbandskommunikation*. Wiesbaden: VS. 459 S.

**Holtz-Bacha, Christina** (2010). *Die Massenmedien im Wahlkampf. Das Wahljahr 2009*. Wiesbaden: VS. 375 S.

**Hömberg, Walter; Hahn, Daniela & Schaffer, Timon B.** (Hg.) (2010). *Kommunikation und Verständigung. Theorie – Empirie – Praxis*. Festschrift für Roland Burkart. Wiesbaden: VS. 319 S.

**Hooffacker, Gabriele** (2010). *Online-Journalismus. Texten und Konzipieren für das Internet*. Berlin: Econ-Verlag. 272 S.

**Huber, Nathalie** (2010). *Kommunikationswissenschaft als Beruf. Zum Selbstverständnis von Professoren des Faches im deutschsprachigen Raum*. Köln: von Halem. 340 S.

**Kleiner, Marcus S.** (2010). *Grundlagentexte zur sozialwissenschaftlichen Medienkritik*. Wiesbaden: VS. 752 S.

**Kurz, Josef; Müller, Daniel; Pötschke, Joachim; Pöttker, Horst & Gehr, Martin** (2010). *Stilistik für Journalisten*. 2., erw. und überarb. Aufl. Wiesbaden: VS. 369 S.

**Lingenberg, Swantje** (2010). *Europäische Publikumsöffentlichkeiten. Ein pragmatischer Ansatz*. Reihe: Medien – Kultur – Kommunikation. Wiesbaden: VS. 284 S.

**Löblich, Maria** (2010). *Die empirisch-sozialwissenschaftliche Wende in der Publizistik- und Zeitungswissenschaft*. Köln: von Halem. 400 S.

**Maier, Michaela; Stengel, Karin; Marschall, Joachim** (2010). *Nachrichtenwerttheorie*. Reihe: Konzepte. Ansätze der Medien- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 2. Baden-Baden: Nomos. 163 S.

**Maurer, Marcus** (2010). *Agenda-Setting*. Reihe: Konzepte. Ansätze der Medien- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 1. Baden-Baden: Nomos. 101 S.

**Möhring, Wiebke & Schlütz, Daniela** (2010). *Die Befragung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Eine praxisorientierte Einführung. Studienbücher zur Kommunikations- und Medienwissenschaft*. 2. Aufl. Wiesbaden: VS. 201 S.

**Oehmichen, Ekkehardt & Ridder, Christa-Maria** (Hg.) (2010). *Die MedienNutzerTypologie 2.0. Aktualisierung und Weiterentwicklung des Analyseinstruments*. Reihe: Schriftenreihe Media Perspektiven, Bd. 20. Baden-Baden: Nomos. 276 S.

**Pörksen, Bernhard & Krische, Wolfgang** (Hg.) (2010). *Die Casting-Gesellschaft. Die Sucht nach Aufmerksamkeit und das Tribunal der Medien*. Köln: von Halem. 352 S.

**Rademacher, Patrick** (2010). *Politische Inhalte im Internet. Eine Untersuchung des Angebots von und der Nachfrage nach politischen Inhalten im World Wide Web am Beispiel von Volksabstimmungen in der Schweiz*. Köln: von Halem. 424 S.

**Roloff, Eckart** (2010). *Göttliche Geistesblitze. Pfarrer und Pries-*

ter als Erfinder und Entdecker. Weinheim: Wiley-VCH.

**Röttger, Ulrike (2010).** Public Relations – Organisation und Profession. Öffentlichkeitsarbeit als Organisationsfunktion. Eine Berufsfeldstudie. Reihe: Organisationskommunikation. 2., durchges. Aufl. Wiesbaden: VS. 352 S.

**Schaaf, Daniela (2010).** Testimonialwerbung mit Sportprominenz. Eine institutionenökonomische und kommunikationsemprische Analyse. Köln: von Halem. 424 S.

**Schemer, Christian; Wirth, Werner; Wunsch, Carsten (Hg.) (2010).** Politische Kommunikation: Wahrnehmung, Verarbeitung, Wirkung. Reihe: Reihe Rezeptionsforschung, Bd. 21. Baden-Baden: Nomos. 284 S.

**Schmidt, Siegfried J. (2010).** Die Endgültigkeit der Vorläufigkeit. Prozessualität als Argumentationsstrategie. Weilerswist: Velbrück Wissenschaft. 214 S.

**Schönstedt, Eduard & Breyer-Mayländer, Thomas (2010).** Der Buchverlag. Geschichte, Aufbau, Wirtschaftsprinzipien,

**Altmeppen, Klaus-Dieter (2010).** The Gradual Disappearance of Foreign News on German Television: Is there a future for global, international, world or foreign news? *Journalism Studies*, 11 (4), 567-576.

**Arendt, Kathleen; Rössler, Patrick; Kalch, Anja & Spitzner, Franziska (2010).** Children's Film in Europe. A Literature Review. Frankfurt a. M.: Peter Lang.

**Bentele, Günter & Wehmeier, Stefan (2009).** Commentary: Linking Sociology with Public Relations – Some Critical Reflections in Reflexive Times. In: Ihlen, O.; van Ruler, B. & Fredriksson, M. (eds.). *Public Relations and Social Theory. Key Figures and Concepts* (pp. 341-361). New York/London: Routledge.

**Couldry, Nick; Hepp, Andreas & Krotz, Friedrich (eds.) (2010).** Media Events in a Global Age. London u.a.: Routledge.

**Fröhlich, Romy & Holtz-Bacha, Christina. (2009).** The German journalism education landscape. In Terzis, G. (ed.). *European journalism education* (pp. 131-147). Bristol, UK: Intellect, The Mill; Chicago; IL: Intellect, The University of Chicago Press.

**Fröhlich, Romy & Lorenz, Sonja. B. (2009).** Self-employed public relations practitioners in Germany: "One-woman-shows" beyond male hierarchies? In Invernizzi, E.; Falconi, T.M. & Romenti, S. (eds.). *Institutionalising PR and corporate communication* (pp. 277-303). Varese, Italien: Pearson.

**Fröhlich, Romy (2009).** PR professionals in Germany: Far behind expectations? In Invernizzi, E.; Falconi, T. M. & Romenti, S. (eds.). *Institutionalising PR and corporate communication* (pp. 255-276). Varese, Italien: Pearson.

**Fröhlich, Romy (2010).** The coverage of war, security and defense policy: Do Women matter? A longitudinal content analysis of broadsheets in Germany. *European Journal of Communication*, 25(1), 1-10.

**Garcia Luengo, Oscar & Maurer, Marcus (2009).** A virtuous circle for all? Media exposure and political trust in Europe. *Confines de Relaciones Internacionales y Ciencia Política*, 5, 39-48.

**Gerhards, Jürgen & Schäfer, Mike S. (2009).** Two normative models of science in public. Human genome sequencing in German and US print media. *Public Understanding of Science*, 18 (4), 437-451.

**Gerhards, Jürgen & Schäfer, Mike S. (2010).** Is the Internet a better public Sphere? Comparing old and new media in Germany and the US. *New Media and Society*, 12(1), 143-160.

**Gerhards, Jürgen; Schäfer, Mike S. & Kämpfer, Sylvia (2009).** Gender Equality in the European Union: The EU Script and its Support by European Citizens. *Sociology*, 43(3), 515-534.

Kalkulation und Marketing. 3. Aufl. Stuttgart: J.B. Metzler. 381 S.

**Schweiger, Wolfgang & Beck, Klaus (2010).** Handbuch Online-Kommunikation. Wiesbaden: VS. 549 S.

**Thiele, Martina; Thomas, Tanja & Virchow, Fabian (2010).** Medien – Krieg – Geschlecht. Affirmationen und Irritationen sozialer Ordnungen. Reihe: Medien – Kultur – Kommunikation. Wiesbaden: VS. 363 S.

**Volpers, Helmut; Bernhard, Uli & Schnier, Detlef (2010).** Hörfunklandschaft Niedersachsen 2009. Strukturbeschreibung und Programmanalyse. Reihe: NLM, Bd. 26. Berlin: vistas. 356 S.

**Welker, Martin; Elter, Andreas & Weichert, Stephan (Hg.) (2010).** Pressefreiheit ohne Grenzen? Grenzen der Pressefreiheit. Köln: von Halem. 344 S.

**Westerbarkey, Joachim (Hg.) (2010).** EndZeitKommunikation. Diskurse der Temporalität. Reihe: Beiträge zur Kommunikationstheorie, Bd. 26. Münster: Lit. 304 S.

**Huck, Inga; Quiring, Oliver & Brosius, Hans-Bernd (2009).** Perceptual Phenomena in the Agenda-Setting Process. *International Journal of Public Opinion Research*, 21(2), 139-164.

**Klaus, Elisabeth (2009).** From Documentary to Reality TV. The Downfall of Public Television? In: Coelsch-Foisner, S. & Flothow, D. (eds.). *High Culture and/versus Popular Culture* (pp. 59-70). Heidelberg: Universitätsverlag Winter.

**Klaus, Elisabeth (2009).** Media Systems, Equal Rights and the Freedom of the Press. Gender as a Case in Point. In: Czepek, A.; Hellwig, M. & Nowak, E. (eds.). *Press Freedom and Pluralism in Europe. Concepts & Conditions* (pp. 101-114). Bristol, UK: intellect.

**Knobloch-Westerwick, Silvia & Keplinger, Caterina (2008).**

Murder for pleasure: Impacts of plot complexity and need for cognition on mystery enjoyment. *Journal of Media Psychology*, 20(3), 117-128.

