

# Aviso



Informationsdienst der Deutschen  
Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Nr. 41

D G P u K

April 2006

LOB UND TADEL

DEBATTE: FORSCHUNGSFÖRDERUNG

**Bemerkenswerte Konvergenz**

Förderung durch die DFG

VON BARBARA PFETSCH UND FRIEDRICH KROTZ

**Persönlich genommen**

Plädoyer für eine andere „Antragskultur“

VON ANDREAS HEPP

**Die Chance nutzen**

Forschungspolitik der Landesmedienanstalten

VON HANS-JÜRGEN WEISS

**Konservative Verschränkung**

Forschungsförderung der EU

VON SASKIA BÖCKING UND TILO HARTMANN

FRAUENFÖRDERUNG

TAGUNGEN

GRUPPENBILD

IN KÜRZE

NACHGEFASST

NEU ERSCHIENEN

DER FRAGEBOGEN

Ausgefüllt von Michaela Maier

AKKREDITIERUNG

ZWISCHENRUF

AUS DEM VORSTAND

EINSPRUCH

2

## AVISIERT

3

Das Geld ist knapp in der Wissenschaft. Einerseits. Andererseits scheint es so zu sein, dass wir uns nicht energisch genug um Möglichkeiten der Forschungsförderung bemühen. Unser Fach sei „träge“, was DFG-Anträge anbelange, schreiben Barbara Pfetsch und Friedrich Krotz. In ihrem Beitrag zum „Aviso“-Schwerpunkt räumen sie unter anderem mit dem Vorurteil auf, bei der Mittelvergabe würden bestimmte Projekte und Methoden systematisch bevorzugt, so dass sich ein Antrag oftmals gar nicht lohne.

3

6

7

10

Träge statt Anträge – von einer falschen Antragskultur und gewissen Empfindlichkeiten weiß Andreas Hepp zu erzählen. Auch die anderen Erfahrungsberichte zu diesem Thema sollten alle Leser ermuntern, bei der Forschungsförderung nicht klein beizugeben und Fachinteresse wie eigene Forschungsprojekte selbstbewusster zu vertreten.

Barbara Pfetsch hat die Texte dieses Schwerpunktes zusammengestellt. Gewinn bringende Lektüre und einen guten Start ins Semester wünscht

IHR GUNTER REUS

12

14

17

18

19

20

22

24

26

27

28

Anzeige



VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN  
[www.vs-verlag.de](http://www.vs-verlag.de)

Zum Begreifen, zur Definition, zur Prüfung und Kontrolle sozialer Probleme hat Robert K. Merton in den 1930er Jahren die „institutionalistische“ Wissenschaftssoziologie vorgeschlagen. Seit den 1970er Jahren werden Kommunikationsprobleme zunehmend vor einem weltgesellschaftlichen Problemehorizont beobachtet. Das Erklärungsvermögen der institutionalistisch-wissenschaftssoziologischen „Theorien mittlerer Reichweite“ stieß an seine Grenzen. Die Parsons-Merton-Systemtheorie wird deshalb von kybernetisch-selbstreferentiellen Theoriearchitekturen abgelöst, desgleichen soziales Handeln und soziales Verhalten durch Kommunikation als Schlüsselbegriff.

An diesen epistemischen und methodischen Entwicklungsprozessen hat sich die auf den deutschsprachigen Raum selbstbeschränkende „Publizistik(wissenschaft)“ nicht beteiligt. Erst eine damit brechende, sozialwissenschaftlich konzipierte Kommunikationswissenschaft (zuerst in Erlangen-Nürnberg) hat vor allem in der Journalismusforschung sachliche, soziale und zeitliche Wechselprozesse lokaler, regionaler, nationaler und gesamtgesellschaftlicher Art problematisiert. Werden heute Journalismus, Public Relations, Werbung und Propaganda studiert und erforscht, dann immer seltener wesens- und personalorientiert. Die weltweiten organisationsförmig, markt-förmig und gesellschaftsförmig konzipierten Forschungen stehen gesellschaftshistorisch in Referenz zu Aufklärung, Industrialisierung, Elektronicierung, Urbanisierung, Literalisierung, Demokratisierung und Marktwirtschaft.

Wird jüngst „Globalisierung“ auf die Forschungsagenda gestellt, dann überwiegend wirtschaftswissenschaftlich. Die Kommunikationswissenschaft tut gut daran, zur Bearbeitung und Lösung globaler Kommunikationsprobleme nicht unmittelbar an diese „Vorbilder“ anzukoppeln, sondern ihre sozialwissenschaftliche Anschlussfähigkeit anhand eigener Problematik zu suchen. Wird behauptet, das Fach mit den vielen Titeln sei eine Sozialwissenschaft, dann ist dies begrifflich, theoretisch und methodisch zu begründen. Aktivitäten mit einem Medienbegriff im Mittelpunkt, der wie ein Naturvorkommen gehandhabt wird, ignoriert typischerweise jeglicher Medialisierung zugrundeliegende Kommunikationsproble-

me. Es ist ein unter Medienwissenschaftlern verbreiteter Irrtum, sie würden selbstverständlich Kommunikationswissenschaft betreiben.

Eine künftige Kommunikationswissenschaft wird sich nicht eingleisig mit Produktionsverhältnissen, sondern zudem mit logistischen und vor allem mit Rezeptionsverhältnissen zu beschäftigen haben, die über das bloße Bewirken von Menschen hinausweisen. Dabei kann man nicht nur am sozialwissenschaftlichen Theorienpluralismus herumknabbern, um methodologisch zu verkennen, dass die Kommunikationswissenschaft empirisch-analytisch, die Rechtswissenschaft normativ-präskriptiv und die Wissenschaftswissenschaften zweck/mittel-rational operieren. Wie ist mit dem daraus resultierenden Methodenschema umzugehen?

Bewährte Theorien sind keine a-sozialen und a-historischen Allerweltsinstrumente. Damit erarbeitete Aussagen erhalten Relevanz durch erkenntnistheoretische Kontrollen und methodentheoretische Prüfungen. Erweisen sich empirisch vorgeformte Theorien als Erkenntnishindernisse, dann sind sie für die Forschung beiseite zu räumen, sollten freilich in der Lehre als realhistorische Alternativen (Dogmengeschichte) eingebracht werden. Denn jede Art von Kommunikationsverhältnis ist in Relation zu Zeit und Gesellschaft theoretisch zu (re)konstruieren.

⇒ MANFRED RÜHL, BAMBERG/NÜRNBERG

... herzlichen Glückwunsch zu einem wunderbaren „Aviso“!

⇒ KLAUS SCHÖNBACH, AMSTERDAM

Der „Aviso“ Nr. 40 ist mal wieder sehr gelungen und Ihr „Dramolett“ bitterböse und amüsant zugleich.

⇒ MARION MÜLLER, BREMEN

Ich möchte Ihnen gern – pars pro toto – ein Kompliment für Ihren „Einspruch“ machen, den ich schon immer als menschlich ansprechend empfunden habe und der gerade diesmal einen graziösen Strich unter einen hässlichen Vorgang zieht.

⇒ HEINZ STARKULLA JR., MÜNCHEN

Das Dramolett selbst hatte ja schon – wenn überhaupt einen Wert, dann: – hohen Unterhaltungswert, der aber nun durch den Ihres „Einspruchs“ getoppt wird. Ich hatte noch selten so viel Spaß beim Lesen des „Aviso“.

⇒ PETRA WERNER, KÖLN

Aus: Kladderatsch, Nr. 28, 20. Juni 1869 (Bild gekontert)



Leserbriefe

Einen weiteren Beitrag zur Debatte über den Leserbrief von Werner Faulstich finden Sie auf Seite 26



## Fördertöpfe

Die deutschen Hochschulen sind unter Druck. Mit ihrer Neuordnung, die sich in neuen Hochschulgesetzen, neuen Organisationsstrukturen und neuen Studienangeboten niederschlägt, werden derzeit die Weichen für Lehre und Forschung umgestellt. Ein zunehmend wichtiges Exzellenz- und Wettbewerbskriterium für Hochschulen und Institute wie auch für die Hoch-

schullehrer selbst ist die Einwerbung von Forschungsmitteln. „Aviso“ macht in dieser Ausgabe deshalb unterschiedliche Aspekte der Forschungsförderung in der Kommunikationswissenschaft zum Thema. *Saskia Böcking* und *Thilo Hartmann* erläutern, was das Besondere an der europäischen Forschungsförderung ist. *Barbara Pfetsch* und *Friedrich Krotz* berichten über das neue DFG-Gutachterverfahren und ziehen eine Bilanz der Antragsituation unseres Faches in den vergangenen drei Jahren. Es zeigt sich: Als kleinste Disziplin im Fachkollegium Sozialwissenschaften der DFG fehlt der Kommunikationswissenschaft die kritische Masse an Anträgen, um durchgängig hohe Bewilligungsraten zu erzielen. Dies ist möglicherweise auch einer spezifischen Antragskultur im Fach geschuldet, die *Andreas Hepp* mit der Antragskultur der Soziologen vergleicht. Möglicherweise ist die Zahl der DFG-Anträge aus der Kommunikationswissenschaft auch deshalb so gering, weil es in unserem Fach veritable Alternativen der Forschungsförderung gibt, die anderen Sozialwissenschaften nicht zur Verfügung stehen: die Auftragsforschung der Landesmedienanstalten, die *Hans-Jürgen Weiß* beschreibt. Alternative Geldgeber sind auch die Stiftungen, deren sozialwissenschaftliche Themenschwerpunkte für die Kommunikationswissenschaft ebenfalls relevant sind. *Annie Waldherr* hat sich im Stiftungsdschungel umgesehen.

**BARBARA PFETSCH**

## Bemerkenswerte Konvergenz

Förderung durch die DFG VON BARBARA PFETSCH UND FRIEDRICH KROTZ

Die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) dient manchen als Projektionsfläche für Mythen und Verschwörungstheorien. Insbesondere dann, wenn ein Antrag auf Forschungsförderung abgelehnt wird, blühen die Spekulationen über die angeblich nicht offen genannten Gründe der Entscheidung. In solchen Fällen hört man bisweilen, es habe daran gelegen, dass die DFG bestimmte wissenschaftliche Orientierungen bevorzugt fördere, bestimmte Methoden vorziehe oder bestimmte Projektgrößen und Projektformate besonders gute Chancen hätten. Solche Verschwörungstheorien lassen sich nur auf die Unkenntnis der Verfahren zurückführen. Wir wollen deshalb über die Arbeit des Fach-

kollegiums Sozialwissenschaften und unsere Erfahrungen in diesem Gremium berichten; zudem werden wir für die Kommunikationswissenschaft eine Bilanz der Antragsförderung der vergangenen drei Jahre ziehen.

Im Jahre 2004 hat die DFG die ehemaligen Fachausschüsse und das bis dahin gültige Fachgutachtersystem abgeschafft und durch so genannte Fachkollegien ersetzt. Insgesamt gibt es 48 Fachkollegien, in denen sich 201 Fächer und 577 gewählte Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler organisieren. Die Kommunikationswissenschaft ist Teil des Fachkollegiums 111 „Sozialwissenschaften“, in dem wir beide als gewählte Vertreter unseres Faches sitzen, ferner vier Kolle-

**Prof. Dr. Barbara Pfetsch** lehrt Kommunikationswissenschaft an der Universität Hohenheim.

**Prof. Dr. Friedrich Krotz** lehrt Kommunikationswissenschaft an der Universität Erfurt

DE  
BAT  
TE

gen der empirischen Sozialforschung, vier Kollegen der Politikwissenschaft und zwei Kollegen der Soziologischen Theorie. (Wir sprechen bewusst von Kollegen, weil Barbara Pfetsch unter den 12 Kollegiaten die einzige Frau ist.) Der Kreis trifft sich etwa viermal pro Jahr in Bonn und behandelt in mündlicher Aussprache die zur Entscheidung anstehenden Anträge. Pro Jahr werden dabei zwischen 200 und 250 Anträge beraten.

Die Arbeit der Fachgutachter hat sich durch den Systemwechsel bei der DFG erheblich verändert. Bis 2003 galt ein Verfahren, bei dem die beiden gewählten Fachgutachter die Projektanträge selbst begutachteten. Sie gaben eine wissenschaftliche Beurteilung ab und machten einen Vorschlag zur Bewilligung bzw. Ablehnung eines Antrages, über den der Vorsitzende des Fachausschusses entschied. Dieser Vorschlag wurde dem Hauptausschuss vorgelegt, der damals wie heute die endgültige Entscheidung trifft. Dieses „alte“ Verfahren bedeutete für die gewählten Fachgutachter ein enormes Arbeitspensum. Nach langen (auch öffentlich geführten) Diskussionen hat die DFG 2004 das Begutachtungsverfahren geändert. Ziel der Reform war es, die Qualität und Transparenz des Peer-Review-Systems zu erhöhen (siehe dazu [www.dfg.de/dfg\\_im\\_profil/gremien](http://www.dfg.de/dfg_im_profil/gremien)).

### Klare Trennung

Kern des neuen Verfahrens ist die klare Trennung zwischen der Begutachtung und der Bewertung dieser Begutachtung. Das neue System umfasst folgende Schritte: Wenn ein Antrag eingeht, so wählt die Geschäftsstelle meist zwei ehrenamtliche Gutachter aus, die ihn wissenschaftlich beurteilen. Sie orientiert sich bei der Auswahl

der Gutachter an der fachlichen Nähe zum Projekt und versucht, Interessenkonflikte und Befangenheiten zu vermeiden. Auf die Festlegung der Gutachter haben die gewählten Fachkollegiaten keinen Einfluss; wir wissen also zunächst auch

nicht, welche Anträge gestellt werden und wer sie begutachtet. Sobald die externen Gutachten vorliegen, gehen Antrag und Gutachten an zwei Mitglieder des Fachkollegiums, in der Regel einen fachnahen und einen nicht fachnahen. Dadurch erfahren wir von Anträgen aus unserem Fach. Die beiden Kollegen nehmen nun zu dem beantragten Vorhaben und insbesondere zu den Gutachten Stellung. Die Kurzzusammenfassung des Antrages, die beiden anonymisierten Gutachten sowie die Stellungnahmen der beiden Fachkollegiaten zu jedem Vorhaben werden zudem an alle Mitglieder des Kollegiums versandt. Das Ganze wird dann bei den Sitzungen des Fachkollegiums mündlich beraten und entschieden.

### Verzögerungen

Jeder Antrag wird also von mindestens vier Kolleginnen und Kollegen intensiv studiert und in der Sitzung von zwölf Kollegen diskutiert. Erst dann fällt die Entscheidung. Dieses Verfahren ist aufwändig, aber allein durch die Zahl der beteiligten Wissenschaftler sinkt die Chance, dass einseitige Gutachtermeinungen, bestimmte wissenschaftliche Richtungen oder methodische Vorlieben zur Bewilligung oder Ablehnung eines Projektes führen, sofern das Kollegium pluralistisch zusammengesetzt ist.

Natürlich führt die Mehrstufigkeit des Verfahrens, das sich seit gut zwei Jahren eingespielt hat, in manchen Fällen dazu, dass der Entscheidungsprozess lange dauert. Dies liegt häufig nicht allein an der DFG, sondern auch daran, dass sich die externen Gutachter recht viel Zeit lassen. Es kann auch zu Verzögerungen kommen, wenn die Fachkollegiaten bei widersprüchlichen Empfehlungen oder nicht nachvollziehbaren Stellungnahmen der externen Gutachter eine dritte Stellungnahme oder Nachfragen verlangen.

Die Art des Verfahrens hat indessen auch inhaltliche Konsequenzen: Zum einen ist für die wissenschaftliche Bewertung eines Antrages die fachliche Nähe ausschlaggebend. Wenn also ein kommunikationswissenschaftliches Forschungsvorhaben kritisiert wird, so sind dafür letztlich die Argumente der Peer-Reviewer relevant, die zuerst begutachtet haben. Da die DFG bei der Gutachtersuche die Liste der von der DGPK empfohlenen Experten berücksichtigt, werden die inhaltlichen Standards für die Projektförderung also von den vom Fach vorgeschlagenen Kolleginnen und Kollegen gesetzt. Diese Gutachter gutachten

Man kann natürlich darauf warten ...



– wie alle Gutachter – aus unserer Sicht nicht immer souverän im Hinblick auf den Antrag, sondern sind gelegentlich durchaus parteiisch. Dann kann aber immer noch ein drittes Gutachten eingeholt werden.

