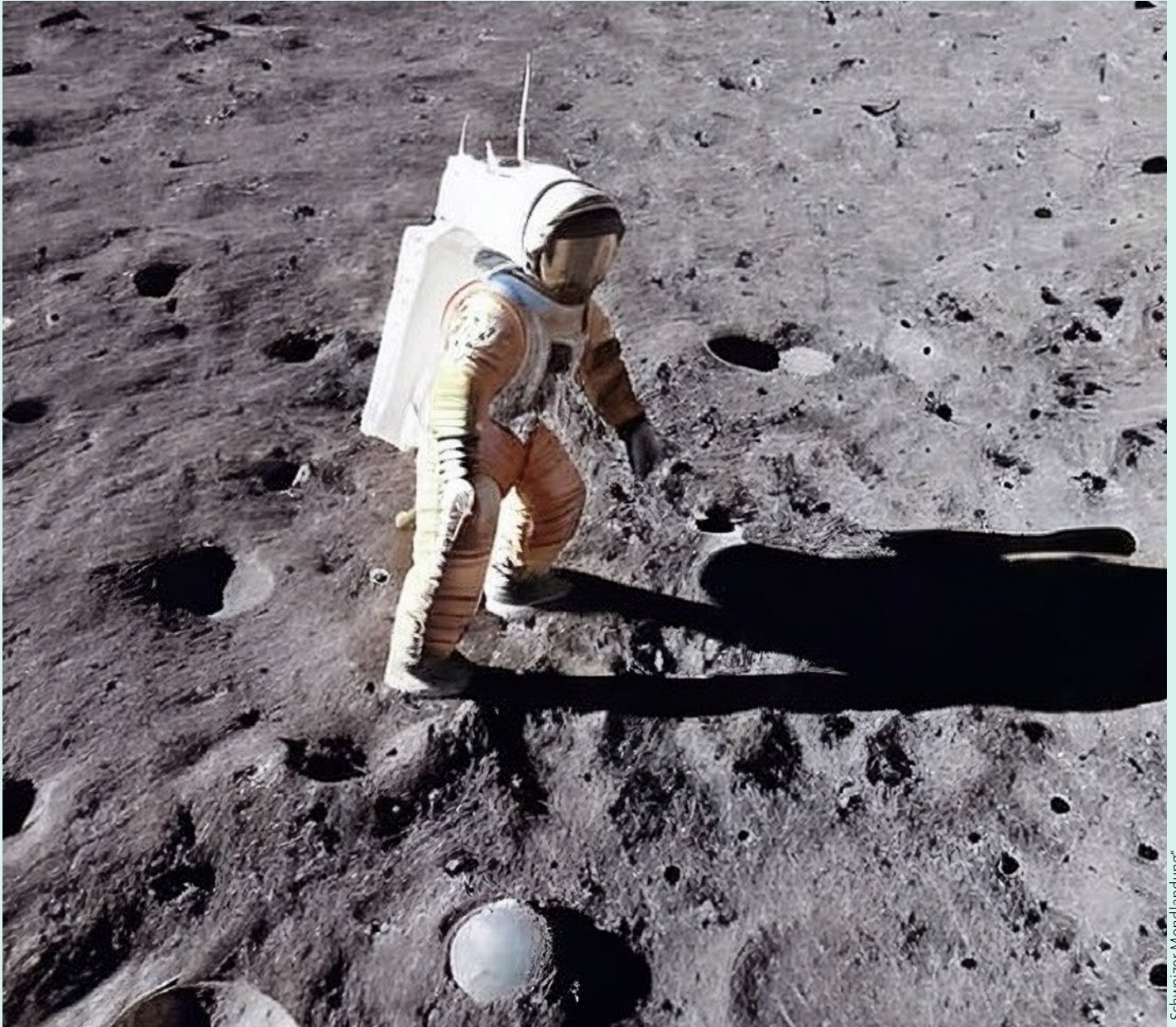




„Schweizer Mondlandung“

KI-Bilder und synthetische Bilderwelten

Eine Debatte mit Beiträgen von Nicola Döring, Stephanie Geise, Alexander Godulla, Katharina Lobinger, Franziska Oehmer-Pedrazzi und Christian Schwarzenegger

Inhalte: avisiert (2), Debatte (3-13), Aus den Fachgesellschaften (14-16), Neu Erschienen (17), Fachgeschichte (18-19), „Triggerpunkte“ (20), Impressum (20), Tagungen (21-28), Interview (29-31)