**Knobloch-Westerwick, Silvia & Meng, Jingbo (2009).** Looking the other way: Selective exposure to attitude-consistent and counter-attitudinal political information. *Communication Research*, 36(3), 426-448.

**Knobloch-Westerwick, Silvia & Taylor, Laramie (2008).** The blame game: Elements of causal attribution and its impact on siding with agents in the news. *Communication Research*, 35(6), 723-744.

**Knobloch-Westerwick, Silvia; Appiah, Osei & Alter, Scott (2008).** News selection

patterns as a function of race: The discerning minority and the indiscriminating majority. *Media Psychology*, 11(3), 400-417.

**Knobloch-Westerwick, Silvia; David, Prabu; Eastin, Matthew S.; Tamborini, Ron; Greenwood, Dara (2009).** Sports Spectators' Suspense: Affect and Uncertainty in Sports Entertainment. *Journal of Communication*, 59(4), 750-767.

**Knobloch-Westerwick, Silvia & Hastall, Matthias R. (2010).** Please Your Self: Social Identity Effects on Selective Exposure to News About In- and Out-Groups. *Journal of Communication*, 60, 515-535.

**Knobloch-Westerwick, Silvia; Hastall, Matthias R. & Rossmann, Maik (2009).** Coping or escaping? Effects of life dissatisfaction on media content choices. *Communication Research*, 36(2), 207-228.

**Knobloch-Westerwick, Silvia; Musto, Paige & Shaw, Katherine (2008).** Rebellion in the top music charts: Defiant messages

internationale Publikationen  
internationale Publikationen  
internationale Publikationen  
internationale Publikationen  
internationale Publikationen

## Internationales von DGPK-Mitgliedern

internationale Publikationen  
internationale Publikationen  
internationale Publikationen  
internationale Publikationen  
internationale Publikationen

„Aviso“ informiert einmal im Jahr über internationale Publikationen der DGPUK-Mitglieder. Die Liste beruht auf Hinweisen von Autoren. Aufgeführt sind internationale Publikationen, die in den Jahren 2008 bis 2010 erschienen sind.

- in rap/hip-hop and rock music 1993 and 2003. *Journal of Media Psychology*, 20(1), 15-23.
- Kramer, Stefan & Ludes, Peter (eds.) (2010).** Networks of Culture. For Professors Winfried Nöth (born September 12, 1944) and Otthein Herzog (born September 25, 1944): two pioneers in semiotics and visual information processing. Reihe: The World Language of Key Visuals. Computer Sciences, Humanities, Social Sciences, Bd. 2. Münster: Lit. 264 S.
- Lantzsch, Katja; Altmeyen, Klaus-Dieter & Will, Andreas (2009).** Trading in TV Entertainment: An Analysis. In: Moran, A. (ed.). *TV Formats Worldwide. Localizing Global Programs* (pp. 77-95). Bristol/Chicago: Intellect.
- Latzer, Michael (2009).** Convergence Revisited: Toward a Modified Pattern of Communications Governance. *Convergence – The International Journal of Research into New Media Technologies*, 15 (4), 411-426.
- Latzer, Michael (2009).** Information and Communication Technology Innovations: Radical & Disruptive? *New Media & Society*, 11(4), 599-619.
- Leiner, Dominik & Quiring, Oliver (2008).** What Interactivity Means to the User: Essential Insights and a Scale for Perceived Interactivity. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(1), 27-155.
- Maier, Jürgen; Maier, Michaela; Maurer, Marcus; Reinemann, Carsten & Meyer, Vincent (eds.) (2009).** RTR-Measurement in the social sciences. Frankfurt a. M.: Peter Lang.
- Maurer, Marcus & Reinemann, Carsten (2009).** RTR measurement in the social sciences: Applications, benefits and some open questions. In: Maier, J.; Maier, M.; Maurer, M.; Reinemann, C. & Meyer, V. (eds.). *RTR-Measurement in the social sciences* (pp. 1-13). Frankfurt a. M.: Peter Lang.
- Paus-Hasebrink, Ingrid; Dürager, Andrea; Wijnen, Christine & Ugur, Kadri (2009).** Making use of ICT for learning in European schools. In Livingstone, S. & Haddon, L. (eds.). *Kids online. Opportunities and Risks for Children* (pp. 217-228). Bristol: The Policy Press.
- Paus-Hasebrink, Ingrid; Wijnen, Christine & Jadin, Tanja (2010).** Opportunities of Web 2.0: Potentials of Learning. *International Journal of Media & Cultural Politics*. 6(1), 45-62.
- Pörksen, Bernhard (2010).** The didactic challenge. The training of journalists in a university context: general considerations and conceptual proposals for the integration of theory and practice. *Journalism Practice*, 4(2), 180-191.
- Pörksen, Bernhard (2010).** The Milieu of a Magazine: Tempo as an Exponent of German New Journalism. *Literary Journalism Studies*, 2(1), 9-29.
- Puppis, Manuel (2010).** Media Governance: A New Concept for the Analysis of Media Policy and Regulation. *Communication, Culture & Critique*, 3(2), 134-149.
- Quiring, Oliver (2009).** What Do Users Associate with 'Interactivity'? A Qualitative Study on User Schemata. *New Media & Society*, 11(6), 899-920.
- Reinecke, Leonard (2009).** Games and Recovery: The Use of Video and Computer Games to Recuperate from Stress and Strain. *Journal of Media Psychology*, 21(3), 126-142.
- Reinecke, Leonard (2009).** Games at Work: The Recreational Use of Computer Games During Working Hours. *CyberPsychology & Behavior*, 12(4), 461-465.
- Reinemann, Carsten & Maurer, Marcus (2009).** Is RTR biased towards verbal message components? An experimental test of the external validity of RTR-measurements. In: Maier, J.; Maier, M.; Maurer, M.; Reinemann, C. & Meyer, V. (eds.). *RTR-Measurement in the social sciences* (pp. 27-44). Frankfurt a. M.: Peter Lang.
- Rohn, Ulrike (2010).** Cultural Barriers to the Success of Foreign Media Content. *Western Media in China, India, and Japan*. Frankfurt a.M.: Peter Lang. 428 S.
- Rössler, Patrick (2009).** Escape into the Public Sphere. The Exhibition as an Instrument of Self-Presentation at the Bauhaus. In: *Bauhaus-Archiv Berlin u.a. (eds.). Bauhaus – a Conceptual Model* (pp. 337-342). Ostfildern: Hatje/Cantz.
- Rössler, Patrick (2009).** Photo Magazines. In: Sterling, Christopher H. (ed.). *Encyclopedia of Journalism*, Vol. 3 (pp. 1068-1074). Los Angeles, et al.: Sage.
- Rössler, Patrick (2009).** The Bauhaus at the Newsstand. die neue linie 1929-1943. Kerber Verlag, Bielefeld.
- Schäfer, Mike S. (2009).** From Public Understanding to Public Engagement: An Empirical Assessment of Changes in Science Coverage. *Science Communication*, 30 (4), 475-505.
- Schmidt, Siegfried J. (2009).** Literární věda na cestě od hermeneutiky k mediální kulturní vědě. *česka literatura*, 57, 542-554.
- Schmidt, Siegfried J. (2009).** Přesahování Literatury. Od literární vědy mediální kulturní vědě. *Prag: Theoretica & historica*, 57(4), 542-554.
- Schmidt, Siegfried J. (2010).** Literary Studies from Hermeneutics to Media Culture Studies. Online: CLCWeb: Comparative Literature and Culture 12.1: <http://docs.lib.purdue.edu/clcweb/vol12/iss1/1>
- Schmidt, Siegfried J. (2010).** Memory and Remembrance: A Constructivist Approach. In: Erll, A. & Nünning, A. (eds.). *A Companion To Cultural Memory Studies* (pp. 191-201). Berlin/New York: de Gruyter
- Schmidt, Siegfried J. (2010).** Self-Organisation and Learning Culture. *Constructivist Foundations*, 5 (3), S. 121-129.
- Schmidt, Siegfried J. (2010).** The Self-Organisation of Human Communication. In: Grant, C.B. (ed.). *Beyond Universal Pragmatics. Studies in the Philosophy of Communication* (pp. 85-100). Bern: Peter Lang.
- Schramm, H. & Wirth, W. (2010).** Exploring the Paradox of Sad-Film Enjoyment: The Role of Multiple Appraisals and Meta-Appraisals. *Poetics: Journal of Empirical Research on Culture, the Media and the Arts*, 38, 319-335.
- Schramm, H. & Wirth, W. (2010).** Testing a Universal Tool for Measuring Parasocial Interactions Across Different Situations and Media: Findings From Three Studies. *Journal of Media Psychology*, 22, 26-36.
- Schulz, Peter J. (ed.) (2010).** *Communication Theory*. 4 volumes. Series: Sage Benchmarks in Communication. London: Sage. 1712 S.
- Schweitzer, Eva Johanna (2010).** Global Patterns of Virtual Mudslinging? Comparing the Use of Attacks on German Party Websites in State, National and European Parliamentary Elections. *German Politics*, 19(2), 200-221.
- Steinmaurer, Thomas (2009).** Diversity through Delay? The Austrian Case. *The International Communication Gazette*, 71(1&2), 77-88.
- Thiele, Martina (2009).** The Austrian Media System: Strong Media Conglomerates and an Ailing Public Service Broadcaster. In: Czepek, A.; Hellwig, M. & Nowak, E. (eds.). *Press Freedom and Pluralism in Europe. Concepts & Conditions* (pp. 251-259). Bristol, UK: intellect.
- Trepte, Sabine & Scherer, Helmut (2010).** Opinion Leaders – Do they know more than others about their area of interest? *Communications. The European Journal of Communication Research*, 35 (2), 119-140.
- Trepte, Sabine; Reinecke, Leonard & Behr, Katharina-Maria (2009).** Creating virtual alter egos or superheroines? Gamers' strategies of avatar creation in terms of gender and sex. *International Journal of Gaming and Computer-Mediated Simulations*, 1(2), 52-76.

