

Aviso



Informationsdienst der Deutschen
Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Nr. 61

DGPuK

Winter 2015/16

DEBATTE: THEORIE UND PRAXIS IN DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

Einführung VON LARS RADEMACHER & TOBIAS EBERWEIN

Funktionale Differenzierung oder besser doch gleich alles gleich?
VON OLIVER QUIRING

Der überfällige Ruck im Fach
VON STEPHAN RUSS-MOHL

Modellfall Journalistik?
VON KLAUS MEIER

Wider die Wagenburg
VON BARBARA WITTE

Ausbildungsgespräche auf Augenhöhe
VON ULRIKE KAISER

Unis lehren Wissenschaft, Praxis lehrt das Leben
VON PETRA SAMMER

NEU ERSCHIENEN

TAGUNGEN

NACHRICHTEN & PERSONALIEN

NACHRUFE

NACHGEFASST **Weniger Termindruck, mehr Ertrag**

DER FRAGEBOGEN AUSGEFÜLLT VON ANNEKATRIN BOCK

AUS DEM VORSTAND **Leipzig und Allerlei (Anderes)** VON OLIVER QUIRING

EINSPRUCH **Aus der Traum** VON STEPHAN WEICHERT

AVISIERT

2 **W**ir befinden uns nicht nur in einer
Zeit der Infokriege und digitalen
3 Desinformation, sondern seit kurzem auch
wieder in einer Phase verschreckender
4 Demagogie. Und wir dürfen uns fragen:
Welche Verantwortung haben wir selbst
als Medienforscher? Deswegen haben wir
5 statt der üblichen Glosse diesmal einen
Kommentar auf der letzten Seite platziert.
6 Und wir verbinden dies mit der Frage, die
auch Bernhard Pörksen unlängst in der
7 *Zeit* gestellt hat: Müssten wir uns nicht
mehr einmischen?

8 Zum Ende unserer *Aviso*-Zeit gönnen
wir uns als scheidende Redakteure eine
eigene Debatte, die das Verhältnis von
9 Theorie und Praxis in der Kommunika-
tionswissenschaft diskutiert. Wir hoffen,
10 Sie finden darin Anregungen, die dieses
altbekannte Problem vor aktuellem Hin-
11 tergrund neu thematisieren.

12 Unser Dank für die gute Zusammen-
arbeit gilt Stefan Weinacht für die Anzei-
13 genakquise, den Verlagen für die Unter-
stützung und dem DGPuK-Vorstand
14 für den stets vorbehaltlosen Rückhalt.
15 Unseren Nachfolgern Cornelia Wolf
und Alexander Godulla wünschen wir
16 viel Erfolg und Spaß bei der spannenden
17 Aufgabe, den *Aviso* weiterzuführen.

**TOBIAS EBERWEIN &
LARS RADEMACHER**

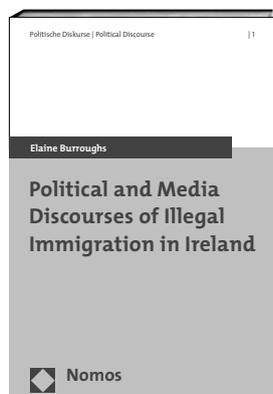
Anzeige



Gabriele Siegert, Werner Wirth,
Patrick Weber, Juliane A. Lischka (Hrsg.)
Handbuch Werbeforschung
Systematischer Überblick
über das gesamte Forschungsfeld
2015. 772 S. HC.
EUR 49,99 ISBN 978-3-531-17426-6

springer-vs.de

Negative Diskurse und politische Grenzziehung



Political and Media Discourses of Illegal Immigration in Ireland

Von Dr. Elaine Burroughs

2015, 298 S., brosch., 59,- €

ISBN 978-3-8487-2082-8

(Politische Diskurse /
Political Discourse, Bd. 1)

www.nomos-shop.de/24993

Der Band untersucht, wie illegale Immigration im Diskurs zweier irischer Institutionen – das irische Parlament sowie Printmedien – in den 2000er-Jahren dargestellt wird. Durch die Methode der Kritischen Diskursanalyse wird aufgezeigt, wie versucht wurde, die illegale Immigration während dieser Zeit zu kontrollieren.

Dr. Elaine Burroughs unterrichtet zurzeit an der Maynooth University und ist außerdem Research Assistant am University College Dublin, Irland. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen im Bereich der Migration, Repräsentation und Diskursanalyse.



Nomos

Immer schön praktisch – und was hat die Theorie davon?

Im letzten, recht schmal geratenen Kapitel von *Organisation und Entscheidung* beschäftigt Niklas Luhmann sich mit dem Verhältnis von Theorie und Praxis. Luhmann äußert darin großes Verständnis für eine Praxis, die von der Theorie fordert, sie solle doch – bitte schön! – ein Stückchen praktischer sein. Doch dann fragt er ketzerisch zurück: Und was hat die Theorie davon? Denn so berechtigt der Ruf nach praktischer Anwendbarkeit theoretischen Wissens auch ist: Ist die Wissenschaft denn tatsächlich nur der Erfüllungsgehilfe der Praxis?

Und selbst falls ja: In welcher Weise denn? Etwa in der Form, dass sozusagen „on time“ neues, anwendbares Wissen produziert wird?

Luhmanns Gegenfrage zeugt von einem anderen Selbstbewusstsein, das zunächst damit kalkuliert, dass Wissenschaft als Produzent von Wissen auch ganz unabhängig von einer auf sie beziehbaren Praxis existieren kann – und diese übersteigt. Er argumentiert sogar, dass Wissenschaft eine Neues hervorbringende Dynamik nur dann entfalten kann, wenn sie auch jenseits der aktuellen Anwendungskontexte oder über diese hinaus agiert, weil sie nur dadurch auch auf neue und andere Fälle als die bereits bekannten anwendbar werde: die Freiheit und Autonomie des Systems Wissenschaft abseits vordergründiger Verzweckung als Bedingung für Fortschritt.

Diese Selbstgewissheit scheint weitgehend verlorengegangen. Schon die schiefe Menge an neuen Studienangeboten in

medienbezogenen oder kommunikationswissenschaftlichen Feldern machen die Hochschulen immer mehr zu Ausbildungsbetrieben; die Vielzahl neuer Professuren und Querschnittsprogramme wirft die Frage auf, welche Rolle das Fach selbst und seine Theoriebildung noch spielen, wofür das eine wie das andere zuständig sind. Zugleich wird auch an den Fachhochschulen, an denen die meisten der neuen Angebote entstehen, immer mehr geforscht. Programme wie „FH-Impuls“ – eine Art Mini-Exzellenzinitiative für FHs – wollen angewandte Forschung an Fachhochschulen weiter fördern – und bringen damit Grundlagenforschung immer weiter unter Legitimationsdruck. Wie also herauskommen aus der Theorie-Praxis-Spirale? Oder gibt es im Grunde gar kein Problem?

Die vorliegende *Aviso*-Debatte wirft einen differenzierten Blick auf den gegenwärtigen Stand der Dinge. Zu Wort kommen nicht nur Fachvertreter von Universitäten und FHs, deren Sichtweisen sich in mancherlei Hinsicht konträr gegenüberstehen. Auch Repräsentanten aus Journalismus und Public Relations beteiligen sich am Diskurs über Theorie und Praxis der Kommunikations- und Medienforschung. In Summe gelesen, leisten ihre Statements einen wichtigen Beitrag zu einer aktuellen Standortbestimmung des Fachs, die angesichts jüngerer Entwicklungen in der Hochschullandschaft dringlicher denn je erscheint.

**LARS RADEMACHER (DARMSTADT)
& TOBIAS EBERWEIN (WIEN)**



Funktionale Differenzierung oder besser doch gleich alles gleich?

Sowohl das Verhältnis von Lehre und Forschung als auch das von Fachhochschulen und Universitäten sind seit einigen Jahren Gegenstand ausgiebiger Diskussionen. Studiengänge differenzieren sich aus und die Grenzen zwischen Fachhochschulen und Universitäten werden aufgeweicht, nicht selten von politischer Seite und nicht aus den Hochschulen selbst heraus. Lars Rademacher und Tobias Eberwein stellen in diesem Zusammenhang für die aktuelle *Aviso*-Debatte die Frage:

Kommunikationsbezogene Studiengänge sind nach wie vor stark gefragt; immer mehr Programme sind in den letzten Jahren entstanden; die meisten davon an Fachhochschulen: Wie ist diese Entwicklung zu beurteilen? Bleibt die Qualität dabei auf der Strecke? Oder dient die hohe Zahl der Ausbildungsorte und Absolventen dem Fach?

Hier täuscht der erste Blick. Auch an den Universitäten differenzieren sich die Studiengänge aus. Prinzipiell ist dieses Wachstum und die zunehmende Perspektivenvielfalt zu begrüßen, weil es die galoppierenden Spezialisierungstendenzen sowohl auf dem Bereich der akademischen Forschung als auch der medialen Berufswelt teilweise auffängt. So lange die Qualität nicht auf der Strecke bleibt... Damit sind wir bei der zweiten Frage: Ich glaube nicht, dass die Qualität notgedrungen aufgrund der Vielzahl von Perspektiven und Angeboten leiden muss. Stehen die entsprechenden Ressourcen bereit und ist eine Verständigung auf vernünftige Grundstandards möglich, sollte die Qualität im Schnitt sogar eher steigen. Ebenso dient die hohe Zahl an Ausbildungsorten und Absolventen sicherlich dem Fach. Sie ist eine Reaktion auf die gesamtgesellschaftlich enorm gestiegene Bedeutung von (massenmedialer und interpersonal digital vermittelter) Kommunikation. Wir sollen uns nicht darüber beschweren, dass unser Fach wichtiger wird.

Welchen Stellenwert hat die Praxisausbildung an Universitäten – auch im Vergleich zu den FHs

– und mit Blick auf die Aufgabe, künftige Forscher zu qualifizieren? Müssen sich die Universitäten stärker um die Frage der Forschungstauglichkeit des Nachwuchses bemühen? Wie gehen die Universitäten damit um, dass Hochschulen für angewandte Wissenschaft immer stärker auch forschen?

Eine entscheidende Herausforderung wird zukünftig sein, der eben beschriebenen Ausdifferenzierung der akademischen und der Berufswelt gerecht zu werden. Und das berührt natürlich auch das Verhältnis von Fachhochschulen und Universitäten. Noch immer sind viele deut-

sche Universitäten mit einem eindeutigen Hang zur Forschung. Sie versuchen dennoch stetig, auch ihre Praxis-tauglichkeit unter Beweis zu stellen. Das ist nicht schlecht, weil es den Blick auf den Gegenstand bewahrt. Aus meiner Sicht gelingt es noch recht gut, eine substantielle Menge an angehenden Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern zu qualifizieren.

Wir sollten nur darauf achten, dass dies auch so bleibt. Dass an Fachhochschulen geforscht wird, ist ebenso positiv zu sehen: So bleibt der während der Promotion geschärfte Blick auf die Forschung erhalten, was sicherlich der Ausbildungsqualität dient. An der Kompetenz zur Forschung fehlt es sicher nicht. Allerdings sollten dann bitte auch die nötigen Ressourcen bereit stehen: Zeit und Geld. Denn die Erfahrung aus den Universitäten zeigt: Was anfangs einige wenige mit enormen persönlichen Engagement zustande bringen, wird innerhalb kürzester Zeit von politischer Seite zum Standard umdefiniert.

DE
BATE
TE

Foto: simonthon.com/photocase.de



Dann darf die/der FH-Professor/in kein Projekt mehr haben, sondern muss trotz 18 SWS eines haben. Oder besser zwei. Und bitte mindestens sechsstellig. Was uns hier dreist als Hochschulautonomie und ein Gewinn an Rechten verkauft wird, bedeutet konkret: Erbringt mehr Leistung, aber besorgt Euch die Ressourcen dafür selbst! Das würde uns auf Dauer mehr und mehr zum akademischen Feigenblatt und Gehilfen potenter Geldgeber machen.

So lange die formale Gleichmacherei nicht wirklich Gleichheit meint, d.h. vernünftig aus staatlichen bzw. unabhängigen Quellen und Fördertöpfen substantiiert werden kann,

schadet sie aus meiner Sicht (nicht nur den individuellen Perspektiven, sondern sehr wahrscheinlich auch der Ausbildungsqualität). Die eierlegende Wollmilchsau ist möglicherweise aus politischer Sicht eine adäquate Antwort auf den Willen, immer mehr junge Menschen mit Abschlüssen versehen zu wollen und gleichzeitig noch als forschungsstarkes Land zu gelten. Auf dem Papier mag das gelingen. Eine adäquate Antwort auf eine massiv wachsende und sich zunehmend ausdifferenzierende Forschungs- und Berufswelt und die damit gestiegenen Anforderungen ist sie sicher nicht.

OLIVER QUIRING (MAINZ)

Der überfällige Ruck im Fach

Von nun an werde ich in der DGpuK wohl als *enfant terrible*, als zorniger alter Mann, als Hofnarr oder als Elefant im Porzellanladen gelten. Sei's drum! Ohne Zuspitzung keine Debattenkultur...

Meine Ausgangsthese: Wir kultivieren Lebenslügen!

Lebenslüge Nr. 1: Wir haben Theorie und Praxis zusammengebracht. Unsere Forschung ist praxisrelevant und inspiriert Innovation in Journalismus und in der Gesellschaft.

