

AG Nachwuchsförderung in der DGPK

Vorschläge zur Verbesserung der Nachwuchsförderung in der DGPK

1. Problemstellung

2. Zielgruppe

3. Ziele

4. Vorschläge

4.1 Darstellung

4.2 Institutionalisierung

4.3 Modifikation bestehender Aktivitäten

4.4 Neue regelmäßige Aktivitäten

4.5 Neue einmalige Aktivitäten

5. Quellen

1. Problemstellung

Der Wissenschaftsrat mahnte 2007, dass die Nachwuchsrekrutierung in der Kommunikationswissenschaft unzureichend sei. Diese Einschätzung hat sich inzwischen bewahrheitet. Die Kommunikations- und Medienwissenschaft hat ein Nachwuchsproblem. Berufungskommissionen klagen über kleine Bewerberfelder, deren Kandidatinnen und Kandidaten es oft entweder an formaler Qualifikation oder an Einschlägigkeit mangelt, und Betreuer über begabte und hochqualifizierte Promovierte, die nach der Promotion die Wissenschaft verlassen. Gleichzeitig bemängeln Postgraduierte und Post-Docs unzureichende Informationen über Karrierechancen, Karrierewege und Karrierestrategien und eine mangelhafte Vernetzung innerhalb der Fachgesellschaft.

Laut Satzung ist Nachwuchsförderung eine der Aufgaben der DGPUK. Deshalb hat der Vorstand eine Arbeitsgruppe eingesetzt und ihr den Auftrag erteilt, die Nachwuchsförderung in der DGPUK zu evaluieren und Vorschläge zu ihrer Verbesserung zu unterbreiten. Die Arbeitsgruppe besteht aus Christiane Eilders, Sven Engesser, Ralf Hohlfeld, Diana Ingenhoff, Corinna Lüthje, Thorsten Quandt, Carsten Reinemann. Damit sind sowohl Professorinnen und Professoren als auch Vertreterinnen und Vertreter des Nachwuchses an der Arbeitsgruppe beteiligt. Zudem wurden Vertreterinnen und Vertreter verschiedener Nachwuchsinitiativen innerhalb der DGPUK gehört. Die folgenden Überlegungen und Vorschläge sind das Ergebnis der Diskussionen der Arbeitsgruppe.

2. Zielgruppe

Zielgruppen der Nachwuchsförderung der DGPUK sind Postgraduierte und Post-Docs. Beide Gruppen unterschieden sich deutlich im Hinblick auf ihre Größe und ihre Problemlagen. Dies soll die DGPUK bei allen ihren Aktivitäten der Nachwuchsförderung beachten und entsprechend differenzierte Angebote machen.

Die DGPUK sollte daneben auch anstreben, diejenigen Postgraduierten so weit wie möglich in die Nachwuchsförderung einzubeziehen, die die formalen Kriterien für eine Aufnahme in die Fachgesellschaft noch nicht erfüllt haben bzw. deren Aufnahmeantrag noch nicht vollständig bearbeitet wurde.

3. Ziele

Das wichtigste Ziel der Nachwuchsförderung der DGPUK muss es sein, die besten Postgraduierten und Post-Docs in der Kommunikationswissenschaft zu halten. Um dies zu erreichen, sollten auf Seiten der Nachwuchswissenschaftlerinnen und Nachwuchswissenschaftler Unsicherheiten abgebaut und die Motivation gefördert werden. Die Aktivitäten der Nachwuchsförderung der DGPUK sollten deshalb vor allem darauf ausgerichtet sein, *karrierebezogene Kenntnisse* und *Kompetenzen* des Nachwuchses sowie seine intradisziplinäre Vernetzung zu fördern.

Bedarf an karrierebezogenen Kenntnissen besteht auf Seiten des Nachwuchses beispielsweise im Hinblick auf sich wandelnde Berufsbilder in der Kommunikationswissenschaft, rechtliche Rahmenbedingungen, Qualifikationswege und

Entscheidungskriterien in Berufungsverfahren, aber auch im Hinblick auf die Aktivitäten der Nachwuchsförderung innerhalb der DGPK selbst.

Bedarf an karrierebezogenen Kompetenzen besteht auf Seiten des Nachwuchses beispielsweise in den Bereichen Publikationsstrategien, Hochschuldidaktik, Drittmittelinwerbung und Personalführung.