Soweit wir die Anträge der vergangenen beiden Jahre beurteilen können, zeichnen sich die kommunikationswissenschaftlichen Projekte durch ein breites inhaltliches und methodisches Spektrum aus. Aus unserer Sicht ist deshalb die Meinung vieler Kolleginnen und Kollegen, dass die DFG insbesondere groß angelegte quantitative Untersuchungen fördere, während qualitative Studien schlechtere Chancen hätten, falsch. Allerdings kann man qualitative und quantitative Forschungsprojekte nicht nach den gleichen Kriterien beurteilen, weil sie unterschiedlichen Vorgehensweisen verpflichtet sind. Beispielsweise hilft es Gutachtern, wenn in einem Antrag Hypothesen benannt werden, die geprüft werden sollen – im Falle von findenden Projekten ist das aber nicht üblich oder möglich. Von daher sind hier immer wieder Diskussionen notwendig.

Zum anderen bewirkt das Verfahren, dass kommunikationswissenschaftliche Forschungsanträge auch von Kollegen aus den Nachbardisziplinen, also in einem breiten sozialwissenschaftlichen Kontext diskutiert werden. Umgekehrt befassen wir beide uns auch mit den Projektanträgen aus der Soziologie und der Politikwissenschaft. Bemerkenswert ist dabei, dass bisher keine Fachhegemonien deutlich wurden. Uns ist kein Antrag in Erinnerung, bei dem die Fachzugehörigkeiten oder Fachgrenzen gegeneinander ausgespielt worden wären. Dies ist auch deshalb wichtig, weil wir das kleinste Fach im Kollegium sind.

### Pragmatische Sicht

Erstaunlich ist ferner, dass in den Diskussionen eine bemerkenswerte Konvergenz in der Beurteilung der Anträge von den Fachkollegiaten unterschiedlicher Disziplinen zum Ausdruck kommt. Insofern kann man sagen, dass sich durch die regelmäßigen Diskussionen allgemeine Standards und Regeln ausbilden, die über Fächer- und Paradimgrenzen hinweg gelten. Grundlegende Auseinandersetzungen – etwa Dispute über quantitative oder qualitative Ansätze – sind bisher ausgeblieben, auch wenn gelegentlich unterschiedliche Auffassungen thematisiert werden; Entscheidungen wurden bisher fast immer konsensuell getroffen. Dies ist umso bemerkenswer-

ter, als die Kollegen in ihren eigenen Arbeiten durchaus sehr unterschiedlichen „Schulen“ angehören. In den Sitzungen des Fachkollegiums hat sich insgesamt eine zielorientierte pragmatische Sicht auf die Anträge durchgesetzt, die nach der Plausibilität der Argumente, der Logik von Forschungsdesigns, der Sinnhaftigkeit und Machbarkeit der geplanten Untersuchungen und einem angemessenen Aufwand fragt.

Betrachtet man die Zahl der eingereichten Anträge in den vergangenen drei Jahren, so verzeichnet die Kommunikationswissenschaft – als kleinstes Fach im Fachkollegium – naturgemäß die wenigsten Antragsstellungen. Von den mehr als 200 Anträgen pro Jahr stammen weniger als 10% aus unserem Fach (2003: 20 Anträge, 2004: 18 Anträge, 2005: 19 Anträge). Insofern muss die Kommunikationswissenschaft als relativ träge gelten. Eine alternative Erklärung ist freilich, dass es in unserem Fach andere, leichter erschließbare Quellen der Forschungsförderung gibt, so dass vergleichsweise wenige Kolleginnen und Kollegen eine Unterstützung durch die DFG anstreben. Gleichwohl entwickelt sich in unserem Fach dadurch kaum eine professionelle Antragskultur.

### Nicht sportlich genug

Das erklärt vielleicht auch, warum die Kommunikationswissenschaft im Vergleich zu den Nachbarwissenschaften eine leicht unterdurchschnittliche Bewilligungsquote hat. Für alle Sozialwissenschaften zusammen werden zwischen 43 und 44% der Anträge bewilligt, die Quote ist relativ stabil. Dagegen schwankt der Anteil der bewilligten kommunikationswissenschaftlichen Forschungsvorhaben zwischen 35 und 53%. Konkret bedeutet dies, dass 2003 insgesamt 7 Anträge (35%) bewilligt wurden, 2004 waren es 6 Vorhaben (33%) und im Jahr darauf 10 von 19 Anträgen (also 53%). Im Vergleich zu den Nachbardisziplinen fällt im Übrigen auf, dass in der Kommunikationswissenschaft abgelehnte Anträge sehr selten aufgrund von Gutachterkommentaren überarbeitet und wieder eingereicht werden. Unser Eindruck ist, dass die Kollegen in den anderen sozialwissenschaftlichen Disziplinen sehr viel sportlicher auf negative Bescheide reagieren. Von daher lässt sich aus Sicht unseres Faches die Antragstellung noch deutlich verbessern. ♦

DE  
BAT  
TE



... oder  
darauf ...



# Persönlich genommen

Plädoyer für eine andere „Antragskultur“ VON ANDREAS HEPP



Prof. Dr.  
Andreas Hepp  
lehrt Kommunikations-  
wissenschaft  
an der  
Universität  
Bremen

Nachdem an der Universität Bremen das Fachgebiet Kommunikationswissenschaft längere Zeit nicht besetzt gewesen ist, betreiben wir seit gut einem Jahr seinen Wiederaufbau am Fachbereich Kulturwissenschaften. Dazu gehört auch die Intensivierung der Forschung im kommunikations- und medienwissenschaftlichen Bereich, mit einem Schwerpunkt auf Kultur und Kulturwandel.

Am neu gegründeten Institut für Medien, Kommunikation und Information (IMKI) wurden im letzten Jahr zwei Anträge auf Förderung durch die Deutsche Forschungsgemeinschaft gestellt. Im Frühjahr 2005 erhielten wir den Bescheid: Nahezu gleichzeitig lehnte die DFG ein Projekt ab, in das über mehrere Jahre Vorarbeiten (und Anschubfinanzierungen) geflossen waren, während sie das andere Projekt zum XX. Weltjugendtag in Köln (<http://www.wjt-forschung.de>) bewilligte. In diesem Projekt aus unserem Forschungsschwerpunkt zur Eventisierung der Medienkommunikation arbeiten wir gemeinsam mit Soziologen interdisziplinär. Die Kooperation hat sich als sehr lehrreich entpuppt, ermöglicht sie doch neben allen fachlichen Anstößen einen Einblick in das „Innere“ einer anderen „Antragskultur“, von der man einiges lernen kann.

Mit „Antragskultur“ meine ich die gesamte Herangehensweise, aber auch den Umgang mit der Beantragung und Begutachtung von Projekten. Ob Unterschiede, die mir in diesem Arbeitszusammenhang aufgefallen sind, nun mit den Fächern zusammenhängen oder damit, dass die Projektpartner langjährige Antragsprofis sind, möchte ich bewusst offen lassen – weil es für mich selbst eine ebenso offene wie spannende Frage ist.

Um zu verdeutlichen, was ich meine, will ich die „Antragskultur“, wie ich sie bisher kennen gelernt habe, kurz umreißen: Die Anträge bei der DFG, der VW-Stiftung oder anderen Förderern der Grundlagenforschung wurden gründlich vorbereitet – was sinnvoll und auch notwendig ist. Schnellschüsse fallen bei der aktuellen Konkurrenzlage nicht nur auf, sondern sind auch schäd-

lich für den eigenen Ruf. Was ich aber als sehr spezifisch begreife – und hier schließe ich mich selbst nicht aus –, ist der Umgang mit der Ablehnung von Anträgen: So etwas nehmen wir zumeist sehr persönlich, häufig in dem Sinne, dass die Gutachter „nicht verstanden haben, worum es eigentlich ging“. Nun mag das stimmen, und man hatte tatsächlich Pech mit den Gutachtern, vielleicht hatte man sich aber auch nicht klar genug ausgedrückt. Entscheidend ist jedoch, dass man den Antrag nicht überarbeiten will. Man versucht nicht, auf die Kritik einzugehen, um das Projekt weiterzuentwickeln und nochmals einzureichen, sondern zieht sich auf die Position des „Abgelehnten“ zurück.

Mir erscheint eine solche Position problematisch, ist Ablehnung im Rahmen der Grundlagenforschung doch eher der Normalfall: Rein statistisch werden rund 70% der Anträge, von denen sicherlich die Mehrzahl solide ist, abgelehnt. Forschung sollte daher auch in Bezug auf Anträge viel stärker als Prozess begriffen werden. Schließlich gehen wir doch davon aus, dass unsere Wissensproduktion stets vorläufig ist und durch weitergehende Ergebnisse und Theorieentwicklungen revidiert werden kann.

Dieses generelle Verständnis von Forschung kann man auch auf das Schreiben von Anträgen übertragen: Aussichtsreich sind sowieso nur Anträge in Feldern, in denen man als Expertin oder Experte ausgewiesen ist, bzw. in Feldern, die man sich in Bezug auf die eigene Expertise neu erschließt. Insofern „bearbeiten“ Anträge das Forschungsfeld, in dem man sich bewegt, weiter – und abgelehnte Anträge sind wie auch von Zeitschriften abgelehnte Artikel *per se* nicht schlecht. Sie sind ein Feedback, mit dessen Hilfe man den Antrag selbst verbessern und neu einreichen kann. Auch Zeitschriftenartikel werden mitunter erst nach der zweiten oder dritten Überarbeitung publiziert.

Um nochmals auf die Erfahrung, die den Ausgangspunkt für diesen persönlichen Bericht bildet, zurückzukommen: Mir selbst war die Ablehnung unseres einen Projektantrags nicht verständlich. Ein erheblicher Teil der Argumente verwies nicht auf eine fachliche Auseinandersetzung mit dem Antrag, sondern auf eine Ableh-

„Diejenigen, die unsere Projekte begutachten, sind wir selbst“



... man  
kann auch  
nochmal  
schnell sein  
Kleingeld  
zählen ...

DE  
BAT  
TE

nung der grundlegenden Zugangsweise des Projekts. Dieser Punkt verweist auf einen Aspekt unserer „Antragskultur“: Diejenigen, die unsere Projekte begutachten und möglicherweise ablehnen, sind wir selbst. Und hier sollte man im Kopf behalten, dass exzellente bewilligte Projekte insgesamt dem Fach nützen, ob man selbst als Gutachter nun die jeweiligen methodischen Zugangsweisen bzw. Theoriebezüge teilt oder nicht – das

Kriterium sollte die ausgewiesene Exzellenz sein, so schwer diese manchmal zu erfassen ist.

Ist eine solche Haltung erst einmal Teil unserer „Antragskultur“, dann bin ich mir sicher, dass in den nächsten Jahren viele weitere spannende Projekte in der Kommunikations- und Medienwissenschaft realisiert werden. Die Bewilligungen der letzten Zeit weisen ja deutlich auf Innovationskraft und Qualität unseres Faches hin. ♦

## Die Chance nutzen

Forschungspolitik der Landesmedienanstalten VON HANS-JÜRGEN WEISS

Für die Landesmedienanstalten ist Forschung ein Instrument, das sie zur Wahrnehmung ihrer Aufgaben in der dualen Rundfunkordnung nutzen. Diese Aufgaben kann man unter den Schlagworten Förderung, Beratung und Kontrolle des privaten Rundfunks in Deutschland zusammenfassen. Im Einzelnen sind die in den Landesmediengesetzen niedergelegten Aufgabenkataloge unterschiedlich akzentuiert. In aller Regel finden sich darin jedoch Hinweise auf Forschungsverpflichtungen. Drei Beispiele:

- Die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) führt „Untersuchungen und Erhebungen zu Fragen der Programminhalte, insbesondere der Qualität, der Wirtschaftlichkeit und der Akzeptanz von Rundfunkprogrammen durch“ (Bayerisches Mediengesetz Art. 11 Abs. 2 Abschnitt 12).
- Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb): „Vergabe von Gutachten und Unterstützung von Forschungsvorhaben im Rahmen ihrer Zustän-

digkeit“ (Art. 8 Abs. 2 Abschnitt 3 Staatsvertrag zwischen Berlin und Brandenburg).

- Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM): „Die Veranstaltung von Rundfunk [...] soll[en] im Rahmen der Aufgaben der LfM regelmäßig, insbesondere hinsichtlich der Medienwirkungen, durch unabhängige Einrichtungen der Kommunikationsforschung wissenschaftlich untersucht werden.“ (Art. 52 Abs. 3 Rundfunkgesetz Nordrhein-Westfalen)

Einen Überblick über die Forschungspolitik der Landesmedienanstalten erhält man auf der Homepage der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (ALM) (<http://www.alm.de>>Forschungsprojekte) vom 31.12.2005). Dort weist eine Forschungsdatenbank 410 Studien aus, die seit 1987 im Auftrag von Landesmedienanstalten durchgeführt wurden bzw. derzeit noch durchgeführt werden. Auftraggeber dieser Forschung sind (a) einzelne, (b) mehrere oder (c) Gemeinschaftsorgane der Landesmedienanstalten.

Prof. Dr.  
Hans-Jürgen  
Weiss ist  
geschäftsführender  
Direktor am  
Institut für  
Publizistik-  
und Kommunika-  
tionswissenschaft der  
FU Berlin

Faktisch sind die Aufwendungen der einzelnen Landesmedienanstalten für Forschung sehr unterschiedlich. Hauptursache dafür sind ihre unterschiedlichen Finanzbudgets. Mit Sicherheit unterscheiden sich die Landesmedienanstalten jedoch auch in ihren „Forschungs-Philosophien“: d. h. darin, (a) welcher Stellenwert der Forschung überhaupt eingeräumt wird, (b) für welche Zwecke und mit welchen Zielen Mittel für Forschung ausgegeben werden und (c) wie offen sie in diesem Zusammenhang gegenüber der akademischen Forschung sind. Der ALM-Datenbank sind hierzu einige Hinweise zu entnehmen. Leider gibt sie jedoch keinen Aufschluss über das Finanzvolumen der einzelnen Studien und damit auch nicht über die Entwicklung der Forschungsaufwendungen der Landesmedienanstalten:

- Seit Beginn der neunziger Jahre vergeben die Landesmedienanstalten in der Tendenz rund 20 Forschungsaufträge pro Jahr. Ihre Forschungsaktivitäten waren Ende der neunziger Jahre am stärksten, seitdem sind sie eher rückläufig.

- Mehr als ein Drittel dieser Studien wird von den beiden größten Landesmedienanstalten, LfM und BLM, vergeben. Im Vergleich dazu ist die Zahl der Gemeinschaftsprojekte der Landesmedienanstalten deutlich geringer.

- Vorrangig bezieht sich diese Forschung (a) auf die Medienangebote von Fernsehen und Hörfunk, (b) die Nutzung dieser Medienangebote, (c) medienpädagogische Problemstellungen und schließlich (d) auf Fragen der Medienökonomie und des Medienrechts.

### Forschungsprojekte der Landesmedienanstalten 1988-2006

Kooperationsprojekte werden jeder einzelnen kooperierenden LMA zugeordnet

Auftraggeber	Anzahl
LfM (Nordrhein-Westfalen)	85
BLM (Bayern)	78
LMK (Rheinland-Pfalz)	38
LFK (Baden-Württemberg)	36
HAM (Hamburg)	35
ALM/DLM	29
ULR (Schleswig-Holstein)	28
SLM (Sachsen)	26
LPR (Hessen)	23
TLM (Thüringen)	22
NLM (Niedersachsen)	22
mabb (Berlin-Brandenburg)	20
LRZ (Mecklenburg-Vorp.)	10
LMS (Saarland)	9
MSA (Sachsen-Anhalt)	9
brema (Bremen)	7
<b>Gesamt</b>	<b>n = 477</b>

Dass diese Problemstellungen in die Kompetenz der akademischen Kommunikations- und Medienforschung fallen, ist unbestreitbar. Andererseits steht die Kommunikationswissenschaft – in unterschiedlichen Forschungsfeldern mit unterschiedlicher Intensität – im Wettbewerb mit kommerziellen Forschungseinrichtungen. Mit Sicherheit ist die Konkurrenz im Bereich der Mediennutzungsforschung am stärksten.