Typen medialer Krisenkonstruktion



Bertram Scheufele | Arietta Jost | Klaus Spachmann

Wie die Medien Krisen deuten

2025, 150 S., brosch., 39,- €
ISBN 978-3-7560-2988-4
E-Book 978-3-7489-5251-0
(Krisen in Kommunikation,
Medien und Öffentlichkeit.
Crises in Communication,
Media and the Public, Bd. 2)

Welche Grundtypen der Krisendeutung lassen sich im Medien Diskurs über verschiedene Krisen hinweg erkennen? Um diese Frage zu beantworten, haben die Beitragenden journalistische Meinungsbeiträge zu diversen Krisen untersucht und sieben grundlegende Typen medialer Krisenkonstruktion identifiziert.

 Nomos
eLibrary



Nomos

avisiiert.

Was hat der Aviso mit der Mondlandung zu tun? Und können wir unseren eigenen Augen trauen und glauben, dass dieser Mensch auf dem Cover tatsächlich auf dem Mond war? Ein KI-Prompt schuf den Anschein, dies sei so, sei belegt – und führt hin zum faktischen Thema der Debatte in dieser Aviso-Ausgabe. KI-generierte Bilder, aber auch synthetische Bilderwelten rücken die Visuelle Kommunikationsforschung als Forschungsfeld ins Rampenlicht, erzeugen Erwartungen an Analysen, an Befunde zu Chancen und Risiken – und regen an, Position zu beziehen.

Katharina Lobinger leitet den von ihr organisierten Themenschwerpunkt ein mit einem Plädoyer dafür, eigene Forschungspraktiken zu überdenken, Ästhetiken und Darstellungstechniken tiefergehend zu erforschen sowie Expertise über aufklärerische sowie manipulatorische Potenziale visueller Kommunikationspraktiken stärker in die Fach-Debatte einzubringen. Die Mondlandung ist wegweisendes Bild in ihrem Beitrag. Daran knüpft Alexander Godulla an. An einem Deep Fake über eine nie gehaltene Rede über eine gescheiterte Mondlandung veranschaulicht er, wie schmal die „Grundlage für einen gemeinsamen, verlässlichen Referenzrahmen gesellschaftlicher Wahrheiten“ werde.

Stephanie Geise lenkt den Blick auf die Herausforderungen, die synthetische Bilder für die journalistische Praxis und für das Publikum darstellen, und weist darauf hin, was auf dem Spiel steht: Das Vertrauen in visuelle Informationen sei wegweisend für eine vitale demokratische Informationskultur. Fragen nach der Verantwortung und der Governance bezogen auf visuelle Inhalte, die schädlich wirken können, treiben Franziska Oehmer-Pedrazzi um. Ihr Standpunkt:

Mit irreführenden Bildern müsse man sich nicht einfach abfinden, sondern man könne sich ihnen entgegenstellen – auch durch visuelle Kontrapunkte wie etwa Counter-Hassbilder. Nicola Döring richtet den Fokus auf synthetische sexuelle Bilder und schwenkt den Scheinwerfer ebenfalls von potenziell schädlichen Inhalten auf Möglichkeiten, mit bildgenerierender KI neue und kreative sexuelle Bilderwelten zu erschaffen. Den Reigen dieser dem Thema entsprechend sehr „bildhaften Debatte“ beschließt Christian Schwarzenegger mit einem Leitbild: Er animiert dazu, im KI-Zug nicht nur mitzufahren, sondern auch mitzugestalten, wohin die Fahrt gehen soll. Die Forschungsgemeinschaft solle sich dazu auf ihre Potenziale besinnen und z. B. Konzepte und theoretische Zugänge als Rüstzeug entwickeln.

Neben der Debatte finden sich aktuelle Informationen aus den drei deutschsprachigen Fachgesellschaften DGPK, ÖGK und SGK. Neue Fachveröffentlichungen hat Stefan Weinacht in der Rubrik Neu Erschienen zusammengestellt. Die Arbeitsgruppe Erinnerungskultur stellt ihre Arbeit rund um die Fachgeschichtsschreibung vor. Erreicht haben uns ferner ein Beitrag zu Anstößen für die politische Kommunikationsforschung, die sich durch eine Konferenz am Weizenbaum-Institut ergaben, sowie Berichte von zehn Fachgruppentagungen.

