

Avisos



Informationsdienst der Deutschen
Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Nr. 63

D G P u K

Winter 2016/17

DEBATTE: INTERNATIONALISIERUNG IN DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

Einführung VON CHRISTIAN STRIPPEL & EMESE DOMAHIDI

Komplett auf Englisch – was würde das bedeuten?

VON BIRTE FÄHNRIK & JUTTA MILDE

Deutsche Publikationen – anachronistisch oder notwendig?

VON WIEBKE MÖHRING

Standpunkt zum Thema – Publizistik, M&K, SCJM

VON CHRISTIANE EILDERS, KLAUS BECK, CHRISTINA HOLTZ-BACHA &
CARSTEN WÜNSCH (für die Publizistik)

VON UWE HASEBRINK (für M&K)

VON ANNE BARTSCH, KLAUS KAMPS, CHRISTOPH NEUBERGER,
JULIANA RAUPP & ANDREAS SCHEU (für SCJM)

Wie viel internationale Sichtbarkeit sollten wir von uns erwarten?

VON HARTMUT WESSLER

US-amerikanische Publikationsstandards

VON PETER VORDERER

NEU ERSCHIENEN

TAGUNGSBERICHTE

NACHGEFASST Nachwuchsarbeit in der DGPK

DER FRAGEBOGEN AUSGEFÜLLT VON GÜNTER BENTELE

AUS DEM VORSTAND Nach dem Spiel ist vor der Sitzung
VON OLIVER QUIRING

NACHRICHTEN & PERSONALIEN

FINALE EINSICHT Gelebte Europäisierung

AVISIERT

Wenn Sie einen Eindruck von der rasch voranschreitenden Internationalisierung der deutschen Kommunikationswissenschaft gewinnen wollen, genügt ein Blick auf Seite 13 dieser Ausgabe. Und auf Seite 14. Und auf Seite 15. Und auf Seite 16. Gleich 81 internationale Publikationen konnte Stefan Weinacht dort für diesen Turnus verzeichnen. Selbst wenn man die Dunkelziffer der nicht gemeldeten Veröffentlichungen außer acht lässt, demonstriert diese Zahl eindrucksvoll die immer deutlichere Fokussierung auf den nicht-deutschsprachigen Markt an Publikationen. In ihrer Debatte spüren Christian Strippel und Emese Domahidi der Frage nach, wie sich diese Entwicklung auf unsere Forschungs- und Reflexionskultur auswirkt. Dazu haben sie nicht nur Debattenbeiträge einzelner Forscherinnen und Forscher eingesammelt, sondern konnten auch die Standpunkte der Publizistik, von M&K und SCJM zusammentragen. Ist das englischsprachige Publizieren also Pflicht oder Kür und unabhängig vom jeweiligen Thema auch insgesamt die Zukunft der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft? Wir hoffen, dass Sie in der Debatte die eine oder andere Antwort auf diese Frage für sich finden.

ALEXANDER GODULLA &
CORNELIA WOLF



Die wichtigsten theoretischen Ansätze im Überblick

Martin Löffelholz, Liane Rothenberger (Hrsg.)
Handbuch Journalismustheorien
2016. X, 724 S. Brosch. EUR 49,99
ISBN 978-3-531-18157-8

Jetzt bestellen auf springer-vs.de oder in Ihrer
lokalen Buchhandlung

springer-vs.de

Anzeige



Rezeption und Wirkung fiktionaler Medieninhalte

Herausgegeben von
Miriam Czichon, M.A.,
Prof. Dr. Carsten Wünsch und
AR PD Dr. Marco Dohle

2016, 243 S., brosch., 44,- €

ISBN 978-3-8487-2070-5

eISBN 978-3-8452-6295-6

(Reihe Rezeptionsforschung, Bd. 35)

nomos-shop.de/24955

Seit einigen Jahren lässt sich in der Rezeptions- und Wirkungsforschung eine vermehrte Auseinandersetzung mit fiktionalen Medieninhalten feststellen. Der vorliegende Sammelband stellt aktuelle Forschung zu diesem Thema vor.

Wie vielfältig das Forschungsfeld ist, zeigen die elf theoretischen und empirischen Beiträge dieses Bands: Thematisiert werden unter anderem Prozesse bei der Rezeption fiktionaler Medieninhalte, einzelne Dimensionen des Rezeptionserlebens, die Wirkungskraft fiktionaler Medienangebote sowie Realitäts-Fiktions-Unterscheidungen und deren Folgen.



Nomos

Internationalisierung in der Kommunikationswissenschaft

DEBATTENREDAKTION: CHRISTIAN STRIPPEL (BERLIN)
& EMESE DOMAHIDI (MÜNSTER)

In seinem programmatischen Vortrag auf der DGPK-Jahrestagung 2004 in Erfurt diagnostizierte Klaus Schönbach der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft noch, „sich selbst genug“ zu sein und kein „Klima von Internationalität“ zu pflegen. Seither hat sich in unserem Fach einiges geändert: Inzwischen gehört nicht nur die Präsenz auf internationalen Konferenzen zum Pflichtprogramm, sondern auch die Publikation in englischsprachigen Fachzeitschriften. Mit Blick auf die Verbreitung wissenschaftlichen Wissens ist eine solche Entwicklung durchaus erfreulich: Anstatt die eigene Forschung hinter einer deutschen Sprachbarriere zu verstecken, wird sie durch eine englischsprachige Publikation einem sehr viel breiteren Fachpublikum zugänglich gemacht. Allerdings stellt sich damit auch die Frage, ob – und wenn ja wozu – wir eigentlich noch deutschsprachige Veröffentlichungen brauchen; und was es für unser Fach bedeuten würde, wenn wir unsere Publikationstätigkeit – so wie dies in den Naturwissenschaften ja schon gang und gäbe ist – zu einem Großteil oder gar komplett auf Englisch umstellen würden.

Reagiert wird auf diese Fragen bisher vor allem mit dem kritischen Verweis, dass eine zunehmende Internationalisierung im Sinne einer solchen Umstellung auf englischsprachige Publikationen faktisch eine Anpassung an amerikanische Publi-

kationsgepflogenheiten und Qualitätsbewertung bedeutet, die die Besonderheiten und die Vielfalt der deutschsprachigen Publikationskultur unterminieren würde. Im Rahmen der von Patrick Rössler im Aviso Nr. 46 angestoßenen Diskussion zum Publikationsverhalten in unserem Fach hob etwa Klaus-Dieter Altmeyden zwei Aviso-Ausgaben später hervor, dass Sammelbände und Monografien bei einer zunehmend quantifizierten Leistungsmessung schlecht abschneiden, obwohl sie für die Wissensproduktion im deutschsprachigen Raum zentral seien. Und tatsächlich zeigen jüngere bibliometrische Studien, dass Sammelbandbeiträge im deutschsprachigen Raum immer häufi-

ger zitiert werden und die wichtigsten Publikationen in unserem Fach nach wie vor deutschsprachige Monografien darstellen. Allerdings werden sowohl die Sinnhaftigkeit einer zuvorderst quantitativen Leistungsbewertung als auch die Dominanz der US-amerikanischen Forschung in der internationalen Kommunikationswissenschaft bereits intensiv und kritisch diskutiert – und zwar nicht nur in Deutschland, sondern auch auf internationaler Bühne.

Neben den Fragen, wo, wie und in welcher Sprache wir in Zukunft publizieren wollen, was wir in unserer eigenen Arbeit noch wahrnehmen und welche Rolle dabei deutschsprachigen Publikationen zukommen kann (oder soll), ist mit dem Thema Internationalisierung aber noch





ein andere Frage verbunden: Welche Folgen hat sie für die Verteilung von Reputation in unserem Fach – und damit für wissenschaftliche Karrieren? Denn auch wenn der Anteil deutschsprachiger Autoren in englischsprachigen Top-Journals wächst, stammen zwei Drittel der Beiträge immer noch von US-amerikanischen Kolleginnen und Kollegen. Für deutschsprachige Kommunikationswissenschaftlerinnen und -wissenschaftler sind englischsprachige Publikationen aufwändiger, zeit- und ggf. auch kostenintensiver (etwa durch Übersetzungen oder Proof-Reading) als Texte in ihrer Muttersprache. Hinzu komme, so die Kritik, dass eine Umstellung der Publikationssprache auf Englisch immer auch mit einem Verlust an Präzision in der Formulierung beispielsweise von Theorien einhergehe. All dies ist nicht nur ein erheblicher Nachteil in dem hochkompetitiven Wettbewerb um den begrenzten Platz in den internationalen Fachzeitschriften, sondern führt auch zu einem

insgesamt geringeren Publikationsoutput. Was bedeutet das aber vor dem Hintergrund einer zunehmenden Verflechtung von Karriereaussichten und standardisierten Publikationsleistungen? Was bedeutet es für die Publikationsstrategien des wissenschaftlichen Nachwuchses, für den die Publikationsleistung entscheidend ist für eine spätere Aussicht auf eine wissenschaftliche Karriere? Wie viel internationale Ausrichtung und globalen Impact erwarten wir eigentlich von unseren Kolleginnen und Kollegen (insbesondere vom Nachwuchs)? Was ist wünschenswert, was notwendig und was überhaupt machbar?

Für die folgende Debatte haben wir einige Kolleginnen und Kollegen eingeladen, sich mit diesen Fragen auseinanderzusetzen und hoffen, damit eine hilfreiche Grundlage für die weitere Diskussion in unserem Fach über sein Publikationswesen und seine internationale Ausrichtung liefern zu können.

Komplett auf Englisch – was würde das bedeuten?

BIRTE FÄHNRIK (FRIEDRICHSHAFEN) & JUTTA MILDE (KOBLENZ-LANDAU)

Die Internationalisierung der Kommunikationswissenschaft, die sich maßgeblich als Anglizierung und Orientierung an der angloamerikanischen Wissenschaftskultur vollzieht, hat nicht nur die deutschsprachige Community ergriffen, sondern ist auch für eine Vielzahl anderer Länder etwa in (Nord-)Europa oder Asien zu beobachten. Vor allem die jüngeren Generationen, die mit Mobilitätsprogrammen wie Erasmus und digitaler Kommunikation akademisch sozialisiert wurden, sind in ihrer wissenschaftlichen Arbeit zunehmend international resp. englischsprachig ausgerichtet. Zudem wird diese Entwicklung auch auf politischer Ebene gefördert und gefordert. Die oben gestellte Frage lässt sich daher durchaus umformulieren: Anstelle des „Was wäre, wenn...?“ lässt sich fragen: „Wie wird sich die Wissenschaftskommunikation in unserem Fach unter den Bedingungen einer zunehmenden internationalen Öffnung und einer

damit einhergehenden Umstellung auf Englisch verändern?“

Zur Beantwortung dieser Frage ist es nötig, unterschiedliche Formen wissenschaftsinterner Kommunikation zu berücksichtigen: Kommunikationsprozesse innerhalb des wissenschaftlichen Systems werden gemeinhin in formale und informelle Kommunikation unterschieden. Erstere bezieht sich auf das Verfassen und Publizieren wissenschaftlicher Texte und die damit einhergehenden stark regelgeleiteten Praktiken wie die Zertifizierung durch Peer-Reviews. Zweitere umfasst die weniger normativ prädestinierten Kommunikationsprozesse wie das Gespräch unter Kolleginnen und Kollegen, die vor allem dem sozialen Austausch innerhalb der Scientific Community dienen, zugleich aber auch zentrale Grundlage der wissenschaftlichen Erkenntnisproduktion sind. Auf dieser Ebene werden Ideen ausgetauscht, Projekte entwickelt und Hypothesen diskutiert, bevor diese dann



in Publikationen münden. Beide Kommunikationsformen sind somit eng verknüpft: Eine zunehmende Umstellung der formalen Wissenschaftskommunikation hat auch Folgen für die informelle Kommunikation. Dabei lassen sich mindestens drei Dimensionen der Internationalisierung von Wissenschaft aufspannen, für die die Anglizierung der Wissenschaftskommunikation folgenreich ist:

Auf einer inhaltlichen Ebene hat die sprachliche Umstellung kommunikationswissenschaftlicher Publikationen – und damit der formellen Kommunikation – zweifelsohne Einfluss auf deren Qualität. Dabei lässt sich einerseits annehmen, dass sich der höhere Wettbewerbsdruck und internationale Peer-Reviews positiv auf wissenschaftliche Beiträge auswirken können. Darüber hinaus treffen englischsprachige Publikationen auf ein größeres Publikum, wodurch Wissen im Vergleich zu sprachlich begrenzten Fachdiskursen breiter zugänglich wird. Andererseits ist das Schreiben in einer Fremdsprache bzw. die Übersetzung mit inhaltlichen Translationskosten verbunden, können Ideen durch semantische Differenzen in unterschiedlichen Sprachen teils weniger präzise formuliert werden und büßen wissenschaftliche Texte womöglich an Gehalt ein.

In einer Handlungsdimension verändert der zunehmende Wechsel der Publikationssprache auch die Kanäle, die zur Publikation genutzt werden. In die Publikationsentscheidungen werden maßgeblich internationale Journals einbezogen, rein deutschsprachige Fachzeitschriften verlieren an Relevanz. Daneben ist Mobilität eine Rahmenbedingung der Internationalisierung, die sich sowohl auf kurze Auslandsphasen zur Teilnahme an internationalen Konferenzen aber auch auf längerfristige Auslandsaufenthalte bezieht. Auf der Ebene der informellen Kommunikation kommt es hier zu einer Veränderung der wissenschaftlichen Netzwerke, zu einem Mehr an transnationaler Zusammenarbeit

und damit wiederum zu einer Stärkung der englischsprachigen Publikationskultur.

Auf der Organisations- und Systemebene schließlich führen diese Entwicklungen zweifelsohne zu Veränderungen für den akademischen Stellenmarkt – wiederum mit potentiellen Chancen und Risiken: Während die Teilhabe am internationalen Fachdiskurs qua Sprache die Sichtbarkeit erhöhen kann, die Zugangschancen für Stellen auf dem internationalen Arbeitsmarkt verbessert und so strategische Relevanz erhält, wächst gleichzeitig die Konkurrenz auf dem deutschen Stellenmarkt durch internationale Mitbewerber. Zugleich bringt das Mehr an internationaler Kommunikation im Fach auch Verschiebungen im Reputationsgefüge, da die heute Berufenden zunehmend selbst international geprägt sind und entsprechende Kriterien für die Attribution von Reputation anlegen – und damit die weitere Internationalisierung des Fachs befeuern.