Das trifft besonders auf einige jährlich durchgeführte Reichweiten-Erhebungen zu, die einen vergleichsweise großen Anteil der Forschungsmittel der Landesmedienanstalten binden. Ein Beispiel dafür ist die Funkanalyse Bayern, die von Infratest Burke durchgeführt wird.

Umgekehrt gibt es Forschungsfelder, in denen die Kommunikationswissenschaft fast über ein Monopol verfügt. Das gilt ganz besonders für Fragestellungen, die mit inhaltsanalytischen Verfahren bearbeitet werden müssen. Nicht nur für die Kommunikationswissenschaft, sondern generell für den akademischen Sektor offen sind Problemstellungen der Medienpädagogik, der Medienpolitik, des Medienrechts und der

... oder die nötigen Mittel mit ethisch eher zweifelhaften Methoden akquirieren ...



Medienökonomie. Der Forschungsbedarf der Landesmedienanstalten bietet aus der Sicht unseres Fachs Chancen, medienbezogene Analysen in spezifisch rundfunkpolitischem Kontext zu betreiben. Als Auftragsforschung stehen diese Studien allerdings in Funktionszusammenhängen, über die sich akademische Auftragnehmer im Klaren sein sollten, *ehe* sie sich darauf einlassen. Das betrifft nicht nur formale Aspekte der Vertragsgestaltung wie die Zugriffsrechte auf empirische Daten oder Publikationsvereinbarungen, die in der Praxis recht gut handhabbar sind. Von größerer Bedeutung ist, dass die Fragestellungen in der Regel von den Landesmedienanstalten vorgegeben werden und zumeist auf aktuelle Probleme in deren Wirkungsbereich fokussiert sind. Die Anregung von Forschung aus „rein“ wissenschaftlicher Perspektive ist schwierig. Von außen stimulierte Studien sind eher selten.

Der Stellenwert „empirischer Aktualität“ ist hoch. Dementsprechend kurz sind die Laufzeiten vieler Forschungsprojekte. Knapp die Hälfte der in der Datenbank erfassten Projekte wurden in

weniger als 12 Monaten durchgeführt. Nur ein Zehntel der Studien ist auf mehr als 24 Monate projektiert. Dazu zählen einige wenige Langzeitprojekte wie die seit 1998 durchgeführte kontinuierliche Fernsehprogrammforschung der Landesmedienanstalten (vgl. ALM Programmbericht 2005; <http://www.alm.de>>TV-Programmforschung).

Mit einem etwas distanzierteren Blick auf die Forschungspolitik der Landesmedienanstalten und die in diesem Kontext entstandenen Studien ist allerdings auch festzuhalten, dass von einer eindeutigen Abgrenzung zu wissenschaftsorientierter Grundlagenforschung nicht die Rede sein kann. Die meisten Projektausschreibungen sind so offen formuliert, dass es von den Bewerbern abhängt, ob und wie die jeweiligen Problemstellungen theoretisch dimensioniert und wie sie empirisch operationalisiert werden. Dies kann man aus der Perspektive der Kommunikationswissenschaft als Chance begreifen. Man muß sie allerdings auch nutzen – und sich im doppelten Bezugsrahmen von wissenschaftlichen und praktischen Qualitätsanforderungen bewähren. ◆



## Wegweiser im Stiftungsdschungel

Der Stiftungssektor in Deutschland wächst und damit auch seine Bedeutung für die Finanzierung von Forschungsprojekten. Fast 11.000 Stiftungen zählt der Bundesverband deutscher Stiftungen im März 2005. Nur schätzungsweise 13,6% davon fördern jedoch Wissenschaft und Forschung.

Wer nach ihnen sucht, entdeckt schnell, dass die Stiftungslandschaft in Deutschland einem undurchsichtigen Dschungel gleicht. Einige wichtige Stiftungen, die sozialwissenschaftliche Forschung fördern, sind:

- die Volkswagenstiftung als eine der zehn größten Stiftungen in Europa. Sie fördert schwerpunktmäßig u. a. Projekte, die sich mit Zukunftsfragen und Innovationsprozessen in Wirtschaft und Gesellschaft befassen;
- die Fritz-Thyssen-Stiftung. Sie unterstützt ebenfalls Projekte, die sich mit Fragen des gesellschaftlichen Wandels auseinandersetzen;
- die gemeinnützige Hertie-Stiftung (Themenfelder u. a. „Europäische Integration“ und „Erziehung zur Demokratie“) sowie

- die Robert-Bosch-Stiftung. Sie fördert Projekte in den Bereichen Wissenschaft und Forschung, Völkerverständigung, Bildung, Gesellschaft und Kultur.

Die Internetseite [www.stiftungsindex.de](http://www.stiftungsindex.de) bietet eine umfassende Datenbank weiterer forschungsfördernder Stiftungen. Viele von ihnen beschränken ihre Aktivitäten fachlich oder regional. Der aktuelle Trend geht hin zu operativ arbeitenden Stiftungen. Sie initiieren vorzugsweise eigene Programme und suchen dafür Kooperationspartner, wie z. B. die Bertelsmann-Stiftung.

### Wichtige Links:

- Volkswagen-Stiftung: [www.volkswagen-stiftung.de](http://www.volkswagen-stiftung.de)  
 Fritz-Thyssen Stiftung: [www.fritz-thyssen-stiftung.de](http://www.fritz-thyssen-stiftung.de)  
 Gemeinnützige Hertie-Stiftung: [www.ghst.de](http://www.ghst.de)  
 Bosch-Stiftung: [www.bosch-stiftung.de](http://www.bosch-stiftung.de)  
 Bundesverband dt. Stiftungen: [www.stiftungen.org](http://www.stiftungen.org)  
 Stifterverband für die deutsche Wissenschaft: [www.stifterverband.de](http://www.stifterverband.de)  
 European Foundation Centre: [www.efc.be](http://www.efc.be)

ANNIE WALDHERR

# Konservative Verschränkung

Forschungsförderung der EU VON SASKIA BÖCKING UND TILO HARTMANN

DE  
BATE  
TE

Dipl. Medien-  
wiss. Saskia  
Böcking ist  
Assistentin  
am IPMZ der  
Universität  
Zürich

Dr. Tilo Hart-  
mann ist Post-  
doctoral Re-  
search Asso-  
ciate an der  
Annenberg  
School for  
Communication  
der Uni-  
versity of  
Southern  
California

Die Forschungsförderung der EU lockt mit großen Budgets, internationalen Kooperationen und entsprechender Reputation. Eine Teilnahme an einem EU-Projekt beinhaltet jedoch auch Klippen – wie wir als Projektpartner und -koordinator festgestellt haben.

## 1. Der Weg zum EU-Projekt

Um von der EU-Förderung zu profitieren, muss man sich durch einen unübersichtlichen Dschungel an Formalitäten und Auflagen kämpfen. Das beginnt bereits mit der Identifizierung eines für das eigene Forschungsvorhaben geeigneten Themas im Forschungsrahmenprogramm der EU. Dieses besteht aus längerfristigen „thematischen Prioritäten“ (z. B. der Erforschung der „Technologien für die Informationsgesellschaft“), die in den aktuellen Rahmenprogrammen in spezifische Forschungsbereiche mit thematischen Ausgliederungen unterteilt werden. Darin sind die im EU-Jargon als „Instrumente“ bezeichneten unterschiedlichen Forschungsförderungen zu finden, zum Beispiel „integrierte Projekte“ (internationale Forschungsvorhaben) und „Exzellenznetze“ (längerfristig/strukturell angelegte Forschungsschwerpunkte).

Die Förderungsmöglichkeiten werden mit festgelegten Gesamtetats über Ausschreibungen eröffnet (siehe [www.euburo.de](http://www.euburo.de) bzw. die Seiten der lokalen EU-Büros). Es ist zu beachten, dass die Vorbereitungs- und Antragsphase für EU-Projekte erhebliche Zeit in Anspruch nimmt. Deswegen

ist eine vorausschauende Projektplanung zu empfehlen, die deutlich vor der Veröffentlichung eines Calls beginnt. Die geplanten Ausschreibungstermine des zukünftigen

Rahmenprogramms werden zum Beispiel in der so genannten Roadmap vorab bekannt gegeben. Die dann notwendigen verschiedenen Antragsdokumente werden von der EU online übersichtlich bereitgestellt ([www.cordis.europa.eu/int](http://www.cordis.europa.eu/int)).

Die zweite Hürde in der Antragsphase ist die Suche nach geeigneten Projektpartnern. Denn sie

müssen aus unterschiedlichen Ländern der Europäischen Union kommen. Im Normalfall versucht ein Projektinitiator, verschiedene internationale Partner zu finden. Hier ist besondere Sorgfalt wichtig, denn die internationale Zusammensetzung des Konsortiums ist ein Gütekriterium bei der Bewertung des Antrags. Außerdem kann eine schlechte Partnerwahl dazu führen, dass im späteren Projektlauf Korrekturen in den vorgesehenen Arbeitsschritten vorgenommen werden müssen.

Nach dem Erscheinen des Calls muss dann eine „unverbindliche“ Projektskizze eingendet werden. Die EU bewertet daraufhin, ob ein kompletter Antrag Aussicht auf Erfolg haben könnte. Im positiven Falle füllt der Projektinitiator unter Zulieferungen der Partner die kompletten Antragsdokumente aus und sendet sie ein. Die Bewerbung muss bei der Begutachtung in allen Kriterien bestimmte Schwellenwerte („thresholds“) überschreiten und in der Rangliste aller Einreichungen einen der vorderen Ränge einnehmen, um letztendlich akzeptiert zu werden.

## 2. Kooperation mit den Projektpartnern

Die Zusammenarbeit zwischen den beteiligten Forschern ist ein zentraler Punkt bei EU-Projekten. Da die Anträge meist so geschrieben sind, dass die Arbeiten der einzelnen Partner aufeinander aufbauen, wirken sich Probleme und Verzögerungen bei einem Partner automatisch auf den Gesamtplan aus. Zu empfehlen ist deshalb von Projektbeginn an eine gut geordnete Kommunikationsstruktur, um die Projektpartner laufend über Deadlines und Verpflichtungen zu unterrichten und aktuelle Probleme zu diskutieren. Dabei sollten die gesamten Aktivitäten, zu denen auch regelmäßige Berichte über Finanzhaushalt, geleistete Arbeitsstunden und -inhalte sowie etwaige Projektrisiken an die EU gehört, zentral gesteuert werden. Normalerweise übernimmt der Koordinator diese Aufgabe, die schnell zu einem erheblichen administrativen Aufwand führen kann.

Kommunikationsprobleme treten verstärkt auf, je weniger die Projektpartner selbst mit einer Sprache sprechen – auch fachlich gesehen. Zwar

„Die Zusammenarbeit  
zwischen den beteiligten Forschern  
ist ein zentraler Punkt“

können interdisziplinäre Meinungen durchaus befruchten, sie können sich aber auch als Hemmschuh erweisen. Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn die am Projekt Beteiligten über stark unterschiedliche Denkweisen verfügen. Es dürfte vor diesem Hintergrund von Vorteil sein, wenn das Projekt bzw. sein Forschungsprogramm eher auf eine konservative Verschränkung interdisziplinärer Partner angelegt ist. Damit ist gemeint, dass nur wohl durchdachte gemeinsame Arbeiten von Partnern unterschiedlicher Disziplinen in das Programm aufgenommen werden sollten, dass diese nach Möglichkeit bereits vorab gemeinsam skizziert und in ihrer Machbarkeit (Zeitplanung etc.) eher defensiv beurteilt werden sollten.

Als schwierig kann sich auch die von der EU geforderte Kooperation im Rahmen der Initiative, dem das eigene Projekt angegliedert ist, erweisen. Hier potenzieren sich die logistischen Schwierigkeiten. Je nach Schwerpunkt der Initiative bereiten auch die teilweise sehr verschiedenen fachlichen Ausrichtungen und sich daraus ergebendes inhaltliches Unverständnis sowie durch Konkurrenzdenken bedingte mangelnde Kooperationsbereitschaft anderer Projekte Probleme.

Generell ist zu bedenken, dass sich die Überwachung des Projekts stets zwischen den Vorgaben der EU und denen der eigenen Hochschule (z. B. der Buchhaltung) bewegt. Zudem müssen alle Partner einbezogen werden. Die Berichterstattung kann deshalb insbesondere für den Projektkoordinator äußerst aufwändig werden. Eine von vornherein klare, standardisierte Arbeitseinteilung mit den Partnern und eindeutige Verbindlichkeiten sind empfehlenswert.

### 3. Die Hürden der EU-Bürokratie

In der Regel wird jedes EU-Projekt einmal im Jahr evaluiert. Bei schwerwiegenden Versäumnissen kann ein Projekt vorzeitig beendet werden. Zudem kann die EU dem Konsortium stets organisatorische und inhaltliche Änderungen auferlegen. Daher kommt dem regelmäßigen „Review-Meeting“ große Bedeutung zu. Hierzu bestellt die EU externe Gutachter ein, die eine gewisse Affinität zu dem Forschungsvorhaben aufweisen sollen. Sie bewerten auf Grundlage des vom Konsortium vorgelegten Berichts den Projektfortschritt und diskutieren ihn mit den Partnern. Wegen der interdisziplinären Ausrichtung vieler EU-Projekte kommt es in der Realität jedoch nicht selten dazu, dass die Gutachter die jeweilige

Fachperspektive eines Projekts nicht kennen und dann auf Grundlage von Missverständnissen ihre Beurteilung vornehmen. Diese Gefahr erhöht sich bei Grundlagenforschung betreibenden Projekten zusätzlich, wenn – was durchaus üblich ist – Praktiker als Gutachter herangezogen werden.

Zusätzliche Schwierigkeiten können durch unvorhersehbare Ereignisse hervorgerufen werden (z. B. Standortwechsel eines Partners). Langwierige Vertragsänderungsprozesse sind die Folge. Bei größeren Veränderungen muss sogar der gesamte Antrag noch einmal neu eingereicht und bewilligt werden. Dies bedeutet nicht nur erneuten administratorischen Aufwand. Auch die Sicherheit der Finanzierung ist erst bei einem erneuten Vertragsabschluss wieder gegeben.

### 4. Fazit

Die europäische Forschungsförderung kann die eigene Forschung nicht nur finanzieren, sondern sie bei guter Auswahl der Partner durch die interdisziplinäre und internationale Ausrichtung auch befruchten. Gleichzeitig beinhaltet sie aber nicht zu vernachlässigende Schwierigkeiten. Insgesamt gilt es in EU-Projekten drei Fallstricke zu beachten: Den durch das umfangreiche EU-Berichtswesen erheblichen administrativen Aufwand; Zeit und Betreuungsaufwand, um eine gemeinsame Sprache und ein „Wir-Gefühl“ im Projekt zu entwickeln; Probleme, die aus dem primären Interesse der EU an einer unmittelbaren Verbesserung der sozialen und ökonomischen innereuropäischen Bedingungen entstehen, z. B. dem Interesse an angewandter Forschung sowie an „konkreten Vorhaben“ wie der Schaffung neuer Arbeitsplätze. ◆

... am ertragreichsten ist aber allemal ein gut begründeter Antrag auf Forschungsförderung.



# Zukunftsprojekt

Ein Zwischenbericht zum Mentoring-Programm für DGPuK-Frauen

Die Mitgliederversammlung hat im Mai 2005 nach zweijähriger Vorbereitungszeit grünes Licht für das Gertrude Joch Robinson-Mentoring-Programm für Kommunikationswissenschaftlerinnen in der DGPuK gegeben. Mentoring-Beauftragte Irene Neverla entwickelt und organisiert das Programm gemeinsam mit Corinna Lüthje am Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft in Hamburg. Hier ihr erster Zwischenbericht zum Stand des Pilot-Projektes.

Institutionelles Mentoring ist als Qualifikationsprogramm zur Förderung individueller Karrieren gedacht; zugleich ist es Exzellenzprogramm einer wissenschaftlichen Einrichtung (hier der DGPuK), das der Reflexion und Optimierung der wissenschaftlichen Rahmenbedingungen dient. In der Kommunikationswissenschaft ist ein solches institutionelles Mentoring neu. Bei der Entwicklung des DGPuK-Programms dienten „The old Girls’ Network“ des Journalistinnenbundes und „Tandem“, ein Mentoring-Programm für Naturwissenschaftlerinnen an der RWTH Aachen, als Modelle. Mit Gertrude Joch Robinson wurde eine international renommierte Namensgeberin gefunden. Im Juni 2005 erfolgte die Ausschreibung.