Der Bedarf an Kenntnissen und Kompetenzen variiert zwischen den beiden Zielgruppen der Nachwuchsförderung (Postgraduierte und Post-Docs) gemäß ihrer Qualifikationsstufe. Fördermaßnahmen sollten diesen beiden Statusgruppen angepasst sein und entsprechend getrennt stattfinden.

Mit Blick auf die Professorinnen und Professoren sollte sich die DGPK außerdem darum bemühen, die eigenen Aktivitäten der Nachwuchsförderung innerhalb der Fachgesellschaft besser als bislang bekannt zu machen und alle Mitglieder für die Probleme des wissenschaftlichen Nachwuchses zu sensibilisieren.

4. Vorschläge

Die Vorschläge der AG Nachwuchsförderung beziehen sich (1) auf die *Darstellung* der bereits bestehenden Aktivitäten der Nachwuchsförderung innerhalb der DGPK, (2) die *Institutionalisierung* der Nachwuchsförderung bzw. der Mitsprache des Nachwuchses in der Fachgesellschaft, (3) die *Modifikation* bestehender Aktivitäten, (4) *neue regelmäßige Aktivitäten* sowie (5) *neue einmalige Aktivitäten* der Nachwuchsförderung.

4.1 Darstellung

Auf der Website der DGPK sollte ein spezieller Bereich „Nachwuchsförderung“ eingerichtet werden. Er sollte prominent als Haupttrubrik auf der linken Seite im öffentlichen Bereich der Website angelegt werden, um die Nachwuchsförderung in der DGPK sichtbar und sowohl innerhalb als auch *außerhalb* der Fachgesellschaft bekannt zu machen. In diesem Bereich sollen die bereits bestehenden, vielfältigen Nachwuchsaktivitäten auf den verschiedenen Ebenen der DGPK gebündelt dargestellt werden. Zu diesen Aktivitäten zählen:

1. *Nachwuchsaktivitäten der Fachgruppen*

In den 13 Fachgruppen der DGPK gibt es unterschiedliche Initiativen der Nachwuchsförderung. So wird z. B. in der Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung im Vorfeld der FG-Tagung regelmäßig ein Doktoranden-Workshop durchgeführt. Drei Fachgruppen arbeiten eng mit interdisziplinären Nachwuchsnetzwerken zusammen und unterstützen diese:

- Politische Kommunikation: NaPoko (<http://www.napoko.de>)
- Kommunikationsgeschichte: NaKoGe (<http://nakoge.dgpk.de>)
- Medienökonomie: Medienökonomie^{JR} (<http://www.medienoekonomiejr.org>)

2. *Nachwuchspreise und Förderung*

- Zuschüsse für Nachwuchs der Fachgruppen
- Mentoring-Programm für Nachwuchswissenschaftlerinnen
- Individuelle Zuschüsse für Reisen zu internationalen Konferenzen in Übersee

- Preis für den besten Tagungsbeitrag einer Nachwuchswissenschaftlerin/eines Nachwuchswissenschaftler bei der Jahrestagung
- Dissertationspreis

3. *Nachwuchsforschung*

- Transfer

4. *Nachwuchsnetzwerke international*

Ein weiterer Service auf der Nachwuchswebsite sollte der Hinweis auf Nachwuchsaktivitäten in internationalen Fachgesellschaften sein, um damit einen Anreiz zur Internationalisierung zu setzen:

- ECREA Young Scholars Network (<http://yecrea.eu/node>)
- Emerging Scholars Network of the IAMCR (<http://esn.colostate.edu>)
- ICA Student Affairs Committee (http://www.icahdq.org/cgi-shl/twserver.exe?run:comminfo_1:passposts:Committee_Code=SACOM2003)

5. *Allgemeine Wissenschaftsportale*

Zusätzlich sollten auch allgemeine Portale verlinkt werden, die Angebote für den wissenschaftlichen Nachwuchs bieten, z. B. www.academics.de.

4.2 **Institutionalisierung**

Nachwuchsförderung und die spezifischen Interessen des Nachwuchses sind bislang nur schwach in den Strukturen der DGPK repräsentiert. In internationalen Fachgesellschaften ist dies anders. In der ICA gibt es gewählte *Student Members des Board of Directors* sowie ein ständiges *Student Affairs Committee*. In der ECREA gibt es ein Netzwerk von Nachwuchswissenschaftlern (YECREA), dessen gewählte Sprecher Zugang zum Executive Board haben. In der IAMCR existiert ein Netzwerk von Nachwuchswissenschaftlern (Emerging Scholars Network), das den Status einer Section innehat, was seinen Sprechern Zugang zu und Stimme in den höchsten Gremien der Gesellschaft sichert.