Dank unseres EJO-Netzwerks (<http://www.ejo-online.eu>; auf Englisch: <http://en.ejo.ch>) monitorieren wir den Forschungsoutput im Bereich Journalismus/Medienmanagement. Flächendeckend ist das per se inzwischen unmöglich geworden, wie Jane Singer kürzlich festgestellt hat; selbst im eigenen engen Fachgebiet ist das Publikationsvolumen unüberschaubar geworden. Was für die Gesellschaft, für den Journalismus, für die Medienpraxis wirklich relevant ist, kann man indes wie die Stecknadel im Heuhaufen suchen. Die meisten von uns verschließen davor die Augen und verschleißen sich in einer Tretmühle, die sich seit Jahren in die falsche Richtung bewegt. Beklagt wird die Fehlsteuerung und Bürokratisierung des Forschungsbetriebs dann merkwürdigerweise als dessen „Ökonomisie-

rung“ – obschon das alles mit Effektivitäts- und Effizienzgewinn sehr wenig zu tun hat.

Hand aufs Herz: Trotz vieler Forschungsfortschritte, trotz der erfreulichen Internationalisierung des Fachs: Vieles von unserer Forschung ist Nabelschau, es wird außerhalb kleinster Scientific Communities nicht zur Kenntnis genommen – und es dient vorrangig der Verlängerung von Publikationslisten und der Absicherung der nächsten Kongresseinladung, denn die meisten Forscher reisen gerne.

Kaum ein Forscher geht auf die Gesellschaft und die Öffentlichkeit zu. Hat das womöglich nicht nur mit fehlenden Anreizen und fehlendem gutem Willen zu tun, sondern auch mit mangelndem Können? Der journalistische Zweispalter, der 30 Seiten Forschungsaufsatz lesbar zusammenfasst, fällt eben nicht vom Himmel. Er muss auch ganz anders komponiert sein als ein Research Abstract. So bleibt Forschungsoutput gesellschaftlich irrelevant, die meisten Medienforscher kennt niemand. Und die Debatte zur Digitalisierung der Medien und zu deren Folgen für die Demokratie, für die Ökonomie und für die Gesellschaft findet weithin ohne unsere Beteiligung statt.

Lebenslüge Nr. 2: Wir sind offen für theoretische Befruchtung und halten Interdisziplinarität hoch.

Mertons Metapher, dass wir „auf den Schultern von Riesen“ sitzen, soll uns zu einem komfortablen Ausguck verhelfen, der den Horizont erweitert. Sie lässt sich aber auch als Aufforderung sehen, gelegentlich die Schultern zu wechseln – einfach, weil auf den Schultern des einen Riesen der Blickwinkel nur so weit reicht, wie sich dieser Riese selbst weiterbewegt.

Hand aufs Herz: Wir sitzen im deutschen Sprachraum seit Jahrzehnten auf den Schultern derselben drei Riesen: Jürgen Habermas, Niklas Luhmann und Elisabeth Noelle-Neumann. Viele von uns sind noch immer fest mit einer dieser Denkschulen verbandelt. Wer dennoch den Sprung auf andere Schultern wagt, riskiert, abgeblockt zu werden, spätestens wenn Forschungsmittel zu beantragen sind und das einem Reviewer nicht gefällt. Mir ist das wiederholt so ergangen – zum Beispiel beim Versuch, Qualitätssicherung im Journalismus interdisziplinär anzugehen, oder Ökonomie und Verhaltensökonomie für die Journalismusforschung fruchtbar zu machen. Da verhindert dann zuverlässig irgendein anonymer Bedenkenträger das Querdenken und die überfällige Innovation.

Lebenslüge Nr. 3: Qualität in der Journalistenausbildung ist uns wichtig!

Journalistenausbildung taugt inzwischen als Fallstudie organisierter Unverantwortlichkeit. Es werden an zu vielen Studiengängen zu viele junge Leute angeblich für den Beruf ausgebildet. Angeblich, weil ja – anders als in Amerika, wo es einen mächtigen freiwilligen Accrediting Council gibt – eigentlich niemand über Qualitätsstandards wacht. Aber auch, weil wir im Blick auf einen drastisch schrumpfenden Arbeitsmarkt nicht wissen, wie viele der angeblich Ausgebildeten tatsächlich im Journalismus Fuß fassen, nicht „subventioniert“ durch Dauer-Selbstausbeutung und einträglichere Zusatz-Tätigkeiten wie PR, Kellnern oder Taxifahren.

Hand aufs Herz: Der Lehrbetrieb an den meisten Hochschulen frustriert, die überfüllten Seminare erlauben in der Regel keinen Kleingruppen-Unterricht und somit auch kein minutiöses Feedback, das Studierende bräuchten, um Journalismus zu erlernen und zu erforschen. Die meisten Studis, die „irgendwas mit Medien“ studieren wollen, gehören auch gar nicht an die Universität. Sie wollen eine



Vieles von unserer Forschung ist Nabelschau, es wird außerhalb kleinster Scientific Communities nicht zur Kenntnis genommen.



Ausbildung, es fehlt ihnen an wissenschaftlicher Neugier. Die *crème de la crème* der Bewerber wird ohnehin von den privaten, konzernnahen Journalistenschulen abgeschöpft, die ihren Trainees eine Ausbildungsbeihilfe zahlen, eine Berufsperspektive bieten und obendrein die Auseinandersetzung mit wissenschaftlichen Erkenntnissen weitgehend ersparen. Dort gibt es allerdings auch keine Dozenten mit Professorentitel, die noch nie einen Zweispalter geschrieben haben und dennoch meinen, dem Nachwuchs Journalismus beibringen zu können. Und auch keine Gastdozenten aus der Praxis, die sich weit unter Andrea Nahles' Mindestlohn verdienen, um zu lehren – sei es aus Idealismus, sei es weil sich der Titel „Lehrbeauftragter an der XY-Universität“ so gut auf der Visitenkarte macht.

Wie lange wird es noch dauern, bis wir diese Tabus nicht nur thematisieren, bis ein ‚Ruck‘ durch das Fach und auch durch Politik und Gesellschaft geht? Bis wir Abhilfe schaffen und den Fokus auf Qualität statt Quantität richten – sowohl in der Forschung als auch bei der Gestaltung von Studien- und Ausbildungsbedingungen? Sowohl an den Unis als auch an den Fachhochschulen würde das eine Reduktion der Studentenzahlen voraussetzen. Obendrein wäre eine sinnvollere Arbeitsteilung zwischen Fachhochschulen und Universitäten anzustreben, statt immer mehr direkte Konkurrenz zuzulassen und die Verwischung der Unterschiede sogar zu fördern.

STEPHAN RUSS-MOHL (LUGANO)

Modellfall Journalistik?

Als ein Wandler zwischen den Welten Fachhochschule und Universität im Fach Journalistik, das traditionell eine besondere Nähe zur Praxis außerhalb der Wissenschaft pflegt, werde ich oft gefragt, wenn es um das Verhältnis zwischen Theorie und Praxis oder zwischen Fachhochschule und Universität geht. Auf Basis meiner bisherigen Stellungnahmen (vgl. *Publizistik* 2/2014, *Aviso* Nr. 43/2006 und 30/2002) drei knappe Thesen zur Debatte:

Journalistik heißt Integration – wahlweise auch Irritation oder Paradoxie. Die Integration von Theorie und Praxis dominiert seit 40 Jahren das Leitbild der Journalistik. Dahinter steht die (medien- und hochschulpolitische) Forderung, dass die Ausbildung für einen in Demokratie und Gesellschaft so wichtigen Beruf als Integration von Lehre und Forschung an einer Universität anzusiedeln ist. Die Ausbildungsleistung ist über Jahrzehnte hinweg vielfach empirisch belegt (z.B. durch Absolventenstudien). Charakteristisch für diese Disziplin ist das Miteinander von Journalismusforschung, Praxisausbildung fernab von redaktioneller Routine und ökonomischem Druck sowie einem Studienangebot, das sich gezielt aus vielen Fächern bedient – abgestimmt auf die zu vermittelnden journalistischen Kompetenzdimensionen. Von Wissenschaftler zu Wissenschaftler, von Hochschul-Standort zu Hochschul-Standort wird dieser Dreiklang anders interpretiert, ge- und erlebt: zum Beispiel als befruchtende Komplexität, Hybridsystem oder irritierende Paradoxie – wovon zahlreiche Reflexionen von Wissenschaftlern zeugen. Durch den Bologna-Prozess und die vielfältigen Neugründungen von Studienangeboten an Fachhochschulen wurde der Wettbewerbsgedanke forciert: Die Profilierung des eigenen Studiengangs steht vor der Profilierung der Journalistik als wissenschaftliche Disziplin. Man kann das als fruchtbare Vielfalt interpretieren – aber auch als furchtbares Imageproblem.

Journalismus ist mehr Kopfwerk als Handwerk. In der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts wurde der Journalismus gelegentlich als ‚Handwerk‘ bezeichnet, das als eine Verknüpfung von Begabung und Learning-by-doing in redaktioneller Routine beigebracht werden kann. Das ist einerseits geschichtsvergessen – im 18. und 19. Jahrhundert war der Journalismus eine Domäne der Intellektuellen – und andererseits spätestens im

Zeitalter des digitalen Journalismus obsolet: Angesichts des tiefgreifenden Wandels des Journalismus und seiner multi-optionalen Zukunft kann man diesen Beruf nicht mehr angemessen ausüben, ohne mehr zu kennen als tradierte Handlungsregeln. Das ‚Kopfwerk‘ überwiegt das ‚Handwerk‘ des Journalismus. Das gilt für die Redaktionen der Massenmedien genauso wie für neu entstehende Formen des Journalismus in der digitalen Öffentlichkeit. Journalismus bleibt in der Demokratie und generell in der differenzierten Gesellschaft normativ wie funktional unverzichtbar, aber er wandelt sich – und gerade das braucht eine enge Verbindung zu einer beobachtenden, reflektierenden und transferierenden Wissenschaft.

Fachhochschule und Universität liegen zwischen den zwei Polen Praktizismus und

Grundlagenforschung. Zwischen den Extremen existiert ein breites Spektrum an wissenschaftskonzeptionellen Ansätzen (u.a. angewandte Forschung, Beratung und Auftragsforschung), die man nicht institutionell eindeutig verorten kann. Sicherlich tendieren die Fachhochschulen eher zur einen Seite: Hochschulpolitische Vorgaben und das Primat der Lehre lassen so manchen Praktizismus wachsen, der eher das Prädikat ‚Fachschule‘ denn ‚Hochschule‘ verdient – aber es gibt etliche und immer mehr Standorte, die unter diesen verschärften Bedingungen praxisnahe Forschung mit Lehre verbinden. Die universitären Journalistik-Angebote neigen zum anderen Pol, nämlich zur Grundlagenforschung, wobei Studiengangskonzepte selbstverständlich die praktische Ausbildung als wichtige Kompetenzdimension künftiger Journalistinnen und Journalisten integrieren. Diese Praxisdimension des Studiums braucht Forschung als Mitspieler, um nicht im Gestern zu verharren. Und nicht zuletzt ist es eine Kernaufgabe der universitären Journalistik, wissenschaftlichen Nachwuchs zu fördern, der die Journalistik-Professuren an Universitäten wie Fachhochschulen besetzen kann und der Integration von Theorie und Praxis leben bzw. Irritation oder Paradoxie aushalten kann. Die kurze Geschichte der Journalistik zeigt, dass dies gelingt – erhielten doch mehr als 30 FH- und Uni-Professoren in Deutschland ihre wissenschaftliche Ausbildung und Qualifikation an der universitären Journalistik.

KLAUS MEIER (EICHSTÄTT)



Wider die Wagenburg

Die Wagenburg ist eine in Deutschland besonders beliebte Formation. Sobald es irgendwo schwierig wird, fangen die Ersten an, ihre kleinen Gefährte in Stellung zu bringen. Im Zweifel schützen wir gern die, die schon da sind. Das ist verständlich und von außen betrachtet natürlich trotzdem ziemlicher Unsinn.

Allein die Frage, ob es die Kommunikationswissenschaft gefährdet, wenn es mehr Studiengänge an Fachhochschulen gibt, oder ob die Qualität sinkt, weil an den Fachhochschulen mehr geforscht wird, scheint mir ein Fragenkatalog aus der Wagenburgecke zu sein.

Doch lässt allein eine Zunahme an Studiengängen nicht auf nachlassende Qualität schließen. In vielerlei Hinsicht ist eine Zunahme von Ausbildungsmöglichkeiten sogar zu begrüßen.

Medien als industrieller Sektor sind ein potentielles Beschäftigungsfeld, das eher dabei ist, sich auszuweiten als zu schrumpfen (auch wenn die Politik in Bremen ihre diesbezügliche Kenntnislosigkeit mit der Schließung des Internationalen Studiengangs Journalistik gerade eindrucksvoll unter Beweis gestellt hat). Dabei ist der Wandlungsdruck auf die Branche und damit auch auf die Einzelne, die in einem Medienberuf arbeitet, enorm. Als Ausbildungsinstitutionen müssen die Hochschulen darauf ebenso reagieren wie als Forschungsinstitutionen.

Die Studierendenzahlen steigen. Auch weil Menschen aus sogenannten bildungsfernen Schichten studieren. Dass es also mehr Studiengänge an den Fachhochschulen gibt, scheint konsequent. Ob das zu einem Problem für das Fach wird, hängt von der Haltung der Kommunikationswissenschaftler ab. Dass so mancher Uni-Kollege vor allem auf Abgrenzung setzt, ist verständlich: Wenn immer mehr Fachhochschulen viel billiger Absolventen produzieren und wenn die Hochschullehrer an den Fachhochschulen trotz 18 SWS Lehrverpflichtung nun auch noch forschen, dann könnte die Politik womöglich auf

die Idee kommen, den Universitätskollegen auch mehr Lehre aufzudrücken.