Schon im Vorfeld gingen zahlreiche Anfragen ein – auch von Nachwuchskräften, die noch nicht DGPuK-Mitglieder waren, was zeigt, dass es an dieser Stelle bereits Förderbedarf gibt. Bis zum Einsendeschluss am 24. Juni 2005 hatten sich 22 Wissenschaftlerinnen beworben. Nach der ersten Sichtung der Bewerbungen folgte mit dem „Matching“ der schwierigste Schritt. Dem Auswahlgremium gehörten neben Irene Neverla und Corinna Lüthje noch Jutta Röser (Lüneburg) und Constanze Rossmann (München) an. Auswahlkriterien waren außer der DGPuK-Mitgliedschaft und vollständigen Bewerbungsunterlagen eine Altersgrenze (bei Postgraduierten 38 Jahre, bei Postdocs 43 Jahre) und vor allem die klar erkennbare Orientierung an einer wissenschaftlichen Laufbahn. Nach diesen Kriterien wurden 16 Mentees in das Programm aufgenommen, je acht Postgraduierte und acht Postdocs.

Als Mentoren wurden sowohl Frauen als auch Männer einbezogen. Dies nicht nur aus pragmatischen Gründen, weil die Anzahl der Professorinnen in der DGPuK relativ klein ist, sondern auch um den Mentees eine möglichst hohe Integration in die Vielfalt bestehender Netzwerke zu eröffnen und um auch männliche Mentoren mit den spezifischen Problemen weiblicher Nachwuchskräfte vertrauter zu machen. Maßgeblich für das Matching war, dass zu keiner Zeit ein Betreuungs- oder Abhängigkeitsverhältnis zwischen Mentee und Mentor/in bestanden hatte. Räumliche Nähe ließ sich nicht immer berücksichtigen; fachliche Nähe oder Lebenssituation wurde individuell gewichtet. Anfang September 2005 hatten sich alle Tandems zusammengefunden. Um ihnen eine Orientierung zu geben, hatte das Koordinations-team einen Leitfaden mit Empfehlungen zusammengestellt.

Am 28. Oktober 2005 fand ein erster eintägiger Workshop im Gästehaus der Universität Hamburg statt. Der Schwerpunkt lag auf zwei Seminareinheiten, die thematisch den in den Bewerbungsfragebögen am häufigsten genannten Problemfeldern entsprachen. Weitere Treffen sind bei der DGPuK-Jahrestagung in Dresden im Juni geplant; ein Abschlussworkshop soll im Sommer folgen. Der offizielle Abschluss dieses ersten Pilotdurchgangs ist für Herbst 2006 vorgesehen. Zur Jahrestagung 2007 soll der Abschlussbericht vorliegen.

## Eine Evaluation begleitet das Programm

Das Gertrude Joch Robinson-Mentoring-Programm, das sich zu einem auch international beachteten Modell entwickeln könnte, wird begleitend evaluiert von Franziska Fellenberg (Ilmenau). Ihre Ergebnisse sollen dazu beitragen, mehr



über die Wirksamkeit von Mentoringprozessen zu erfahren und eine Optimierung des Programms zu ermöglichen. Zu evaluieren ist zum einen die Zufriedenheit der Teilnehmenden mit den Angeboten des Programms. Zum anderen sollen die objektiven und subjektiven Auswirkungen auf die Karriere der Mentees überprüft werden. Im intraindividuellen Vergleich über die Zeit und im interindividuellen Vergleich mit der Kontrollgruppe werden die Effekte des Programms auf die berufliche Entwicklung der Mentees untersucht. Betrachtet werden dabei sowohl objektive (z. B. die Erreichung individueller Karriereziele) als auch subjektive Karrieremerkmale (z. B. die Zufriedenheit mit der eigenen beruflichen Entwicklung). Einzelfallanalysen der Tandems sollen zudem Aufschluss über die Qualität des Matchings geben.

### Innerhalb der DGPUK bestehen noch Vorbehalte

Unabhängig von der Evaluation ist das direkte Feedback der Teilnehmer/innen sehr hilfreich. Beim Workshop im Oktober 2005 wurde klar, dass nicht nur ein Fortbildungsprogramm von professionellen Trainerinnen und nicht nur die Pflege der Tandem-Beziehung wichtig ist, sondern dass auch die Vernetzung der Mentees untereinander gewünscht wird. Hier bietet sich die Chance, über Fachgruppen hinaus Kontakte in der eigenen Generation zu schaffen und übergreifende Forschungsprojekte auf den Weg zu bringen. Die Mentees werden deshalb ausdrücklich zur Selbstorganisation von Treffen absseits des offiziellen Programms aufgefordert und nehmen dies auch wahr.

Erstaunlich war die – gemessen an den zahlreichen Voranfragen – relativ geringe Zahl von 22 Bewerberinnen. Gespräche mit den Mentees bestätigen, was auch in der Mitgliederversammlung schon thematisiert worden war: Innerhalb der DGPUK bestehen neben nachdrücklicher Zustimmung auch Vorbehalte gegen das Programm. Vor allem wird kritisiert, dass dieses Programm zu Lasten der Männer gehe und deren Chancen im Wettbewerb verringere. Unbestritten ist, dass auch der männliche Nachwuchs von einem erfahrenen Mentor profitieren würde. Doch das gegenwärtige Mentoring-Programm ist – mindestens in der laufenden Pilotphase – als Frauenfördermaßnahme definiert. Aus guten Gründen, wie einige empirische Daten zeigen.

Nach dem Mitgliederverzeichnis 2005 sind von 773 Mitgliedern der DGPUK 29,6% weiblich. In der Gruppe ohne Titel sind Frauen mit 44% vertreten, in der Gruppe der Promovierten mit 29%, und von 248 Professoren sind nur 18% Frauen. Auch die jüngste Studie zu den Nachwuchskräften im Fach von Werner Wirth u. a. (vgl. „Publizistik“ 1/2006) bestätigt, dass für Frauen – neben den allgemein wirkenden Barrieren im Berufsleben – objektiv und subjektiv spezielle Hürden im Karriereverlauf bestehen. Demgegenüber ist es das Ziel der DGPUK-Initiative, neben der individuellen Förderung die spezifischen Probleme von Frauen bei der Karriereplanung auch den männlichen Kollegen bewusst zu machen und strukturelle Hindernisse auf längere Sicht zu verringern oder zu beseitigen.

Ein weiterer Vorbehalt mancher Professorinnen und Professoren gegen das Mentoring-Programm liegt offenbar darin, dass sie Mentoring als Konkurrenz oder gar Kritik an ihrer eigenen Betreuungsarbeit betrachten. Dem liegt ein Missverständnis zu Grunde. Das Mentoring-Programm ist nicht als Konkurrenz, sondern als Ergänzung zur Betreuungsarbeit im Rahmen des Dienstverhältnisses konzipiert. Nach Gesprächen mit Mentees können wir auch bestätigen, dass Unzufriedenheit mit der Betreuung oder der Berufssituation keineswegs das wichtigste Motiv zur Teilnahme am Mentoring-Programm darstellt.

### Vertraulichkeit ist oberstes Prinzip

Durch die Programmkonzeption selbst ist Vorsorge getroffen, dass die Rollen von Mentor und Betreuer strikt getrennt sind. Vertraulichkeit ist strenges und oberstes Prinzip aller Mentoring-Arbeit. Die Liste der Teilnehmerinnen wird vom Koordinationsteam nicht veröffentlicht. Sich zu „outen“ obliegt der Entscheidung der Mentees. Das Koordinationsteam ermuntert jedoch dazu – in der Überzeugung, dass die Auswahl zum Mentoring-Programm nicht als Zeichen eines Mangels der Person oder ihrer Arbeitsbedingungen, sondern als Zeichen von Exzellenz, von besonderem, förderungswürdigem Potential der Wissenschaftlerin zu sehen ist.

IRENE NEVERLA/CORINNA LÜTHJE

Flyer in deutscher und in englischer Sprache sind auf der öffentlich zugänglichen DGPUK-Website abrufbar.

## K a l e n d e r

## Mai

Fachgruppe Soziologie der Medienkommunikation/Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft/IPMZ/SUZ:

„Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft“, 25.-27. 5. 2006, Zürich

## Juli

Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der Hochschule für Musik und Theater Hannover:

„JK-Workshop ‚Music Was My First Love‘. Wissenschaftliche Perspektiven auf Musik und Medien“, 13.-15. 7. 2006, Hannover

## September

Fachgruppe Methoden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft/Fachgruppe Methoden der SGKM:

„Die Brücke zwischen Theorie und Empirie: Operationalisierung, Messung und Validierung in der Kommunikationswissenschaft“, 21.-23. 9. 2006, Zürich

## Fachgruppe Kommunikationsgeschichte

„Theorie und Methoden der Kommunikationsgeschichte“, 20.-21. Januar 2006, Wien

**Mitveranstalter:** Arbeitskreis für Historische Kommunikationsforschung, Wien  
**Teilnehmerzahl:** 80

**Anzahl der Vorträge:** 21

**Tagungsfazit:**

1986 tagte die DGPK in Wien zum Thema „Wege zur Kommunikationsgeschichte“. 20 Jahre später galt es, eine neue Standortbestimmung theoretischer Bezugsrahmen wie methodischer Zugänge zu versuchen. „Klassische“ Wege etwa der personenzentrierten Forschung werden weiter besprochen, systemtheoretische Perspektiven kommen ebenso hinzu wie Ansätze z. B. aus dem Bereich der Genderforschung – und methodisch reicht das aufgezeigte Spektrum von hermeneutischen Quellenuntersuchungen über Oral History und quantitative Zugänge bis hin etwa zu Framingkonzept und Diskursanalyse. Insgesamt wurden Relevanz und Vielfalt der medien- und kommunikationsgeschichtlichen Forschung aufgezeigt. Gleichzeitig wurde aber auch deutlich, dass eine echte Verständigung zwischen Vertretern primär sozialwissenschaftlich und stark kulturwissenschaftlich geprägter Zugänge anhaltend schwierig ist. Man spricht über denselben Gegenstand, fokussiert aber ganz andere Probleme (was belebend sein kann!) und findet oft zu keiner gemeinsamen Sprache. Mehr Austausch ist anzustreben. **MARKUS BEHMER**

**Weitere Informationen:** [http://www.dgpuk.de/fg\\_geschichte/](http://www.dgpuk.de/fg_geschichte/)

## Fachgruppe Rezeptionsforschung

„Media use and selectivity – New approaches to explaining and analysing audiences“, 26.-28. Januar 2006, Erfurt

**Mitveranstalter:** Universität Erfurt

**Teilnehmerzahl:** 55

**Anzahl der Vorträge:** 14

**Tagungsfazit:**

Die Tagung widmete sich einem Klassiker dieses Forschungsfeldes – der Mediennutzung. Die erste internationale Konferenz der Fachgruppe führte Vortragende aus Deutschland, der Schweiz, den Niederlanden, Dänemark, Tschechien und Israel in die beschauliche Kulisse des Augustinerklosters in Erfurt. Keynotes von Hillel Nossek, Karsten Renckstorf und Friedrich Krotz reflektierten die theoretische Fundierung von Mediennutzung und stellten traditionelle Begrifflichkeiten vor dem Hintergrund der technischen Medienentwicklung in Frage. Aus qualitativen wie quantitativen Perspektiven wurden theoretische und empirische Beiträge präsentiert – zu Cross Media Nutzung, Domestizierung, interpersonaler Kommunikation, Nachrichten, emotionalen Aspekten der Mediennutzung, digitalen Medien und Narrationen. Das thematische Spektrum wurde von vier Round Tables zu den Themen internationale Mediennutzung, Interaktivität, Medien als Technologie und Uses and Effects ergänzt. Aus den Beiträgen der Tagung wird im Herbst 2006 eine Sondernummer der Zeitschrift „Communications – The European Journal of Communication“ erscheinen. **HELENA BILANDZIC/VOLKER GEHRAU**

**Weitere Informationen:** [http://www.dgpuk.de/fg\\_rez/](http://www.dgpuk.de/fg_rez/)

## Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung

„Journalismus: Theorie und Empirie“, 16.-18. Februar 2006,  
Münster

**Teilnehmerzahl:** 38

**Anzahl der Vorträge:** 12

### Tagungsfazit:

Das sehr breite Thema hat nur einen kleinen Teil der in der Fachgruppe zusammengeschlossenen Wissenschaftler/innen und Medienmitarbeiter/innen nach Münster gelockt. Die anwesenden Mitglieder erlebten jedoch eine gehaltvolle und spannende Diskussion über aktuelle Daten zu den deutschen Journalisten (Journalismus in Deutschland II) und viele anregende Vorträge über theoretische und empirische Forschungsfragen. Die enge Verbindung zwischen theoretischen und methodischen Aspekten bildete die Klammer für alle Beiträge. Das wissenschaftliche Programm des Workshops wurde ergänzt um einen Vortrag zur Praxis des Readerscan-Verfahrens, einer Methode zur Ermittlung von Lesequoten bei Tageszeitungen. Die Veranstalter werden die Erkenntnisse in einem Tagungsband veröffentlichen. Als Nachfolger von Bernd Blöbaum und Armin Scholl (Münster) wurden Christoph Neuberger (Münster) als Fachgruppensprecher und Thorsten Quandt (München) als stellvertretender Fachgruppensprecher gewählt.

Die Fachgruppe plant noch für dieses Jahr eine Veranstaltung zu den Perspektiven der Journalistik.

**BERND BLÖBAUM**

**Weitere Informationen:** <http://www.vid01.uni-muenster.de/dgpuk/index.html>

## Fachgruppe Kommunikation und Politik

„Von der Medienpolitik zur Media Governance? Neue Problemstellungen, Ansätze und Formen der Regulierung öffentlicher Kommunikation“, 16.-18. Februar 2006, Zürich

**Mitveranstalter:** IMPZ Zürich, DVPW-Arbeitskreis Politik und Kommunikation

**Teilnehmerzahl:** 71

**Anzahl der Vorträge:** 14

### Tagungsfazit:

Welche neuen Einsichten liefert der Begriff der Governance im Bereich der Regelung öffentlicher Kommunikation gegenüber „klassischen“ Begriffen wie Medienpolitik oder -regulierung, und auf welche Problemstellungen dieses Regelungsfeldes sind Governance-Ansätze anwendbar? Die Tagung war transdisziplinär ausgerichtet und schloss kommunikations-, politik-, rechts- und verwaltungswissenschaftliche Perspektiven ein. Governance, so das Fazit, bildet einen Brückenbegriff, da er in allen an der Regelung öffentlicher Kommunikation interessierten Disziplinen Anwendung findet eröffnet. Er ist vor allem dann sinnvoll, wenn es um die Analyse veränderter Akteurkonstellationen oder Regelungsstrukturen, um Probleme der Verwischung vormals deutlicher Grenzen und neue Legitimationsprobleme geht. Governance eröffnet neue Perspektiven auf Ziele, Leitbilder, Mittel und Formen der Regelung öffentlicher Kommunikation. Allerdings muss die Brücke durch Schärfung des Begriffs besser begehbar werden.

**PATRICK DONGES**

**Informationen:** <http://www.mediapolicy.unizh.ch/tagungen/programm.php>

## Kalender

### Oktober

Fachgruppe Medien,  
Öffentlichkeit und Geschlecht:  
„Medien und Geschlecht  
und Alltag. Theoretische  
Perspektiven und empirische  
Befunde“,  
5.-7. 10. 2006, Lüneburg

Fachgruppe PR und Organisationskommunikation/fög Zürich:  
„Das Geschäft mit der Eitelkeit‘: Personalisierung der Organisationskommunikation“,  
5.-7. 10. 2006, Zürich

## K a l e n d e r

## November

Fachgruppe Computer-  
vermittelte Kommunikation:  
„**Computervermittelte  
Kommunikation als  
Innovation**“,  
2.-4. 11. 2006, Karlsruhe

Fachgruppe Medienökonomie:  
„**Theoretische Bezüge von  
Medienökonomie und  
Medienmanagement**“,  
10. 11. 2006, Budapest

## FG Komm.- und Medienethik/Visuelle Kommunikation „Bildethik“, 23.-24. Februar 2006, München

**Mitveranstalter:** Netzwerk Medienethik; Verein zur Förderung der publizistischen Selbstkontrolle e. V.

**Teilnehmerzahl:** 74

**Anzahl der Vorträge:** 16

### Tagungsfazit:

Die gemeinsame Tagung der beiden Fachgruppen sollte der Beantwortung der Frage dienen, inwiefern medienethische Herangehensweisen die visuelle Kommunikation bereichern und wodurch Erkenntnisse der visuellen Kommunikation Dimensionen der Medienethik erreichen können. Neben Aspekten der Theorie und Praxis einer Bildethik unter Berücksichtigung der publizistischen Selbstkontrolle ging es u. a. um visuelle Selektionskriterien im Fernsehen. Empirische Fallstudien beschäftigten sich mit Tabus bei der visuellen Darstellung von Behinderung und Tod. Das Panel „Bildethik und Gewalt“ erörterte medienethische Aspekte der Kriegsberichterstattung. Die Tagung sollte dazu dienen, die kommunikationswissenschaftliche Vernachlässigung des Bildes unter medienethischen Gesichtspunkten zu beheben und das Forschungsfeld einer Bildethik angemessen analytisch zu beschreiben und zu bewerten. Sie lieferte konstruktive Erkenntnisse über den jeweiligen methodischen Zugang bei bildethisch relevanten Untersuchungsgegenständen.