Teresa Naab erläutert in ihren Interviewantworten die Konstanten und Veränderungen in ihren Forschungsthemen sowie ihr Selbstverständnis als Forscherin. Dazu gehöre, in die Gesellschaft zu kommunizieren, „worin der Wert unserer Erkenntnisse gegenüber nicht wissenschaftlichem Wissen und persönlichen Meinungen liegt“.

Viel Freude bei der Lektüre wünschen
Marlis Prinzing und Petra Herczeg

Zwischen visueller Täuschung, kreativen Chancen und kommunikativer Verantwortung

Eine Debatte mit Beiträgen von Alexander Godulla, Stephanie Geise, Katharina Lobinger, Franziska Oehmer-Pedrazzi, Nicola Döring und Christian Schwarzenegger

Katharina Lobinger (Università della Svizzera italiana)

Die Visuelle Kommunikationsforschung als Forschungsfeld der Kommunikations- und Medienwissenschaft steht vor tiefgreifenden Herausforderungen. Lange als marginal unterschätzt, ist visuelle Kommunikation stark ins Rampenlicht gerückt – einerseits durch die ständig steigende Quantität zirkulierender Bilder, andererseits durch die zunehmende Bedeutung von Bildern in medialen Kontexten, beispielsweise in sogenannten „bildbasierten“ sozialen Medien wie Instagram und TikTok. Die Zugänglichkeit zur Produktion und Zirkulation von synthetischen Bildern, vor allem mittels KI generierter Bilder, hat die Relevanz der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Erforschung von visuellen Inhalten nun abermals verstärkt. Ein grundlegendes Unbehagen liegt vor allem darin, dass synthetische Bilder (relativ) einfach produziert werden können – vermeintlich von jeder beliebigen Person, auch wenn das ein wenig zu optimistisch gedacht ist. Darüber hinaus wird Bildern, vor allem, wenn sie Fotografien ähneln, Authentizität und eine vermeintliche Wirkungsmacht zugesprochen. Der Grundsatz „Seeing is believing“, der zu Recht stets kritisch hinterfragt und problematisiert wurde, erhält in der aktuellen Debatte um synthetische Bildwelten nun neue Brisanz.

Die diskutierten Szenarien oszillieren dabei oft zwischen zwei Extremen: Einerseits, so wird argumentiert, könne Bildern nicht mehr geglaubt werden; es drohe ein völliger Vertrauensverlust. Andererseits, so die gegensätzliche Vorstellung, glauben wir Bildern fast blind. Demzufolge könnten sie uns manipulieren und besonders starke Wirkungen entfalten. An dieser Stelle hilft unser

Blick zurück: Schon immer waren Bildmanipulationen, ob analog oder durch digitale Tools, sowie legitime (z. B. in Werbung) und illegitime (z. B. in Journalismus) Bildinszenierungen alltäglicher Teil des „Bild-Business“. In jüngerer Vergangenheit bewegten uns u. a. Diskussionen rund um Augmented-Reality-Filter auf Social Media Plattformen und generische Stock Images mit ihren spezifischen Ästhetiken. Die gegenwärtige gesellschaftliche Debatte rund um KI-generierte Bilder unterstreicht einmal mehr einen zentralen Aspekt: nämlich, dass wir endlich lernen müssen, das Medium mitzubetrachten, sowohl als Forscher:innen als auch als Rezipient:innen. Bereits René Magritte wies bekanntlich mit seinem Werk „Ceci n'est pas une pipe“ („Dies ist keine Pfeife“, 1929) darauf hin, dass Bilder nicht das Abgebildete selbst sind, sondern lediglich dessen Repräsentation. Magritte erinnert uns damit daran, dass wir das Repräsentationsmedium – sei es Malerei oder Fotografie, oder eben ein synthetisches Bild – nicht als transparent betrachten dürfen: Statt durch das Medium hindurch auf das Dargestellte zu blicken, müssen wir die technischen, materiellen und sozio-kulturellen Konstruktionsweisen selbst beleuchten und in den Vordergrund rücken. Sie sind essenzieller Teil des Objekts ‚Bild‘.