Abgrenzung scheint da eine probate Lösung, sozusagen ein bekannter Reflex. In dieser Hinsicht habe ich in den letzten zehn Jahren schon einiges erlebt. Von Studierenden, die nach dem Diplom bei uns noch einen Master an der Uni machten und dort gefragt wurden, ob sie denn der Veranstaltung folgen könnten, bis hin zu Kollegen, die mir sagten, sie hätten in der vorlesungsfreien Zeit so viel zu tun, weil sie ihre Veranstaltung (anders als wir an der Fachhochschule) ja schließlich vorbereiten müssten. Ist das der Weg? Fachhochschulen, ihre Lehrenden und Studierenden diskreditieren, weil man sich selbst so schützt?

Es geht auch sinnvoller. Man könnte beispielsweise dazu übergehen, nicht jeden noch so kleinen Gedanken in fünf verschiedenen Publikationen zu wiederholen. Das spart eine Menge Zeit. Eine gute Idee wäre auch die wechselseitige Anerkennung von Kompetenzen. Denn mit der Einführung von Bachelor und Master haben die Universitäten von der Politik die Aufgabe bekommen, sich auch als Ausbildungsinstitution zu verstehen. Diese Aufgabe ist vor dem Hintergrund immer weiter steigender Studierendenzahlen verständlich. Wenn jedes Jahr an über hundert Hochschulen Studierende aufgenommen werden, dann können die kaum alle in der Forschung landen. Sie brauchen also auch ein gewisses Maß an Berufsvorbereitung. Das überlassen die Universitäten gern Lehrbeauftragten. Eine gute Verbindung von Praxis und Theorie ist so nicht zu schaffen. Umgekehrt qualifizieren die Fachhoch-

DE
BATE
TE



Foyer
Hörsaal
Seminar
Labor

Foto: AllzweckJack/photocase.de

schulen ihre Studierenden längst auch für Masterstudiengänge an Universitäten und für forschungsnahen Tätigkeiten. Die Medienpraxis, allen voran der immer prekärer werdende Journalismus, kann eine anwendungsbezogene Forschung gut brauchen, doch im Grunde fehlt den Professorinnen an den Fachhochschulen (hier gibt es übrigens einen interessanten *Gender Gap*) die Zeit. Hier müsste die

Kommunikationswissenschaft den Schulterschluss schaffen. Die Lehrverpflichtung an den Fachhochschulen ist deutlich zu hoch, für die Praxisorientierung an den Universitäten bräuchten die Unis mehr Personal.

Abgrenzung ist kein zukunftssträchtiger Weg. Es geht darum, die Wagenburg zu öffnen!

BARBARA WITTE (BREMEN)

Ausbildungsgespräche auf Augenhöhe

Wir sind im Gespräch über Journalistenausbildung. Das ist eine erfreuliche Nachricht. Vertreterinnen und Vertreter von Wissenschaft und Praxis, Universitäten und Hochschulen, Berufsverbänden der Verleger und Journalisten, Journalistenschulen und Weiterbildungseinrichtungen sitzen an einem Tisch. Das klingt banal und eigentlich selbstverständlich. Ist es aber nicht.

Viel zu lange war es ruhig um die Journalistenausbildung. Viel zu lange haben die unterschiedlichen Anbieter parallel gearbeitet. Die Hochschulen und Universitäten kümmerten sich um neue Studiengänge; die Schulen festigten ihre Erfolgsprogramme; die Weiterbildung umschiffte finanzielle Untiefen und stellte sich crossmedial auf; die Volontariate verliefen wie seit Jahrzehnten gewohnt, von einzelnen Experimentierfreudigen abgesehen. Und die Berufsverbände beobachteten das Ganze, analysierten es bestenfalls und schickten dann und wann kleine Warnsignale aus.

Die betrafen vor allem das unkoordinierte Vorgehen in der Journalistenausbildung. Den wilden Wuchs der Hochschulstudiengänge. Die quantitative wie qualitative Unübersichtlichkeit eines Ausbildungsmarktes, der sich in nicht gekannte Größen ausdehnt, während der journalistische Arbeitsmarkt schrumpft – zumindest in seinem bisherigen Kernbereich: dem der festangestellten Redakteurinnen/Redakteure in Presse, Rundfunk und Agenturen samt ihren Online-Redaktionen.

Höchste Zeit also für den fachlichen Austausch. Der startete auf dem Herbstforum der

Initiative Qualität im Journalismus (IQ) im Oktober 2013, setzte sich fort mit einer IQ-Fachkonferenz zur Journalistenausbildung Anfang 2015 und wird jetzt in kleineren Gesprächskreisen ausgewertet und verstetigt. Zentrale Fragen: Was müssen Journalistinnen/Journalisten heute für morgen lernen, welche Kompetenzen sind in digitalen Zeiten hinzugekommen, wie lassen sie sich zeitlich und methodisch ins Curriculum integrieren, welche Lernorte eignen sich für die verschiedenen Lehrinhalte, wie können die unterschiedlichen Ausbildungsorte kooperieren, um das Optimale für den Nachwuchs zu leisten, und welche Rolle übernimmt Weiterbildung in diesem Geflecht?

Diese Gespräche verlaufen auf Augenhöhe. Keine wechselseitigen Befindlichkeiten zwischen Wissenschaft und Praxis, zwischen Ausbildern und Auszubildenden bzw. ihren Vertretern, zwischen Universität und Hochschule, zwischen Forschern und Anwendern. Zwar gibt es durchaus Kritik an bestimmten Ausformungen der Journalistenausbildung. Der Deutsche Journalisten-Verband (DJV) kritisiert in seinen beiden Memoranden zur Journalistenausbildung das Volontariat, das in seiner Praxisfixiertheit zumeist jede Systematik vermissen lässt. Er kritisiert die Kommerzialisierung der Ausbildung, die sich vor allem an Schulen und Hochschulen breit macht. Er kritisiert, dass neue Kompetenzbereiche noch nicht durchgängig vermittelt werden. Und er kritisiert vor allem die bereits erwähnte mangelnde Koordination und Kooperation in der Journalistenausbildung.

Dass dies von den Gesprächspartnerinnen und -partnern ähnlich als Herausforderung verstanden wird und von daher den Anlass zum „runden Tisch“ bot, lässt auf neue Impulse hoffen.

Bemerkenswert, dass es seitens der Auszubildenden selbst kaum grundlegende Kritik an der Journalistenausbildung gibt. Sie dringen auf einzelne kleine Reformen, auf die Aufnahme neuer Kompetenzen beispielsweise in Bezug auf digitale Technik und (Selbst-)Management in den Lehrstoff. Am Volontariat halten sie unbedingt fest. Wenngleich auch dort in Tarifvertrag und Ausbildungsplan Reformbedarf gesehen wird (was aktuell die Tarifparteien auf den Plan und in Gespräche gerufen hat). Mit den vielzähligen und bezüglich ihrer inhaltlichen und methodischen Ausrichtung durchaus vielfältigen Hochschulangeboten scheint der Nachwuchs zurechtzukommen. Auf der erwähnten Fachkonferenz zur Journalistenausbildung in Bonn betonten die jungen Journalistinnen und Journalisten sogar die Chancen, die in diesen vielen Einstiegsmöglichkeiten je nach individueller Neigung und Vorbildung liegen.

Appell und Wünsche der Betroffenen richten sich eher auf den Zeitpunkt nach Abschluss der wie auch immer gearteten Ausbildung: Sie wollen mehr Sicherheit beim Start ins Berufsleben – die Aussicht beispielsweise, nach dem Volontariat zumindest noch für eine Zeitlang (man ist ja angesichts der Arbeitsmarktlage bescheiden geworden) übernommen zu werden; das Gefühl, mit neuen Ideen und Initiativen bei Arbeit- und Auftraggebern sowie im Kollegenkreis willkommen zu sein.

Dass beides inzwischen eher die Ausnahme als die Regel ist, haben alle Seiten deutlich kritisiert. Gerade mit Blick auf den demografischen Wandel, auf die zunehmende Attraktivität verwandter Berufe in Marketing, Öffentlichkeitsarbeit, PR oder digitaler Produktion von Spielen, Apps und Social Media ist eine bewusste Personalplanung und -kultur in den Medien wichtig. Zumindest dann, wenn sie für sich in Anspruch nehmen, die Besten gewinnen zu wollen.

Noch ist die herausragende Stellung der Medien auf der Prioritätenliste der Berufswünsche ungebrochen. Gleichzeitig leidet ihr Ruf als fairer und sicherer Auftrag- und Arbeitgeber, was eben dazu führt, dass sich Berufsaspiranten eher für eine verwandte Branche entscheiden. Dagegen müssen die Medien aktiv angehen. Aus- und Weiterbildung spielt dabei eine wichtige Rolle. Sie auf allen Ebenen zu systematisieren, zu stärken und zu optimieren ist eine der entscheidenden Zukunftsaufgaben. Wir bleiben im Gespräch.

ULRIKE KAISER (DJV, BERLIN/BONN)

Forschung und Wirkung von Fallbeispielen



Fallbeispieleffekte

Von Dr. Benjamin Krämer

2015, 133 S., brosch., 19,90 €

ISBN 978-3-8487-0599-3

(Konzepte, Ansätze der Medien- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 13)

www.nomos-shop.de/21258

Fallbeispiele sind ein gängiges Stilmittel journalistischer Beiträge. Der Band bietet einen Überblick über die Forschung zur Wirkung solcher Fallbeispiele auf die Realitätsvorstellungen und Einstellungen des Publikums. Insbesondere befasst sich die Forschungsrichtung mit dem stärkeren Effekt von Fallbeispielen gegenüber weniger einzelfallbezogenen, stärker überblicksartigen (z.B. statischen) Beschreibungen der Realität.

Theoretische Erklärungen für Effekte werden diskutiert, die typische Methodik von Wirkungsstudien zu Fallbeispielen erläutert und die Ergebnisse der Forschungsrichtung systematisiert. Außerdem wird die Bedeutung von Fallbeispielen und ihrer Wirkung für die journalistische Praxis und für eine kompetente Medienrezeption bewertet.



Unis lehren Wissenschaft, Praxis lehrt das Leben

DE
BATE
TE

Am Monatsanfang werden sie herumgeführt: Dann machen die neuen Kollegen ihren ersten Agenturrundgang. Brav nennen sie an jedem Schreibtisch ihren Namen und zählen auf, was sie bisher so gemacht und studiert haben. Dabei ist die Vielfalt der Studienfachkombinationen oft so bunt und auch exotisch, dass man sich fragt, was sich hinter den blumigen, meist mit Anglizismen gespickten Bezeichnungen verbirgt und wie viel Wissenschaft für die Arbeit in einer Kommunikationsagentur tatsächlich notwendig ist.

Dabei wäre es so einfach: Die Kommunikationswissenschaften befassen sich mit dem menschlichen Kommunikationsverhalten und seinen Mitteln. Doch wenn man den Berufswunsch von Studenten, die sich für KW einschreiben, hinterfragt, hört man in der Regel ein unspezifisches „was mit Medien machen“. Und genau hier, in dieser unspezifischen Haltung, beginnt eines der Probleme zwischen Studium und Praxis.

Liebe Studenten, es reicht nicht: Es reicht einfach nicht aus, nur „was mit Medien machen“ zu wollen. Nur weil man einen Facebook-Account mit mehr als den durchschnittlichen 350 Freunden

pflegt und mal bei Twitter reingeschaut hat, heißt das noch lange nicht, dass man darin seine berufliche Zukunft sehen muss. Viele Studierende haben eine idealisierte oder schlichtweg falsche Vorstellung von den Berufen, die nach einem KW-Studium auf sie warten: Ja, man arbeitet in coolen Agenturen, ja man ist kreativ tätig und ja, man sollte sich mit Facebook und Co. auskennen. Doch entscheidend ist nicht nur der Blick auf die Medien. Entscheidend für beruflichen Erfolg ist ein echtes Interesse und tiefes Verständnis der Menschen. Die intensive und umfassende Auseinandersetzung mit der Art und Weise, wie und warum Menschen mit Medien umgehen. Wie sie sich informieren. Wie sie sich eine Meinung bilden. Gefragt ist dabei weit mehr als nur das dürre Interesse an hippen Social Media. Es geht um viel mehr. Um Psychologie, um Verhaltensforschung, um Regeln, Gesetze und Geschäftsmodelle, die Menschen und Medien antreiben. Und gerade dieser interdisziplinäre Ansatz ist es, der diese Wissenschaft so interessant macht. KW-Studenten müssen einen unstillbaren Wissenshunger mitbringen, den selbst das Studium nicht stillen kann, sondern der sie später im Beruf immer wieder von neuem motiviert.