**Prof. Dr. Wolfgang Donsbach** (TU Dresden) ist zum ‚Fellow‘ der International Communication Association ernannt worden.

**Prof. Dr. Gerd G. Kopper** (TU Dortmund) ist vom japanischen Fonds zur Förderung von Spitzenforschung, der Japan Society for the Promotion of Science, für das akademische Jahr 2010/2011 an die Universität Tokio berufen worden.

**Prof. Dr. Jörg Matthes** wurde zum Incoming Associate Editor der Fachzeitschrift „Communication Methods and Measures“ ernannt.

**Prof. Dr. Lothar Mikos** ist zum Chair der Television Studies Section der ECREA gewählt worden. Außerdem ist er neuer geschäftsführender Direktor des Erich-Pommer-Instituts für Medienrecht, Medienwirtschaft und Medienforschung.

**Prof. Dr. Patrick Rössler** (Universität Erfurt) ist in die Endrunde des Ars-legendi-Preises gekommen und gehört damit zu den „Top 3 der geisteswissenschaftlichen Hochschullehrer“ in Deutschland.

**PD Dr. Armin Scholl** wurde an der Universität Münster zum Außerplanmäßigen Professor ernannt.

Einen *Ruf* erhalten und angenommen haben:

**Junior-Prof. Dr. Marian Adolf**, Juniorprofessur für Medienkultur, Zeppelin University Friedrichshafen; **Prof. Dr. Matthias Kohring**, Professur am Seminar für Medien- und Kommunikationswissenschaft, Universität Mannheim; **Prof. Dr. Klaus Meier**, Professur für Journalistik, Universität Eichstätt-Ingolstadt; **Junior-Prof. Dr. Mike S.**

**Schäfer**, Juniorprofessur für „Media Constructions of Climate Change“, Universität Hamburg; **Prof. Dr. Holger Schramm**,

Professur für Medien- und Wirtschaftskommunikation, Universität Würzburg; **Prof. Dr. Guido Zurstiege**, Professur für Empirische Medienforschung, Universität Tübingen.

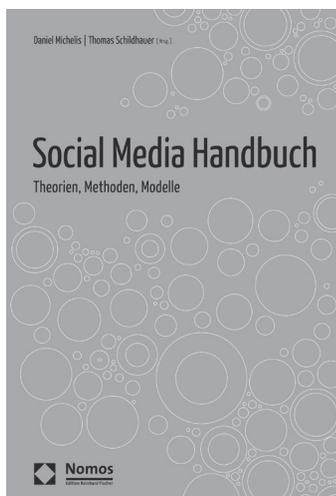
Eine *Vertretungsprofessur* nimmt wahr:

**Dr. Stefanie Averbek-Lietz**, Professur für Kommunikationswissenschaft, Universität Münster.

## Nachrichten & Personalien

Anzeige

# Die umfassendste Sammlung im Bereich Social Media



## Social Media Handbuch

Theorien, Methoden, Modelle

Herausgegeben von Daniel Michelis und Thomas Schildhauer

2010, ca. 300 S., brosch., ca. 39,-€, ISBN 978-3-8329-5470-3

Erscheint ca. Dezember 2010

Das Handbuch liefert die derzeit umfassendste Sammlung aktueller Theorien, Modelle und Methoden im Bereich Social Media. Der erste Teil fasst die Werke international erfolgreicher Autoren zusammen und gibt so einen kompakten Überblick über die inhaltliche Entwicklung des Themenfelds. Im zweiten Teil werden die theoretischen und methodischen Grundlagen aus Teil 1 anhand von aktuellen Praxisfällen exemplarisch angewandt.



# Nomos

Bitte bestellen Sie im Buchhandel oder versandkostenfrei unter ► [www.nomos-shop.de](http://www.nomos-shop.de)

## Fachgruppe Kommunikations- und Medienethik

„Ethik der Kommunikationsberufe: Journalismus, PR und Werbung“, 18.-19. Februar 2010, München

### Mitveranstalter:

Netzwerk Medienethik und Verein zur Förderung der publizistischen Selbstkontrolle e.V.

**Teilnehmerzahl:** ca. 100; **Anzahl der Vorträge:** 24

**Tagungsfazit:** Auf der Fachtagung wurde diskutiert, ob eine berufsübergreifende Ethik der Kommunikationsberufe in den Kontexten von Journalismus, PR und Werbung überhaupt vorausgesetzt werden kann oder ob angesichts der unterschiedlichen normativen Anforderungen und praktischen Umsetzungsmöglichkeiten jeweils unterschiedliche Modelle und Konzepte verfolgt werden müssten.

Unter anderem skizzierte Günter Bentele die Selbstverpflichtungstexte verschiedener Kommunikationsbranchen unter besonderer Berücksichtigung der PR. Dabei befasste er sich vor allem mit den Wahrheitsforderungen. Vielfach würde öffentliches Lügen, würden Täuschungen und Irreführungen in der öffentlichen Kommunikation moralisch ausgeschlossen, aber dennoch praktiziert. Transparenz wurde als wichtige Kategorie und Strategie herausgestellt, um Vertrauens- und Glaubwürdigkeitsverlusten entgegenzuarbeiten.

Dass auch die Werbung trotz ihres schlechten Images eine Verpflichtung besitzt, ethischen Ansprüchen gerecht zu werden, zeigten Steffen Kolb, der die werbliche Einflussnahme auf redaktionelle Inhalte kritisierte, sowie Michael Jäckel und Martin Eckert, die deutlich machten, dass eine hohe Sensibilität bei der Werbung mit behinderten Menschen erforderlich ist.

Insgesamt zeigte die Tagung, dass die Ausarbeitung und Umsetzung ethischer Leitlinien für Medienberufe im Spannungsfeld zwischen normativen Ansprüchen und praktischen Sachzwängen eine relevante Forschungsfrage darstellt. Die Entwicklung einer Ethik für alle Kommunikationsberufe ist zwar eine zentrale Aufgabe, um einen allgemeinen Kriterienkatalog auch für die Medienselbstkontrolle bei ethischen Herausforderungen zu besitzen. Gleichwohl müssen derartig allgemeine Postulate auch Spielräume zulassen, um Durchführungsregeln in den unterschiedlichen Kommunikationsberufen innerhalb der Praxis zuzulassen. Dabei wurde herausgearbeitet, dass Journalismus, PR und Werbung unterschiedliche Aufgaben und Zielgruppen haben.

ALEXANDER FILIPOVIĆ & CHRISTIAN SCHICHA

### Weitere Informationen:

[www.netzwerk-medienethik.de](http://www.netzwerk-medienethik.de)

## Fachgruppen Visuelle Kommunikation & Mediensprache und Mediendiskurse

„Bild – Sprache – Multimodalität“, 19.-20. Februar 2010, Mainz

### Mitveranstalter:

Sektion Medienkommunikation der Gesellschaft für angewandte Linguistik

**Teilnehmerzahl:** ca. 60; **Anzahl der Vorträge:** 14

**Tagungsfazit:** Multimodale Sprache-Bild-Kommunikate sind wegen der Medienkonvergenz heute verbreiteter denn je. Daher beschäftigen sich neben der Kommunikationswissenschaft noch mehrere andere Fächer mit diesen Phänomenen. Letztlich wird dem Gegenstand aber nur eine Zusammenschau der verschiedenen fachspezifischen Sichtweisen gerecht. Das ist ein wesentliches Ergebnis der Tagung „Bild – Sprache – Multimodalität“ die am 19. und 20. Februar 2010 von den Fachgruppen „Visuelle Kommunikation“ und „Mediensprache und Mediendiskurse“ in Mainz veranstaltet wurde. Die 14 Vorträge setzten sich mit den theoretischen Grundlagen auseinander, sie behandelten Fragen der Multimodalität in den Printmedien sowie Text-Bild-Beziehungen im Fernsehen und im Internet. Dabei wurden Medieninhalte, Produktions- und Rezeptionsaspekte aus kommunikationswissenschaftlicher, sprachwissenschaftlicher, kognitionspsychologischer und semiotischer Perspektive untersucht. Hier zeigte sich immer wieder, dass sich auch Forschungsansätze gut ergänzen und befruchten können, von denen man das zunächst nicht vermutete. Deutlich wurde aber ebenfalls, dass ein solcher interdisziplinärer Austausch neben einer grundsätzlichen Offenheit für neue Sichtweisen auch solide Kenntnisse der Fragestellungen und Zugangsweisen der anderen Disziplinen voraussetzt.

KARL N. RENNER

### Weitere Informationen:

<http://www.fg-viskomm.de/>

## Fachgruppe Soziologie der Medienkommunikation

„Ungleichheit aus kommunikations- und mediensoziologischer Perspektive“, 18.-19. März 2010, Frankfurt

### Mitveranstalter:

Sektion „Medien- und Kommunikationssoziologie“ der Deutschen Gesellschaft für Soziologie

**Teilnehmerzahl:** 75; **Anzahl der Vorträge:** 28

**Tagungsfazit:** Obgleich der Call-for-Papers offen angelegt war, ergab sich als Schwerpunkt der Tagung und des Interesses der Teilnehmer, dass Ungleichheiten durch und in Internetmedien im Mittelpunkt standen. Ungleichheiten im Zugang und in der Nutzung der Internetmedien finden sich zwar immer noch nach Alter, Einkommen, Bildung und Geschlecht, die Herausforderung künftiger Forschung ist aber differenzierter: Es zeigt sich, dass für die Art und Weise, wie die Menschen mit den neuen Medien umgehen, nicht nur der soziale Status entscheidend ist. So informieren sich nicht nur Hochgebildete im Internet, wenn sie gesundheitliche Probleme haben, und Migranten sind manchmal besser mit Kommunikationsmedien und Computern ausgestattet als Menschen ohne Migrationshintergrund. Einfache Indikatoren stoßen bei einer genaueren Betrachtung offenbar an Grenzen – weit besser erklärt wird der Medienumgang durch Beziehungsnetzwerke.