Es wird offensichtlich, dass die deutsche Kommunikationswissenschaft bereits Veränderungen in der formalen und informellen Wissenschaftskommunikation unterworfen ist, die (auch) mit einer Veränderung der Wissenschaftssprache einhergehen. Anders als in den MINT-Fächern kann in sozialwissenschaftlichen Disziplinen die Sprachfrage allerdings nicht nur auf Publikationsformate und Netzwerke reduziert werden. So kann der kommunikationswissenschaftliche Diskurs – wenngleich er sich im Kontext von digitalen und supranationalen Öffentlichkeiten zunehmend internationalisiert – nicht grundsätzlich von der deutschsprachigen (Massen-) Kommunikation als ihrem Untersuchungsgegenstand entkoppelt werden. Der Internationalisierungsprozess der kommunikationswissenschaftlichen Wissenschaftskommunikation wird sich also fortsetzen, gänzlich ersetzt wird (und sollte) dies den deutschsprachigen Diskurs jedoch nicht.

Deutsche Publikationen – anachronistisch oder notwendig?

WIEBKE MÖHRING (DORTMUND)

Kein Zweifel: Wissenschaftlerinnen sind gut beraten, wenn sie international publizieren. Wenn sie auf internationalen Fachtagungen vortragen, sich international mit anderen Wissenschaftlern vernetzen. Internationale Publikationen und Kontakte sind für die Karriere hilfreich, mittlerweile wohl sogar notwendig. Die Annahme, dass ein potentiell größeres Publikum die eigene Sichtbarkeit erhöht und der Drang, damit auch die eigene Reputation zu steigern, ist nachvollziehbar.

Ebenso nachvollziehbar ist der Rat an Nachwuchswissenschaftlerinnen, sich doch zunächst auf englische Publikationen zu konzentrieren – insbesondere auf diejenigen mit Peer Review. Man schaffe sich damit eine gute Ausgangsposition im später folgenden Nadelöhr in die Post-Doc-Phase und – noch entscheidender – auf eine Stelle als Juniorprofessor oder als Professorin.

Aber: Das Publizieren in deutschen Fachzeitschriften ist mindestens genauso wichtig. Diese ermöglichen Diskurse im eigenen Sprachraum und schaffen eine Plattform, auf der national geprägte wissenschaftskulturelle Besonderheiten gepflegt werden können. Gemeint ist damit keine Deutschtümelei – es fühlt sich fast etwas befremdlich in der derzeitigen politischen Stimmung an, eine Lanze für deutsche Publikationen zu brechen. Was die Notwendigkeit, dass wir auch weiterhin deutsche Publikationen benötigen, vielmehr befeuert, ist begründet in der Kulturgebundenheit von Wissenschaft. Wissenschaftler sind, beziehungsweise auf Luhmann, „keine freischwebenden Weltbeobachter“, sondern Wissenschaft ist immer eingebunden in die eigene Gesellschaft, den eigenen Kulturkreis.

Das mag auf manche Forschungsfelder stärker zutreffen als auf andere. Aber nicht jede Frage, die national in einem Teil der Welt diskutiert wird,

hat die gleiche Relevanz in einem anderen. Die Diskussionskulturen sind unterschiedlich, die Literaturgrundlagen, theoretische Zugänge, Materialobjekte, Datenzugänge und Methoden unterscheiden sich in den verschiedenen Kulturkreisen. Wer international publiziert weiß, dass Adaptionsstrategien an den (in der Regel amerikanischen) Stil etwa im Hinblick auf Aufbau und Darstellung angewandt werden, dass manche Themen international einfach nicht passen, national aber sehr wohl relevant sein können. Diese Vielfalt der wissenschaftlichen Öffentlichkeit sollten wir uns erhalten. Und uns auch bewusst dafür entscheiden, deutsche Publikationen für die entsprechend relevanten Debatten zu nutzen. Sie sind keine Zeitverschwendung, weder für Nachwuchswissenschaftlerinnen noch für „gestandene“ Wissenschaftler.

Darüber hinaus bieten deutsche Publikationen auch die Möglichkeit, den immer größer werdenden Kreis von Kommunikationswissenschaftlerinnen und ihrer Aktivitäten leichter und schneller wahrzunehmen. Dass es in unserem Fach eine überschaubare Anzahl von wissenschaftlich relevanten Fachzeitschriften gibt, ist hier Manko und Vorteil zugleich – die Sichtbarkeit ist nicht unübersichtlich, die Menge ermöglicht es, dass die einzelnen Beiträge auch tatsächlich wahrgenommen werden. Das erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass man nicht nur wahrgenommen, sondern auch rezipiert wurde und im wissenschaftlichen Diskurs verortet werden kann. Und das wiederum kann innerhalb der weiteren Karriereschritte durchaus mehr als hilfreich sein.

Deutsche Publikationen sind kein Anachronismus, Publikationen in ihnen kein Plan B. Sie sind ein wichtiges wissenschaftliches Aushängeschild und Standbein neben anderen und ein Motor für wissenschaftliche Debatten im eigenen Kulturraum.

Publizistik

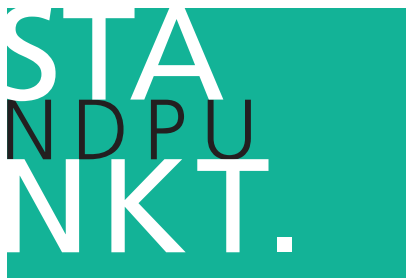
CHRISTIANE EILDERS (DÜSSELDORF), KLAUS BECK (BERLIN)

CHRISTINA HOLTZ-BACHA (ERLANGEN-NÜRNBERG), CARSTEN WÜNSCH (BAMBERG)

Die Publizistik beschäftigt sich bereits seit einiger Zeit mit den Herausforderungen, die sich aus der Internationalisierung der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft ergeben (dokumentiert u.a. in Heft 1/2016 zum Symposium anlässlich des 60. Geburtstages der Publizistik). Wir glauben an die Zukunft deutschsprachiger Fachzeitschriften, da sie die große und produktive deutschsprachige Community nach innen integrieren und nach außen sichtbar machen. Sie stellen damit eine unverzichtbare Ergänzung zur internationalen Zeitschriftenlandschaft dar. Für die Integration ist wesentlich, dass sie wichtige Debatten über die Fachentwicklung im deutschsprachigen Raum anstoßen und einen Überblick über die aktuellen Forschungsaktivitäten deutschsprachiger Kolleginnen und Kollegen erlauben. Für die internationale Sichtbarkeit der Forschung der deutschsprachigen Community ist es zentral, dass neben den Aufsätzen, die auch in internationalen Zeitschriften gute Veröffentlichungschancen haben, weil sie im so genannten Mainstream des Faches liegen, auch Fragestellungen, Theorien und Herangehensweisen zur Sprache kommen, die international (noch) wenig beachtet werden oder unbekannt sind, weil sie bislang ausschließlich auf Deutsch veröffentlicht wurden.

Um die internationale Sichtbarkeit der Forschung aus dem deutschsprachigen Raum zu erhöhen, will die Publizistik ab Heft 4 dieses Jahrgangs zu allen deutschsprachigen Aufsätzen englischsprachige Extended Abstracts mit englischem Titel veröffentlichen. Diesem Ziel kommt auch entgegen, dass die Publizistik bereits jetzt auch englische Artikel veröffentlicht – z.B. in den gerade gestarteten Reihen „Kommunikationswissenschaft international“ und „Medienpolitik international“. Eine weitere Maßnahme zur Erhöhung der internationalen Sichtbarkeit kann nur von der Community selbst ausgehen: Wir ermuntern, auch in internationalen Veröffentlichungen deutschsprachige Aufsätze zu zitieren.

Die internationale Sichtbarkeit kann mittelfristig zu einer Aufnahme der Publizistik in den SSCI führen. Dafür sind wichtige Bedingungen übrigens bereits erfüllt. Die Publizistik praktiziert seit 2007 das Double Blind Peer-Review und entspricht damit internationalen Standards. Die anonymisierten Manuskripte werden jeweils von zwei Herausgebern und zwei externen Reviewer begutachtet, deren Urteil im Zweifel den Ausschlag gibt. Selbstverständlich werden wir auch weiterhin an diesem Instrument der Qualitätssicherung festhalten.



Wie reagieren die deutschen Fachzeitschriften auf die Internationalisierung der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft und wo sehen Sie ihre Zukunft?

Medien & Kommunikationswissenschaft

UWE HASEBRINK (HAMBURG)

Für die Fachzeitschrift Medien & Kommunikationswissenschaft ist die Internationalisierung der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft in mehrfacher Hinsicht relevant: Zum einen unterstreicht sie die konsequente Orientierung des Begutachtungsverfahrens am internationalen Forschungsstand. Zum anderen wurde in der langen Geschichte von M&K immer wieder neu diskutiert, ob

die Zeitschrift weiterhin überwiegend deutschsprachige Beiträge veröffentlichen soll. Die derzeitige Praxis sieht vor, dass die Beiträge in der Regel deutschsprachig sind, dass aber in Fällen, in denen besondere wissenschaftliche Gründe vorliegen – zum Beispiel im Zusammenhang mit Themenheften –, auch englischsprachige Beiträge von Autorinnen und Autoren aufgenommen werden, die des Deutschen nicht mächtig sind.

Für das Festhalten an der Deutschsprachigkeit gibt es verschiedene aus Sicht der Redaktion überzeugende Gründe: Es gehört zu unserem Verständnis von Internationalisierung, dass Kommunikationswissenschaft nicht nur in englischer Sprache, sondern auch in anderen Sprachen veröffentlicht und diskutiert wird. Gerade angesichts der verstärkten Orientierung des Fachs an englischsprachigen Veröffentlichungen und Konferenzen kommt denjenigen wissenschaftlichen Foren, die auch andere Sprachen verwenden, eine wichtige Rolle im Sinne eines vielfältigen und innovativen wissenschaftlichen Diskurses zu. Auch wenn sich mittlerweile die meisten Fachvertreterinnen und -vertreter englische Sprachkenntnisse angeeignet haben, ist das Denken und Formulieren in der eigenen Sprache oft deutlich differenzierter und präziser. Eine vollständige Trennung zwischen der weiterhin überwiegend deutschsprachigen Ausbildung einerseits – die Mehrzahl der Absolven-

tinnen und Absolventen unseres Fachs üben ihre späteren beruflichen Tätigkeiten zumindest auch auf Deutsch aus – und englischsprachiger aktueller Forschung andererseits, würde der Ausbildung schaden. Eine Kommunikationswissenschaft, die sich wissenschaftlich weitgehend englischsprachig artikuliert, wird es zudem extrem schwer haben, bei den politischen, wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und kulturellen Akteuren auf nationaler Ebene die Relevanz ihrer Forschung deutlich zu machen.

Daraus ergibt sich die Zielsetzung von M&K: Ein konsequent am internationalen Forschungsstand orientiertes Forum für innovative und exzellente Beiträge zu sein, die die Ausbildung im Fach und den Transfer wissenschaftlicher Erkenntnisse im deutschsprachigen Raum fördern und, nach Übertragung in andere Sprachen, weiterführende Impulse in der internationalen Forschung setzen können.

Studies in Communication | Media

ANNE BARTSCH (MÜNCHEN), KLAUS KAMPS (STUTT GART), CHRISTOPH NEUBERGER (MÜNCHEN), JULIANA RAUPP (BERLIN), ANDREAS SCHEU (MÜNSTER)

Das Open-Access-Konzept der SCM und die Möglichkeit, auch englischsprachige Texte zu veröffentlichen, zielen auf internationale Sichtbarkeit. Das gilt auch für den Status als ICA Affiliate Journal, über den SCM seit dem Sommer 2015 verfügt. Obwohl über 90 Prozent der Einreichungen von deutschsprachigen Autoren stammen, werden inzwischen mehr englisch- als deutschsprachige Manuskripte eingereicht – darüber freuen wir uns sehr. Deutsche Manuskripte werden – das sieht das Konzept vor – durch ein englischsprachiges Extended Abstract ergänzt. Darüber können auch explizit nationale Themen international sichtbar gemacht werden, die bislang eher schwierig in internationalen Zeitschriften unterkommen – zum Beispiel zum deutschen Mediensystem oder der nationalen Mediengeschichte. Zudem möchte SCM auch eine Plattform für innovative Ideen aus der deutschsprachigen Community oder für Theoriedebatten bieten, die noch nicht im internationalen Mainstream angekommen sind. Soweit das auf Englisch geschieht, ist SCM eine Art Schaufenster für ein globales Publikum.

Wir sehen die Zeitschrift deshalb einerseits als Produkt der Internationalisierung der Kommunikationswissenschaft und andererseits als Teil der Strategie des Faches, mit eben die-

ser Internationalisierung umzugehen. Ziel wird es weiterhin sein, die Ansprüche der deutschsprachigen Fachgemeinschaft zu erfüllen. Dazu gehört eine ausgewogene Internationalisierungsstrategie. Sie wird mittelfristig nicht allein darin bestehen können, dass die Zeitschrift deutschsprachigen Autoren ermöglicht, englische Texte zu veröffentlichen. Für die Zukunft stellen sich vor allem drei Herausforderungen: Weitere Steigerung des Anteils englischsprachiger Manuskripte, Erhöhung der internationalen Sichtbarkeit und Förderung der internationalen Vernetzung von Autorinnen und Lesern. In diesem Zusammenhang versuchen wir über Kooperationen mit unserem internationalen Beirat und der ICA, die Zeitschrift bekannter zu machen und den Anteil internationaler Einreichungen zu steigern. Hier profitiert SCM vom Status als ICA Affiliate Journal. Mittelfristig bemühen wir uns um die Aufnahme in den Social Sciences Citation Index – mit dem Ziel, die internationale Reputation und Sichtbarkeit der Zeitschrift weiter zu erhöhen und den Ansprüchen individueller Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler entgegenzukommen, die sich bekanntlich zunehmend an Impact-Faktoren orientieren. Derzeit ist zudem ein DFG-Antrag geplant, über den auch Angebote zur internationalen Vernetzung von Autoren und Leserinnen eingeführt werden sollen.

