aviso

Informationsdienst der Deutschen Gesellschaft
für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

av/69

02/2019

# Zwischen innerer Berufung und äußeren Widerständen: Wissenschaft als Beruf

Eine Debatte von Michael Johann.
Mit Beiträgen von Tobias Dienlin, Simone Huck-Sandhu, Veronika Karnowski, Melanie Malczok, Maja Malik, Philipp Müller, Rosanna Planer, Oliver Quiring, Manfred Rühl, Hannah Schmid-Petri und Siegfried Weischenberg.

**Inhalte:** avisiert **(2)** Debatte **(3-14)** Leserbriefe **(15)** Nachrichten und Personalien **(15)** Interview **(16-18)** Notabene **(19)** Neu erschienen **(20-21)** Aus den Fachgesellschaften **(22-25)** Glosse **(26)** Service **(27-29)** Tagungen **(30-33)** Fragebogen **(34-35)**

Anzeige

Wahlkampf auf Facebook

**Ich poste, also wähl' mich!**
**Parteien auf Facebook im Bundestagswahlkampf**
Von Dr. Tanja Evers
*2019, 430 S., brosch., 79,– €*
*ISBN 978-3-8487-4379-7*
*(Internet Research, Bd. 47)*
*nomos-shop.de/30326*

Die Studie untersucht die Kommunikationsstrategie deutscher Parteien auf Facebook während des Bundestagswahlkampfs 2013. Im Rahmen einer qualitativen Befragung und quantitativen Inhaltsanalyse stehen die Ziele und Inhalte der digitalen Kampagne sowie die Reaktionen der User im Mittelpunkt.

Nomos eLibrary

**Erhältlich im Buchhandel oder versandkostenfrei unter: nomos-shop.de**
Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer

**Nomos**

# avisiert.

**Alexander Godulla und Cornelia Wolf (Leipzig)**

Mit dieser Ausgabe schließen sich für uns als Redaktion gleich zwei Kreise: Zum einen ist dieser mittlerweile 69. *Aviso* zugleich die letzte Ausgabe, die wir verantworten. Wir geben den Stab ab sofort an Marlis Prinzing und Saskia Sell weiter, denen wir von Herzen viel Glück und Erfolg mit diesem Projekt wünschen. Zum anderen widmete sich auch schon die erste von uns betreute Ausgabe einem Jahrhundertereignis: *100 Jahre Kommunikationswissenschaft in Deutschland* (av/62) war damals das Debattenthema, es folgten Ausgaben zur *Internationalisierung* (av/63), zu *Promotionsverfahren* (av/64), zur *Terrorberichterstattung* (av/65), zur *Postfaktizität* (av/66), zur *Zukunft der Demoskopie* (av/67) und schließlich zur *Wissenschaftskommunikation* (av/68). Den Auslöser für diese von unserer Seite letzte Debatte bildet Max Webers einflussreicher Text *Wissenschaft als Beruf*, der vor einem Jahrhundert publiziert worden ist.

Michael Johann (Universität Passau) hat als Debattenredakteur elf Kolleginnen und Kollegen gefragt, was es 200 Semester später aus ihrer Sicht bedeutet, Wissenschaft als Beruf zu praktizieren. Die Befragten stehen am Anfang ihrer Laufbahnen oder stecken mittendrin, qualifizieren sich gerade oder blicken auf lange Karrieren zurück. Ihre Schilderungen machen deutlich, wie individuell der Blick auf den vermeintlich immer gleichen Beruf letztlich ausfallen kann.

Abschließend möchten wir insbesondere den Vorsitzenden Oliver Quiring und Lars Rinsdorf danken, die unsere Arbeit stets aktiv begleitet und unterstützt haben. Außerdem gilt unser Dank Stefan Weinacht, der nicht nur die Rubrik "Neu erschienen" verantwortet, sondern auch die Anzeigenkunden kompetent betreut – und zwar so gut, dass wir Ihnen auf dieser Grundlage seit Jahren einen Zuwachs an Inhalt und Umfang bieten können. Gleich 36 Seiten sind es diesmal geworden – eine Premiere in der Geschichte des Hefts und zugleich ein Indikator dafür, dass der Bedarf an Kommunikation in der Fachgesellschaft größer ist als jemals zuvor.

Wir hoffen Ihnen gemeinsam mit unseren wechselnden Debattenredaktionen in den vergangenen Jahren allerlei Anstöße für eigene Gedanken geliefert zu haben. Alles Gute für Ihre eigene Zukunft mit dem Beruf Wissenschaft!

## 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)
Michael Johann (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
Nikolaistraße 27-29, 04109 Leipzig

**Druck:**
Griebsch & Rochol Druck, Hamm (Auflage: 1275)
ISSN 2193-0341 [Print], ISSN 2193-035X [Internet]

# Wissenschaft als Beruf

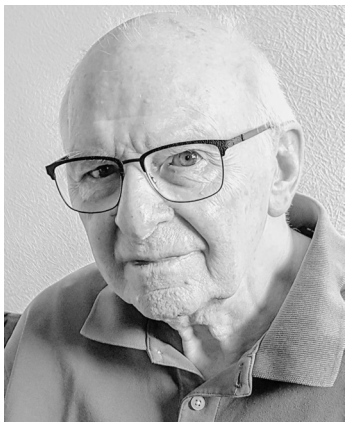
**Eine Einleitung von Michael Johann (Universität Passau)**

Stolze 100 Jahre ist es her, dass Max Webers Rede zur Wissenschaft als Beruf als Aufsatz veröffentlicht wurde. An Brisanz hat das Thema jedoch nicht verloren – vor allem in der Kommunikationswissenschaft. In Zeiten, in denen mit dem Fach gerne eher die prekären Beschäftigungsverhältnisse des wissenschaftlichen Mittelbaus assoziiert werden als seine gesellschaftliche Relevanz, ist der von Weber beschriebene Hazard scheinbar Normalität geworden.

Dennoch wächst die DGPuK beständig. Nie zuvor gab es mehr Fachgruppen. Während diese Entwicklung oft als Ausfaserung kritisiert wird, zeigt sie doch eigentlich, wie anschlussfähig unser Fach ist. Und immer mehr junge Menschen entscheiden sich bewusst für eine Karriere in der Kommunikationswissenschaft, um die zahlreichen Fragen zu beantworten, die in der Gesellschaft auf uns warten. Die Herausforderung besteht jedoch einerseits darin, diese Fragen frühzeitig zu erkennen und die Antworten darauf effektiv zurückzuführen. Der Kulturwandel weg von einer Wissenschaft aus dem Elfenbeinturm hin zur Leuchtturmforschung steht sicherlich noch am Anfang. Andererseits kann dieser Wandel nur funktionieren, wenn dafür die notwendigen strukturellen Voraussetzungen geschaffen werden. Wenn von Nachwuchswissenschaftler*innen verlangt wird für die Wissenschaft zu leben, müssen diese eben auch von ihr leben können: Frist bedeutet Frust.

Diese und weitere Herausforderungen der Wissenschaft als Beruf werden in dieser Debatte von insgesamt elf Kommunikationswissenschaftler*innen auf ganz unterschiedlichen Karrierestufen diskutiert. Auf der Basis von teils ganz persönlichen Einblicken und Erfahrungen soll weniger ein idealistisches als vielmehr ein realistisches Bild der Kommunikationswissenschaft als Beruf gezeichnet werden.

Die Debatte wird von Manfred Rühl eröffnet, der in einem wissenschaftsgeschichtlichen Überblick theoriefähige Lösungen für Gegenwartsprobleme einfordert. Auch Siegfried Weischenberg widmet sich in seinem Beitrag der Relevanz des Faches und stellt dabei ein verändertes Rollenselbstverständnis der Wissenschaftler*innen fest. Warum die Scientific Community jedoch von den verschiedenen Berufs- und Lebenswegen ihrer Mitglieder profitieren kann, thematisiert Melanie Malczok. Philipp Müller formuliert anschließend zwei ganz konkrete Forderungen, wie die Wissenschaft ihre Erkenntnisse in die Gesellschaft hinaustragen kann. Veronika Karnowski thematisiert in ihrem Beitrag, dass Unsicherheit und Unplanbarkeit tägliche Begleiter einer Wissenschaftskarriere sind. Warum man sich in diesem Beruf allerdings nicht selbst beschränken sollte, führt Hannah Schmid-Petri aus. Für Tobias Dienlin ist die Wissenschaft ganz klar ein Traumjob, der jedoch einige Schattenseiten besitzt. Auch Rosanna Planer sieht in der Wissenschaft eine Erfüllung, die in anderen Berufen ihresgleichen sucht. Dass man in der Wissenschaft die Chancen ergreifen sollte, die sich einem bieten, betont Oliver Quiring. Im Anschluss verdeutlicht Simone Huck-Sandhu in ihrem Beitrag, dass (Fach-)Hochschulen attraktive Karrierewege bieten. Schließlich zeigt Maja Malik, dass es auch abseits von Professuren dauerhafte Beschäftigungsmöglichkeiten im Wissenschaftsbetrieb gibt.



# Kommunikationswissenschaft als Beruf

**Standpunkt:**
**Manfred Rühl, 85 (Otto-Friedrich-Universität Bamberg)**

*Wissenschaft als Beruf* (1991) und *Politik als Beruf* (1992) sind Texte Max Webers, die für Forschung und Lehre klassisch werden können, wenn sie theoriefähige Lösungen für Gegenwartsprobleme ermöglichen. Webers Beziehungseinheiten waren Gelehrte und Studierende. Letzteren wurde empfohlen, auf Vernunftrationalität zu setzen, nicht auf Ideologie oder Parteilichkeit. Erkenntnistheoretisch unterscheidet Weber (1991a, S. 44): „Nicht die sachlichen Zusammenhänge der Dinge, sondern die gedanklichen Zusammenhänge der Probleme" sind zu begründen. Weber (1992) charakterisiert: „Journalist" ist ein „demagogischer Beruf", von gesellschaftlicher „Unabkömmlichkeit", ohne „berufliche Aufstiegschancen".

Harold D. Lasswell entwickelt mit „maddening methods" (Eulau, 1969) sozialtheoretische Zusammenhänge zwischen Politik, Kommunikation, Wirtschaft, Öffentlichkeit, Persönlichkeit, Propaganda, Massenkommunikation, Public Relations und öffentlicher Meinung, auf nationalen und globalen Ebenen, ausgerichtet auf Einfluss und Macht (Rühl, 1997). Mit seiner „configurative analysis" beschreibt Lasswell (1958) als Erster, „communications as an emerging discipline" […] „as a field of research, teaching, and professional employment". Die „Lasswell-Formel" diente als Leitfaden für multidisziplinäre Diskussionen.

Seit Menschengedenken gelingt Kommunikation hypothetisch, also vorläufig und ungesichert. Öffentliche Kommunikation ist bereits in Kultstätten, Arenen und auf Marktplätzen antiker Sozialordnungen institutionalisiert. Seit der frühen Neuzeit ermöglicht der Buchdruck neuartige Texte für latente Öffentlichkeiten, aus denen lesefähige Publika zu gewinnen sind. Hält sich die Kommunikationswissenschaft für zuständig, alle Kommunikationsformen zu erforschen und zu lehren, dann leistet die funktional-vergleichende System/Mitwelt-Theorie entscheidende Erkenntnishilfen bei Synthesen aus Sinn, Information, Thema, Mitteilung, Gedächtnis und Verstehen (Luhmann, 1984). Kommunikation lässt sich ausdifferenzieren in Gesellschaftsbereiche, Organisationsformen und „einfache" Kommunikationssysteme (Rühl, 2018). Subjekt- und Handlungstheorien erweisen sich als kommunikationswissenschaftliche Erkenntnishindernisse: „Man erkennt *gegen* ein früheres Wissen, indem man schlecht gegründete Erkenntnisse zerstört" (Bachelard, 1978, S. 46). „Aufräumarbeit" („mop-up work") kann dann faszinieren (Kuhn, 1962, S. 24).

Zu Schul- und Lehrzeiten jobbte ich als Redaktionsbote, Stenotypist und als „Sonntagsredakteur". Diese angelernten Kommunikationsarbeiten boten keine Aufstiegschancen. Dagegen qualifizierte mich mein wirtschafts- und sozialwissenschaftliches Studium, das Publizistikwissenschaftliche mit dem Kommunikationswissenschaftlichen zu verkoppeln. Derart gerüstet, erwarte ich, Probleme der Komunikation mit Zettelkästen (Luhmann, 1981) oder Kommunikation mit künstlicher Intelligenz angehen zu können. „Eine ganz andere Frage ist, ob und wie weit Computer die gesellschaftskonstituierende Leistung der Kommunikation ersetzen oder überbieten können" (Luhmann, 1997, S. 303) – „kritikkulturell" oder „streitkulturell" (Rühl, 1992)?

# Kommunikationswissenschaft als Kampf

**Standpunkt:**
**Siegfried Weischenberg, 71 (Universität Hamburg)**

Die Wissenschaft ist immer noch ein toller Beruf – wenn man, mit Max Weber, die ‚Berufung' dafür hat, also für Lehre und Forschung brennt. Daran hat sich im letzten Jahrhundert nichts geändert. Immer noch gilt auch Webers Satz, dass das „akademische Leben" ein „wildes Hasard" ist, denn die Hochschulkarriere ist nicht nur mühsam, sondern auch riskant.

Dasselbe hat der ‚Wirklichkeitswissenschaftler' übrigens auch vom Journalismus gesagt. Während aber dort die Bedingungen immer schlechter geworden sind, steht die Kommunikationswissenschaft besser da als früher. Zu deren Paradoxien gehört, dass dem Fach Praxisrelevanz zwar immer noch genauso abgesprochen wird wie im vergangenen Jahrhundert. Doch inzwischen wird dieser Vorwurf sozusagen positiv als Ausweis von Wissenschaftlichkeit oder Exzellenz gewertet. Man könnte aktuell sogar von einer Erfolgsgeschichte und einer guten Konjunktur für ‚Wissenschaft als Beruf' sprechen – jedenfalls, was die Größe der Institute, die Zahl der Stellen und auch die Chancen für Frauen angeht.

Unter den Bedingungen von Bolognadisierung und Digitalisierung ist aber insbesondere auch die Rolle der Wissenschaftler*innen und vor allem ihr Rollenselbstverständnis im Kern verändert worden. Dafür ist ein Preis zu zahlen, und ich weiß nicht, ob ich diesen zahlen wollte, wenn ich heute noch einmal vor der Entscheidung stehen würde, den Journalismus zu verlassen, um an die Hochschule zu gehen. Denn heute wird (auch) in der Wissenschaft vor allem auf dem Felde der Aufmerksamkeit gekämpft. Fortbildungsangebote werden neuerdings unter folgendem Titel beworben: „Sichtbar werden. Selbstmarketing in der Wissenschaft".

Wenn man beobachtet, wie sehr sich inzwischen gerade die Kommunikationswissenschaft auf Kommunikation reduzieren lässt, kann man die jüngeren Kolleg*innen nur bedauern. Damit meine ich die geradezu explosionsartige Vermehrung von Fachkonferenzen, für die man Abstracts und Paper vorbereiten – und wo man dann auch noch hinreisen muss. Hinzu kommt der permanente Druck, Forschungsanträge zu stellen, Publikationen einzureichen – inklusive formalem Klimbim. Vor allem aber, noch einmal: Man muss sich durch (fach-)öffentliche Auftritte als umtriebig erweisen, also ständig etwas für die Eigenwerbung tun.

Geblieben ist der Kommunikationswissenschaft aber Unsicherheit über die eigene Identität und Unzufriedenheit wegen viel zu geringer öffentlicher Wahrnehmung. In ihren Selbstbeschreibungen wird nach wie vor über fehlende Sichtbarkeit des Fachs und seiner Akteure geklagt. Haben die personalisierten Kommunikationsoffensiven also doch nicht so viel gebracht? Andererseits zeigen sich viele Fachvertreter*innen von der Dynamik ihrer Wissenschaft und der daraus resultierenden Relevanz sichtlich fasziniert. Selbstoptimierung mag dabei gewiss hilfreich oder notwendig sein für eine Berufung. Doch dies unterscheidet sich vom „inneren Berufe zur Wissenschaft" im Sinne Webers. Dieses Postulat sollten wir nicht aus den Augen verlieren – auch wenn sich an den Hochschulen inzwischen so vieles verändert hat und viele Ansprüche zugunsten der Exzellenz-Rhetorik aufgegeben werden.

# Treppauf, Treppab im Elfenbeinturm

**Standpunkt:**
**Melanie Malczok, 34 (Hochschule Osnabrück)**

Die Feststellung Max Webers, dass der berufliche Weg in die Wissenschaft einem Hazardspiel gleiche, ist aktueller denn je. Neben bekannten Unberechenbarkeiten, was Be- und Entfristungen angeht, spielen heute auch Faktoren eine Rolle, die sich nicht allein aus dem akademischen Betrieb speisen. Ich möchte skizzieren, welcher Irritations- und Innovationswert in ungeraden Berufswegen und der Verzahnung von Wissenschaft und Praxis liegen kann.

Meine Entscheidung mich der Wissenschaft zu verschreiben, fiel mit der Entscheidung für das Studium. Was vermessen klingt, ist schlicht der Tatsache geschuldet, dass diese sich nicht mit Anfang 20, sondern nach dem erfolgreichen Berufseinstieg mit Stationen in Wirtschaft und Verwaltung aufdrängte. Trotz und Naivität waren die vorrangigen Gründe für diese Kursänderung: Trotz, der in diversen Stationen der Praxis von einem Unverständnis für (vermeintlich) dysfunktionale Kommunikationsstrukturen in Organisationen herrührte. Naivität im Sinne der Hybris durch Wissenschaft und Forschung daran etwas verändern zu können.

Aus einem mit Überzeugung vorgetragenen „Man weiß zu wenig über…“ wurde spätestens seit der Dissertationsphase ein demütigeres „Ich weiß zu wenig über…“, denn natürlich stellte ich fest, dass sich bereits andere mit Fragen beschäftigt hatten, die mich auch umtrieben. Die Frage, die nun aber im veränderten und befremdeten Kontakt mit der Praxis zusätzlich virulent wurde, war: „Warum weiß man ‚da draußen‘ so wenig über…?“.