Als Fazit der Tagung kann man feststellen, dass das größte wissenschaftliche Interesse am Thema in Verbindung mit Internetmedien zu finden ist – man kann dies als Hinweis auffassen, dass nicht nur aus soziologischer Perspektive eine noch deutlichere Schwerpunktsetzung weg von den klassischen Massenmedien zu vollziehen sein wird.

CHRISTIAN STEGBAUER

#### Weitere Informationen:

<http://www.soz.uni-frankfurt.de/medien-kommunikationssoziologie/medienungleichheit/>

## Fachgruppe Kommunikationsgeschichte

„User Generated Content. Historical perspectives on the participation of audiences in social communication“, 3.-5. Juni 2010, Potsdam

#### Mitveranstalter:

ECREA Section *Communication History*, Fachgruppe *Kommunikationsgeschichte* der DGPK, Zentrum für Zeithistorische Forschung (ZZF) Potsdam

**Teilnehmerzahl:** 40; **Anzahl der Vorträge:** 22

**Tagungsfazit:** User Generated Content ist kein ausschließliches Phänomen des Web 2.0-Zeitalters. Über Leserbriefe, die Mitarbeit an (Alternativ-)Medien oder offene Kanäle haben sich Publika auch schon früher an der Ausgestaltung medienvermittelter sozialer Kommunikation beteiligt. Im Rahmen dieses internationalen Workshops, der gleichzeitig die Gründungstagung der ECREA-Sektion „Communication History“ darstellte, wurde das Phänomen der Publikumsbeteiligung in unterschiedlichen Zeiten und Kulturräumen sowie

unter verschiedenen politischen Systemen und wirtschaftlichen Bedingungen beleuchtet. Als ein möglicher Zugriff, User Generated Content in unterschiedlichsten Kontexten vergleichend zu untersuchen, kristallisierten sich zeit- und raumunabhängige Funktionalitäten sozialer Kommunikation heraus.

SUSANNE KINNEBROCK

#### Weitere Informationen:

[www.dgpuk.de/index.cfm?id=3756](http://www.dgpuk.de/index.cfm?id=3756)

## Fachgruppe Journalistik und Journalismusforschung

„Comparing Journalism: Theory, Methodology, Findings“, 9.-11. Juli 2010, Eichstätt

#### Mitveranstalter:

School of Journalism, Indiana University

**Teilnehmerzahl:** 58

**Anzahl der Vorträge:** 25 + Keynote

**Tagungsfazit:** Da auch in einer globalisierten Welt kulturräumsspezifische Unterschiede die Medienwirklichkeit prägen, wird die vergleichende Journalismusforschung zukünftig immer wichtiger werden. Unter einer klar internationalen Ausrichtung befassten sich Wissenschaftler aus Europa, Asien, Lateinamerika, Australien und den USA auf der dreitägigen Konferenz intensiv nicht nur mit bereits vorhandenen Befunden und Konzepten, sondern richteten ihren Blick auch auf kommende Herausforderungen.

Diskutiert wurde dabei vor allem die Frage, wie ein gemeinsames theoretisches Fundament aussehen könnte. Im Verlauf der acht Tagungsabschnitte erwies sich dabei immer wieder eine Frage als zentral: Inwiefern charakterisiert der Grad der Professionalisierung des journalistischen Berufs ein System oder beruhen die Abweichungen zwischen den untersuchten Gebieten vielmehr auf individuellen Verhaltensmustern beziehungsweise auf dem Einfluss kultur- und wirtschaftsspezifischer Variablen?

Um dies herauszufinden sind eine vergleichende Vorgehensweise und ein transparenter Forschungsprozess unabdingbar. Als zukünftige Aufgabe benannten die Teilnehmer zudem vor allem die Bündelung von Ressourcen und Kenntnissen in größeren Forschungsnetzwerken, die im Rahmen breiter angelegter Projekte voneinander profitieren würden.

TANJA KÖSSLER

#### Weitere Informationen:

[http://www.ku-eichstaett.de/slf/jour/tagungen/conference\\_comparing\\_journalism/](http://www.ku-eichstaett.de/slf/jour/tagungen/conference_comparing_journalism/)

**FG Rezeptions- und Wirkungsforschung****„Rezeption und Wirkung in zeitlicher Perspektive“****29.–30. Januar 2010, Berlin****Teilnehmer:** 100; **Vorträge:** 20

**Tagungsfazit:** Im Vorfeld der Tagung bestand Skepsis, ob das Thema genug für eine Jahrestagung hergibt. Eine der wichtigsten Erkenntnisse der Tagung – mit einem Rekord an Einreichungen und Teilnehmern – war aber, dass diese Skepsis unbegründet war. Die inhaltliche Breite der Beiträge verweist auf Zeit und Dynamik als Querschnittsthemen des Fachs – in theoretischer, empirischer und methodologischer Hinsicht. Diskutiert wurden sowohl die erfolgreiche Berücksichtigung „dynamischer Seiten“ bereits vorhandener Theorien und Methoden als auch Probleme und Defizite in diesen Bereichen. Dabei zeigte sich das Potenzial einer dynamischen Modellierung und Untersuchung der Gegenstände der Rezeptions- und Wirkungsforschung eindrucksvoll. Insofern kann man die Tagung auch als „Leistungsschau“ und Aufforderung verstehen, den Faktor Zeit in der Auseinandersetzung mit Kommunikation zu stärken.

**CARSTEN WÜNSCH****Weitere Informationen:**<http://www.gwk.udk-berlin.de/tagungen/dgpuk2010>**FG Kommunikation und Politik****„Medien und internationale Beziehungen“****11.–13. Februar 2010, Mannheim****Mitveranstalter:**

DVPW Arbeitskreis Politik und Kommunikation

**Teilnehmer:** 86; **Vorträge:** 14 (+ 9 Posterpräsentationen)

**Tagungsfazit:** Internationale Beziehungen sind in der Politikwissenschaft seit langem als Forschungsgebiet etabliert. Dass solche staatlichen oder nicht-staatlichen grenzüberschreitenden Beziehungen zweifellos auch Ergebnis und Bedingung kommunikativer Prozesse sind, hat sich erstaunlicherweise bisher aber nicht in institutionalisiertem Austausch zwischen Politik- und Kommunikationswissenschaft niedergeschlagen. Auch wenn die von Hartmut Wessler in der Eröffnung ins Auge gefasste „Kommunikationstheorie der internationalen Beziehungen“ noch aussteht, fanden sich viele politik- und kommunikationswissenschaftliche Perspektiven, die den Facettenreichtum und die Komplexität des Gegenstands deutlich gemacht und die interdisziplinäre Aufmerksamkeit für theoretische und methodische Ansätze in diesem Gebiet gesteigert haben sollten.

**EIKE MARK RINKE****Weitere Inform.:** <http://polkomm2010.uni-mannheim.de>**M&K erneut nicht im SSCI berücksichtigt****Auch Kriterium „Regionale Bedeutung“****bevorzugt englischsprachige Titel**

Im Zuge der zunehmenden Bedeutung standardisierter Evaluationsverfahren spielen auch Rankings von Fachzeitschriften und der Social Science Citation Index (SSCI) eine große Rolle. Vor diesem Hintergrund hat die Redaktion von „Medien & Kommunikationswissenschaft“ (M&K) 2009 bei der Betreiberin, der Firma Thomson Reuters, eine Aufnahme der Zeitschrift in den SSCI beantragt. Grundvoraussetzung für eine Aufnahme sind einige formale Kriterien, die M&K erfüllt. Nach Sichtung von vier Heften wurde nun geprüft, ob M&K die bereits bestehende Auswahl an kommunikationswissenschaftlichen Fachzeitschriften sinnvoll ergänzt. Ergebnis war, dass M&K international nicht ausreichend zitiert wird; die Aufnahme wurde daher abgelehnt. Zum selben Ergebnis hatte bereits ein früherer Antrag geführt. Auch das von Thomson Reuters neu eingeführte Kriterium „Regionale Bedeutung“ hat keine Neubewertung oder Korrektur der als zu niedrig angesehenen Zitationsrate bewirkt, denn auch unter den Zeitschriften mit großer regionaler Bedeutung werden bevorzugt jene ausgewählt, die auf Englisch erscheinen.

**Publikation der M&K auf Englisch nicht geplant**

Die Redaktion von M&K zieht hieraus nicht den Schluss, die Zeitschrift künftig auf Englisch zu publizieren; nach wie vor ist es das Anliegen, der deutschsprachigen Forschung neben den zahlreichen englischsprachigen Zeitschriften auch ein professionelles Forum für den wissenschaftlichen Austausch in der eigenen Sprache zu bieten. Mit Blick auf die Internationalisierungsdebatte des Fachs und die Erfordernisse von Evaluationen gibt die SSCI-Entscheidung jedoch zu denken: Erstens wird sich die Redaktion bemühen, die Präsenz der Zeitschrift im internationalen Bereich weiter zu verstärken; dies können die deutschsprachigen Autorinnen und Autoren dadurch unterstützen, dass sie bei ihren Publikationen in englischsprachigen Zeitschriftenbeiträgen dort, wo es inhaltlich angemessen ist, auch M&K-Beiträge zitieren. Zweitens ist sicherzustellen, dass bei Evaluationen neben den SSCI-basierten Rankings auch nicht-englischsprachige Zeitschriften mit professionellem Peer-Reviewing und hoher Reputation berücksichtigt werden. Auf internationaler Ebene wird die Redaktion dazu mit anderen nicht-englischsprachigen Zeitschriften Kontakt aufnehmen, hierzu ist auch ein Workshop im Rahmen der ECREA-Konferenz 2010 geplant.

