

Aviso



Informationsdienst der Deutschen
Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Nr. 65

D G P u K

Herbst 2017

DEBATTE: Berichterstattung über Terror – Medien und Verantwortung

Einführung VON MELANIE VERHOVNIK

2

Kann die Kommunikationswissenschaft Terrorismus analysieren und erklären?

3

VON BERND ZYWIETZ

New copycat terrorism follows earlier examples of mass-mediated contagion

4

VON BRIGITTE NACOS

Reconsidering the contagion effect of news coverage of terrorism

5

VON ROBERT G. PICARD

Gesellschaftsgerechte Verwertung exzellenter Forschung

6

VON MICHAEL JOHANN

Journalistische Verantwortung angesichts des Terrors

7

VON SIGRUN MÜLLER GERBES

Dem Interessenskonflikt mit Qualitätsmanagement begegnen

8

VON VINZENZ WYSS

Konstruktive Terrorberichterstattung: Ein Oxymoron?

10

VON DANIELA KRAUS UND KATHARINA RAMCHEN

NACHRICHTEN & PERSONALIEN

11

NEU ERSCIENEN

11

TAGUNGEN

16

NACHRUF **Zum Tod von Klaus Arnold**

19

VON MICHAEL HARNISCHMACHER

DER FRAGEBOGEN **AUSGEFÜLLT VON KARL N. RENNER**

20

AUS DEM VORSTAND **VON LARS RINS DORF**

22

GLOSSE **Lob der Ansichtskarte** VON WALTER HÖMBERG

23

AVISIERT

Wie und ob im Journalismus Darstellungen von Terrorbildern transportiert werden sollten, zählt zu den größten normativen Herausforderungen dieser Profession. Melanie Verhovnik, die für diese Ausgabe von *Aviso* die Debatte als Redakteurin begleitet hat, beschreibt dieses Problem zu Recht als Gratwanderung. Wer sich auf Videoportalen wie YouTube auf die Suche nach Berichten zu aktuellen Terroranschlägen macht, versteht rasch warum: Eine Vielzahl von Videos wird dort bereitgestellt, die von Propagandisten jeder Couleur mit oftmals sinnstellenden Audiokommentaren versehen worden sind. Sie konkurrieren unmittelbar mit den Videos seriöser Nachrichtenquellen, die nach journalistischen Qualitätskriterien produziert und publiziert wurden. Wenn der Journalismus diese Leistung nicht mehr erbringt, überlässt er der Desinformation kampflos das Feld. Wenn er sich hingegen dazu äußert, droht er Terrororganisationen als Helfershelfer und Multiplikator zu dienen. Dass diese starke Vereinfachung nicht die ganze Thematik erfasst, belegt die aktuelle kommunikationswissenschaftliche Forschung zur Terrorberichterstattung. Wir hoffen, dass Ihnen die dort vorgetragenen Argumente wertvolle Denkanstöße liefern.

ALEXANDER GODULLA &
CORNELIA WOLF

Anzeige

Grundlagenwissen zu allen relevanten Themenfeldern
Handbuch Soziale Medien
Jan-Hinrik Schmidt, Monika Taddicken (Hrsg.)
2017, X, 408 S. 16 Abb., 2 Abb. in Farbe. EUR 49,99
ISBN 978-3-658-03764-2
Jetzt bestellen auf springer.com/Angebot2
springer.com/Angebot2

»ein unverzichtbares
Nachschlagewerk.«

Prof. Dr. Lothar Mikos,
TV diskurs 1/13, zur Voraufgabe



Medienregulierung in Deutschland

Ziele, Konzepte, Maßnahmen
Handbuch für Wissenschaft
und Studium

Von Prof. Dr. Wolfgang Seufert
und Prof. Dr. Hardy Gundlach

2., aktualisierte Auflage 2017,
457 S., brosch., 58,-€
ISBN 978-3-8487-2144-3
eISBN 978-3-8452-6243-7
nomos-shop.de/24445

Das System der Medienregulierung ist aufgrund der großen Bedeutung von Medien für Meinungsfreiheit besonders komplex. Der Band gibt eine umfassende Darstellung sowohl der aktuellen Maßnahmen und Institutionen der Medienregulierung als auch der jeweils dahinter stehenden wirtschafts- und kommunikationpolitischen Ziele. Die 2. Auflage wurde vollständig aktualisiert und erweitert.

 Nomos
eLibrary



Nomos

Berichterstattung über Terror – Medien und Verantwortung

DEBATTENREDAKTION: MELANIE VERHOVNIK (EICHSTÄTT)

In ihrer Rede vor der Amerikanischen Anwaltsvereinigung forderte die damalige britische Premierministerin Margaret Thatcher im Juli 1985, dass Wege gefunden werden müssten, um Terroristen das „oxygen of publicity“ zu entziehen, von dem sie abhängig seien. Der eindringlichen Rede war eine Serie an spektakulären Flugzeugentführungen vorausgegangen, die extreme Medienaufmerksamkeit generiert hatten. Medien dürften Terroristen nicht in die Hände spielen, so Thatcher weiter, und müssten in ihrer Berichterstattung einem Verhaltenskodex folgen – damit die Berichterstattung nicht die Ziele der Terroristen unterstütze.

Mehr als 30 Jahre später ist eine Diskussion über den richtigen Umgang mit Terror mehr denn je nötig: Nicht nur, dass sich Bilder wie die brennenden und einstürzenden Türme des World Trade Centers in das kollektive Gedächtnis gegraben haben, inzwischen werden Terrorakte noch bildstärker inszeniert und auf Selektionskriterien im Journalismus abgestimmt. Der mediale Widerhall gilt in Terrororganisationen als wichtiger, vielleicht wichtigster Erfolgsfaktor und daran orientiert sich der ungeheure Ausstoß an Videos und Botschaften, die vor allem im Internet kursieren. Zu schweigen, wie es die einstige Premierministerin gefordert hatte, kann für Medienvertreter daher keine Lösung sein, weil die Nachrichten inzwischen auch anderweitig ihren Weg in die Öffentlichkeit finden. Es ist daher ein ausgesprochen schmaler Grat, auf dem Journalisten bei der Berichterstat-

tung über Terror wandeln, stehen sich doch das Informationsinteresse der Öffentlichkeit und eine mögliche ungewollte Unterstützung terroristischer Kommunikationsstrategien gegenüber.

Bleibt die Frage: Wie soll Journalismus also mit Terrorbildern umgehen? Im digitalen Zeitalter, das nichts vergisst und in dem Informationen auf Social-Media-Kanälen schneller verbreitet werden als in klassischen Massenmedien ist die Fra-

ge nach der „richtigen“ Berichterstattung bisher nicht gelöst. Und was kann Kommunikationswissenschaft zur aktuellen Debatte beitragen? Liefert die Forschung belastbare Ergebnisse, die die Terrorberichter-

stattung beschreiben und damit Argumente stützen oder widerlegen? Ist eine Aussage darüber möglich, wie stark sich Medienberichterstattung auf weitere Terrorakte auswirkt? Und wie beurteilen Praktiker die aktuelle Diskussion zum Umgang mit Tätern? Die Aviso-Debatte wirft einen differenzierten Blick auf diese Fragestellungen. Zu Wort kommen nicht nur nationale und internationale Fachvertreter, die das Thema aus unterschiedlichen Perspektiven betrachten, sondern auch Repräsentanten aus dem Journalismus, die Forderungen an diesen auf ihre Tauglichkeit hin prüfen. Die Statements liefern daher nicht nur einen wertvollen Einblick in den Forschungsstand und Hinweise zu Forschungsdesiderata, sondern auch konkrete Überlegungen, wie sinnvolle, medienethischen Anforderungen genügende Terrorberichterstattung aussehen kann.



Kann die Kommunikationswissenschaft Terrorismus analysieren und erklären?

STANDPUNKT: BERND ZYWIETZ (MAINZ)

Mehr Einmischung und öffentliche Wortmeldung wird angesichts von Rechtspopulismus und „alternativen Fakten“ von der Wissenschaft gefordert. In der Zeit vom 23. Februar 2017 attestiert Manuel J. Hartung vor allem den universitären Geistes- und Sozialwissenschaften ein Politikdefizit – „Signum der Krise“, in dem „sich Teile der academia“ befänden. Ein „Fernsehauftritt vor fünf Millionen Zuschauern ist unter manchen Kollegen immer noch anrühiger als ein Fachaufsatz für fünf Leser“, so Hartung. Generell kann sich, so zynisch es klingt, die Kommunikations- und Medienwissenschaft recht wohl fühlen in dieser quasi doppelt krisenhaften Zeit. Der amorphe Themenkomplex Cyber-Dschihadismus /-Extremismus und „Online-Propaganda“ ist nicht nur bedrohlich, für den sozialen Frieden, die politische Ordnung. Er fällt auch eklatant in die Zuständigkeit dieser Disziplinen. Ihnen wird nicht erst seit dem Heimvideorekorder und den „Video Nasties“ ja besonders dann öffentliche Aufmerksamkeit und Förderung zuteil, wenn dank bestimmter Inhalte und Wirkungsannahmen Medien quasi zu Risikotechnologien geraten, ob es nun um Mediengewalt oder Ideologisierung geht. Der moderne Terrorismus entwickelte sich zusammen mit der Massenpresse, und zu einem eminenten Teil lässt sich die Begründung der Kommunikationswissenschaft ja als eine der Propagandaforschung und deren Institutionalisierung erzählen. Allerdings garantieren Expertenstatements in Tagespresse oder Frühstücksfernsehen ebenso wenig eine Uni-Stelle wie sie Gradmesser sind für gesellschaftliche Bedeutsamkeit der Forschung oder Ausweis für nachhaltigen Einfluss auf aktuelle Debatten. Die Frage, ob Medien- und Kommunikationswissenschaft zum allgemeinen Verständnis von Terrorismus beitragen können, ist daher zu differenzieren. Gelingt es bedeutsame Erkenntnisse zu generieren? Ja, auch wenn a) eine stärkere Verzahnung zwischen qualitativer (z.B. medienästhetischen oder -kulturellen) und quantitativer Empirie sowie b) eine fokussiertere Online-Forschung (inklusive medienethnografischer Social-Media-Studien) wünschenswert wäre.

Anders sieht es aus, wenn es um Vermittlung und Durchsetzung des Wissens und der Befunde jenseits von Feuilleton-gastbeiträgen geht. Das ist natürlich ein altes Dilemma: Die wissenschaftlichen Modelle sind zu komplex, die Designs zu unterschiedlich, Effekte zu multikausal, während auf der anderen Seite einfache Antworten und prägnante Zahlen gewünscht sind. In Politik und Praxis der Extremismusprävention und -bekämpfung spielt sie eine vor allem legitimierende, illustrative Rolle. Das ist insofern nur bedingt bedauerlich, sieht man die medien- und kommunikationswissenschaftliche Versicherheitlichung und In-Dienst-Stellung kritisch, jedoch dahingehend beklagenswert, als Fachanalysen für Einordnungs- und Bewältigungsleistungen der Öffentlichkeit allgemein wirkungs- und kon-turlos bleiben. Dabei sind Terrorismus und Propaganda schließlich kommunikative und mediale Attacken, die es als solche sachlich zu erklären gälte.

Weniger sollte es jedoch darum gehen, aktuelle Studienergebnisse oder den „Stand der Forschung“ zu popularisieren. Denn außerhalb des fachlichen Subsystems dominieren gerade während angespannter Sicherheitslagen und moralischer Paniken simple Stimulus-Response-Vorstellungen die Ansichten, selbst jener, die es besser wissen müssten. Will Kommunikations- und Medienwissenschaft also relevant zur Analyse von Terrorismus und Online-Propaganda beitragen, muss sie als Beitrag zur vielgeforderten Medienkompetenzförderung allgemeine Grundlagen des Fachs etablieren (und seien es nur differenziertere Fragestellungen) und damit Diskursen ein vernünftiges Fundament bereiten. Würden nützliche Basics – etwa um den Third-Person-Effekt und seine Mechanismen – einen Großteil der Bevölkerung erreichen und zum Gemeingut werden, wäre in Sachen Terrorismus und Propaganda (bzw. ihrer indirekten Auswirkungen und zugleich deren Abmilderung) mehr erreicht als mit der Menge der Einzelstudienpublikationen, deren Ergebnisse allzu leicht zur bloßen Verfügungsmasse geraten.

New Copycat Terrorism Follows Earlier Examples of Mass-Mediated Contagion

STANDPUNKT: BRIGITTE NACOS (NEW YORK)



In the context of terrorism, the contagion theory holds that certain individuals and groups copy methods of political violence based on what they have seen, heard, and read in mass media reports of spectacular terrorist attacks. These theories have been forwarded and rejected with respect to terrorism for several decades – often in the context of media effects studies. While some scholars deny such relationships, others support the notion of mass-mediated contagion based on anecdotal cases and longitudinal research data. In view of the vast advances in communication technology and recent clusters of similar terrorist attack methods globally, the old contagion theory may well gain new currency.

On July 14, 2016, Mohammed Lahouaiej Bouhlel (31) drives a 20-ton truck into a huge crowd watching Bastille Day fireworks in Nice, France, killing 84 and injuring several hundred. The perpetrator is shot; ISIS claims responsibility. The shocking incident receives prominent and extensive global news coverage. In the following months there are at least five other lethal vehicular attacks internationally – at a Christmas market in Berlin, in Jerusalem, on London’s Westminster and London Bridge, and at a popular department store in Stockholm. Additionally, solo-attackers in cars are either killed or arrested by police at a university in Ohio and near a shopping center in Antwerp, before they can kill.

This surge in vehicular strikes by lone wolves was merely the latest example of terrorists imitating particularly shocking and well reported modes of attack. In the late 1960s and early 1970s, Palestinian terrorist groups staged a number of spectacular commercial airline hijackings. Eventually other groups, including the German Red Army Faction and the Lebanese Hezbollah, carried out their own hijackings. While the take-over of planes remained fairly popular among terrorists, the highly publicized take-over of embassies proved contagious as well. According to a study by the Rand Corporation, there was a cluster of 43 suc-

cessful embassy take-overs and five failed attempts between 1971 and 1980 in 26 countries. Presumably, terrorists knew of these takeovers from media reports since these incidents took place in a host of different countries on different continents. By late 1979, when the Iran Hostage Crisis began, the “students” who took over the U.S. embassy in Teheran and the Iranian leaders who backed them must have known about the prominent news coverage such events received. After all, of the embassy takeovers during the 1970s, more than half occurred in the last two years of the decade.