Angewandter Forschung (insbesondere in der PR und Organisationskommunikation) haftet oft der Verdacht der Auftragsforschung und des „Anbiederns“ an die Wirtschaft an. Doch insbesondere der enge Kontakt mit dem Feld in Forschung und Lehre ermöglicht eine „Wissenschaft im Handgemenge“. Kommunikationswissenschaft wird so auch für die Beforschten öffentlich und erlebbar und entfaltet ein anderes Kritik- und Irritationspotential als ein reiner Fachdiskurs. Diverse Wege in die Wissenschaft können so vielleicht auf unkonventionellere (Kommunikations-)Wege aus und durch Forschung verweisen. Die Vermittlungsleistung zwischen den Welten ist vor allem ein notwendiges Treppauf und Treppab im Elfenbeinturm.

Ist eine Journalistin eine bessere Journalismusforscherin oder ein ehemaliger Berater ein besserer PR-Forscher? Nein. Er oder sie stellt aber wahrscheinlich andere Fragen. Diversere Wege in die Kommunikationswissenschaft haben das Potenzial, den akademischen Betrieb auf andere Perspektiven und Fragen zu bringen. Nimmt man diese Potenziale ernst und reduziert sie nicht nur auf Wirtschaftsnähe, kann die Scientific Community umfassend von diverseren Berufs- und Lebenswegen ihrer Mitglieder profitieren. Neben den Innovationsmöglichkeiten, die Wissenschaft fraglos für die Praxis liefert, hat auch die Praxis für die Wissenschaft etwas zu bieten.

# Der Wert der Wertung

**Standpunkt:**
**Philipp Müller, 35 (Universität Mannheim)**

Nach Eriksons (1959) Stufenmodell der psychosozialen Entwicklung stellt sich mit Übertritt ins Erwachsenenalter immer stärker die Frage der sozialen Verantwortung und des Weitergebens von Werten an zukünftige Generationen als persönliche Entwicklungsaufgabe. Ich denke, dies zeigt sich auch in der Wissenschaftler*innen-Biographie. Zumindest an mir selbst stelle ich es fest. Während mich in der Promotions- und frühen Postdoc-Phase Karrierewege und -optionen stark beschäftigt haben, wird es für mich in den letzten Jahren immer zentraler, mit meiner Arbeit in gesamtgesellschaftlicher Perspektive einen Beitrag zu leisten, möglichst den richtigen.

Was also tun? Mit dieser Frage haben sich schon Generationen von Wissenschaftler*innen auseinandergesetzt. In jüngerer Zeit lässt sich bspw. bei Geoffroy de Lagasnerie (2018) nachlesen: „Sobald wir uns entscheiden zu […] publizieren, kommen wir gar nicht umhin, ein politisches Unbehagen zum Ausgangspunkt der Frage nach dem Sinn unseres Tuns […] zu machen“ (S. 16). Ich möchte dem Autor einerseits zustimmen: Jede forscherische und lehrende Tätigkeit ist eine politische Tätigkeit. Wer dies ignoriert, beraubt sich damit der Möglichkeit des Hinterfragens gesellschaftlicher Sachverhalte. Insofern ist rein datenbasierte Forschung (und Lehre), die nicht dazu bereit ist, von empirischen Ergebnissen zu abstrahieren und Wertungen auszusprechen, im wahrsten Sinne wertlos.

Gleichzeitig ist die A-priori-Setzung, „die Welt“ sei per se schlecht, sicherlich falsch. Genauso die vom Autor entwickelte Argumentation, mit quantifizierender Forschung ließe sich keine Kritik üben, da sie nur den Status quo beschreiben, nicht jedoch über diesen hinausdenken könne. Man möchte umgekehrt entgegen: Ohne eine valide Beschreibung des Status quo lässt sich keine fundierte Kritik üben – und auch nicht anerkennen, was womöglich nicht kritikwürdig ist. Vielmehr muss beides zusammenkommen (und voneinander unterscheidbar bleiben), eine unvoreingenommene empirische Beschreibung sozialer Realität und deren Kritik anhand (artikulierter) Wertvorstellungen (Popper, 2017).

Wie trägt man nun seine Erkenntnisse hinaus in die Welt – um tatsächlich „Impact“ zu schaffen? Zwei Aspekte erscheinen mir wichtig: 1.) Innerhalb der Fachgemeinschaft sollte sich eine kritische Perspektive nicht in eigenen Tagungen und Publikationsorganen selbst balkanisieren, sondern ihren Platz in den Institutionen des Fach-Mainstreams sehen und sich an dessen empirischen Standards orientieren. 2.) Sie muss den Schritt in die Gesellschaft gehen – und dabei auch Orte aufsuchen, an denen wissenschaftliches Denken womöglich keine Diskurshoheit hat. Damit einzelne Forschende diesen gesellschaftlichen Beitrag erbringen können, müssen strukturelle Voraussetzungen erfüllt sein. Dies bedeutet vor allem: eine langfristig gesicherte Beschäftigung ohne existentielle Ängste.

# Wissen schaffen und vermitteln

**Standpunkt:**
**Veronika Karnowski, 41**
**(Ludwig-Maximilians-Universität München)**

Die Antwort auf die Frage, warum ich Wissenschaftlerin geworden bin, ist zum einen recht einfach: um Wissen zu schaffen. Getrieben von einer ganz grundsätzlichen Neugierde für die vielfältigen Phänomene des Medienwandels, bedeutet Wissen schaffen dabei für mich weniger das Ergebnis heroischer Einzelleistungen als vielmehr eine immense nationale und internationale Teamarbeit, bei der jeder und jede von uns immer wieder kleine Mosaiksteinchen zu einem großen Bild beiträgt. Sorgen bereitet mir in diesem gemeinsamen Prozess jedoch, dass viele Gruppen in diesem Team unterrepräsentiert oder gar nicht vorhanden sind, wie es aktuell in unserem Fach beispielsweise unter dem Schlagwort #communicationsowhite diskutiert wird. Der andere Teil der Antwort ist: um Wissen zu vermitteln. Auch wenn die Anreizsysteme innerhalb der Wissenschaft sicherlich der Forschung deutlich größeres Gewicht geben als der Lehre, so halte ich die Freude an der Wissensvermittlung doch für unabdingbar.

Der webersche Hazard hat dabei wenig an Relevanz eingebüßt. Unsere Karrierewege sind unsicher und wenig planbar. Insbesondere für diejenigen unter uns, die, wie ich selbst, Familienverantwortung tragen, ist diese Unsicherheit und Unplanbarkeit eine massive Bürde für die Familie und einen selbst. Ich selbst hatte das Glück, zur richtigen Zeit am richtigen Ort zu sein, um für mich persönlich zwischenzeitlich stabile Lösungen zur Vereinbarkeit von Familie und wissenschaftlicher Karriere zu finden. Dass es sich hierbei meist um Sonderfälle handelt, ist sicherlich einer der größten Nachteile. Wenn man es sehr positiv betrachtet, können solche Sonderfälle Mut machen, immer aktiv nach zur eigenen Situation passenden Sonderwegen zu suchen und etwaige Sonderwege Anderer zu unterstützen. Eine Lösung für das Grundproblem, dass die Phase der größten Unsicherheit und Unplanbarkeit in einer wissenschaftlichen Karriere oftmals biographisch mit der Phase der Familiengründung zusammenfällt, wird beides aber nicht sein.

Aktuell sind Unsicherheit und Unplanbarkeit wieder meine täglichen Begleiter auf meinem Weg durch die Wissenschaft mit dem Ziel Professorin. Und es scheint mir – nicht zuletzt auch für mein eigenes Wohlbefinden – ratsam, diese Unsicherheit und Unplanbarkeit manchmal auch als Chance zu sehen: Neue und wechselnde Eindrücke verhelfen zu neuen Perspektiven auf wissenschaftliche Fragestellungen und auch auf das Wissenschaftssystem, wechselnde Studierendenschaften schärfen das Selbstverständnis als Wissensvermittlerin. Und am Ende hilft vor allem eine große Portion Optimismus, dass die eigene Arbeit den Hazard davon überzeugen kann, es gut mit einem zu meinen.

# Mit Mut gegen Selbstbeschränkung: Wissenschaftlerin als Beruf

**Standpunkt:**
**Hannah Schmid-Petri, 39 (Universität Passau)**

Wissenschaft ist ein ungewöhnlicher Beruf. Die Laufbahnwege sind verschlungen, Aufstiegschancen häufig unklar. Auch mitten im Leben stehenden erwachsenen Menschen werden prekäre Arbeitsverhältnisse zugemutet und der Wettbewerbsdruck ist enorm – es gibt immer jemanden, der oder die scheinbar noch mehr arbeitet, noch mehr publiziert oder noch besser vernetzt ist. Dem gegenüber stehen inhaltlich spannende und gesellschaftlich relevante Fragen, das Potential sich beständig weiterzuentwickeln, große Freiheiten in der Arbeitsgestaltung und sehr viele interessante Kollegen*innen.

Viele Nachwuchswissenschaftlerinnen bringen eine große Leidenschaft und ein großes Engagement für ihre wissenschaftliche Karriere mit, stehen aber vor der Herausforderung Privatleben, Familienplanung und berufliche Ziele unter einen Hut zu bringen – vor dem Hintergrund einer meist recht langwährenden beruflichen Unsicherheit. Verständlicherweise ist nicht jede bereit, dieses Risiko auf sich zu nehmen, zumal Zweifel an den eigenen Fähigkeiten und die Unplanbarkeit von Berufungsverfahren diesen Weg zusätzlich erschweren.

Jenseits von gezielter Nachwuchsförderung ist es mir ein wichtiges Anliegen, besonders junge Wissenschaftlerinnen anzuregen, sich nicht unnötig selbst zu beschränken. Damit meine ich vor allem, keine Entscheidungen zu treffen, die die Chancen auf eine wissenschaftliche Karriere nachhaltig begrenzen. Dazu gehören Entscheidungen, die die Ortsflexibilität einschränken, der Verzicht auf klare und verbindliche Absprachen mit dem/der Partner*in, wie die Betreuung von Kindern aufgeteilt werden soll, fehlende Absprachen dahingehend, dass geschaffene Lebensumstände eventuell nochmals umgekrempelt werden müssen, die fast immer unbegründete Angst davor, mit kleinen Kindern ins Ausland zu ziehen, sich eine wissenschaftliche Laufbahn gar nicht erst zuzutrauen oder die Entscheidung, sich nicht auf eine Professur zu bewerben, weil a) „die sowieso schon jemanden dafür vorgesehen haben“ oder b) „ich nicht richtig auf das Stellenprofil passe“.

Es sind solche Selbstbeschränkungen, die nach meiner Einschätzung einen großen Effekt auf die Laufbahnchancen von Nachwuchswissenschaftlerinnen haben. Sie schaffen sich – teils willentlich, teils unreflektiert – Lebensumstände, aus denen heraus es immens schwierig wird, innerhalb des Wissenschaftssystems dauerhaft Erfolg zu haben.

Aus meiner eigenen Erfahrung möchte ich gegen diese Selbstbeschränkungen anarbeiten. Sicher bleibt es ungewiss, ob die ersehnte Professur erreichbar ist und ob sie an einem Ort liegt, der zu den sonstigen Lebenswünschen passt. Aber das allein sollte nicht dazu führen, sich selbst aus dem Rennen zu nehmen. Das fordert gewiss dem Umfeld einiges ab und natürlich sind nicht alle Umstände selbst gestaltbar. Aber es lohnt sich: Erstens steigen damit die Chancen auf einen großartigen unbefristeten Job im Wissenschaftsbetrieb. Und zweitens kann man mit dieser Haltung stets in den Spiegel blicken und sich sagen, es wirklich und ehrlich versucht zu haben.

# Ein Traumjob mit Schattenseiten

**Standpunkt:**
**Tobias Dienlin, 32 (Universität Hohenheim)**

Machen wir uns nichts vor: Die Wissenschaft ist ein Traumjob. Wo sonst wird man dafür bezahlt, hauptberuflich nach der Wahrheit zu suchen, junge Menschen auf ihrem Lebensweg zu begleiten, um die ganze Welt zu reisen, international zu kooperieren, jeden Tag neu zu lernen, zu lesen, Projekte, Arbeitszeiten und Arbeitsmethoden selbst zu bestimmen?

Gleichzeitig: Wie andere Traumjobs auch, hat die Wissenschaft ebenso ihre Schattenseiten. Wo sonst erhalten die am besten ausgebildeten Nachwuchskräfte keine volle Stelle, arbeiten auf befristeten Verträgen, reisen für den nächsten Job quer durch die Republik, leisten freiwillig unbezahlte Überstunden, weisen dabei branchenweit die geringsten Ausfallzeiten auf und leiden unter stetigem Zwang nach Selbstoptimierung?

Das Hauptproblem des Nachwuchses besteht in einem Mangel an Stellen mit langfristiger Perspektive. Neben Drittmittelprojekten, bei denen befristete Verträge berechtigt sind, muss es möglich sein, den Großteil der notwendigen Nachwuchsstellen – unter Berücksichtigung des Leistungsprinzips, Geschlechtergerechtigkeit und Familienplanung – langfristig anzulegen.

Konkret: Dass die DFG Promotionsstellen nur auf 65% Basis für die Kommunikationswissenschaft anbietet, ist untragbar. Dass Juniorprofessuren ohne Tenure-Track ausgestattet werden, verhindert langfristige persönliche Orientierung, Nachhaltigkeit der Forschung und das Leistungsprinzip. Dass der finale Selektionsprozess oft erst mit der W2/W3-Professur im Alter von 40 Jahren erfolgt, ist unsäglich.

Notwendige Maßnahmen erfordern ein Umschichten der bereits vorhandenen Mittel auf weniger Stellen. Ebenso muss eine Vergrößerung des gesamten Kuchens bedacht werden. Auch das ist gut zu begründen: Gerade internationale Publikationen stammen häufig von Nachwuchswissenschaftlern; der Forschungsberuf ist kaum von Automation und künstlicher Intelligenz bedroht, somit langfristig gesichert; der allgemeine Beitrag zu Lehre, Bildung und Persönlichkeitsentwicklung ist beträchtlich.

Deutschland muss seinem Selbstbild als Forschungsstandort gerecht werden. Dem gewünschten exzellenten Nachwuchs müssen ebenso exzellente Bedingungen gestellt werden. Es muss zunehmend klarwerden, dass die Wissenschaft zu viele Unwägbarkeiten, Engpässe, gar Abgründe bereithält. Bei anderen sogenannten Traumjobs wissen wir dies bereits und nehmen eine entsprechende Erwartungshaltung ein. Bei der Wissenschaft noch nicht. Gleichzeitig müssen die vorhandenen Probleme behoben werden, um langfristig exzellenten Nachwuchs für die Forschung garantieren zu können.

Ich liebe es, als Post-Doc in der Wissenschaft zu arbeiten. Für mich ist es ein Traumjob. Ansonsten würde ich es nicht machen.

# Kaffeepausen neu interpretiert

**Standpunkt:**
**Rosanna Planer, 24 (Universität Leipzig)**

Kaffeepausen. Gezwungener Smalltalk. Unangenehme Gespräche. Enttäuschung im Gesicht des Gegenübers, als es erfährt, dass ich hier nur einen Vortrag über meine jüngst abgeschlossene Bachelorarbeit halte. „Doch keine potentielle Co-Autorin für den vierzigseitigen, englischsprachigen Systemtheorie-DFG-Antrag", denkt er sich. „Ach, die erste Tagung, das waren noch Zeiten", denkt sie sich. Wo bin ich hier gelandet, denke ich mir. Was sind das für seltsame Menschen? Und sollten Kaffeepausen nicht erholsam sein?

Drei Jahre, eine Masterarbeit, eine Mitarbeiterinnenstelle und eine begonnene Dissertation später sind sie zum Glück nicht nur erholsam, sondern auch bereichernd. Erst kürzlich habe ich auf einer Tagung den Sprung vom *Ich-besuche-jedes-Panel* zum *Ich-skippe-das-Panel-für-Networking* geschafft. Ein zentraler Entwicklungsschritt in der wissenschaftlichen Karriere.

Entwicklungsschritte, die ich nach einer Selbstbeobachtungs-Studie (nicht empirisch, reliabel, oder signifikant) außerdem verzeichnen kann: Ich habe es geschafft, mich im Wirrwarr der universitären Bürokratie halbwegs zurechtzufinden. Während mir die Lehre anfangs schweißtreibendes Herzklopfen und Selbstbewusstseinsdefizite bereitete, finde ich heute regelrechte Erfüllung in der Rolle als Seminarleiterin. Und zu guter Letzt bestätigt wohl die Tatsache, dass mich Dissertations-Freitage glücklich machen, die der Selbstbeobachtung zu Grunde gelegte Hypothese: Ich gehöre jetzt auch zu diesen seltsamen Menschen. Jetzt gibt es kein Zurück mehr. Zumindest bis dieser Vertrag endet und wir eine Lösung für die Weiterbeschäftigung gefunden haben. Vielleicht doch zurück zum Systemtheorie-DFG-Antrag?

Und trotz aller Unannehmlichkeiten, denen wir promovierenden Existenzen in der Wissenschaft bekanntermaßen ausgesetzt sind, so komme ich doch zu der Schlussfolgerung: Die persönliche Entwicklung, die eine wissenschaftliche Laufbahn mit sich bringt, sucht in anderen Berufen ihresgleichen. Die Erfüllung, die in nächtelangen Recherchen, positivem Seminarfeedback und bereichernden Tagungsreisen liegt, erweitert Horizonte und Kontaktlisten. Das ständige Verlassen der eigenen Komfortzone in den unterschiedlichsten Bereichen ist herausfordernd und bringt mich gleichzeitig so sehr weiter, dass ich für die nächsten Jahre sage: „I'm in". Kaffeepause mit Wissenschafts-Talk, ich komme.

# Wissenschaft als Berufung

**Standpunkt:**
**Oliver Quiring, 50 (Johannes Gutenberg-Universität Mainz)**

Wie ich zur Kommunikationswissenschaft gekommen bin? So wie zum Studium der Sozialwissenschaften. Hauptsächlich durch Zufall. Etwas planlos hatte ich mich nach Abitur und einer frustrierenden, aber abgeschlossenen Banklehre mit einem guten Freund über Zukunftsaussichten unterhalten. Ich wusste, was ich nicht wollte. Mehr aber auch nicht. Er studierte Sozialwissenschaften in Nürnberg. Klang gut. Ich habe mich dann gar nicht mehr umgeschaut und einfach eingeschrieben.