Wie viel internationale Sichtbarkeit sollten wir von uns erwarten? Ein Vorschlag zur Güte

HARTMUT WESSLER (MANNHEIM)

Nach meiner Wahrnehmung gibt es in unserem Fach keine einheitlichen Erwartungen an die internationale Ausrichtung und den globalen Impact von Forschungsleistungen und Publikationen. Ganz im Gegenteil: Manchen ist internationale Sichtbarkeit extrem wichtig, anderen kaum. Manche veröffentlichen (fast) nur in englischsprachigen Journals, andere (fast) ausschließlich in deutschsprachigen Zeitschriften und Verlagen. Das hat viel damit zu tun, dass die Kommunikationswissenschaft ein Integrationsfach ist, das Teilgebiete mit ganz unterschiedlichen Referenzdisziplinen vereint. Anreize für internationale Sichtbarkeit scheinen mir in drei Bereichen besonders stark zu wirken:

- in Forschungsfeldern, die sich vom Gegenstand her mit mehr als einem nationalen oder kulturellen Kontext beschäftigen, etwa der internationalen und interkulturellen Kommunikation oder den Global Media Studies;
- in dem Querschnittsfeld der vergleichenden Kommunikationsforschung, das aus methodischen Gründen unterschiedliche nationale oder kulturelle Kontexte in den Blick nimmt; sowie
- in Teildisziplinen, die davon ausgehen, dass die Prozesse, die sie erforschen, relativ kultur- und kontextinvariant sind; dies trifft nach meiner Wahrnehmung vor allem für die Medienpsychologie und generell die Medienwirkungsforschung zu.

In anderen Teildisziplinen und Forschungsfeldern, vor allem denjenigen mit geisteswissenschaftlichen Wurzeln, sind die Anreize für internationale Sichtbarkeit schwächer, wenngleich auch hier Kolleginnen und Kollegen international unterwegs sind.

Neuerdings beobachte ich aber auch einen gewissen Backlash gegen die Internationalisierung oder, um genau zu sein: gegen Tendenzen, die als automatische Begleiterscheinungen einer verstärkten Amerikanisierung wahrgenommen werden. Kritik richtet sich vor allem auf das Peer-Review

als Verfahren der Qualitätssicherung und auf Formen der Leistungsbewertung, die sich rein numerischer Maßstäbe wie Publikationsanzahl, Impact Factor und Zitationshäufigkeit bedienen. Hier möchte ich darauf hinweisen, dass beides gerade kein Automatismus ist: Die Tatsache, dass in englischsprachigen Journals das Peer-Review herrscht, bedeutet ja nicht, dass wir alles extern begutachten lassen müssen, etwa auch die Beiträge einer Fachgruppentagung oder die universitätsinterne Freistellung für zusätzliche Forschungssemester. Hier wäre weniger Peer-Review sicher oft besser und würde uns alle entlasten. Es zwingt uns auch niemand, in Berufungsverfahren kennzahlenorientierte Leistungsbewertung zu betreiben, schon gar nicht ausschließlich. Bei DFG-Anträgen dürfen wir ja auch nur unsere maximal zehn wichtigsten Publikationen auflisten – ein, wie ich finde, lobenswerter Versuch, den Blick von Gutachterinnen und Gutachtern zurück auf die Qualität von Einzelpublikationen zu lenken.

Vielleicht ist dieser Backlash ein Symptom dafür, dass die deutschsprachige Kommunikationswissenschaft in zwei Lager zu zerfallen droht, die man die Impact-Orientierten und die Traditionalisten nennen könnte. Erstere würden in Berufungsverfahren und bei der Begutachtung von Drittmittelanträgen hohe Leistungskennwerte erwarten, letztere solche Kennwerte als unvalid ablehnen. Es wäre höchst problematisch, wenn sich solche unterschiedlichen Erwartungshaltungen und Bewertungen versteinern würden. Problematisch vor allem deshalb, weil beispielsweise bei Berufungsverfahren und in der Drittmittelvergabe mit zu unterschiedlichem Maßstab gemessen würde. Die Sache würde dann insbesondere für den Nachwuchs unberechenbar. Woran sollen sich jüngere Forscherinnen und Forscher orientieren, wenn an Standort A das eine erwartet, an Standort B genau dies aber negativ ausgelegt würde, und wenn es von der mehr oder weniger zufälligen Gutach-

DE
BATE

terkonstellation abhängt, ob ein Projektantrag Aussichten auf Erfolg hat? Wäre es da nicht hilfreich, wenn wir im Fach einen informellen Orientierungsrahmen hätten, der Mindeststandards der Internationalisierung beschreibt? Deshalb hier ein Vorschlag zur Güte:

Wie wäre es, wenn

- jede Dissertation, auch die deutschsprachig-monografische, in Zukunft in mindestens einen Beitrag für ein internationales Journal mit Peer-Review münden würde,
- bei Berufungen auf eine Juniorprofessur mindestens zwei solche internationalen Journal-Publikationen erwartet würden und
- Habilitationen unabhängig von ihrer Form mit mindestens drei solcher Beiträge begleitet würden?

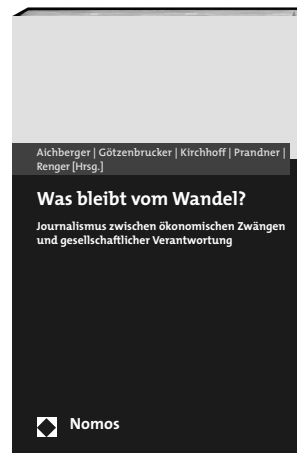
Analog könnte bei DFG-Erstanträgen, die jede/r Promovierte stellen kann, mindestens eine internationale Journal-Publikation (nicht notwendigerweise zum Projektthema) vorausgesetzt werden und ab dem zweiten Antrag drei internationale Journal-Beiträge. Eine englischsprachige Monographie in einem Verlag mit Peer-Review würde alle hier genannten Mindestexpectationen aufwiegen.

Ich möchte diesen Vorschlag als Denkanstoß verstanden wissen, der zugegebenermaßen noch nicht voll durchoperationalisiert ist. Aber eine informelle Übereinkunft über Mindeststandards könnte Promovierenden und Postdocs die klare Erwartung vermitteln, dass im zweiten und dritten Jahrzehnt des 21. Jahrhunderts für eine wissenschaftliche Karriere ein Element von Internationalisierung unverzichtbar ist. Zugleich wäre damit eine größere Erwartungssicherheit verbunden, die überzogenes und kontraproduktives Heißlaufen in der Qualifikationsphase hoffentlich dämpfen hilft. Und vielleicht würde ein solcher Common-Sense-Ansatz ja auch die schönen und spannenden Seiten der Internationalisierung wieder mehr ins Bewusstsein rücken, statt dauernd nur den Anforderungscharakter zu betonen.

Wir müssen reden. Nur – worüber? Senden Sie uns Ihre Vorschläge für eine neue Debatte. Zu welchem Thema würden Sie gern eine Debattenredaktion übernehmen, um interessante Beiträge zu sammeln und einen Dialog in Gang zu setzen? Wir freuen uns auf Ihre Vorschläge – am besten gleich per E-Mail an alexander.godulla@fhws.de oder cornelia.wolf@uni-leipzig.de.



Zum Wandel des Journalismus



Nomos
eLibrary
eBook/Online-Nutzung:
eISBN 978-3-8452-7453-9

Was bleibt vom Wandel?

Journalismus zwischen ökonomischen Zwängen und gesellschaftlicher Verantwortung

Herausgegeben von Ingrid Aichberger, Prof. Dr. Gerit Götzenbrucker, Dr. Susanne Kirchhoff, Dimitri Prandner und Ao. Univ.-Prof. Dr. Rudolf Renger

2016, ca. 300 S., brosch., ca. 54,- €

ISBN 978-3-8487-2848-0

Erscheint ca. Oktober 2016

nomos-shop.de/27243

Der Sammelband gibt einen Überblick über die rezenten Entwicklungen in der journalistischen Profession in Österreich. Außerdem geht er der Frage nach, ob Wandel nicht als inhärente Eigenschaft des journalistischen Felds zu fassen ist.

Inhaltlich orientiert sich das Buch an der Leitfrage „Was bleibt vom Wandel?“. So wird es mit einer Diskussion über die Konsequenzen neuer Technologien und Medieninnovationen für das journalistische Tätigkeitsfeld eröffnet, bevor die (Veränderung der) Bedeutung von Journalismus in der Gesellschaft diskutiert wird. Im Anschluss daran folgt der zweite Hauptteil, der die aktuelle Lage des Journalismus in Österreich aus Sicht verschiedener Stakeholder zum Thema hat.

Abgeschlossen wird der Band durch eine Betrachtung der Relevanz von sozialwissenschaftlichen Theorien in der Kommunikationswissenschaft für Beruf und Ausbildung.

Portofreie Buch-Bestellungen
unter www.nomos-shop.de
Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer



Nomos

Sind US-amerikanische Publikationsstandards ein Problem für die deutschsprachige KW?

PETER VORDERER (MANNHEIM)



Es steht wohl außer Zweifel, dass sich die deutschsprachige Kommunikationswissenschaft in den vergangenen 20 Jahren deutlich internationalisiert hat: Nicht nur finden immer mehr Kolleginnen und Kollegen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz den Weg zu internationalen Konferenzen, sie sind seit einigen Jahren auch deutlich besser in den führenden internationalen Fachzeitschriften vertreten. Das hat vermutlich auch damit zu tun, dass die internationale Sichtbarkeit zu einem zentralen Bewertungskriterium in den Berufungsverfahren zur Besetzung einer Professur geworden ist. Ich kann mich zumindest nicht daran erinnern, in den letzten 20 Jahren an einer Berufungskommission teilgenommen zu haben, in der die Internationalität der Bewerber/innen keine Rolle gespielt hätte.

Dies ist nach meiner Überzeugung zunächst einmal rundum positiv zu bewerten. Denn damit kann auch die nicht-deutschsprachige Welt die hierzulande stattfindende Forschung rezipieren und ggf. sogar mit ihr kooperieren. Sicher gibt es inhaltliche Themenbereiche, die für diese (nicht-deutschsprachige) Welt weniger relevant sind, obwohl sie für uns nach wie vor zentral sind. Man denke nur exemplarisch an spezifische Probleme des deutschen bzw. des österreichischen oder schweizerischen Mediensystems. Andere Themen aber – Fragen der Rezeptions- und Wirkungsforschung etwa – stellen sich überall wenn nicht in gleicher, so doch in ähnlicher Form.

Freilich gleicht diese Internationalisierung in gewisser Weise vor allem einer „Amerikanisierung“, weil die Forschungsgemeinschaft in den USA derzeit nun mal die größte ist. Wer international sichtbar sein möchte, schreibt nicht nur in (amerikanischem) Englisch, sondern muss sich auch an die Regeln der vor allem von der US-Gemeinschaft definierten Publikationspraxis anpassen. So befolgen wir seit Jahren die Standards der American Psychological Association (APA), wenn wir Manuskripte an US-Journals schicken. Und auch die deutschsprachigen Fachzeitschriften orientieren sich mittlerweile weitgehend an der APA.

Sicher erscheinen im deutschsprachigen Raum weiterhin Monographien und Sammelbände, aber die Frage muss erlaubt sein, ob diese auch bei Themen, die nicht vor allem für ein bestimmtes Land bzw. für eine Sprachgemeinschaft spezifisch sind, Sinn machen. Dass sie von deutschsprachigen Autorinnen und Autoren nach wie vor häufig zitiert werden, kann kaum als Argument für deren Bedeutung herhalten. Ein deutschsprachiges Buch zur Forschung über das deutsche Mediensystem erscheint in diesem Sinne durchaus sinnvoll und relevant (siehe oben). Welchen Mehrwert aber hat ein solches etwa über das Elaboration Likelihood Model oder über Agenda-Setting?

Nun könnte man einräumen, dies alles sei ungerecht gegenüber den „Nicht-native-speakers“: Ja, das ist wohl so. Dennoch ist es weniger ungerecht, als wenn eine Mehrheit den Standards einer Minderheit folgen müsste (wenn etwa – wie früher – das Deutsche und nicht das Englische die lingua franca der Wissenschaftskommunikation wäre). Und es ist notwendig, wenn man einräumt, dass man kommunikationswissenschaftliche Forschung nicht für jedes Land bzw. jede Sprache getrennt betreiben kann.

Wer diese Prämissen akzeptiert und dennoch der Meinung ist, dass die Dominanz US-amerikanischer Standards im Publikationswesen von anderen (etwa europäischen, chinesischen oder südamerikanischen) Standards zumindest ergänzt, vielleicht auch erweitert und verbessert werden sollte, um den kulturellen Spezifika der Forschung in anderen (Sprach-)Regionen der Welt besser Rechnung zu tragen, dem bieten sich m. E. einige Optionen:

1. Er oder sie kann sich etwa als Gutachter/in (Reviewer) für internationale Fachzeitschriften anbieten und damit einen wesentlichen Einfluss auf die Weiterentwicklung und letztlich die Entscheidung über Annahme oder Ablehnung eines Manuskripts ausüben. Alle Zeitschriften und alle Herausgeber/innen, die mir bekannt sind, suchen ständig händelnd nach solchen Gutachter/innen.

2. Er oder sie kann – nach ein paar Jahren, in denen man Erfahrung als Gutachter/in gesammelt hat

– selbst Herausgeber/in werden. Wie groß der Einfluss ist, den man in einer solchen Rolle ausübt, kann man daran ablesen, wie intensiv im Fach mitunter die Entscheidungen eines neuen Herausgebers oder einer neuen Herausgeberin zu Beginn ihrer Amtszeit im Fach diskutiert werden. Leider hat sich die deutschsprachige Community in den letzten Jahren hier noch zu sehr zurückgehalten. Kolleg/inn/en wie Wolfgang Donsbach, Thomas Hanitzsch, Silvia Knobloch-Westerwick, Friedrich Krotz, Jörg Matthes, Thorsten Quandt, Gary Bente, Christoph Klimmt und Diana Rieger sind große Ausnahmen, und man sollte ihnen dankbar sein dafür, was sie in diesem Sinne auch für die deutschsprachige Kommunikationswissenschaft leisten.

3. Man kann auch eine Zeitschrift in der Landessprache und in Englisch herausgeben und sie dann bei der ICA als „affiliate journal“ anmelden, womit man eine deutlich größere internationale Sichtbarkeit erreicht. Bisher gibt es zwei Zeitschriften, die diesen Weg gegangen sind: Die eine, Communication and Society, erscheint in China. Die andere, Studies in Communication | Media, in Deutschland.