The breaking-news-all-the-time coverage of ISIS atrocities was not lost on ISIS devotees around the world. Shortly after the gruesome decapitation of James Foley in 2014, 30-year old Alton Nolen attacked former colleagues at a food plant in Oklahoma, beheading Colleen Hufford and seriously wounding a second woman. Nolen was a convert to Islam who had unsuccessfully tried to convert his colleagues. A month later, when Islam convert Zale Thompson, 32, attacked a group of New York police officers with a hatchet, the conclusion was that he had planned to behead his targets. Similar incidents took place in Europe, Australia, and elsewhere. There is little doubt that these successful and failed decapitations were examples of copy-cat attacks.

In this respect, terrorism hasn’t changed through the years. Based on an analysis of world-wide terrorist incidents in the 1960s and 1970s, Midlarsky, Crenshaw and Yoshida found that some terrorist methods of attacks (hijackings, kidnappings, and bombings) were more contagious than others (assassinations, raids), and that publicity provided by the news media was a factor in terrorists’ decisions to imitate terrorist methods.

The adoption of effective terrorist tactics does not cause terrorism since those tactics tend to be imitated or adapted by groups, cells, and even lone wolves who have already embraced the terrorist cause.

Alarming, the internet has become the major

agent for spreading inspirational contagion, the stuff that radicalizes and helps to radicalize and recruit vulnerable individuals. Jihadist organizations, such as ISIS, Al Qaeda, and al-Shabab, have highly sophisticated propaganda arms and armies of online jihadists. Violent separatists as well as secular right- and left-extremists disseminate their propaganda of hate and violence on websites and in social media, where the inspirational virus is particularly potent in the absence of traditional media gatekeepers.

Children and adolescents in the West are most vulnerable to violent online contagion and are being increasingly targeted by ISIS propagandists. In 2016, there were 3 terrorist attacks, one failed bombing, and one foiled plot in Germany that involved 7 teenagers ranging in age from 12 to 17 years. In four of the incidents, the young ISIS recruits acted alone, the fifth case involved a cell of three. The events occurred in February, April, July, September, and December. It seems that

when ISIS propaganda glorifies one “successful” child terrorist as a hero, other minors follow suit. In France, too, youngsters have been targeted for recruitment and more recently were arrested for participating in terrorist plots.

Social media posts reveal that young males and females radicalized by ISIS have a total admiration for the Islamic State’s jihadists and their causes not unlike the sentiments displayed by fans of sports and entertainment stars. According to the Merriam-Webster dictionary, a fan is an enthusiastic devotee of a sport or a performing art, or an ardent admirer or enthusiast of a celebrity or a pursuit, noting that the term fan is probably a short form for fanatic.

In conclusion, various kinds of media figure prominently into both tactical and inspirational contagion. As the internet moved center-stage in this respect, countering mass-mediated terrorist contagion has proved even more difficult than before the advent of social media.

Reconsidering the contagion effect of news coverage of terrorism

STANDPUNKT: ROBERT G. PICARD (OXFORD)

Twenty years ago, as the leader of a multi-year interdisciplinary project called the Terrorism and the News Media Research Project, I wrote a review of literature on the contagion effect of news coverage. The contagion hypothesis posits that news coverage of terrorism induces additional terrorist acts and that limitations on coverage conversely reduce terrorism. I concluded that scientifically acceptable evidence was lacking and that much criticism of media effects was based on questionable evidence.

Since then, the number of groups worldwide that employ terrorist tactics has grown and the number of terrorist acts has increased, sparking additional research. Still, the contagion effect remains unproven.

The fundamental challenge in establishing the veracity of the contagion hypothesis involves the problem of causality. It boils down to the question “Does more news coverage create more terrorism or does more terrorism create more news

coverage?” No scientifically credible study has shown that changes in the amount of media coverage directly caused changes in amounts or types of terrorist activities.

The fundamental weakness of the hypothesis is that news coverage is neither a necessary nor sufficient condition for terrorist acts; additionally it ignores hosts of variables, including ideologies and motivations to engage in terrorism, types of individuals involved, political systems, and effects of security and military responses, all of which play significant roles in causation of terrorist acts.

Although there is a correlation between domestic news coverage and terrorist acts, internationally that correlation is weak because most acts are not reported globally. Even where correlation is stronger, we must note that correlation and causation are not the same. Although ice cream consumption as a child is correlated with murder later in life, it is not a necessary or sufficient condition to cause it. Causality requires certitude

and its measurement must be valid. No such causality has been shown regarding media coverage and terrorism. Even without scientific evidence, the contagion hypothesis remains popular.

A lack of robust contagion evidence does not relieve media of responsibility for terrorism reporting. Today we understand that terrorism is a form of communication, that coverage has significant effects on immediate responses and influences public perceptions and governmental policy, creating conditions for an adversarial relationship between media and authorities.

Despite a lack of contagion evidence, we need to recognize that there is still an association between news coverage and terrorism. Can news coverage interfere during events and influence the actions of perpetrators and authorities? Yes. Can the ways that events are covered provide benefits to terrorists and spread fear among the populace? Yes. Does news coverage CAUSE terrorism? No. Does news coverage CAUSE others to engage in terrorism? No, but...

The last question carries a significant caveat. News coverage can be a catalyst for some people already disposed to engage in terrorist acts to copy acts that are reported. Individuals considering carrying out armed action may see coverage of a hijacking, car bombing, or shooting in a nightclub and decide that they will use that tactic.

The communications environment has changed dramatically since the 1980s and early 1990s, and news coverage is becoming a less significant factor in terrorist motivation and communication; increasingly the internet and social media are having an impact on propaganda efforts, information, and idea flows.

The arrival of the internet and social media networks have altered terrorists' communication patterns, allowing them to

communicate directly to sympathizers and would be followers worldwide, without the mediating effects of news organizations and their distribution networks. Although poor media coverage can contribute to anger and radicalization, social media and the internet provide greater opportunities to directly address the public and promote radicalization and action.

Terrorist groups use these new platforms to distribute speeches and materials promoting their ideologies, to recruit sympathizers, to encourage violent acts, to release videos showing brutal acts, and to honor comrades in ways that traditional news media do not. Communication is certainly a tool of terrorists; using technologies that are difficult to control, terrorists employ social media, internet sites, and e-mail, as well as news creating activities much as they have used guns, bombs, aircraft and trucks as weapons.

These are difficult times and we need to be wary of allowing anxiety and fear to control public responses to terrorism. We need to be suspicious of commentators' rash and simplistic attention grabbing remarks, authorities deflecting attention from their challenges in preventing terrorism, politicians blaming others to support their elections, and academics making claims without adequate research.

As social scientists, we need to research communication use, the effects of that use, how it can be countered, and the implications of countermeasures to an open and democratic society. We need to provide evidence testing assertions and produce valid and reliable knowledge upon which the public and authorities can act. We should not be apologists for media and communications systems, but neither should we allow unsubstantiated claims and arguments to become the basis of public responses.

Gesellschaftsgerechte Verwertung exzellenter Forschung

STANDPUNKT: MICHAEL JOHANN (PASSAU)

Die Menschen fürchten sich. Und doch fühlen sie sich sicher. Auf den ersten Blick erscheinen diese Aussagen zur aktuellen Angst vor terroristischen Anschlägen paradox. Dennoch haben beide eine mit repräsentativen Befragungsdaten belegbare Berechtigung. So bleibt es letztendlich eine Frage des entsprechenden Framings, welche Deutungsvariante zur Beschreibung des emotionalen Zustandes unserer Gesellschaft herangezogen

werden soll. Und mittendrin: die Medienberichterstattung. Sie wiederum kämpft an zahlreichen anderen Fronten: Schlagworte wie Lügenpresse, Hasskommentare, Fake News sind akute Symptome eines global wiedererstarkenden Populismus, der die Medien zunehmend unter Legitimationsdruck setzt. Und dabei war der (klassische) Journalismus ohnehin schon totgesagt, nicht wahr? Sisyphos wäre stolz.

Terroristische Organisationen wie der sogenannte Islamische Staat wissen natürlich um diese Zwangslage. Ihr Kampf findet schon längst nicht mehr nur alleine an den Schauplätzen der Gewalt statt. Moderner Terrorismus als Kommunikationsstrategie funktioniert vor allem auf der Basis eines Strategiewandels, der neben der massenmedialen Verbreitungslogik auf der aktiven Streuung von Botschaften und Bildern beruht. Propagandavideos werden zu den Pressemitteilungen moderner TerroristInnen. Leiden die Medien also an einer Art Stockholm-Syndrom, indem sie auf den Nachrichtenwert terroristisch motivierter Ereignisse angewiesen sind? Wie man auch zu dieser Frage stehen mag, unter dem Strich bleibt die Emotionalisierung der Rezipierenden, was zu dem eingangs thematisierten Paradoxon führt.

Die Medien müssen also mehr denn je als kritisches Korrektiv fungieren. Mehr Mut ist ge-

fragt, um modernem Terrorismus vor allem auf kommunikativer Ebene die Stirn zu bieten. Und mehr Mut sollten auch wir als Publizistik- und KommunikationswissenschaftlerInnen haben, um uns mit unserer Forschung zu aktuellen gesellschaftspolitischen Themen wie der terroristischen Bedrohung zu positionieren. Denn gerade in Zeiten, in denen sich die Qualität und Faktizität der Medienberichterstattung in der Krise befinden, steigen auch die Erwartungen an unsere Disziplin – mitgefangen, mitgegangen. Guter Wissenschaftsjournalismus beginnt eben auch in der Wissenschaft. Dabei entsteht in unserem Fach exzellente Forschung zur terroristischen Kommunikation. Viel zu lang waren wir jedoch selbst unsere einzige Zielgruppe. Es gilt also die gesellschaftsgerechte Verwertung unserer Befunde weiter voranzutreiben: Stichwort Wissenschaftskommunikation.



Journalistische Verantwortung angesichts des Terrors

STANDPUNKT: SIGRUN MÜLLER-GERBES (REDAKTEURIN DER NEUEN WESTFÄLISCHEN, SEIT 2003 MITGLIED IM DEUTSCHEN PRESSERAT)

Es ist fast schon zum Ritual geworden: So zuverlässig Redaktionen nach einem Terroranschlag in den „Breaking-News“-Modus schalten, Ticker starten, Sonderseiten planen, so vorhersehbar bricht die medienkritische Debatte los. Journalisten betrieben das Geschäft der Täter, gingen eine „Symbiose“ ein mit dem Terror, der auf öffentliche Aufmerksamkeit ebenso angewiesen ist wie Medienhäuser auf Einschaltquoten. Auch den Deutschen Presserat erreichen regelmäßig Beschwerden, Zeitungen würden sich mit ihrer Berichterstattung zum „Werkzeug von Verbrechern“ machen – zuletzt etwa im Fall der Axtattacke bei Würzburg, in dem Zeitungen den Täter mit einem Messer in der Hand abgebildet hatten. Die Kritiker haben ja Recht: Terrorismus setzt auf die Mechanismen moderner Mediendemokratien, ohne breite Berichterstattung würde seine Strategie, uns zu verunsichern, ins Leere laufen. Aber was wäre die Alternative? Verzicht

auf Berichterstattung? Das wäre der Offenbarungseid des Journalismus.

Eine Gesellschaft, in der Medien ein derart zentrales Thema nicht mehr möglichst umfassend unter die Lupe nehmen (dürfen), hat den Anspruch aufgegeben, eine offene, pluralistisch-demokratische Gesellschaft zu sein. Und Medien, die aus Rücksicht auf politische Folgen freiwillig auf ihren Informationsauftrag verzichten, haben das Vertrauen des Publikums nicht verdient. So beurteilt das auch der Presserat immer wieder: Das überragende Interesse der Öffentlichkeit rechtfertigt bei Terrorattacken eine umfassende, auch in grausame Details gehende Darstellung; auch die Beschäftigung mit dem Täter gehört dazu. Denn die Öffentlichkeit hat ein Recht darauf zu wissen, wer genau die Sicherheit im Land bedroht.

Das heißt nicht, dass Berichterstattung in Zeiten des Terrors nicht an ethische Standards


 DEBATE

gebunden wäre. Erkennbare Abbildungen der Opfer ohne Einwilligung der Hinterbliebenen bleiben Tabu. Tabu bleibt, nicht journalistisches, von Terrororganisationen gefertigtes Propagandamaterial ungefiltert weiterzuverbreiten. Das „kann die Absichten der Mörder fördern“, heißt es im Presserats-Bescheid. Tabu bleibt die heroisierende Darstellung der Täter, mit der Medien sich zum „Werkzeug von Verbrechern“ machen (Pressekodex). Dass die oben erwähnte Darstellung des Axt-Attentäters nicht beanstandet wurde, zeigt aber auch: Was ethisch zu verantworten ist, ist eine Sache der Abwägung im Einzelfall.

Um die ringt der Presserat, um die muss auch jede Redaktion jedes Mal ringen: Welche Bilder sind noch vertretbar? Welchen Raum geben wir den Tätern? Wie gehen wir respektvoll mit den Opfern um? Und weil diese Debatte jedes Mal neu geführt werden muss, hat die nach jedem Anschlag neu aufflammende Debatte zwar etwas ritualisiertes, aber überflüssig ist sie nicht. Im Gegenteil: An ihr schärft sich jedes Mal neu der Sinn dafür, welchen Journalismus wir haben wollen. Es geht im Kern um journalistische Verantwortung angesichts des Terrors – nicht aber um journalistische Verantwortung für den Terrorismus.