Um die institutionelle Verankerung der Nachwuchsförderung in der DGPK zu stärken, sollte die DGPK folgende Maßnahmen ergreifen.

1. *Zuständigkeit für Nachwuchsförderung im DGPK-Vorstand*

Nachwuchsförderung ist eine Kernaufgabe der DGPK und sollte direkt im Vorstand angesiedelt sein, um die Aufgabe zu verstetigen und Nachhaltigkeit zu ermöglichen. Es wird vorgeschlagen, die Zuständigkeit und Verantwortlichkeit für Nachwuchsförderung an einen der beiden stellvertretenden Vorstände zu binden. Aufgaben des jeweiligen Vorstandsmitglieds wären vor allem die Koordination der Nachwuchsaktivitäten der DGPK sowie die Förderung des Bewusstseins für die Probleme und Anliegen des Nachwuchses innerhalb der Fachgesellschaft.

2. *Sprecher/Sprecherin des wissenschaftlichen Nachwuchses*

Bei der Nachwuchsförderung soll auch die betreffende Gruppe beteiligt sein. Es wird die Schaffung der Position eines Sprechers/einer Sprecherin des wissenschaftlichen Nachwuchses vorgeschlagen. Diese Sprecherin/dieser Sprecher sollte den Status

eines Fachgruppensprechers haben und damit an den erweiterten Sitzungen des Vorstands teilnehmen. Er sollte die Anliegen des wissenschaftlichen Nachwuchses innerhalb der Fachgesellschaft vertreten und zu den Nachwuchs betreffenden Fragen gehört werden. Gewählt wird der Sprecher/die Sprecherin des wissenschaftlichen Nachwuchses von allen Mitgliedern der DGPK außer Professorinnen/Professoren, Juniorprofessorinnen/Juniorprofessoren und Privatdozentinnen/Private dozenten.

4.3 Modifikation bestehender Aktivitäten

Die Arbeitsgruppe schlägt vor, die bisherigen Aktivitäten der DGPK-Nachwuchsförderung (Zuschüsse für Nachwuchs der Fachgruppen, Mentoring, individuelle Zuschüsse zu Konferenzreisen, Preis für bestes Nachwuchspaper, Dissertationspreis, Transfer) im Prinzip beizubehalten.

Verändert werden sollten allerdings die Kriterien für die Vergabe von individuellen Zuschüssen zu Konferenzreisen. Die Bindung eines Zuschusses an einen Eigenbeitrag des Instituts benachteiligt strukturell die Mitglieder kleiner und finanzschwacher Institute bzw. Professuren. Diese wurden dadurch bis dato doppelt gestraft. Infolgedessen kommen entsprechende Anträge vor allem von Mitgliedern großer Institute. Künftig sollte die Vergabe eines individuellen Zuschusses deshalb nicht mehr an einen Eigenbeitrag des Instituts gebunden werden.

Postgraduierte, die die Aufnahmebedingungen für eine reguläre DGPK-Mitgliedschaft noch nicht erfüllt haben, verfügen meist über begrenzte finanzielle Ressourcen. Um dieser Gruppe einen größeren Anreiz zur Teilnahme an DGPK-Tagungen zu bieten, empfehlen wir eine vergünstigte Teilnahmegebühr für *Nicht-Mitglieder auf halben Stellen*. Dieser sollte sich am Beitrag von Mitgliedern auf halben Stellen orientieren.

4.4 Neue regelmäßige Aktivitäten

Um die Nachwuchsförderung zu verbessern, schlägt die Arbeitsgruppe folgende regelmäßig durchzuführende Aktivitäten vor:

1. DGPK-Doktorandentag

Die Veranstaltung sollte jährlich in etwa halbjährlichem Abstand zur DGPK-Jahrestagung stattfinden. Sie sollte nicht in erster Linie zur Präsentation von Forschungsaktivitäten dienen, sondern Informationen rund um Karrierewege, Berufsbilder, Publikationsstrategien, Drittmittelinwerbung etc. bieten. Als Referenten und Ansprechpartner sollen vornehmlich etablierte Mitglieder der Fachgesellschaft herangezogen werden. Neben der Fortbildung soll den Teilnehmerinnen und Teilnehmern ausreichend kommunikativer Raum zum Austausch und zur Vernetzung zur Verfügung gestellt werden. Bei diesem Doktorandentag handelt es sich nicht um eine fachwissenschaftliche Nachwuchstagung. Deshalb sollen keine Vorträge zu den Dissertationsvorhaben gehalten werden. Im Sinne der Förderung der intradisziplinären Vernetzung sind jedoch Postersessions wünschenswert.