4. Außerdem kann man, etwa im Zusammenhang mit einem der großen internationalen Verbände in unserem Fach (ICA, IAMCR, ECREA), selbst die Gründung einer neuen wissenschaftlichen Zeitschrift betreiben. Eine, bei der den verschiedenen Sprachgemeinschaften eine selbstständigere Rolle zugewiesen wird (z.B. mit eigenen Editoren, Editorial Boards etc.). Dies ist eine Idee, die ich während meiner Amtszeit als ICA-Präsident mit internationalen Kolleginnen und Kollegen entwickelt habe. Wen diese Idee interessiert, der sei auf verschiedene ICA-Newsletter verwiesen, die ich damals veröffentlicht habe. Wir sind gleichwohl in einem ersten Anlauf damit gescheitert. Dennoch traf die Idee auf viel Begeisterung. Ich persönlich halte sie heute auch für realistischer als noch vor zwei Jahren. Wer sich also hier einbringen möchte, möge sich gerne an mich wenden.

5. Last but not least: Er oder sie kann sich auch weitgehend unabhängig von der Publikationspraxis in internationalen Forschungsverbänden engagieren. Diese sind mitnichten US-dominiert (selbst bei der ICA als der wohl „amerikanischsten“ Organisation unseres Fachs entspricht die Repräsentanz der US-Kolleginnen und Kollegen im Führungsgremium in etwa ihren Mitgliederzahlen: Die Hälfte der ICA-Mitglieder arbeitet in den USA, im Präsidium der ICA sind derzeit drei US-Amerikanerinnen, zwei Europäer und ein Asiate).

Wer also die US-Dominanz nicht nur beklagen, sondern dieser auch etwas entgegenhalten will: Möglichkeiten dazu gibt es zur Genüge. Und zumindest für die ICA kann ich sagen, dass diese Aktivitäten ganz bestimmt eines sind: „much appreciated“!

Innovationen vorantreiben Wie Startups kommunizieren



 Nomos
eBook/Online-Nutzung:
eISBN 978-3-8452-7665-6

Von der Idee zum *next big thing*

Wie Startups externe Kommunikation einsetzen

Von Lisa-Marie Roth

2016, 149 S., brosch., 29,- €

ISBN 978-3-8487-3325-5

nomos-shop.de/27843

Startups stehen in der externen Unternehmenskommunikation vor der Herausforderung, ihren Zielgruppen ein neues Unternehmen und ein neues Produkt näherzubringen. Welche Strategie sie dabei anwenden und welches Kommunikationsverständnis herrscht, steht im Fokus des Werkes. Daneben wird der Einfluss der Personalstruktur beleuchtet. Für eine umfassende Betrachtung bezieht die Untersuchung kommunikationswissenschaftliche und betriebswirtschaftliche Konzepte ein. So werden durch Leitfadeninterviews mit Kommunikationsverantwortlichen von Startups unter anderem Ziele und Zielgruppen externer Kommunikation, Kommunikationsweisen sowie Verhältnis und Relevanz von PR und Marketingkommunikation untersucht. Eigens entwickelte Modelle typisieren die Startups hinsichtlich ihrer unterschiedlichen Verständnisse von Unternehmenskommunikation und ihrer Teilbereiche. So erhellt das Werk einen blinden Fleck in der Forschung und bietet Praktikern Anstöße für die Umsetzung externer Kommunikation in Startups.

Portofreie Buch-Bestellungen
unter www.nomos-shop.de
Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer



Nomos

Arnold, Bernd-Peter (2016). Nachrichten. Schlüssel zu aller Information. Baden-Baden: Nomos. 201 S.

Arnold, Klaus; Birkner, Thomas & Geise, Stephanie (Hg.) (2016). Historische Perspektiven auf den Iconic Turn. Die Entwicklung der öffentlichen visuellen Kommunikation. Köln: von Halem. 346 S.

Behmer, Markus; Schröder, Michael (Hg.) (2016). Konfliktzonen. Reflexionen über die Kriegs- und Krisenberichterstattung. Münster: Lit.

Bigl, Benjamin (2016). Virtuelle Computerspielwelten. Rezeption und Transfer in dynamisch-transaktionaler Perspektive. Köln: von Halem. 398 S.

Bilandzic, Helena; Koschel, Friederike; Springer, Nina & Pürer, Heinz (2016). Rezipientenforschung. Mediennutzung – Medienrezeption – Medienwirkung. Konstanz/München: UVK. 216 S.

Engelmann, Ines (2016). Gatekeeping. Reihe: Konzepte. Ansätze der Medien- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 16. Baden-Baden: Nomos. 126 S.

Englert, Carina Jasmin; Reichertz, Jo (2016). CSI, Rechtsmedizin, Mitternachtsforensik. Reihe: Medien • Kultur • Kommunikation. Wiesbaden: Springer VS. 207 S.

Fischer, Heinz-Dietrich (2015). Zentren und Peripherien der Kommunikations-Historie. Aspekte, Befunde und Interpretationen. Berlin: Lit. 292 S.

Fuchs-Kittowski, Klaus; Parthey, Heinrich & Umstätter, Walther (Hg.) (2016). Struktur und Funktion wissenschaftlicher Publikation im World Wide Web. Reihe: Wissenschaftsforschung, Jahrbuch 2015. Berlin: Wissenschaftlicher Verlag Berlin. 158 S.

Haarkötter, Hektor & Runge, Evelyn (2016). Motor/Reise. Basiswissen für die Medienpraxis. Reihe: Journalismus Bibliothek, Bd. 12 Köln: von Halem. 250 S.

Haarkötter, Hektor (2016). Google & mehr: Online-Recherche. Wie Sie exakte Treffer auf Ihre Suchanfragen erhalten. Konstanz/München: UVK. 144 S.

Hamidi, Kefa (2016). Zwischen Information und Mission. Journalisten in Afghanistan: Berufliche Merkmale, Einstellungen und Leistungen. Reihe: Journalismus International, Bd. 7. Köln: von Halem. 340 S.

Heft, Annett (2016). Nationales Indexing versus Europäische Öffentlichkeit? Die Berichterstattung und Kommentierung deutscher und spanischer Zeitungen zur Griechenland- und Euro-Krise 2009/10. Reihe: Politische Kommunikation und demokratische Öffentlichkeit, Bd. 13. Baden-Baden: Nomos. 357 S.

Hofer, Matthias (2016). Presence und Involvement. Reihe: Konzepte. Ansätze der Medien- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 15. Baden-Baden: Nomos. 123 S.

Hömberg, Walter & Roloff, Eckart (Hg.) (2016).

Jahrbuch für Marginalistik IV. Reihe: Fußnote: Anmerkungen zum Wissenschaftsbetrieb, Bd 11. Berlin: LIT. 258 S.

Karmasin, Matthias & Oggolder, Christian (Hg.) (2016). Österreichische Mediengeschichte. Band 1: Von den frühen Drucken zur Ausdifferenzierung des Mediensystems (1500 bis 1918). Wiesbaden: Springer VS. 253 S.

Krainer, Larissa; Kannengießer, Sigrid; Riesmeyer, Claudia & Stapf, Ingrid (Hg.) (2016). Eine Frage der Ethik? Eine Ethik des Fragens – interdisziplinäre Untersuchungen zu Medien, Ethik und Geschlecht. Weinheim: Beltz. 188 S.

Ludwig, Mark; Schierl, Thomas & von Sikorski, Christian (Hg.) (2016). Mediated Scandals. Gründe, Genese und Folgeeffekte von medialer Skandalberichterstattung. Köln: von Halem. 268 S.

Mast, Claudia & Simtion, Alexandra (2016). Employer Relations. Arbeitgeberkommunikation – neues Handlungsfeld für Unternehmen. Konstanz: UVK. 302 S.

Mast, Claudia & Stehle, Helena (2016). Energieprojekte im öffentlichen Diskurs. Erwartungen und Themeninteressen der Bevölkerung. Wiesbaden: Springer VS. 156 S.

Maurer, Marcus (2016). Nonverbale politische Kommunikation. Reihe: Grundwissen Politische Kommunikation. Wiesbaden: Springer VS. 140 S.

Metten, Thomas & Meyer, Michael (Hg.) (2016). Film. Bild. Wirklichkeit. Reflexion von Film – Reflexion im Film. Köln: von Halem. 482 S.

Müller, Michael & Grimm, Petra (2016). Narrative Medienforschung. Einführung in Methodik und Anwendung. Konstanz/München: UVK. 182 S.

Niemann, Julia (2016). Risiken und Nutzen der Kommunikation auf Social Networking Sites. Theoretische Modellierung und empirische Befunde auf Basis der „Theory of Reasoned Action“. Reihe: Neue Schriften zur Online-Forschung, Bd. 14. Köln: von Halem. 424 S.

Pöttker, Horst & Stan'ko, Aleksandr Ivanovič (Hg.) (2016). Mühen der Moderne. Von Kleist bis Tschew - deutsche und russische Publizisten des 19. Jahrhunderts. Reihe: Öffentlichkeit und Geschichte, Bd. 9. Köln: von Halem. 550 S.

Preusse, Joachim (2016). Bausteine systemtheoretischer PR-Theorie. Eine Erkundungsstudie. Reihe: Organisationskommunikation, Bd. 2. Köln: von Halem. 666 S.

Rau, Harald & Hennecke, Chris (2016). Geordnete Verhältnisse?! Verflechtungsstrukturen deutscher TV-Sender. Baden-Baden: Nomos. 271 S.

Rogner, Alexandra (2016). Medienrecht in der Praxis für Marketing und PR. Konstanz: utb Lucius. 130 S.

Ruhrmann, Georg; Kessler, Sabrina Heike & Guen-

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

Bücher

von DGPUK-Mitgliedern

bücher bücher bücher
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

ther, Lars (Hg.) (2016). Wissenschaftskommunikation zwischen Risiko und (Un-)Sicherheit. Köln: von Halem. 248 S.

Sikkenga, Jörg (2016). Weiterempfehlung im Kulturbereich. Eine austauschtheoretische Betrachtung der senderorientierten Weiterempfehlung. Reihe: Weimarer Studien zu Kulturpolitik und Kulturökonomie, Bd. 10. Leipzig: Leipziger Universitätsverlag. 199 S.

Steinmaurer, Thomas (2016). Permanent vernetzt. Zur Theorie

und Geschichte der Mediatisierung. Reihe: Medien • Kultur • Kommunikation. Wiesbaden: Springer VS. 403 S.

Wegener, Claudia (2016). Aufwachsen mit Medien. Reihe: Medienwissen kompakt. Wiesbaden: Springer VS. 109 S.

Werner, Petra; Rinsdorf, Lars; Pleil, Thomas & Altmeyden, Klaus-Dieter (Hg.) (2016). Verantwortung – Gerechtigkeit – Öffentlichkeit. Normative Perspektiven auf Kommunikation. Konstanz: UVK. 430 S.

Averbeck-Lietz, Stefanie (2015). Eliseo Verón leído desde la perspectiva de los estudios en comunicación alemanes: Semio-Pragmática, comunicación e investigación en mediatización. Estudios, 33, 151-163.

Averbeck-Lietz, Stefanie (2015). From Newspaper Science to "NS-Führungswissenschaft". How the discipline of newspaper studies in Germany adopted to the Nazi-Regime. In: Meyen Michael & Wiedemann, Thomas (Eds). Biografisches Lexikon der Kommunikationswissenschaft. Köln: Herbert von Halem 2015. Online: <http://blexkom.halemverlag.de/averbeck-lietz/>.

Averbeck-Lietz, Stefanie; Hepp, Andreas & Venema, Rebecca (2015). Communicative Figurations of Financial Blogging: Deliberative and Moralizing Modes of Crisis Communication during the Eurocrisis. In: Eskjær, Mikkel Fugl; Hjarvard, Stig & Mortensen, Mette (Eds.). The Dynamics of Mediatized Conflicts (71-89). New York: Peter Lang.

Bartsch, Anne; Oliver, Mary-Beth; Nitsch, Cordula & Scherr, Sebastian (2016). Inspired by the Paralympics: Effects of empathy on audience interest in para-sports and on the destigmatization of persons with disabilities. Communication Research. doi:10.1177/0093650215626984.

Bauer, Johannes M. & Latzer, Michael (2016). The economics of the Internet: an overview. In: Bauer, Johannes M. & Latzer, Michael (Eds). Handbook on the Economics of the Internet (3-20). Cheltenham, Northampton: Edward Elgar.

Bauer, Johannes M. & Latzer, Michael (Eds.) (2016). Handbook on the Economics of the Internet. Cheltenham, Northampton: Edward Elgar. 608 p.

Birkner, Thomas & Nölleke, Daniel (2015). Soccer players and their media-related behavior: A contribution on the mediatization of sports. Communication and Sport. doi: 10.1177/2167479515588719.

Birkner, Thomas (2015). Mediatization of politics: The case of the former German chancellor Helmut Schmidt. The European Journal of Communication, 30(4), 454-469.

Breuer, Johannes; Kowert, Rachel; Festl, Ruth & Quandt, Thorsten (2015). Sexist games = sexist gamers? A longitudinal study on the relationship between video game use and sexist attitudes. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 18(4), 197. doi: 10.1089/cyber.2014.0492.

Breuer, Johannes; Vogelgesang, Jens; Quandt, Thorsten & Festl, Ruth (2015). Violent video games and physical aggression: Evidence for a selection effect among adolescents. Psychology of Popular Media Culture, 4(4), 305-328. doi: 10.1037/ppm0000035

Büchi, Moritz; Just, Natascha & Latzer, Michael (2015). Modeling the second-level digital divide: A five-country study of social differences in Internet use. New Media & Society, doi: 10.1177/1461444815604154. Buhl, Florian; Günther, Elisabeth & Quandt, Thorsten (2016). Observing the dynamics of the online news ecosystem: News diffusion processes among German news sites. Journalism Studies, doi: 10.1080/1461670X.2016.1168711.

Deuze, Mark & Quandt, Thorsten (2015). Internet News. In Donsbach, Wolfgang (Ed.). Concise Encyclopedia of Communication, (290-

292). Oxford/Malden: Blackwell.

Dörr, Konstantin & Hollnbuchner, Katharina (2016). Ethical Challenges of Algorithmic Journalism. Digital Journalism, doi: 10.1080/21670811.2016.1167612.

Dörr, Konstantin (2015). Mapping the field of Algorithmic Journalism. Digital Journalism, doi: 10.1080/21670811.2015.1096748.

Eberwein, Tobias & Porlezza, Colin (2016). Both sides of the story: Communication ethics in mediatized worlds. Journal of Communication 66, 2, 328-342. doi: 10.1111/jcom.12216.

Festl, Ruth; Scharrow, Michael & Quandt, Thorsten (2015). The individual or the group. A multilevel analysis of cyberbullying in school classes. Human Communication Research, 41(4), 535-556. doi: 10.1111/hcre.12056

Fischer, Heinz-Dietrich (2015). Coverage of Political Occurrences in Asia. Pulitzer Prize Winning Articles, Cartoons and Photos. Berlin: Lit. 226 p.