Liebe Universitäten, es reicht nicht: Es reicht einfach nicht, so viele Studenten so schnell wie möglich durch ein Curriculum zu hetzen – mit immer neuen Facetten, neuen Nischenfächern und Fachkombinationen. Es ist ja verständlich, dass man heute um Studenten werben muss und sich daher herausputzt – mit attraktiv klingenden Namen und praxisorientierten Projekten. Aber der Wildwuchs dieser Vielfalt verwirrt und so mancher Arbeitgeber hat aufgegeben, diese Kleinteiligkeit des Studiums zu hinterfragen oder gar verstehen zu wollen. Im Bewerbungsgespräch zählt dann eben nicht mehr das erworbene Wissen, sondern man beschränkt sich auf die Neugier und die Persönlichkeit, die ein Bewerber mitbringt. Und genau dies ist das größte Defizit, das besonders in Agenturen auffällt: Viele KW-Studenten sind oft selbst im Umgang mit



Foto: complize/photocase.de

Medien nicht geschult. Sie informieren sich einseitig und flach, sind unreflektiert und diskussionsscheu. Dies mag vielleicht eine Eigenschaft der derzeitigen Generation sein, ist aber auch eine Folge des verschulten Studiums, das so auf Effizienz ausgerichtet ist, das für kritisches Hinterfragen oder langwieriges Abwägen oder Diskutieren wohl keine Zeit bleibt. Und dies gilt auch für die sogenannte „Praxisorientierung“, die sich viele KW-Institute auf die Fahne geschrieben haben. Alltagsbezug soll hier hergestellt werden. Tatsächlich schafft man künstlich inszenierte Simulationen, die der tatsächlichen Arbeitswelt nicht im Entferntesten nahe kommen. Praxisprojekte wiegen die Studenten fatal in Sicherheit. Sie denken zu wissen, was auf sie später zukommt. Umso brutaler ist dann der Aufschlag im realen Berufsalltag.

Wäre es nicht viel wichtiger, dass sich das Studium, als Interimszeit zwischen Schule und Beruf, auf die Vertiefung von Wissen und auf die Ausweitung von Horizonten konzentriert – Bereiche, für die später keine Zeit mehr bleibt und die doch, vor allem im Agenturalltag, so wichtig sind?

Liebe Agenturen, es reicht nicht: Es reicht nicht, dass wir so weitermachen wie bisher. Dass wir, Vertreter der Generation X mit unseren Magister Artium- und Diplom-Abschlüssen, so tun, als wäre alles beim Alten. Wir müssen akzeptieren, dass sich die Berufe in Agenturen und in der Unternehmenskommunikation professionalisieren und nicht mehr mit einem „Hands-On-Ansatz“ zu bewältigen sind. Wir müssen anerkennen, dass gut vorgebildete, interessierte und neugierige junge Kollegen zu uns kommen, die nicht darauf brennen, nach ihrem Studium in der Agentur dann nochmals in die Lehre zu gehen und in einem mehrjährigen Volontariat oder Traineeship die Arbeit von Praktikanten zu erledigen. Wir müssen dringend unser Geschäfts- und Arbeitsmodell, das in Teilen auf die Mitarbeit von Praktikanten baut, umstellen und einfache Tätigkeiten oder Routinearbeiten sinnvoller organisieren, um jungen Kollegen viel schneller den Weg in den Beruf zu ermöglichen. Und wir müssen unsere Nostalgie abschütteln, dieses „Früher war alles besser und da haben wir noch ungehindert 25 Semester studiert“, und uns mit Universitäten und Fachhochschulen an einen Tisch setzen. Damit nicht noch mehr KW-Wildwuchs entwickelt wird, sondern solide Basisstudiengänge, die sinnvoll auf die spannenden Berufe in der Kommunikationsbranche vorbereiten.

PETRA SAMMER (KETCHUM PLEON, MÜNCHEN)

Aufbau einer Musikerkarriere



Organisches Artist Development

Ein ganzheitliches Modell zur identitätsorientierten
Künstlerentwicklung

Von Dr. Johannes Ripken

2015, 322 S., brosch., 59,- €

ISBN 978-3-8487-1199-4

(Musik und Wirtschaft – Schriftenreihe

der Popakademie Baden-Württemberg, Bd. 2)

www.nomos-shop.de/22345

Dieses Buch präsentiert einen ganzheitlichen Ansatz, um Künstler zu selektieren und identitätsorientiert („organisch“) aufzubauen. Es geht in der Selektion auf musikalische, persönliche und wirtschaftliche Aspekte ein und bereitet ein fünfdimensionales Modell zum anschließenden Artist Development auf. Im Kern steht der Aufbau einer langfristigen, erfolgreichen Karriere des Künstlers. Zur Entwicklung dieses Modells wurden Interviews mit ausgewählten, etablierten Künstlern und Managern sowie leidenschaftlichen Fans geführt. Außerdem wurden viele Erkenntnisse aus zahlreichen wissenschaftlichen Arbeiten, Fachbüchern und weiterer relevanter Branchenliteratur gezogen.

Dieses Buch richtet sich an alle Künstler und Künstlerinnen, Musikmanager und -managerinnen sowie alle Personen, die sich für Musikverwertung und die musikwirtschaftliche Praxis interessieren.



Nomos

Altmeyden, Klaus-Dieter; Donges, Patrick; Künzler, Matthias; Puppis, Manuel; Röttger, Ulrike & Wessler, Hartmut (Hg.) (2015). Soziale Ordnung durch Kommunikation? Reihe: Medienstrukturen, Bd. 5. Baden-Baden: Nomos. 226 S.

Beck, Klaus (2015). Kommunikationswissenschaft (4., überarb. Aufl.). UVK/UTB: Konstanz. 266 S.

Bilandzic, Helena; Schramm, Holger & Matthes, Jörg (2015). Medienrezeptionsforschung. UVK/UTB: Konstanz. 284 S.

Brosius, Hans-Bernd; Haas, Alexander & Koschel, Friederike (2016). Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung (7. akt. Aufl.). Wiesbaden: Springer VS. 265 S.

Fröhlich, Romy; Szyszka, Peter & Bentele, Günter (Hg.) (2015). Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln (3. überarb. u. erw. Aufl.). Wiesbaden: Springer VS. 1155 S.

Früh, Werner (2015). Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis. 8., überarb. Aufl. UVK: Konstanz. 296 S.

Gentzel, Peter (2015). Praxistheorie und Mediatisierung. Grundlagen, Perspektiven und eine Kulturgeschichte der Mobilkommunikation. Wiesbaden: Springer VS. 437 S.

Haarkötter, Hektor (2015). Die Kunst der Recherche. Konstanz: UVK. 294 S.

Hahn, Oliver; Hohlfeld, Ralf & Knieper, Thomas (Hg.) (2015). Digitale Öffentlichkeit(en). Reihe: Schriftenreihe der DGPUK, Bd. 42. Konstanz: UVK. 290 S.

Hepp, Andreas; Krotz, Friedrich; Lingenberg, Swantje & Wimmer, Jeffrey (Hg.) (2015). Handbuch Cultural Studies und Medienanalyse. Wiesbaden: Springer VS. 453 S.

Hoffmann, Olaf & Arlt, Hans-Jürgen (2015). Die nächste Öffentlichkeit. Theorieentwurf und Szenarien. Wiesbaden: Springer VS. 141 S.

Imhof, Kurt; Blum, Roger; Bonfadelli, Heinz; Jarren, Otfried & Wyss, Vinzenz (Hg.) (2015). Demokratisierung durch Social Media? Mediensymposium 2012. Wiesbaden: Springer VS. 282 S.

Knoll, Johannes (2015). Persuasion in sozialen Medien. Der Einfluss nutzergenerierter Inhalte auf die Rezeption und Wirkung von Onlinewerbung. Wiesbaden: Springer VS. 194 S.

Kolb, Steffen (2015). Vielfalt im Fernsehen. Eine komparative Studie zur Entwicklung von TV-Märkten in Westeuropa. UVK: Konstanz. 306 S.

Lobinger, Katharina & Geise, Stephanie (Hg.) (2015). Visualisierung – Mediatisierung. Bildliche Kommunikation und bildliches Handeln in mediatisierten Gesellschaften. Köln: von Halem. 344 S.

Perrin, Daniel (2015). Medienlinguistik 3., akt. Aufl. UVK: Konstanz. 260 S.

Petersen, Thomas (2015). Die Vermessung des Bürgers. Wie Meinungsumfragen funktionieren. Konstanz: UVK. 134 S.

Pörksen, Bernhard & Narr, Andreas (Hg.) (2015). Die Idee des Mediums. Reden zur Zukunft des Journalismus. Reihe: edition medienpraxis, Bd. 12. Köln: von Halem. 224 S.

Prommer, Elizabeth (2015). Film und Kino. Die Faszination der laufenden Bilder. Reihe: Medienwissen kompakt. Wiesbaden: Springer VS. 94 S.

Prommer, Elizabeth; Schuegraf, Martina & Wegener, Claudia (Hg.) (2015). Gender – Medien – Screens. (De)Konstruktionen aus wissenschaftlicher und künstlerischer Perspektive. UVK: Konstanz. 300 S.

Pürer, Heinz (2014). Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (2., völlig überarb. Aufl.). Konstanz: UVK. 632 S.

Pürer, Heinz (2015). Journalismusforschung. Konstanz: UVK/UTB. 177 S.

Pürer, Heinz (2015). Medien in Deutschland. Presse, Rundfunk, Online. Konstanz: UVK. 259 S.

Pürer, Heinz (Hg.) (2015). Kommunikationswissenschaft als Sozialwissenschaft. Konstanz: UVK/UTB. 260 S.

Pürer, Heinz; Springer, Nina & Eichhorn, Wolfgang (2015). Grundbegriffe der Kommunikationswissenschaft. Konstanz: UVK/UTB. 106 S.

Richter, Carola & Difraoui, Asiem El (Hg.) (2015). Arabische Medien. Konstanz: UVK. 344 S.

Schäfer, Mike S.; Kristiansen, Silje & Bonfadelli, Heinz (Hg.) (2015). Wissenschaftskommunikation im Wandel. Köln: von Halem. 380 S.

Serong, Julia (2015). Medienqualität und Publikum. Zur Entwicklung einer integrativen Qualitätsforschung. Konstanz: UVK. 334 S.

Siebert, Gabriele; Wirth, Werner; Weber, Patrick & Lischka, Juliane A. (Hg.) (2016). Handbuch Werbeforschung. Wiesbaden: Springer VS. 760 S.

Stehling, Miriam (2015). Die Aneignung von Fernsehformaten im transkulturellen Vergleich. Eine Studie am Beispiel des Topmodel-Formats. Wiesbaden: Springer VS. 384 S.

Weber, Mathias (2015). Der soziale Rezipient. Medienrezeption als gemeinschaftliche Identitätsarbeit in Freundeskreisen Jugendlicher. Wiesbaden: Springer VS. 378 S.

Wilke, Jürgen (Hg.) (2015). Die frühesten Schriften für und wider die Zeitung. Christophorus Besold (1629), Ahasver Fritsch (1676), Christian Weise (1676), Tobias Peucer (1690), Johann Ludwig Hartmann (1679), Daniel Hartnack (1688). Reihe: ex libris kommunikation, Bd. 17. 208 S.

bücher bücher bücher
bücher

Bücher

von DGPUK-Mitgliedern

bücher bücher bücher
bücher bücher bücher
bücher bücher bücher
bücher bücher bücher
bücher

Die angezeigten Monographien und Sammelbände sind in den letzten Monaten erschienen. Die Liste beruht auf Hinweisen von Autoren sowie auf den Ankündigungen der Verlage Nomos, UVK, Halem und Springer VS. Wenn Sie bei anderen Verlagen publizieren, aber in der Aviso-Liste erscheinen wollen, bitten wir bis 15. Januar um eine kurze Information per Mail an weinachtstefan@aol.com