CHRISTIAN SCHICHA

**Weitere Informationen zur Tagung unter:** [www.dgpuk.de/fg\\_ethik](http://www.dgpuk.de/fg_ethik)

## „Doctoriales“ in Genf

### Sommeruniversität für junge Wissenschaftler

Zur **1. europäischen Sommeruniversität** für Nachwuchswissenschaftler der Kommunikations- und Medienwissenschaften lädt die **Universität Genf** ein. Das Thema der Begegnung vom **6. bis 16. September 2006** lautet „Médias et communication en Europe: Stratégies et contenus / Medien und Kommunikation in Europa: Strategien und Inhalte“.

Zielpublikum sind junge Wissenschaftler aus der Schweiz und dem europäischen Umland, die ihre Forschungsarbeiten vorstellen und sich der konstruktiven Kritik von Kolleginnen und Kollegen aussetzen wollen. Die Sommeruniversität soll außerdem einen Beitrag zur Annäherung der deutsch- und französisch-

sprachigen Wissenschaftssphären leisten, die bislang allzu wenig voneinander wissen und deshalb oft „das Rad neu erfinden“. Auch der besseren Integration der schweizerischen Forschung in die europäische Wissenschaft soll das Treffen dienen.

Das Programm setzt sich zusammen aus Vorträgen, Sprachkursen, Ateliers mit erfahrenen Forschern sowie den „Doctoriales“, in denen Nachwuchswissenschaftler ihre Arbeiten vorstellen. Auch Podiumsgespräche und kulturelle Veranstaltungen erwarten die Teilnehmer. Arbeitssprachen sind Deutsch und Französisch (Englisch wenn nötig).

**Weitere Informationen erteilt:**  
[philippe.viallon@bluewin.ch](mailto:philippe.viallon@bluewin.ch).

## Journalistik / Journalismusforschung

## Doppelt lebendig

Die Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung in der DGPUK führt einen Doppelnamen (und vielleicht auch ein Doppelleben). Den rund 150 Mitgliedern, Wissenschaftlern und Medienmitarbeitern, geht es um die Ausbildungsleistungen im Journalismus, insbesondere um die hochschulgebundene Journalistenausbildung. Neben der ausbildungsbezogenen Journalistik befasst sich die Fachgruppe mit der Journalismusforschung und untersucht damit einen gesellschaftlich wichtigen Teil der öffentlichen Kommunikation.

Seit der Einführung von Journalistik-Studiengängen in Westdeutschland in den 70er Jahren hat sich die Journalistik als Teilbereich der Kommunikationswissenschaft und damit auch als Hochschulfach entwickelt. Längst ist es aus der Konstituierungsphase in die Etablierungsphase übergegangen und hat in der Medienpraxis nach anfänglicher Skepsis breite Anerkennung erlangt. Ein Beleg für die Etablierung der Journalistik als Ausbildungsform an Hochschulen sind die guten Berufsaussichten der Absolventinnen und Absolventen, die in Befragungen immer wieder dokumentiert werden.

Während die Journalistik an Universitäten seit einiger Zeit eher stagniert, was Studiengänge und Personal betrifft, expandiert die Journalistenausbildung an Fachhochschulen. Viele neue Studiengänge zeigen die Differenzierung der journalistischen Tätigkeitsfelder und konzentrieren sich auf Spezialisierungen (z. B. Online-Journalismus, Wissenschaftsjournalismus, Fachjournalismus, Technikjournalismus). Nachdem sich die Fachgruppe in früheren Jahren intensiv mit dem Verhältnis von Wissenschaft und Medienpraxis oder der Integration von Theorie und Praxis in Ausbildungsangeboten befasst hat, sind die neueren Entwicklungen der Journalistik als Ausbildungsinstitution bislang noch nicht systematisch aufgearbeitet. Die Fachgruppe hat sich vorgenommen, noch in diesem Jahr Fragen, die die Identität der Journalistik zentral berühren (z. B. die Umstellung auf BA- und MA-Studiengänge und die neue Vielfalt der Journalistik-Studiengänge) in einem Workshop zu behandeln.

Die Journalismusforschung hat vom Aufschwung der Journalistik in den vergangenen Jahren stark profitiert. Mittlerweile ist das breit angelegte Forschungsfeld, das die Prozesse und Bedingungen der Entstehung von Medieninhalten untersucht, Rollen und Organisationen im Journalismus analysiert, Vermittlungs- und Darstellungsformen beschreibt und dabei auch die Kontexte einbezieht, die journalistische Kommunikation beeinflussen, so weit erschlossen, dass eine Reihe systematischer Lehr- und Handbücher erschienen sind.

Journalismusforscher bedienen sich einer Vielfalt quantitativer und qualitativer Methoden und verbinden mit ihrer Arbeit oft ein dezidiert theoretisches Interesse. Damit hat sich ein anregender Diskurs entwickelt, der auch daran interessiert ist, neue Entwicklungen des Journalismus sowohl empirisch zu analysieren als auch theoretisch zu modellieren.

Die Themen der Fachgruppe seit ihrer Wiederbelebung im Jahr 1998 zeigen das Spektrum der behandelten Forschungsfelder:

- 1998 Theorien des Journalismus
- 1999 Online-Journalismus
- 2000 Journalistenausbildung für eine veränderte Medienwelt: Diagnosen, Institutionen, Projekte
- 2001 Qualität im Journalismus
- 2002 Beziehungen zwischen Journalismus und PR
- 2003 Journalismus im Wandel - Wandel im Journalismus
- 2004 Journalism Research in an Era of Globalization
- 2005 Journalismus und Unterhaltung
- 2006 Journalismus: Empirie und Theorie

In Sammelbänden sind die Erkenntnisse der Tagungen, die zum Teil mit anderen DGPUK-Fachgruppen gemeinsam durchgeführt wurden, dokumentiert. Informationen dazu finden sich auf der Homepage der Fachgruppe.

Im „Gruppenbild“ präsentieren die Fachgruppen der DGPUK ihr Selbstverständnis und ihre Anliegen



# Nachrichten & Personalien

**Dr. Wolfram Peister** (bisher Mainz) hat den Ruf auf eine neu geschaffene W3-Professur für Kommunikationswissenschaft an der Ludwig-Maximilians-Universität München angenommen.

**Dr. Wilfried Scharf** leitet seit dem 1. März als Verwalter der Stelle eines

Universitätsprofessors die Abteilung Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Georg-August-Universität Göttingen.

**Dr. Oliver Hahn** (Dortmund) ist zum Professor für Journalistik an der staatlich anerkannten privaten Hochschule Business and Information Technology School (BiTS) in Iserlohn ernannt worden. Er leitet dort den Bachelor-Studiengang Business Journalism. Im Erich-Brost-Institut für Journalismus in Euro-

pa (Dortmund) arbeitet er weiterhin als Research Fellow.

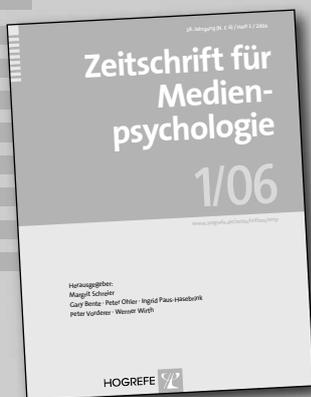
**Dr. Oliver Zöllner** (bisher Essen) ist zum Sommersemester auf die Professur „Media Marketing and Research“ an der Hochschule der Medien Stuttgart berufen worden.

**Dr. Klaus-Dieter Altmeppen** arbeitet im Sommersemester 2006 als Gastprofessor am Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich.

**Dr. Armin Scholl** hat sich an der Universität Münster habilitiert.

**20 Studierende** des Instituts für Journalistik und Kommunikationswissenschaft der **Universität Hamburg** haben unter der Leitung von Juniorprofessor Dr. Bernhard Pörksen und Dr. Wolfgang Kruschke ein neues Interviewmagazin ins Internet gestellt. Nachzulesen sind die Gespräche mit zahlreichen prominenten Netz-Journalisten, Bloggern, Medienwissenschaftlern und Trend-Gurus unter *www.webwatching.info*.

Anzeige



Herausgeber: M. Schreier, G. Bente, P. Ohler, I. Paus-Hasebrink, P. Vorderer und W. Wirth

## Zeitschrift für Medienpsychologie

Einzelheft: € 34,95 / sFr. 59,50  
Jahrgang (4 Hefte) Private: € 75,95 / sFr. 127,-  
Institute: € 124,95 / sFr. 197,-  
(Preise zzgl. Porto- und Versandkosten)  
ISSN 1617-6383

[www.hogrefe.de/zeitschriften/zmp](http://www.hogrefe.de/zeitschriften/zmp)

Die Zeitschrift für Medienpsychologie ist ein internationales Forum für psychologische Grundlagen- und Anwendungsforschung in allen Bereichen der Individual- und Massenkommunikation und versteht sich als Bindeglied zwischen Wissenschaft und Praxis. Die Zeitschrift bietet Beiträge zu aktuellen methodischen Problemen und Erprobungen, Berichte über Kongresse, Tagungen und Workshops, Forschungsberichte, Interviews mit Wissenschaftlern und Praktikern zu aktuellen anwendungsbezogenen Fragen der Medienpsychologie, Rezensionen zu neueren medienpsychologischen Arbeiten und Aktuelles aus der Fachgruppe.

HOGREFE



Hogrefe Verlag GmbH & Co. KG  
E-Mail: [verlag@hogrefe.de](mailto:verlag@hogrefe.de) · Internet: [www.hogrefe.de](http://www.hogrefe.de)

## Neues MA-Programm International Communication

Die International University Bremen (IUB) startet im September 2006 ein neues viersemestriges MA-Programm in International Communication. Es bietet neben Theorie- und Methodenausbildung einen Schwerpunkt in vergleichender und transnationaler Kommunikationsforschung und berücksichtigt besonders die visuelle Kommunikation. Der Schwerpunktbereich wird von Peter Ludes, Marion G. Müller und Hartmut Weißler sowie von Margrit Schreier (Medienpsychologie) verantwortet. Studierende mit einem BA-Abschluss oder Äquivalent (z. B. Grundstudium plus mehrere Seminarscheine) können bis spätestens 1. 5. 2006 eine Bewerbung einreichen. Es besteht die Möglichkeit, sich um ein Stipendium und den Erlass der Studiengebühren zu bewerben. Kontakt : Claire Freeman, e-mail: [admissionSHSS@iu-bremen.de](mailto:admissionSHSS@iu-bremen.de); Tel.: 0421-200 4340.

# Die Gewissheit der Ungewissheit

## Siegfried J. Schmidts Kritik und Neubegründung des Konstruktivismus

Die wilden Jahre des Konstruktivismus sind, so könnte man meinen, endgültig vorbei. Heute ist das konstruktivistische Denken auf dem Weg zum etablierten Paradigma und zur *normal science*; es beginnt die Phase der praktischen Nutzbarmachung, der anwendungsspezifischen Umarbeitung für Werber und Unternehmensberater, PR-Leute und Journalisten mit erkenntnistheoretischen Neigungen und einem strategischen Interesse an folgenreichen Irritationen. Heute sind die Spielformen des Realismus in der Defensive – und wer noch von massenmedialer Realitätsabbildung in einem wahrheitsemphatischen Sinne spricht, gerät in die Gefahr, sich ein bisschen lächerlich zu machen. Kurzum: Es droht das epistemologische Biedermeier, die Verwandlung einer Außenseiterphilosophie in eine Mode – mit allen kognitiven Folgekosten, die eine Popularisierung nun einmal mit sich bringt.

In dieser Situation ambivalenter Erfolge und einer möglichen Erstarrung des Diskurses hat einer seiner Begründer, der Münsteraner Kommunikationswissenschaftler Siegfried J. Schmidt, eine radikale Kritik und Neubegründung konstruktivistischen Denkens vorgelegt. Diese Kritik bricht auch mit eigenen Positionen, nimmt die Vorwürfe kritischer Fachkollegen ernst und verabschiedet sich von einer Begründung konstruktivistischer Überlegungen, die empirische „Beweise“ und vor allem kognitionstheoretische Befunde zur Plausibilisierung benutzt – und gleichsam unter der Hand ontologisiert. Beobachtbar ist eine Theoriebewegung, die die bereits in den 90er Jahren begonnene kulturwissenschaftliche Erweiterung des konstruktivistischen Denkens fortsetzt und die man – ironisch – eine *Schwächung des Seins* nennen könnte.

In einem Vortrag („Abschied vom Konstruktivismus“) und einem Workshop auf Einladung des Hamburger Instituts für Journalistik und Kommunikationswissenschaft hat Siegfried J. Schmidt mit Studierenden und Lehrenden und schließlich einem kleinen Kreis von eingeladenen Medien- und Kommunikationswissenschaftlern aus Berlin, Münster, Wien und Kassel diese Kritik und Neubegründung diskutiert. Deutlich wurde dabei auch, dass die Debatte über beobachterrelative Theorien in der Medien- und Kom-

munikationswissenschaft durch ungenaue Formulierungen und einen uneinheitlichen Gebrauch von Begriffen wie „Wahrheit“, „Realität“, „Fakt“ und „Fiktion“ blockiert wird. Verwechselt werden unter Konstruktivisten und Nicht-Konstruktivisten Aussagen, die sich auf eine absolute Realität oder Wahrheit beziehen, mit Aussagen, die eingeständenermaßen innerhalb gegebener Erkenntnisgrenzen formuliert werden, also für die Sphäre der Erfahrungswirklichkeit gemeint sind.

Die Unterscheidung von *absoluter Realität* und *medialer Konstruktion* regiert zwar den im Fach stets virulenten Konflikt zwischen Realisten und Relativisten, aber es handelt sich unvermeidlich um eine Unterscheidung, die im Diskurs getroffen wird; der Realitätstest bleibt damit unvermeidlich ein interner Test, in dem, was uns allein zugänglich ist: der eigenen Erfahrungswirklichkeit. Woher, so hat Siegfried J. Schmidt in seinem Hamburger Vortrag gefragt, will man eigentlich als Konstruktivist so genau wissen, dass absolute Realität unerkennbar sein muss? Wie will man erkennen, dass das Unerkennbare unerkennbar ist? Stecken nicht Realisten und Konstruktivisten in der affirmativen oder aber kritisch-abweisenden Beschwörung des Absoluten in derselben Sackgasse des Denkens fest?

Wer solche Fragen stellt, zielt darauf ab, auch die verborgenen Realismen des eigenen Denkens zu reflektieren, den Halt in der Haltlosigkeit und das Fundament in einem endlosen Prozess des Entstehens und Vergehens von Weltauffassungen zu suchen, die sich nicht mehr auf einen letzten Grund zurückführen lassen. Diese „Endgültigkeit der Vorläufigkeit“ (Siegfried J. Schmidt) stellt hohe Ansprüche an die Bereitschaft, sich selbst auf die Gewissheit der Ungewissheit und ein Denken der Kontingenz einzulassen. Die gute Nachricht ist, dass die gegenwärtige Epoche des epistemologischen Biedermeiers – erneute Debatten vorausgesetzt – vermutlich nicht so lange dauern wird.