Förster, Kati & Rohn, Ulrike (2015). Media management education: Key themes, pedagogies and challenges. Journalism and Mass Communication Educator. 70(4), 367-381.

Fürst, Silke; Schönhagen, Philomen & Bosshart, Stefan (2015). Mass Communication Is More than a One-Way Street: On the Persistent Function and Relevance of Journalism. Javnost – The Public, 22(4), 328-344. doi: 10.1080/13183222.2015.1091621.

Griffiths, Mark, van Rooij, Antonius, (...) Quandt, Thorsten et al. (2015). Working towards an international consensus on criteria for assessing internet gaming disorder: a critical commentary on Petry et al. (2014). Addiction, 111, 167-178. doi: 10.1111/add.13057.

Guenther, Lars & Ruhrmann, Georg (2016). Scientific evidence and mass media: Investigating the journalistic intention to represent scientific uncertainty. Public Understanding of Science. doi: 10.1177/0963662515625479.

Guenther, Lars; Froehlich, Klara & Ruhrmann, Georg (2015). (Un) Certainty in the news: Journalists' decisions on communicating the scientific evidence of nanotechnology. Journalism and Mass Communication Quarterly, 92(1), 199-220. doi: 10.1177/1077699014559500.

Guenther, Lars; Froehlich, Klara; Milde, Jutta; Heidecke, Gitta & Ruhrmann, Georg (2015). Effects of valenced media frames of cancer diagnoses and therapies: Quantifying the transformation and establishing of evaluative schemas. Health Communication, 30(11), 1055-1064. doi:10.1080/10410236.2014.917839.

Günther, Elisabeth & Quandt, Thorsten (2016). Word counts and topic models: Automated text analysis methods for digital journalism research. Digital Journalism, 4(1), 75-88. doi: 10.1080/21670811.2015.1093270.

Haim, Mario; Arendt, Florian & Scherr, Sebastian (2016). Abyss or shelter? On the relevance of web search engines' search results when people google for suicide. Health Communication. doi: 10.1080/10410236.2015.1113484.

Haller, André (2015). How to deal with the Black Sheep? An evaluation of journalists' reactions towards intentional self-scandalization by

- politicians. *Journal of Applied Journalism and Media Studies*, 4 (3), 435–451. doi: 10.1386/ajms.4.3.435_1.
- Hepp, Andreas (2015).** *Medyatikleşen Kültürler*. Istanbul: *dipnot. (Turkish translation of “Medienkultur” / “Cultures of Mediatization”). 236 p.
- Hepp, Andreas (2015).** *Transcultural Communication*. Malden, Wiley Blackwell. 288 p.
- Hepp, Andreas; Elsler, Monika; Lingenberg, Swantje; Mollen, Anne; Möller, Johanna & Offerhaus, Anke (2015).** The communicative construction of Europe: Cultures of political discourse, public sphere, and the euro crisis. Palgrave Macmillan. 299 p.
- Herzog, Christian & Ali, Christopher (2015).** Elite Interviewing in Media and Communications Policy Research. *International Journal of Media and Cultural Politics*, 11(1), 37–54. doi: 10.1386/macp.11.1.37_1.
- Herzog, Christian & Beck, Hanno (2016).** Experimental Media Policy. *International Journal of Digital Television*, 7(2).
- Herzog, Christian & Tracey, Michael (2016).** British Broadcasting Policy during the Seventh BBC Charter Period 1996–2006. *Rundfunk und Geschichte*, 42(1–2), 19–26.
- Herzog, Christian (2015).** Foreword by the series editors. In Elstein, David. *The Political Structure of UK Broadcasting 1949–99* (9–11). Lüneburg: meson press. <http://meson.press/books/the-political-structure-of-uk-broadcasting-1949-99/>
- Herzog, Christian (2015).** Foreword by the series editors. In Elstein, David. *The Political Structure of UK Broadcasting 1949–99* (9–11). Lüneburg: meson press.
- Jaennijenhuis, Jan; Schultz, Friederike; Utz, Sonja, & Oegema, Dirk (2015).** The mediating role of the news in the BP oil spill crisis: How US news depends on public relations and affects public awareness, foreign news and the share price. *Communication Research*, 42, 408–428. doi: 10.1177/0093650213510940.
- Just, Natascha & Latzer, Michael (2016).** Governance by Algorithms: Reality Construction by Algorithmic Selection on the Internet. *Media, Culture & Society*, doi: 10.1177/0163443716643157.
- Kaiser, Johannes & Quandt, Thorsten (2015).** Book lovers, bibliophiles and fetishists: The social benefits of heavy book usage. *Psychology of Popular Media Culture*, Online first. doi: 10.1037/ppm0000077.
- Kepplinger, Hans Mathias; Köhler, Christina & Post, Senja (2015).** Do political events change national stereotypes? In: Robert G. Picard (Ed.). *The Euro Crisis in the Media: Journalistic Coverage of Economic Crisis and European Institutions* (o.S.). London & new York: I.B. Tauris.
- Kowert, Rachel & Quandt, Thorsten (2015).** The video game debate. Unravelling the physical, social, and psychological effects of digital games. New York/London: Routledge.
- Kowert, Rachel; Vogelgesang, Jens; Festl, Ruth & Quandt, Thorsten (2015).** Psychosocial causes and consequences of online video game play. *Computers in Human Behavior*, 45, 51–58. doi: 10.1016/j.chb.2014.11.074.
- Kramp, Leif; Carpentier, Nico; Hepp, Andreas; Tomanić Trivundža, I.; Nieminen, H.; Kunelius, R.; Olsson, T.; Sundin, E. & Kilborn, R. (Eds.) (2015).** *Journalism, representation and the public sphere*. Bremen: edition lumière. 300 p.
- Kunel, Anil & Quandt, Thorsten (2016).** Relational Trust and Distrust: Ingredients of face-to-face and media-based communication. In Blöbaum, Bernd (Ed.). *Trust and communication in a digitized world* (27–49). Berlin: Springer.
- Latzer, Michael; Hollnbuchner, Katharina; Just, Natascha & Saurwein, Florian (2016).** The economics of algorithmic selection on the Internet. In: Bauer, Johannes M. & Latzer, Michael (Eds.). *Handbook on the Economics of the Internet* (395–425). Cheltenham, Northampton: Edward Elgar.
- Latzer, Michael; Saurwein, Florian; Dörr, Konstantin; Just, Natascha & Wallace, Julian (2015).** Protection de la jeunesse face aux médias: analyse de l'autorégulation en Suisse. *Sécurité sociale, CHSS*, Nr. 4/2015, 220–223.
- Levordashka, Ana & Utz, Sonja (2016).** Ambient awareness: From random noise to digital closeness in online social networks. *Computers in Human Behavior*, 60, 147–154.
- Lin, Ruoyun; Levordashka, Ana, & Utz, Sonja (2016).** Ambient intimacy on Twitter. *Cyberpsychology Journal of Psychosocial Research in Cyberspace*, 10(1), article 6. doi: 10.5817/CP2016-1-6]10.5817/CP2016-1-6.
- Paus-Hasebrink, Ingrid & Hasebrink, Uwe (2015).** Media brands in children's everyday lives. In: Siegert, Gabriele; Förster, Kati; Chan-Olmsted, Sylvia M. & Ots, Mart (Eds.). *Handbook of Media Branding* (295–306). Heidelberg/New York: Springer International.
- Post, Senja (2015).** Incivility in controversies. The influence of presumed media influence und perceived media hostility on the antagonists in the German conflict over aircraft noise. In: *Communication Research*. doi: 10.1177/0093650215600491.
- Puschmann, Cornelius; Bastos, Marco & Schmidt, Jan-Hinrik (2016).** Birds of a feather petition together? Characterizing e-petitioning through the lens of platform data. *Information, Communication & Society*. doi: 10.1080/1369118X.2016.1162828.
- Quandt, Thorsten & Kowert, Rachel (2015).** No black and white in video game land! Why we need to move beyond simple explanations in the video game debate. In Kowert, Rachel & Quandt, Thorsten (Eds.). *The video game debate*. (176–189.) New York/London: Routledge.
- Quandt, Thorsten (2015).** Observation. In: Donsbach, Wolfgang (Ed.) *Concise Encyclopedia of Communication* (416–417). Oxford/Malden: Blackwell.
- Quandt, Thorsten; van Looy, Jan; Vogelgesang, Jens; Consalvo, Mia; Elson, Malte; Ivory, James & Mäyrä, Frans (2015).** Digital games research: A survey study on an emerging field and its prevalent debates. *Journal of Communication*, 65(6), 975–996. doi: 10.1111/jcom.12182
- Rademacher, Lars & Schütz, Lena (2015).** The relevance of further education in the process of CSR-institutionalization. Mapping the German market of CSR training. *UWF - UmweltWirtschaftsForum*, 23(4), 177–190.
- Rinke, Eike M.; Willnat, Lars & Quandt, Thorsten (2015).** The Obama factor. Change and stability in cultural and political anti-Americanism. *International Journal of Communication*, 9, 2954–2979.
- Rinke, Eike Mark (2016).** Mediated Deliberation. In: Mazzoleni, Gianpietro; Barnhurst, Kevin G.; Ikeda, Ken 'ichi; Maia, Rousiley C. M. & Wessler, Hartmut (Eds.). *The International Encyclopedia of Political Communication*, 2: 813–826. Chichester, UK: Wiley-Blackwell. <https://dx.doi.org/10.1002/9781118541555.wbiepc189>.
- Rinke, Eike Mark; Willnat, Lars & Quandt, Thorsten (2015).** The Obama Factor: Change and Stability in Cultural and Political Anti-Americanism. *International Journal of Communication*, 9, 2954–79.
- Rohn, Ulrike (2015).** *International Media Branding*. In Siegert, Gabriele; Förster, Kati, Chan-Olmsted, Sylvia & Ots, Mart (Eds.). *Handbook of Media Branding* (81–96). New York: Springer International.
- Rohn, Ulrike (2015).** *Social Media Business Models*. In: Ang, Peng Hwa & Mansell, Robin (Eds.). *International Encyclopedia of Digital Communication and Society* (1–12). Malden MA: Wiley-Blackwell.
- Rohn, Ulrike; Baumann, Sabine (2015).** *Media Brands in Social Net-*

work Sites: Problems German media companies have faced and lessons they have learned. *Journal of Brand Strategy*, 4 (1), 70–82.

Ruhrmann, Georg (2016). Integration in the Media. Between Science, Policy Consulting, and Journalism. In: Ruhrmann, Georg; Shooman, Yasemin & Widmann, Peter (Eds.). *Media and Minorities. Questions on Representation from an International Perspective* (177 – 194). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

Ruhrmann, Georg; Guenther, Lars; Kessler, Sabrina Heike & Milde, Jutta (2015). Frames of scientific evidence: How journalists represent the (un)certainly of molecular medicine in science television programs. *Public Understanding of Science*, 24(6), 681–696. doi: 10.1177/0963662513510643.

Ruhrmann, Georg; Shooman, Yasemin & Widmann, Peter (2016). Introduction: The Media as Agents and Objects of Social Change in Immigration Societies. In: Ruhrmann, Georg; Shooman, Yasemin & Widmann, Peter (Eds.). *Media and Minorities. Questions on Representation from an International Perspective* (9–12). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

Ruhrmann, Georg; Shooman, Yasemin & Widmann, Peter (Eds.) (2016). *Media and Minorities. Questions on Representation from an International Perspective*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 237 p.

Saurwein, Florian; Just, Natascha & Latzer, Michael (2015). Governance of algorithms: options and limitations. *info*, 17 (6), 35–49.

Schäfer, Mike S.; Scheffran, Jürgen & Penniket, Logan (2015). Securitization of Media Reporting on Climate Change? A Cross-National Analysis in Nine Countries. *Security Dialogue*. doi:

10.1177/0967010615600915.

Scharkow, Michael; Festl, Ruth; Vogelgesang, Jens & Quandt, Thorsten (2015). Beyond the “core-gamer”: Genre preferences and gratifications in computer games. *Computers in Human Behavior*, 44, 293–298. doi: 10.1016/j.chb.2014.11.020.

Scherr, Sebastian, & Baugut, Philip (2016). The meaning of leaning: The impact of journalists’ political leaning on active role perception and satisfaction with audiences and editorial policy. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 93(1), 142–163. doi: 10.1177/1077699015606678.

Scherr, Sebastian, & Reinemann, Carsten (2016). First do no harm: Cross-sectional and longitudinal evidence for the impact of individual suicidality on the use of online health forums and support groups. *Computers in Human Behavior*, 61, 80–88. doi:10.1016/j.chb.2016.03.009.

Scherr, Sebastian; Reinemann, Carsten & Jandura, Olaf (2015). Dynamic success on YouTube: A longitudinal analysis of click counts and contents of political candidate clips during the 2009 German national election. *German Politics*, 24(4), 491–506. doi:10.1080/09644008.2015.1024237.

Schlütz, Daniela (2016). Contemporary quality TV: The entertainment experience of complex serial narratives. In: Cohen, Elisia L. (Ed.). *Communication Yearbook 40* (95–124). New York, NY: Routledge.

Schmidt, Andreas & Schäfer, Mike S. (2015). *Constructions of Climate Justice in German, Indian and US Media*. *Climatic Change*. doi: 10.1007/s10584-015-1488-x.

Anzeige

Die Tücken der Technik? Neue elektronische Medien und Suchtverhalten



Neue elektronische Medien und Suchtverhalten

Forschungsbefunde und politische Handlungsoptionen zur Mediensucht bei Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen

Von Michaela Evers-Wölk und Prof. Dr. Michael Opielka

2016, 161 S., brosch., 34,– €

ISBN 978-3-8487-3341-5 | eISBN 978-3-8452-7678-6

(Studien des Büros für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag, Bd. 43)
nomos-shop.de/27883

Umfang und Folgen suchtartiger Mediennutzung sind zunehmend im Fokus der Forschung. Die Studie stellt den Forschungsstand differenziert nach Online(glücks)spielsucht, -kaufsucht, -sexsucht sowie Social-Network-Sucht dar, untersucht die Perspektive relevanter Stakeholder und diskutiert politische Handlungsmöglichkeiten.