Zu meinem Erstaunen fiel mir das Studium unfassbar leicht. Außerdem hatten Soziologie, Psychologie und Kommunikationswissenschaft mein Interesse geweckt. Dennoch hatte ich mich schon während des Studiums im regionalen Kulturbetrieb ganz gut eingerichtet und fühlte mich wohl. An eine Promotion dachte ich erst zwei Wochen vor Abschluss des Examens (1998). Und auch nur, weil ich einen Anruf bekam: In einem DFG-Projekt von Lutz Hagen war der eingeplante Kandidat abgesprungen.

So fand ich mich ein paar Tage nach dem Examen am Lehrstuhl von Winfried Schulz in Nürnberg wieder. Ab da wurde es wissenschaftlich nicht leichter, aber besser. Will damit sagen: Weder Promotion noch Habilitation fielen mir leicht. Aber das ist gut so, weil beide in eine Zeit fallen, die akademisch die Sinne deutlich schärft. Und ich hatte auch schlicht Glück. Sowohl in Nürnberg während der Promotion (2003) als auch später in München während der Habilitation (2009) hatte ich mit Winfried Schulz, Hans-Bernd Brosius und Romy Fröhlich akademische Lehrerinnen und Lehrer, die ich für den Wiederholungsfall (einer meiner wiederkehrenden Alpträume) gerne noch einmal hätte. Von allen war etwas ganz Eigenes zu lernen. In einer Zeit, in der Nachwuchsförderung alles andere als selbstverständlich war, musste ich mich aber nicht groß sorgen, sondern konnte mich voll meinen wissenschaftlichen Interessen widmen – und Fehler über Fehler begehen.

Der Ruf nach Mainz kam wenige Wochen vor Abschluss der Habilitation. Auch dort hatte ich Glück. Hans Mathias Kepplinger und Jürgen Wilke ließen mich nie spüren, mit welch ausgeprägtem Greenhorn sie es anfangs zu tun hatten. Ich konnte durch Zusehen weiter lernen. Bis heute. Und mittlerweile recht oft, indem ich meinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zusehe. Was in der zusammenfassenden Rückschau etwas salopp dahin erzählt und zugegebenermaßen zu harmlos wirken mag, hat für mich aber einen wichtigen Kern: Dinge entwickeln sich. Chancen bieten sich. Man muss sie dann halt ergreifen. Aber Kindern bei der Einschulung schon mit Gymnasium und Studium zu drohen, halte ich für so falsch wie grausam. Und zum Ausgangpunkt der Diskussion nur Folgendes: Berufen zu werden hat deutlich mehr mit „Berufung“ zu tun als mit „Beruf“. Alles andere führt in die Irre und weckt falsche Erwartungen.

# (Fach-)Hochschulen als mögliche Karrierewege in der Wissenschaft

**Standpunkt:**
**Simone Huck-Sandhu, 42 (Hochschule Pforzheim)**

Wie, an eine FACHHOCHSCHULE?! Als ich 2011 den Ruf an die Hochschule Pforzheim angenommen habe, waren viele in der Community – gelinde gesagt – erstaunt. Wie kommt jemand mit klassischer Uni-Karriere und Habilitation bloß auf die Idee, bei zeitgleichen Rufen von zwei altehrwürdigen Universitäten und einer Hochschule für Angewandte Wissenschaften ausgerechnet den Ruf an die HAW anzunehmen?

Die Stellenanzeige der Hochschule Pforzheim war mir nur ins Auge gesprungen, weil eine W3-Forschungsprofessur für PR an einer HAW unüblich ist. Die Ausschreibung klang so, als suche man genau nach mir. Aber es war keine Uni, also nichts für mich. Ich war in der Endphase der Habilitation und hatte gerade erst meinen Hut bei mehreren Uni-Verfahren in den Ring geworfen. Als die W3 erneut ausgeschrieben wurde, hörte ich mich doch um: Top-Positionen in Rankings, eine lange Tradition in der Kommunikationsausbildung und eine Fakultät, die gerade als erste HAW die internationale Akkreditierung durch AACSB erfolgreich durchlaufen hatte. Ich bewarb mich und erlebte ein Berufungsverfahren, das inhaltlich anspruchsvoller war als manches meiner Uni-Verfahren. Am Ende war es eine klare Entscheidung für die Stelle, die Hochschule Pforzheim und, ja, auch für das Modell HAW.

HAW ist nicht gleich HAW, genauso wie nicht an jeder Universität alles Gold ist was glänzt. Meine punktet mit kleinen Gruppen, sehr guten, engagierten Studierenden, vielfältigen Anknüpfungspunkten für meine Forschung, einer konstruktiven Kommunikationskultur und kurzen Entscheidungswegen. Das Deputat von 18 SWS, mit Reduktion z.B. für Drittmittelprojekte oder Selbstverwaltung, war für mich kein Minuspunkt. Im Gegenteil: Ich stehe (auch) sehr gerne im Hörsaal.

Ob Uni oder HAW: Für die wissenschaftliche Karriere braucht es erstens – ganz simpel – harte Arbeit, zweitens Menschen, die einen fordern, fördern und an einen glauben, und drittens eine große Portion Glück, um zur richtigen Zeit mit der richtigen Qualifikation am richtigen Ort sein zu. Ich hatte während der Promotion und Habilitation parallel zum Standbein an der Universität immer auch ein Spielbein in der Praxis. Es war Ausgleich, gab mir Erdung und innere Freiheit, falls es mit der Uni-Karriere eben doch nicht geklappt hätte. Mein Plan B wäre dann die Praxis gewesen. Dass es einmal just diese Praxiszeiten sein würden, die mir in Verbindung mit der Habilitation die Türe zu einer Forschungsprofessur auch an HAWs öffnen, war völlig ungeplant. Falls Sie sich immer noch fragen, wie jemand auf die Idee kommt, vorliegende Rufe an Universitäten zugunsten einer W3 an einer Hochschule abzulehnen, dann ist meine Antwort: im Vollbesitz meiner geistigen Kräfte, wohl überlegt und mit großer Überzeugung!

# Im Dienste von Forschung und Lehre: Wissenschaftsmanagement

**Standpunkt:**
**Maja Malik, 45 (Universität Münster)**

Dass ich Wissenschaft als Beruf betreiben kann, hat auch mit Glück beim von Max Weber beschriebenen Hazard zu tun: Ich gehöre zu den wenigen Menschen, die ohne Professur auf Dauer wissenschaftlich arbeiten können, auf der Stelle einer Akademischen Rätin. Zu solchen Dauerstellen gehören in der Regel neben der Forschung entweder größere Lehrverpflichtungen oder, wie in meinem Fall, umfangreichere administrative Aufgaben. Diesen administrativen Aspekt der Wissenschaft hat Max Weber nur kurz abgehandelt und der Zeit entsprechend allein einem „Institutsdirektor" zugeschrieben, der „Betriebsmittel größeren Umfangs" verwalten müsse.

Allerdings, so Weber, bestehe eine „außerordentlich starke Kluft, äußerlich und innerlich, zwischen dem Chef eines solchen großen kapitalistischen Universitätsunternehmens und dem gewöhnlichen Ordinarius alten Stils". Auch wenn es letzteren wohl nicht mehr gibt, kann die Kluft zwischen den Interessen und Kompetenzen guter Wissenschaftler*innen und den Anforderungen eines vernünftigen Personal-, Finanz- und Studiengangsmanagements nach wie vor äußerst groß sein. Sie wird aber zunehmend verringert durch Stellen wie der meinen, die an der systematischen Planung von Entscheidungen und der zielgerichteten Steuerung von Instituten und Fachbereichen mitarbeiten und das Wissenschaftsmanagement professionalisieren.

Im Arbeitsalltag befasse ich mich daher neben der Lehre vor allem mit Fragen der Arbeitsorganisation im Institut, mit personalrechtlichen Themen, Struktur- und Finanzplanung, der Vorbereitung von Gremienentscheidungen und vor allem mit Koordination und Kommunikation in Institut, Fachbereich und Universität. Zeit zum Forschen habe ich entsprechend wenig. Dennoch: Dieser Managementaspekt ist heute integraler Bestandteil von Wissenschaft als Beruf in der „unternehmerischen Universität". Gutes Management ermöglicht es, die Menschen und Stellen, die primär der Forschung und der Lehre verpflichtet sind, von administrativen Aufgaben zu entlasten und möglichst große Freiheit für die Wissenschaft zu erhalten, auch wenn von außen betriebswirtschaftliche Kriterien angelegt werden. Es steht damit im Dienste von Forschung und Lehre und schafft dafür die bestmöglichen Bedingungen.

Für mich ist das eine sehr sinnstiftende Aufgabe und ein vielfältiger, verantwortungsvoller Tätigkeitsbereich, den ich mit derselben Begeisterung und Akribie ausüben kann wie bei der Beschäftigung mit einer Forschungsfrage. Ich genieße auch hier den Anspruch und die Freiheit der Wissenschaft. Wenn dann, wie in meinem Institut, auch die entsprechende Wertschätzung der Kolleg*innen hinzukommt, ist Wissenschaftsmanagement als Beruf sehr befriedigend.

# Leserbrief zu Aviso 1/2019

Aviso befasste sich in Heft 1/2019 konzentriert mit einem grundlegenden Problem unseres Faches: Wie schaut es mit dessen externer Kommunikation aus, mit der Öffentlichkeitsarbeit? Wir wissen es wohl schon lange: Da gibt es deutliche Probleme; viele Beiträge bestätigen das.

Als Kontrast will ich ein paar Namen nennen, es sind nur Beispiele: Franz Walter, Jürgen Falter, Heinrich Oberreuter, Everhard Holtmann, Hajo Funke, Volker Kronenberg, Albrecht von Lucke, Christian Hacke, Guido Steinberg, Werner Weidenfeld, Stefan Marschall, Herfried Münkler, Ulrich von Aleman, Georg Fülberth, Peter Grottian, Eckhard Jesse, Werner Patzelt, Karl-Rudolf Korte, Martin Morlok, Jochen Hippler. Wozu diese Aufzählung? Nun, das sind Politologen, die nicht selten in den Medien vorkommen, via Interviews und Statements, in Talkshows, mit eigenen Beiträgen. Ähnliches lässt sich für Historiker, Soziologen, Pädagogen und Psychologen zeigen.

Doch ausgerechnet die ForscherInnen, die mit Medien zu tun haben, tauchen in Publikumsmedien nur als Spurenelemente auf. Dabei fragen Alexander Godulla und Cornelia Wolf unter „avisiert" zu Recht: „Ist nicht unser Gegenstand quasi per se geeignet, kontinuierlich von den Forschenden unseres Fachs in der Öffentlichkeit kompetent und sichtbar vertreten zu werden?" Ja, es ist geeignet, und wie! Nur klafft da ein Abgrund zwischen Theorie und Praxis. So droht laut Alexandra Borschardt die Gefahr, dass das Fach in der Irrelevanz verschwindet.

Was tun? Ganz wichtig scheint mir, sich von der These zu verabschieden, man sei vor allem für die Forschung da, für das Publizieren via Bücher und Aufsätze. So unbedingt sollte das nicht gelten. Das Fach ist auch dafür zuständig, öffentlich wahrgenommen zu werden. Doch das geht nicht von selbst. Das ist harte, kontinuierliche Arbeit, die man aber nicht scheuen darf. Ich habe jedoch den Eindruck, dass mal nicht so gute Erfahrungen mit Redaktionen leicht als Vorwand dienen, solche Begegnungen zu meiden, ja ganz einzufrieren. Was für ein Fehler!

Etwas muss danebengehen: die Erwartung, dass Journalisten etwa durch Artikel in unseren Fachzeitschriften ein Thema aufgreifen, so ganz von sich aus. Da stoßen sie dann auf Begriffe wie Framing, Mediatisierung, Repertoireanalyse, ebenenübergreifendes Basiskonzept, Privatheitsrisiken, Rekonzeptualisierung, Selektionslogiken und eskapistische Nutzung. Auch Nomos-Titel über Narrative Persuasion und Konsistenztheorien sind nicht sehr einladend. Besser ist da schon (siehe M+K, Heft 1/2019) ein Aufsatz zur Frage „Alles Pfeifen?!" über Fußball-Schiedsrichter.

Man muss auch nicht gleich nach einer Talkshow oder einem FAZ-Artikel streben. Ich denke, dass Themen mit lokalen und regionalen Bezügen eher zum Ziel führen, etwa zum örtlichen Medienangebot samt dessen Bedrohung, zum (Medien-)Image von LandespolitikerInnen. Warum nicht ein Pressegespräch für vier, fünf Leute aus regionalen Medien planen, den Besuch mit ein paar Studierenden in einer Redaktion, jemanden von dort um einen Vortrag plus Diskussion bitten?

Man müsste doch Absolventen kennen, die jetzt in Medien arbeiten. Und waren nicht manche DozentInnen selbst in Redaktionen tätig und haben ihren Ruf an eine Hochschule auch wegen ihrer Praxis bekommen?

Für solche Kontakte kommt viel Stoff in Frage, etwa die unterdrückten Themen (siehe Initiative Nachrichtenaufklärung), die in vielen Staaten bedrohte Pressefreiheit, ein besserer Schutz für Whistleblower, die gegenwärtigen Probleme des Urheberrechts, die immer weiter zunehmende Infoflut mit einem massiven Strukturwandel der Öffentlichkeit, das Publizieren von Umfrageergebnissen noch kurz vor Wahlen, die veränderten Nachrichtenwerte.

Dazu müssten Medienforscher Kompetentes (und Verständliches) sagen können. Sie kennen sich aus in einem Fach, das einen enormen Aufschwung erlebte und von Tausenden studiert wird. Wie wäre es, jene Studierenden um Rat zu fragen, wie man öffentlich besser dasteht? **Eckart Roloff**

## Nachrichten und Personalien

**Dr. André Haller** ist ist auf eine Professur für Digital Marketing an der FH Kufstein Tirol berufen worden.
**Prof. Dr. Julia Metag** ist auf eine Professur für Kommunikationswissenschaft an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster berufen worden.

*Hier sind wir auf Hinweise angewiesen. Wir bitten Sie um eine kurze Information, wenn Sie einen Ruf angenommen, eine Gast- oder Vertretungsprofessur wahrgenommen, ein Amt übernommen, einen Preis erhalten haben oder habilitiert wurden.*

# Ein Standort, zwei Laufbahnen

## Marion G. Müller und Christian Nuernbergk wurden nach Trier berufen

Marion G. Müller und Christian Nuernbergk sind beide 2019 an die Universität Trier berufen worden. In diesem Doppelinterview möchten wir sie in ihren neuen Rollen vorstellen und nach ihrem Verhältnis zur „Wissenschaft als Beruf" fragen.

**Max Weber schreibt über den Zufall und unseren Beruf: „Ich kenne kaum eine Laufbahn auf Erden, wo er eine solche Rolle spielt." Welcher Zufall hat sich in Ihrer Karriere als besonders günstig erwiesen?**

**Müller:** Vorab – Max Webers Text ist der erste, den ich in meinem politikwissenschaftlichen Studium las und er begeistert mich noch heute. Der Zufall hat bei mir an vielen Stellen eine Rolle gespielt – ich war zur rechten Zeit am rechten Ort als 1991 das erste DFG-Graduiertenkolleg „Politische Ikonographie" am Kunsthistorischen Seminar der Universität Hamburg gegründet wurde. Interdisziplinär musste das Kolleg mit Doktorand*innen besetzt sein und ich war dann die Politologin unter Kunsthistoriker*innen – das war sicherlich ein glücklicher und ein wegweisender Zufall für meine Karriere. Denn seither steht die Auseinandersetzung mit politischen Bildern in der Visuellen Kommunikationsforschung im Zentrum meiner Forschung und Lehre.

**Nuernbergk:** Ich tourte nach meinem Magisterstudium zufällig durch Rheinland-Pfalz. Christoph Neuberger rief an und erzählte von seinem just eingeworbenen DFG-Projekt „Journalismus im Internet". Es war eine Stelle zu besetzen. Auf dieser fand ich nur kurz später in meinen Beruf. Das Projekt war klar profilbildend für mich. Ich konnte Methoden im großen Stil anwenden. Zudem habe ich um den eigentlichen Projektkern mein Dissertationsprojekt entwickelt. Bei mir standen nicht die Eigenleistungen des professionellen und partizipativen Journalismus im Zentrum, sondern die jeweilige Anschlusskommunikation im Internet.

**Der Blick über den Tellerrand ist in der Forschung wichtiger denn je. Welche wissenschaftliche Leistung außerhalb der Kommunikationswissenschaft bewundern Sie besonders?**

**Nuernbergk:** Mit Blick zurück fasziniert mich vor allem das systematische Wirken der

Naturforscher*innen, allen voran Alexander von Humboldt. Es handelt sich dabei um einen echten Netzwerker, der die Verbundenheit natürlicher Ökosysteme vom Winzigsten bis zum Größten beschrieben hat. Sein Verständnis über die Zusammenhänge in Natur und Umwelt hat Humboldt aktiv in die Öffentlichkeit getragen. Eine Aufgabe, die auch für das Zusammenwirken von Akteuren und Strukturen in einer digitalen Welt nötig ist.

**Müller:** An erster Stelle steht für mich der Pionier der Kulturwissenschaften, der Kunsthistoriker Aby Warburg (1866-1929), der auch mit seiner Lebensgeschichte, seinem psychischen Leiden am Ersten Weltkrieg, für mich prägend war und ist. Die Erfahrung der eigenen seelischen Verwundbarkeit hat ihn besonders empfänglich, aber auch hartnäckig gemacht in der Suche nach Erklärungen für die visuellen Ausdrucksformen großer Emotionen. Diese Pathosformeln, die Warburg in den visuellen Produkten verschiedener Kulturen identifizieren und klassifizieren konnte, haben den Grundstein für die heutige visuelle Kommunikationsforschung gelegt. Dabei hat Warburg nicht nur transdisziplinär sondern auch transhistorisch geforscht.