BERNHARD PÖRKSEN

„Wie will man erkennen, dass das Unerkennbare unerkennbar ist?“

Die angezeigten Monographien und Sammelbände sind in den letzten Monaten erschienen. Die Liste beruht auf Hinweisen von Autoren sowie auf den Ankündigen der Verlage Hogrefe, Kopaed, Lit, Nomos, R. Fischer, UVK, Halem, Verlag für Sozialwissenschaften und Vistas. Wenn Sie bei anderen Verlagen publizieren, aber in der „Aviso“-Liste erscheinen wollen, bitten wir um eine kurze Information

**Ahbe, Thomas/Gries, Rainer/Schüle, Annegret** (Hrsg.): Die DDR aus generationengeschichtlicher Perspektive. Eine Inventur. Leipzig: Universitätsverlag, 2006, 612 S.

**Ahrweiler, Petra/Thomaß, Barbara** (Hrsg.): Internationale partizipatorische Kommunikationspolitik. Strukturen und Visionen. Festschrift zum 60. Geburtstag von Hans J. Kleinsteuber. Münster: Lit Verlag, 2005, 248 S.

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

## Bücher von DGPK-Mitgliedern

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

**Baum, Achim/Langenbucher, Wolfgang/Pöttker, Horst/Schicha, Christian** (Hrsg.): Handbuch Medienselbstkontrolle. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2005, 564 S.

**Behmer, Markus/Hasselbring, Bettina** (Hrsg.): Radiotage, Fernsehjahre. Studien zur Rundfunkgeschichte nach 1945. Münster: Lit Verlag, 2005, 312 S.

**Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried** (Hrsg.): Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006, 337 S.

**Bonfadelli, Heinz/Friemel, Thomas:** Kommunikationskampagnen im Gesundheitsbereich. Grundlagen und Anwendungen. Konstanz: UVK, 2006, 150 S.

**Bryant, Jennings/Vorderer, Peter** (Hrsg.): Psychology of Entertainment. Mahwah/London: Erlbaum, 2006.

**Czepek, Andrea:** Pressefreiheit und Pluralismus in Sambia. Münster: Lit Verlag, 2005, 240 S.

**Faulstich, Werner:** Mediengeschichte von den Anfängen bis 1700. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht (UTB basics), 2006, 189 S.

**Faulstich, Werner:** Mediengeschichte von 1700 bis

ins 3. Jahrtausend. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht (UTB basics), 2006, 192 S.

**Fischer, Arndt/Früh, Werner/Hoh, Annette/Schubert, Markus/Stiehler Hans-Jörg:** Besser zuhören. Besser hinsehen. Zum Umgang mit Radio und Fernsehen – Entwicklungen des Rezeptionsverhaltens im Sächsischen Ausbildungs- und Erprobungskanal (SAEK). Berlin: Vistas, 2006, 220 S.

**Götzenbrucker, Gerit:** Soziale Netzwerke in Unternehmen. Potenziale computergestützter Kommunikation in Arbeitsprozessen. Wiesbaden: DUV, 2005, 303 S.

**Hepp, Andreas/Winter, Rainer** (Hrsg.): Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006, 468 S.

**Holtz-Bacha, Christina** (Hrsg.): Europawahl 2004. Die Massenmedien im Europawahlkampf. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2005, 312 S.

**Holtz-Bacha, Christina:** Medienpolitik für Europa. Wiesbaden: VS Verlag, 2006, 384 S.

**Imhof, Kurt/Eberle, Thomas S.** (Hrsg.): Triumph und Elend des Neoliberalismus. Zürich: Seismo Verlag, 2005, 328 S.

**Jung, Uli/Loiperdinger, Martin** (Hrsg.): Geschichte des dokumentarischen Films in Deutschland. Bd. 1: Kaiserreich 1895-1918. Stuttgart: Reclam, 2005, 537 S.

**Kamps, Klaus/Nieland, Jörg-Uwe** (Hrsg.): Regieren und Kommunikation. Meinungsbildung, Entscheidungsfindung und Gouvernementales Kommunikationsmanagement – Trends, Vergleiche, Perspektiven. Köln: Halem, 2006, 371 S.



**Liebrand, Claudia/Schneider, Irmela/Bohnenkamp, Björn/Frahm, Laura** (Hrsg.): Einführung in die Medienkulturwissenschaft. Münster: Lit Verlag, 2005, 312 S.

**Ludes, Peter** (Hrsg.): Visual Hegemonies. An Outline. Münster: Lit Verlag, 2005, 144 Seiten.

**Mai, Manfred/Winter, Rainer** (Hrsg.): Das Kino der Gesellschaft – Die Gesellschaft des Kinos. Interdisziplinäre Positionen, Analysen und Zugänge. Köln: Halem, 2006, 320 S.

**Mai, Manfred:** Medienpolitik in der Informationsgesellschaft. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2005, 263 S.

**Maurer, Marcus/Reinemann, Carsten:** Medieninhalte. Eine Einführung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006, 279 Seiten.

**Meyen, Michael/Löblich, Maria:** Klassiker der Kommunikationswissenschaft. Fach- und Theoriegeschichte in Deutschland. Konstanz: UVK, 2006, 343 S.

**Mühl-Benninghaus, Wolfgang** (Hrsg.): Drei Mal auf Anfang. Fernsehunterhaltung in Deutschland. Berlin: Vistas, 2006, 380 S.

**Paus-Hasebrink, Ingrid/Woelke, Jens/Bichler, Michelle/Pluschkowitz, Alois:** Einführung in die Audiovisuelle Kommunikation. München/Wien: Oldenbourg, 2005, 320 S.

**Rademacher, Lars:** Distinktion und Deutungsmacht. Studien zu Theorie und Pragmatik der Public Relations. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2005, 249 S.

**Schorb, Bernd/Theunert, Helga/JFF - Institut für Medienpädagogik** (Hrsg.): Digitale Klüfte (merz Wissenschaft). München: Kopaed, 2005.

**Stapf Ingrid:** Medien-Selbstkontrolle. Ethik und Institutionalisierung. Konstanz: UVK, 2006, 398 S.

**Stark, Birgit:** Fernsehen in digitalen Medienumgebungen. Eine empirische Analyse des Zuschauerverhaltens. München: R. Fischer, 2006, 336 S.

**Volpers, Helmut/Schnier, Detlef/Salwiczek, Christian:** Bürgerfunk in Nordrhein-Westfalen. Eine Organisations- und Programmanalyse. Berlin: Vistas, 2006, 220 S.

**Vorderer, Peter/Bryant, Jennings:** Playing Video Games. Motives, Responses, and Consequences. Mahwah/London: Erlbaum, 2006.

**Wirth, Werner/Schramm, Holger/Gehrau, Volker** (Hrsg.): Unterhaltung durch Medien. Theorie und Messung. Köln: Halem, 2006, 256 S.

**Bonfadelli, Heinz** (2005). Mass Media and Biotechnology: Knowledge Gaps Within and Between European Countries. *International Journal of Public Opinion Research*, 17 (1), 42-62.

**Dorer, Johanna** (2005). The gendered relationship between journalism and public relations in Austria and Germany. *Communications*, 30, 183-200.

**Götzenbrucker, Gerit** (2004). Social.networks@work. Case Studies into the Importance of Computer-supported social networks in a mobile phone company. *Communications*, 29, 467-494.

**Knobloch-Westerwick, Silvia, Dillman Carpentier, F., Blumhoff, A. & Nickel, N.** (2005). Selective Exposure Effects for Positive and Negative News: Testing the Robustness of the Informational Utility Model. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 82 (1), 181-195.

**Knobloch-Westerwick, Silvia, Sharma, N., Hansen, D. L. & Alter, S.** (2005). Impact of Popularity Indications on Readers' Selective Exposure to Online News. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 49 (3), 296-313.

**Lauf, Edmund** (2005). National Diversity of Major International Journals in the Field of Communication. *Journal of Communication*, 55 (1), 139-151.

**Petersen, Thomas** (2005). Testing Visual Signals in Representative Surveys. *International Journal of Public Opinion Research*, 17 (4), 456-472.

**Reinemann, Carsten & Maurer, Marcus** (2005). Unifying or Polarizing? Short-Term Effects and Postdebate Consequences of Different Rhetorical Strategies in Televised Debates. *Journal of Communication*, 55 (4), 775-794.

**Ritterfeld, Ute, Klimmt, Christoph, Vorderer, Peter & Steinhilper, Leila K.** (2005). The Effects of Narrative Audiotape on Preschoolers' Entertainment Experience and Attention. *Media Psychology*, 7 (1), 47-72.

**Schönbach, Klaus, de Waal, Ester & Lauf, Edmund** (2005). Online and Print Newspapers. Their Impact on the Extent of the Perceived Public Agenda. *European Journal of Communication*, 20 (2), 245-258.

**Schulz, Winfried, Zeh, Reimar & Quiring, Oliver** (2005). Voters in a Changing Media Environment. A Data-Based Retrospective on Consequences of Media Change in Germany. *European Journal of Communication*, 20 (1), 55-88.

**Schweitzer, Eva Johanna** (2005). Election Campaigning Online. German Party Websites in the 2002 National Elections. *European Journal of Communication*, 20 (3), 327-351.

**Trepte, Sabine** (2005). Daily Talk as Self-Realization: An Empirical Study on Participation in Daily Talk Shows. *Media Psychology*, 7 (2), 165-189.

international journals 2005  
international journals 2005  
international journals 2005  
international journals 2005

## Internationales von DGpuK-Mitgliedern

international journals 2005  
international journals 2005  
international journals 2005  
international journals 2005

„Aviso“ informiert einmal im Jahr über internationale Publikationen der DGpuK-Mitglieder. Aufgeführt sind Aufsätze, die 2005 in ausgewählten Zeitschriften erschienen sind. Wir freuen uns über jeden Hinweis

# Lange To-do-Liste

## 15 Fragen an Michaela Maier



**Dr. Michaela Maier ist Juniorprofessorin am Institut für Kommunikationspsychologie, Medienpädagogik und Sprechwissenschaft der Universität Koblenz-Landau**

### 1 **Erinnern Sie sich noch daran, was Sie zu Beginn Ihres Studiums von der Kommunikationswissenschaft erwarteten?**

Journalistin wollte ich werden und vor allem lernen, wie man gute Reportagen schreibt. Weil ich in der Schule für das Fach Deutsch nicht viel tun musste, habe ich im Studienführer nachgeschlagen, wo sich die Spalte „Germanistik“ mit der Zeile „Journalistik“ kreuzte, und bin so in Bamberg gelandet. Als Nebenfach wollte ich entweder BWL studieren, das erschien mir praktisch, oder Psychologie, das interessierte mich.

### 2 **Haben sich diese Erwartungen erfüllt?**

Was die Schwerpunktsetzung meiner (Aus-)Bildung und meinen jetzigen Beruf angeht: Keineswegs. Manfred Rühl und Beatrice Dernbach haben mir und meinen ähnlich verduztten Kommilitoninnen und Kommilitonen ganz schnell klar gemacht, dass die Universität zunächst mal ein Ort der wissenschaftlichen Bildung ist. Und bald fand ich die wissenschaftliche Sicht auf die Mediengesellschaft und ihre Akteure auch viel spannender. Den Unterschied zwischen „Aus-“ und „Bildung“ hat mir Manfred Rühl übrigens bei meinem ersten Sprechstundenbesuch erläutert, und ich muss heute sehr häufig an seine Ausführungen denken.

Erfüllt haben sich meine Erwartungen hingegen, was die Qualität des Studiums in Bamberg angeht: Die war wie erhofft gut. Das kommunikationswissenschaftliche Lehrangebot war zwar wegen der geringen personellen Ausstattung vergleichsweise schmal, aber Manfred Rühl hat mit wenig Rücksicht auf seine eigenen Forschungsinteressen das angeboten, was wir zwischenzeitlich vielleicht als kommunikationswissenschaftliches Grundlagenprogramm bezeichnen könnten. Sozialwissenschaftliche Methoden waren allerdings konsequent vom Studium ausgenommen. Hätten mich nicht Politologen im ersten Semester als Hilfskraft adoptiert und entsprechend aufgepäpelt...

Erfüllt haben sich meine Erwartungen hingegen, was die Qualität des Studiums in Bamberg angeht: Die war wie erhofft gut. Das kommunikationswissenschaftliche Lehrangebot war zwar wegen der geringen personellen Ausstattung vergleichsweise schmal, aber Manfred Rühl hat mit wenig Rücksicht auf seine eigenen Forschungsinteressen das angeboten, was wir zwischenzeitlich vielleicht als kommunikationswissenschaftliches Grundlagenprogramm bezeichnen könnten. Sozialwissenschaftliche Methoden waren allerdings konsequent vom Studium ausgenommen. Hätten mich nicht Politologen im ersten Semester als Hilfskraft adoptiert und entsprechend aufgepäpelt...

### 3 **Wer oder was in der Kommunikationswissenschaft hat Sie besonders motiviert, vorangebracht oder fasziniert?**

Während eines Studienjahrs in den USA haben mir mein kommunikationswissenschaftliches und mein methodisches Grundlagenwissen in der Kombination mit einem im Vergleich zu Bamberg viel besseren Betreuungsverhältnis erste Möglichkeiten zu eigenen kleinen Forschungsprojekten ermöglicht. Diese Erfahrungen haben mein Interesse an einer wissenschaftlichen Laufbahn geweckt. Außerdem war ich fasziniert von der Vielfalt kommunikationswissenschaftlicher Themen, die in den USA auf dem Lehrplan standen. Das haftet mir sicherlich noch an.

Wichtig waren auch immer wieder Vorbilder, von denen ich mir am liebsten eine Scheibe abgeschnitten hätte: Von Lynn Zochs Begeisterung für das Forschungsgebiet und die Lehre, von Frank Brettschneiders Talent zum Wissenschaftsmanagement, von Lynda Lee Kaid's Engagement für die Scientific Community und ihrer Offenheit für neue Ideen... Der vielleicht entscheidende Grund, warum ich an der Uni geblieben bin, sind aber die Studierenden. Lehre macht mir viel Spaß.

### 4 **Ist da auch etwas, das Sie gelangweilt, erschreckt oder gar abgestoßen hat?**

Ja, aber das habe ich erfolgreich verdrängt.

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

Natürlich ist die Unsicherheit, die sich mit befristeten Arbeitsverträgen und Evaluationen verbindet, keine angenehme Sache. Andererseits habe ich als Juniorprofessorin viele Gestaltungsspielräume und hier in Landau ein gutes Arbeitsklima. Das wiegt vieles auf.

### 6 **Haben Sie hartnäckig wiederkehrende berufliche Träume?**

Das werden immer mehr. Aber sie drehen sich nicht mehr so sehr um meine persönliche Karriere, sondern mehr um die Konzeption von Forschungsprogrammen und deren Verknüpfung mit der Lehre.

**7 Was würden Sie als Wissenschaftsministerin Ihres Landes sofort ändern?**

Politiker einerseits, Wissenschaftler und Hochschullehrer andererseits müssen in den Motiven und Zielen ihres Tuns nicht übereinstimmen. Als Wissenschaftsministerin würde sich meine Sicht auf die Dinge vermutlich gravierend ändern. Wir müssen uns daher selbst überlegen, was wir verändern wollen. Und unsere gewählten Vertreter müssen versuchen, die Politiker zu überzeugen.

**8 Wenden sich Kommunikationswissenschaft und verwandte Disziplinen in Forschung und Theoriebildung den entscheidenden Themen zu?**

Die Frage, welches die entscheidenden Themen sind, kann ich nicht beantworten. Aber mein Eindruck ist, dass wir im Vergleich zu anderen Fächern sehr innovativ sind, uns neue und auch gesellschaftlich relevante Forschungsfelder zu erschließen. In Deutschland sind wir jedoch noch ein kleines Fach, teilweise mit einer enormen Lehrbelastung. Das wirkt sich natürlich auch auf das Themenspektrum aus. Die Internationalisierung des Fachs und die vielerorts interdisziplinär geprägte Forschung geben uns sicherlich wichtige Impulse.

**9 Wie beurteilen Sie den Auftritt verschiedener inhaltlicher und methodischer Richtungen im Fach und den Umgang miteinander?**

Die konstruktive Auseinandersetzung in der Sache halte ich für wichtig, aber das ist ja ein zustimmungspflichtiges Item. Öffentlich ausgetragene Raufhändel hingegen können Widersachern eine willkommene Angriffsfläche bieten.