**UWE HASEBRINK & CHRISTIANE MATZEN, HAMBURG**

# Große Summen, monströse Bürokratie?

## Möglichkeiten und Grenzen der EU-Förderung

Wenn deutsche Kommunikationswissenschaftler Forschungsprojekte planen, ist der Horizont der Fördermöglichkeiten begrenzt: DFG, private Stiftungen, ein Kooperationsprojekt mit anderen Fachbereichen beim BMBF. Als kleinerer Disziplin stehen der Kommunikationswissenschaft viele andere Möglichkeiten nicht offen, da selten die personelle Substanz für eine der großen Förderlinien an einem Ort gebündelt werden kann. Eine Unterstützung durch die EU wird oft nicht erwogen. Zwar wird einerseits von einem Schlaraffenland der Förderung gemunkelt, bei dem Millionen auch für abwegigste Projekte fließen. Andererseits wird vor einer bürokratischen Hölle gewarnt. Die Gerüchte sind nicht völlig falsch: Tatsächlich bietet EU-Förderung finanzielle Anreize, die nationale Förderlinien übersteigt, doch der organisatorische Aufwand ist auch nicht zu unterschätzen.

### Die EU legt die Hürden hoch

Schwierigkeiten ergeben sich zunächst aus den Zugangskriterien. Die Hürden bei der Beantragung von Mitteln, die die Europäische Kommission im Förderprogramm 7 bereit stellt, sind hoch. Dies gilt nicht nur, aber ganz besonders für Kommunikationswissenschaftler. Das hat mehrere Gründe: Die EU-Förderung läuft größtenteils über ‚Calls‘. Sie weisen in aller Regel keinen direkten Bezug zu einer Disziplin auf, sondern stellen auf breite Themenbereiche ab. Kommunikationswissenschaftliche Zugänge sind meist nur über Umwege herzustellen. Unsere Disziplin hat es hier schwerer als andere, verwandte Disziplinen: Kommunikationswissenschaftler können zum Beispiel nicht im selben Maße wie Soziologen direkte Zuständigkeit für unterschiedlichste Problembereiche reklamieren. Dies hat mit unseren Forschungsobjekten und -interessen, aber noch mehr mit der öffentlichen Wahrnehmung zu tun: Es gibt in unserem Fach keine forschungspolitischen Leuchttürme, die in relevanten EU-Kreisen Deutungsmacht besäßen. Zugespitzt: Was wir für relevant erachten, ist in Brüssel selten anschlussfähig – und aus Sicht der EU auch nicht bedeutsam. Entsprechend selten sind Calls, auf die sich direkt mit uns geläufigen Konzepten und Theorien antworten ließe.

Somit könnte man EU-Förderung im 7. Rahmenprogramm ad acta legen – gäbe es nicht ‚bottom up‘-Programme (speziell die Förderlinien des European Research Councils, ERC) und zuweilen Calls, die einen losen Bezug zu unserem Fach aufweisen. Namentlich sind dies Calls der Rubrik ‚Science in Society‘ (Bereich ‚Capacities‘) und solche, die Risikokommunikation betreffen (Bereich ‚Cooperation‘, speziell ‚Theme 2‘). Hier ergeben sich Möglichkeiten, große Projekte selbst zu koordinieren (siehe zum Beispiel [www.fu-berlin.de/avs](http://www.fu-berlin.de/avs)). Noch besser sind allerdings die Chancen, als (Junior-)Partner in interdisziplinären Verbänden mitzuwirken (siehe zum Beispiel <http://www.focusbiz.co.uk/clientarea/foodrise>). Dies setzt voraus, dass man für andere Wissenschaftsbereiche (speziell die Naturwissenschaften), die auf solche Calls meist hoch professionalisiert antworten, auch als potenzieller Partner sichtbar ist.

Eine weitere Möglichkeit sind die erwähnten Förderlinien des ERC. Hier kann man sich auch als Kommunikationswissenschaftler mit eigenen Projekten bewerben (siehe etwa [www.sofoga.de](http://www.sofoga.de)). Kriterium ist allein die Exzellenz der Projekte und Personen – unabhängig von ihrer disziplinären Herkunft. Die Fördersummen können sich bei diesen Einzelprojekten tatsächlich im Millionen-Euro-Bereich bewegen.

Freilich gilt: Der Aufwand, sich in die verschiedenen Förderlinien und deren Bedingungen hineinzudenken, sollte nicht unterschätzt werden – ebenso wie der Aufwand bei der Projektdurchführung. Andererseits ermöglicht EU-Förderung mitunter Projekte, die mit einer nationalen Förderung finanziell kaum durchführbar wären.

**MARKUS LEHMKUHL, BERLIN**  
**THORSTEN QUANDT, STUTTGART**



**Foto: Tobias Jochheim**

# Rückblicke auf die 55. DGpuK-Jahrestagung

## Reviewing-Verfahren: Investition in gemeinsame Softwarelösung wäre sinnvoll

Grundlage für das Reviewverfahren der Jahrestagungen ist eine Datenbank, in der alle Reviewerinnen und Reviewer der DGpuK enthalten sind, die sich zur Verfügung gestellt haben. Von jedem Reviewer liegen Angaben zu Forschungsbereichen, theoretischen und methodischen Feldern sowie speziellen Forschungsgebieten vor (insgesamt circa 140 Kategorien). Diese Angaben sind die Basis für die Zuteilung der Paper, die anhand der gleichen Kriterien von den Autoren klassifiziert werden.

Die Datenbank muss ständig gepflegt und weiterentwickelt werden. Manche Reviewer waren zum Beispiel extrem sparsam bei den Angaben zu den Kompetenzfeldern und es ist deswegen fast unmöglich, ihnen passende Paper zuzuweisen: Hier müssten Angaben ergänzt werden. Desweiteren müssen neue Reviewer eingepflegt, Kontaktdaten und Kategorienkatalog aktualisiert werden. Diese Datenbank ist ein Schatz, der für die Qualitätssicherung der Tagungen von zentraler Bedeutung ist. Je besser die Zuordnung funktioniert, desto größer ist die

Wahrscheinlichkeit, dass ein kompetentes Reviewing erfolgt.

Die Zuordnung der Paper auf Basis der Datenbank-Angaben ist höchst komplex. Deshalb wurde das Reviewverfahren in Bremen und Ilmenau durch spezielle Softwarelösungen unterstützt. Dabei wurden unterschiedliche Tools genutzt – mit je spezifischen Vorzügen und Nachteilen. Gegen (erheblichen) Aufpreis ist es möglich, bestimmte Funktionalitäten ergänzen zu lassen. Solche Investitionen lohnen sich jedoch nur, wenn die Software dauerhaft und vielfältig genutzt wird. Deswegen sollte sich die DGpuK für *eine* Softwarelösung entscheiden, diese kaufen und um jene Funktionalitäten ergänzen lassen, die für unser Fach zentral sind. Eine solche Anschaffung wäre ein wichtiger Schritt, um dauerhaft eine professionelle Abwicklung des immer umfangreicher und komplexer werdenden Verfahrens zu gewährleisten. Die Software könnte zudem für Fachgruppentagungen eingesetzt werden.

JENS WOLLING, ILMENAU

## Kinderprogramm: Familie und Wissenschaft sind vereinbar

„Innovationen“ waren nicht nur das wissenschaftliche Thema der DGpuK-Jahrestagung, auch im Rahmenprogramm gab es dieses Jahr eine Neuerung: als erste Universität, die eine DGpuK-Jahrestagung ausrichtet, hatte sich Ilmenau entschieden, ein kostenloses Begleitprogramm für die Kinder der Tagungsteilnehmer anzubieten. Kinder und Partner konnten die Universität, Ilmenau und den Thüringer Wald kennenlernen.

Nachdem sich die TU Ilmenau bereits seit einigen Jahren aktiv für eine familienfreundliche Lehr- und Lernumgebung einsetzt und dank

der jährlich stattfindenden „Kinderuni“ viele Erfahrungen mit Veranstaltungen für Kinder gesammelt hat, war die Entscheidung für ein begleitendes Familienprogramm bei der DGpuK-Jahrestagung schnell getroffen. Die Verantwortung für die Planung des Programms übernahmen mit Zoe Lai und Alexander Kotte zwei Studierende der Angewandten Medienwissen-

schaft. Im Rahmen des Seminars Projektmanagement hat das Team zunächst ein Konzept für das Familienprogramm entwickelt. Verschiedene Module aus den Bereichen Sport und Spiel, Universität und Medien sowie Ilmenau und Umgebung sollten sich je nach Wetter und Gruppengröße flexibel miteinander kombinieren lassen.

Die praktische Seite universitärer Forschung konnten die Kinder am Fachgebiet für Biomedizintechnik und im 3D-Bildsimulator der TU Ilmenau kennenlernen. Ein Besuch des alten Höhlensystems der Saalfelder Feengrotten sowie des angrenzenden Abenteuerparks und eine Schatzsuche rundeten das Programm ab. Auch Betreuungsmöglichkeiten für Kleinkinder im Universitätskindergarten waren sicher gestellt.