Dem Interessenskonflikt mit Qualitätsmanagement begegnen

STANDPUNKT: VINZENZ WYSS (WINTERTHUR)

Wir haben uns entschieden, keine Bilder von Attentätern mehr zu publizieren.“ Erstaunlich klare Worte konnte man im letzten Sommer nach den Terroranschlägen in Frankreich vom Chefredakteur des Zürcher Tagesanzeigers lesen. Arthur Rutishauser begründete in seiner Zeitung metakommunikativ seinen von „Le Monde“ inspirierten Führungsentscheid, künftig bei der Terrorberichterstattung „den Attentätern und deren Propaganda keine Bühne zu geben und damit womöglich Nachahmer zu animieren.“ Man wolle eine Glorifizierung der Attentäter verhindern.

Kurz darauf passten die Chefredaktionen von Schweizer Radio und Fernsehen ihre Richtlinien an und ließen verlauten, dass man künftig darauf verzichte, Bilder und Namen von Attentätern zu publizieren. Auch bei ARD aktuell wollte man keine erkennbaren Täter zeigen. Tatsächlich folgten unter dem Eindruck sich häufender Attentate viele Medien dem Herdentrieb mit neuer Nachdenklichkeit. Man solle künftig zurückhaltender über Tatverdächtige oder tatsächliche Terroristen berichten. Die wenigsten wollten jedoch einen rigorosen Grundsatzentscheid fällen, wie eine Blitzumfrage der „Aargauer Zeitung“ zeigte. Die

befragten Medien waren sich des Handlanger-Problems durchaus bewusst und mahnten, dass man mit einer reflexartigen, von simplen Nachrichtenfaktoren getriebenen Berichterstattung riskiere, zum „Propaganda-Instrument der Täter“ zu werden oder potenziellen Attentätern ein Handbuch anbiete, wie vorzugehen sei („Corriere della Sera“). Die „FAZ“ gab allerdings zu bedenken, dass ein Verzicht auf Namen kaum bei allen Verbrechen konsequent durchzuziehen sei. Wie bei der „Neuen Zürcher Zeitung“ will man bei den meisten Zeitungen von Fall zu Fall entscheiden. Nur beim Schweizer „Blick“ meint man, der Leser wolle sich unbedingt ein Bild machen und argumentiert theorielos, man „zeige, was ist.“

Der Interessenskonflikt journalistischer Medien zwischen Informationspflicht und Instrumentalisierung wird in der Medien- und Kommunikationswissenschaft längst als kaum lösbares Dilemma analysiert. Terror und Medienlogik stehen in einem symbiotischen Verhältnis, terroristische Anschläge werden immer perfekter auf journalistische Aufmerksamkeitsmuster zugeschnitten. Wenig hilfreich ist Peter Sloterdijk, der als einzige Maßnahme das systematische Schweigen der Medien empfiehlt. Würde der Gordische Knoten so

zerschlagen, spielte dies bloss den „Lügenpresse“ schreienden Verschwörungstheoretikern in die Hände und nährte den Medienmainstream-Vorwurf, zumal das Berichterstattungsfeld allein den Social Media und den sich darin tummelnden strategischen Kommunikatoren überlassen würde.

Empfehlungen für die journalistische Praxis gibt es auch aus der Journalismusforschung: Von antizyklischer Berichterstattung ist da etwa u. a. die Rede, von mehr Kontext statt Realtime-Hype, dem Weglassen von Details bei der Beschreibung des Tathergangs, von Einordnung statt einem Reflex auf simplifizierende Symbolik und davon, Opfer und Hinterbliebene zu schützen. Finger weg von Superlativen, der Wiedergabe von Botschaften, Romantisierungen und schockierenden Bildern. Und immer wieder Metakommunikation; also die Kommunikation über das eigene journalistische Handeln und das kommunikative Ziel der Attentäter. Die Berliner „BZ“ etwa schrieb über den jungen Amokläufer in München: „Dein Foto kommt nicht auf den Titel!“ Plausible medienwissenschaftliche Rezepte für einen verantwortungsethischen Umgang in der Terrorberichterstattung gibt es, formalistische Selbstdeklarationen hingegen bringen wenig. Verantwortungsvoller Journalismus braucht mehr als eine ad hoc Selbstbesinnung und formalistische Regeln. Richtlinien sind zwar eine wichtige Voraussetzung; sie sollten jedoch Teil eines ganzheitlichen redaktionellen Qualitätssicherungssystems sein, das reflexiv die journalistisch angemessene Aufbereitung von Ereignissen lenkt, alle Ausspielkanäle einschließt und dennoch Spielraum lässt für das situative Abwägen im Einzelfall.

Impressum

Herausgeber:

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

Redaktion:

Alexander Godulla & Cornelia Wolf
(beide verantwortlich)
alexander.godulla@uni-leipzig.de
cornelia.wolf@uni-leipzig.de
Melanie Verhovnik (Debatte)
Lars Rinsdorf (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
Jun.-Prof. Dr. Cornelia Wolf
Burgstraße 21
04109 Leipzig

Druck:

Griebsch & Rochol Druck, Hamm

Auflage: 1.250 Exemplare

ISSN 2193-0341 [Print]

ISSN 2193-035X [Internet]

Wie wir mit Medienfiguren interagieren



Parasoziale Interaktion und Beziehungen

Von Ass.-Prof. Dr. Tilo Hartmann

2., aktualisierte Auflage 2017, 130 S., brosch., 21,90 €

ISBN 978-3-8487-4264-6

eISBN 978-3-8452-8527-6

(Konzepte. Ansätze der Medien- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 3)

nomos-shop.de/29987

Wie interagieren wir mit Nachrichtensprechern, Stars und anderen Medienfiguren, die im Fernsehen und in anderen Medien auftreten? Wie bauen wir Beziehungen zu Ihnen auf? Das untersucht die Forschung zu parasozialen Interaktionen und Beziehungen. Der Band, der bereits in zweiter, aktualisierter Auflage vorliegt, präsentiert eine umfassende und leicht verständliche Übersicht über dieses populäre Forschungsfeld.

»verdient...besondere Aufmerksamkeit... bietet einen guten Einstieg in das Feld parasozialer Interaktion, deren Wirkungen und deren Fortentwicklung.«

Prof. Dr. Klaus Merten, KM März 2015, zur Voraufgabe

 Nomos

 **Nomos**

Konstruktive Terrorberichterstattung: Ein Oxymoron?

STANDPUNKT: DANIELA KRAUS (WIEN) & KATHARINA RAMCHEN (WIEN)

Das seit einigen Jahren vieldiskutierte Konzept des konstruktiven Journalismus regt an, multiperspektivisch über Krisen und Katastrophen zu berichten. Positive Entwicklungen und Lösungsansätze sollen verstärkt thematisiert werden – nicht zuletzt deshalb, weil das Publikum der negativen Nachrichten überdrüssig sei. Kann dann zu einem im Kern destruktiven Geschehen wie einem Terroranschlag konstruktiver Journalismus gemacht werden? Und wenn ja, wie?

Zuerst ist eine Begriffsklärung wichtig: Konstruktiver Journalismus ist nicht positiver Journalismus. Er bemüht sich um Ausgewogenheit und hat einen kritischen Anspruch. Konstruktiver Journalismus ist, zweitens, kein Genre, keine Darstellungsform. Er ist eine Haltung, wie sie auch Ulrik Haagerup, der Leiter des Constructive Institute in Aarhus auf der Institutswebsite beschreibt. Gerade bei der unmittelbaren und zeitnahen Berichterstattung über Terror sind Haltung, Reflexion und Rollenklarheit wesentlich. „Change the Question“, lautet einer der zentralen Vorschläge von Cathrine Gyldensted, Journalistin und Direktorin des Studiengangs Constructive Journalism an der niederländischen Windesheim University. Die Fragen, die Journalisten stellen, setzen den Rahmen für den Dialog, den sie mit Quellen und Publikum führen.

Unmittelbar nach einer Terror-Tat gilt es natürlich, eine klassische Rolle einzunehmen und die W-Fragen zu stellen. Das öffentliche Interesse an den Details des Ereignisses ist berechtigt. Aber gerade in Situationen, in denen via Social Media zahlreiche ungeprüfte Behauptungen kursieren, gewichtet konstruktiver Journalismus: Die Bedeutung der Geschwindigkeit nimmt ab. Die Bedeutung der Verifizierung, der Recherche und der besonnenen Auswahl von Informationen nimmt zu. Konstruktiver Journalismus gesteht ein, dass manche der Fragen (noch) nicht redlich

beantwortet werden können. Die unhinterfragte und unmittelbare mediale Inszenierung des Destruktiven macht Terroristen ansonsten zu Helden, Medien im schlimmsten Fall zu ihren Komplizen.

Einer der Kernbefunde über traditionelle Terrorberichterstattung in deutschen Medien ist, dass bei Terrorismus Ereignisse und unmittelbare Folgen im Vordergrund stehen, Prozesse und Ursachen im Hintergrund. Der konstruktive Journalist hingegen legt den Fokus auf den Kontext. Er übernimmt gewissermaßen die Rolle des Anthropologen, dessen Fragen komplex sind: Wieso wurde diese Tat begangen? (Wie) Hätte eine solche Tat verhindert werden können? Welche Motivationen stehen dahinter? Der Anthropologe geht ins Feld. Er erklärt nicht, er hört zu. Das hilft, die Tat in einen breiteren Kontext einzuordnen, das Verhalten verschiedener Akteure zu analysieren, das Geschehene aus unterschiedlichen Perspektiven zu beleuchten – und, selbst in Schocksituationen, es aus der Unmittelbarkeit zu lösen und in ein Verhältnis zu anderem Geschehen zu setzen.

Ein weiterer Befund über die Terrorberichterstattung zeigt, dass der Blick in die Zukunft gestärkt werden muss. Gyldensted plädiert für die Rolle des konstruktiven Journalisten als Zukunftsforscher. Auch hier ist Recherche gefragt: Welche Unterstützung benötigen Opfer und Hinterbliebene nun? Welche Maßnahmen müssen umgesetzt werden, um das Risiko für Terror-Taten zu verringern? Wer ist jetzt in der Verantwortung, sie zu realisieren? Gerade in diesem Dialog mit den Verantwortlichen und dem Publikum tritt die kritische Funktion des konstruktiven Journalismus zutage: Es ist nicht Aufgabe der Journalisten, selbst Lösungen zu finden. Aber sie können durch die richtigen Fragen zu einer lösungsorientierten gesellschaftlichen Debatte beitragen.



Nachrichten & Personalien

Hier 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. Anne Bartsch hat zum 1. April 2017 einen Ruf auf die W3-Professur für empirische Kommunikations- und Medienforschung an der Universität Leipzig angenommen.

Prof. Dr. Alexander Godulla hat zum 1. Oktober 2017 einen Ruf auf die W2-Professur für empirische Kommunikations- und Medienforschung an der Universität Leipzig angenommen.

Prof. Dr. Lothar Mikos nahm im Frühjahr 2017 eine Gastprofessur an der School of Communication and Culture der Universität Aarhus, Dänemark, wahr.

Prof. Dr. Christoph Neuberger wurde zu Beginn des Jahres zum ordentlichen Mitglied der Bayerischen Akademie der Wissenschaften gewählt.

Prof. Dr. Michael Scharkow hat einen Ruf auf den Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft – Schwerpunkt Digitale Kommunikation an der Zeppelin Universität angenommen.

Prof. Dr. Hannah Schmid-Petri hat einen Ruf auf den Lehrstuhl für Wissenschaftskommunikation an der Universität Passau angenommen.

Internationale Publikationen

Aarseth, Espen, (...), Quandt, Thorsten et al. (2017). Scholars' open debate paper on the World Health Organization ICD-11 Gaming Disorder proposal. *Journal of Behavioral Addictions*. DOI: 10.1556/2006.5.2016.088.

Altmeyen, Klaus-Dieter; Hollifield, C. Ann & van Loon, Joost (Eds.) (2017). Value-Oriented Media Management. Decision Making Between Profit and Responsibility. Springer International Publishing.

Baumann, Eva; Czerwinski, Fabian & Reifegerste, Doreen (2017). Gender-specific determinants and patterns of online health information seeking: Results from a representative German health survey. *Journal of Medical Internet Research*, 19(4), e92. DOI: 10.2196/jmir.6668.

Bellingrad, Daniel & Otto, Bernd-Christian (2017). Magical Manuscripts in Early Modern Europe: The Clandestine Trade in Illegal Book Collections. Basingstoke: Palgrave Macmillan. 168 S.

Bellingrad, Daniel & Salman, Jeroen (2017). Books and Book History in Motion. Materiality, sociality and spatiality. In: Bellingrad, Daniel; Nelles, Paul & Salman, Jeroen (Eds.). *Books in Motion in Early Modern Europe. Beyond Production, Circulation, and Consumption* (1-11). Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Bellingrad, Daniel (2017). Paper networks and the book industry. The business activities of an eighteenth-century paper dealer in Amsterdam. In: Bellingrad, Daniel; Nelles, Paul & Salman, Jeroen (Eds.). *Books in Motion in Early Modern Europe. Beyond Production, Circulation, and Consumption* (67-85). Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Bellingrad, Daniel; Nelles, Paul & Salman, Jeroen (Eds.) (2017). *Books in Motion in Early Modern Europe. Beyond Production, Circulation, and Consumption*. Basingstoke: Palgrave Macmillan. 297 S.

Birkner, Thomas & Krämer, Benjamin (2016). Heads of government and their media biographies: How the media socialization of German chancellors influenced their strategies towards the media. *International Journal of Communication*, 10, 2853–2871.

50 Jahre „Communicatio Socialis“



Soziale Kommunikation im Wandel

50 Jahre Medienethik und Kommunikation in Kirche und Gesellschaft

Communicatio Socialis – Sonderband

Herausgegeben von Prof. Dr. Klaus-Dieter Altmeyen, Prof. Dr. Alexander Filipović und Dr. Renate Hackel-de Latour

2017, 163 S., brosch., 39,- €, (für Bezieher der Zeitschrift im Rahmen des Abonnementes 29,25 €)

ISBN 978-3-8487-4035-2

eISBN 978-3-8452-8335-7

nomos-shop.de/29419

Richtungsweisende Beiträge aus 20.000 Seiten der Zeitschrift „Communicatio Socialis“ zu Kommunikation, Kirche und Welt, Religion, Gesellschaft und Medienethik – der Jubiläumsband zum 50. Jahrgang blickt zurück und bietet im aktuellen Teil kompakte Informationen zu Grundbegriffen der Medienethik.