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

Sicher könnten wir ausreichend mediales Interesse erregen, wenn wir das wollten. (Dass sich das zumindest im Aggregat auch auf die gesellschaftliche Wirkung unseres Fachs niederschlagen würde, lässt sich mit unserer eigenen Forschung belegen.) Wer sollte sich besser auf Öffentlichkeitsarbeit verstehen? Ich möchte den goldenen Mittelweg finden: Weder zu viel „Medieninteresse“, noch zu große Abhängigkeit von der Wirtschaft oder sonstigen gesellschaftlichen Teilsystemen sind gut für die Grundlagenforschung. Es muss genug Zeit im Elfenbeinturm geben, bevor wissenschaftliche Erfolge gefeiert werden können,

und nur auf der Basis von Grundlagenforschung kommen wir mit den Anwendern weiter.

**11 Ist die Kommunikationswissenschaft eine kommunikative Wissenschaft?**

Ich denke, wir haben ein großes Potenzial. Phasenweise hält jedoch der Arbeits- und Termindruck zumindest mich davon ab, ausreichend und in angemessener Weise mit Kollegen zu kommunizieren. Das finde ich sehr schade und sehe auch die Defizite, die dabei entstehen. Für die Semesterferien habe ich da eine lange To-do-Liste.

**12 Welchen Kongress wollten Sie immer schon einmal organisieren?**

2004 haben Jens Tenschler und ich das internationale Symposium „Campaigning for Europe“ veranstaltet. Wir glauben, dass das eine sehr gelungene Veranstaltung war. Das werden wir 2009 wieder machen. Natürlich in Landau, dem geographischen Mittelpunkt Europas.

**13 Und welches Buch werden Sie irgendwann einmal schreiben?**

Ein wissenschaftlich fundiertes Lehrbuch für interne Organisationskommunikation, das der kritischen Begutachtung durch meine Landauer Kollegen und Kolleginnen standhält.

**14 Welche Projekte beschäftigen Sie zurzeit?**

Wir haben in Landau einen Forschungsschwerpunkt zur Kommunikations- und Medienkompetenz, den Ulrike Six leitet. In diesem Rahmen verantworte ich ein Projekt zur Kommunikationskompetenz von Führungskräften. Bei der Bundestagswahl 2005 habe ich mit meinem Mann, Marcus Maurer und Carsten Reinemann ein Projekt zur Wirkung des Fernsehduells zwischen Gerhard Schröder und Angela Merkel durchgeführt. Bis zum Herbst wollen wir das Buch fertig haben.

**15 Gibt es Momente, in denen Sie die Wörter „Kommunikation“, „Medien“ und „Wissenschaft“ nicht mehr hören können? Was tun Sie dann, um sich zu erholen?**

Meine Freizeit gehört zu 99 Prozent meinen beiden Söhnen und zu je 30 Prozent meinem Mann und dem Sport. Irgendwie sind meine Tage immer zu kurz. ♦

Den „Fragebogen“ beantworteten jüngere Wissenschaftler in der DGPUK

» Öffentlich  
ausgetragene  
Raufhändel können  
Widersachern  
eine willkommene  
Angriffsfläche  
bieten «

# Neu bei UVK



Michael Meyen, Maria Löblich  
**Klassiker der  
Kommunikationswissenschaft**

Fach- und Theoriegeschichte  
in Deutschland

2006, 343 Seiten, broschiert  
ISBN 3-89669-456-1  
€ (D) 34,00 / CHF 58,90

Der vorliegende Band zur Fach- und Theoriegeschichte der öffentlichen Kommunikation stellt eine Auswahl von »Klassikern« der Kommunikationswissenschaft vor. Sie sind es (immer noch) wert, gelesen zu werden, sind repräsentativ für eine bestimmte Phase des wissenschaftlichen Diskurses und sie erlauben es vor allem, Zusammenhänge zwischen Medien-, Fach- und Theorieentwicklung zu sehen. Das Spektrum reicht von Kaspar Stieler über Max Weber und Paul F. Lazarsfeld bis zu Gerhard Maletzke, Henk Prakke, Elisabeth Noelle-Neumann und Niklas Luhmann.

Michael Meyen ist Professor am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Universität München; Maria Löblich ist dort wissenschaftliche Mitarbeiterin.



www.uvk.de  
UVK Verlagsgesellschaft mbH

## Wegweiser

Neue Handreichung für Akkreditierungsverfahren

Das Akkreditierungsfieber greift allorts um sich: Die alten Magister- und Diplomstudiengänge werden auf das konsekutive Bachelor- und Mastersystem umgestellt, und Grundlage für die Genehmigung der neuen Studienprogramme durch die Ministerien ist die Akkreditierung durch eine der Agenturen (für unser Fach ACQUIN, AQUAS oder ZEvA). Um diesen Prozess etwas zu erleichtern, begleitet ein Ausschuss der DGPK seit mehreren Jahren die Initiativen an den verschiedenen Standorten.

Als Arbeitsergebnis legt der Akkreditierungsausschuss nun zwei Broschüren vor – je eine Handreichung für Fachvertreter und eine für Akkreditierungsagenturen bzw. Entscheidungsträger. Beide können bei Bedarf auf der Homepage der DGPK eingesehen und heruntergeladen oder als gedrucktes Exemplar beim Vorstand kostenlos angefordert werden.

Die Handreichung für Fachvertreter besteht aus vier Teilen: Auf eine Darstellung der Akkreditierungslogik, der grundlegenden Vorgehensweise und der einzelnen Arbeitsschritte in diesem Prozess folgt ein Kriterienkatalog, der Grundanforderungen an die zu akkreditierenden kommunikationswissenschaftlichen Studienangebote benennt. Nach einer Liste möglicher Gutachter schließt eine vergleichende Übersicht des Verfahrensablaufs bei den drei Agenturen die Broschüre ab. Die Version für Agenturvertreter, Gutachter und andere Entscheidungsträger enthält ebenfalls den Kriterienkatalog und die Gutachterliste, aber zusätzlich noch den Text des Selbstverständnispapiers der DGPK.

Beide Papiere wurden im Oktober 2005 den für unser Fach zuständigen Agenturvertretern vorgestellt. In der Sitzung mit Valerie Morelle (Referentin bei der ZEvA), Volker Husberg (Referent bei AQAS) und Thomas Reil (Geschäftsführer von ACQUIN) erläuterten Gerhard Vowe und Patrick Rössler die Spezifika von Medien- und Kommunikationswissenschaft ebenso wie die Vorschläge der DGPK für Kriterien bei der Akkreditierung. Alle Agenturvertreter zeigten sich mehr als erfreut über dieses Arbeitspapier, das etwas

Licht in die für Außenstehende oft nicht leicht zu durchschauenden Winkel und Nischen unseres Fachs bringt.

Auf große Zustimmung stieß der am Ausbildungsziel orientierte Kriterienkatalog für einen inhaltlichen Kernbereich kommunikationswissenschaftlicher Studiengänge – aus Agentursicht konkret genug, um Mindestanforderungen zu bestimmen, aber auch nicht zu detailliert, da er den Fehler vermeidet, Angebote auf den Leistungspunkt genau zu definieren. Als für die alltägliche Arbeit besonders wertvoll wurde die Gutachterliste eingeschätzt, die eine zügigere Ansprache kooperationswilliger Fachvertreter ermöglicht.

Die anschließende Diskussion behandelte zunächst eine Reihe von Problemen, die spezifisch unser Fach betreffen: zum Beispiel die Behandlung von Anträgen aus dem kulturwissenschaftlichen Umfeld, der Stellenwert der Methodenausbildung oder die Frage der erforderlichen Mindest-Ressourcen, die notwendig sind, um einen seriösen Lehrbetrieb aufrechtzuerhalten. Wie auch die Handreichung betont, werden der Facettenreichtum der Disziplin und ihre Vielfalt an Perspektiven und Zugängen als ihre zentrale Stärke angesehen, die es als Standort-Spezifika unbedingt zu erhalten gilt – allerdings vor

dem Hintergrund eines Integrationsbereichs, der die wechselseitige Anschlussfähigkeit im konsekutiven Studiensystem sichert.

Auch aus Sicht der Agenturen ist eine methodische Grundausbildung unverzichtbar, die den Studierenden analytische Qualifikationen (jenseits handwerklich-kreativer Methoden wie etwa Researchetechniken) erschließt. Im Sinne des Methodenpapiers der DGPK und dem Ausbildungsziel der Studiengänge entsprechend, sind hier im Kernbereich (quantitative wie qualitative) sozialwissenschaftliche Methoden gemeint, die durch weitere Zugänge ergänzt werden können. Die Ressourcenfrage ist angesichts der meist geringen, nicht angemessenen Ausstattung der KMW-Institute besonders kritisch, und der „Zukauf“ von Studienangeboten aus anderen Disziplinen wird im Akkreditierungsverfahren besonders sorgfältig geprüft. Gleiches gilt für die Benennung des Studiengangs, deren „Passung“ zum jeweiligen Ausbildungsprogramm genau unter die Lupe genommen (und unter Umständen auch entsprechend modifiziert) wird.

Darüber hinaus berichteten die Agenturvertreter aber auch von ersten Erfahrungen aus der Akkreditierungspraxis mit unseren Studienangeboten. So hat sich nahezu überall eine 6+4-Aufteilung zwischen BA- und MA-Studiengang durchgesetzt, um die festgelegte Studiendauer von 10 Semestern auszufüllen. Erfolgreiche Anträge planen die einzelnen Studienphasen jeweils für sich (jeder Abschluss muss für sich sinnvoll sein) und „von hinten“, also anhand der Studienziele und der Qualifikationen, die die Absolventen erreichen sollen – und nicht anhand des Angebots. Unzureichend erscheinen häufig noch die Zielbeschreibung einzelner Module im Modulhandbuch und deren Leistungskontrolle in (Ressourcen schonenden) Modulprüfungen.

Von großer Bedeutung für das Ergebnis des Akkreditierungsprozesses sind die Eindrücke, die die Gutachter bei der Begehung vor Ort gewinnen; neben der Beantwortung offener Fragen fließen auch das allgemeine Arbeitsklima in der jeweiligen Einrichtung und die Erfahrungen von Studierenden in die Evaluation ein. Von der Gelegenheit zur Stellungnahme sollte man bei vermeintlich ungerechtfertigten Beurteilungen Ge-

brauch machen, sich dabei allerdings auf die Sachargumente, konstruktive Zusagen und neue Informationen beschränken – reine Absichtserklärungen helfen wenig.

Einige noch unbearbeitete Felder stecken bereits die Tätigkeit des DGPK-Ausschusses in den kommenden Jahren ab: Neben der bislang noch unübersichtlichen Situation bei den berufsfeldorientierten und wissenschaftlichen Master-Programmen ist dies insbesondere die Entwicklung von weiterbildenden und Promotionsstudiengängen. Beides sind wesentliche Komponenten in der Umsetzung des Bologna-Prozesses, aber angesichts der knappen Ressourcen im Fach sind diese Fragen bislang kaum in die Konzeptionen

„Auf große Zustimmung stieß der am Ausbildungsziel orientierte Kriterienkatalog für einen inhaltlichen Kernbereich kommunikationswissenschaftlicher Studiengänge – aus Agentursicht konkret genug, um Mindestanforderungen zu bestimmen, aber auch nicht zu detailliert“

der Standorte eingeflossen. Auch über die Re-Akkreditierung haben sich bislang nur wenige Gedanken gemacht, obwohl diese durch kontinuierliche Datensammlung (Studiengangstatistiken, Evaluation der Module, Absolventenbefragungen) und die Beachtung der Maßnahmen zur Qualitätssicherung wesentlich erleichtert werden kann.

Große Probleme bereitet den Agenturen bislang die Gewinnung kompetenter Gutachter aus der Medienpraxis – hier wird die DGPK demnächst Vorschläge aus dem Kreis ihrer Mitglieder unterbreiten und um weitere Nominierungen bitten. Außerdem ist geplant, Vertreter der Agenturen zu einer der kommenden Jahrestagungen einzuladen, so dass vor oder in einem Verfahren steckende Einrichtungen frühzeitig Kontakt aufnehmen und Rat suchen können.

PATRICK RÖSSLER

Tausend Dinge kann man falsch machen, wenn die Gutachter im Akkreditierungsverfahren vor der Tür stehen. Doch „Aviso“ hilft – lesen Sie dazu den Beitrag unserer Service-Redaktion auf Seite 28.

# Falsche Alternative

Überlegungen zu den Begriffen „empirisch“ und „philosophisch“

Inspiriert durch die Diskussion um Selbstverständnis und wechselseitige Anerkennung von Kommunikations- und Medienwissenschaftlern, beschäftigt sich der Autor mit Begriffen, die in den letzten Beiträgen zur Debatte mehrfach aufgetaucht sind – zuletzt im Text von Verena Blaum („Aviso“ 40, S. 2f.).

## Empirie?

Nehmen wir mal an, dass allen klar ist, was das heißt. Empirisch, das hat offenbar etwas mit vielen Zahlen zu tun. Zumindest bekomme ich diesen Eindruck: endlose Kolonnen, mit denen man etwa Zeitreihenanalysen machen kann. Gut, mag da so mancher sagen, es muss gar nicht die Zahlenreihe als solche sein, es geht darum, eine verlässliche Methode zu benutzen: Dadurch kommt man zu belastbaren empirischen Daten. Eine Methode bestimmt also über das Forschungsergebnis – aber damit doch auch über die forschungsleitende Frage. Sollte es nicht andersherum sein? Sollte nicht zuerst das Forschungsinteresse stehen – und dann die Methodenauswahl? Sollte diese nicht durchaus Multiperspektivität zulassen, um an markanten Stellen des Forschungsprozesses zu prüfen, ob die nach unterschiedlichen Methoden zutage geförderten Ergebnisse in Deckung gebracht werden können? Also, zurück auf Anfang: Was heißt empirisch?

Zunächst doch wohl nur, dass sich die Fragestellungen auf Erfahrungsgegenstände (also nicht Erkenntnisgegenstände) beziehen, die – nach welcher Methode auch immer – der Analyse unterzogen werden können. S. J. Schmidt beschreibt 1980 in „Grundriss der empirischen Literaturwissenschaft“ seinen Methodenradius folgendermaßen: „Grundsätzlich werden alle Methoden von der philologischen Editionstechnik bis zu statistischen Methoden der empirischen Sozialforschung zur Debatte stehen.“ Das klingt doch einigermaßen schlüssig, oder? Sollte die Frage der Methode nicht grundsätzlich immer zunächst offen sein? Das wäre mein Plädoyer. Alles andere kann nur auf einem Missverständnis beruhen.

## Philosophie?

Jeder hat heute eine Philosophie, vom Feuilleton („neue Theaterphilosophie“) bis zum Wirtschaftsteil („aggressivere Depotphilosophie“). Das ist nicht weiter bemerkenswert. Doch in der wissenschaftlichen Diskussion um Aufgaben und Selbstverständnis akademischer Disziplinen darf ein weniger abstrakter Durchdringungsgrad der Begriffe vorausgesetzt werden. Warum aber dann der abfällige Hinweis, dass über das eine oder andere (und sogar Methoden!) „philosophiert wird“? Was heißt das? Wo steckt da die Kritik?

Hans Bohrmann etwa nennt „Esoterisches, Ästhetisches, ausgeprägte Hobbyforschung, wenig Handfestes“ in einem Atemzug; Verena Blaum warnt davor, dass kulturwissenschaftliche Angebote „unter dem Einfluss der Philosophie als Leitdisziplin stehen“. Wenn das irgendwen kritisiert, dann sicher nicht die Philosophie oder die Philosophen. Denn so fehlgeleitet dürfte eigentlich keiner der Kollegen sein, der grundlegenden Wissenschaft, in der sowohl die Wissenschaftstheorie als auch die Logik zuhause sind, derartiges zu unterstellen. Und selbst die philosophische Ästhetik ist weit entfernt davon, unmethodisch vorzugehen. Die verwendete Fachsprache ist sicher nicht jedermanns Geschmack – aber das darf im akademischen Diskurs nicht zum Pauschalverdacht ausreichen. Wenn mit „philosophisch“ unscharf, unklar oder uneindeutig gemeint ist, dann gibt es auch hier ein eklatantes Missverständnis.