Mit insgesamt fünf Kindern und zwei erwachsenen Begleitern am Donnerstag sowie zwei weiteren Kindern ab Donnerstag Abend war die ideale Gruppengröße für eine umfassende Betreuung gegeben. Christian Uhlemann, ein mitgereistes Elternteil wünscht sich ein vergleichbares Familienprogramm bei jeder mehrtägigen Veranstaltung, denn so „können die Kinder ihre Mutter trotz der Arbeit sehen. Man bekommt als Familie weniger das Gefühl, irgendwie ausgegrenzt zu werden.“

ALEXANDER KOTTE (TEXT), ZOE LAI (FOTO),  
ILMENAU



## Netzwerk Medienstrukturen

# Mit vereinten Kräften

Medienstrukturen, -organisationen und -institutionen sind von zentraler Bedeutung für die Funktionsweise von Mediensystemen. Entsprechend viele Forschende in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft befassen sich mit Fragestellungen auf der Makro- und Mesoebene. Doch der Austausch untereinander ist vielfach zufällig und sporadisch – was sich auch auf die Sichtbarkeit im Fach auswirkt. So entstand die Idee, ein Netzwerk zu gründen, um den Austausch über Strukturfragen auf eine kontinuierliche Basis zu stellen und Forschende aus verschiedensten Teildisziplinen zu vereinen. Im Rahmen der DGPUK-Jahrestagung 2009 in Bremen wurde das „Netzwerk Medienstrukturen“ aus der Taufe gehoben.

Das Netzwerk bietet eine Plattform für Forschende, welche sich mit Medienstrukturen in politischer, historischer, ökonomischer, rechtlicher oder soziologischer Perspektive befassen. Dabei wird auch auf eine (länder-)vergleichende Perspektive Wert gelegt. Das Netzwerk dient in erster Linie dem Austausch untereinander und einer verstärkten Kooperation. Unterdessen hat das Netzwerk bereits über 100 Mitglieder aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Die lockere Organisationsform eines Netzwerks erleichtert die grenzüberschreitende Tätigkeit

und die Zusammenarbeit mit allen drei Fachgesellschaften. ÖGK und SGKM haben das Netzwerk bereits offiziell anerkannt.

Zu den Aktivitäten des Netzwerks gehören regelmäßige Workshops und Publikationen. Ein erster Workshop zum Thema „Medienwandel und Medienkrise“ fand im September bei der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen in Düsseldorf statt. Anders als klassische Tagungen bestand der Workshop einerseits aus Round Tables mit pointierten Inputreferaten, die ausreichend Zeit für Debatten ließen; andererseits hatten Nachwuchsforschende die Möglichkeit, Projekte zu präsentieren und konstruktives Feedback zu erhalten. Zudem ist der Band „Medienstrukturen und Medienperformanz“ in Vorbereitung, der im nächsten Jahr in der Reihe „Relation“ der Österreichischen Akademie der Wissenschaften erscheinen soll. Darüber hinaus dienen Newsletter und Website der Vernetzung der Mitglieder.

### Netzwerk Medienstrukturen

**Kontakt:**  
Dr. Manuel Puppis & Dr. Matthias Künzler (beide Universität Zürich)

**E-Mail:**  
mediapolicy@ipmz.uzh.ch

**Website:**  
www.mediapolicy.uzh.ch/netzwerk

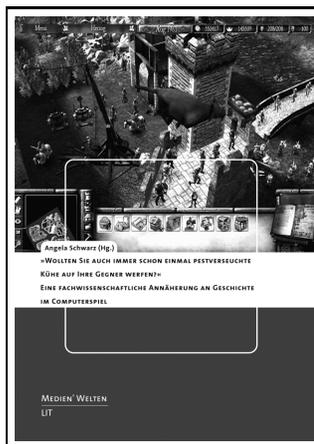
MANUEL PUPPIS

Anzeige

## NEU: KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT



Konrad Scherfer (Hrsg.)  
**Webwissenschaft – Eine Einführung**  
288 S., 24,90 €, br.,  
ISBN 978-3-8258-0947-8



Angela Schwarz (Hrsg.)  
**„Wollten Sie auch immer schon einmal pestverseuchte Kühe auf Ihre Gegner werfen?“**  
Eine fachwissenschaftliche Annäherung an Geschichte im Computerspiel  
240 S., 19,90 €, br.,  
ISBN 978-3-643-10267-6

LIT Verlag Berlin – Münster – Wien – Zürich – London

Auslieferung: D: LIT Verlag, Fresenstr. 2, D-48159 Münster, Mail: vertrieb@lit-verlag.de A: Medienlogistik Pichler-ÖBZ GmbH & Co KG, Mail: mlo@medien-logistik.at CH: B + M AG, Mail: order@buch-medien.ch

# Abneigung gegen Nullen

## Simone Huck-Sandhu beantwortet die „Aviso“-Fragen

**1 Die wenigsten, die an einem kommunikationswissenschaftlichen Institut arbeiten, wollen zu Beginn ihres Studiums Wissenschaftler werden. Mit welchem Berufsziel haben Sie Ihr Studium begonnen?**

Ich wollte Journalistin werden. Während des Studiums habe ich drei Jahre für eine Lokalzeitung geschrieben. Von der Berichterstattung über Kaninchenschauen, Ortschaftsratssitzungen und bunte Alternativen habe ich mich hochgearbeitet zu den großen Themen. Toll fand ich die breite Themenpalette, Begegnungen mit interessanten Menschen

und die Möglichkeit, den Dingen auf den Grund zu gehen. Auch wenn ich später zur PR „übergefallen“ bin – von meinen Erfahrungen im Journalismus profitiere ich bis heute.

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

Erst im Studium wurde mir klar, dass Kommunikationswissenschaftler/in ein richtiger Beruf ist. Der Funke sprang über, als ich mit dem Forschungsfeld PR und Organisationskommunikation in Kontakt kam. Je intensiver ich mich damit auseinandersetzte, desto mehr Fragen hatte ich, auf die die Literatur keine Antworten liefern konnte. Als mir Prof. Dr. Claudia Mast am Ende meines Studiums eine Stelle als wissenschaftliche Mitarbeiterin anbot, habe ich sofort zugesagt. Seitdem ist meine Liste mit Forschungsfragen eher länger als kürzer geworden.

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

Mich faszinieren die weißen Flecken, die es auf der Landkarte der kommunikationswissenschaft-

lichen Forschung gibt. Es mag sich pathetisch anhören, aber mich reizt die Möglichkeit, ein vergleichsweise junges Forschungsfeld mit entwickeln zu können. Als motivierend erlebe ich den Gestaltungsspielraum, den die Wissenschaft im Allgemeinen und das Hohenheimer Umfeld im Speziellen bieten. Voran bringt mich der Kontakt mit all jenen, die mich fordern, fördern oder einfach zur richtigen Zeit ein offenes Ohr haben.

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

Als überflüssig oder gar unzumutbar empfinde ich nichts. Sicher, der Qualifizierungsweg könnte kürzer sein. Für wichtiger halte ich aber, dass die wissenschaftliche Laufbahn verlässlicher wird. Bei der Transparenz von Anforderungen, Beurteilungsmaßstäben und Auswahlkriterien, aber auch im Hinblick auf die beruflichen Perspektiven.

**5 Was würden Sie als Wissenschaftsministerin Ihres Landes sofort ändern?**

Meine Abneigung gegen Nullen. Denn bei einem Wissenschafts-Etat von 4 Milliarden Euro stehen immerhin neun Nullen auf der richtigen Seite des Kommas. Mein Programm: 1. Es bedarf tragfähiger Strukturen, Prozesse und Räume, in denen Wissenschaftler produktiv und weitgehend selbstbestimmt arbeiten können. 2. Lehren und Lernen muss alle Beteiligten zufrieden stellen. Neben einer angemessenen Grundausstattung sollten Studiengebühren in vollem Umfang der Lehre zugute kommen. 3. Die besten Köpfe (und Herzen) müssen gehalten werden. Das fängt beim Image der wissenschaftlichen Karriere an und geht über Anreizsysteme bis hin zur Wertschätzung der Arbeit, die Professoren, Mittelbau und nicht-wissenschaftliches Personal tagtäglich leisten. Wenn am Ende eine einzelne schwarze Null stehen bleibt, bin ich zufrieden.

**6 Wie beurteilen Sie den Auftritt verschiedener inhaltlicher bzw. methodischer Richtungen im Fach und den Umgang miteinander?**

Die Vielfalt der Zugänge ist eine Stärke der Kommunikationswissenschaft, aber auch ihre Achilles-



**Dr. Simone Huck-Sandhu ist wissenschaftliche Assistentin am Fachgebiet Kommunikationswissenschaft und Journalistik der Universität Hohenheim. Seit Mai 2010 ist sie stellvertretende Sprecherin der Fachgruppe PR und Organisationskommunikation.**

**Den „Fragebogen“ beantworteten jüngere Wissenschaftler in der DGPK.**

ferse. Mit der weiteren Ausdifferenzierung des Faches verschwimmen die ohnehin fließenden Grenzen noch mehr. Da den Überblick behalten zu wollen, ist beinahe aussichtslos. Jahrestagungen sind willkommene Anlässe, sich wieder einmal intensiver mit den anderen Teildisziplinen auseinanderzusetzen. In Gesprächen mit Kollegen ergeben sich oft Berührungspunkte – die aber im Tagesgeschäft letztlich wieder untergehen.