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



Nomos

- Birkner, Thomas (2016).** Journalism 1914. The birth of modern journalism in Germany a century ago. *Journalism History*, 42(3), 153-163.
- Brønn, Peggy S.; Romenti, Stefania & Zeffass, Ansgar (Eds.) (2016).** The Management Game of Communication. Bingley: Emerald. 297 S.
- Buhmann, Alexander (2016).** Measuring Country Image. Theory, Method, and Effects. Wiesbaden: Springer VS.
- De Grove, Frederik; Breuer, Jan; Chen, Vivian; Quandt, Thorsten; Ratan, Robbie & Van Looy, Jan (2017).** Validating the digital games motivation scale for comparative research between countries and sexes. *Communication Research Reports*, 34(1), 37-47.
- Domahidi, Emese; Breuer, Johannes; Kowert, Rachel; Festl, Ruth & Quandt, Thorsten (2017).** A longitudinal analysis of gaming and non-gaming related friendships and social support among social online game players. *Media Psychology*. DOI: 10.1080/15213269.2016.1257393.
- Elson, Malte & Quandt, Thorsten (2016).** Digital games in laboratory experiments: Controlling a complex stimulus through modding. *Psychology of Popular Media Culture*, 5(1), 52-65. DOI: 10.1037/ppm0000033.
- Emde, Katharina; Klimmt, Christoph & Schlütz, Daniela M. (2016).** Does storytelling help adolescents to process the news? A comparison of narrative news and the inverted pyramid. *Journalism Studies*, 17 (5), 608-627. DOI: 10.1080/1461670X.2015.1006900.
- Falkheimer, Jesper; Mats, Heide; Charlotte, Simonsson; Zeffass, Ansgar & Verhoeven, Piet (2016).** Doing the Right Things or Doing Things Right? Paradoxes and Swedish Communication Professionals' Roles and Challenges. *Corporate Communications – An International Journal*, 21(2), 142-159.
- Festl, Ruth, & Quandt, Thorsten (2016).** The role of online communication in long-term cyberbullying involvement among girls and boys. *Journal of Youth and Adolescence*, 45(9), 1931-1945. DOI: 10.1007/s10964-016-0552-9.
- Festl, Ruth, & Quandt, Thorsten (2017).** Cyberbullying. In: Patrick Rössler (Ed.), *The international encyclopedia of media effects* (328-336). Malden, Oxford, Chichester: Wiley-Blackwell.
- Festl, Ruth, Vogelgesang, Jens, Scharkow, Michael, & Quandt, Thorsten (2017).** Longitudinal patterns of involvement in cyberbullying: Results from a latent transition analysis. *Computers in Human Behavior*, 66, 7-15. DOI: 10.1016/j.chb.2016.09.027.
- Fischer, Heinz-Dietrich (2017).** Reports from Middle East Conflict Regions. Pulitzer Prize Winning Articles. Wien, Zürich: LIT, 190 S.
- Fischer, Heinz-Dietrich (2017).** The Pulitzer Prize Century. All Winners and their Merits 1917-2016. Wien, Zürich: LIT, 282 S.
- Fröhlich, Romy (2016).** Gender, media and security. In: Robinson, Piers; Seib, Philip & Fröhlich, Romy (Eds.). *Routledge handbook of media, conflict and security* (22-35). London, New York: Routledge.
- Fröhlich, Romy, & Baudisch, Sabine (2016).** Far from fifty-fifty: Legal measures and the relative lack of women in powerful decision-making positions in Germany's broadcasting sector. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 60(2), 1–26. DOI: 10.1080/08838151.2016.1164165
- Hajek, Andrea; Lohmeier, Christine & Pentzold, Christian (Eds.) (2016).** Memory in a Mediated World: Remembrance and Reconstruction. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Herzog, Christian; Hilker, Heiko; Novy, Leonard & Torun, Orkan (Hg.) (2017).** Transparency and Funding of Public Service Media – Die deutsche Debatte im internationalen Kontext. Wiesbaden: Springer VS.
- Hochscherf, Tobias & Niemeyer, Katharina (Eds.) (2016).** *Historical Journal of Film, Radio and Television*, Themenheft: "Early Film Theory Revisited: Historical Perspectives", 36.2, 127-251.
- Hochscherf, Tobias & Philipsen, Heidi (2017).** *Beyond The Killing: Contemporary Danish Television Drama*. London and New York: I.B. Tauris. 259 S.
- Hochscherf, Tobias & Vande Winkel, Roel (2016).** *Third Reich Cinema and Film Theory*. *Historical Journal of Film, Radio and Television*, Special Issue: Early Film Theory Revisited: Historical Perspectives, 36 (2), 190-213.
- Hofstetter, Brigitte & Schönhagen, Philomen (2017).** When Creative Potentials are Being Undermined By Commercial Imperatives. Change and resistance in six cases of newsroom reorganization. *Digital Journalism*, 5(1), 44-60.
- Jacke, Christoph & Ahlers, Michael (Eds.) (2017).** *Perspectives on German Popular Music*. Ashgate Folk and Popular Music Series. London/New York: Routledge.
- Klaus, Elisabeth & Seethaler, Josef (2016).** Crossing the Borders: Herta Herzog's Work in Communication and Marketing Research. In: Simonson, Peter & Park, David W. (Eds.): *The International History of Communication Study* (237-255). New York, London: Routledge.
- Klaus, Elisabeth & Seethaler, Josef (Eds.) (2016).** *What Do We Really Know About Herta Herzog? Exploring the Life and Work of a Pioneer of Communication Research*. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Klaus, Elisabeth (2016).** From Listeners to Viewers: Herzog as the Founder of Qualitative Entertainment and Audience Research. In: Klaus, Elisabeth & Seethaler, Josef (Eds.): *What Do We Really Know About Herta Herzog? Exploring the Life and Work of a Pioneer of Communication Research* (99-115). Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Klaus, Elisabeth (2016).** Lifelines – Herzog's Life and Work. In: Klaus, Elisabeth & Seethaler, Josef (Eds.): *What Do We Really Know About Herta Herzog? Exploring the Life and Work of a Pioneer of Communication Research* (25-42). Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Klenk, Saskia; Reifegerste, Doreen, & Renatus, Rebecca (2017).** Gender differences in gratifications from fitness app use and implications for health interventions. *Mobile Media & Communication*, 5(2), 178–193.
- Koch, Thomas; Schäfer-Hock, Christian & Zillich, Arne F. (2016).** Conflict, coordination, compromise? The potential of game theory to explain the choice of viewing in shared domestic television use. *Communications - The European Journal of Communication Research*, 41 (4), 445–464.
- Kowert, Rachel, & Quandt, Thorsten (Eds.) (2017).** *New perspectives on the social aspects of digital gaming. Multiplayer 2*. London: Routledge.
- Kowert, Rachel, Breuer, Johannes, & Quandt, Thorsten (2017).** Women are from FarmVille, men are from Vice City: The cycle of exclusion and sexism in video game content and culture. In: Rachel Kowert, & Thorsten Quandt (Eds.). *New perspectives on the social aspects of digital gaming. Multiplayer 2* (136-150). New York, London: Routledge.
- Krebber, Felix; Biederstaedt, Christian & Zeffass, Ansgar (2016).** Online campaigning and offline lobbying: Public Affairs Strategies of Greenpeace Germany. In: Evandro Oliveira, Anaó Melo & Gonçalves, Gisela (Eds.). *Strategic communication in non-profit organisations: Challenges and alternative approaches* (103-120). Wilmington, DE: Vernon Press.
- Kus, Michal; Eberwein, Tobias; Porlezza, Colin & Splendore, Sergio (2017).** Training or improvisation? Citizen journalists and their educational backgrounds – a comparative view. *Journalism Practice* 11 (2-3), 355-372.
- Link, Elena; Schlütz, Daniela M. & Brauer, Stephen (2016).** Opportunities and challenges of entertainment-education: Learning about Parkinson's disease via The Michael J. Fox Show. *Communication & Medicine*, 13(2), 203-214. DOI: 10.1558/cam.28981.
- Macnamara, Jim & Zeffass, Ansgar (2017).** Evaluation stasis continues in PR and corporate communication: Asia Pacific insights into causes. *Communication Research and Practice*, 3. DOI: 10.1080/22041451.2017.1275258.

- Macnamara, Jim; Lwin, May O.; Adi, Ana & Zerfass, Ansgar (2016).** 'PESO' media strategy shifts to 'SOEP': Opportunities and ethical dilemmas. *Public Relations Review*, 42(3), 377-385.
- Maier, Michaela; Milde, Jutta; Post, Senja; Guenther, Lars; Ruhrmann, Georg & Barkela, Brerend (2016).** Public communication about scientific evidence: scientists', journalists' and audiences' expectations and evaluations regarding the representation of scientific uncertainty. *Communications - The European Journal of Communication Research*, 41(3), 239-264. DOI 10.515/commun-2016-0010.
- Metag, Julia; Schäfer, Mike S.; Barsuhn, Tjado; Fuchslin, Tobias & Kleinen-von Königslöw, Katharina (2016).** Perceptions of Climate Change Imagery: Evoked Salience and Self-Efficacy in Germany, Switzerland and Austria. *Science Communication*, 38, 197-227. DOI: 10.1177/1075547016635181.
- Mühlthaler, Theresa & Rademacher, Lars (2017).** The empowered consumer. Investigating the attitude-behaviour gap phenomenon in the avoidance of plastic waste. *uwf – UmweltWirtschaftsForum*, 11(1). DOI 10.1007/s00550-017-0439-6
- Niemeyer, Katharina & Hochscherf, Tobias (2016).** Introduction: Early Film Theory Revisited: Historical Perspectives. *Historical Journal of Film, Radio and Television, Special Issue: Early Film Theory Revisited: Historical Perspectives*, 36 (2), 127-132.
- Pentzold, Christian; Sommer, Vivien; Meier, Stefan & Fraas, Claudia (2016).** Reconstructing Media Frames in Multimodal Discourse: The John/Ivan Demjanjuk Trial. *Discourse, Context & Media*, (12), 32-39.
- Quandt, Thorsten (2017).** Lara Croft. In: Jaime Banks, Robert Mejia, & Aubrie Adams (Eds.). 100 greatest video game characters (105-106). Lanham: Rowman & Littlefield.
- Quandt, Thorsten (2017).** Master Chief. In: Jaime Banks, Robert Mejia, & Aubrie Adams (Eds.). 100 greatest video game characters (124-125). Lanham: Rowman & Littlefield.
- Quandt, Thorsten (2017).** Stepping back to advance: Why IGD needs an intensified debate instead of a consensus. A commentary to Kuss et al (2017). *Journal of Behavioral Addictions*, 6(2), 121-123. DOI: 10.1556/2006.6.2017.014.
- Quandt, Thorsten, & Festl, Ruth (2017).** Cyberhate. In: Patrick Rössler (Ed.). *The international encyclopaedia of media effects* (336-344). Malden, Oxford, Chichester: Wiley-Blackwell.
- Quandt, Thorsten, & Kowert, Rachel (2017).** Multiplayer and beyond: Witnessing the evolution of gaming. In: Rachel Kowert, & Thorsten Quandt (Eds.). *New perspectives on the social aspects of digital gaming*. Multiplayer 2, 1-8. New York, London: Routledge.
- Quandt, Thorsten; Shegalov, Gera; Sjøvaag, Helle & Vossen, Gottfried (2016).** Analysis, interpretation and benefit of user-generated data: Computer Science meets Communication Studies. *Dagstuhl Reports*, 6(4), 1-15. DOI: 10.4230/DagRep.6.4.1.
- Rademacher, Lars & Remus, Nadine (2017).** Integrated CSR Communication of NGOs: The Dilemma to Communicate and Cooperate in CSR Project Partnerships. In: Diehl, Sandra et al. (Eds.). *Handbook of Integrated CSR Communication* (393-411). Cham: Springer International.
- Reifegerste, Doreen & Rossmann, Constanze (2017).** Promoting physical activity with group pictures. *Affiliation-based visual communication for high-risk populations*. *Health Communication*, 32(2), 161-168. DOI:10.1080/10410236.2015.1110007.
- Reifegerste, Doreen, Wasgien, Katrin, & Hagen, Lutz M. (2017).** Online Social Support for Obese Adults: Exploring the Role of Forum Activity. *International Journal of Medical Informatics*, 101(5), 1-8. DOI: 10.1016/j.ijmedinf.2017.02.003.
- Reifegerste, Doreen; Bachl, Marco & Baumann, Eva (2017).** Surrogate health information seeking in Europe: Influence of source type and social network variables. *International Journal of Medical Informatics*. DOI: 10.1016/j.ijmedinf.2017.04.006.
- Rieger, Diana; Frischlich, Lena & Bente, Gary (2017).** Propaganda in an insecure, unstructured world: The effects of authoritarianism and uncertainty on the evaluation of right-wing extremist propaganda. *Journal for Deradicalisation*, 10 (Spring). 203-229.
- Robinson, Piers; Seib, Philip & Fröhlich, Romy (2016).** Introduction: Media, conflict and security. In: Robinson, Piers; Seib, Philip & Fröhlich, Romy (Eds.). *Routledge handbook of media, conflict and security* (1-6). London, New York: Routledge.
- Robinson, Piers; Seib, Philip & Fröhlich, Romy (Eds.) (2016).** *Routledge handbook of media, conflict and security*. London, New York: Routledge.
- Robinson, Piers; Seib, Philip & Fröhlich, Romy. (2016).** Conclusion: Looking ahead. In: Robinson, Piers; Seib, Philip & Fröhlich, Romy (Eds.). *Routledge handbook of media, conflict and security* (334-340). London, New York: Routledge.
- Rothenberger, Liane (2016).** Terrorism and the Role of the Media. In: Schwarz, Andreas; Seeger, Matthew W. & Auer, Claudia (Eds.). *The Handbook of International Crisis Communication Research* (145-154). Malden, MA: Wiley-Blackwell.
- Rothenberger, Liane (2017).** Computer-mediated public relations of ethno-nationalist terrorist groups. In: Somerville, Ian; Hargie, Owen; Taylor, Maureen & Toledano, Margalit (Eds.). *International Public Relations. Perspectives from deeply divided societies* (229-253). Abingdon, New York: Routledge.
- Rothenberger, Liane Tessa; Auer, Claudia & Pratt, Cornelius B. (2016).** Theoretical Approaches to Normativity in Communication Research. *Communication Theory*. DOI:10.1111/comt.12103.
- Rothenberger, Liane; Müller, Kathrin & Elmezeny, Ahmed (2016).** The Discursive Construction of Terrorist Group Identity. *Terrorism and Political Violence*. DOI: 10.1080/09546553.2016.1180288.
- Schäfer, Mike S. (2016).** Social Science in Society. Review Essay on Simon Bastow et al. (eds): *The Impact of the Social Sciences: How Academics and Their Research Make a Difference*; Charles Cam-ic et al. (eds.): *Social Knowledge in the Making*; Rickard Danell et al. (eds.), *Social Science in Context: Historical, Sociological, and Global Perspectives*. *Public Understanding of Science* 25(3) 394-396. DOI: 10.1177/0963662515600850.
- Schäfer, Mike S.; Scheffran, Jürgen & Penniket, Logan (2016).** Securitization of Media Reporting on Climate Change? A Cross-National Analysis in Nine Countries. *Security Dialogue*. 47(1). 76- 96. DOI 10.1177/0967010615600915.
- Schlütz, Daniela (2016).** Contemporary quality TV: The entertainment experience of complex serial narratives. *Annals of the International Communication Association*, 40(1), 95-124. DOI: 10.1080/23808985.2015.11735257.
- Schöller, Clarissa, & Fröhlich, Romy (2016).** Brand communities in social media – strategic approaches in corporate communication. In: Tindall, Natalie T.J. & Hutchins, Amber (Eds.). *Public relations and participatory culture: Fandom, social media and community engagement* (71-88). London, New York: Routledge.
- Schönhagen, Philomen & Meissner, Mike (2016).** The co-evolution of public relations and journalism: A first contribution to its systematic review. *Public Relations Review*, 42(5), 748-758.
- Schwarz, Andreas; Seeger, Matthew W. & Auer, Claudia (Eds.) (2016).** *The Handbook of International Crisis Communication Research*. Malden: Wiley Blackwell.
- Seethaler, Josef & Klaus, Elisabeth (2016).** Herta Herzog: A Pioneer of Communication and Marketing Research. In: Klaus, Elisabeth & Seethaler, Josef (Eds.). *What Do We Really Know About Herta Herzog? Exploring the Life and Work of a Pioneer of Communication Research* (15-23). Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Sievert, Holger; Rademacher, Lars & Weber,**