- Benz, Immanuel & Schäfer-Hock, Christian (2014).** Who invented it? An attempt at the quantitative recording of explanatory factors from biology and family sociology for the emergence of media innovations. In Pavlickova, Tereza & Reifova, Irena (eds.). *Media, power and empowerment: Conference Proceedings from the 5th Central and Eastern European Communication and Media Conference (280-285)*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- Brüggemann, Michael & Wessler, Hartmut (2014).** Transnational communication as deliberation, ritual and strategy. *Communication Theory*, 24(4), 394-414.
- Gerhards, Jürgen & Schäfer, Mike S. (2014).** International Terrorism, Domestic Coverage? How Terrorist Attacks are Presented in the News of CNN, Al Jazeera, the BBC, and ARD. *International Communication Gazette*, 76(1), 3-26. doi: 10.1177/1748048513504158.
- Gries, Rainer (2014).** Nové trendy ve výzkumu spotřební kultury: produktová komunikace. In Zahrádka, Pavel (ed.). *Spotřební kultura – Historie, teorie a výzkum (288-314)*. Prag: Akademia.
- Hartmann, Daniela & Schäfer-Hock, Christian (2014).** How do book trailers affect the recipients? Results of the first online experiment in Germany. In Pavlickova, Tereza & Reifova, Irena (eds.). *Media, power and empowerment: Conference Proceedings from the 5th Central and Eastern European Communication and Media Conference (269-273)*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- Ivanova, Ana; Schmidt, Andreas & Schäfer, Mike S. (2014).** Global Climate Change, Global Public Sphere? Media Attention for Climate Change in 27 Countries. In Canel, Maria Jose & Voltmer, Katrin (eds.). *Comparing Political Communication (210-227)*. Houndsmills/Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Jacke, Christoph; James, Martin & Montano, Ed (eds.) (2014).** Music Journalism. *IASPM Journal*, 4(2). http://www.iaspmjournal.net/index.php/IASPM_Journal/issue/view/57.
- Jankowski, Jaroslaw; Michalski, Radoslaw; Bródka, Piotr; Kazienko, Przemyslaw & Utz, Sonja (2015).** Knowledge acquisition from social platforms based on network distributions fitting. *Computers in Human Behavior*. doi: 10.1016/j.chb.2014.12.015.
- Lin, Ruoyun & Utz, Sonja (2015).** The emotional responses of browsing Facebook: Happiness, envy, and the role of tie strength. *Computers in Human Behavior*, 52, 29-38. doi:10.1016/j.chb.2015.04.064.
- Mai, Lisa M.; Freudenthaler, Rainer; Schneider, Frank M. & Vorderer, Peter (2015).** I know you've seen it! Individual and social factors for users' chatting behavior on Facebook. *Computers in Human Behavior*, 49(1), 296-302.
- Marcinkowski, Frank & Metag, Julia (2014).** Why Do Candidates Use Online Media in Constituency Campaigning? An Application of the Theory of Planned Behavior. *Journal of Information Technology & Politics (Special Issue: Chasing the Digital Wave: International Perspectives on the Growth of Online Campaigning)*, 11(2), 151-168. doi: 10.1080/19331681.2014.895690.
- Metag, Julia & Marcinkowski, Frank (2014).** Technophobia Towards Emerging Technologies? A Comparative Analysis of the Media Coverage of Nanotechnology in Austria, Switzerland and Germany. *Journalism: Theory, Practice and Criticism*, 15(4), 463-481. doi: 10.1177/1464884913491045.
- Metag, Julia; Fuchslin, Tobias & Schäfer, Mike S. (2015).** Global Warming's Five Germanys. A Typology of Germans' Views on Climate Change and their Patterns of Media Use and Information. *Public Understanding of Science*. doi: 10.1177/0963662515592558.
- Post, Senja (2014).** Communicating science in public controversies. Strategic considerations of the German climate scientists. *Public Understanding of Science*. doi: 10.1177/0963662514521542.
- Post, Senja (2014).** Scientific Objectivity in Journalism? How Journalists and Academics Define Objectivity, Assess its Attainability and Rate its Desirability. *Journalism: Theory, Practice and Criticism*. doi: 10.1177/1464884914541067.
- Rauchfleisch, Adrian & Metag, Julia (accepted).** The special case of Switzerland: Swiss politicians on Twitter. *New Media & Society*. doi: 10.1177/1461444815586982.
- Rauchfleisch, Adrian & Schäfer, Mike S. (2015).** Multiple public spheres of Weibo: A typology of forms and potentials of online public spheres in China. *Information, Communication & Society*, 18(2), 139-155. doi: 10.1080/1369118X.2014.940364.
- Schäfer, Mike S. & Schlichting, Inga (2014).** Media Representations of Climate Change: A Meta-Analysis of the Research Field. *Environmental Communication (Special Issue „Media research on climate change: Where have we been and where are we heading?“)*, 8(2), 142-160. doi: 10.1080/17524032.2014.914050.
- Schäfer, Mike S. & Taddicken, Monika (2015).** Mediatized Opinion Leaders: New Patterns of Opinion Leadership in New Media Environments? *International Journal of Communication*, 9, 960-981.
- Schäfer, Mike S. & Taddicken, Monika (eds.) (2015).** Opinion Leadership Revisited. A Classical Concept in a Changing Media Environment. *Special Section of the International Journal of Communication*, 9.
- Schäfer, Mike S. (2014).** The Media in the Labs, and the Labs in the Media. What we Know about the Mediatization of Science. In Lundby, Knut (ed.). *Mediatization of Communication. Vol. 21 of the Handbooks of Communication Science (571-594)*. Berlin: de Gruyter Mouton.
- Schäfer, Mike S. (2015).** Climate Change and the Media. In Wright, James D. (ed.). *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (2. ed.)*, Vol. 3 (853-859). Oxford: Elsevier.
- Schäfer, Mike S.; Ivanova, Ana & Schmidt, Andreas (2014).** What Drives Media Attention for Climate Change? Explaining Issue Attention of Australian, German and Indian Print Media from 1996 to 2010. *International Communication Gazette*, 76(2), 152-176. doi: 10.1177/1748048513504169.
- Schneider, Nadja-Christina & Richter, Carola (Hg.) (2015).** *New Media Configurations and Socio-Cultural Dynamics in Asia and the Arab World*. Baden-Baden: Nomos. 372 S.
- Schulz, Winfried (2014).** Mediatization and new media. In Esser, Frank & Strömbäck, Jesper (eds.). *Mediatization of politics. Understanding the transformation of Western democracies (57-73)*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Schulz, Winfried (2014).** Political communication in long-term perspective. In Reinemann, Carsten (ed.). *Political communication (63-85)*. Berlin: De Gruyter Mouton.
- Schulz, Winfried (2015).** Mediatization of the modern publicity process. In Coleman, Stephen; Moss, Giles & Parry, Katy (eds.). *Can the media serve democracy? Essays in honor of Jay G. Blumler (53-62)*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Tracey, Michael & Herzog, Christian (2015).** British Broadcasting Policy: From the Post-Thatcher Years to the Rise of Blair. *Rundfunk und Geschichte*, 41(1-2), 57-68.
- Utz, Sonja (2015).** The function of self-disclosure on social networking sites: not only intimate, but also positive and entertaining self-disclosures increase the feeling of connection. *Computers in Human Behavior*, 45, 1-10. doi: 10.1016/j.chb.2014.11.076.
- Utz, Sonja & Muscanell, Nicole (2015).** Social media and social capital: Introduction to the special issue. *Societies*, 5, 420-424. doi: 10.3390/soc5020420.

FG Kommunikations- und Medienethik „Die Zukunft des Journalismus – als Thema der Kommunikations- und Medienethik“, 12.-13. Februar 2015, München

Teilnehmerzahl: 100; **Anzahl der Vorträge:** 15

Tagungsfazit: Die Zukunft des Journalismus steht besonders seit dem Einzug der Digitalisierung zur Debatte. Neben einer ökonomischen Krise sieht sich vor allem der sogenannte Qualitätsjournalismus einem Glaubwürdigkeitsverlust gegenüber. Anlass genug, auf der gemeinsamen Jahrestagung der Fachgruppe und des Netzwerks Medienethik nach Antworten auf die Zukunftsfrage des Journalismus zu suchen. Erstmals teilte das Organisationsteam hierfür die Tagung in einen Tag mit Fokus Praxis und einen Tag mit Fokus Wissenschaft auf. Aus der Sicht der Praxis betrachteten u.a. Juliane Leopold (*BuzzFeed*) und Elmar Theveßen (*ZDF*) die journalistischen Formen im Wandel und gaben einen Ausblick in die Zukunft der Formate, bevor es in einer Podiumsdiskussion insbesondere um die normativen Gestaltungsideen für den Journalismus der Zukunft ging. Der Freitag mit Fokus Wissenschaft machte deutlich, dass unter den Wissenschaftlern und Wissenschaftlerinnen Uneinigkeit herrschte: Zwar solle die Individualethik gestärkt werden; unter einem zunehmenden ökonomischen Druck und teils erschwerten redaktionellen Arbeitsbedingungen seien aber auch Redaktionen, Medienunternehmen und Medienpolitik weiterhin in die Pflicht zu nehmen. Die Verbindung von Praxis und Wissenschaft lieferte zwar keine umfassende Antwort auf die Frage nach der Zukunft des Journalismus, formulierte aber Denkanstöße und Perspektiven, die für Journalisten wie Wissenschaftler gleichermaßen relevant sind. **MARC SEHR**

FG Kommunikation und Politik „Politische Online-Kommunikation. Voraussetzungen, Facetten und Folgen des strukturellen Wandels politischer Kommunikation“, 19.-21. Februar 2015, Düsseldorf

Teilnehmerzahl: 70; **Anzahl der Vorträge:** 18

Tagungsfazit: Mit der Dynamik der Online-Medien geht ein grundlegender und tiefgreifender, also struktureller Wandel politischer Kommunikation einher – mit erheblichen Folgen für Bürger, politische Organisationen, Öffentlichkeit und das politische System als Ganzes. Eröffnet wurde die Tagung mit einem Vortrag von Miriam Meckel (Chefredakteurin *Wirtschaftswoche*) zum Qualitätsjournalismus in der

Online-Welt. Den fachlichen Teil der Tagung leitete Klaus Mainzer mit einer Keynote Speech zu den technischen Möglichkeiten der Berechenbarkeit von Welt ein. In fünf Panels wurden dann die Voraussetzungen, Facetten und politischen Folgen des Wandels politischer Kommunikation und die methodischen Möglichkeiten in diesem Themenfeld diskutiert. Gerhard Vowe, Ulrich Sarcinelli und Christoph Strünck debattierten Thesen zur Bedeutung politischer Kommunikation für politische Veränderungen. Abgeschlossen wurde die Tagung mit einem NaPoKo-Methodenworkshop. Die Beiträge zeigten, dass die politische Kommunikationsforschung den strukturellen Wandel differenziert betrachtet. Herausfordernd bleiben die technischen Potenziale und die Vernetzung von Kommunikationswissenschaft mit Politikwissenschaft und anderen Disziplinen.

DENNIS FRIESS, PHILIPP HENN & GERHARD VOWE

FG Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht sowie FG Mediensprache – Mediendiskurse „Medien. Sprache. Geschlecht.“, 19.-21. Februar 2015, Eichstätt

Teilnehmerzahl: 55; **Anzahl der Vorträge:** 10

Tagungsfazit: Die interdisziplinär angelegte Tagung hat gezeigt, welches Forschungsdesiderat das Thema Sprache und Gender in der Kommunikationswissenschaft noch immer ist. Mediale Diskurse konstruieren Wirklichkeiten durch sprachliche und bildliche Muster und Strategien. Metaphern, Stereotype, Selbst- und Fremdszenierungen in Text und Bild können Wahrnehmungsmuster reproduzieren oder durchbrechen, sie können diskriminieren und ausgrenzen, aber auch faire Kommunikation oder Vielfalt ermöglichen, wie die Beiträge der Tagung zeigten. Durch eine Analyse der bloßen Inhalte wird diese Ebene nicht erfasst. Ein Teilnehmer forderte, Studierenden der Kommunikationswissenschaft ein linguistisches Grundwissen zu vermitteln. Die Tagung hat sich in einigen Programmpunkten auch einer politischen Ebene geöffnet. So nahmen Vertreterinnen des Journalistinnenbundes teil und diskutierten auf Podien mit Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern über aktuelle Konzepte einer geschlechtergerechten Sprache. Eine sehr spannende Diskussion entwickelte sich zwischen Podium und Publikum zu den erschreckenden Dimensionen des neuen Antifeminismus im Internet. Einig waren sich die beiden Fachgruppen, dass dieser erste gemeinsame Austausch äußerst anregend war und fortgesetzt werden sollte.

FRIEDERIKE HERRMANN & PASCAL TANNICH

Bei den **Nachrichten & Personalien** ist die Redaktion des „Aviso“ auf Hinweise angewiesen. Wir bitten Sie um eine kurze Information, wenn Sie einen Ruf angenommen, eine Gast- oder Vertretungsprofessur wahrgenommen, ein Amt übernommen oder einen Preis erhalten haben.

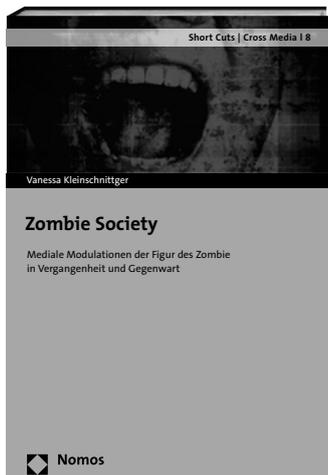
Einen *Ruf erhalten und angenommen* haben: **Prof. Dr. Bjørn von Rimscha**, Professur für Medienwirtschaft an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz; **Prof. Dr. Alexander Godulla**, Professur für Kommunikation und Medienlehre an der Hochschule Würzburg-Schweinfurt; **Prof. Dr. Christian Schicha**, Professur für Medienethik an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg; **Prof. Dr. Jens Vogelgesang**, Professur für Kommunikationswissenschaft, insbesondere Medien- und Nutzungsforschung, an der Universität Hohenheim.

Vertretungsprofessuren nehmen wahr: **Dr. Christine Lohmeier**, Professur für Kommunikations- und Medienwissenschaft mit Schwerpunkt vergleichende Kulturanalyse an der Universität Bremen; **Dr. Christian Nuernbergk**, Professur für Online-/Printjournalismus an der Technischen Universität Dortmund; **PD Dr. Johannes Raabe**, Professur für Kommunikationswissenschaft an der Universität Leipzig; **Dr. Thomas Zerback**, Professur für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft mit dem Schwerpunkt Medienrealität, Mediennutzung und Medienwirkung an der Universität Zürich.

Nachrichten & Personalien

Anzeige

Welcome to the Zombie Society



Zombie Society

Mediale Modulationen der Figur des Zombie
in Vergangenheit und Gegenwart

Von Dr. Vanessa Kleinschnittger

2015, 215 S., brosch., 39,- €

ISBN 978-3-8487-2423-9

(Short Cuts | Cross Media, Bd. 8)

www.nomos-shop.de/25222

Zombies sind in den letzten Jahren omnipräsent: im Film, im Game, in der Werbung, in statistischen Modellen und als akademische Metaphern. Worin ist dieser Boom begründet? Die Arbeit klärt die Ursprünge der Figur und ihre Bedeutung in Vergangenheit und Gegenwart.