**Sehr wichtig war Weber der Gedanke der Spezialisierung in der Wissenschaft. Welchem speziellen Ziel möchten Sie sich in Ihrer künftigen Forschung besonders widmen?**

**Müller:** Mein aktuelles Forschungsthema ist die „Cyberbildlichkeit“ und die Frage, was sich durch die Digitalisierung und Glokalisierung an den visuellen Kommunikationsformen verändert und was weiterhin Bestand hat. Zudem knüpfe ich in Trier wieder an meine Promotion an und untersuche die digitalen visuellen Kommunikationsinhalte im laufenden US-Präsidentschaftswahlkampf. Christian Nuernbergk und ich sind Teil eines innovativen Forschungsnetzwerks an der Universität Trier zum Thema „Musterhaftigkeit/Patterns“, in dessen Rahmen ich besonders die multimodalen Muster politischer Online-Kommunikation untersuche.

**Nuernbergk:** Mich interessieren besonders die Muster und Strukturen von Interaktionen in der Netzwerköffentlichkeit. Im Moment arbeite ich gemeinsam mit Axel Bruns (QUT Brisbane) an einem Langzeittracking von journalistischen Accounts auf Twitter. Dazu haben wir eine Datenbank aufgebaut und können verfolgen, welche Akteurstypen häufig miteinander interagieren und welche Stabilität die Netzwerkmuster aufweisen. Mit Methodenkombinationen lässt sich ein tieferes Verständnis davon gewinnen, welche Rolle die persönlichen Accounts in verschiedenen Kontexten des Journalismus spielen.

**In „Wissenschaft als Beruf“ steht auch: „Denn nichts ist für den Menschen als Menschen etwas wert, das er nicht mit Leidenschaft tun kann.“ Welcher Teil Ihrer Tätigkeit erfüllt Sie mit besonderer Leidenschaft?**

**Nuernbergk:** Besonders freue ich mich über positives Feedback in der Lehre oder die Betreuung gelungener Abschlussarbeiten. Über die Lehre Studierende ein Stück Ihres Weges zu begleiten und mit der Interaktion auch ein kritisches Verständnis zu wecken und zugleich Inspiration zu erhalten, ist für mich sehr motivierend. Eine gewisse Leidenschaft empfinde ich auch beim Durchführen von Befragungen, Inhalts- oder Netzwerkanalysen. Der Moment, wo nach der Erhebungsarbeit die Daten kommen, ist meist besonders schön – auch wenn die Begeisterung dann schnell einem kritischen Blick weichen wird.

Anzeige

Springer VS

Neu-erscheinung

W. Schweiger, K. Beck (Hrsg.)
**Handbuch Online- Kommunikation**
2., vollständig überarbeitete Aufl.
2019, IX, 592 S. 17 Abb.,
6 Abb. in Farbe. Geb.
€ (D) 59,99 | € (A) 61,67 | *sFr 66,50
ISBN 978-3-658-18015-7
€ 46,99 | *sFr 53,00
ISBN 978-3-658-18016-4 (eBook)

**Ihre Vorteile in unserem Online Shop:**
- Über 280.000 Titel aus allen Fachgebieten
- eBooks sind auf allen Endgeräten nutzbar
- Kostenloser Versand für Printbücher weltweit

Jetzt bestellen auf **springer.com/Angebot** oder in der Buchhandlung.

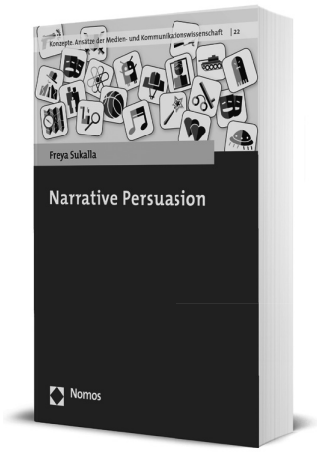
(€ (D) sind gebundene Ladenpreise in Deutschland und enthalten 7 % für Printprodukte bzw. 19 % MwSt. für elektronische Produkte. € (A) sind gebundene Ladenpreise in Österreich und enthalten 10 % für Printprodukte bzw. 20 % MwSt. für elektronische Produkte. Die mit * gekennzeichneten Preise sind unverbindliche Preisempfehlungen und enthalten die landesübliche MwSt. Preisänderungen und Irrtümer vorbehalten.

Part of **SPRINGER NATURE**

springer.com/Angebot

Anzeige

Wie beeinflusst narrative Persuasion den Rezipienten?




Neu 2019

**Narrative Persuasion**
Von Dr. Freya Sukalla
*2019, 146 S., brosch., 21,90 €*
*ISBN 978-3-8487-4146-5*
*(Konzepte. Ansätze der Medien- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 22)*
*nomos-shop.de/29661*

Narrationen – ob als Filme, Fernsehserien, Romane oder Computerspiele – ermöglichen es uns, in andere Welten einzutauchen und die Perspektiven der Figuren einzunehmen. Inwiefern diese Erfahrungen die Überzeugungen, Einstellungen, Intention und Verhalten der Rezipienten beeinflussen, untersucht das Forschungsfeld der narrativen Persuasion. Dieser Band stellt die zentralen kommunikationswissenschaftlichen Ansätze und Modelle zur Erklärung narrativer Persuasion vor, erläutert das typische methodische Vorgehen und gibt einen systematischen Überblick über den Forschungsstand. Abschließend werden kritische theoretische und methodische Aspekte diskutiert und aktuelle Entwicklungen im Forschungsfeld skizziert.

Das Buch eignet sich für Studierende und Lehrende der Kommunikationswissenschaft und für andere Interessierte als Einführung, Nachschlage- oder Überblickswerk zu zentralen Konzepten, Prozessen und Befunden narrativer Persuasion.

Nomos eLibrary www.nomos-elibrary.de

Erhältlich im Buchhandel oder versandkostenfrei unter: nomos-shop.de
Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer

Nomos

**Müller:** Jetzt, ganz konkret, fiebere ich den Blickbewegungsanalysen mit meinem neuen Eyetracker entgegen. Das mag sich vielleicht seltsam anhören, aber die Möglichkeiten, die psychophysiologische Messungen und die Zusammenarbeit mit der Psychologie ermöglichen, davon hat Warburg nur träumen können. Dass ich dies nun in meinem eigenen VisComX-Labor durchführen kann lässt mich auch bis spät in die Nacht mit großer Freude an Untersuchungsdesign, Stimuli und am Setup arbeiten.

**Jenseits dieser Leidenschaft in Forschung und Lehre – was begeistert Sie als Privatperson?**

**Müller:** Hier in Trier habe ich auf der schönen Mosel mit dem Rudern angefangen und das begeistert mich jede Woche. Meine Tochter ist jetzt im studierfähigen Alter und ich verfolge mit großer Freude, wie sie sich meiner Forschung annähert und sich dafür interessiert.

**Nuernbergk:** Mich und Marion G. Müller verbindet eine Leidenschaft für historische Serien. Generell würde ich sagen, ich habe vielfältige Interessen. Gutes Essen, Theater, Entdeckungen aus Flora und Fauna, Berge und Meer gehören in jedem Fall dazu. Außerdem freue ich mich, wenn ich durch die Weinberge zur Uni rauf und runter radle.

**Was wünschen Sie Ihrer neuen Kollegin, Ihrem neuen Kollegen, für die gemeinsame Zeit an der Universität Trier?**

**Nuernbergk:** Die Teamkonstellation ist sehr bereichernd und ich wünsche mir, dass das so bleiben wird. Natürlich hoffe ich, dass uns der Aufbau des neuen Studiengangs und der beiden Arbeitsbereiche sehr gut gelingt und wir produktiv von gegenseitigem Input lernen. Meiner Kollegin wünsche ich weiterhin viel Freude an ihren Lehr- und Forschungsprogrammen und einen tollen visuellen Poster-Output aus ihren Seminaren. Und natürlich wäre es super, wenn die Uni uns bei der digitalen Lehre unterstützt.

**Müller:** Ich wünsche uns beiden, dass wir als Team so weitermachen, wie wir begonnen haben und dass uns der Humor nicht abhandenkommt. Darüber hinaus wünsche ich ihm, dass alle seine Drittmittelprojekte bewilligt werden! Diese wären eine ideale Ergänzung zu dem forschungsnahen, von uns neu konzipierten Lehrprogramm mit einem BA in der Medien- und Kommunikationswissenschaft, der thematisch und methodisch einen digitalen Schwerpunkt haben wird.

# Emeritus – ein schöner Beruf?

Vor knapp hundert Jahren hat Paul Klee ein Ölbild gemalt, das noch heute die Besucher des Kunstmuseums Basel in seinen Bann zieht. Es zeigt in warmen Pastellfarben ein scheibenartiges Antlitz, das in der Kombination von geometrischen Formen Einflüsse aus der afrikanischen Maskenkultur aufweist. Wie in einer Matroschka-Puppe verschmelzen in dieser abstrakten Physiognomie mehrere Altersstufen. Mit dem Doppeltitel „Senecio“ und „Baldgreis“, mit dem er sein Werk benannt hat, spielt er auf die natürliche menschliche Entwicklung an.

„Baldgreis“ – das trifft auch auf jeden smarten Kollegen zu, der heute als frisch ernannter Juniorprofessor von Konferenz zu Kongress reist, um seine Erkenntnisse vorzutragen (und selbstredend auch auf jede Kollegin). Irgendwann sind wir alle soweit.

Der Lauf des Lebens ist – grob gesagt – durch drei große Phasen bestimmt: Auf Kindheit und Jugend, die Sozialisations- und Ausbildungsphase, folgt die Berufsphase, die in einer Normalbiografie den größten Raum einnimmt. Dann folgt der sogenannte „Ruhestand“. Dies ist ein typisch deutscher Begriff – wie „Kindergarten“ und „Waldsterben“ ist er längst als Fremdwort in andere Sprachen eingesickert. Von manchen wird er herbeigesehnt (weshalb „Ruhestand mit 63“ als sozialpolitischer Wahlknüller Wirkung gezeigt hat). Nicht selten wird diese Lebensphase als imaginärer Verschiebebahnhof für ungelebte Wünsche und Träume in Anspruch genommen. Allerlei Vergünstigungen und Spezialangebote versuchen, den Alltag schmackhaft zu machen: der Seniorenteller im Restaurant, ein Seniorenrabatt im Museum und im Kino, schließlich die Seniorengymnastik und – als Endstation - die sogenannte Seniorenresidenz.

Andere Altersgenossen sehen die anstehende Verabschiedung in den Ruhestand eher ambivalent, und die inzwischen inflationär gebrauchte Bezeichnung „Unruhestand“ soll dem Begriff seine subkutane Peinlichkeit nehmen. Bei Päpsten und Bischöfen spricht man von Emeritierung. Das Gleiche gilt für Universitätsprofessoren, wobei der Deutsche Hochschulverband die Begriffe „Emeritus“ und „Emerita“ unabhängig von hochschulrechtlichen Detailregelungen für angemessen und legitim hält.

Für Professoren, die noch gesund und voller Energie sind, bedeutet die Verabschiedung in den Ruhestand nicht selten eine narzisstische Kränkung. Wie geht man damit um? Hier lassen sich drei Typen beobachten:

Der erste Typ ist der *Weitermacher*. Er tut so, als wenn sich nichts geändert hätte: Er geht weiter in „sein“ Institut. Er hält Vorträge, schreibt Bücher und Aufsätze und besucht Tagungen wie eh und je. Die Lehrverpflichtung ist mit der Emeritierung entfallen, aber mancher Unermüdliche hält weiter Vorlesungen und Seminare ab. Und Gutachten? Ja, gerne.

Einige Kollegen lassen die Dienstzeit verlängern oder beginnen eine neue Karriere als „Seniorprofessor“. Bei den Studierenden kommt das nicht immer gut an. So haben Mainzer Publizistik-Studenten im Sommer 2009 sogar eine Abwrackprämie für Altprofessoren gefordert und dafür ein eigenes Antragsformular entworfen (Adressat war ein sogenanntes „Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle“).

Der zweite Typ ist der *Anknüpfer*. Er knüpft an seine Erkenntnisse und Erfahrungen an, freut sich aber, dass er jetzt all die Pflichtübungen auf dem Eis der beruflichen Routinen nicht mehr absolvieren muss, sondern sich ganz der Kür widmen kann. Anfragen nach Gutachten, Vorträgen, Moderationen und Rezensionen lehnt er lächelnd ab – es sei denn, es handelt sich um seine Lieblingsthemen oder um neue reizvolle Herausforderungen. Auch der Festschriften-Falle versucht er zu entkommen. Diese Form der „akademischen Ehrenkommunikation“ sieht er mit Robert Minder als Massengrab, bei dessen Verfertigung alle Beteiligten stöhnen und fluchen.

Der dritte Typ ist der *Neubeginner*. Er beginnt vielleicht ein Studium in einem Orchideenfach. Die Archäologie oder die Pomologie haben ihn schon lange interessiert. Oder er schultert den Rucksack und geht auf die immer wieder verschobene Weltreise. Hier muss er sich allerdings sputen, bevor irgendwann die Rollatorphase beginnt. Laientheater, Chorgesang, Ehrenamt – es gibt viele Möglichkeiten zum Neubeginn.

Jeder muss seine eigene Balance finden. Ich versuche, Typ 2 und Typ 3 miteinander zu verbinden – anzuknüpfen an alte Erkenntnisse und Einsichten und sie zu ergänzen durch neue Erfahrungen und Exkursionen in unbekanntes Land.

Emeritus – ein schöner Beruf? Karl Otto Conrady, bei dem ich vor 110 Semestern in Kiel Literaturwissenschaft zu studieren begonnen habe und der jetzt hochbetagt in einem Altenheim im Rheinland lebt, hat sich diese Frage auch gestellt. Er hat sie mit einem klaren „Ja“ beantwortet, dann allerdings hinzugefügt: Nur die Ausbildung dauert sehr lange …

**Walter Hömberg**

# NEU ERSCHIENEN

**Redaktion: Stefan Weinacht**

Die angezeigten Monographien und Sammelbände sind in den letzten Monaten erschienen. Die Liste beruht auf Hinweisen von Autorinnen und Autoren sowie auf den Ankündigungen der Verlage Nomos, von 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.

**Eberwein, Tobias & Wenzel, Corinna (Hg.)(2019).** Changing media – changing democracy? Exploring the democratic potential of social media. Reihe: Relation – Communication Research in Comparative Perspective, Bd. 5. Wien: Austrian Academy of Sciences Press. 359 S.

**Eberwein, Tobias, Fengler, Susanne & Karmasin, Matthias (Hg.)(2019).** Media accountability in the era of post-truth politics. European challenges and perspectives. Reihe: Routledge Studies in European Communication Research and Education. London & New York: Routledge. 302 S.

**Evers, Tanja (2019).** Ich poste, also wähl' mich! Parteien auf Facebook im Bundestagswahlkampf. Reihe: Internet Research, Bd. 47. Baden-Baden: Nomos. 430 S.

**Feiks, Markus (2019).** Empirische Sozialforschung mit Python. Daten automatisiert sammeln, auswerten, aufbereiten. Wiesbaden: Springer VS. 147 S.

**Gentzel, Peter; Krotz, Friedrich; Wimmer, Jeffrey & Winter, Rainer (Hg.)(2019).** Das vergessene Subjekt. Subjektkonstitutionen in mediatisierten Alltagswelten. Wiesbaden: Springer VS. 311 S.

**Hillebrecht, Steffen (2019).** Das Phänomen der Zweiten Karriere. Münster/Westf.: LIT 214 S.

**Hömberg, Walter (Hg.)(2019).** Marginalistik. Almanach für Freunde fröhlicher Wissenschaft. München: Allitera. 263 S.

**Kohler, Sarah (2019).** Die Aggregation und Analyse von Zeitdaten im Agenda-Setting-Ansatz. Reihe: Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft, Bd. 16. Köln: von Halem. 182 S.

**Krotz, Friedrich (2019).** Neue Theorien entwickeln. Eine Einführung in die Grounded Theory, die Heuristische Sozialforschung und die Ethnographie anhand von Beispielen aus der Kommunikationsforschung (2. korr. und erw. Aufl.). Köln: von Halem. 320 S.

**Krüger, Uwe (2019).** Meinungsmacht. Der Einfluss von Eliten auf Leitmedien und Alpha-Journalisten – eine kritische Netzwerkanalyse. Reihe: Reihe des Europäischen Instituts für Journalismus- und Kommunikationsforschung (EIJK), Bd. 9 (2. erw. und überarb. Aufl.). Köln: von Halem. 378 S.

**Mahrt, Merja (2019).** Beyond filter bubbles and echo chambers. The integrative potential of the Internet. Berlin: Digital Communication Research. doi:10.17174/dcr.v5.0

**Mast, Claudia; Spachmann, Klaus & Georg, Katherina (2019).** "Den Mächtigen auf die Finger schauen". Zur Zukunft gedruckter Tageszeitungen in der Region. Reihe: Aktuell. Studien zum Journalismus, Bd. 12. Baden-Baden: Nomos. 224 S.

**Murphy, Kim (2019).** Government Communications in a Digital Age. A Comparative Study of Online Government Communications in Germany and Great Britain. Reihe: Politische Kommunikation und demokratische Öffentlichkeit, Bd. 17. Baden-Baden: Nomos. 276 S.

**Paus-Hasebrink, Ingrid; Kulterer, Jasmin & Sinner, Philip (2019).** Social Inequality, Childhood and the Media. A Longitudinal Study of the Mediatization of Socialisation. Transforming Communications – Studies in Cross-Media Research. London: Palgrave Macmillan. 314 S. doi:10.1007/978-3-030-02653-0

**Prommer, Elizabeth & Linke, Christine (2019).** Ausgeblendet. Frauen im deutschen Film und Fernsehen. Reihe: edition medienpraxis, Bd. 17. Köln: von Halem. 184 S.

**Reifegerste, Doreen (2019).** Die Rollen der Angehörigen in der Gesundheitskommunikation. Modelle, Funktionen und Strategien. Wiesbaden: Springer VS. 199 S.

**Roessing, Thomas (2019).** Schweigespirale. Reihe: Konzepte. Ansätze der Medien- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 7 (2. Aufl.). Baden-Baden: Nomos. 112 S.