Anna (2016). Business Knowledge as a limited Success Factor for Communication Managers: Results of a Survey in the German-Speaking Context. In: Brønn, Peggy Simcic; Romenti, Stefania & Zerfass, Ansgar (Eds.). *The Management Game of Communication: Advances in Public Relations and Communication Management* (3-21). Bingley: Emerald.

Spiller, Ralf; Degen, Matthias; Kronewald, Elke & Gürtler, Katherine (2016). Media Watchblogs as an Instrument of Media Accountability. An International Survey. *Journal of Applied Journalism and Media Studies*, 5 (2), 151-176.

Tench, Ralph; Verčič, Dejan; Zerfass, Ansgar; Moreno, Angeles & Verhoeven, Piet (2017). Communication Excellence - How to Develop, Manage and Lead Exceptional Communications. London: Palgrave Macmillan. 215 S.

Toepfl, Florian (2016). Beyond the Four Theories: Toward a discourse approach to the comparative study of media and politics. *International Journal of Communication*, 10, 1530-1547.

Toepfl, Florian (2016). Innovating consultative authoritarianism: Internet votes as a novel digital tool to stabilize non-democratic rule in Russia. *New Media & Society*, 1-20. DOI: 10.1177/1461444816675444

Toepfl, Florian (2017). From connective to collective action: internet elections as a digital tool to centralize and formalize protest in Russia. *Information, Communication & Society*, 1-17. DOI: 10.1080/1369118X.2017.1290127

Toepfl, Florian, & Piwoni, Eunike (2017). Targeting dominant publics: How counterpublic commenters align their efforts with mainstream news. *New Media & Society*. DOI: 10.1177/1461444817712085

Verčič, Dejan & Zerfass, Ansgar (2016). A comparative excellence framework for communication management. *Journal of Communication Management*, 20(4), 270-288.

Wiesenberg, Markus; Zerfass, Ansgar & Moreno, Angeles (2017). Big Data and Automation in Strategic Communication. *International Journal of Strategic Communication*, 11(2), 95-114.

Wilke, Jürgen (2016). How nazi press instructions framed German perceptions of the Spanish Civil War. *Catalan Journal of Communication and Cultural Studies*, 8 (2), 283-300.

Winkler, Luisa & Zerfass, Ansgar (2016). Strategy and organizational culture – Conceptualizing the interplay of key concepts in communication. *Globe: A Journal of Language, Culture and Communication*, 3, 108-120.

Zerfass, Ansgar & Viertmann, Christine

(2016). Multiple voices in corporations and the challenge for strategic communication. In: Alm, Kristin; Brown, Mark & Røyseng, Sigrid (Eds.). *Kommunikasjon og ytringsfrihet i organisasjoner* (44-63). Oslo: Cappelen Damm.

Zerfass, Ansgar & Wiesenberg, Markus (2016). Communicating the leadership status of organisations. A cross-national study in 10 European countries. In: Brønn, Peggy S.; Romenti, Stefania & Zerfass, Ansgar (Eds.). *The Management Game of Communication* (121-142). Bingley, UK: Emerald.

Zerfass, Ansgar & Winkler, Luisa (2016). Corporate communication in SMEs. Unveiling an ignored field of practice. In: Brønn, Peggy S.; Romenti, Stefania & Zerfass, Ansgar (Eds.). *The Management Game of Communication* (265-286). Bingley, UK: Emerald.

Zerfass, Ansgar, & Viertmann, Christine (2017). Creating Business Value through Corporate Communication: A Theory-Based Framework and its Practical Application. *Journal of Communication Management*, 21(1), 86-91.

Zerfass, Ansgar; Moreno, Angeles; Tench, Ralph; Verčič, Dejan & Verhoeven, Piet (2017). European Communication Monitor 2017. How strategic communication deals with the challenges of visualisation, social bots and hypermodernity. Results of a survey in 50 Countries. Brussels: EACD/EUPRERA, Quadriga Media Berlin. 136 S.

Zerfass, Ansgar; Verčič, Dejan & Volk, Sophia Charlotte (2017). Communication Evaluation and Measurement: Skills, Practices and Utilization in European Organizations. *Corporate Communications – An International Journal*, 22(1), 2-18.

Zerfass, Ansgar; Verčič, Dejan & Wiesenberg, Markus (2016). Managing CEO communication and positioning: A cross-national study among corporate communication leaders. *Journal of Communication Management*, 20(1), 37-55.

Zerfass, Ansgar; Verčič, Dejan & Wiesenberg, Markus (2016). The dawn of a new golden age for media relations? How PR professionals interact with the mass media and use new collaboration practices. *Public Relations Review*, 42(4), 499-508.

Zerfass, Ansgar; Verhoeven, Piet; Moreno, Angeles; Tench, Ralph & Verčič, Dejan (2016). European Communication Monitor 2016. Exploring trends in big data, stakeholder engagement and strategic communication. Results of a Survey in 43 Countries. Brussels: EACD/EUPRERA, Quadriga Media Berlin. 134 S.

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

Altmeppen, Klaus-Dieter; Zschaler, Frank; Zademach, Hans-Martin; Böttgheimer, Christoph & Müller, Markus (Hg.) (2017). Nachhaltigkeit in Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft. Interdisziplinäre Perspektiven. VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Beiler, Markus & Bigl, Benjamin (Hg.) (2017). 100 Jahre Kommunikationswissenschaft in Deutschland. Von einem Spezialfach zur Integrationsdisziplin. Reihe: Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 44. Köln: von Halem. 368 S.

Birkner, Thomas (2017). Medialisierung und Mediatisierung. Reihe: Konzepte. Ansätze der Medien- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 18. Baden-Baden: nomos. 121 S.

Bonfadelli, Heinz & Friemel, Thomas N. (2017). Medienwirkungsforschung (6., überarb. Aufl.). Konstanz: UVK. 338 S.

Breyer-Mayländer, Thomas (2017). Meine Berufung? Berufs- und Lebensperspektive Fachhochschul-Professur. Bonn: Lemmens. 252 S.

Breyer-Mayländer, Thomas (2017). Management 4.0 - Den digitalen Wandel erfolgreich meistern. München: Hanser. 408 S.

Breyer-Mayländer, Thomas; Bramann, Klaus (2017). Online-Marketing und E-Commerce für Buchverlage. Frankfurt: Bramann. 164 S.

Detel, Hanne (2017). Netzprominenz. Entstehung, Erhaltung und Monetarisierung von Prominenz im digitalen Zeitalter. Köln: von Halem. 376 S.

Femers-Koch, Susanne, Molthagen-Schnöring, Stefanie (2017). Textspiele in der Wirtschaftskommunikation. Texte und Sprache zwischen Normierung und Abweichung. Wiesbaden: Springer VS. 349 S.

Früh, Werner (2017). Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis (9., überarb. Aufl.). Konstanz: UVK. 296 S.

Geber, Sarah (2017). Wie Meinungsführer

Meinung kommunizieren. Meinungsführerschaft in der politischen Alltagskommunikation. Köln: von Halem. 344 S.

Geise, Stephanie (2017). Meinungsführer und der Flow of Communication. Reihe: Konzepte. Ansätze der Medien- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 19. Baden-Baden: nomos. 180 S.

Godulla, Alexander & Wolf, Cornelia (2017). Digitale Langformen im Journalismus und Corporate Publishing. Scrollytelling - Webdokumentationen - Multimediastorys. Wiesbaden: Springer VS. 253 S.

Haarkötter, Hektor, Nieland, Jörg-Uwe (Hg.) (2017). Nachrichten und Aufklärung. Medien- und Journalismuskritik heute: 20 Jahre Initiative Nachrichtenaufklärung. Wiesbaden: Springer VS. 264 S.

Hartmann, Tilo (2017). Parasoziale Interaktion und Beziehungen. Reihe: Ansätze der Medien- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 3 (2., aktual. Aufl.). Baden-Baden: nomos. 130 S.

Hoffmann, Olaf; Seidenglanz, Rene (Hg.) (2017). Allmächtige PR, ohnmächtige PR. Die doppelte Vertrauenskrise der PR. Wiesbaden: Springer VS. 379 S.

Jöckel, Sven (2017). Computerspiele. Nut-

zung, Wirkung und Bedeutung. Reihe: Medienwissen kompakt. Wiesbaden: Springer VS.

Kappes, Christoph; Krone, Jan & Novy, Leonard (Hg.) (2017). Medienwandel kompakt 2014–2016. Netzveröffentlichungen zu Medienökonomie, Medienpolitik & Journalismus. Wiesbaden: Springer VS. 449 S.

Keppinger, Hans Mathias (2017). Tot-schweigen und Skandalisieren. Was Journalisten über ihre eigenen Fehler denken. Reihe: edition medienpraxis, Bd. 15. Köln: von Halem. 232 S.

Liebers, Nicole & Schramm, Holger (2017). 60 Jahre Forschung zu parasozialen Interaktionen und Beziehungen. Steckbriefe von 250 Studien. Reihe: Rezeptionsforschung, Bd. 37. Baden-Baden: nomos. 364 S.

Lünenborg, Margreth, Sell, Saskia (Hg.) (2017). Politischer Journalismus im Fokus der Journalistik. Wiesbaden: Springer VS. 407 S.

Mast, Claudia; Spachmann, Klaus & Georg, Katherina (2017). Kompass der Wirtschaftskommunikation. Themeninteressen der Bürger – Bewertungen der publizistischen Leistungen von Politik, Unternehmen und Journalismus. Köln: von Halem. 336 S.

Oberlechner, Manfred; Trültzsch-Wijnen, Christine W. & Duval, Patrick (Hg.) (2017).

Migration bildet. Migration Educates. Reihe: Medienpädagogik | Media Education, Bd. 3. Baden-Baden: nomos. 404 S.

Pentzold, Christian, Bischof, Andreas, Heise, Nele (Hg.) (2017). Praxis Grounded Theory. Theoriegenerierendes empirisches Forschen in medienbezogenen Lebenswelten. Ein Lehr- und Arbeitsbuch. Wiesbaden: Springer VS. 326 S.

Porten-Cheé, Pablo (2017). Anschlusskommunikation als Medienwirkung. Der Einfluss von Relevanz und Qualität von Medieninhalten auf das Gesprächsverhalten. Reihe: Rezeptionsforschung, Bd. 36. Baden-Baden: nomos. 391 S.

Renner, Karl N.; Schultz, Tanjev & Wilke, Jürgen (Hg.) (2017). Journalismus zwischen Autonomie und Nutzwert. Köln: von Halem. 590 S.

Rinsdorf, Lars (2017). Redaktionelle Strategien entwickeln. Analyse – Geschäftsmodelle – Konzeption. Konstanz: UVK. 160 S.

Rössler, Patrick (2017). Inhaltsanalyse (3., völlig überarb. Aufl.). Konstanz: UVK. 292 S.

Schallhorn, Christiana (2017). Kultivierung durch Sportgroßereignisse. Zum Einfluss der Medienberichterstattung über die Fußballweltmeisterschaft 2014 auf die Wahrnehmung des

Anzeige

Wie gelingen politische Online-Diskussionen im Zeitalter von Hate Speech?