Bestellen Sie jetzt telefonisch unter 07221/2104-37.

Portofreie Buch-Bestellungen unter www.nomos-shop.de/25222



Nomos

Visionärer Universalgelehrter, mutiger Aufklärer

Zum Tod von Kurt Imhof

Kurt Imhof gehörte zu den Ausnahmeerscheinungen in der Scientific Community. Er war nicht nur ein faszinierender Forscher und mutiger Intellektueller, sondern auch ein Visionär und Macher. Bereits während des Studiums fand er sein Lebensthema. Er ließ sich von der Frage begeistern, wie sich der durch wiederholte Krisen und Umbrüche durchwirkte soziale Wandel moderner Gesellschaften erklären lässt. Seine Antwort: Dem Zyklus ökonomischer Krisen und Wiederaufschwünge geht ein Zyklus sinkenden bzw. steigenden Vertrauens in die Leitbilder der Gesellschaft und ihrer Träger voraus. Und das Zentrum dieser Vertrauenskonstitution und -erosion ist die öffentliche Kommunikation. In dezidiert Form schlug Kurt Imhof damit die Brücke zwischen der Entwicklungsdynamik moderner Gesellschaften und der öffentlichen Kommunikation, und somit auch zwischen der Soziologie und der Kommunikationswissenschaft. Dazu passte, dass sich Kurt Imhof nie in ein Fächerschema einpassen ließ. Er hatte stets das Ganze im Blick.

1989 gelang es Kurt Imhof als noch völlig statusdefizitärer Assistent beim Schweizerischen Nationalfonds das Projekt „Krise und sozialer Wandel. Untersuchung von Medienereignissen in der Schweiz“ zu lancieren und für die fast hundertjährige Untersuchungsphase (1910-1995) die unglaubliche Summe von einer Million Schweizer Franken einzuwerben. Die bald auf 15 Personen angewachsene Forschergruppe war getragen von der Begeisterung für die Einsichten in den sozialen Wandel moderner Gesellschaften. Dass in gesellschaftlichen Krisenphasen sich etwa die mediale Aufmerksamkeit auf einige wenige, besonders intensiv und kontrovers debattierte Themen wie das „Waldsterben“ in den 1980er-Jahren einengt oder dass das „Fremde“ in Krisen verstärkt zum Problem wird.

Bereits früh unternahm Kurt Imhof große Anstrengungen zu einer langfristigen Institutionalisierung dieser Forschungsthematik. 1997 gelang es an der Universität Zürich den „fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft“ ins Leben zu rufen. Entgegen der klassischen Ordinarienuniversität sollte der fög eine wissenschaftliche Institution „neuen Typs“ sein, die interdiszi-

plinär forscht und nachhaltige Forschungsstellen sichert. Die Situation des fög verbesserte sich markant, als Kurt Imhof im Jahr 2000 zum ordentlichen Professor für Soziologie und Publizistikwissenschaft ernannt wurde. Der eigentliche Durchbruch gelang, als die Universität Zürich den fög auf den 1. Januar 2013 als eigenständiges, assoziiertes Forschungsinstitut installierte. Nach der Inbetriebnahme des Instituts Anfang 2013 folgte eine Zeit, in der Kurt Imhof sich aus der operativen Institutsleitung zurückzog, um sich schreibend einem seiner weiteren Steckenpferde zu widmen, der „Intimisierung des Öffentlichen“.

Die Beschäftigung mit dem „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ und mit der Bedeutung der Medienarena für das demokratische Gemeinwesen mündete Mitte der 2000er-Jahre in die letzte Vision von Kurt Imhof: Mit einem jährlich erscheinenden Jahrbuch zur Qualität der Medien sollte eine sträflich vernachlässigte Debatte angestoßen werden. Kurt Imhof formulierte die Bedeutung des Projekts so: „Die Qualität der öffentlichen Kommunikation ist der Seismograph für den Zustand der politischen Kultur in der Bandbreite zwischen Barbarei und Zivilisation. Kein Krieg und kein Bürgerkrieg lässt sich ohne die kommunikative Vorbereitung des Barbarischen in der öffentlichen Kommunikation führen.“ Das „Jahrbuch – Qualität der Medien Schweiz – Suisse – Svizzera“ erscheint diesen Herbst zum sechsten Mal. Die Medienkonferenz wird in diesem Jahr ohne ihn stattfinden müssen. Am 1. März 2015 ist Kurt Imhof im Alter von 59 Jahren an einer gravierenden Krebserkrankung gestorben.

Dass er selten mit dem Mainstream ging, sicherte ihm und unserer Organisation die nötige Aufmerksamkeit. Häufig setzte er zur herrschenden Meinung den Kontrapunkt und stellte gewachsene Strukturen und dominante Werthaltungen schonungslos in Frage. Durch den Tod von Kurt haben wir nicht nur einen großartigen, liebenswürdigen Freund, sondern auch den Spiritus Rector unseres Instituts verloren. Aber es hat uns nicht umgeworfen. Wir führen mit Enthusiasmus und Leidenschaft das gemeinsame Vorhaben weiter.

MARK EISENEGGER

Unerschöpflicher Macher, furchtloser Kritiker

Zum Tod von Wolfgang Donsbach

Wolfgang Donsbach war in mehr Organisationen aktiv, als die meisten sich vorstellen können und aushalten würden – der International Communication Association (ICA), der World Association for Public Opinion Research (WAPOR), der International Association for Media and Communication Research (IAMCR), der Stiftervereinigung der Presse, dem Staatsschauspiel Dresden, der Kulturstiftung des Freistaates Sachsen – um nur einige zu nennen. Er war aber alles andere als ein Netzwerker. Donsbach hat keine Kontakte gesucht und Netzwerke geknüpft, um Karriere zu machen. Er war aus Interesse an Menschen offen für Kontakte, hat sie wegen seiner spontanen Herzlichkeit schnell gefunden und aufgrund seiner emotionalen Beziehung zu Menschen dauerhaft gepflegt.

Sein großes und vielfältiges Netzwerk und seine Engagements waren nicht das Ergebnis zielgerichteten Handelns, sondern Folgen seiner positiven Einstellung und seiner scheinbar unerschöpflichen Aktivität. Wenn er in Organisationen eine Funktion übernahm, hat er sich mit voller Tatkraft und ansteckendem Optimismus eingebracht. Es war deshalb nur folgerichtig, dass er zum Präsidenten der WAPOR (1995-96) und später dann zum ersten deutschen Präsidenten der ICA (2004-05) gewählt wurde.

Die gleiche Grundhaltung hat Donsbachs wissenschaftliche Arbeit geprägt. Er war begeisterungsfähig und hat seinerseits Kollegen und Hilfskräfte bei Projekten begeistert. Ein herausragendes Beispiel für seine Fähigkeit zur kreativen und praktikablen Lösung komplexer praktischer Probleme ist seine Studie zum intervenierenden Einfluss selektiver Mediennutzung auf die Wirkung der Medien, die 1991 unter dem Titel „Medienwirkung trotz Selektion“ erschienen ist. Dazu kombinierte er Inhaltsanalysen aktueller Zeitungsartikel mit Copy-Tests, die in Befragungen von regelmäßigen Lesern in Mainz und Konstanz eingebaut waren. Schon die organisatorische Durchführung dieser Studie war eine Meisterleistung, nicht zu reden von der erforderlichen Kombination der beiden Messinstrumente zur Analyse des Inhaltes und der Nutzung aktueller Meldungen.

Diese noch immer theoretisch und methodisch herausragende Studie wies wegen ihres zentralen Befundes – des asymmetrischen Wirkungspotentials negativer und positiver Meldungen – weit in die Zukunft und müsste heute zur Standardlektüre aller gehören, die sich mit der Online-Vermittlung von aktuellen Informationen befassen.

Die Lage und Entwicklung des Journalismus war Donsbachs Lebensthema. Als Fachschaftsmitglied hat er sich in den 70er-Jahren in Mainz für die Einrichtung einer akademischen Journalistenausbildung engagiert, aber das von Elisabeth Noelle-Neumann vertretene Drei-Säulen-Modell (Publizistik, Journalistik, Drittfach) abgelehnt. Hierfür hat er erhebliche Spannungen in Kauf genommen, die erst einige Zeit später überwunden waren. Seine Magisterarbeit (1975) beruhte auf einer Umfrage unter Journalisten zu deren Erwartungen an eine akademische Journalistenausbildung. In seiner Dissertation (1981) thematisierte er das Spannungsverhältnis zwischen der demokratischen Grundordnung und medialer Praxis. Seine Antwort darauf war die Forderung nach der Professionalisierung des Journalismus, an der er trotz theoretischer Kritik und praktischer Probleme bis zuletzt festhielt.

Donsbach hatte klare politische Präferenzen für den Liberalismus im ursprünglichen Sinn. Die Instrumentalisierung von Wissenschaft im Interesse politischer Ziele hat er jedoch entschieden abgelehnt und öffentlich kritisiert. Viele werden sich an seine spontane und pointierte Replik auf die politisch akzentuierte Keynote von Robert Entman bei der Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft 2012 in Berlin erinnern, als er forderte, wissenschaftliche Analyse von berechtigter politischer Kritik klar zu trennen. Hierbei handelt es sich nur um ein Beispiel für viele ähnliche mutige und wichtige Wortmeldungen. Wolfgang Donsbach verfügte in selten hohem Maße über ein Urteilsvermögen, das deutlich über seine fachliche und organisatorische Kompetenz hinausging und unserem Fach fehlen wird.

HANS MATHIAS KEPPLINGER

Weniger Termindruck, mehr Ertrag

Für eine Entschleunigung des Konferenzbetriebs der DGPK

Wer sich der DGPK und ihren Fachgruppen zugehörig oder verbunden fühlt, kommt herum in Deutschland. Jede Fachgruppe und jede Ad-hoc-Gruppe veranstaltet jedes Jahr eine eigene Tagung. Dazu kommen die ebenfalls jährlich abgehaltene große Konferenz sowie die Konferenzen der internationalen Fachgesellschaften und nicht regelmäßige „Special Interest“-Tagungen zu ausgewählten Themen. Viele von uns integrieren sich in mehrere Fach- und Ad-hoc-Gruppen. Will man die entsprechenden Community-Events besuchen, kommt eine beachtliche Anzahl von Konferenzreisen im Jahr zusammen. Wir plädieren für eine Entschleunigung des Konferenzbetriebs.

Psychologie und Soziologie etwa fahren ein alternierendes Modell, in dem in einem Kalenderjahr die Fachgruppen tagen (nicht aber der große Kongress stattfindet), im anderen Jahr dann nur der große Kongress abgehalten wird (nicht aber Fachgruppentagungen). Unser Vorschlag ist, dieses alternierende Modell mittelfristig auch für die DGPK umzusetzen.

Unser Wunsch nach einer Änderung des Tagungsrhythmus resultiert zum einen aus dem, was wir von wissenschaftlichen Konferenzen erwarten, und zum anderen daraus, was sie im Hinblick auf „Wissenschaft machen“ und „Wissenschaft leben“ leisten können und sollen.

Sechs Ziele von Tagungsreisen

Die Erwartungshaltungen von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern an eine Konferenz sind facettenreich und Konferenzreisen haben viele verschiedene Gründe. Wir vermuten, dass die meisten Vertreter der Community mit dem Tagungsreisen vor allem die folgenden sechs Ziele verfolgen:

1. *inhaltliche Ziele:* Information und Austausch über aktuelle inhaltliche Entwicklungen;
2. *fachpolitische Ziele:* Austausch zu politischen Entwicklungen im Fach und politisch-administrative Arbeit, etwa in Gruppen zu Curricula;
3. *soziale Ziele:* Information zu aktuellen personellen Entwicklungen und Treffen von netten Kolleginnen und Kollegen;
4. *Ziele der Weiterqualifikation:* Präsentation der eigenen Forschung, des eigenen Profils, Einholen von Feedback und Kontakt zu erfahrenen Fachvertreterinnen und -vertretern;
5. *Konferenz als Meeting-Point:* Abhalten von Arbeitstreffen, die im Rahmen der Konferenz abgehalten werden, aber nicht Teil der Konferenz sind;
6. *touristische Ziele:* Besuch attraktiver Orte und Sehenswürdigkeiten, Erholung vom heimischen Alltagsbetrieb.

Bei der Frage, ob nun weiterhin so viele jährliche Konferenzen stattfinden sollten, möchten wir unser Erwartungsmanagement prüfen. Sind diese Ziele mit dem jährlichen Turnus von Haupt- und Fachgruppentagungen erreichbar? Oder würde der vorgeschlagene alternierende Zyklus genügen?

Mit Blick auf inhaltliche Ziele vermuten wir, dass der Stoff für Tagungen im zweijährigen Turnus (einmal pro Jahr Fachgruppentagung, einmal pro Jahr „große“ DGPK-Konferenz) ausreichen würde. Unser Eindruck ist, dass die kommunikationswissenschaftliche Community in Deutschland, Österreich und der Schweiz nur bedingt in der Lage ist, in der bestehenden hohen Frequenz eine ausreichende Menge hochwertiger Forschung hervorzubringen, so dass die vielen Konferenzen komplett mit interessanten, aussagefähigen Beiträgen besetzt werden könnten. Eine Reduktion der Tagungsfrequenz sollte dazu führen, dass die durchschnittliche Qualität der angenommenen Beiträge pro Tagung ansteigen könnte, was wiederum den Besuch jeder einzelnen Tagung reizvoller und attraktiver machen würde.