Unser Wissenschaftsprogramm ist auch online verfügbar unter: www.nomos-elibrary.de

Bestellen Sie jetzt telefonisch unter 07221/2104-37
Portofreie Buch-Bestellungen unter www.nomos-shop.de
Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer



Nomos

Schmidt, Jan-Hinrik (2016). Twitter friend repertoires: Introducing a methodology to assess patterns of information management on Twitter. *First Monday*, 21(4). doi: 10.5210/fm.v21i4.6207.

Schwarz, Andreas; Seeger, Matthew W. & Auer, Claudia (Eds.) (2016). The Handbook of International Crisis Communication Research. Chichester: Wiley Blackwell. 552 p.

Splendore, Sergio; Di Salvo, Philip; Eberwein, Tobias; Groenhart, Harmen; Kus, Michal & Porlezza, Colin (2016). Educational strategies in data journalism: A comparative study of six European countries. *Journalism* 17(1), 138-152. doi: 10.1177/1464884915612683.

Utz, Sonja, Muscanell, Nicole L. & Khalid, Cameran (2015). Snapchat elicits more jealousy than Facebook: A comparison of Snapchat and Facebook use. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18, 141-146. doi: 10.1089/cyber.2014.0479.

von Pape, Thilo & Scharnow, Michael (2015). Twitter comme média pour la communication transfrontalière des événements locaux: exploration d'une approche empirique. [Grenzüberschreitende Kommunikation mit Twitter: eine Explorationsstudie von Tweets zu lokalen

Veranstaltungen]. In Goulet, Vincent & Vatter, Christoph (Eds.). *Grenzüberschreitende Informationsflüsse und Medien in der Großregion SaarLorLux* (105-123). Baden-Baden: Nomos.

Vowe, Gerhard & Henn, Philipp (Eds.) (2016). Political communication in the online world: Theoretical approaches and research designs. New York: Routledge. 310 p.

Weinacht, Stefan (2015). Marketing Communication of Media Brands: A Literature Review. In: Siegert, Gabriele; Foerster, Kati; Chan-Olmsted, Sylvia M. & Ots, Mats (Eds.). *Handbook for Media Branding* (229-247). New York: Springer International.

Wilke, Jürgen (2015). Media Control in the Twentieth Century. In: Meusbürger, Peter; Gregory, Derek & Suarsana, Laura (Eds.). *Geographies of Power* (277-293). Dordrecht et al: Springer.

Wolf, Cornelia & Godulla, Alexander (2016). Potentials of digital longforms in journalism. A survey among mobile Internet users about the relevance of online devices, Internet-specific qualities, and modes of payment. *The Journal of Media Business Studies*. doi: 10.1080/16522354.2016.1184922.

FG Journalistik/Journalismusforschung

Titel: Freiheit und Journalismus

Datum und Ort: 25.-27.02.2016, Wilhelmshaven

Teilnehmerzahl: 40; **Anzahl der Vorträge:** 16

Mitveranstalter: Reporter ohne Grenzen

<http://www62.jade-hs.de/jadewelt/campus/detailseite/article/freiheit-und-journalismus-aus-vielen-blickwinkeln-beleuchtet/>

Freiheit im Journalismus ist vielfältig bedroht, stößt aber auch an legitime Grenzen. Dieses Spannungsfeld analysierten die Tagungsbeiträge aus verschiedenen Perspektiven. Wirtschaftliche und rechtliche Aspekte spielen dabei ebenso eine Rolle wie Behinderungen der journalistischen Arbeit. Zur Tagung hatten Andrea Czepek, Beate Illg, Eva Nowak und Melanie Hellwig an die Jade Hochschule in Wilhelmshaven eingeladen. Referentinn_en aus Deutschland, Frankreich, Großbritannien und der Schweiz sowie aus Kenia, Nepal, Pakistan und Simbabwe behandelten in sechs Vortrags-Panels problematische Aspekte in Bezug auf Presse- bzw. Informationsfreiheit in Deutschland, analysierten aber auch internationale Erfahrungen. In einer Diskussionsrunde mit Christian Mihr von „Reporter ohne Grenzen“ wurden die Pressefreiheitsrankings kritisch diskutiert. Spannende Einblicke lieferte das Panel „Pressefreiheit international“ mit Exiljournalisten, das in Zusammenarbeit mit „Reporter ohne Grenzen“ entstand. Die Beiträge zur Tagung werden 2017 in der Reihe „Journalismus aktuell“ bei Nomos veröffentlicht. *Andrea Czepek*

FG Kommunikation und Politik

Titel: Mehr als Wutbürger, Shitstorms und Lügenpresse?

Emotionen in der politischen Kommunikation

Datum und Ort: 11.-13.02.2016, München

Teilnehmerzahl: 69

Mitveranstalter: Arbeitskreis „Politik und Kommunikation“ der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft (DVPW) und Fachgruppe „Politische Kommunikation“ der Schweizerischen Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft (SGKM)

<http://www.kommpol2016.ifkw.uni-muenchen.de/index.html>

Die Fachgruppentagung fand in diesem Jahr auf Einladung von Carsten Reinemann und Anne Bartsch am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung (IfKW) statt. Schwerpunkt waren Emotionen in der politischen Kommunikation, deren Bedeutung zwar durchaus anerkannt wird, die allerdings im Vergleich zu Kognitionen und politischem Verhalten in der Forschung bislang nur eine untergeordnete Rolle spielen.

Im Kern beleuchteten die Vortragenden vier zentrale Fragen: (1) Welche Emotionen kommen in der politischen Berichterstattung vor? (2) Welche politischen Inhalte lösen (welche) Emotionen beim Publikum aus? (3) Welche Effekte gehen von Emotionen aus (z.B. auf Informationsverarbeitung und politisches Verhalten)? (4) Wie ist die Rolle von Emotionen in der Politik aus normativer Sicht zu bewerten?

Ergänzt wurden die Vorträge durch eine Podiumsdiskussion, wo – moderiert von Carsten Reinemann – Stefan Plöckinger (Süddeutsche Zeitung), Jörg Sadrozinski (Deutsche Journalistenschule) und Angela Böhm (Journalistin) das Thema aus praktischer Sicht erörterten. Die Tagung machte vor allem deutlich, dass Emotionen in der Politik an Bedeutung gewinnen und sich für die Kommunikationswissenschaft hier ein

lohnendes Forschungsgebiet eröffnet, zumal bei vielen der obigen Fragen noch Klärungsbedarf besteht. *Thomas Zerback*

FG Medienpädagogik

Titel: Medienpädagogik – Was ist das?

Datum und Ort: 28.-30.04.2016, Salzburg

Teilnehmerzahl: 22; **Anzahl der Vorträge:** 13 plus zwei Podiumsdiskussionen

Mitveranstalter: Institut für Medienbildung Salzburg; Pädagogische Hochschule Salzburg Stefan Zweig
<http://www.imb-salzburg.at/angebot/media-research/tagung-60-jahre-imb.html>

Die 17. Jahrestagung der FG Medienpädagogik schloss thematisch an die 4. Jahrestagung (Paus-Hasse, Lampert & Süss 2002) an, in der erstmals eine Standortbestimmung der kommunikationswissenschaftlich ausgerichteten Medienpädagogik vorgenommen wurde. Vor dem Hintergrund des medialen Wandels, aktueller bildungspolitischer Debatten und damit verbundener Herausforderungen wurde eine neuerliche Vermessung des medienpädagogischen Feldes unternommen und die Frage nach dem Selbstverständnis der Medienpädagogik diskutiert. Daher wurde auch bewusst viel Raum für Diskussionen geschaffen; zudem fanden eine Podiumsdiskussion mit VertreterInnen aus der medienpädagogischen Praxis sowie eine zusammenfassende Podiumsdiskussion mit VertreterInnen der Kommunikations- und Erziehungswissenschaft statt. Der Tagungsort (auf einer Burg) trug zusätzlich zum Klausurcharakter der Tagung bei. Das Ergebnis waren sehr fruchtbare Auseinandersetzungen und Reflexionen über das Forschungsfeld Medienpädagogik. Die Tagung war interdisziplinär ausgerichtet; die Beiträge stammen ca. jeweils zur Hälfte von VertreterInnen der Kommunikationswissenschaft und der Erziehungswissenschaft und werden in einem Tagungsband veröffentlicht. *Christine Trültzsch-Wijnen*

FG Mediensprache – Mediendiskurse

Titel: Schneller, bunter, leichter. Kommunikationsstile im medialen Wandel

Datum und Ort: 18.-20.2.2016, Innsbruck

Teilnehmerzahl: 38; **Anzahl der Vorträge:** 15

<https://www.uibk.ac.at/congress/dgpuk2016/> bzw.
<http://www.dgpuk.delfachgruppenad-hoc-gruppen/mediensprache-mediendiskurse/>

Aus medienkritischer Perspektive werden die sich wandelnden medialen Kommunikationsstile vor allem als problematisch

wahrgenommen. Statt auf Vertiefung und Hintergrund setzen die Medien auf schnell konsumierbare Häppchen, auf bunte Bilder und auf Journalismus light. Die Mittel, die dabei verwendet werden, sind aber ambivalent. Für sich genommen, stehen sie ebenso gut für ein erweitertes Kommunikationspotenzial der Medien und für eine Hinwendung zu den Bedürfnissen eines partizipierenden Publikums. Vor diesem Hintergrund hat sich die Fachgruppe „Mediensprache – Mediendiskurse“ auf ihrer Jahrestagung in Innsbruck mit Metatrends des Wandels, mit Kontinuität und Innovation in alten und neuen Formaten, mit dem Leistungspotenzial von Storytelling/Scrollytelling und mit den Möglichkeiten und Problemen von Social Media befasst. Die journalistische Perspektive stand im Zentrum eines Kaminesgesprächs, in dem Gerald Heidegger, Redaktioneller Leiter von orf.at, und Gabriele Starck, Chefreporterin der Tiroler Tageszeitung, der Frage nachgingen, ob österreichische Medien „anders“ sind. *Thomas Schröder*

FG Wissenschaftskommunikation

Titel: Die Rolle der Disziplinen: Wissenschaftskommunikation in den Natur-, Geistes-, Sozial-, Lebens- und Technikwissenschaften

Datum und Ort: 05.-06.02.2016, Dresden

Teilnehmerzahl: 45; **Anzahl der Vorträge:** 20

<http://www.dgpuk.delfachgruppenad-hoc-gruppen/wissenschaftskommunikation/>

Bei der 3. Jahrestagung der Ad-hoc-Gruppe (jetzt FG) Wissenschaftskommunikation zeigten Vorträge und Diskussionen mit Vertretern anderer sozial-, naturwissenschaftlicher und technischer Fächer, dass die Kommunikationswissenschaft sich in einer Phase der Standortbestimmung befindet. Sie steht vor der Aufgabe, ihre Rolle weiter auszudifferenzieren und ihren Platz als Ratgeber, kritischer Analyst und Vermittler zwischen Wissenschaft und Gesellschaft zu definieren. Die Technische Universität Dresden, deren Exzellenzkonzept die Synergien zwischen den Disziplinen betont, bildete den idealen Rahmen für die Jahrestagung. Der Diskurs über die Rolle des Wissenschaftsjournalismus und veränderte Verhältnisse zwischen Öffentlichkeit und Wissenschaft wurde weitergeführt, Inter- und Transdisziplinarität dabei zugleich als zentrale Herausforderung und Impuls für die Wissenschaftskommunikation definiert. Eine Vielzahl an Beiträgen im Bereich der Science Comm 2.0 zeigte zudem, dass strukturelle und inhaltliche Veränderungen in der Wissenschaftskommunikation neue Aufgaben für die Forschung bringen. *Corinna Lühje, Claudia Seifert, Farina Dobrick*

Der 3. DGPUK-Nachwuchstag

Der Arbeitsalltag für Wissenschaftler ist vielfältig und anspruchsvoll. Neben der eigenen Forschung sind (angehende) Doktorand_innen und Post-Doktorand_innen angehalten, zu publizieren, zu lehren, Drittmittel einzuwerben und sich zu vernetzen. Die DGPUK fördert deshalb den Nachwuchs mit einer eigenen Tagung, die auf diese vielfältigen Anforderungen vorbereiten soll. Nach Mainz und Berlin trafen sich dieses Mal 135 Teilnehmer_innen vom 8. bis 10. September 2016 an der LMU München.

Ziel dieses 3. DGPUK-Nachwuchstags war neben der inhaltlichen Förderung die Vernetzung untereinander. Beim hierfür ins Leben gerufenen Science Dating wurden die Teilnehmer_innen nach Forschungsschwerpunkten in Gruppen eingeteilt und tauschten sich in kurzen Zwiesgesprächen über ihre Forschung aus.

Gut zwei Drittel der Teilnehmer_innen gaben an, aktuell Doktorand_innen zu sein. Das restliche Teilnehmerfeld teilte sich in Post-Doktorand_innen und angehende Doktorand_innen auf. In 16 verschiedenen Vorträgen, Diskussionsrunden und Workshops stand jeweils eine der drei Gruppen im Fokus. Die 27 Referent_innen gingen mit großer Bereitschaft auf diese individuellen Präferenzen der Teilnehmer_innen ein. So fand neben Slots zu klassischen akademischen Tätigkeiten (Forschen, Lehren, Publizieren) etwa das Thema Selbstvermarktung Platz. Richard Lemke (Universität Mainz) berichtete von seinen Erfahrungen und gab Tipps für den Umgang mit Interviewern. Rasmus Kleis Nielsen (University of Oxford) ging auf die Notwendigkeit internationaler Kooperationen ein. Und im Rahmen einer Podiumsdiskussion wurden Karriereoptionen nach der Promotion diskutiert, die statt einer angestrebten Professur den Wechsel in die Privatwirtschaft oder ins akademische Umfeld umfassen. Das Ziel einer Professur verfolgten derzeit, wie ein Stimmungsbild zeigte, ohnehin nur rund ein Viertel der Zuhörer_innen.

Grund dafür scheint die teilweise prekäre Arbeitssituation von Nachwuchswissenschaftler_innen. Auf dem Abschlusspodium diskutierten deshalb der Nachwuchs sowie Professoren und Politik über die aktuelle Arbeitsmarktsituation in der Wissenschaft. Tenor: Auch wenn sich die strukturellen Rahmenbedingungen in den letzten Jahren etwas verbessert haben, bestehe insbesondere bei akademischen Karrierechancen für Frauen noch



Foto: Sarah Paché



Foto: Anna Sophie Kumpel



Foto: Sarah Paché

genügend Luft nach oben. Bis auf weiteres helfen für das Wohlbefinden des Nachwuchses wohl nur kleinere Schritte. Etwa in Form des Nachwuchstags, der von allen Seiten als ausgesprochener Erfolg gewertet wurde.