**Röser, Jutta; Müller, Kathrin Friederike, Niemand, Stephan & Roth, Ulrike (2019).** Das mediatisierte Zuhause im Wandel. Eine qualitative Panelstudie zur Verhäuslichung des Internets. Wiesbaden: Springer VS. 288 S.

**Scheufele, Bertram; Hummel, Gerrit; Rang, Henrik K.; Jost, Arietta; Satinsky, Pia & Wappler, Carolin (2019).** Der kommunikative Kosmos von Gefangenen. Eine sozialkonstruktivistische Studie zum Strafvollzug in Baden-Württemberg. Baden-Baden: Nomos. 185 S.

**Schicha, Christian (Hg.)(2019).** Wahlwerbespots zur Bundestagswahl 2017. Analysen und Anschlussdiskurse über

parteipolitische Kurzfilme in Deutschland. Wiesbaden: Springer VS. 546 S.

**Schramm, Holger (Hg.)(2019).** Handbuch Musik und Medien. Interdisziplinärer Überblick über die Mediengeschichte der Musik (2. Aufl.). Wiesbaden: Springer VS. 592 S.

**Schweiger, Wolfgang & Beck, Klaus (Hg.)(2019).** Handbuch Online-Kommunikation (2. Aufl.). Wiesbaden: Springer VS. 592 S.

**Schwender, Clemens; Brantner, Cornelia; Graubner, Camilla & von Gottberg, Joachim (Hg.)(2019).** Zeigen, andeuten, verstecken. Bilder zwischen Verantwortung und Provokation. Köln: von Halem. 324 S.

**Sukalla, Freya (2019).** Narrative Persuasion. Reihe: Konzepte. Ansätze der Medien- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 22. Baden-Baden: Nomos. 146 S.

**Thimm, Caja & Bächle, Thomas Christian (Hg.)(2019).** Die Maschine: Freund oder Feind? Mensch und Technologie im digitalen Zeitalter. Wiesbaden: Springer VS. 380 S.

**Tropp, Jörg (2019).** Moderne Marketing-Kommunikation. Grundlagen, Prozess und Management markt- und kundenorientierter Unternehmenskommunikation (3. Aufl.). Wiesbaden: Springer VS. 775 S.

**Unkel, Julian (2019).** Informationsselektion mit Suchmaschinen. Wahrnehmung und Auswahl von Suchresultaten. Reihe: Rezeptionsforschung, Bd. 41. Baden-Baden: Nomos. 379 S.

**Weber, Patrick; Mangold, Frank; Hofer, Matthias & Koch, Thomas (Hg.)(2019).** Meinungsbildung in der Netzöffentlichkeit. Aktuelle Studien zu Nachrichtennutzung, Meinungsaustausch und Meinungsbeeinflussung in Social Media. Reihe: Rezeptionsforschung, Bd. 40. Baden-Baden: Nomos. 193 S.

**Weder, Franziska, Einwiller, Sabine & Eberwein, Tobias (Hg.) (2019).** CSR communication. Concepts, strategies, and future scenarios. Special issue Corporate Communications: an International Journal 24(2). 193 S.

**Wiedemann, Thomas & Lohmeier, Christine (Hg.)(2019).** Diskursanalyse für die Kommunikation-swissenschaft. Theorie, Vorgehen, Erweiterungen. Wiesbaden: Springer VS. 374 S.

**Wilke, Jürgen (2019).** 200 Jahre Karlsbader Beschlüsse. Zustandekommen, Inhalte, Folgen. Bremen: edition lumière. 250 S.

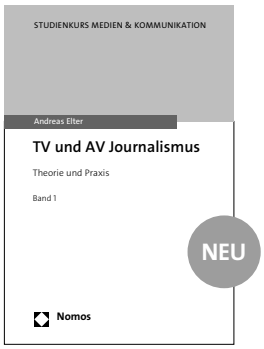
**Wormer, Holger & Karberg, Sascha (2019).** Wissen. Basiswissen für die Medienpraxis. Reihe: Journalismus Bibliothek, Bd. 10. Köln: von Halem. 276 S.

**Zillich, Arne Freya (2019).** Konsistenztheorien & Selective Exposure. Reihe: Konzepte. Ansätze der Medien- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 17. Baden-Baden: Nomos. 122 S.

Anzeige

STUDIENKURS
MEDIEN & KOMMUNIKATION

Der Studienkurs ermöglicht den schnellen und einführenden Einstieg in die Grundthemen der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Mittels didaktischer Elemente wie Definitionen und Begriffserklärungen wird ein Einstieg in die Themengebiete geschaffen. Anschauliche Fallbeispiele zeigen die konkrete Anwendung des jeweiligen Ansatzes in der Praxis. Darüber hinaus werden zentrale Akteure vorgestellt. Eine umfangreiche Literaturliste rundet die Lehrbücher ab.



**TV und AV Journalismus**
Theorie und Praxis
Band 1
Von Prof. Dr. Andreas Elter
*2019, 344 S., brosch., 24,90 €*
*ISBN 978-3-8487-3622-5*
*nomos-shop.de/28529*

**Personalwirtschaft der Medienunternehmen**
Von Prof.
Dr. Steffen Hillebrecht
*2018, 199 S., brosch., 24,90 €*
*ISBN 978-3-8487-3703-1*
*nomos-shop.de/28181*

**Einführung in die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft**
Erweitert und aktualisiert von Jan Krone und Tobias Müller-Prothmann
Von Gernot Wersig
*2., aktualisierte und erweiterte Auflage 2020,*
*ca. 180 S., brosch., ca. 24,– €*
*ISBN 978-3-8487-4452-7*
*Erscheint ca. Mai 2020*
VORSCHAU

Nomos eLibrary www.nomos-elibrary.de

Erhältlich im Buchhandel oder versandkostenfrei unter:
nomos-shop.de
Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer

Nomos

# AUS DEN FACHGESELLSCHAFTEN

DGPuK

Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e.V.

## *Aus dem Vorstand*

Ob nun Tagungen oder Publikationen, Kommunikation oder Forschungsförderung – auf allen wichtigen Arbeitsfeldern unserer Gesellschaft können wir von neuen Initiativen und Aktivitäten berichten. Fangen wir mit den Tagungen an: Auf Initiative des Nachwuchses haben wir in Münster mit den Fachgruppen intensiv diskutiert, ob die Auswahlkriterien für Reviewende für unsere Jahrestagungen aktualisiert werden sollten. Konkret ist der Vorschlag, den Kreis der Reviewenden analog zur Praxis der meisten Fachgruppen und anderer Fachgesellschaften auf nicht-promovierte DGPuK-Mitglieder zu erweitern, um so die Expertise des Nachwuchses stärker einzubeziehen. Schnell hat sich dabei ein optimiertes Matching der Reviewenden mit ihren je spezifischen Kompetenzfeldern (auch unabhängig von einer Promotion) als zentrale Herausforderung herauskristallisiert. Da hieraus weiterreichende Anpassungen des Procederes (ggf. auch des Nominierungsverfahrens) resultieren würden, sollte dieses Verfahren mit der notwendigen Sorgfalt entwickelt werden. Angesichts der Zeitknappheit hat uns dies nach Abstimmung mit den Veranstaltenden aus München dazu bewogen, für 2020 beim aktuellen Verfahren zu bleiben. Wir werden das Thema aber im Blick behalten und beim nächsten Fachgruppensprecher*innen-Workshop im Dezember wieder aufgreifen.

### Digitales DGPuK-Jahrbuch

Wie bereits berichtet, werden wir die Beiträge zur Jahrestagung in Münster online und open access in Form eines „digitalen DGPuK-Jahrbuchs" auf der Website der DGPuK publizieren. Alle Vortragenden wurden im Juni von den Herausgebenden um Volker Gehrau eingeladen, ihren Tagungsbeitrag dort zu publizieren. Ab Oktober werden die Texte dann Zug um Zug veröffentlicht. Titel und Abstracts werden suchbar und sortierbar auf der Website zur Verfügung stehen, ebenso der Link zum PDF. Die PDFs werden im von der GESIS betriebenen Social Science Open Access Repository (SSOAR) dauerhaft und über die beitragsspezifische DOI auffindbar sein.

### Nachwuchstag 2020

Was man für die Sichtbarkeit seiner eigenen Beiträge tun kann, wird neben vielen anderen Grundfragen zur Gestaltung der eigenen wissenschaftlichen Karriere Thema des nächsten Nachwuchstags im September 2020 sein, der an der Universität Salzburg stattfinden wird. Wir danken den Ausrichter*innen dafür, dass dieses gerade für Wissenschaftler*innen, die am Beginn ihrer Karriere stehen, so wichtige Austauschforum wieder geschaffen wird. Organisiert wird der Nachwuchstag in Zusammenarbeit mit unseren Schwestergesellschaften in Österreich und der Schweiz als wichtiger Teil unser länderübergreifenden Zusammenarbeit im DACH-Raum.

### Dissertationspreis der DGPuK

Als Ansporn und Anerkennung für exzellente Leistungen in der ersten Karrierephase verleihen wir auf der Jahrestagung 2020 in München wieder den Dissertationspreis der DGPuK. Er ist mit einem Preisgeld von 2.000 € verbunden. Ausgezeichnet werden können nur Dissertationen, die von DGPuK-Mitgliedern oder von Promovierenden von DGPuK-Mitgliedern verfasst wurden. Die Arbeiten können entweder von den Kandidat*innen selbst oder von den jeweiligen Betreuer*innen vorgeschlagen bzw. eingereicht werden. Die Entscheidung über den Preis trifft eine Jury unter der Leitung von Otfried Jarren (Zürich). Einsendeschluss ist der 15. Novem-

ber 2019. Es dürfen Arbeiten eingereicht werden, bei denen die entsprechenden Promotionsverfahren nach dem 15. Dezember 2017 und bis zum 15. November 2019 abgeschlossen worden sind. Selbstverständlich werden wir auch wieder die besten Beiträge in der M&K, der Publizistik und der SCM mit dem Zeitschriftenpreis auszeichnen. Hier macht sich im Herbst eine Jury unter der Leitung von Rudolf Stöber (Bamberg) an die Arbeit. Herzlichen Dank schon jetzt allen Beteiligten dafür!

### Weitere Entwicklung der DGPuK-Webseite

Auch jenseits der wissenschaftlichen Publikationen und Tagungen bauen wir die Kommunikationskanäle weiter behutsam um. Zunächst haben wir die Voraussetzungen dafür geschaffen, die aktuelle Berichterstattung auf der DGPuK-Website zu stärken. Dazu trägt wesentlich bei, dass wir die Rechenschaftsberichte der Fachgruppen an den Vorstand abgeschafft haben und die Fachgruppen künftig kontinuierlich über das gesamte Jahr hinweg auf unserer Website über ihre Aktivitäten berichten werden. Noch nicht alle Fachgruppen beteiligen sich an den aktuellen Meldungen, aber wir gehen davon aus, dass wir bis zum Ende des Jahres alle dafür gewinnen können. Bei technischen oder inhaltlichen Fragen zur Rubrik „Aktuelles“ wenden Sie sich gerne an Klaus Meier (klaus.meier@ku.de).

### Erfolgschancen von Verbundprojekten

Fachpolitisch werden wir uns in den nächsten Monaten intensiver mit der Frage beschäftigen, wie die Erfolgschancen von Anträgen kommunikationswissenschaftlich geprägter Verbundprojekte gesteigert werden können. Hier folgen wir einer Initiative von Gerhard Vowe (Düsseldorf), die auf der Mitgliederversammlung in Münster positiv aufgenommen wurde. Unter seinem Vorsitz führt eine Arbeitsgruppe eine Bestandsaufnahme entsprechender Anträge bei der DFG für Forschungsverbünde durch. Dabei ging es in der ersten Sitzung im August diesen Jahres darum, ob sich typische Merkmale erfolgreicher und nicht erfolgreicher Anträge identifizieren lassen. Hier liegen inzwischen erste Ansätze vor, die eine wertvolle Grundlage für ein zweites Treffen Ende Oktober in Hannover sein werden. Hier wird die AG die Gründe dafür identifizieren und Vorschläge erarbeiten, wie in Zukunft die Erfolgschancen von kommunikationswissenschaftlichen Verbundprojekten vergrößert werden können. Um das Thema möglichst umfassend zu beleuchten werden neben den Initiator*innen erfolgreicher und nicht erfolgreicher Anträge auch unsere beiden DFG-Fachkollegiatinnen sowie fachexterne Expert*innen in die Arbeitsgruppe eingebunden. Ein Abschlussbericht soll zur Mitgliederversammlung im März 2020 in München vorliegen.

### Thema Forschungssoftware

Bis März 2020 wird sich idealerweise eine Arbeitsgruppe zum Thema Forschungssoftware konstituieren. Denn in einem von Wiebke Loosen (Hamburg), Uwe Hasebrink (Hamburg) und Andreas Hepp (Bremen) moderierten Sonderfenster auf der DGPuK-Tagung in Münster ist noch einmal klar geworden, wie sinnvoll eine engere Zusammenarbeit von Kolleg*innen aus der Kommunikationswissenschaft ist, die diese Methoden entwickeln und einsetzen. Ziel der AG soll sein, a) die Bestandaufnahme abzuschließen, b) einen Erfahrungsaustausch zu ermöglichen, c) Strategien zu entwickeln, Forschungssoftware im Fach zu fördern, sowohl durch kurzfristige finanzielle Unterstützung als auch durch Konzepte für Nachhaltigkeit, d) Anforderungen an Dokumentation und Good Practice / Standards zu diskutieren und e) den Einsatz von Forschungssoftware in der Lehre zu fördern. Das Vorhaben wurde inzwischen auch auf der Methoden-Fachgruppentagung in Greifswald vorgestellt, sodass eine enge Verzahnung zwischen AG und Fachgruppe gewährleistet ist. Ebenso hat sich bereits ein breiter Kreis an Interessierten gebildet, die in der AG mitarbeiten möchten.

### Wahlen für Fachkollegien der DFG

Schließlich finden ab dem 21. Oktober bis zum 18. November 2019 die Wahlen für die Fachkollegien der DFG statt. Aus dem Kreis der DGPuK stellen sich insgesamt sechs Kolleg*innen zur Wahl: Neben Christiane Eilders, die unsere Interessen auch aktuell schon im Fachkollegium vertritt, sind dies Anne Bartsch, Klaus Beck, Christoph Neuberger und Juliana Raupp. Es ist uns als Vorstand besonders wichtig, dass kommunikationswissenschaftliche Expertise in den Fachkollegien vertreten ist. Daher möchten wir Sie alle explizit dazu ermuntern, an der Wahl teilzunehmen und die Kandidat*innen aus unserem Fach zu unterstützen. Wir verweisen an dieser Stelle auch noch einmal gern auf die Kurzporträts der Kandidierenden im September-Rundbrief.

Auch die Wahl der DGPuK-Nachwuchsvertretung wird zurzeit durchgeführt. Das Sprecher*innen-Team vertritt den Nachwuchs auf der Mitgliederversammlung und gegenüber dem Vorstand und wird alle zwei Jahre von DGPuK-Mitgliedern ohne unbefristete Stellen gewählt. Über die Kandidat*innen und Details zur Online-Wahl wurden die Wahlberechtigten per E-Mail informiert.

Liebe Kolleginnen und Kollegen, die letzten Monate hat vor allem die Vorbereitung, der Genuss und dann die Nachbereitung der Kommunikationswissenschaftlichen Tage in Wien Ende April bestimmt. Die Vielfalt der Vorträge zeigte vor allem die kritischen Dimensionen einer Auseinandersetzung mit Verantwortung, wenn es um die Herstellung und Nutzung sowie die normative Absicherung der Öffentlichkeit geht – nicht nur aber durchaus gerade auch aus einer österreichischen Perspektive. Im Rahmen der Konferenz fand neben der Generalversammlung ein Open Space zur Rolle des Nachwuchses und insbesondere der Nachwuchsförderung in der österreichischen Kommunikationswissenschaft statt. Ein Ergebnis war die Nominierung von Roland Holzinger (Salzburg) als ÖGK-Nachwuchssprecher, der nun den „alten neuen" Vorstand komplettiert. Darüber hinaus ist ein Strategiepapier in Arbeit zur stärkeren Förderung von Forschung, die als Kooperation an österreichischen Instituten durchgeführt wird. In diesem Sinne passt es auch sehr gut, dass der gemeinsame Nachwuchstag aller Schwesterngesellschaften 2020 in Salzburg stattfindet! Dazu im Folgenden noch nähere Informationen.
Wir wünschen einen schönen Semesterstart,
**Franzisca Weder und Corinna Peil für den Vorstand**

## DGPuK, SGKM und ÖGK Nachwuchstag Salzburg 2020

*„It´s gonna be great!"* – Ganz im Duktus der aktuell vorherrschenden, politischen Schlagzeilen ist diese Aussage ein augenzwinkernder Hinweis auf tatsächlich Großartiges: DGPuK, SGKM und ÖGK intensivieren ihre Zusammenarbeit auch in der Förderung des jüngeren und etablierten wissenschaftlichen Mittelbaus. Wir freuen uns daher sehr, den ersten Drei-Länder-Nachwuchstag 2020 in Österreich am Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg ausrichten zu dürfen.

In bewährter Weise richtet sich diese Veranstaltung an den kommunikations- und medienwissenschaftlichen „Nachwuchs" im weitesten Sinne im deutschsprachigen Raum. Doktorandinnen und Doktoranden, Postdocs und Studierenden mit Ambitionen für eine wissenschaftliche Karriere soll in Vorträgen und Workshops praktikables Wissen für das Bestehen vielfältiger Herausforderungen im kommunikations- und medienwissenschaftlichen Hochschulalltag vermittelt werden. Getragen von der Drei-Länder-Vision wollen wir dabei die nun erweiterten Möglichkeiten für ein vielfältiges Tagungsprogramm mit spannenden Referentinnen und Referenten aus Deutschland, Österreich und der Schweiz nutzen.