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

Gegenfrage: Muss Wissenschaft immer nützlich sein? Und wenn ja, für wen? Mein Eindruck ist, dass die Kommunikationswissenschaft einen vergleichsweise hohen Beitrag zur Orientierung von Medien, Politik und Wirtschaft leistet. Ihre Nützlichkeit allein daran festzumachen, ob sie Antworten auf Probleme der Praxis liefert, greift zu kurz. Unabhängig von Modethemen und Forschungstrends bedarf es einer kontinuierlichen Auseinandersetzung mit den Grundfragen unseres Faches, in der Forschung ebenso wie in der Lehre.

### 8 Wenn Sie eine prominente Person oder Institution beraten dürften, wen würden Sie wählen, und wobei würden Sie ihn oder sie beraten?

Akio Toyoda, den Toyota-Vorsitzenden, bei der Entwicklung einer Krisenstrategie. Ich treffe ihn in einem Tokyoter Restaurant. Zwischen Sushi und Sashimi sprechen wir über kulturelle Unterschiede, glaubwürdige Kommunikation und die Vorteile einer dezentralen internationalen Unternehmenskommunikation.

### 9 Mit welchem anderen Fach würden Sie gerne ein interdisziplinäres Forschungsprojekt durchführen?

In meiner Habilitationsschrift habe ich mich mit der Frage beschäftigt, wie sich Menschen in Organisationen orientieren und welche Rolle dabei der internen Kommunikation zukommt. Dieses The-

ma würde ich gerne im Dialog mit Hirnforschern, Sozialpsychologen und Organisationssoziologen vertiefen.

### 10 Stellen Sie sich vor, Sie haben die Möglichkeit, jemanden von außerhalb der Kommunikationswissenschaft zu einem Gastvortrag bei der DGPK einzuladen. Wer sollte zu welchem Thema sprechen?

Der Organisationsforscher Karl E. Weick zum Sensemaking in Organisationen, weil sein Ansatz vielfältige Anknüpfungspunkte für die Kommunikationswissenschaft bietet, die bislang kaum rezipiert worden sind.

### 11 Welches Buch möchten Sie irgendwann einmal schreiben?

„In 365 Tagen um die Welt. Ein Reisebericht“; voraussichtlicher Erscheinungstermin: 2045.

### 12 Welche Projekte beschäftigen Sie zurzeit?

Neben dem Abschluss meines Habilitationsverfahrens beschäftigen mich vor allem die Themen interne Kommunikation und Kommunikationsstrategie, die Vorbereitung meiner Lehrveranstaltungen für den Winter und die nächste Fachgruppentagung.

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

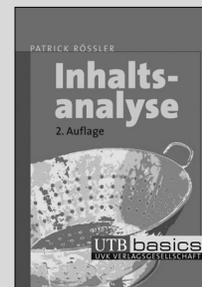
Wenn ich wieder und wieder gefragt werde, was ich „beruflich so“ mache. Auf Partys zum Beispiel. Sobald ich erkläre, dass ich Kommunikationswissenschaftlerin bin, kriege ich zu hören: „Ah, Informatik... Ach so, eher Medien und zwischenmenschliche Kommunikation... Hm, dann sag doch mal: Warum kommt im Fernsehen eigentlich immer nur Mist?“ Erholsam ist in solchen Momenten, über alternative Lebensentwürfe nachzudenken und darüber zu philosophieren, wie einfach mein Leben sein könnte, wenn ich einen „normalen“ Beruf gewählt hätte.

## UVK:Fachbücher

für Kommunikations- & Medienwissenschaft



Klaus Beck  
Kommunikationswissenschaft  
2., überarbeitete Auflage  
2010, 254 Seiten  
20 s/w Abb., broschiert  
ISBN 978-3-8252-2964-1, € (D) 19,90  
UTB Basics



Patrick Rössler  
Inhaltsanalyse  
2., überarbeitete Auflage  
2010, 290 Seiten  
50 s/w Abb., broschiert  
ISBN 978-3-8252-2671-8, € (D) 19,90  
UTB Basics



Joan Kristin Bleicher  
Internet  
2010, 102 Seiten, broschiert  
ISBN 978-3-8252-3425-6, € (D) 9,90  
UTB Profile

[www.uvk.de](http://www.uvk.de)

 **UVK**  
UVK Verlagsgesellschaft mbH

# Nachwuchs, GfM und DFG

## DGPuK mit neuem Vorstand und alten und neuen Aufgaben

Der neue Vorstand – Klaus-Dieter Altmeppen, Ulrike Röttger und Oliver Quiring – möchte sich an dieser Stelle noch einmal herzlich für die Wahl bei der Jahrestagung in Ilmenau und das damit ge-



Foto: Moritz Tschermak

gebene Vertrauen bedanken. Mittlerweile ist die Geschäftsstelle der DGPuK nach Eichstätt umgesiedelt. Gabriele Kendl, die in Eichstätt bereits seit längerem gute Arbeit leistet, wird sich um die laufenden Geschäfte kümmern. Lars Rinsdorf, den wir herzlich im Amt des Schatzmeisters begrüßen, ist voll arbeitsfähig und erledigt alle anfallenden Aufgaben mit Bravour.

### Arbeitsteilung im Vorstand

Der Vorstand wird künftig stärker arbeitsteilig arbeiten und hat erste Zuständigkeiten bereits festgelegt. So ist Oliver Quiring Ansprechpartner für die Nachwuchsförderung, Ulrike Röttger ist Ansprechpartnerin in Sachen Tagungen und Publikationen der DGPuK. Für den Bereich der Lehre sowie die Webseiten der Gesellschaft und für Internationales ist Klaus-Dieter Altmeppen zuständig. Arbeitsteilung bedeutet für den Vorstand nicht, die bisherige gemeinsame Arbeit aufzugeben, sondern durch die Zuständigkeiten und die Benennung von Ansprechpartnern eine bessere Koordinierung zu erreichen. Für das Tagesgeschäft sowie alle Anfragen und Regularien, für die Aktualisierung der Webseiten und was immer die Mitglieder an Fragen haben sind natürlich der Vorsitzende und die Geschäftsstelle zuständig.

### Nachwuchsförderung

Ein wichtiger und langfristiger Arbeitsbereich des Vorstands wird die Nachwuchsförderung

sein. Oliver Quirings Aufgabe besteht aktuell vor allem darin, die Empfehlungen der Arbeitsgruppe Nachwuchsförderung in Zusammenarbeit mit Vertretern des Nachwuchses umzusetzen.

Die Empfehlungen sowie weitere Unterlagen können auf der Webseite der DGPuK eingesehen werden. Dort gibt es bereits eine neue Rubrik „Nachwuchs“, unter der kontinuierlich über die Nachwuchsförderung berichtet wird.

### Satzung der DGPuK

Die lange diskutierte Namensänderung wurde auf der Mitgliederversammlung mit knappem Ergebnis abgelehnt. Somit bleibt es beim altbekannten Namen. Eine Änderung zu §9 der Satzung (Fachgruppen) wurde beschlossen. Der Passus zu den Fachgruppen wird um den Punkt „Ad-hoc-Gruppen“ ergänzt. Danach sollen „Fachgruppen vor ihrer Gründung mindestens drei Jahre als Ad-Hoc-Gruppen gearbeitet haben. Der Beginn der Arbeit als Ad-Hoc-Gruppe ist dem Vorstand schriftlich anzuzeigen. Ad-Hoc-Gruppen sind keine Organe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft.“ Die Eintragung der Satzungsänderung im Vereinsregister läuft derzeit.

Desweiteren hat die Mitgliederversammlung beschlossen, weitere Satzungsänderungen, die der Vorstand zur Mitgliederversammlung in Ilmenau vorgelegt hat, bei der Jahrestagung 2011 in Dortmund zu diskutieren. Eine Kommission soll die Änderungen vorbereiten und wird im Herbst mit der Arbeit beginnen.

### DGPuK-Jahrestagung 2011

Hinweisen möchte ich auf die nächste Jahrestagung. Sie findet traditionell an Christi Himmelfahrt statt, der Feiertag liegt 2011 aber spät im Jahr, der Zeitraum der Jahrestagung 2011 ist daher der 1. bis 3. Juni. Der Call wurde bereits verschickt, er ist auch auf der Webseite der DGPuK zu finden. Für die offenen Panels können vollständige Manuskripte noch bis zum 15. Februar 2011 eingereicht werden. Einzelheiten sind der Website (<http://www.dgpuk2011.de>) mit dem Online-Einreichungsverfahren zu entnehmen.

**Diskussion mit der GfM**

Aufmerksame Beobachter werden es vielleicht gesehen haben: Die Gesellschaft für Medienwissenschaft arbeitet sich auf ihren Webseiten an der DGPUK ab (<http://blog.gfmmedienwissenschaft.de/>). Der GfM geht es vor allem darum, den Begriff „Medienwissenschaft“ für sich zu reklamieren. Dies erfolgt aber offensichtlich weniger unter Rekurs auf die eigene Leistung der GfM, sondern vor allem durch Abgrenzung von und Distanzierung zur DGPUK. Dabei sind Kommentare auf der Webseite der GfM sowie das Posten von Briefen an den DGPUK-Vorstand im GfM-Blog (bevor sie den Adressaten erreichen) das öffentliche Sperrfeuer.

Im nicht-öffentlichen Raum kommen viele Schreiben hinzu, die der Vorstand der GfM beispielsweise an die DFG oder die Virtuelle Fachbibliothek medien buehne film verschickt, mit der Absicht, Medienwissenschaft als autonomes Segment in der Lehr- und Forschungslandschaft zu etablieren, in Forschungsfördereinrichtungen, in Bibliotheken und ihren Verschlagwortungen, in Rankings, usf.