Das Organisationsteam: Mario Haim, Marc Jungblut, Andrea Kloß, Angela Nienierza, Magdalena Obermaier, Christina Peter, Nina Springer, Nina Steindl und Julian Unkel (mittleres Foto, mit Hilfskräften)

DGPuK-Nachwuchsarbeit

Blick zurück und Blick nach vorn

Die Nachwuchsarbeit innerhalb der DGPuK macht große Fortschritte. Seit den ersten Überlegungen zur Verbesserung der Nachwuchsförderung im Fach hat sich viel bewegt: Alle zwei Jahre findet ein Nachwuchstag statt, zwei gewählte NachwuchssprecherInnen vertreten die Interessen des wissenschaftlichen Nachwuchses gegenüber Vorstand, Fachgruppen und Fachgesellschaft, in Kooperation mit dem Herbert von Halem Verlag wird jedes Jahr ein Nachwuchspreis verliehen und es gibt ein breites Mentoring- und Workshopangebot der Nachwuchsnetzwerke in den DGPuK-Fachgruppen. Die Nachwuchsförderung – so darf man sagen – ist mittlerweile in der Fachgesellschaft fest verankert und professionell begleitet.

Zu verdanken ist dies nicht zuletzt der großartigen Arbeit der ersten beiden NachwuchssprecherInnen Melanie Magin und Sven Engesser sowie der großen Unterstützung durch den DGPuK-Vorstand. Seit der Jahrestagung 2016 in Leipzig ist das Amt der NachwuchssprecherIn Teil der DGPuK-Satzung. Zwei Jahre zuvor wurde zudem die Zugangshürde für eine DGPuK-Mitgliedschaft deutlich gesenkt.

Wohin es geht

Im kommenden Jahr wird sich die Nachwuchsarbeit in Absprache mit dem Vorstand weiter an den Empfehlungen der AG Nachwuchsförderung orientieren und drei zentrale Themen intensiver verfolgen: Zum einen werden wir die mit den SprecherInnen der Nachwuchsnetzwerke angestellten Überlegungen zur Strukturierung und Bündelung der Förderangebote weiter vertiefen. Darüber wird sich eine Nachwuchskommission auf der kommenden Jahrestagung in Düsseldorf verständigen.

Zum anderen intensivieren wir derzeit die Vernetzung mit NachwuchswissenschaftlerInnen anderer Fachgesellschaften. Dazu gab es im Juni dieses Jahres bereits ein erstes gemeinsames Treffen mit den Nachwuchsinitiativen der Fachgesellschaften für Politikwissenschaft (DVPW), Soziologie (DGS) und Erziehungswissenschaft (DGfE), bei dem wir gemeinsame Themen wie die Strukturierung und Aktivitäten der Nachwuchsarbeit in den Fachgesellschaften diskutierten. Zudem wurde an der Organisation der interdisziplinären Tagung „War die Zukunft früher besser?

Akademische und außerakademische Berufsperspektiven in den Geistes- und Gesellschaftswissenschaften“ gearbeitet. Die Tagung wird von den vier Fachgesellschaften sowie dem Deutschen Historiker Verband (DHV) ausgerichtet und findet vom 9. und 10. Februar 2017 in der Schader-Stiftung in Darmstadt statt. Unter dem Punkt Vernetzung steht zudem der Austausch zur Arbeit mit den Young Scholars auf europäischer und internationaler Ebene (ECREA, ICA und IAMCR) auf dem Themenzettel für 2017.

Ein drittes Thema für das kommende Jahr ist schließlich die Fortführung der Arbeit in der AG Promotion und Habilitation, die ein Teil der von den NachwuchssprecherInnen verantworteten systematischen Erhebungen zur Situation des kommunikationswissenschaftlichen Nachwuchses darstellen. Hierzu wird in der nächsten Ausgabe (1/2017) auch eine AVISO-Debatte zu „Promotionsverfahren in der Kommunikationswissenschaft“ erscheinen.

Mitdenken ausdrücklich erwünscht

Themen für die zukünftige Nachwuchsarbeit gibt es somit genug. Gerne lassen wir uns dabei von interessierten NachwuchswissenschaftlerInnen unterstützen. Wer sich stärker in die Nachwuchsarbeit einbringen möchte, kann sich in der Nachwuchskommission oder in einer Arbeitsgruppe engagieren. Die Nachwuchskommission diskutiert aktuelle Nachwuchsthemen und bereitet sie für eine weitere Diskussion etwa in der jährlichen Nachwuchs-Vollversammlung vor. Die Arbeitsgruppen widmen sich hingegen meist einer konkreten Fragestellung, die sie etwa im Rahmen einer eigenen Studie zu beantworten versuchen. Auch hier können Interessierte eigenständig auf Themen aufmerksam machen und diese mit unserer Unterstützung bearbeiten.

Weiterlesen im Internet

Weitere Informationen zum Nachwuchs finden sich auf der DGPuK-Homepage, auf der alle wichtigen Dokumente zur Nachwuchsarbeit gesammelt werden: <http://www.dgpuk.de/nachwuchs/>

**ANNEKATRIN BOCK &
CHRISTIAN STRIPPEL**

Mit allen Herzfasern dabei

Günter Bentele beantwortet die „Aviso“-Fragen

Welche Ziele haben Sie mit Ihrer Professur umgesetzt?

Die Ziele zu meiner (zweiten) Professur an der Universität Leipzig waren, Öffentlichkeitsarbeit/PR in seiner ganzen Breite zu erforschen und zu lehren. Also: theoretische Grundlagen, Geschichte, Ethik, Instrumente und Verfahren der Öffentlichkeitsarbeit, Beschreibung des Berufsfeldes, Anwendungen, aber auch Kritik an der Praxis, etc. Nachdem ich 1993 den Ruf auf den Leipziger Lehrstuhl angenommen hatte, hatte ich eine gewisse Ahnung, dass dies eine Lebensaufgabe werden könnte, was es dann auch wurde.



Prof. Dr. Günter Bentele ist emeritierter Professor für Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations an der Universität Leipzig.

Ich habe mir für den (Un-)Ruhestand zwei Themenstränge vorgenommen: Erstes Thema: PR-Geschichte und PR-Geschichtsschreibung, bezogen vor allem auf Deutschland, das ich in mehreren Facetten und Projekten (pr-museum.de; neue Monographie zur PR-Geschichte in Deutschland; Kommunikationsgeschichte einzelner Unternehmen; Ausstellung im Berliner Kommunikationsmuseum; und fachjournalistische Publikationen) weiter erarbeiten möchte. Zweiter Themenstrang: ich möchte mich weiter dem Thema „Ethik der öffentlichen Kommunikation“, insbesondere dem Problemfeld einer PR-Ethik widmen, publiziere auch hier weiter. Durch meinen „Job“ als Vorsitzender des Deutschen Rats für Public Relations habe ich hier einen gewissen Einfluss auf die Regeln guter Kommunikation im Berufsfeld.

Was hat sich in Ihrem Leben durch die Emeritierung verändert?

Von den Arbeitsstunden her gesehen gar nichts, allerdings kann ich im Ruhestand fokussierter und konzentrierter an Themen arbeiten, das war in meiner aktiven Zeit durch viele (nicht immer nutzbringende) universitäre Meetings, die Lehre und die Betreuung von Abschlussarbeiten nicht so. Diese Bereiche hatten doch einen großen Teil meiner Zeit „gefressen“.

Falls es damals mit dem Ruf nicht geklappt hätte – was war Ihr Plan B?

Ich hatte 1989, bevor ich den Ruf auf meine erste (Bamberger) Professur bekommen habe und dann annahm, noch einen zweiten Ruf auf eine 5-Jahresprofessur an die Universität Salzburg; den ich dann zugunsten der Lebenszeitprofessur in Bamberg abgelehnt habe. Wenn damals alle Stricke gerissen wären, hätte ich meine und die Brötchen meiner Familie (Plan D) noch als Straßen- und Unterhaltungsmusiker oder (Plan F) als habilitierter Taxifahrer in Berlin verdienen können. Wenn

der Ruf nach Leipzig nicht geklappt hätte, hätte ich mich anderswo auf C4-Professuren beworben und vermutlich auch irgendwo einen Ruf erhalten, was dann später auch eingetreten ist.

Welches Medienthema treibt Sie derzeit besonders um?

Ich habe mir für den (Un-)Ruhestand zwei Themenstränge vorgenommen: Erstes Thema: PR-Geschichte und PR-Geschichtsschreibung, bezogen vor allem auf Deutschland, das ich in mehreren Facetten und Projekten (pr-museum.de; neue Monographie zur PR-Geschichte in Deutschland; Kommunikationsgeschichte einzelner Unternehmen; Ausstellung im Berliner Kommunikationsmuseum; und fachjournalistische Publikationen) weiter erarbeiten möchte. Zweiter Themenstrang: ich möchte mich weiter dem Thema „Ethik der öffentlichen Kommunikation“, insbesondere dem Problemfeld einer PR-Ethik widmen, publiziere auch hier weiter. Durch meinen „Job“ als Vorsitzender des Deutschen Rats für Public Relations habe ich hier einen gewissen Einfluss auf die Regeln guter Kommunikation im Berufsfeld.

Heute dürfen Sie eine wissenschaftspolitische Entscheidung treffen. Welche?

Auch wenn ich mir damit nicht viele Freunde machen werde: Ich würde Studiengebühren flächendeckend einführen (was natürlich in Deutschland schwierig wäre). Natürlich nur unter der Voraussetzung, dass alle Gelder direkt den Hochschulen zukommen würden, die bisherigen staatlichen Zahlungen nicht gekürzt werden, das Ganze verbunden mit einem differenzierten (privat und staatlich geförderten) Stipendiensystem, das auf Leistungs- und Bedürftigkeitskriterien gleichermaßen beruht. Die Studiengebühren sollten nach einiger Zeit das zur Verfügung stehende, staatliche Bildungsbudget um ca. 20 bis 25 Prozent aufstocken. Ich bin mir sicher, dass eine Bevölkerungsmehrheit so ein Gebührensystem unterstützen würde (repräsentative Umfrageergebnisse legen

dies nahe), entsprechende Kommunikation vorausgesetzt.

Für welche wissenschaftliche Leistung soll man sich einmal an Sie erinnern?

Nicht nur an das Intereffikationsmodell, sondern vor allem an meine Arbeiten zur Glaubwürdigkeit und zum Öffentlichen Vertrauen im Kontext des „rekonstruktiven Ansatzes“. Nachdem die Mode des Konstruktivismus auch in der Kommunikationswissenschaft abgeebbt ist, werden realistische Ansätze wieder vermehrt diskutiert (Stichwort: Neuer Realismus). Wenn meine Arbeiten zur PR- und Kommunikationsgeschichte im Fach noch etwas bekannter werden sollten (wofür ich in den nächsten Jahren noch einiges tun werde), würde es mich ebenfalls freuen.



Wenn es die Kommunikationswissenschaft nicht schon hundert Jahre gäbe, müsste sie dringend erfunden werden.



Was würde der Welt ohne Kommunikationswissenschaft fehlen?

Die Möglichkeit, alle Formen, Probleme und Mechanismen öffentlicher Kommunikation (nicht nur Journalismus, sondern auch PR und Werbung) analysieren zu können, aktuelle Fragen nach Medienwirkungen, der „Lügenpresse“ und viele anderen Fragen differenziert beantworten zu können. Wenn es die Kommunikationswissenschaft nicht schon hundert Jahre gäbe, müsste sie dringend erfunden werden.

Ihr bester Ratschlag für den wissenschaftlichen Nachwuchs?

WissenschaftlerIn kann man nur werden, wenn man mit allen Herzfasern dabei ist, wenn ein Übermaß an (wissenschaftlicher) Neugier vorhanden ist und eine Befriedigung, neues Wissen für andere zu produzieren, tief in einem verwurzelt ist, wenn der Job nicht als Beamtenjob missverstanden wird. Jedem und jeder Jung-WissenschaftlerIn rate ich auch, von Anfang an nicht nur auf DGPK-Tagungen sondern auf internationale Tagungen zu gehen und dort Erfahrungen zu sammeln.

Über welches Thema müsste in der Kommunikationswissenschaft dringend diskutiert werden?

Es gibt viele Themen, die auch in der Öffentlichkeit intensiver diskutiert werden müssten. Vorlagen für ein theoretisch und empirisch hochrelevantes Thema, den Realitätsbezug medialer Wirklichkeitsdarstellung, der nicht nur mit der Metapher „Konstruktion“ von sozialer Wirklichkeit beantwortet werden kann, liefern derzeit die Diskussionen um die sog. Lügenpresse und sinkende Glaubwürdigkeit von Medien.

Worüber können Sie als Wissenschaftler immer noch staunen?

Über viele neue wissenschaftliche Ergebnisse, die ich durch Fachzeitschriften, mittlerweile gelegentlich auch in Publikumsmedien mitbekomme.

Ein Text oder Film, der Ihnen besonders am Herzen liegt?

Texte liegen mir viele am Herzen. Was den Film angeht so mag ich neben ca. 80 Prozent aller Woody Allen-Filme besonders den Film „Across the Universe“ von Julie Taymor, in dem eine englische Geschichte aus den sechziger Jahren mittels 30 wunderbaren, neu aufgenommenen Beatles-Songs umgesetzt wird. Für alle Beatles-Freunde unter den KommunikationswissenschaftlerInnen ein Muss!

Schenken Sie uns zum Abschluss ein spannendes Zitat! Warum ausgerechnet dieses?

Ich habe an einer Wand in meinem Arbeitszimmer eine Postkarte hängen, auf der handschriftlich nur ein Satz steht: „Jeder Griff muss sitzen“, ein Autograph von Joseph Beuys. Natürlich kann dieser Satz nicht nur auf die (handwerkliche) Kunstproduktion eines Joseph Beuys bezogen werden, mir hat dieser Satz auch in meiner Arbeit als Kommunikationswissenschaftlicher immer als Motto und Leitmotiv gedient...

Den „Fragebogen“ beantworten im Wechsel neuer berufene oder frisch emeritierte Professorinnen und Professoren sowie Personen aus dem wissenschaftlichen Nachwuchs.