Darüber hinaus aber sehen wir diesen ersten gemeinsamen Wissenschaftstag vom Gedanken des Austauschs und der Vernetzung inspiriert. Im Miteinander wollen wir allen Teilnehmenden die Gelegenheit bieten, Gemeinsamkeiten, Herausforderungen und Chancen aller drei Länder in Forschung und Karriere zu entdecken, voneinander zu lernen oder neue Projekte zu entwickeln. Dafür ist es uns ein besonderes Anliegen, neben den Kolleginnen und Kollegen aus Deutschland vermehrt auch Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus der Schweiz und Österreich anzusprechen und einzubinden. Um die Vorstellungen und Wünsche für die inhaltliche und formale Ausgestaltung so gut wie möglich umsetzen zu können, planen wir daher eine Umfrage unter den Mitgliedern der drei Fachgesellschaften.

Uns ist es ein besonderes Anliegen, unserer gesellschaftlichen Verantwortung als Kommunikations- und Medienwissenschaftlerinnen und -wissenschaftler auch in der Planung dieses Nachwuchstages nachzukommen, weswegen wir die Zertifizierung als „green event" anstreben.

Unsere Ambitionen sind hoch, doch vieles ist erst im Entstehen und viel mehr ist noch zu tun. Aber wir möchten trotzdem Interessierte schon jetzt bitten sich den 17.09.-18.09.2020 für den Wissenschaftstag der DGPuK, SGKM und ÖGK zu reservieren und in ihren Netzwerken darauf aufmerksam zu machen. Wir freuen uns, Sie im schönen Salzburg begrüßen zu dürfen!
**Roland Holzinger (ÖGK-Nachwuchssprecher) & das Salzburger Organisationsteam**

**PS**: Zur Erinnerung: Schauen Sie doch mal wieder beim Medien Journal bzw. bei uns auf der Website vorbei. Es wartet gerade zum Beispiel ein neuer Call for papers zum Thema Digital Culture, New Media and Youth auf Sie unter *www.ogk.at*.

## Veränderungen in Vorstand und Geschäftsleitung

An der Generalversammlung der SGKM im April 2019 anlässlich der Jahrestagung zum Thema „Digitale Transformation" fanden u.a. die Gesamterneuerungswahlen statt. Diese Wahlen zeichneten sich durch personelle Kontinuität bei gleichzeitiger Erneuerung aus.

Im Präsidium kam es zu einem Wechsel: Diana Ingenhoff (Universität Fribourg) trat wegen Erreichens der maximalen Amtszeit zurück. Die Versammlung wählte Matthias Künzler (HTW Chur) als neuen Präsidenten und Katharina Lobinger (Università della Svizzera italiana, Lugano) als neue Vizepräsidentin. In ihrem Amt bestätigt wurden Daniel Beck (Universität Fribourg) als Geschäftsführer, Harald Amschler (WEMF AG für Werbemedienforschung Zürich) als Quästor sowie Sébastien Salerno (Universität Genf) und Thomas Häussler (Universität Bern), letztere beiden u.a. als Redaktoren für die Herausgabe der Zeitschrift SComS – Studies in Communication Sciences zuständig.

Bruno Asdourian (Universität Fribourg), Mark Eisenegger (fög/Universität Zürich) und Samuel Studer (Bundesamt für Kommunikation) wurden neu in den Vorstand gewählt. Sie ersetzen die auf eigenen Wunsch zurückgetretenen Vorstandsmitglieder Annik Dubied (Universität Neuchâtel), Mike Schäfer (Universität Zürich) und Jost Aregger (Bundesamt für Kommunikation).

## Netzwerk

Die SGKM hat in den letzten Jahren ihre internationalen Kooperationen verstärkt. Sie möchte sich verstärkt als «Brückenbauerin» zwischen den verschiedenen Fachgesellschaften und Wissenschaftstraditionen der umliegenden Länder verstehen und das kommunikationswissenschaftliche Schaffen über die Sprach- und Landesgrenzen stärker sichtbar machen. Insbesondere ist es neben der bereits bestehenden fruchtbaren Zusammenarbeit mit der DGPuK gelungen, die Kooperation mit der französischsprachigen Fachgesellschaft SFSIC - Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication zu vertiefen. Eine französischsprachige Delegation hat die SGKM an ihrer Jahrestagung im April 2019 besucht, und im Juni dieses Jahres wurde eine Dreiländer-Doktorandenkonferenz im Raum Basel-Mülhausen unter Beteiligung der SGKM durchgeführt. Zudem sind wir daran, ländervergleichend Informationen zusammenzutragen, um Gemeinsamkeiten und Unterschiede in wissenschaftlicher Karriere und Publikationskultur transparent zu machen.

## SComS

Die SGKM gibt gemeinsam mit der Università della Svizzera italiana in Lugano die Fachzeitschrift SComS – Studies in Communication Sciences – heraus. SComS erscheint seit 2017 als „Platinum"-Open-Access Zeitschrift – und damit ohne Kosten für die AutorInnen und LeserInnen. Zusätzlich freuen wir uns, dass auch die Journal-Ausgaben aus den Jahren 2001 bis 2016 völlig digitalisiert wurden und nun frei verfügbar sind. Dies gilt gleichermaßen für die Vorgänger-Zeitschriften Medienwissenschaft Schweiz (1991–2006) und das Bulletin: Communication Science (1975–1990). Insgesamt wurden mehr als 7000 Seiten in höchster Qualität digitalisiert. Interessierte LeserInnen können diese Beiträge unter *www.e-periodica.ch* abrufen. Ein Link steht auch auf der Journalseite *www.scoms.ch* zur Verfügung.

Eine inhaltliche Besonderheit von SComS ist dessen Mehrsprachigkeit. Beiträge können in englischer Sprache und den Landessprachen der Schweiz – Deutsch, Italienisch und Französisch –eingereicht werden.

Die Ausgaben von SComS enthalten üblicherweise eine General Section und eine Thematic Section. Die breit gefächerten Themen der letzten Thematic Sections sind unter anderem: Digitale Fashion-Kommunikation (18/2), Politische Kommunikation in und über Krisen (19/1, im Erscheinen), eine Thematic Section mit Beiträgen und einer Rückschau zur ECREA Konferenz, die 2018 in Lugano stattfand (19/2, in Vorbereitung). Für das nächste Jahr können die LeserInnen Beiträge zu Hybridem Journalismus im Spannungsfeld von Datafication, Hacking und Aktivismus (20/1) sowie zu Fragen der (Un)Sichtbarkeit im digitalen Zeitalter (20/2) erwarten.

Interessierten AutorInnen und GastherausgeberInnen einer Thematic Section stehen die Editorinnen von SComS jederzeit gerne für Fragen zur Verfügung. Kontaktinformationen finden Sie auf der Journalwebsite. Die SGKM freut sich auf Ihre Einreichungen und Ihr Interesse!

# Leitwissenschaft

*Am 27.07.2019 hat Stephan Russ-Mohl in der NZZ einen Beitrag mit dem Titel "Alle kommunizieren mit allen, aber niemand interessiert sich für die Kommunikationswissenschaft: Was lernen wir daraus?" veröffentlicht (abrufbar unter cutt.ly/NwQW73s). Diese Glosse ist als Reaktion darauf entstanden.*

Liebes Tagebuch, Zeit mal wieder allen den Tarif durchzugeben! Ich will heute mit dem Schreiben meines NZZ-Beitrags über das öffentliche Desinteresse an der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft beginnen. Wenn's gut läuft, retweetet irgendjemand vom Nachwuchs meinen Beitrag, dann gibt's auch noch ein bisschen Echo innerhalb des Fachs.

In der Einleitung des Beitrags werde ich behaupten, dass in der Schweiz besonders viele international angesehene Kommunikationsforscher arbeiten. Sagen wir doch, wie es ist: Die Besten der Besten der Besten der EU-Nachbarländer werden halt nun mal vom Schweizer Lohnniveau angezogen. Punkt.

Für die Geschichtswissenschaft, Ökonomie oder Psychologie interessiert sich der Journalismus halt. Da werden aus Sicht der Presse dicke und wichtige wissenschaftliche Bretter gebohrt – nicht in der Kommunikationswissenschaft. Jede FAZ-Ausgabe ist doch Beleg dafür. Beim Historikertag letztes Jahr in Münster hat Wolfgang Schäuble gesprochen. Berichterstattung garantiert. Noch Fragen, liebe Organisatoren der DGPuK-Jahrestagung 2020? Nein? Bitteschön.

Weißt Du, liebes Tagebuch, irgendwie muss ich einfach mein Unverständnis darüber loswerden, dass trotz sooo vieler Journalismus- und PR-Studiengänge und sooo vielen Studierenden, die sich meeega für Wissenschaftskommunikation interessieren, niemand über uns berichtet. Waren die Redakteure von heute früher nicht mal alle mal bei uns?!

Ich selbst wasche meine Hände ja in Unschuld. Ich schreibe ja regelmäßig meine Media Lab-Kolumne im TAGESSPIEGEL. Ach, was könnte ich nicht alles über die tatsächlichen Gründe des Desinteresses an der Kommunikationswissenschaft schreiben? Moment mal, da fällt mir ein: Habe ich ja schon! In meiner TAGESSPIEGEL-Kolumne vom 23.07.2018: „[...] viele Forscher müssten wohl auch erst einmal lernen, wie man öffentlich kommuniziert." Check.

Erinnerst Du Dich eigentlich an meinen Eintrag, in dem ich Dir davon berichtet habe, wie Ines Pohl auf der DGPuK-Jahrestagung in Dortmund gefragt worden ist, wieso sich niemand für die Kommunikationswissenschaft interessiert. Ihre Antwort: „Weil die Kommunikationswissenschaft lieber mit sich selbst beschäftigt ist." Unter uns beiden: Und damit das auch genau so bleibt und mein Stern weiter besonders hell strahlt am Firmament des Wissenschafttransfers, will ich in meinem NZZ-Beitrag vor allem wehklagen, dass die Kommunikationswissenschaft im 21. Jahrhundert nun doch wirklich Leitwissenschaft sein müsste, aber partout nicht ist. Dabei haben wir doch in Lugano sogar eine gaaanze Fakultät dafür!

Ich werde den NZZ-Beitrag mal dafür nutzen, nebenbei so richtig über die ECREA abzulästern! Die ECREA-Jahrestagung fand ja jüngst in Lugano statt. Presseecho praktisch null. Trotz pflichtschuldiger Pressearbeit. Dabei wäre die Lösung sooo simpel: Einfach eine Handvoll besonders talentierter Studenten einladen, die übernehmen dann die Versorgung von Redaktionen und Social Media mit News von der Tagung. Fertig ist der Lack!

Wäre da in Lugano nicht zusätzlich auch noch das Ausfransen des Fachs allgegenwärtig zu beobachten gewesen. Ich war ja vor Ort. Auf dem Weg zur Session „Bots, propaganda and data-driven campaigning" laufe ich an Raum 7 vorbei, Thema: lesbische Youtubers. Du kriegst die Tür nicht zu! Was sollen bitteschön diese belanglosen Vorträge über individuelle Nabelschauen? Wenn schon Nabelschau, dann bitteschön mit Bezug zum eigenen Fach, mit einer gehörigen Portion Larmoyanz und vor richtig großem Publikum! NZZ oder nix.

Überhaupt dieses «double blind peer review» – die Wurzel allen Übels kann ich Dir sagen! Deswegen übrigens auch diese zigfachen parallelen Arbeitsgruppen auf Tagungen. Wieso nicht lieber nur EIN Thema? Und zwar ohne Frauenpolitik und so Gedöns. Einfach nur „Zentren und Peripherien". Schön mit Koreferat eines Altvorderen – und alles natürlich ohne Begutachtungsverfahren! Der ganze Tagungsraum wäre erfüllt vom süßen Duft meiner Kollegen mit ihrem Old Spice, Hâttric und Irish Moss. Hach, wenn dann nicht national und international berichtet wird über die Kommunikationswissenschaft, dann weiß ich auch nicht.

Okay, es könnte dann noch an der Sprache liegen. Denn leider, leider, liebes Tagebuch, werden auch in Zukunft ignorante amerikanische und britische Kollegen unter dem Deckmantel der Internationalisierung auf Tagungen rücksichtslos auf Englisch vortragen und damit nicht nur Kollegen, sondern auch Journalisten ausschließen, die ihnen nur mit Mühe folgen können. What the fuck?!

**Jens Vogelgesang (Stuttgart)**

# *neoscript* – Fachzeitschrift für den wissenschaftlichen Nachwuchs

Seit Herbst 2019 ist die kommunikations- und medienwissenschaftliche Publikationslandschaft mit *neoscript* um eine Fachzeitschrift reicher geworden, die sich in erster Linie an den wissenschaftlichen Nachwuchs des Fachs wendet. Die Open-Access-Fachzeitschrift legt besonderen Wert auf Veröffentlichungen herausragender Abschlussarbeiten unterhalb der Dissertation, um diese der Wissenschaft und einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Ein weiterer Schwerpunkt von *neoscript* ist die Publikation von Arbeitspapieren, Werkstattberichten, kleineren Forschungsprojekten und so genannter „Grauer Literatur", die in vielfältiger Weise im akademischen Betrieb in Projekt- und Forschungsseminaren sowie Lehrredaktionen entstehen.

Beiden Textgattungen ist es gemein, dass sie in einer oftmals hervorragenden wissenschaftlichen Qualität zu fachlich relevanten Frage- und Problemstellungen durchaus wichtige, wenn auch bis jetzt wenig beachtete Befunde liefern können. *neoscript* möchte daher über die Wertschätzung der Forschungstätigkeit des wissenschaftlichen Nachwuchses hinaus diese Ergebnisse würdigen und sie durch eine zitierfähige Publikation dem Fach zur Verfügung stellen.

Die Beiträge von *neoscript* werden auf Qucosa, dem von den wissenschaftlichen Bibliotheken des Freistaates Sachsen getragenen Dokumenten- und Publikationsserver veröffentlicht und gespeichert. Dies sichert den Autorinnen und Autoren neben der Zitierfähigkeit durch eine persistente URL und einer langfristigen Archivierung auch eine weltweite Verfügbarkeit der Volltexte sowie den Nachweis in einschlägigen Katalogen (u. a. adlr.link), Verzeichnissen und Suchmaschinen.

*neoscript* wird vom Vorstand des Zentrums für Wissenschaft und Forschung I Medien e.V. in Leipzig herausgegeben und redaktionell betreut. Es ist geplant, dass sich die Redaktion jeder Ausgabe dabei aus wechselnden Redakteuren der an Universitäten und Fachhochschulen in Deutschland verteilten Mitglieder des Vereins zusammensetzt (vgl. http://www.zwf-medien.de/mitglieder/). Die fachliche Breite der Redaktion bedeutet für den wissenschaftlichen Nachwuchs sowie für die Leserschaft gleichermaßen, dass im Gegensatz zu anderen Publikationsformen für diese Arten von Texten (bspw. Eigenpublikation, Print-on-Demand) die wissenschaftliche Qualität sichergestellt ist.

*neoscript* versteht sich als ein offenes Forum für Beiträge aus ganz Deutschland. Der Vorschlag ist entsprechend einer Layoutvorlage über die Website der Zeitschrift einzureichen. Über die Annahme entscheidet die Redaktion in einem Peer-Review-Verfahren nach festgelegten Kriterien. Die Publikation in *neoscript* ist dabei für die Autorinnen und Autoren kostenfrei, sie behalten zudem sämtliche Urheberrechte an ihrem Werk. *neoscript* erscheint unregelmäßig als Reihe, einzelne Beiträge werden entweder als einzelnes Heft veröffentlicht oder thematisch gebündelt. Jede Ausgabe beinhaltet zudem ein einführendes Editorial des jeweiligen Heftherausgebers. Die Redaktion lädt herzlich dazu, einen Beitrag unter folgender Adresse einzureichen: www.zwf-medien.de/publikationen/neoscript

**Benjamin Bigl (Leipzig)**

# Kommunikation der Kommunikationswissenschaft – ein Anfang ist gemacht

Forscherinnen und Forscher aus der Kommunikationswissenschaft sind im Diskurs nur einzeln sichtbar", schrieben André Haller, Kristina Wied, Florian L. Mayer und Hendrik Michael im letzten Aviso, der sich dem Zustand und der Zukunft der Kommunikation des Fachs widmete. Die Mehrheit der in dieser Ausgabe vertretenen Autoren plädiert dafür, sich als Medien- und Kommunikationswissenschaftler stärker in den öffentlichen Diskurs einzubringen – einer Forderung, der wir uns unbedingt anschließen. Zu den brennenden Fragen unserer Zeit haben die Kolleginnen und Kollegen unseres Fachs wichtige Beiträge, und es ist höchste Zeit, dass sie viel stärker als bisher außerhalb akademischer Zirkel wahrgenommen werden.

Genau hier setzt das European Journalism Observatory (EJO) an, das in Europa zweifellos zu den Pionieren beim Transfer von Forschungsergebnissen aus der Journalistik sowie Medien- und Kommunikationswissenschaft zählt. Stephan Russ-Mohl gründete das EJO 2004 mit Kollegen an der Università della Svizzera italiana in Lugano, die ersten Websites erschienen auf Deutsch, Italienisch und Englisch. Heute ist das EJO ein dezentral organisiertes Netzwerk von renommierten Instituten quer durch Europa: Vom Erich-Brost-Institut für internationalen Journalismus der TU Dortmund und dem Reuters Institute der Oxford University über die Karls-Universität Prag und die Universität Breslau, die Nationale Universität Kiew-Mohyla-Akademie und die Universität Tirana bis hin zur Universität Complutense in Madrid - und der University of Oregon als US-amerikanischem Korrespondenten - ist das EJO-Netzwerk gespannt. Die Plattform unterhält Websites in derzeit 14 europäischen Sprachen: Deutsch, Englisch, Italienisch, Französisch, Portugiesisch, Spanisch, Albanisch, Lettisch, Polnisch, Rumänisch, Russisch, Tschechisch, Ukrainisch und Ungarisch. Einen Ableger des EJO haben Kollegen des renommierten tunesischen Institut de Presse et de Science de l'Information (IPSI) der Université La Manouba kürzlich für die arabischsprachige Welt aufgebaut - das Observatoire du Journalisme Arabe (AJO), das auf Französisch und Arabisch publiziert. Gefördert wird das EJO aktuell von der Stiftung Presse Haus NRZ, der Robert Bosch Stiftung, der ZEIT-Stiftung Gerd und Ebelin Bucerius und der Fazit-Stiftung, sowie bis vor kurzem zusätzlich vom Schweizer Nationalfonds. Mehrere Websites werden finanziell von den sie tragenden Hochschulen unterstützt. Primär fokussieren sich die EJO-Websites darauf, eine Brücke zwischen Medienwissenschaft und Praxis zu schlagen, indem sie relevante Ergebnisse der Medienforschung zugänglich machen. Unter den EJO-Nutzern finden sich aber nicht nur Journalisten und Medienexperten-Themen wie Medienwandel, Medienvertrauen und Online-Desinformation, um nur einige beispielhaft zu nennen, und dazugehörige Befunde aus der Kommunikationswissenschaft werden von vielen weiteren Nutzern nachgefragt.