Der Vorstand der DGPUK hat der GfM vorgeschlagen, statt weiterer Brie-

fe und öffentlicher Auseinandersetzungen ein gemeinsames Gespräch zu terminieren. Diesem Vorschlag hat die GfM zugestimmt. Bei dem Gespräch im Oktober soll es darum gehen, eine tragfähige und akzeptable Grundlage für ein offenes Nebeneinander in der Zukunft zu finden.

Allerdings, auch das hat der Vorstand der DGPUK gegenüber der GfM deutlich gemacht, geht das nur, wenn die Kommunikation künftig nicht mehr über die Webseiten erfolgt. Wir werden über den Fortgang in dieser Sache informieren.

**DFG-Gutachterwahl**

2011 werden die Fachgutachter für die Deutsche Forschungsgemeinschaft neu gewählt. Für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft sind zwei Fachgutachterplätze vorhanden. Für die Wahl sollten nach Auskunft der DFG vier bis fünf Personen vorgeschlagen werden. Vorschlagsberechtigt sind die Fachgesellschaften. Der Vorstand wird über die Auswahl sowie die weiteren Termine in diesem Verfahren rechtzeitig berichten.

**FÜR DEN VORSTAND:  
KLAUS-D. ALTMPEPPEN**

**Unternehmer an einer Großbaustelle**

**Dortmunder Fotoprojekt „Arbeiten von U bis Emscher“**

Diese „Aviso“-Ausgabe haben wir mit Arbeiten illustriert, die in einer Lehrveranstaltung am Institut für Journalistik der TU Dortmund entstanden sind (siehe S. 3, 4, 17 und 22 – das Foto auf S. 18 stammt nicht aus diesem Projekt!).

Die Fotos schmücken nicht nur den „Aviso“, sondern bereits seit Mai auch den Bauzaun an der Großbaustelle am Dortmunder U. Die 13 dort ausgestellten großformatigen Portraits unter dem Motto „Arbeiten von U bis Emscher“ rücken Unternehmer der angrenzenden Rheinischen Straße in den Fokus.

Ziel des Foto-Seminars unter Leitung des Lehrbeauftragten und Fotojournalisten Dipl.-Des. Pascal Amos Rest war es, ein vielfältiges Bild des Viertels um die Rheinische Straße zu entwerfen – vom alteingesessenen Bäcker bis zum tamilischen Gemüsehändler, vom Bierbrauer bis zum Plattenhändler mit Kult-Status.

Die Studierenden entwickelten zahlreiche Bilder-Serien, die die Menschen aus dem Viertel in ihrem täglichen Arbeitsumfeld zeigen; eine Jury wählte die Motive, die die großen LKW-Planen am Bauzaun zieren, als beste Aufnahmen aus.

**UVK:Fachbücher**

für Kommunikations- & Medienwissenschaft



M. Machill, M. Beiler, J. R. Gerstner (Hg.)  
**Medienfreiheit nach der Wende**  
Entwicklung von Medienlandschaft, Medienpolitik und Journalismus in Ostdeutschland  
2010, 430 Seiten, 10 s/w Abb., br.  
ISBN 978-3-86764-267-5, € (D) 39,00



Michael Harnischmacher  
**Journalistenausbildung im Umbruch**  
Zwischen Medienwandel und Hochschulreform: Deutschland und USA im Vergleich  
2010, 314 Seiten, broschiert  
ISBN 978-3-86764-266-8, € (D) 29,00



Jürg Häusermann, Korinna Janz-Peschke, Sandra Marion Rühr  
**Das Hörbuch**  
Medium – Geschichte – Formen  
2010, 386 Seiten, broschiert  
ISBN 978-3-86764-181-4, € (D) 48,00

[www.uvk.de](http://www.uvk.de)



# 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 e.V. (DGPK)

Redaktion:  
Petra Werner & Kristina Wied (beide verantwortlich)  
Beatrice Dernbach (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](mailto:petra.werner@fh-koeln.de),  
[kristina.wied@uni-bamberg.de](mailto:kristina.wied@uni-bamberg.de)

Druck:  
Louis Hofmann Druck, Sonnefeld

## Das Bologna-Komplott

Vereinheitlichung des europäischen Hochschulwesens, Förderung von Mobilität und Wettbewerbsfähigkeit – alles Tarnung! Die 29 Bildungsminister, die sich 1999 in der Heimat von Hackfleischsauce und Umberto Eco trafen, hatten eigentlich ganz was anderes im Sinn, nämlich den Professor resp. die Professorin von den Bürden ihres Daseins zu befreien. Gebt den Professoren mehr Zeit! Mehr Zeit für Forschung, für Nebentätigkeiten und fürs Füße hochlegen. Das war die Devise, die aber unter keinen Umständen ruchbar werden durfte.

Im Zentrum des Plans, den die Minister in den Katakomben der Universität ausheckten, in der Eco schon benediktinische Verschwörungen und ein Traktat über gute wissenschaftliche Praxis ersann (was die Runde aber geflissentlich ignorierte), stand die Verkürzung der Studienzeiten auf sechs Semester. Was sich so harmlos anhört, hat weitreichende Konsequenzen:

Nie wieder Sprechstunden! Wenn die Studenten streng nach Modulbuch studieren und ohnehin kaum noch Wahlmöglichkeiten bekommen, dachten sich die Minister, dann müssen sie auch nicht mehr dauernd bei ihren Studienentscheidungen beraten werden.

Keine aufwändigen Lehrforschungsprojekte mehr! In sechs Semestern kriegt doch keiner die Studentenschar mehr soweit, dass sie Median von Modus, Scott's Pi von Krippendorfs Alpha unterscheiden kann.

Adieu zeitintensive Lehrredaktionen! Es gibt ohnehin keine erfahrenen Studierenden aus dem Hauptstudium mehr, die die Frischlinge anleiten könnten. En passant eingespart: Praxiskontakte – ehemals gerade für Lehrredaktionen sehr nützlich – knüpfen oder gar pflegen.

Dahin auch die mitunter anstrengende Betreuung anspruchsvoller Abschlussarbeiten! Bachelor-Arbeiten, in zehn, zwölf Wochen hingezimmert, wegen der Fülle der parallel zu absolvierenden Module weder theoretisch fundiert noch empirisch abgesichert, schreiben sich doch fast von selbst, riefen die Minister und klopfen sich auf die Schenkel.

Mission accomplished, hieß es in der Runde. Irgendwas ging dann aber fürchterlich schief, dunkle Mächte – wahrscheinlich EU-Gegner – funkten den Geheimbündlern dazwischen und machten ihren hübschen Bologneser Plan kaputt. Statt Füße hoch und hoch die Tassen heißt es nun allenthalben: „Learning outcomes“ als „can do statements“ formulieren! Internationalisierung forcieren! Doch lieber wieder ein Curriculum für sieben Semester entwickeln! Teilmodulprüfungen zusammenlegen! Module kleiner, Module größer! Irgendwie die Idee vom lebenslangen Lernen integrieren! Zwischen durch den monatlichen Selbstbericht in Sachen W-Besoldung abgeben! Evaluationsplan aufstellen! Am sektoralen Qualifikationsrahmen orientieren! Wie, der sagt Ihnen nichts? Sorry, keine Zeit für Erklärungen – Reakkreditierungskommission wartet nebenan!

PETRA WERNER, KÖLN

Anzeige

 HERBERT VON HALEM VERLAG



MARTIN WELKER / ANDREAS ELTER /  
STEPHAN WEICHERT (Hrsg.)  
**Pressefreiheit ohne Grenzen?**  
**Grenzen der Pressefreiheit**  
2010, 344 S., 3 Abb., 1 Tab., Broschur,  
213 x 142 mm, dt.  
EUR(D) 21,00 / EUR(A) 21,50 / sFr. 35,50  
ISBN 978-3-86962-008-4



NIKOLAUS JACKOB / THOMAS ZERBACK /  
OLAF JANDURA / MARCUS MAURER (Hrsg.)  
**Das Internet als Forschungsinstrument**  
**und -gegenstand in der**  
**Kommunikationswissenschaft**  
*Methoden und Forschungslogik der*  
*Kommunikationswissenschaft*, 6  
2010, 344 S., 46 Abb., 32 Tab., Broschur,  
213 x 142 mm, dt.  
EUR(D) 28,00 / EUR(A) 28,70 / sFr. 47,10  
ISBN 978-3-86962-032-9



PATRICK RADEMACHER  
**Politische Inhalte im Internet.**  
**Angebot und Nachfrage politischer Inhalte**  
**im World Wide Web am Beispiel von**  
**Volksabstimmungen in der Schweiz**  
*Neue Schriften zur Online-Forschung*, 9  
2010, 432 S., 9 Abb., 59 Tab., Broschur,  
213 x 142 mm, dt.  
EUR(D) 32,50 / EUR(A) 33,25 / sFr. 54,10  
ISBN 978-3-86962-031-2



FELIX ROHRBECK / ANNE KUNZE  
**Journalismus nach der Krise.**  
**Aufbruch oder Ausverkauf?**  
*edition medicopraxis*, 7  
2010, 240 S., Broschur, 190 x 120 mm, dt.  
EUR(D) 16,00 / EUR(A) 16,40 / sFr. 27,50  
ISBN 978-3-86962-009-1



STEPHAN WEICHERT / LEIF KRAMP /  
ALEXANDER VON STREIT (Hrsg.)  
**Digitale Mediapolis.**  
**Die neue Öffentlichkeit im Internet**  
2010, 216 S., Broschur, 190 x 120 mm, dt.  
EUR(D) 18,00 / EUR(A) 18,45 / sFr. 30,70  
ISBN 978-3-86962-012-1

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](mailto:info@halem-verlag.de)

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

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