Politische Diskurse online

Einflussfaktoren auf die Qualität der kollektiven Meinungsbildung in internetgestützten Beteiligungsverfahren

Von Dr. Alma Kolleck

2017, 312 S., brosch., 64,- €

ISBN 978-3-8487-3734-5

eISBN 978-3-8452-8047-9

(Politische Kommunikation und demokratische Öffentlichkeit, Bd. 14)

nomos-shop.de/28793

Wie gelingen politische Diskussionen im Internet? Dieses Buch zeigt anhand von drei deutschen e-Partizipationsverfahren, wie informierte und respektvolle politische Meinungsbildung im Netz gelingen kann – und wie nicht.



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

Bestellen Sie jetzt telefonisch unter (+49)7221/2104-37
Portofreie Buch-Bestellungen unter www.nomos-shop.de

Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer



Nomos

Gastgeberlandes Brasilien. Reihe: Sportkommunikation, Bd. 14. Köln: von Halem. 240 S.
Scheu, Andreas M. (Hg.) (2017). Auswertung qualitativer Daten. Strategien, Verfahren und Methoden der Interpretation nicht-standardisierter Daten in der Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden: Springer VS. 320 S.
Seufert, Wolfgang & Gundlach, Hardy (2017). Medienregulierung in Deutschland. Ziele, Konzepte, Maßnahmen. Handbuch für Wissenschaft und Studium (2. Akt. Aufl.). Baden-Baden: nomos. 457 S.
Tonndorf, Katrin (2017). Medienbasierte Trainingsangebote zur Unterstützung therapeutischer Übungen. Eine Untersuchung des Einsatzes von Hypervideos in der Rehabilitation von Prostatakrebspatienten. Reihe: Gesundheitskommunikation | Health Communication, Bd. 16. Baden-Baden: nomos.

286 S.
Trültzsch-Wijnen, Christine (Hg.) (2017). Medienpädagogik. Eine Standortbestimmung. Reihe: Medienpädagogik | Media Education, Bd. 1. Baden-Baden: nomos. 209 S.
Wagner, Hans (Hg.) (2017). Zeitungsbriefe und Briefzeitungen oder Die Anfänge der Zeitung. Richard Grasshoff (1877), Georg Steinhäuser (1895), Karl Bücher (1893) und Adolf Koch (1910). Reihe: ex libris kommunikation, Bd. 18. Baden-Baden: nomos. 300 S.
Wehmeier, Stefan & Schoeneborn, Dennis (Hg.) (2017). Strategische Kommunikation im Spannungsfeld zwischen Intention und Emergenz. Wiesbaden: Springer VS. 278 S.
Weischenberg, Siegfried (2017). Medienkrise und Medienkrieg. Brauchen wir überhaupt noch Journalismus? Wiesbaden: Springer VS. 286 S.
Wolke, Jens (2017). Differenzielle Rezep-

tion, transaktionale Medienwirkungen und die Bewertung öffentlicher Kommunikationsmedien. Methodologische Betrachtungen zur TV-Programmforschung. Köln: von Halem. 128 S.

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

FG Journalistik/Journalismusforschung

Titel: Reduktion von Komplexität im Journalismus

Datum und Ort: 15.-17.02.2017, Würzburg

Mitveranstalter: Kooperation der Technischen Hochschule Nürnberg und der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt (FHWS)

Teilnehmerzahl: 60; **Anzahl der Vorträge:** 21

Journalismus versucht im idealtypischen Verständnis, die Komplexität der Ereignisse und Phänomene, die er öffentlich vermittelt, zu reduzieren. Mit Blick auf diese Funktion hat er Selektions-, Bearbeitungs- und Publikationsprogramme, die entsprechenden inneren Strukturen sowie analoge und digitale Instrumente entwickelt. In der Keynote von Wiebke Loosen und Armin Scholl ist deutlich geworden, dass die Reduktion von Komplexität gleichzeitig deren Steigerung bedeutet. In den weiteren Vorträgen wurden diese theoretische Betrachtung vertieft sowie die vielfältigen Strukturen aufgezeigt, in denen Journalismus seine komplexe Umwelt beobachtet und deren Ergebnisse glaubwürdig zu vermitteln versucht. Als Beispiele wurden die Politikberichterstattung, die Organisation in Newsrooms und Netzwerken und konkrete Formen narrativer Muster ausgearbeitet. Die Tagungsorganisatoren werden 2018 einen Band zum Thema „Komplexität im Journalismus“ bei Springer VS veröffentlichen, in dessen Beiträgen die genannten Aspekte ausgeführt werden. *Beatrice Dernbach*

FG Kommunikation und Politik

Titel: Disliken, diskutieren, demonstrieren – Politische Partizipation im (Medien-)Wandel

Datum und Ort: 16.-18.02.2017, Institut für Kommunikationswissenschaft, Friedrich-Schiller-Universität Jena

Mitveranstalter: Arbeitskreis „Politik und Kommunikation“ der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft (DVPW) und

Fachgruppe „Politische Kommunikation“ der Schweizerischen Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft (SGKM)

Teilnehmerzahl: 65; **Anzahl der Vorträge:** 26

<http://www.ifkw.uni-jena.de/institut/polkommtagung2017-startseite/>

Ines Engelmann und Marie Legrand luden an das Institut für Kommunikationswissenschaft in Jena ein. Schwerpunkt war die politische Partizipation von Bürgern. Es haben sich viele neue Möglichkeiten politischer Beteiligung gebildet, die zu neuen theoretischen Ansätzen und empirischen Analysen geführt haben. Die Tagung beleuchtete fünf zentrale Fragen: (1) Welche neuen theoretischen Perspektiven auf politische Partizipation bringen die neuen Medien mit sich? (2) Wie bewerten und beeinflussen politische Akteure politische Partizipation? (3) Wie lassen sich deliberative Prozesse online analysieren und bewerten? (4) Welche Faktoren beeinflussen politische Onlinepartizipation und (5) welche Folgen haben Hasskommentare im Netz? Ergänzend gab es ein offenes Panel zum Wissen Jugendlicher um Rekrutierungsstrategien extremistischer Organisationen, zur Selektion von Facebook-Kommentaren sowie zum Einfluss der Nachrichtennutzung auf das Nachrichtenwissen. Die Tagung zeigt: Die Kommunikationswissenschaft ist im Bereich der Onlinepartizipation unverzichtbar und leistet wertvolle theoretische, empirische und methodische Beiträge. *Thomas Zerback*

FG Kommunikations- und Medienethik

Titel: Integration durch Medien – Aufgabe oder Auslaufmodell? Medienethische Herausforderungen für die digitale Gesellschaft

Datum und Ort: 16.-17.02.2017, Hochschule für Philosophie München

Mitveranstalter: Netzwerk Medienethik in Kooperation mit der Akademie für politische Bildung, Tutzing

Teilnehmerzahl: 99; **Anzahl der Vorträge:** 21

<http://www.dgpuk.de/fachgruppenad-hoc-gruppen/kommunikations-und-medienethik/>

Medien haben in unserer demokratischen Gesellschaft den Auftrag, verschiedene Lebens- und Wirklichkeitsentwürfe abzubilden und so zum sozialen Zusammenhalt beizutragen. JournalistInnen stehen dabei vor einer doppelten Herausforderung: Sie müssen das Individuum im Blick behalten und sollen der Gesellschaft in ihrer gesamten Pluralität gerecht werden. JournalistInnen haben zudem den Auftrag, den Dialog zu befördern. Durch die Digitalisierung und die Globalisierung ist dies schwierig. Die Netzwerkkommunikation erleichtert es dem Einzelnen, „fremde“ Sichtweisen gezielt auszublenden und es sich in der eigenen „Filterblase“ gemütlich zu machen. Die Möglichkeit zur Echtzeitkommunikation sowie die Anonymität im Netz befördern die Bereitschaft des Einzelnen, „eigene Wahrheiten“ einem großen Adressatenkreis zugänglich zu machen. Um ihrer gesellschaftlichen Verantwortung gerecht zu werden, kommt es für JournalistInnen maßgeblich darauf an, wie sie mit Hetze und Fake News im Netz umgehen. Diese Themen kommunikationsethisch zu begleiten, wird auch in Zukunft auf der Agenda der Fachgruppe bleiben. *Kerstin Liesem*

FG Mediensprache – Mediendiskurse

Titel: Sprache, Wissen, Medien: Mediendiskurse und Wissensdiskurse im digitalen Wandel

Datum und Ort: 16.-18.02.2017, Karlsruhe

Mitveranstalter: Karlsruher Institut für Technologie

Teilnehmerzahl: 63; **Anzahl der Vorträge:** 17

www.sprache-wissen-medien.de

<http://wmk-blog.de/2017/02/21/diskurse-in-den-medien/#more-830>

Mit der Frage nach der Vermittlung von Wissen durch Sprache und in den Medien widmete sich die zehnte Fachgruppentagung einem gegenwärtig virulenten Thema, das aus verschiedensten Perspektiven beleuchtet wurde: Neben Aspekten der sprachlichen und medialen Konstituierung von Wissen befassten sich die Referent*innen mit der zielgruppenorientierten Vermittlung von wissenschaftlichen Inhalten im Kontext der Kinderuniversitäten, mit innovativen Formaten der Wissenspopularisierung wie Comics, Blogs oder Youtube-Kanälen wie auch mit rezeptionsorientierten Ansätzen der Erforschung von Wissenschaftskommunikation. Besondere Impulse für die Auseinandersetzung mit dem Tagungsthema boten zudem der Keynote-Vortrag von Heike Tappe (Durban, Südafrika), die sich mit dem prekären Stellenwert wissenschaftlichen Wissens insbesondere bei jungen Südafrikanern beschäftigte sowie die Überlegungen der Journalistin Silke Burmester zum Umgang mit Sprache in der journalistischen Praxis, die in einem Plädoyer für einen sorgsameren und sensibleren Sprachgebrauch mündeten und damit auch Anstöße für die

anschließende Podiumsdiskussion zwischen Burmester, Hans-Jürgen Bucher und Daniel Perrin boten. *Monika Hanauska*

FG Rezeptions- und Wirkungsforschung

Titel: Offener Call (aktuelle Forschung im Feld der Medienrezeption und Medienwirkung) und zusätzlich thematische Panels zu: Medienwahl – Aktuelle Konzepte, Befunde und methodische Zugänge

Datum und Ort: 26.-28.01.2017, Erfurt

Teilnehmerzahl: 103; **Anzahl der Vorträge:** 42

<http://www.dgpuk.de/fachgruppenad-hoc-gruppen/rezeptions-und-wirkungsforschung/tagungen/erfurt-2017/>

Auf Einladung von Nicole Podschweit und Claudia Wilhelm fand die Jahrestagung der Fachgruppe in Erfurt statt. Wir tagten im Collegium Maius, dem Hauptgebäude der Alten Universität, in dem schon Martin Luther studierte. Im Vorfeld fanden ein Methoden- und ein Doktorandenworkshop statt. Die Fachgruppe schrieb wieder einen offenen Call zu Forschung im Bereich Medienrezeption und -wirkung aus sowie zu speziellen Beiträgen zur Medienselektion. Insgesamt gingen 60 Einreichungen ein. In offenen Panels standen Nutzerkommentare, Werbekommunikation, Präsenzerleben und Werbewirkungsforschung im Fokus. Präsentationen zum Tagungsthema diskutierten über habituelle Medienauswahl, Fragen nach dem Einfluss von Empfehlungen sowie einstellungskonsonanten und -dissonananten Inhalten. Drei Dinge blieben besonders im Gedächtnis: Die Qualität der Vorträge war sehr hoch, was vor allem an den hervorragenden Präsentationen des wissenschaftlichen Nachwuchses lag. Es war eindrucksvoll zu sehen, wie vielfältig interessiert, engagiert und diskussionsfreudig die Mitglieder der Fachgruppe sind. Die Tagung war perfekt organisiert. *Matthias Hofer und Thomas Koch*

FG Soziologie der Medienkommunikation

Titel: Affect – Media – Power

Datum und Ort: 29.06.-01.07.2017, Berlin

Mitveranstalter: Organisiert durch das Teilprojekt B02 „Transkulturelle emotionale Repertoires im und durch Reality TV“ des SFB 1171 „Affective Societies“ der FU Berlin und der FG „Soziologie der Medienkommunikation“, in Kooperation mit der FG „Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht“

Teilnehmerzahl: 65; **Anzahl der Vorträge:** 18

<https://affektemedienmacht.wordpress.com>

Ziel der englischsprachigen, internationalen Tagung war es, den Affektbegriff und seine machtpolitische Komponente in den Blick zu nehmen. Eingeleitet wurde die Tagung mit einer Keynote von Zizi Papacharissi zum Zusammenhang von Affekt, Öffentlichkeiten und sozialen Medien. In der zweiten Keynote diskutierte Jens Eder an-

hand von Beispielen des Online-Video-Aktivismus, Ideen für eine empirische Konzeptualisierung des Affektbegriffs. Brigitte Hipfl fokussiert affektive Arbeit mit Medien. Die Panels beschäftigten sich mit theoretischen Konzeptualisierungen, der Bedeutung des Affekts im Journalismus, der Online-Kommunikation von Emotionen, Affekt und Reality-TV, queer affects, transnationalen Emotionen sowie mit Fragen nach affektiven Dynamiken des Trans- und Interkulturellen. Übereinstimmend wurde diagnostiziert, dass medial hergestellte und verbreitete Affekte politisch bedeutsam sind und die Kommunikationswissenschaft empirisch herausfordern. Es wurde darauf verwiesen, dass Wissenschaftler_innen dabei Teil der zu analysierenden Kommunikationsformen sind, was methodisch zu berücksichtigen sei. Eine Publikation ausgewählter Beiträge soll als special issue erfolgen. *Claudia Töpfer*

FG Wissenschaftskommunikation

Titel: Intention und Rezeption von Wissenschaftskommunikation

Datum und Ort: 27.-29.04.2017, Universität Landau

Teilnehmerzahl: 42; **Anzahl der Vorträge:** 22 plus Doktorandenworkshop und Nachwuchspanel