## Kritik des Poeta doctus

Was Kolleginnen und Kollegen aus den „empirischen“ Sozialwissenschaften doch eigentlich kritisieren, ist die Verwendung kurioser Theorieversatzstücke zu Theoriebaustellen, aus denen Buch um Buch zu rinnen scheint. Was sich manch einer der aus den Philologien erwachsenen Medienforscher „zurechtbastelt“, hat gute Chancen auf einen Lyrikpreis. Das ist beim essayistischen Stil eines Peter Sloterdijk nicht anders, wird bei ihm aber als „Verknüpfen von Erzählen und Philosophieren“ schon auf dem Schutzumschlag gepriesen. Das möchten die Kritiker wohl eigentlich kritisieren, das „Sich-nicht-entscheiden-mögen“ der Medienwissenschaftler, ob sie nun tatsächlich Wissenschaftler oder eigentlich Künstler sein wollen. Und diese Kritik zielt durchaus auf den Kern. Ich weiß das, denn ich schreibe auch gern so. Ein Vorschlag zur Vermittlung: Was wäre, wenn öfter mal Texte von medienwissenschaftlichen Kollegen unter dem Label „Essay“ (statt „Wissenschaft“) erscheinen würden? Auf jeden Fall wäre damit eine Antwort auf die Frage angedeutet, ob Medien- und Kommunikationswissenschaft in Zukunft stärker empirisch oder stärker philosophisch ausgerichtet sein sollte. Denn beides werden wir brauchen.

➡ LARS RADEMACHER, LUDWIGSHAFEN

## Blick zurück – hat es gelohnt?

In Dresden sind Neuwahlen! Eines steht bereits jetzt fest: Zwei Mitglieder des derzeitigen Vorstands werden dem neuen Vorstand nicht mehr angehören. Romy Fröhlich hat vier Jahre als Vorsitzende amtiert, davor vier Jahre als Stellvertreterin. Gerhard Vowe hat vier Jahre als stellvertretender Vorsitzender hinter sich und wird ebenfalls nicht mehr antreten. Da bietet es sich an, Rückschau zu halten und zu fragen, ob richtig entschieden wurde. Ob sich die Mitglieder bei ihrer Wahl richtig entschieden haben, müssen sie selbst beurteilen. Wir wollen fragen, ob wir individuell richtig lagen, als wir auf die Frage „Nehmen Sie die Wahl an?“ laut und vernehmlich „Ja!“ geantwortet haben.

Die erste Frage, die man sich im Rückblick stellt, ist menschlich, allzu menschlich: Hat es mir genutzt? Entgegen anders lautenden Gerüchten lebt der Vorstand nicht in Saus und Braus. Bei den Reisen ist man nie allein, denn es fährt immer ein Kassenprüfer mit. Der fährt zweite Klasse, weil es keine dritte gibt. Taxifahrten hält er allenfalls dann für gerechtfertigt, wenn die Wehen nachweislich eingesetzt haben. Kulinarischer Höhepunkt der Vorstandssitzungen sind lauwarmer Pizzen, gefolgt von einer Balgerei um die Zugabe des Lieferservices: eine Flasche mit einem rotweinfarbigem Getränk. Es ist auch nicht so, dass man nur beiläufig fallen lassen muss, man sei im Vorstand der DGPK, um an der Schlange vorbei in die angesagtesten Clubs eingelassen zu werden. Auch die Ausstrahlung auf das jeweils andere Geschlecht verändert sich durch eine Vorstandstätigkeit nur minimal. Der individuelle Nutzen hält sich also in engen Grenzen. Sicher, man gewinnt an Sichtbarkeit und kann peinlich leere Rubriken im CV füllen, aber man hat auch Opportunitätskosten: In der Zeit, in der man sich für den Vorstand aufreißt, könnte man sich um den

eigenen Nachwuchs kümmern, die Welt vom Abgrund zurückreißen oder einen Paradigmenwechsel in der Forschung zur Geschichte der Tonträger einleiten.

Dennoch: Die Opportunitätskosten sind begrenzt, denn der Vorstand arbeitet effizient. Man kann mit vertretbarem Aufwand viel bewegen, und man wird klüger. Viel schwerer noch wiegt das Kommunikationsnetz, das man durch die Vorstandsarbeit knüpft. Man hat mit Leuten zu tun, bei denen es sich lohnt, mit ihnen zu tun zu haben. Doch, ja, man freut sich auf- und aneinander, auch wenn es zum x-ten Male um Reisekostenzuschüsse, präventöse Mitglieder, Pre- und Postconferences geht. Das ist kein Zufall: Die Weisheit des Souveräns – der Mitgliederversammlung – sorgt dafür, dass nicht gerade die Unfairsten und Dümmeren gewählt werden. Wenn man anderen nicht vor das Schienbein tritt und sie geistig nicht unterfordert, dann sinkt die Wahrscheinlichkeit rapide, dass die anderen unfair werden oder einem dumm kommen. Gerade die Ausnahmen haben diese Regel eindrucksvoll bestätigt.

Es gibt noch einen Aspekt, und der ist entscheidend. Es ist nämlich eine Ehre, von der Fachgesellschaft in eine verantwortliche Position gewählt zu werden, und die schlägt man nicht aus. Vor allem bietet sie die Gelegenheit, im Pflichtenheft herumzuradiieren und ein wenig von den Schulden abzutragen, die man gegenüber der Fachgemeinschaft hat. Sie und ihre Gesellschaft haben vielen ihrer Mitglieder vieles ermöglicht, und da ist es mehr als recht und billig, wenn man im Gegenzug auch etwas investiert. „Ratio Cuique Reddenda“ – „Rechnenschaft muss von jedem abgelegt werden“, wusste schon der heilige Benedikt.

Und das Schöne ist: Man fühlt sich freier danach. In diesem Sinne: Ein herzliches Dankeschön!

GERHARD VOWE/ROMY FRÖHLICH

Doch, ja,  
man freut  
sich auf-  
einander

## Neu bei UVK



Bernhard Pörksen  
**Die Beobachtung des Beobachters**  
Eine Erkenntnistheorie  
der Journalistik  
2006, 362 Seiten, broschiert  
ISBN 3-89669-581-9  
€ (D) 34,00 / SFr 58,90

Der Konstruktivismus wurde lange Zeit als Bedrohung der journalistischen Praxis wahrgenommen, als Rechtfertigung eines modischen »Anything goes«. Konstruktivistische Einsichten inspirieren nach Bernhard Pörksen dagegen zu einer grundsätzlichen Skepsis gegenüber Gewissheiten, machen eine radikale Verantwortungsethik begründbar und liefern die Grundlage für eine moderne, am Lernenden orientierte Didaktik. Der Autor arbeitet anhand von zentralen Lernzielen für Journalisten Leitbilder für Lehrende heraus und entwickelt eine didaktische Konzeption, die auf Inspiration statt Instruktion beruht.

Bernhard Pörksen ist Juniorprofessor für Journalistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Hamburg.



www.uvk.de  
UVK Verlagsgesellschaft mbH

# Einspruch!

„Einspruch“ ist der Ort für Polemik, Satire, Sticheleien, kleine Ungehörigkeiten und andere überraschende Analysen

## Impressum

### Herausgeber:

Vorstand der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK)

### Redaktion:

Gunter Reus (verantw.)  
Eva Baumann, Stefan Weinacht  
Barbara Pfetsch („Debatte“)  
Gerhard Vowe (Vorstand)

### Layout und Gestaltung:

Gunter Reus

### Erscheinungsweise:

Dreimal jährlich

### Anschrift der Redaktion:

Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung, Hochschule für Musik und Theater Hannover  
Expo Plaza 12, 30539 Hannover  
Telefon: 0511/3100 484  
Telefax: 0511/3100 400  
Email: [gunter.reus@hmt-hannover.de](mailto:gunter.reus@hmt-hannover.de)

### Druck:

Verlagsgruppe Madsack, Göttingen

## 13 Tipps zur Akkreditierung von BA- und MA-Studiengängen

### 1. Geben Sie einen Antrag mit eigener Note ab!

Leitfäden und Vorgaben der Agenturen sind etwas für die ganz Alten und die ganz Jungen. Studienpläne im leistungsfähigen Alter orientieren sich an eigenen Vorstellungen von Gliederung und Form. Versäumen Sie auch nicht, Agenturen und Gutachter mehrfach darauf hinzuweisen, dass die Vorgaben schwachsinzig sind, bei Ihnen überhaupt nicht passen und außerdem jede Menge Rechtschreibfehler enthalten.

### 2. Greifen Sie auf Bewährtes zurück!

Warum das Rad neu erfinden? Über Jahrzehnte hinweg gestählte Master- und Diplomstudiengänge gehören nicht einfach auf den Müll. Man kann doch die Lehrinhalte einfach auf die 6 oder 10 Semester konsekutives Studium verteilen! Es reicht völlig aus, dem dann ein frisches Etikett aufzukleben.

### 3. Vermeiden Sie überflüssige Unterscheidungen!

Bachelor- und Masterstudiengänge heißen zwar unterschiedlich, aber es läuft im Grunde auf das Gleiche heraus. Also formulieren Sie ruhig dieselben Qualifikationsziele für beide Typen. Gutachter sind schon völlig zufrieden, wenn sie beim BA das Wort „Grundlagen“ und beim MA „Vertiefung“ finden. Machen Sie deutlich, dass für Sie „Credit Points“ ein neumodisches Synonym für „Semesterwochenstunden“ ist. Die Gutachter werden Ihre Offenheit zu schätzen wissen.

### 4. Denken Sie in Strukturen, nicht in Funktionen!

Springen Sie nicht über jedes Stöckchen, das man Ihnen hält. Wenn man von Ihnen verlangt, Qualifikationsziele zu definieren und das Angebot entsprechend anzupassen, dann machen Sie es genau umgekehrt: Schauen Sie, was Sie an bewährten Lehrangeboten haben und leiten Sie daraus möglichst vage Ziele ab. Das Modulhandbuch ist sowieso für den Aktenschrank und schränkt die Freiheit akademischer Lehre ein.

### 5. Machen Sie klar, dass Sie wenig Fluktuation wollen!

Gestalten Sie das BA-Studienprogramm möglichst exotisch und die MA-Zulassungsvoraussetzungen möglichst detailliert, so dass nur „Ihre“ BA-Absolventen „Ihren“ Master-Studiengang besuchen können. „Durchlässigkeit“ ist unhygienisch.

### 6. Machen Sie klar, wo Metropole und wo Provinz ist!

Lassen Sie keinen Zweifel daran, dass Ihr Fach „per se“ international ausgerichtet ist. Die Gutachter sind dankbar, wenn sie an Ihrer Weltläufigkeit teilhaben dürfen. Die Grenze zwischen Sein und Sollen kann ruhig verschwimmen. Lassen Sie offen, welche Programme verbindlich vereinbart sind und wie groß der Anteil ausländischer Studierender wirklich ist. Die farbige Schilderung von Einzelschicksalen ist viel überzeugender.

### 7. Lassen Sie die Begutachtung erst einmal in aller Ruhe auf sich zukommen!

Wer die Spielräume bei der Benennung der Gutachter nutzt, zeigt Anzeichen von Schwäche. Wer vom Vetorecht Gebrauch macht, hat schon verloren. Unterlagen müssen nicht perfekt sein. Notfalls kann man immer noch etwas nachreichen. Die Gutachter freuen sich, wenn sie mehrfach von Ihnen Post bekommen. Wenn Sie Termine verschieben und Fristen verstreichen lassen, wird man das als Zeichen starker Belastung einschätzen und Ihnen respektvoll gegenüberreten.

### 8. Sorgen Sie für Überraschungen!

Ein geschickter Schachzug ist: unmittelbar vor der Begehung die Studienordnung noch einmal ändern – und dies möglichst lange nicht sagen! Das vertreibt die Langeweile, weil alle mit dem Abgleich von Versionen beschäftigt sind. Verstecken Sie Änderungen möglichst tief in den Unterlagen. Jeder Gutachter freut sich, wenn er sie dann doch findet. Unterfordern Sie keinesfalls die Gutachter. Gliederungen müssen nicht konsistent sein, Ihre Studiengänge sind es ja auch nicht.

### 9. Gestalten Sie die Begehung spontan!

Vorbereitung ist etwas für Berufsanfänger. Nutzen Sie die Chance, Ihre Trumpfkarte auszuspielen: flexibel auf die Situation einzugehen! Wenn die Gutachter außer Ihnen noch jemand sprechen wollen, kann man ihn immer noch anrufen und bitten, später dazuzukommen. Unterlagen können bei Bedarf schnell kopiert werden. Wenn die Präsentationstechnik nicht funktioniert, gibt Ihnen das Gelegenheit, Ihre rhetorischen Fähigkeiten unter Beweis zu stellen. An solche Begehungen werden sich die Gutachter lange erinnern.

### 10. Stellen Sie sich dahin, wo Sie hingehören: in den Mittelpunkt!

Sie sind der Einzige, der den Studiengang kennt, folglich sollten Sie ihn auch ausführlich darstellen. Gehen Sie davon aus, dass die Gutachter die Unterlagen nicht gelesen haben. Lesen Sie sie deshalb am besten vor. Nehmen Sie die Ihnen vorab übermittelten Monita nicht zu wichtig, das gibt den Einwänden nur unnötig viel Raum. Zur Auflockerung besichtigen Sie mit den Gutachtern Ihr Büro und Ihren CIP-Pool.

### 11. Tragen Sie internen Streit ohne Scheu offen aus!

Das macht die Begehung spannend und gibt den Gutachtern einen plastischen Eindruck von den Verhältnissen. Noch besser ist es, wenn Sie jene Kollegen bitten, bei der Begehung anwesend zu sein, die gegen neue Studienmodelle sind.

### 12. Ziehen Sie Ihre studentischen Hilfskräfte als Studierendenvertreter hinzu!

Auf keinen Fall sollten Sie Vertreter der Fachschaft als Gesprächspartner für die Gutachter benennen. Ihre studentischen Hilfskräfte wissen viel besser, was sie sagen sollen. Vor allem erwarten sie keine Gegenleistungen.

### 13. Vergessen Sie nicht, sich hinterher zu beschweren!

GERHARD VOWE

Anzeige



HERBERT VON HALEM VERLAG



WERNER WIRTH / HOLGER SCHRAMM / VOLKER GEHRAU (Hrsg.)  
**UNTERHALTUNG DURCH MEDIEN. THEORIE UND MESSUNG**  
*Unterhaltungsforschung, 1*  
2006, 256 S., Broschur  
EUR 29,00 / sFr 48,70  
ISBN 3-938258-08-X



CHRISTOPH KLIMMT  
**COMPUTERSPIELEN ALS HANDLUNG. DIMENSIONEN UND DETERMINANTEN DES ERLEBENS INTERAKTIVER UNTERHALTUNGSANGEBOTE**  
*Unterhaltungsforschung, 2*  
2006, 228 S., Broschur  
EUR 28,00 / sFr 47,10  
ISBN 3-931606-91-0



GARSTEN WÜNSCH  
**UNTERHALTUNGSERLEBEN. EIN HIERARCHISCHES ZWEI-EBENEN-MODELL AFFEKTIV-KOGNITIVER INFORMATIONSVERRÄRBEREITUNG**  
*Unterhaltungsforschung, 3*  
2006, 322 S., Broschur  
EUR 30,00 / sFr 50,40  
ISBN 3-938258-14-4



MANFRED MAI / RAINER WINTER (Hrsg.)  
**DAS KINO DER GESELLSCHAFT - DIE GESELLSCHAFT DES KINOS. INTERDISZIPLINÄRE POSITIONEN, ANALYSEN UND ZUGÄNGE**  
2005, 320 S., Broschur  
EUR 28,00 / sFr 47,10  
ISBN 3-938258-04-7



KLAUS KAMPS / JÖRG-UWE NIELAND (Hrsg.)  
**REGIONEN UND KOMMUNIKATION. MEINUNGSBILDUNG, ENTSCHEIDUNGSFINDUNG UND GOVERNEMENTALES KOMMUNIKATIONS-MANAGEMENT - TRENDS, VERGLEICHE, PERSPEKTIVEN**  
2006, 371 S., Broschur  
EUR 29,50 / sFr 49,60  
ISBN 3-938258-07-1

Informieren Sie sich über diese und andere Neuerscheinungen aus 2006 unter <http://www.halem-verlag.de>. Bestellungen sind dank der integrierten Shop-Funktion besonders nutzerfreundlich. Wir liefern ab EUR 20,00 Bestellwert versandkostenfrei innerhalb Deutschlands. Der Herbert von Halem Verlag steht für Qualität im wissenschaftlichen Publizieren. Wir haben Ihr Interesse geweckt? Dann schreiben Sie uns unter: [info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)

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