UVK:Wissenschaft



Petra Werner, Lars Rinsdorf, Thomas Pleil,
Klaus-Dieter Altmeppen (Hg.)
**Verantwortung – Gerechtigkeit –
Öffentlichkeit**
Normative Perspektiven auf Kommunikation
2016, 430 Seiten, 35 s/w Abb., Broschur
ISBN 978-3-86764-652-9

Dieser Band umfasst ausgewählte Beiträge zur 60. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft in Darmstadt. Aus der Perspektive von Ethik und Verantwortung werden dabei aktuelle Entwicklungen im Journalismus, in den traditionellen Medien und auf den neuen Medienmärkten analysiert und kritisch hinterfragt.



Deutscher Fachjournalisten-Verband (Hg.)
Journalistische Genres
2016, 422 Seiten, 40 s/w Abb., Hardcover
ISBN 978-3-86764-682-6

Dieses Buch setzt sich mit knapp 40 unterschiedlichen journalistischen Genres auseinander und möchte damit die Diskussion über alternative Ansätze im Journalismus anregen. Leitfragen sind dabei: Was ist die grundlegende Idee des jeweiligen Genres? Worin unterscheidet es sich vom idealtypischen Journalismus? Welche Chancen und Risiken sind damit verbunden?

www.uvk.de



Nach dem Spiel ist vor der Sitzung

0:2 verloren, aber wenigstens fit. Infolge des verlorenen Halbfinalspiels gegen Frankreich und des damit verbundenen Ausfalls größerer Feieraktivitäten traf sich der neue Vorstand der DGPK rundum wohlbehalten am Morgen des achten Juli in Köln zu seiner konstituierenden Sitzung.

Eva Baumann, Lars Rinsdorf, Daniela Schlütz (Schatzmeisterin) und ich werden in den nächsten beiden Jahren zwar grundsätzlich alle in allen Belangen der DGPK für Sie ansprechbar sein. Dennoch haben wir uns darauf geeinigt, unsere Kräfte sinnvoll auf einzelne Aufgaben zu konzentrieren. Eva Baumann wird vorrangig für Tagungen und die Organisation des Reviewwesens sowie (zusammen mit mir) für den Nachwuchs zuständig sein. Lars Rinsdorf wird sich bevorzugt der Entwicklung der Publikationslandschaft der DGPK sowie dem Studieninformationssystem widmen. Daniela Schlütz steht Ihnen in bewährter Weise bei Fragen zu Finanzen und Mitgliedschaft zur Seite. Und bitte zögern Sie nach wie vor nicht, mit allen Fragen und Anliegen auf Andrea Ohters (Geschäftsstelle in Mainz) oder mich zuzukommen.

Die letzten Wochen nach der Leipziger Jahrestagung waren aus Sicht des Vorstandes ausnahmsweise von wenigen Überraschungen und umso mehr Routinearbeit geprägt – was durchaus zu begrüßen war. Mittlerweile ist das Protokoll aus Leipzig fertig, die beschlossenen Satzungsänderungen sind eingetragen, der Call für die nächste Jahrestagung in Düsseldorf ist bereits geschlossen und die DGPK steht finanziell nach wie vor auf gesunden Beinen. In diesem Zusammenhang bitte ich Sie – wie traditionell jedes Jahr – uns Änderungen Ihrer Bankverbindung zeitnah mitzuteilen, da Lastschriftenrückläufe jedes Jahr nicht unerhebliche Gebühren verursachen.

Zeit für neue Herausforderungen. Eines unserer Ziele ist es, die vereinsinterne

und -externe Kommunikation sowie die strategische Ausrichtung weiter zu optimieren. Dazu zählt neben der Übersetzung tragender inhaltlicher Teile der Website, Überlegungen zur Positionierung der DGPK im Konzert der (internationalen) Fachgesellschaften unter anderem auch die stetige Weiterentwicklung unserer Publikationslandschaft. Hier gilt es zu überlegen, welche Publikationsformen für welche Fachgruppen Sinn machen und daraus ein Gesamtkonzept zu entwickeln.

Schließlich gab es noch eine wichtige Veranstaltung im Herbst. Von 8. bis 10. September fand in München der nun mittlerweile dritte Nachwuchstag der DGPK statt. Das Programm war umfangreich und für die gesamte Breite der Anliegen konzipiert, vom Schreiben der ersten Abstracts bis hin zu Tipps bei der Berufung (siehe Nachgefasst). In diesem Zusammenhang bleibt zu erwähnen, dass mit der Aufnahme der Nachwuchsvertretung in die Satzung der DGPK (nun §9) ein beinahe ein Jahrzehnt andauernder Prozess der Etablierung des Nachwuchses innerhalb der DGPK seinen formalen Höhepunkt findet. Das bedeutet nicht, dass die Nachwuchsarbeit abgeschlossen wäre. In den nächsten Jahren wird es vielmehr darum gehen (müssen), der zunehmenden Vielfalt der Karrierewege in einem stärker konkurrenzorientierten Fach Rechnung zu tragen.

Und zu allerletzt: kurz vor Redaktionsschluss erreichen uns noch positive Signale hinsichtlich der Zukunft der Jahrestagung. Nachdem die nächsten Jahrestagungen mit Düsseldorf (2017), Mannheim (2018) und Münster (2019) schon feststanden, haben sich Kolleginnen und Kollegen vom Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung bereit erklärt, uns 2020 nach München einzuladen.

FÜR DEN VORSTAND:
OLIVER QUIRING (MAINZ)

Nachrichten & Personalien

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.

Prof. Dr. Ulrike Rohn ist seit Januar 2016 als Visiting Professor of Media Economics and Management an der Tallinn University (Estland) tätig. Darüber hinaus wurde sie im Juni 2016 zur Präsidentin der European Media Management Association (emma) gewählt.

PD Dr. habil. Johannes Raabe nimmt eine Vertretungsprofessur am Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft der Universität Greifswald wahr.

Christian Herzog, PhD, hat zum September 2016 eine Position als Lecturer an der Erasmus Universität Rotterdam (Niederlande) angenommen.

Out of the Box

Wenn Menschen bei Amokläufen mit illegalen Waffen getötet oder Kreditkartendaten im großen Stil gehackt werden, fällt immer häufiger ein Wort: Darknet. Die dunkle Seite des Cyberspace gilt als Tummelplatz für Kriminelle. Die Kommunikationswissenschaft tut sich naturgemäß schwer mit solchen Räumen, nicht zuletzt, weil *Öffentliche* Kommunikation und Geheimniskrämerei augenscheinlich schlecht zusammenpassen. Dass allein schon die hinter dem populären Darknet-Browser Tor stehenden Entwickler die weltweite Zahl ihrer Nutzer auf 1,5 Millionen beziffern, scheint daran nichts zu ändern. In dieses sozialwissenschaftliche Vakuum stößt das Buch „The Dark Net“ (Kulmbach: Börsenmedien) des Techbloggers Jamie Bartlett vor. Bartlett, der zugleich das Centre for the Analysis of Social Media beim Think-

tank Demos leitet, schreibt populär, verständlich und schreckt nicht davor zurück, Licht in vergleichsweise finstere Ecken des Cyberspace fallen zu lassen. Empirisch fundiert sind daran allenfalls die Daten, die er aus allerlei Studien zusammengetragen hat. Das Ergebnis ist ein mitunter schockierender Ausflug in eine Welt, die oft roh und unzivilisiert wirkt. Kritische Distanz täte diesem Buch an vielen Stellen gut, Distanz, die gerade auch die (Kommunikations-)wissenschaft im Interesse eines besseren Verständnis bieten könnte. Doch dazu müssen wir technische Grundlagen begreifen und durchschauen – wozu dieses Buch viele Anreize liefert. **Alexander Godulla** *In der Rubrik Out of the Box stellen wir in unregelmäßigen Abständen Dinge zur Diskussion, die nicht aus unserem Fach stammen. Für Neugierige könnten sie jedoch trotzdem einen Blick wert sein.*

UVK:Lehrbücher



Sven Grampp
Medienwissenschaft
2016, 280 Seiten, Broschur
ISBN 978-3-8252-4631-0

Sven Grampp führt kompakt und verständlich in das weite Feld der medienwissenschaftlichen Forschung ein, die sich durch vielfältige, mitunter gegensätzliche Tendenzen auszeichnet. Er konfrontiert die verschiedenen Positionen – wie beispielsweise Medienmaterialismus und Intermedialität – miteinander und veranschaulicht sie jeweils am Beispiel der Mobilkommunikation, die sich als ein roter Faden durch das Lehrbuch zieht.



Joseph Garncarz
Medienwandel
2016, 246 Seiten, 36 s/w Abb., Broschur
ISBN 978-3-8252-4540-5

Das Buch gibt Instrumente an die Hand, mit denen sich der Wandel der Medien beschreiben und erklären lässt. Im ersten theoretischen Teil entwirft der Autor ein Modell des Medienwandels, das erklärt, wie Medien erfunden, etabliert, verbreitet und differenziert werden. Der zweite historische Teil besteht aus zwölf Fallstudien zu den Medien Film und Fernsehen, die unterschiedliche Aspekte des Medienwandels thematisieren.

www.uvk.de



Finale Einsicht.

In dieser Rubrik stellen wir regelmäßig erstaunliche Einsichten aus vergangenen Ausgaben vor.

Impressum

Herausgeber:

Vorstand der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e.V. (DGPUK)

Redaktion:

Alexander Godulla & Cornelia Wolf
(beide verantwortlich)
alexander.godulla@fhws.de
cornelia.wolf@uni-leipzig.de
Christian Strippel & Emese Domahidi
(Debatte)
Oliver Quiring (Vorstand)
Stefan Weinacht (Neu Erschienen)

Layout und Gestaltung:

Alexander Godulla & Cornelia Wolf

Anzeigenakquise:

Stefan Weinacht

Erscheinungsweise:

Zweimal jährlich

Anschrift der Redaktion:

Universität Leipzig
Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft
Burgstraße 21
04109 Leipzig

Druck:

Gribsch & Rochol Druck, Hamm

Auflage: 1.200 Exemplare

ISSN 2193-0341 [Print]

ISSN 2193-035X [Internet]

Gelebte Europäisierung

Angesichts der aktuellen Debatte über die Internationalisierung der Kommunikationswissenschaft möchten wir Ihnen einige Gedanken aus der Analyse der Kommunikationssituation im alten Europa von **Otto B. Roegele** nicht vorenthalten, die unter anderem das Verständnis von Wissenschaft nachzeichnen. Diese wurden 1993 im Aviso (Nr. 8) veröffentlicht.

Was würde passieren, wenn heute ein Gelehrter aus dem Ausland unangemeldet bei einer unserer Universitäten erschiene und an einer akademischen Amtshandlung mitwirken wollte [...] Als der siebzigjährige Albert von Bollstatt 1371 erfuhr, Thomas von Aquin müsse sich vor der Pariser Fakultät in einem gefährlichen Lehrstreit verteidigen [...] schnürte er, Albert Magnus, in Köln am Rhein seine Mönchsandalen und machte sich auf den Weg an die Seine [...]. Er war sicher, daß man ihn anhören werde, obwohl er schon seit Jahrzehnten keine akademische Funktion in Paris hatte. Aber man kannte ihn eben, seinen Namen, seine Schriften, seine frühere Lehrtätigkeit. Die Mühe war nicht umsonst, sein Votum wirkte, Thomas durfte weiter sein Lehramt ausüben. [...] Für den „Kommunikations-

raum Europa“ im hohen Mittelalter beweist es [...] daß es damals eine Kommunität der Gelehrten gab, die keine staatlichen oder sprachlichen Grenzen kannte [...]. Aber was für die lehrende (und lernende) Elite galt, galt durchaus nicht für die „kleinen Leute“. Ihnen stand nicht das Vehikel einer gemeineuropäischen Sprache zur Verfügung. Seit Riepls monumentaler Schilderung des Nachrichtenverkehrs im Altertum wissen wir gut Bescheid über die enorme Bedeutung der gemeinsamen Sprache für Herstellung und Nutzung eines großen Kommunikationsraumes. [...] Kommunikationsräume entstehen und verändern sich [...]. Sie bilden sich dort wo lebensweltliche Strukturen entstanden sind, die Anlässe für die Kommunikation bieten [...]. [D]er wandernde Mönch Albert [...] hatte in Padua studiert und in Rom gelehrt, sein Schüler Thomas [...] war Student in Köln, Paris und Wien gewesen – in ihren Köpfen gab es dieses Europa als erlebte Welt, sie nahmen es in ihren Köpfen mit, wohin sie kamen, und trafen es an, wo sie ihren Beruf ausübten; es war dieselbe Wissenschaft, die sie lehrten mit ihrer „licentia ubique docendi“ nicht gespalten in Lehrbefähigung, Lehrerlaubnis und Lehrverpflichtung.

CORNELIA WOLF UND
ALEXANDER GODULLA

Anzeige



HERBERT VON HALEM VERLAG



S. GEISE / T. BIRKNER / K. ARNOLD /
M. LÖBLICH / K. LOBINGER (Hrsg.)
**Historische Perspektiven auf den
Iconic Turn.**
**Die Entwicklung der öffentlichen
visuellen Kommunikation**
2016, 346 S., 80 Abb., 16 Tab., Broschur,
213 x 142 mm, dt.
ISBN 978-3-86962-176-0



THOMAS METTEN / MICHAEL MEYER (Hrsg.)
Film. Bild. Wirklichkeit.
Reflexion von Film – Reflexion im Film
2016, 482 S., 18 Abb., Broschur,
213 x 142 mm, dt.
ISBN 978-3-86962-105-0



BENJAMIN BIGL
Virtuelle Computerspielwelten.
**Rezeption und Transfer in dynamisch-
transaktionaler Perspektive**
2016, 398 S., 26 Abb., 43 Tab., Broschur,
213 x 142 mm, dt.
ISBN 978-3-86962-193-7



GEORG RUHRMANN / SABRINA HEIKE
KESSLER / LARS GUENTHER (Hrsg.)
**Wissenschaftskommunikation
zwischen Risiko und (Un-)Sicherheit**
2016, 248 S., 9 Abb., 12 Tab., Broschur,
213 x 142 mm, dt./engl.
ISBN 978-3-86962-196-8



SASCHA TRÜLTZSCH-WIJNEN / ALESSANDRO
BARBERI / THOMAS BALLHAUSEN (Hrsg.)
**Geschichte(n), Repräsentationen,
Fiktionen. Medienarchive als
Gedächtnis- und Erinnerungsorte**
Jahrbuch Medien und Geschichte, 3
2016, 220 S., 16 Abb., 1 Tab., Broschur,
213 x 142 mm, dt.
ISBN 978-3-86962-221-7

Unsere Neuerscheinungen finden Sie auch als E-Books
auf <http://www.halem-verlag.de>. Bestellungen ab
EUR 20,00 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>