<https://www.uni-koblenz-landau.de/de/landau/mzavstudio/wisskom2017>

Die 1. Jahrestagung der Fachgruppe widmete sich dem Kommunikationsprozess zwischen Akteuren der Wissenschaftskommunikation und ihrem Publikum und nahm das Spannungsfeld von Intention und Rezeption von Wissenschaftskommunikation in den Blick. Die Vorträge gaben einen facettenreichen Einblick in vielfältige Forschungsthemen. Deutlich wurde, dass sich Fragen zur Rezeption und Wirkung mittlerweile zu einem zentralen Forschungsgebiet in diesem Feld entwickelt haben. Schwerpunkte lagen hierbei auf Nutzungsinteressen, Rezeptionserwartungen und -bewertungen sowie auf der Vermittlungsleistung von Wissenschaftskommunikation und Verstehensprozessen der Rezipienten. Ein Panel knüpfte thematisch an die Jahrestagung 2015 in Jena an und widmete sich dem Thema Vertrauen. Auch partizipative Prozesse der Wissenschaftskommunikation geraten zunehmend in den Blick. Bereits einen Tag vor Beginn der Tagung fand ein Doktorandenworkshop statt. Erstmals wurde auch ein Nachwuchspanel in die Tagung integriert, das den Promovierenden eine Präsentations- und Diskussionsplattform für ihre Arbeiten bot. *Jutta Milde*

Publikationsstrategien in der KW – einige Sicherheiten und viele offene Fragen

Welchen Einfluss haben veränderte Publikationsbedingungen auf den Fachdiskurs und die Entwicklung der deutschsprachigen Kommunikations- und Medienwissenschaft? Diese Frage diskutierten ExpertInnen auf einer von der FG Wissenschaftskommunikation und dem Vorstand veranstalteten Pre-Conference zur Jahrestagung der DGPK im März 2017 in Düsseldorf. Ziel der von Birte Fähnrich, Jutta Milde, Cornelius Puschmann und Lars Rinsdorf organisierten Tagung war es, Rahmenbedingungen und Entwicklungen des Publizierens, die Effekte möglicher Veränderungen und potentielle Handlungsimplicationen aufzuzeigen. Impulsreferate zu den „Gesellschaftliche Rahmenbedingungen“ (Rudolf Stichweh), „Einflüssen der Internationalisierung“ (Peter Vorderer), „Relevanz für Reputation und Karriere“ (Alexander Ruser) und „Open Access und Altmetrics“ (Stefanie Haustein) regten eine lebhafte Debatte in den vier Panels an. Schnell wurde klar, dass die Tagung allenfalls der Beginn einer fokussierteren Diskussion sein kann, die folgende Kernthemen aufgreifen könnte:

Neue und alte Publikationswege: Die Frage nach der „besten“ Publikationsstrategie wurde hier mit der Frage verknüpft, welche Rolle Journalbeiträge und traditionelle Publikationsformen, wie Monographien und Sammelbandbeiträge, aktuell und künftig spielen. Hier wurde erneut die Heterogenität der Perspektiven deutlich. Die Frage nach der Bewertung von Open Access wurde nicht zuletzt vor dem Hintergrund des „Geschäftsmodells“ Wissenschaftspublikation kritisch verhandelt.

Wissenschaftliche Qualitätssicherung: In der Diskussion war man sich schnell einig, dass Reviewprozesse angesichts der Überlastung von HerausgeberInnen, ReviewerInnen und AutorInnen verändert werden sollten, um die Qualität der Beiträge hoch zu halten. Als mögliche Lösungen wurden innovative Formate wie ein nicht-standardisiertes Review angelehnt an Open Science vorgeschlagen. Deutlich gewichtiger war jedoch die Forderung, einem – wahrgenommenen – Fokus auf Quantität eine Absage zu erteilen.

Evaluation, Impact, Reputation: Mit Blick auf die Evaluation von Publikationen durch Hochschulen, Förderinstitutionen oder wissenschaftsexterne Akteure wurde die Fixiertheit auf Kennzahlen kritisiert, weil dadurch Publikationen lediglich als formales Ergebnis und nicht wegen ihres Erkenntnisgehalts bewertet würden. Dennoch bestand Konsens darüber, dass es zur Orientierung an standardisierten Parametern kaum Alternativen gebe.

Anforderungen an die Governance: Es herrschte Übereinkunft darin, dass viele kritisierte Entwicklungen nicht nur von außen, sondern auch aus dem Fach selbst kommen. Klar wurde jedoch auch, dass es einer stärkeren öffentlichen Aufklärung bedarf, die aufzeigt, welchen Beitrag die Kommunikationswissenschaft bei der Lösung gesellschaftlicher Probleme liefern kann. Gefordert wurde hier eine strategische Wissenschaftskommunikation, bei der auch die DGPK eine zentrale Rolle spielen könnte.

Birte Fähnrich und Lars Rinsdorf

Why should things be easy to understand?*

Ein Nachruf auf Klaus Arnold

* In der Süddeutschen Zeitung wurde für Klaus Arnold eine Traueranzeige von Menschen veröffentlicht, die seinen Weg beruflich und privat begleiten durften. Dieses Zitat von Thomas Pynchon war der Anzeige vorangestellt.



Klaus Arnold war, im besten Sinne, kein einfacher Mensch. Das soll nicht heißen, dass der Umgang mit ihm schwer war, im Gegenteil. Hilfsbereit, kollegial, freundlich – wer das Glück hatte, mit ihm zusammenzuarbeiten, weiß, wie angenehm und fruchtbar so eine Kooperation war. Wer ihn näher kannte, entdeckte zusätzlich all die Facetten, die sich hinter seinem eher zurückhaltenden Auftreten verbargen.

Dazu konnte man ihn zum Beispiel um Buchtipps bitten: Klaus war so vielschichtig wie die russische Literatur, die er seit dem Studium (Journalistik mit Nebenfach Slawistik) so mochte: intellektuell, ohne präntentös zu sein. Rebellisch, aber auch etwas abgeklärt. Klaus hat sich nie in den Vordergrund gedrängt, aber auch nie mit seiner Meinung hinterm Berg gehalten. Diese hatte eher die Form eines pointierten Satzes als eines ausschweifenden Referats; treffende Bemerkungen hat er langen Reden vorgezogen.

Mit Klaus Arnold konnte man ebenso gut im Fachbereichsrat diskutieren, wie zuhause, in seinem Garten, beim Grillen über Popkultur streiten. Nachdem er 2010 den Ruf auf eine Professur für Medien- und Kommunikationswissenschaft in Trier erhielt, haben er, seine Frau und ihre damals neunjährigen Zwillinge ein Klostergebäude aus dem 13. Jahrhundert auf einem Weingut bezogen. Zwei Jahre später kam die jüngste Tochter zur Welt. Hätte sich ein Schriftsteller für den Familienmenschen Klaus einen Lebensmittelpunkt ausgedacht, es wäre sicher nichts anderes herausgekommen. Bibliothek, Arbeitszimmer und ein Wohnbereich, der links den Blick auf Weinberge, rechts den Weg zum Obstgarten freigab. Hier müsse er nun den Rest seines Lebens wohnen, hat er beim Einzug gesagt, weil etwas Besseres nicht mehr zu finden sei.

Zwei Themen haben seine Karriere bestimmt. Die Medien- geschichte, zu der er 2001 in München bei Ursula Koch promovierte (*Kalter Krieg im Äther. Der Deutschlandsender und die*

Westpropaganda der DDR) und an deren fachgesellschaftlicher Institutionalisierung er sich maßgeblich beteiligt hat; als Sprecher der DGPK-Fachgruppe Mediengeschichte (2006-2010) und Mitgründer und *Chair* der ECREA Communication History Section (2009-2012). Zuletzt beschäftigte ihn, gemeinsam mit Susanne Kinnebrock und Paschal Preston, die Arbeit am *European Handbook of Media History*, dessen Erscheinen er nun nicht mehr erlebt.

Das zweite große Thema war die Qualität im Journalismus. Seine Habilitation (*Qualitätsjournalismus. Die Zeitung und ihr Publikum*), entstanden zwischen 2001 und 2008 als Mitarbeiter von Jan Tonnemacher in Eichstätt, hat er selber mal mit der ihm eigenen Selbstsicherheit als Schlussstrich unter die Debatten zur Qualitätsmessung im Journalismus bezeichnet. Daran gibt es nichts zu rütteln.

In Trier hat er sich zuletzt der dringend benötigten Forschung zum Lokaljournalismus verschrieben. Den Startpunkt machte 2014 ein großes DfG-Projekt – es wäre noch vieles gefolgt.

Anfang November 2016 wurde bei Klaus Arnold ein großer Hirntumor entdeckt. Die folgenden Monate hat er konsequent geteilt, im medialen Sinne. Ein *Sharer* in den sozialen Medien war Klaus schon lange – was ihn bewegte, leitete er weiter, von politischen und ökologischen Themen der Grünen (Fahrräder statt Autos!) bis zu fachlichen Diskussionen über die Zukunft der Medien. Von nun an teilte er auch seinen Krankheitsweg und die Anteilnahme im Netz hat ihm und seiner Familie sehr geholfen. Im April hielt er eine letzte Vorlesung in Trier. Anfang Mai war der Krebs zurück. Am 29. Mai 2017 ist Klaus Arnold im Alter von nur 48 Jahren gestorben. **MICHAEL HARNISCHMACHER**

Lesen Sie außerdem den Nachruf von Walter Hömberg auf Klaus Arnold im *Biografischen Lexikon der Kommunikationswissenschaft*: <http://blexkom.halemverlag.de/klaus-arnold/>

You can imagine the opposite

Karl N. Renner beantwortet die „Aviso“-Fragen

Welche Ziele haben Sie mit Ihrer Professur umgesetzt?

Meine Ziele waren anfangs vage und haben erst nach und nach Gestalt angenommen. Als ich 1995 den Ruf ans Journalistische Seminar der JGU Mainz erhalten habe, hatte ich zehn Jahre als Fernsehjournalist und Filmautor gearbeitet.

Daher sollte und wollte ich zunächst meine Berufserfahrungen in den praxisorientierten

Aufbaustudiengangs Journalistik einbringen. Mein damaliges Lehrkonzept wirkt bis heute nach. Es hat die Idee des Videojournalismus vorweg-

genommen, prägte die Fernsehausbildung des Masterstudiengangs Journalismus und bildet die Grundlage der praxisorientierten Module im BA-Beifach Audiovisuelles Publizieren, das mein Kollege Volker Wolff und ich 2010 am Journalistischen Seminar einrichten konnten.

Bald zeigte sich aber, dass eine praxisorientierte Fernsehausbildung nicht auf die Theorie verzichten kann. Die Studierenden brauchten Kriterien, um unterschiedliche Möglichkeiten der filmischen Gestaltungen zu beurteilen, um Probleme zu erkennen und um journalistisch angemessene Lösungen zu finden. Das ist ohne ein entsprechende Theorie im Hintergrund nicht zu machen. Doch die Alltagstheorien der Fernsehschaffenden waren da sehr schnell am Ende, und die akademischen Disziplinen waren viel zu sehr in die Details ihrer fachinternen Diskussionen vertieft, um auf die anstehenden Fragen passende Antworten zu liefern. Das ist

der Hintergrund meiner Publikation „Fernsehjournalismus“. Allerdings ist das Buch viel zu dick geworden, was auch damit zusammenhängt, dass ich unterschätzt hatte, wie komplex das Medium Fernsehen ist.

Glücklich bin ich schließlich, dass ich neben all dem die Möglichkeit hatte, dank Kontakten, die sich über das ZDF und CampusTV Mainz ergaben, die Internationalisierung der Mainzer Journalistenausbildung voranzutreiben. Journalisten müssen weltoffen sein, das ist heute wichtiger denn je.

Was hat sich in Ihrem Leben durch die Emeritierung verändert?

Da ich jetzt nicht mehr jeden Tag an die Uni muss, habe ich Zeit, um Bücher zu lesen, Filme zu sehen, Radtouren zu machen und darüber nachzudenken, inwieweit man den Journalismus als eine besondere Form des Erzählens faktualer Geschichten verstehen kann. Ich habe seit meiner Dissertation über Fragen der Erzähltheorie gearbeitet und will das nun mit meinen Arbeiten zum Journalismus verbinden.

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

Meine Bewerbung für die Fernsehprofessur war Plan B. Denn die Sendungen, für die ich gearbeitet hatte, wurden eine nach der anderen eingestellt. Heute bin ich froh, dass Plan A nicht geklappt hat. Die Möglichkeiten, die ich an der Uni hatte, hätte ich beim Fernsehen nie gehabt.

Welches Medienthema treibt Sie derzeit besonders um?

Das ist zum einem die politische Frage, was Journalisten angesichts der weltweiten Probleme tun können, damit der Populismus nicht überhandnimmt und unsere Gesellschaft auch weiterhin sozial, liberal und demokratiefähig bleibt. Zum anderen ist es die theoretische Frage nach dem



Prof. Dr. Karl N. Renner ist emeritierter Professor für Fernsehjournalismus am Journalistischen Seminar der Johannes Gutenberg Universität Mainz.

Zusammenhang von Journalismus und Erzählen.

Heute dürfen Sie eine wissenschaftspolitische Entscheidung treffen. Welche?

Ich würde den Universitäten und Hochschulen genügend Personal und Mittel zur Verfügung stellen, damit kein Seminar und keine Übung mehr als 15 Studierende umfasst.

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

Als meine wichtigste Leistung betrachte ich die mengentheoretisch-prädikatenlogische Rekonstruktion des Ereigniskonzeptes von J.M. Lotman. Ausgehend davon kann man fiktionales wie faktuales Erzählen als eine kommunikative Strategie verstehen, um Verletzungen und Veränderungen von Normen, Regeln und Zusammenhängen, die wir für uns und unsere Umwelt für verbindlich halten, zu kompensieren. Das erklärt wiederum, wie wichtig Erzählen für das Zusammenleben von Gesellschaften ist.

Was würde der Welt ohne Kommunikationswissenschaft fehlen?