Zugleich machen wir Medienpraktiker auf „Best Practices" im Journalismus und in den Medien aufmerksam und bauen Brücken zu europäischen Nachbarländern, indem wir ausgewählte Beiträge mehrsprachig veröffentlichen – auch das fördert ein europäisches Bewusstsein in Medienfragen. In den süd- und osteuropäischen Ländern ist das EJO eine der ganz raren Plattformen, die Journalisten und Medienmacher mit Brancheninformationen versorgen und zum Nachdenken über Journalismus anregen. Im Juni dieses Jahres wurde das EJO mit dem Günter-Wallraff-Preis für Journalismuskritik ausgezeichnet, der seit 2015 jährlich von der Initiative für Nachrichtenaufklärung e.V. verliehen wird.

Zentrales Anliegen des EJO ist, kommunikationswissenschaftliche Erkenntnisse verständlich zu kommunizieren – so dass nicht nur die Fach-Community sie versteht, sondern eben auch die Branche und die interessierte Öffentlichkeit. Dazu gehört fraglos auch eine eingängigere Sprache und die Bereitschaft zu verknappen und zu vereinfachen – also eine journalistische Herangehensweise bei der Wiedergabe wissenschaftlicher Studien. Wir vermeiden Nominalstil und Schachtelsätze, wir umgehen Fachtermini oder erklären sie. Wir sind also keine Konkurrenz zu wissenschaftlichen Journals, sondern verhelfen kommunikationswissenschaftlichen Studien zu größerer Reichweite, indem wir Brücken zwischen Wissenschaft, Praxis und Öffentlichkeit bauen. Für uns steht nicht das „entweder oder", sondern das „und" im Vordergrund. Kommunikations- und Medienwissenschaftler sollten im öffentlichen Diskurs sichtbarer werden. Wir laden Sie alle herzlichst ein, das EJO als deutschsprachige und internationale Plattform auch für Ihre wissenschaftliche Arbeit zu nutzen – je lebendiger der Austausch und das Angebot, desto mehr Sichtbarkeit werden wir für unser gemeinsames Anliegen erreichen. **Susanne Fengler und Tina Bettels-Schwabbauer (Dortmund)**

# EJO

## EUROPEAN JOURNALISM OBSERVATORY

**Wo finden Sie das EJO?**

Das deutschsprachige EJO finden Sie unter https://de.ejo-online.eu, das englischsprachige EJO unter https://en.ejo.ch. Zu weiteren Sprachversionen gelangen Sie über die Navigation. Viele EJO-Websites sind auch auf Facebook und Twitter vertreten. Auf Facebook finden sich das deutschsprachige und das englischsprachige EJO unter de.EJO.eu und en.EJO.ch, auf Twitter unter @ejo_de und @EJOnews.

**Wer kann veröffentlichen?**

Das EJO bietet sowohl Kommunikationswissenschaftlern als auch Medienpraktikern ein Forum. Wissenschaftler können ihre Forschungsergebnisse präsentieren, Journalisten aus der Medienpraxis berichten. Absolventen der Journalistik sowie der Medien- und Kommunikationswissenschaften haben die Gelegenheit, die Ergebnisse ausgezeichneter Bachelor- und Masterarbeiten zu präsentieren - und auch damit zum Diskurs in unseren Fächern beizutragen. Auch Studierende haben die Möglichkeit, auf EJO Beiträge zu veröffentlichen; das EJO kooperiert bereits mit den journalistischen Studiengängen der TU Dortmund und mit dem Journalistischen Seminar der Johannes Gutenberg-Universität Mainz sowie demnächst auch mit dem Master-Studiengang Journalistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Hamburg.

**Ansprechpartner**

Die Redaktion der deutschen EJO-Website ist seit 2010 am von Susanne Fengler geleiteten Erich-Brost-Institut für internationalen Journalismus der TU Dortmund angesiedelt. Beitrags- und Kooperationsvorschläge nimmt Tina Bettels-Schwabbauer, Leiterin der deutschen EJO-Redaktion (tina.bettels@tu-dortmund.de), jederzeit gern entgegen. Alle Beiträge werden vor der Veröffentlichung in Absprache mit den Autorinnen und Autoren professionell redigiert.

## Aktuelle Serie im Schweizer Online-Magazin «Medienwoche»

Im Februar 2019 ist im Schweizer Online-Magazin «Medienwoche» eine Serie zu kommunikationswissenschaftlicher Forschung gestartet. In der Serie werden aktuelle kommunikationswissenschaftliche Themen und Studien vorgestellt und diskutiert. Im Sinne der Charta «Öffentliche Kommunikationswissenschaft» hat die Kommunikationswissenschaft auch einen gesellschaftlichen Auftrag: Den Medienwandel nicht nur zu beobachten, sondern ihre Analysen auch in den öffentlichen Diskurs einzubringen. Die Beiträge dieser Serie werden in der «Medienwoche» sowie beim «Europäischen Journalismus-Observatorium (EJO)» veröffentlicht und erreichen damit ein breiteres Publikum im deutschsprachigen Raum. Initiiert wurde die Serie von Forscherinnen des Gertrude J. Robinson-Mentoringprogramm der DGPuK sowie der MFG MedienforscherInnengruppe des IKMZ der Universität Zürich.

Kolleginnen und Kollegen, die an der Serie interessiert sind und gerne einen Beitrag in der Serie veröffentlichen möchten, melden sich gerne mit einem Themenvorschlag bei Silke Fürst (*silke.fuerst@unifr.ch*). Zum Überblick über die bisher in der Serie erschienenen Artikel: *https://medienwoche.ch/tag/serie-kommunikationswissenschaft/*.

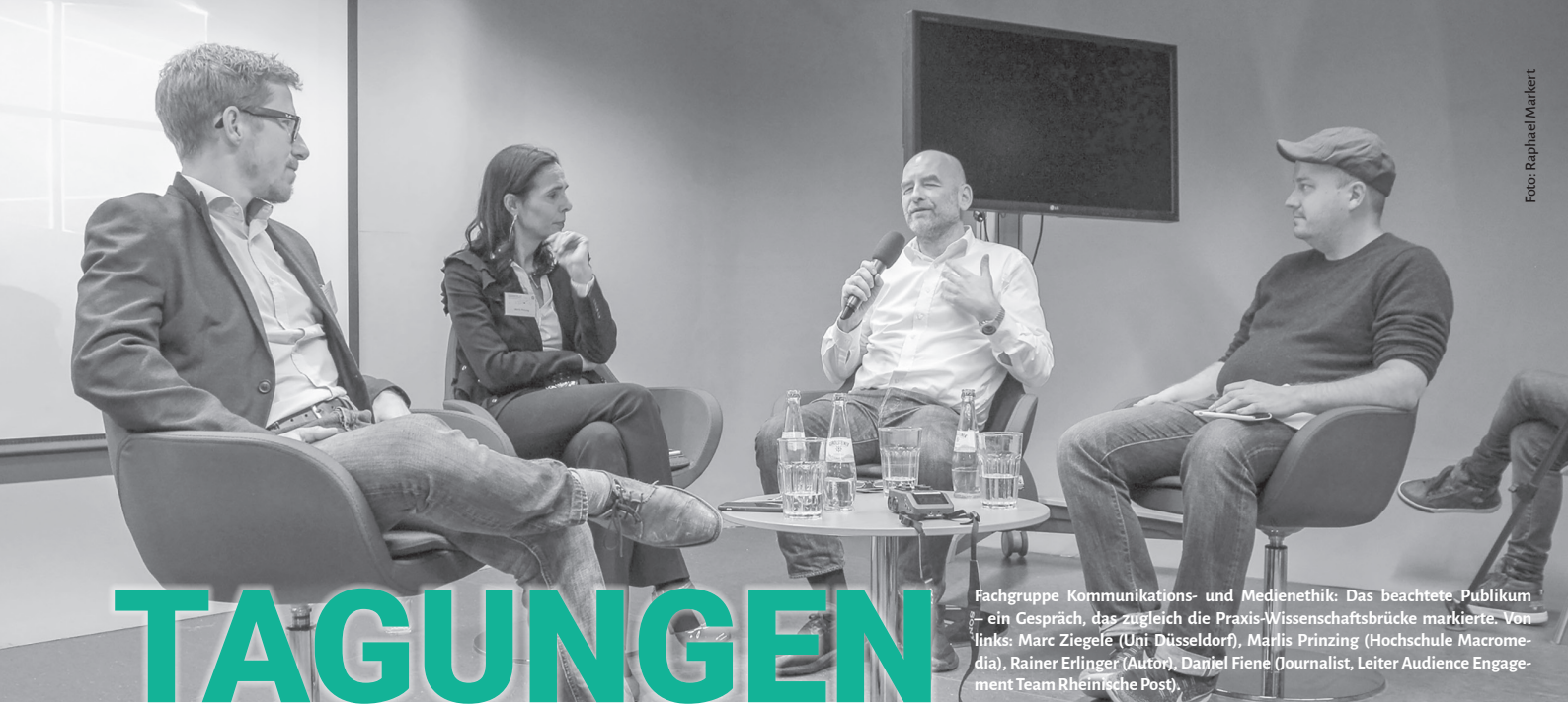


Foto: Raphael Markert

Fachgruppe Kommunikations- und Medienethik: Das beachtete Publikum – ein Gespräch, das zugleich die Praxis-Wissenschaftsbrücke markierte. Von links: Marc Ziegele (Uni Düsseldorf), Marlis Prinzing (Hochschule Macromedia), Rainer Erlinger (Autor), Daniel Fiene (Journalist, Leiter Audience Engagement Team Rheinische Post).

# TAGUNGEN

## FACHGRUPPEN UND AD-HOC-GRUPPEN

### Digitale Kommunikation / Kommunikationsgeschichte

**Titel:** Digitale Kommunikation und Kommunikationsgeschichte
**Ort:** Universität Bremen, Zentrum für Medien-, Kommunikations- und Informationsforschung
**Datum:** 16.-18.01.2019; **Teilnehmende:** 60
**Anzahl der Vorträge:** 16
*https://www.uni-bremen.de/zemki/veranstaltungen/tagungen/digitale-kommunikation-und-kommunikationsgeschichte/*

Die Tagung verfolgte das Ziel, digitale Kommunikation in Bezug zu ihrer eigenen Geschichte und der Kommunikationsgeschichte generell zu setzen. Ausgangpunkt war die Feststellung, dass digitale Kommunikation Gesellschaften und Formen sozialen Lebens fundamental verändert hat, der Verlauf dieses unabgeschlossenen Wandels aber noch nicht hinreichend erforscht ist. Die Vorträge kreisten um Fragen, wie digitale Kommunikation historisch verortet und begriffen werden kann, inwiefern digitale Medien Erinnern und kollektives Gedächtnis prägen und auf welche Weise digitale Verfahren bzw. Quellen die Arbeitsweisen der historischen Kommunikationsforschung verändern. In seiner Keynote plädierte Gabriele Balbi (Lugano) dafür, die Geschichte digitaler Medien aus ihrer historischen Entwicklung heraus zu verstehen. Anat Ben-David (Raʿanana) befasste sich in ihrer Keynote mit den Quellen einer Geschichte des Digitalen. Kontrovers wurden in einem Roundtable die rechtlichen Bedingungen der Nutzung von Medieninhalten in digitalen Netzwerken diskutiert. **Christian Pentzold**

### Kommunikations- und Medienethik

**Titel:** Kommunikations- und Medienethik reloaded? Orientierungssuche im Digitalen – zwischen Innovationsdruck, Postfaktizität und sich auflösenden Kommunikations- und Wahrnehmungsgewissheiten
**Ort:** Hochschule Macromedia, Köln
**Mitveranstaltung:** Akademie für politische Bildung, Tutzing, Netzwerk Medienethik
**Datum:** 21.-22.02.2019; **Teilnehmende:** 90
**Anzahl der Vorträge:** Zwölf plus sieben
*http://hochschule-macromedia.de/TagungKME2019*

Verantwortungsbewusstsein und ein ethischer Kompass für die digitale Gesellschaft lassen sich am Besten im Miteinander von Forschungs- und Praxisperspektiven bewahren und weiterentwickeln. Und: Die Kommunikations- und Medienethikforschung hält hierfür viele aktuelle Befunde bereit. Dies sind zentrale Ergebnisse der Tagung. Themenschwerpunkte waren Innovation, Digitalisierung und Plattformisierung, ferner Desinformation, Publikumsperspektiven und der Blick ins eigene Fach: Wo steht die Forschung zur Kommunikations- und Medienethik bezogen z.B. auf die Anforderungen und auf die Fragen nach Verantwortung, die die digitale Mediengesellschaft aufwirft?
Geert Lovink (Medientheoretiker, Amsterdam) wies auf die Vereinsamung von Menschen durch die Wirkungsmacht von sozialen Medien hin, Hansi Voigt (Medienpionier, Zürich) auf Chancen, im Miteinander von Praxis, Politik und Forschung alternative Wege zu entwickeln. Sonja Schwetje (n-tv-Chefre-

dakteurin) beschrieb, wie um Strategien für den Umgang mit Online-Desinformation gerungen wird. Die Motive von Internet-Trollen besser zu verstehen, könne hierfür nützlich sein, erklärte Tobias Eberwein (Wien). **Marlis Prinzing**

## Mediensprache – Mediendiskurse

**Titel:** Digitalität – Medialität – Diskursivität. Methoden der Mediendiskursanalyse
**Ort:** Technische Universität Darmstadt
**Datum:** 14.-16.02.2019; **Teilnehmende:** ca. 40
**Anzahl der Vorträge:** Zwölf sowie ein Panel mit einem Einführungs- und drei Kurzvorträgen
*https://www.dgpuk.de/de/mediensprache-mediendiskurse.html*

Gegenstand waren aktuelle und innovative Methoden zur Erforschung von Mediendiskursen. Die Vorträge aus verschiedenen Disziplinen (Medien-, Kommunikations- und Sprachwissenschaft) bearbeiteten zwei Themen:
**(1) Daten und Korpora:** Es wurden die Zugänglichkeit und (technische, ethische) Nutzbarkeit von empirischen Daten, die Vergleichbarkeit von Text- und Medienkorpora (u.a. im Hinblick auf verschiedene Medienlogiken), legitime Korpusbegrenzungen in der Diskursforschung sowie die Frage nach einer adäquaten Berücksichtigung von Akteuren im Diskurs diskutiert.
**(2) Methoden:** Diskutiert wurden Reichweite und Grenzen von Tools für die Auswertung von Daten und Korpora sowie interdisziplinäre Mixed-Methods-Ansätze.
Als besondere Herausforderung gilt die Multimodalität der Analysegegenstände, kontrovers wurden zudem die Vor- und Nachteile von quantitativen vs. qualitativen Ansätzen sowie die Vergleichbarkeit von Daten/Korpora diskutiert. Es zeigte sich, dass der interdisziplinäre Mehrwert der Diskussion nicht nur in einer besseren Informiertheit über die Zugänge anderer Fächer liegt, sondern dass sie einen Weg zur Komplementarität von Forschungsmethoden ebnet, der noch viel zu selten beschritten wird. **Nina Janich**

## Rezeptions- und Wirkungsforschung

**Titel:** Aktuelle Forschung im Feld der Medienrezeption und Medienwirkung (offener Call) sowie thematisches Panel zu „Wandel und Stabilität von Mediennutzungsmustern"
**Ort:** Johannes Gutenberg-Universität Mainz
**Datum:** 31.01-02.02.2019; **Teilnehmende:** 97
**Anzahl der Vorträge:** 26
*https://www.rezfo2019.uni-mainz.de/*

Die Tagung bot ein Forum für aktuelle Forschung im Bereich der Medienrezeption und -wirkung. Hier standen unter anderem politische Information und Partizipation, problematische Smartphonenutzung, (Miss-)Erfolgsfaktoren für Werbung und PR sowie Präsenzerleben und Involvement im Fokus. Zudem gab es Beiträge zum spezifischen Tagungsthema „Wandel und Stabilität von Mediennutzungsmustern", die sich der Mediennutzung im gesamten Lebenslauf, der Mediennutzung in einem kritischen Zeitabschnitt, dem Schulübertritt auf die weiterführende Schule, und der Nachrichtennutzung von Jugendlichen widmeten. Dazu passend organisierten die Veranstalter eine dialogische Keynote, in der Sascha Hölig (Hans-Bredow-Institut) aus akademischer Sicht und Lothar Mai (Leiter der ARD Radioforschung) aus Sicht der angewandten Forschung Wandel und Stabilität der Mediennutzungsforschung unter digitalisierten Bedingungen diskutierten. Im Rahmen der Fachgruppensitzung wurden Anna Schnauber-Stockmann und Frank Mangold als neues Sprecherteam der Fachgruppe gewählt. **Anna Schnauber-Stockmann und Frank Mangold**

Rezeptions- und Wirkungsforschung: In der dialogischen Keynote diskutierten Lothar Mai (links) und Sascha Hölig (rechts) Wandel und Stabilität der Mediennutzungsforschung unter digitalisierten Bedingungen. Moderator war Philipp Müller (Mitte).
Foto: Liliane Hoffmann

Foto: Gisela Reiter

Visuelle Kommunikation: Best-Paper-Award für NachwuchswissenschaftlerInnen der Fachgruppe. Christian Schwarzenegger, Cornelia Brantner, Preisträgerin Petra Bernhardt und Katharina Lobinger (v.l.n.r.).