2. *DGPuK Post-Doc-Kolloquium* (oder Fenster)
Die Veranstaltung soll im Kontext der DGPuK Jahrestagung stattfinden und mit wechselnden Themen auf Informationsbedürfnisse der Post-Docs reagieren. Denkbar sind Veranstaltungen zu den Themen Berufungsverfahren, -verhandlungen, W-Besoldung, Personalführung, Aufbau eines Lehrstuhls etc.
3. *Empfang neuer und künftiger (!) Mitglieder bei der DGPuK-Jahrestagung*
Zum derzeit veranstalteten Empfang neuer Mitglieder sollten ausdrücklich auch diejenigen Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Tagung eingeladen werden, die *noch nicht* Mitglied sind. Dies würde vor allem jüngere Postgraduierte einbeziehen, die zum Beispiel ihre Examensarbeit bei der DGPuK vorstellen, aber noch keine regulären Mitglieder sind.

4.5 Neue einmalige Aktivitäten

Die Arbeitsgruppe regt außerdem folgende weitere Aktivitäten an:

1. *AVISO-Schwerpunkte*
Der AVISO sollte sich in thematischen Schwerpunkten mit den Themen „Nachwuchs“ und „Berufungsverfahren“ beschäftigen. Dabei könnten etablierte Wissenschaftler nach den aus ihrer Sicht wichtigsten Faktoren für Erfolg in der Wissenschaft sowie die Erfolgskriterien in Berufungsverfahren befragt werden. Die Schwerpunkte sollten dann in der Rubrik Nachwuchs auf der DGPuK-Website dokumentiert werden.
2. *Bedarfsprognose*
Erstellung einer Bedarfsprognose für Professorinnen und Professoren in der Medien- und Kommunikationswissenschaft für die nächsten fünf bis zehn Jahre (möglicherweise in Form eines Forschungsprojekts, an dem verschiedene Mitglieder der AG Interesse gezeigt haben). Zweck dieser Prognose ist es, die Förderaktivitäten in der DGPuK gezielt planen zu können und den Ausbau des Fachs Kommunikationswissenschaft auf einer soliden Datengrundlage planen und betreiben zu können.
3. *Befragung von Postgraduierten*
Die bisherige Forschung zum kommunikationswissenschaftlichen Nachwuchs (vgl. Wirth et al. 2006, 2008) konzentriert sich in erster Linie auf die Postdocs. Doch auch die Postgraduierten stellen eine wesentliche Zielgruppe der Nachwuchsförderung dar (siehe Abschnitt 2). Aus diesem Grund empfehlen wir die Durchführung einer Befragung von Postgraduierten zu deren Soziodemographie, Arbeitsbedingungen, Motivation und Bedürfnissen. Die Umfrage sollte auch gezielt diejenigen berücksichtigen, die nach der Promotion *keine* wissenschaftliche Laufbahn einschlagen möchten, um die Gründe für den Ausstieg besser zu verstehen. Auch diese Befragung könnte als Forschungsprojekt mit Beteiligung der AG-Mitglieder angelegt werden.

5. Quellen

Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) (Hg.) (2008): Bundesbericht zur Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses (BuWiN). Berlin. (Quelle: www.kisswin.de)

Wirth, Werner, Ilona Stämpfli, Saskia Böcking und Jörg Matthes (2008): Führen viele Wege nach Rom? Berufssituation und Karrierestrategien des promovierten wissenschaftlichen Nachwuchses in der Kommunikations- und Medienwissenschaft. In: Publizistik, 53. Jg., H, 1, 85-113.

Wirth, Werner, Elisabeth Prommer, Margreth Lünenborg, Jörg Matthes und Ursina Mögerle (2006): Die Kommunikationswissenschaft als „gendered organization“. Geschlechtsspezifische Befunde zur Situation des wissenschaftlichen Nachwuchses. In: Publizistik, 51. Jg., 67-91.

Wissenschaftsrat (2007): Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Kommunikations- und Medienwissenschaften in Deutschland. Oldenburg.

31. März 2010

Christiane Eilders, Sven Engesser, Ralf Hohlfeld,
Diana Ingenhoff, Corinna Lüthje, Thorsten
Quandt und Carsten Reinemann