Da ich Literatur- und Sprachwissenschaft studiert habe und zehn Jahre nicht an der Uni war, habe ich einige Zeit gebraucht, bis ich begriffen habe, wie die Kommunikationswissenschaft „tickt“. Ich war aber von ihrem empirischen Ansatz und ihrem induktiv-statistischen Vorgehen immer schon beeindruckt. Genau diese vorurteilsfreie und nüchterne Herangehensweise fehlt mir allzu oft im Diskurs unserer Gesellschaft über Journalismus, Medien und Kommunikation. Sieht man das böse, so scheint die Welt ohne Kommunikationswissenschaft gut auszukommen. Ich halte das für brandgefährlich und bin daher der Auffassung, jeder Journalist sollte über so viel kommunikationswissenschaftliches Grundwissen verfügen, dass er kommunikationswissenschaftliche Fachaufsätze korrekt verstehen und daraus die richtigen Konsequenzen ziehen kann.

Über welches Thema müsste in der KW dringend diskutiert werden?

Es wäre gut, wenn sich die Kommunikationswissenschaft stärker für einen interdisziplinären Austausch mit den geistes- und sprachwissenschaftlichen Disziplinen öffnen würde, die sich ebenfalls mit Fragen der Kommunikation beschäftigen. Ich weiß, das ist für beide Seiten alles andere als einfach. Aber wo das bereits geschieht wie zum Beispiel in den Fachgruppen Visuelle Kommunikation und Mediensprache/Mediendiskurse ist das für alle Beteiligten sehr anregend.

Ihr bester Ratschlag für den wissenschaftlichen Nachwuchs?

Für alles offen sein. Vor allem aber: In die Gebiete einsteigen, die einen interessieren, und nicht in diejenigen, die eine schnelle Karriere versprechen.

Worüber können Sie als Wissenschaftler immer noch staunen?

Über die Kreativität, die Menschen an den Tag legen, wenn sie sprachliche, bildliche oder andere Mittel für kommunikative Zwecke benutzen.

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

„Der Polizeistaatsbesuch“, die Fernsehreportage von Roman Brodmann über den Besuch des Schahs am 2. Juni 1967 in Berlin. Der Film gilt wegen seiner pointierten Zeitkritik als Klassiker des deutschen Fernsehdokumentarismus. Achtet man auf seine narrativen Strukturen, so bietet er eine detaillierte Analyse der autoritären Zustände in den späten Adenauer-Jahren. Und für Journalisten ist seine Entstehungsgeschichte besonders aufschlussreich: Nicht blind am Drehbuch kleben, sondern geistesgegenwärtig und beherzt agieren.

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

You can imagine the opposite. Das ist eine Neon-Installation von Massimo Nannucci am Lenbachhaus in München. Warum? Weil dies eine wesentliche Voraussetzung für das Gelingen von Plan B ist.

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

UVK:Wissenschaft



Lothar Mikos, Claudia Wegener (Hg.)
Qualitative Medienforschung
 Ein Handbuch
 2., völlig überarb. und erw. Aufl.
 2017, 642 S., 66 s/w Abb., Hardcover
 ISBN 978-3-8252-8647-7

**Das Standardwerk zur Einführung
 in die qualitativen Methoden der
 Medienforschung.**

Auf die theoretischen Grundlagen qualitativer Medienforschung folgen in einem zweiten Teil die wichtigsten Fragen zum Forschungsdesign. Kern des Buches sind dabei die verschiedenen Erhebungsmethoden, wie Inhaltsanalyse, Interview, Gruppendiskussion, Beobachtung, Experiment oder szenisches Spiel. Weitere Teile setzen sich mit der Aufzeichnung und Auswertung qualitativer Daten auseinander.

In der völlig überarbeiteten und erweiterten Neuauflage wird auf aktuelle Entwicklungen eingegangen: So werden Methoden wie mobile Online-Befragungen und Analysen von Websites in ihrer forschungspraktischen Relevanz erläutert.

www.uvk.de



Kommunikation im Mittelpunkt

Neugestaltung der DGPK-Webseite schreitet voran

Die Arbeit des Vorstands in den vergangenen Wochen wurde in verschiedener Hinsicht vom Thema Kommunikation geprägt. So ist operativ der Relaunch der DGPK-Website auf die Agenda gerutscht, da unsere bisherige Agentur die Zusammenarbeit beendet, weil sie sich aus dem Geschäftsfeld Website-Betreuung zurückzieht. Wir haben daher eine neue Agentur verpflichtet und nehmen den Wechsel zum Anlass, nicht nur die Website auf einen neuen Server zu verlagern, sondern neu aufzusetzen. Das Design wird zeitgemäßer, der Aufbau der Seite wird verbessert und ein neues Content Management System wird insbesondere die Pflege der Mitgliederdaten vereinfachen und die Performanz der Seite erhöhen.

Relaunch im Zeitplan

Der Relaunch liegt aktuell voll im Zeitplan. Das System ist bereits ausgeprägt und wir werden die Sommerpause dazu nutzen, möglichst viele Inhalte in das neue CMS zu überführen. Auch die Fachgruppen überprüfen gerade ihre Unterseiten, damit wir im neuen Design mit möglichst aktuellen Inhalten starten. Die gerade erst eingeführten Seiten in englischer Sprache werden 1:1 in die neue Website überführt. Wenn alles klappt, werden wir im Herbst 2017 die neue Seite starten. Auf den genauen Starttermin werden wir alle Mitglieder rechtzeitig per Mail hinweisen, denn mit dem Umzug auf die neue Website erhalten alle registrierten Nutzer aus Sicherheitsgründen auch neue Passwörter.

Neu einführen werden wir eine Rubrik „Aus den Schwestergesellschaften“, in der die Kolleginnen und Kollegen von ÖGK und SGKM künftig aktuelle Mel-

dungen einpflegen werden. Das ist das erste greifbare Ergebnis einer intensiven Diskussion der Vorstände der drei Fachgesellschaften in Deutschland, Österreich und der Schweiz über eine intensivere Zusammenarbeit, die am Rande der Jahrestagung in Düsseldorf begonnen hat und nun in regelmäßigen gemeinsamen Sitzungen fortgesetzt wird.

So tragen wir dem Umstand Rechnung, dass die drei Länder insbesondere als Arbeitsmarkt für Nachwuchskräfte in der Kommunikationswissenschaft immer enger verwoben sind. Deshalb wird auch der nächste Nachwuchstag der DGPK explizit für junge Kolleginnen und Kollegen aus ÖGK und SGKM geöffnet. Außerdem streben wir an, künftig in regelmäßigem Turnus gemeinsame Jahrestagungen zu veranstalten, um den wissenschaftlichen Austausch zu fördern und die Vorbereitung gemeinsam zu schultern. Vielen Dank an dieser Stelle den Kolleginnen und Kollegen aus ÖGK- und SGKM-Vorstand für die konstruktive Zusammenarbeit.

Als eine Konsequenz aus der Klausurtagung mit den Sprecherinnen und Sprechern der Fach- und Ad-hoc-Gruppen wird zudem noch in diesem Jahr eine AG Kommunikation grundsätzlicher darüber nachdenken, in welcher Art und auf welchen Kanälen die DGPK mit ihren Stakeholdern kommuniziert. Hier wollen wir erste Zwischenergebnisse auf der nächsten Fachgruppensprechertagung diskutieren, die im Dezember in Mainz stattfinden wird. Nach den guten Erfahrungen aus dem vergangenen Jahr wollen wir dieses Format erneut für eine Diskussion über strategische Fragen nutzen.

**FÜR DEN VORSTAND:
 LARS RINSDORF (STUTTART)**

Lob der Ansichtskarte

Die Massenmedien sind große Geschichtszentrifugen, die besonders bei Jahresjubiläen einigermaßen zuverlässig funktionieren. Umso erstaunlicher, dass vor lauter Luther-Jahr ein bedeutender Gedenk Anlass völlig ignoriert worden ist: die Geburt der Ansichtskarte vor 240 Jahren. Der französische Kupferstecher Demaison soll bereits 1777 solche Bildkarten gedruckt und an Freunde verschickt haben. Einen Schub brachte dann neunzig Jahre später die „Correspondenzkarte“, teilweise mit aufgedrucktem Postwertzeichen. Im Unterschied zum Brief fehlt hier der verhüllende Umschlag – auf das Wahre des Postgeheimnisses verzichteten Absender und Empfänger gleichermaßen. Dies wird durch ein ermäßigtes Porto honoriert. Ein weiterer Vorteil: Die Zustellerin weiß immer, wann sie zu gratulieren, wann zu kondolieren hat.

Die Postkarte kann als Medium der Kommunikationsrationalisierung gelten. „Einfachheit und Kürze“ (so der preußische Geheime Postrat Heinrich Stephan) zeichnen sie ebenso aus wie die frühe elektrische Konkurrenz: das Telegramm. Das vermag auch die Expansion des Angebots zu erklären: Die einfarbigen Lithografien wurden durch mehrfarbige abgelöst, diese wiederum zunächst durch schwarz-weiße, dann durch farbige Fotokarten. Längst gibt es dreidimensionale Ansichten, zum Teil auch olfaktorisch angereicherte Exemplare. Ganz unterschiedliche Typen haben sich herauskristallisiert: Motivkarten, Künstlerpostkarten, Werbekarten, Glückwunschkarten zu persönlichen Anlässen (Geburtstag, Hochzeit) oder zu den kalendarischen Riten (Weihnachten, Ostern). Schnell bildete sich eine eigene Sammlergemeinde: die Philokartisten, zu denen auch

Karl Valentin gehörte. Als „Postcrosser“ sind sie inzwischen weltweit vernetzt.

Mit wachsender Mobilität entwickelte sich die topografische Ansichtskarte zum Bestseller. 1899 notierte die englische Zeitung „The Standard“: „Der reisende Teutone scheint es als seine feierliche Pflicht zu betrachten, von jeder Station seiner Reise eine Postkarte zu schicken, als befände er sich auf einer Schnitzeljagd. Seine erste Sorge, nachdem er ein einigermaßen bemerkenswertes Reiseziel erreicht hat, ist es, ein Gasthaus zu finden, wo er abwechselnd sein Bier trinkt und Postkarten adressiert.“

Die Kommunikationswissenschaft hat dieses Massenmedium bisher völlig ignoriert. Der „Baum der Publizistik“ von Hans Amandus Münster zum Beispiel hat viele Zweige und Blätter: Stummfilm und Trillerpfeife, Spielkarte und Grabmal sind darunter – die Ansichtskarte jedoch fehlt. Nun setzen wir auf die Mediatisierungsforschung, die ja ein weites Herz hat.

Handtellergröße Digitalgeräte haben der Ansichtskartenindustrie beträchtliche Umsatzeinbußen beschert. Seitdem dominiert das Selfie. Narzissten jedweder Art drücken wie in Ekstase auf den Auslösebutton, um alle Welt mit den aktuellen Ansichten von sich selbst zu beglücken. One to many heißt dabei die Devise. Doch wo Gefahr ist, wächst das Rettende auch: Aus Österreich jedenfalls wird inzwischen ein „Revival der Ansichtskarten“ gemeldet. Klassische Wiener Motive wie der Stephansdom, das Riesenrad im Prater und Schloss Schönbrunn sind bei Reisenden besonders beliebt. Und die persönlichen Mitteilungen auf der Rückseite transportieren nach wie vor analoge Signale der Wertschätzung als Mehrwert. Chapeau, Monsieur Demaison!

Walter Hömberg (Eichstätt/Wien)

UVK:Lehrbücher



Lars Rinsdorf
Redaktionelle Strategien entwickeln
 Analyse – Geschäftsmodelle –
 Konzeption
 2017, 160 S., 16 s/w Abb., Broschur
 ISBN 978-3-8252-4834-5

Prof. Dr. Lars Rinsdorf führt anschaulich durch den redaktionellen Strategieprozess: von der Analyse über die Entwicklung strategischer Szenarien und das Design von Geschäftsmodellen bis hin zur Konzeption von neuen Medienprodukten.



Heinz Bonfadelli, Thomas N. Friemel
Medienwirkungsforschung
 6., überarbeitete Auflage
 2017, 338 S., 93 s/w Abb., Broschur
 ISBN 978-3-8252-4699-0

Prof. Dr. Heinz Bonfadelli und Prof. Dr. Thomas N. Friemel stellen theoretische Ansätze und empirische Befunde der Medienwirkungsforschung vor und berücksichtigen dabei gleichermaßen die psychologisch und soziologisch orientierte Forschung.

www.uvk.de





HERBERT VON HALEM VERLAG



Christoph Kuhlmann
Kommunikation als Weltbezug
Print / E-Book



Sarah Geber
Wie Meinungsführer Meinung kommunizieren – Meinungsführerschaft in der politischen Alltagskommunikation
Print / E-Book



Markus Beiler / Benjamin Bigl (Hrsg.)
100 Jahre Kommunikationswissenschaft in Deutschland – Von einem Spezialfach zur Integrationsdisziplin
Print / E-Book

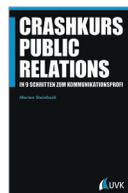


Hans Mathias Keplinger
Totschweigen und Skandalisieren – Was Journalisten über ihre eigenen Fehler denken
Print / E-Book



Hanne Detel
Netzprominenz – Entstehung, Erhaltung und Monetarisierung von Prominenz im digitalen Zeitalter
Print / E-Book

**HAND IN
HAND MIT DEN
AUTOREN,
HÖCHSTE
SORGFALT,
IMMER
AM PULS
DER FORSCHUNG
UND DAS
BEREITS
SEIT 1997**



Zu unserem Jubiläumsjahr haben wir die Themengebiete Medien und Kommunikation des Verlags UVK in unser Portfolio übernommen. Doppelte Titelauswahl und zusätzlich Praxisbände für Journalismus, Public Relations und Film.

E-Mail: info@halem-verlag.de
Telefon: 0221-9258 29 0
www.halem-verlag.de

www.rkm-journal.de
www.blexkom.halem-verlag.de
www.journalistikon.de

Sie möchten noch mehr darüber erfahren, was unseren Verlag so besonders macht?
BESUCHEN SIE UNS ONLINE UNTER WWW.HALEM-VERLAG.DE