Im Hinblick auf fachpolitische und soziale Ziele denken wir, dass wir mit zweijährigen Haupt- und Fachgruppentagungen, Projekttreffen und jährlichen internationalen Tagungen immer noch genug Kontakt zu unseren befreundeten Kolleginnen und

Kollegen haben würden. Bei der Wahrnehmung der erforderlichen Tagungen ergäbe sich möglicherweise sogar die gleiche Anzahl von Treffen pro Jahr, weil die Fachgruppentagungen wieder mehr frequentiert würden.

Das Ziel der Weiterqualifikation kann zumindest im Kontext der Fachgruppentagungen aus unserer Sicht nicht mehr so eindeutig verfolgt werden wie erwartet und gewünscht. In zahlreichen Gesprächen haben wir beobachtet, dass die geringe Anwesenheit von *senior scholars* auf Fachgruppentagungen beklagt wird, weil damit wertvolle Diskussionen und Ratschläge ausbleiben. Dies wäre vermutlich anders, wenn der Turnus der Tagungen entschleunigt werden würde, so dass auch vielbeschäftigte Lehrstuhlinhaberinnen und -inhaber die Besuche ihrer Community-Events auf regelmäßiger Basis einrichten könnten.

Dass die Konferenzen vielfach als Anlässe für Projekt- und Arbeitsgruppentreffen genutzt werden, sehen wir ganz entscheidend auch darin begründet, dass bei vielen Kolleginnen und Kollegen der Termindruck und das Reiseaufkommen sehr hoch sind und entsprechend in ‚Bündelungen‘ von Konferenzen mit Arbeitstreffen eine wichtige Synergie gesehen wird. Die Arbeitstreffen auf Tagungen werden häufig in Cafés oder an Stehtischen des Konferenzortes abgehalten. Angenehmer wäre sicher der Konferenzraum am eigenen Lehrstuhl. Dies würde aber wieder neuerliche Reisetätigkeit bedeuten, so dass man auf Arbeitstreffen verzichtet, um effizienter zu reisen und zu tagen.

Mit Blick auf touristische Interessen scheint der aktuelle hochfrequente Tagungsbetrieb die günstigere Lösung sein, denn so ergeben sich im Kalenderjahr deutlich mehr potenziell interessante Reiseziele. Von der simplen Tatsache abgesehen, dass die DGPK kein Touristik-Anbieter ist, muss hier aber auch bedacht werden, dass das jährliche Überangebot von Tagungen touristischen Interessen eine zu hohe Bedeutung bei der Entscheidung über Konferenzbesuche verleihen könnte. Wir plädieren nicht dafür, alle Konferenzen in langweiligen Gewerbegebieten abzuhalten, sehen aber umgekehrt in der Vermehrung attraktiver Reiseziele kein Argument, den derzeitigen Konferenzrhythmus aufrechtzuerhalten.

Erhebliche Nachteile des jährlichen Turnus

Denn es gibt über die Fragen des Erwartungsmanagements hinaus auch erhebliche Nachteile des jährlichen Turnus, insbesondere im Organisationsaufwand, den personellen, finanziellen und ökologischen Kosten:

Zum einen führt die jährliche Doppelung von Tagungen der Fach- und Ad-hoc-Gruppen und des großen Kongresses zu einem hohen Bedarf an Organisationsarbeit der ausrichtenden Institute. Die meisten von uns haben konkrete Erfahrungen damit, wie viel Arbeit mit der professionellen Vorbereitung, Durchführung



Foto: C. Thorman/photocase.de

und Nachbereitung einer wissenschaftlichen Tagung verbunden ist. Gerade Nachwuchswissenschaftlerinnen und -wissenschaftler sind durch diese Aufgaben belastet; die dafür zu verwendende Arbeitszeit fehlt ihnen für Forschung und akademische Weiterqualifikation.

Zum anderen verursacht das emsige Konferieren immense finanzielle und ökologische Kosten. Einige Tagungsteilnehmerinnen und -teilnehmer müssen Teile ihrer Reiseaufwendungen oder gar ihre gesamten Tagungskosten privat begleichen. Wenn die Fachcommunity durch Entschleunigung den Erwartungsdruck an die akademische Reisetätigkeit senken würde, also weniger gefühlte ‚Pflicht-Tagungen‘ pro Jahr stattfinden würden, würde das gewiss helfen, ökonomische Härten abzufedern (und auch Institutsbudgets zu entlasten). Hier ist ja auch zu bedenken, dass sich das Fach rapide internationalisiert; viele Kolleginnen und Kollegen sehen auch die Tagungen der ICA, der IAMCR oder der ECREA als zentrale Community-Events an. Dass weniger konferenzbedingte Reisetätigkeit pro Jahr auch einen Beitrag zum Umwelt- und Klimaschutz leisten würde, sollte nicht vergessen werden.

Mindestens diese Gründe sprechen für eine Entschleunigung der DGPK-Tagungen. Wir wünschen uns, auf den einzelnen Tagungen möglichst viele Kollegen zu treffen und hoffen, dass weniger Frequenz zu mehr Frequentierung führen könnte. Gerade die Angehörigen der DGPK wären als ‚Kommunikationsprofis‘ aber gewiss auch in der Lage, die sozialen Bande ihrer Fachcommunities mit weniger persönlichen Begegnungen zu pflegen.

CHRISTOPH KLIMMT & SABINE TREPTE

Still standing

Annekatriin Bock beantwortet die „Aviso“-Fragen

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

Ich wollte ‚irgendwas mit Schreiben‘ studieren. Ein Volontariat beim Norddeutschen Rundfunk sollte meinen Weg in den Journalismus bahnen – und dafür brauchte ich einen akademischen Abschluss. Irgendwo während meines MuK-Studiums in Göttingen bin ich dann ‚abgebogen‘ und habe mich der Wissenschaft verschrieben.

2 Wie kam es, dass Sie eine wissenschaftliche Karriere eingeschlagen haben?

Mir wurde klar, dass es keine

„Hallo Niedersachsen“-Reportagen von mir im Regenponcho mit Fell-Mikro vom Nordseestrand geben sollte. Mein Magisterarbeitsbetreuer meinte, er könne sich gut vorstellen, dass ich eine Dissertation bei ihm schreibe. Ohne zu wissen, was das beruflich und privat bedeutet, habe ich ja gesagt. And here I am, still standing...

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

Dass ich mit über 30 Jahren wie eine Nominadin ohne festen Wohnsitz mit Zweijahresplan durch die deutsche Wissenschaftslandschaft tingele und dass man mir dann erklärt, dass örtliche Mobilität in Zukunft noch wichtiger wird. Wobei man beizeiten örtliche Flexibilität mit geistiger Mobilität verwechselt. Vielen Dank, Deutsche Bahn, dass du manchmal pünktlich bist!

4 Was würden Sie als Wissenschaftsministerin Ihres Landes sofort ändern?

Ich würde mich dafür einsetzen, Wissenschaft und wirtschaftlichen Wettbewerb wieder stärker zu entzerren. Die derzeitigen Bestrebungen gehen ja genau in die entgegengesetzte Richtung. Wissenschaftliche Exzellenz beinahe ausschließlich an Peer-Review-Journal-Output und Drittmittel-Input messen zu wollen, führt letztendlich jedoch nur zur Förderung von Mainstreamforschung. Ich glaube, dass gesellschaftliche Innovation aber eben nicht immer wirtschaftlich relevanten Kriterien gerecht wird. Sie braucht Freiraum und die Chance zum Scheitern. Wo soll es solche Freiräume für die Forschung noch geben, wenn nicht an den Hochschulen und Universitäten?

5 Welchen Inhalten sollte sich die Kommunikationswissenschaft in Forschung und Lehre öffnen oder verstärkt zuwenden?

Auf der nächsten Jahrestagung diskutieren wir ja recht prominent, was Kommunikationswissenschaft als Integrationsdisziplin leistet. Ich glaube, genau bei dieser Frage sollten wir zukünftig ansetzen und noch selbstbewusster herausstellen, dass wir eben nicht nur zuliefern für andere Fächer und Drittmittelprojekte. Sondern dass Kommunikation als zentraler Bestandteil unserer Gesellschaft eben auch gesellschaftlich relevanter Forschungsgegenstand ist.

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

Ich würde sagen, die Kommunikationswissenschaft leistet mit ihrem Theorien- und Methodenspektrum wichtige Beiträge für gesellschaftlich brennende Fragen. Nur viel zu oft verschafft sie sich zu wenig Gehör. Viele der Erkenntnisse aus fundierten Studien werden zwar innerhalb der Fachgesellschaft präsentiert, aber nicht wirklich an Entscheider aus Politik und Wirtschaft



Dr. Annekatriin Bock arbeitet seit 2013 als Post-Doktorandin am Georg-Eckert-Leibniz-Institut in Braunschweig. Sie ist Nachwuchssprecherin der DGPK.

kommuniziert. Hier könnten wir als Kommunikationswissenschaftler_innen deutlich mehr tun, indem wir offensiver empirisch fundierte Argumente für öffentliche Debatten bereitstellen.

7 Zu welcher medienpolitischen Diskussion hätten Sie in jüngster Zeit gern öffentlichkeitswirksam Ihre Meinung kundgetan?

Meine Herzensangelegenheit derzeit, die systematische Auseinandersetzung mit Potenzialen von digitalen Medien in der Schule, wird leider viel zu wenig medienpolitisch diskutiert. Bildung hat zumindest in Deutschland keine Lobby.

8 Ist die Kommunikationswissenschaft eine kommunikative Wissenschaft?

Hier und da habe ich schon den Eindruck, dass wir zu wenig Raum lassen für wirkliche Diskussion. Deutlich wird das für mich beispielsweise in den Review-Verfahren für unsere Tagungen. Durch die stark genormten Abläufe, bei denen beispielsweise dann nur Beiträge angenommen werden, die fertige Studienergebnisse präsentieren, bleiben kreative Formate auf der Strecke. Ich würde gern von Zeit zu Zeit Vorträge hören, die vielleicht auch nur einen spannenden, unkonventionellen Gedanken vorstellen, der dann in der Diskussion von allen Seiten ‚zerpflückt‘ wird. Ich glaube, dass weniger angepasste Forschung und mehr Kontroverse unserem Fach gut bekommen dürften.

9 Woher kommen gegenwärtig interessante internationale Impulse für die Kommunikationswissenschaft?

Das kommt sicher stark auf das Thema an, mit dem man_sich befasst. Für meine Forschung zu digitalen Bildungsmedien in der Schule wende ich meinen Blick derzeit in Richtung Skandinavien. Aber auch Polen setzt in

diesem Feld aktuelle Impulse – zum Beispiel bei der Diskussion um Open Educational Resources.

10 Mit welcher anderen Wissenschaftsdisziplin würden Sie gern ein interdisziplinäres Forschungsprojekt durchführen?

Ich bin in einem Netzwerk mit 15 anderen Wissenschaftlerinnen der Leibniz-Gemeinschaft. Neben den Sozial-, Geistes- und Wirtschaftswissenschaften sind dort unter anderem auch Physik, Mathematik oder Biotechnologie vertreten. Inhaltlich kommen wir vielleicht nicht immer zusammen, aber die Einflüsse der Forscherinnen anderer Disziplinen bringen mir für meine Arbeit immer wieder neue Ideen für aktuelle Forschungsfragen, aber auch für alternative Untersuchungsdesigns.

Den „Fragebogen“ beantworteten jüngere Wissenschaftler in der DGPUK.



Innovation wird nicht immer wirtschaftlichen Kriterien gerecht. Sie braucht Freiraum und die Chance zum Scheitern.



11 Welches Buch möchten Sie irgendwann einmal schreiben?

Wissenschaft – Das elementare Zerwürfnis des Seins.

12 Welche Projekte beschäftigen Sie zurzeit?

Viel zu viele?! Aber das wichtigste ist die Vorbereitung einer international vergleichenden Studie zur Produktion, Vermittlung und Aneignung digitaler Bildungsmedieninhalte in schulischen und privaten Lehr- und Lernkontexten.

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?

Ja. Dann schalte ich Handy und Computer aus, packe einen Rucksack und ein paar Freunde ein und wandere von Berghütte zu Berghütte. Sonne im Gesicht, Wind im Haar und nichts müssen. Außer ankommen.

UVK:Wissenschaft



Steffen Kolb
Vielfalt im
Fernsehen

Eine komparative Studie zur Entwicklung von TV-Märkten in Westeuropa 2015, 306 Seiten
155 s/w und 11 farb. Abb., Hardcover
ISBN 978-3-86764-611-6, 44,00 €

Wurden die Ziele erreicht, die bei der Einführung des privaten Rundfunks in Westeuropa gesteckt wurden? Steffen Kolb zieht empirische Bilanz: Er stellt hierfür die Fernsehprogrammforchung erstmals ländervergleichend gegenüber und analysiert sie aus einer breit fundierten theoretischen Perspektive neu. Dafür entwickelt er einen neuen theoretischen Ansatz mit einem anwendbaren und transparenten Analyseschema auf der Basis von Mediensystemtypen und Markteigenschaften.