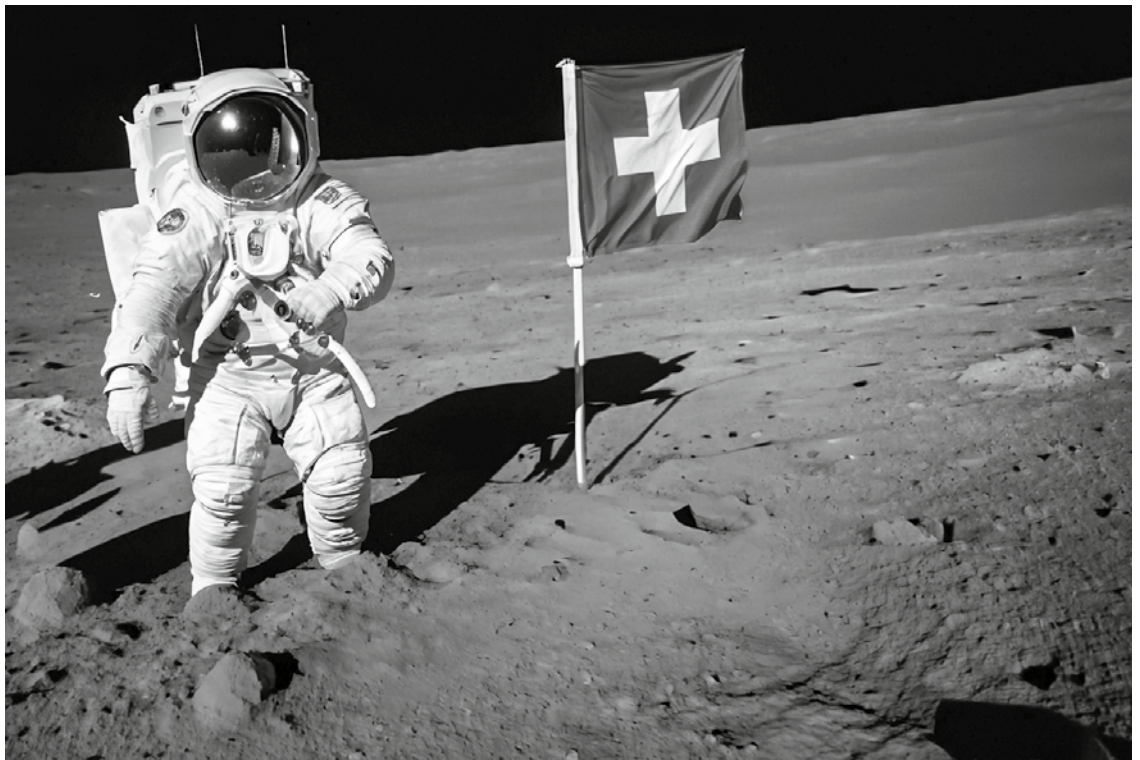
Doch die Interpretation der Bilder wird nicht nur durch das Medium, sondern ebenso durch unsere eigenen Voreinstellungen und Erfahrungen geformt. Nehmen wir hier das Bild der Mondlandung auf dem Cover als Beispiel. Für das Coverbild bat ich Stable Diffusion, mit folgendem kurzen Prompt ein Bild zu erstellen: „An image as a proof for the fact that man has landed on



Foto: privat

the moon“. Ich verwendete dazu ein spezifisches KI-Modell für Stable Diffusion (EpicrealismXL 2024), mit dem man hochwertige, fotorealistische Bilder erzeugen kann. Dies ist wichtig, denn der Stil und die Bildästhetik liefern ebenso essenzielle Hinweisreize für den weiteren Rezeptions- und Interpretationsprozess wie die dargestellten Motive selbst. Und gerade hier zeigen sich (noch) drastische Unterschiede zwischen den verschiedenen KI-Systemen und -Modellen. Für diesen Text habe ich mit demselben Modell ein Bild mit dem Prompt „an astronaut during the moon landing waving a Swiss flag“ erstellt.

Überzeugungen bestätigen. Dahmen und Perlmutter konnten in ihrem Beitrag zeigen, dass Bilder paradoxerweise dazu beitragen können, wissenschaftlich belegte Ereignisse abzulehnen, wenn sie auf bereits vorhandene Zweifel oder verschwörungstheoretische Vorstellungen treffen. So wurden die Bilder der Mondlandung von der NASA als Beweise für die erfolgte Mondlandung verwendet, während Anhänger:innen der Moon-Hoax-Theory, also Anhänger:innen der Auffassung, die Mondlandung sei ein „Fake“ und nie erfolgt, die gleichen Bilder mit gänzlich anderer Argumentationsweise verwenden. Der



KI-Bild „Die Schweizer Mondlandung“, eigenes Bild, erstellt mit Stable Diffusion.