## Visuelle Kommunikation

**Titel:** Vernetzte Bilder. Visuelle Kommunikation in Sozialen Medien
**Ort:** Universität Wien
**Datum:** 29.11.-01.12.2018; **Teilnehmende:** 55
**Anzahl der Vorträge:** 21, davon vier Posterpräsentationen
*https://viskomm2018.univie.ac.at/*

Die Tagung startete mit der öffentlichen Keynote von Farida Vis (Manchester School of Art), die sich mit der Frage befasste, welchen Beitrag die Visuelle Kommunikationsforschung leisten kann, um der „Miss- und Desinformationskrise" entgegenzutreten. In der anschließenden Podiumsdiskussion diskutierten FachvertreterInnen und PraktikerInnen, wie Bilder zum Zwecke der Lüge und Ablenkung in der politischen Kommunikation in Sozialen Medien eingesetzt werden. Die thematisch vielfältigen, theoretischen und empirischen Tagungsvorträge, die sich u.a. der visuellen politischen Kommunikation, ethischen und kritischen Ansätzen zu Überwachung und Sichtbarkeit, Sharenting oder Körperbildern widmeten, hoben einmal mehr die Wichtigkeit, Bilder in der Erforschung Sozialer Medien zu berücksichtigen, heraus.
Der zum fünften Mal vergebene Best-Paper-Award für Nachwuchswissenschaftlerinnen der Fachgruppe ging an Petra Bernhardt (Universität Wien) für ihren Beitrag „Das virale G7-Foto: Deutungsmuster im User-Generated Content zu visueller politischer Kommunikation auf Twitter." **Cornelia Brantner**

## Wissenschaftskommunikation

**Titel:** Gefühlte Wissenschaft – Wissenschaftskommunikation zwischen Evidenzbasierung und Emotionsmodus?
**Ort:** Technische Universität Braunschweig, Haus der Wissenschaft
**Datum:** 06.-08.02.2019; **Teilnehmende:** ca. 70
**Anzahl der Vorträge:** Doppel-Keynote, 16 Vorträge, sechs Posterpräsentationen, eine Paneldiskussion
*https://www.tu-braunschweig.de/kmw/wisskomm19*

Wissenschaftskommunikation transportiert und evoziert Emotionen beim Publikum, aber auch Wissenschaftler*innen selbst werden im Forschungsprozess mit Emotionen konfrontiert, und auch öffentliche Debatten über Wissenschaft können – mehr oder weniger – emotionsgeladen sein. Die Tagung diskutierte verschiedenste Emotionen (positive wie negative), die an diversen Stellen des Kommunikationsprozesses über Wissenschaft beteiligt sind.
Der wissenschaftliche Fachdiskurs wurde insbesondere durch die Öffnung für sehr unterschiedliche Perspektiven bereichert.

Neben klassischen Vorträgen und Posterpräsentationen war auch eine öffentliche interaktive Podiumsdiskussion mit Online-Livestream Teil des Programms. Bereits in der Keynote wurden praktische Wissenschaftskommunikation (Markus Bauer von der ESA) und Forschungsperspektive (Prof. Dr. Rainer Bromme, Universität Münster) verbunden. Im Vorfeld fand ein Doktorand*innenworkshop statt.

Zur Tagung geben Monika Taddicken und Anne Reif ein special issue von Media and Communication (open access, auf Englisch) heraus.

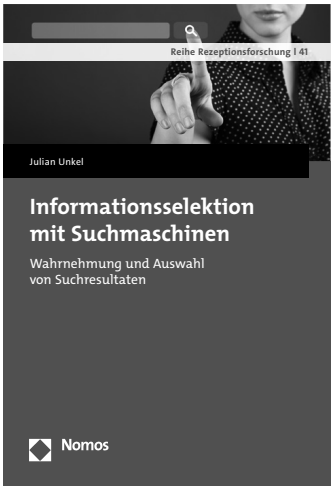
**Monika Taddicken**

Foto: TU Braunschweig

Wissenschaftskommunikation: Keynote von Rainer Bromme (Professor für Pädagogische Psychologie, WWU Münster)

Anzeige

# Was beeinflusst die Auswahl von Suchresultaten?




**Informationsselektion mit Suchmaschinen**

**Wahrnehmung und Auswahl von Suchresultaten**

Von Dr. Julian Unkel

*2019, 379 S., brosch., 74,– €*

*ISBN 978-3-8487-5987-3*

*(Reihe Rezeptionsforschung, Bd. 41)*

*nomos-shop.de/41981*

Das Buch geht der Frage nach, welche Kriterien für die Auswahl von Suchresultaten bei der Suche nach Informationen mit Suchmaschinen von Bedeutung sind. Hierfür werden der Ablauf von Suchprozessen sowie relevante Einflussfaktoren auf die Selektionsentscheidung systematisiert und empirisch überprüft.

Nomos eLibrary www.nomos-elibrary.de

**Erhältlich im Buchhandel oder versandkostenfrei unter: nomos-shop.de**
**Bestell-Hotline** (+49)7221.2104-37 | **E-Mail** bestellung@nomos.de | **Fax** (+49)7221.2104-43
Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer

Nomos

# "Oft kommen die Impulse von den Rändern"

## Anna Maria Theis-Berglmair beantwortet die „Aviso"-Fragen

Dr. Anna Maria Theis-Berglmair ist emeritierte Professorin für Kommunikationswissenschaft am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Bamberg.

**Was wird sich in Ihrem Leben durch die Emeritierung verändern?**
Es hat sich schon etwas geändert, da ich ja schon seit 1.4.2019 im Ruhestand bin. Jetzt kann ich forschen, was und wie ich will, ohne Rücksicht auf Peer-Reviews und standardisierte Vorgehensweisen. Damit will ich nicht sagen, dass diese Prüfverfahren nicht wichtig wären. Man muss sich aber bewusst sein, dass die Standards von heute auf dem Wissen von gestern beruhen und Wissenschaft davon lebt, dass Neues und Unkonventionelles auch eine Chance hat. Und oft kommen die Impulse von den Rändern. Zu 100 Prozent bin ich noch nicht in Pension, denn es sind immer noch einige Abschlussarbeiten zu betreuen. Aber meine Prioritäten haben sich deutlich verändert. Jetzt kann ich relativ ungestört meinen sonstigen Interessen nachgehen und mich z.B. mit Quantenphysik und Quantencomputern beschäftigen.

**Falls es damals mit dem Ruf nicht geklappt hätte – was war Ihr Plan B?**
Darüber habe ich nie nachgedacht, Plan A oder Plan B. Mir ging es immer darum, das, was ich angefangen hatte, auch fertig zu machen. Ich wusste, dass mein Habilitationsthema Zukunft hatte, aber bis ein neues Gebiet strukturell verankert ist, dauert es. Von daher hatte ich Glück, dass Prof. Rühl sich in diesem Bereich auskannte und mich gefördert hat. Aber ich hätte mich von meiner Ausbildung her auch auf andere Stellen bewerben können.

**Welches Medienthema treibt Sie derzeit besonders um?**
Angesichts der Vielzahl von Inhalteproduzenten, die es heute gibt, mache ich mir schon Sorgen, woran die verschiedenen Mediennutzer journalistische Leistung erkennen können – jenseits der klassischen Medienmarken (wobei auch dort nicht alles auf Eigenleistung beruht). Bei den Rezipienten, die ja heute vieles „umsonst" bekommen, gibt es diesbezüglich große Unsicherheiten. Deswegen haben wir vor einigen Jahren schon damit begonnen, linguistisch gestützte Verfahren zu entwickeln, mit deren Hilfe sich z.B. journalistische Texte von PR-Inhalten unterscheiden lassen. Was noch aussteht, ist ein entsprechender Algorithmus, der sozusagen eine Filterfunktion übernehmen könnte. Dieser Schritt ließ sich während meiner aktiven Zeit an der Universität leider nicht mehr realisieren, weil mein informatikaffiner Mitarbeiter von einem Unternehmen abgeworben wurde. Aber die Daten sind alle noch da.

**Heute dürfen Sie eine wissenschaftspolitische Entscheidung treffen. Welche?**
Im Augenblick läuft ja alles daraufhin, besonders gute Forschungsbedingungen für „Exzellenzuniversitäten" sicherzustellen. Die anderen Unis sollen dann die Masse an Studierenden versorgen. Damit läuft man Gefahr, Vielfalt zugunsten standardisierter Forschung zu reduzieren. In meinen Augen wäre es viel wichtiger, die Forschungsbedingungen *an allen* Universitäten zu verbessern, z.B. durch Reduzierung des Lehrdeputats.

Das ist in Deutschland im Vergleich zu anderen Ländern deutlich zu hoch, besonders wenn man die oft sehr großen Studierendenzahlen in manchen Fächern – auch unserem Fach – bedenkt. Bei einem reduzierten Lehrdeputat würde automatisch die Lehrqualität steigen, man hätte auch mehr Zeit für interdisziplinäre Forschungen und ungewöhnliche Forschungsansätze und die stärkere Einbindung von Studierenden in Forschungsprojekte. Die damit verbundene Personalaufstockung ist den Finanzministern aber zu teuer und erbringt womöglich nicht so eine gute Gelegenheit für Wissenschafts-PR wie das Konzept von „Exzellenzuniversitäten".

**Für welche wissenschaftliche Leistung soll man sich einmal an Sie erinnern?**
Dass ich die Organisationskommunikation in Deutschland heimisch gemacht habe, auch vom Terminus her. Dafür bin ich bei meiner Habilitation noch ausgelacht worden: Was das für ein Begriff sei und überhaupt, wozu man so etwas brauche? Etwas ganz Neues zu machen, ist im Zuge der wissenschaftlichen Qualifikation nicht ganz ungefährlich. Das gibt einem schon einen Einblick in das, was akademisch an Innovation akzeptiert wird. Die „vested interests" gibt's auch hier.

**Was würde der Welt ohne Kommunikationswissenschaft fehlen?**
Wenn es die Kommunikationswissenschaft nicht gäbe, würden andere Fächer sich die kommunikationsaffinen Themen anheften. Die Kommunikationswissenschaft bündelt die Themen recht gut und schafft u.a. Einblick in die Arbeits- und Wirkungsweise von Medien. Sie muss sich aber bewusst sein, dass ihre Erkenntnisse zu ganz verschiedenen Zwecken eingesetzt werden. Eine kritische Kommunikationswissenschaft wäre hier vonnöten; Aufträge und Drittmittel (ein wichtiges Bewerbungs- und Zielkriterium bei Verhandlungen) bekommt man aber eher von anderer Seite.

**Ihr bester Ratschlag für den wissenschaftlichen Nachwuchs?**
Gehen Sie nicht allein in den Dschungel! Wenn Sie der Zeit zu weit voraus sind, können Sie schlecht netzwerken und müssen den Weg mit der Machete alleine bewältigen. Suchen Sie sich aber auch nicht allzu abgestandene Themen für die Qualifikation. Da glauben andere meist schon alles besser zu wissen. Am besten, Sie steigen auf ein Thema auf, das gerade im Kommen ist, aber noch nicht systematisch bearbeitet ist. Und wenn Sie dann eine Professur haben, bleiben Sie nicht zu eingeschränkt, sondern gehen Sie mit wachen Augen durch die Welt. Dann kommen Sie mitunter auf ganz neue Fragen und Denkweisen, zumal Sie sich diese dann auch erlauben können.

**Über welches Thema müsste in der Kommunikationswissenschaft dringend diskutiert werden?**
Über Sprache und Texte. Mit den neuen Medien verändert sich auch der sprachliche Ausdruck und ich habe den Eindruck, dass viele unserer Studierenden sprachlich in einer ganz anderen Welt leben und mit den wissenschaftlichen, aber auch den journalistischen Texten nicht (mehr) zurechtkommen. Das gilt wahrscheinlich auch für andere Personengruppen, aber wenn Studierende in einen Kommunikationsberuf gehen, gehört der Umgang mit Sprache zwingend dazu.

**Worüber können Sie als Wissenschaftlerin immer noch staunen?**
Über außerwissenschaftliche Theorien, die sich Menschen über bestimmte Zusammenhänge machen und welche Ausdrucksformen sie dafür finden. Manchmal sind sie sprachlich recht nahe an wissenschaftlichen Ergebnissen.

**Ein Text oder Film, der Ihnen besonders am Herzen liegt?**
Fachlich gesehen sind die Arbeiten von Karl E. Weick für mich immer ein Gewinn und an der „Vermessung der Welt" von Daniel Kehlmann habe ich mich erst jüngst (wieder) ergötzt.

**Schenken Sie uns zum Abschluss ein spannendes Zitat! Warum ausgerechnet dieses?**
*„Wenn man stets das Wesentliche dem Dringlichen opfert, vergisst man die Dringlichkeit des Wesentlichen" (Edgar Morin, frz. Philosoph).*

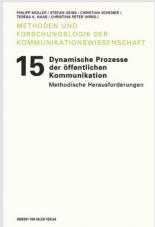
Dieses Zitat beschreibt sehr gut meine letzten Dienstjahre, in denen die Dringlichkeit seitens der Wissenschaftsverwaltung immer stärker betont wurde: Hier noch eine Bewertung, da noch eine Statistik oder Stellungnahme, dann wieder (Re-)Akkreditierung, etc. – am besten schon vorgestern. Die Datensammelei hat enorm zugenommen und diese Zeit fehlt uns für unsere anderen Aufgaben als Wissenschaftlerinnen. Man kommt kaum noch dazu, mal in Ruhe über etwas nachzudenken, selbst in den Semesterferien schlagen die Verwaltungserfordernisse durch. Ein (zwischenzeitlich emeritierter Kollege) hat mal geäußert: „Wir sind hier nur noch teuer bezahlte Verwaltungsesel". Das mag etwas harsch ausgedrückt sein, aber die Erfahrung der letzten Jahre hat mich dazu bewogen, das System etwas früher als von manchem gedacht zu verlassen, nach dem Motto: Lieber weniger teuer bezahlt, aber kein Esel.

CHRISTINA PETER / TERESA K. NAAB / RINALDO KÜHNE (HRSG.)

**Measuring Media Use and Exposure. Recent Developments and Challenges**

*Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft*, 14

ISBN (Buch) 978-3-86962-287-3
ISBN (ePDF) 978-3-86962-288-0

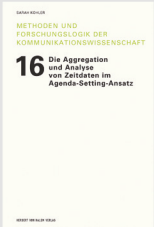



P. MÜLLER / S. GEISS / C. SCHEMER / T. K. NAAB / C. PETER (HRSG.)

**Dynamische Prozesse der öffentlichen Kommunikation. Methodische Herausforderungen**

*Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft*, 15

ISBN (Buch) 978-3-86962-404-4
ISBN (ePDF) 978-3-86962-405-1




SARAH KOHLER

**Die Aggregation und Analyse von Zeitdaten im Agenda-Setting-Ansatz**

*Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft*, 16

ISBN (Buch) 978-3-86962-463-1
ISBN (ePDF) 978-3-86962-464-8

JUTTA BRENNAUER

**Von „Wirtschaftsflüchtlingen" und „Willkommenskultur". Fluchtberichterstattung abseits des Politikressorts**

ISBN (Buch) 978-3-86962-437-2
ISBN (ePDF) 978-3-8696-2438-9

BJÖRN BRÜCKERHOFF

**Orientierung durch Suchmaschinen. Ein dynamisch-transaktional gedachtes Modell**

ISBN (Buch) 978-3-86962-447-1
ISBN (ePDF) 978-3-86962-448-8

HOLGER WORMER / SASCHA KARBERG

**Wissen. Basiswissen für die Medienpraxis**

*Journalismus Bibliothek*, 10

ISBN (Buch) 978-3-86962-024-4

ELIZABETH PROMMER / CHRISTINE LINKE

**Ausgeblendet. Frauen im deutschen Film und Fernsehen**
Mit einem Vorwort von Maria Furtwängler

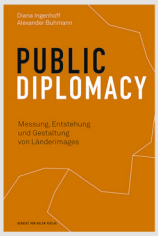
*edition medienpraxis*, 17

ISBN (Buch) 978-3-86962-428-0
ISBN (PDF) 978-3-86962-429-7

KONRAD DUSSEL

**Bilder als Botschaft. Bildstrukturen deutscher Illustrierter 1905 - 1945 im Spannungsfeld von Politik, Wirtschaft und Publikum**
Unter Mitwirkung von Patrick Rössler

ISBN (Buch) 978-3-86962-414-3
ISBN (PDF) 978-3-86962-415-0




DIANA INGENHOFF / ALEXANDER BUHMANN

**Public Diplomacy. Messung, Entstehung und Gestaltung von Landesimages**

ISBN (Buch) 978-3-7445-1198-8
ISBN (ePDF) 978-3-7445-1200-8

TANJA MAIER

**Die (un-)sichtbare Religion. Wandel des christlichen Bilderrepertoires in der visuellen Kultur**

ISBN (Buch) 978-3-86962-318-4
ISBN (ePDF) 978-3-86962-319-1

UWE KRÜGER

**Meinungsmacht.**
Der Einfluss von Eliten auf Leitmedien und Alpha-Journalisten – eine kritische Netzwerkanalyse

*Reihe des EIJK*, 9
2., korr. und erweiterte Auflage

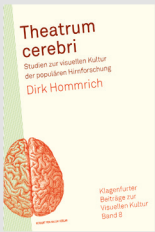
ISBN (Buch) 978-3-86962-459-4
ISBN (ePDF) 978-3-86962-460-0

FRIEDRICH KROTZ

**Neue Theorien entwickeln.**
Eine Einführung in die Grounded Theory, die Heuristische Sozialforschung und die Ethnographie anhand von Beispielen aus der Kommunikationsforschung

2., korr. und erweiterte Auflage

ISBN (Buch) 978-3-86962-452-5
ISBN (ePDF) 978-3-86962-453-2




DIRK HOMMRICH

**Theatrum cerebri. Studien zur visuellen Kultur der populären Hirnforschung**

*Klagenfurter Beiträge zur Visuellen Kultur*, 8

ISBN (Buch) 978-3-86962-434-1
ISBN (ePDF) 978-3-86962-434-1

HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22
51063 Köln
+49-221-92 58 29 0
info@halem-verlag.de
http://www.halem-verlag.de

**Online-Journale und -Lexika**
http://journalistik.journal
http://www.journalistikon.de
http://blexkom.halem-verlag.de
http://www.rkm-journal.de

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

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