Julia Serong
Medienqualität
und Publikum

Zur Entwicklung einer integrativen Qualitätsforschung 2015, 334 Seiten, 3 s/w Abb., Hardcover
ISBN 978-3-86764-616-1, 49,00 €

Julia Serong unternimmt zunächst eine öffentlichkeitstheoretische Analyse des Qualitätsdiskurses und seiner verschiedenen Foren und weist auf das Problem hin, dass das Publikum nur unzureichend in diesen Diskurs eingebunden ist. Sie entwickelt dann eine öffentlichkeitstheoretische Perspektive, in welcher die Problematik des Publikums im Qualitätsdiskurs und in der Qualitätsforschung auf das grundlegende Integrationsproblem der funktional ausdifferenzierten und individualisierten Gesellschaft zurückgeführt wird.

www.uvk.de



Leipzig und Allerlei (Anderes) Steigende Einreichungszahlen für die Jahrestagung

Freitag, 25. September 2015, Köln, Sitzung des Vorstandes der DGPK. TOP 9: Jahrestagungen. Wie immer in der Herbstsitzung die spannende Frage: Wie läuft die Vorbereitung der kommenden Jahrestagung? Und: Wie viele Einreichungen gibt es? Gegen Mittag – passenderweise ohne vorherige Anfrage unsererseits – der Anruf von Cornelia Wolf aus Leipzig: „Alles im Plan, ... 245 Einreichungen“, „145, oder?“; „Nein, 245“; „Ok, 245...“. Staunen...

Wir hatten uns in den letzten Jahren an Einreichungszahlen um die 150 gewöhnt. So richtig können wir uns den enormen Sprung in diesem Jahr noch nicht erklären, zumal die Einreichungsfrist um einen Monat auf den 15. September vorverlegt werden musste. Zwar ist die Mitgliederzahl in den letzten Jahren stark gestiegen. Aber nicht annähernd proportional. Auch bei anderen Tagungen (ECREA, ICA, IAMCR etc.) steigen die Einreichungszahlen, was das Wachstum un-

Foto: S. Reichhold/Universität Leipzig



100 Jahre Kommunikationswissenschaft

Die 61. Jahrestagung der DGPK findet vom 30. März bis zum 1. April 2016 in Leipzig statt. Sie steht unter dem Motto „100 Jahre Kommunikationswissenschaft in Deutschland: Von einem Spezialfach zur Integrationsdisziplin“. Die Einreichung der Beiträge zur Jahrestagung hat diesmal eine Rekordhöhe erreicht. Die Veranstalter erwar-

ten rund 500 Teilnehmer in Leipzig. Aktuelle Informationen zum Programm und zum Tagungsort sind online unter www.dgpk2016.de einsehbar. Weitere Einblicke in die Vorbereitung gibt es auch bei Facebook:

- Die DGPK 2016 auf Facebook: facebook.com/dgpk2016

seres Faches widerspiegelt. Aber nicht in diesem Maße. Wir sind sicher, dass die Veranstalter/innen uns in Leipzig nach genauer Inspektion der Daten das Rätsel zumindest in Ansätzen aufklären werden können. Bis dahin bevorzuge ich die einfachste und zugleich plausibelste Erklärung: die umfassend gelungene Präsentation des Leipziger Teams in Darmstadt und die entsprechende Vorfriede bei unseren Mitgliedern. Herzlichen Dank schon an dieser Stelle an das Organisationssteam in Leipzig und alle Reviewer/innen, die sich wieder mal freiwillig zum Ehrenamt eingefunden haben und auf diese Weise die Tagung erst ermöglichen!

Internationale Verzahnung

Der Leipziger Befund lässt sich – bei aller Vorsicht hinsichtlich Kausalitäten – aber auch so interpretieren, dass eine fest etablierte DGPK-Jahrestagung trotz gewachsener internationaler Aktivitäten unserer Mitglieder nach wie vor ihre Berechtigung hat. Zwar treffe ich mittlerweile tatsächlich etliche Kolleginnen und Kollegen mindestens so oft am Frankfurter Flughafen auf dem Weg zur nächsten internationalen Tagung wie innerhalb des deutschsprachigen Raumes. Für mich spricht das aber nicht für ein Entweder/Oder, sondern schlicht für ein sinnvolles komplementäres Verhältnis von nationalen und internationalen Fachgesellschaften und ihren jeweiligen Tagungen.

Wir haben in den letzten Jahren im Vorstand versucht, genau dieser Logik zu folgen. So ist der Termin unserer DGPK-Jahrestagung nun besser auf den internationalen Tagungskalender abgestimmt. Beispielsweise findet die für viele Kolleginnen und Kollegen wichtige Jahrestagung der International Communication Association 2016

mehr als zwei Monate nach unserer Jahrestagung statt. Und auch in Zukunft wird der Abstand immer mindestens so groß sein, dass es ohne Jet-Lag möglich ist, beide Tagungen zu besuchen.

Das letzte Jahr hat zusätzlich an einigen Stellen eine stärkere Verzahnung mit anderen internationalen Fachgesellschaften ermöglicht: *Studies in Communication|Media* ist nun (operativ umgesetzt) ein Affiliate Journal der ICA (vgl. die entsprechenden Websites <http://www.scm.nomos.de> und <http://www.icahdq.org/pubs/affiliatejournals.asp>). Zusätzlich gibt es immer wieder Kontaktanfragen von diversen europäischen Fachgesellschaften, die wir momentan sondieren. Wir bleiben am Ball.

Wechsel in der Redaktion

Auch auf die Gefahr hin, an dieser Stelle einen Bruch im Lesefluss zu erzeugen: Es ist kaum zu glauben, wie schnell drei Jahre vergehen. Ab der Ausgabe 1/2013 hatten Tobias Eberwein und Lars Rademacher den *Aviso* übernommen. Wir danken beiden sehr herzlich dafür, in diesen drei Jahren unbequemen Themen nicht aus dem Weg gegangen zu sein. Stattdessen haben uns beide Redakteure mit sechs spannenden *Aviso*-Heften bereichert, unter anderem zur Normativität in der Wissenschaft, zur „Gutachterei“ und als letztes Bonbon zum klassisch akademischen Streitthema, dem Verhältnis von Theorie und Praxis. Wir wünschen gutes Gelingen bei allen anstehenden neuen Aufgaben! Ab dem neuen Jahr übernehmen Cornelia Wolf (Leipzig) und Alexander Godulla (Würzburg). In dem Wissen, dass beide es sicher nicht brauchen werden, wünschen wir viel Glück!

FÜR DEN VORSTAND:
OLIVER QUIRING (MAINZ)

UVK:Lehrbücher



Heinz Pürer
Journalismusforschung
2015, 178 Seiten, 3 s/w Abb., Broschur
ISBN 978-3-8252-4261-9, 12,99 €

Berufsgeschichte, Ausbildung und Sozialisation im Journalismus, Berufsbild, Berufsstruktur sowie das Image von Journalisten sind zentrale Themen dieses Buches. Weitere Inhalte sind u. a. Theorien zur journalistischen Nachrichtenauswahl sowie zum Verhältnis von Journalismus und Public Relations, Qualität im Journalismus, Medienethik, Boulevardjournalismus und Onlinejournalismus.



Klaus Beck
Kommunikationswissenschaft
4., überarbeitete Auflage
2015, 266 Seiten, 20 s/w Abb., Broschur
ISBN 978-3-8252-4370-8, 19,99 €

Das bewährte Lehrbuch jetzt in neuer Auflage!

»Knackige Merksätze, Zusammenfassungen, Überblicke, übersichtliche Tabellen und Abbildungen sowie Übungsaufgaben machen das Buch zum einzigartigen Lehrbuch, das im Regal eines Medien- und/oder Kommunikationsstudenten nicht fehlen sollte.«

medien.planetpraktika.de

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. (DGPKU)

Redaktion:

Tobias Eberwein & Lars Rademacher (beide verantwortlich)
Tobias Eberwein & Lars Rademacher (Debatte)
Oliver Qiring (Vorstand)
Stefan Weinacht (Neu Erschienen)

Layout und Gestaltung:

Tobias Eberwein & Lars Rademacher

Anzeigenakquise:

Stefan Weinacht

Erscheinungsweise:

Zweimal jährlich

Anschrift der Redaktion:

h_da Hochschule Darmstadt
University of Applied Sciences
Medien-campus Dieburg
Max-Planck-Str. 2, 64807 Dieburg
Telefon: 06151/16-9224
E-Mail: lars.rademacher@h-da.de

Druck:

Gribsch & Rochol Druck, Hamm

Auflage: 1.100 Exemplare

ISSN 2193-0341 [Print]

ISSN 2193-035X [Internet]

Aus der Traum

Hat Deutschland ein Problem mit digitaler Volksverhetzung? Wer dieser Tage in die sozialen Netzwerke abtaucht, könnte das ohne Umschweife annehmen: Die Ausdrucksformen des aktuellen Schlagabtauschs zur Asylpolitik der Bundesregierung wirken verstörend, boshaft, absurd. Massive Beleidigungen reihen sich an Aufrufe zu Gewalt, Rassenhass und Vertreibung. Ein unschöner Trend, wenn man bedenkt, welche Träume und Sehnsüchte die Interaktivität des Netzes noch vor kurzem geweckt hat.

Von „Dialogisierung auf Augenhöhe“, „politischer Partizipation“ und Kollaborationen mit den Nutzern war die Rede. Erwartungen, die viele mit der zivilisierten Kommentarkultur verbanden, überschlugen sich.

Doch inzwischen sind die Hoffnungen der nüchternen Einsicht gewichen, dass digitale Mündigkeit anders aussieht. Seit Monaten wird in den Feuilletons das modische Paradigma von der „fünften Gewalt“ beschworen, auf dass sich Bürger im Netz zur Kontrollinstanz der traditionellen Medien – ihrerseits gern zur „vierten Gewalt“ hochstilisiert – aufschwängen, also eine Art Gegenöffentlichkeit zum journalistischen Establishment erzeugten.

Nur noch in Gelehrtenkreisen vermag diese Idee von der neuen Gewaltenteilung rhetori-

schen Charme zu entfalten. Im Lichte des verwahrlosten Diskurses, wie er derzeit kultiviert wird, bleibt sie bloß eine reichlich flache und auch ein bisschen lächerliche Floskel.

Zwar nimmt die Aufgeregtheit in der deutschlandweiten Flüchtlingsdebatte im Internet täglich zu. Eine kritische Masse, die im Netz Argumente austauscht, wäre jedoch erst gegeben, wenn sich die Bürger weniger punktuell und vor allem weniger einsilbig-hämisch äußerten. Der Schauspieler Til Schweiger, dessen Flüchtlingsengagement einen Shitstorm sondergleichen auslöste, kann davon ein Lied singen. Fünfte Gewalt? Pah, von wegen.

Wenn wir unter den Vorzeichen der Digitalisierung zu einer adäquaten Selbstbestimmung finden wollen, erscheint die Forderung nach einer abgewandelten Form des fürchterlich altmodischen Konzepts der „Medienkompetenz“ plötzlich wieder zeitgemäß: Der Transfer von Erkenntnissen einer an den zivilgesellschaftlichen Bedürfnissen ausgerichteten spezifischen Medienbildung sollte uns ein wichtiges Anliegen sein, um Bürgern die Werte einer intakten digitalen Debattenkultur näher zu bringen. Denn eine demokratische Öffentlichkeit wird sich in Zukunft daran messen lassen müssen, ob sie im Netz genauso gut oder weniger gut funktioniert wie in der Welt der Dinge.

STEPHAN WEICHERT (HAMBURG)

Anzeige

 HERBERT VON HALEM VERLAG



Klaus Sachs-Hombach / Jan-Noël Thon (Hrsg.)
Game Studies.
Aktuelle Ansätze der Computerspielforschung
2015, 504 S., 93 Abb., 2 Tab., Broschur, 213 x 142 mm, dt.
EUR(D) 36,00 / EUR(A) 36,90 / sFr. 59,30
ISBN 978-3-86962-095-4



Judith Jäger / Christopher Resch (Hrsg.)
Medienfreiheit in Ägypten.
Zum journalistischen Arbeiten in Ägypten nach der Arabischen Revolution
2015, ca. 264 S., Broschur, 213 x 142 mm, dt./engl.
EUR(D) 21,00 / EUR(A) 21,50 / sFr. 35,50
ISBN 978-3-86962-182-1



Matthias Brändli
Die Online-Kommunikation von politischen Interessengruppen in der Schweiz. Bedeutung, Einsatz und Veränderungen der Organisationsstrukturen
Neue Schriften zur Online-Forschung, 13
2015, 398 S., 9 Abb., 75 Tab., Broschur, 213 x 142 mm, dt.
EUR(D) 34,00 / EUR(A) 34,80 / sFr. 56,40
ISBN 978-3-86962-171-5



Werner Wirth / Katharina Sommer / Martin Wettstein / Jörg Matthes (Hrsg.)
Qualitätskriterien in der Inhaltsanalyse
Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft, 12
2015, 294 S., 18 Abb., 42 Tab., Broschur, 213 x 142 mm, dt.
EUR(D) 29,50 / EUR(A) 30,20 / sFr. 49,60
ISBN 978-3-86962-150-0



Bernhard Pörksen / Andreas Narr (Hrsg.)
Die Idee des Mediums.
Reden zur Zukunft des Journalismus
edition medienpraxis, 12
2015, 224 S., 9 Abb., Hardcover (Faden), 190 x 120 mm, dt.
EUR(D) 19,80 / EUR(A) 20,30 / sFr. 33,00
ISBN 978-3-86962-146-3

Informieren Sie sich über diese und andere Neuerscheinungen aus 2015 unter <http://www.halem-verlag.de>. Wir liefern ab EUR 20,00 Bestellwert versandkostenfrei innerhalb Deutschlands.

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

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

<http://www.journalismus-bibliothek.de>

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

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