Warum die Mondlandung? Ich möchte hier an einen wunderbaren Artikel von Dahmen und Perlmutter aus 2008 erinnern. Die beiden Forscher:innen konnten zeigen, dass nicht immer „Seeing is believing“ gilt. Vielmehr sollten wir uns gerade für das Prinzip „Believing is seeing“ deutlich mehr interessieren, denn unser Wissen, unsere Einstellungen, Vorurteile und frühere Erfahrungen bestimmen, welche Bedeutung wir Bildern zuweisen. Besonders deutlich ist das, wenn Betrachter:innen gezielt nach Informationen suchen, die ihre bestehenden

oftmals gemachte Bezug von Fotografie und Wahrheit zeigt sich also seit jeher als fragil und problematisch. Die Mondlandung wird übrigens auch in der folgenden AVISO-Debatte nochmals aufgegriffen werden.

Das Aufkommen KI-generierter Bilder stellt damit nicht nur Herausforderungen, sondern auch eine große Chance dar. Optimistisch betrachtet könnten die mit KI veränderten Bildwelten einen bedeutenden Wandel markieren. Denn gerade angesichts der derzeit starken Aufmerksamkeit für visuelle Repräsentationen

und deren Funktionsweisen bietet sich nun eine günstige Gelegenheit, die hartnäckige Rhetorik unvermittelter Repräsentation kritisch zu beleuchten, die vermeintlich fehlende Medialität von Bildern in den Fokus zu rücken und die visuelle Kompetenzbildung (siehe u. a. Reißmann et al., 2025) voranzutreiben. Diese Überlegungen sollten allerdings sämtliche Bildtypen und -stile umfassen und sich nicht ausschließlich auf KI-generierte Bilder konzentrieren, die letztlich frühere visuelle Formen remedialisieren.

Für uns als Kommunikations- und Medienwissenschaftler:innen bedeutet dies auch, dass wir unsere eigenen Forschungspraktiken überdenken müssen. Es reicht nicht aus, lediglich Bildmotive zu analysieren, wie dies oftmals in recht einfachen Inhaltsanalysen erfolgt; vielmehr braucht es eine tiefgehende Erforschung der Ästhetiken und Darstellungstechniken, der kontext-spezifischen Verortungen, der multimodalen Bezüge sowie der unmittelbaren Wirkungsweisen visueller Inhalte, gerade in alltäglichen Situationen wie beim beiläufigen Scrollen durch Social-Media-Feeds. Wichtig ist dabei auch die Prämisse, dass der technische Produktionsprozess eines Bildes nicht über dessen Wahrheitsgehalt entscheiden kann. Es gilt also nicht: Es ist eine Fotografie, deshalb ist es so gewesen! Bilder vermitteln unabhängig von ihrer Entstehungsweise zentrale Informationen und Cues – und können ebenso gut täuschen und manipulieren wie aufklären und Wissen schaffen. Auch die kommunikativen Intentionen und die Verwendungspraktiken, in die Bilder eingebettet sind, verdienen in diesem

Zusammenhang verstärkt Aufmerksamkeit. Gerade die Visuelle Kommunikationsforschung ist daher stark gefordert, ihre Expertise in der Analyse visueller Kommunikation stärker in die kommunikations- und medienwissenschaftliche Debatte einzubringen.

Der vorliegende Debattenschwerpunkt versammelt Expert:innen aus unterschiedlichen Bereichen der Forschung im Kontext visueller Kommunikation, um einerseits kritische und problematische Aspekte synthetischer Bildwelten zu beleuchten und andererseits positive Potenziale sowie Entwicklungsmöglichkeiten aufzuzeigen. Es geht ausdrücklich nicht um eine pauschale Technikablehnung im Sinne einer „Medienpanik“ oder „Moralpanik“, sondern um differenzierte Standpunkte zu zentralen Fragen: Müssen uns synthetischen Bilder beunruhigen? Wenn ja, warum und in welchen Kontexten? Was könnten positive Entwicklungen sein? Und vor allem: Was sollten wir als Gesellschaft und Forschungscommunity tun, um diesen Herausforderungen angemessen und verantwortungsvoll zu begegnen?

Quellen:

EpicrealismXL v7 Final Destination [Stable Diffusion Modell]. (2024). Abgerufen am 20. März 2025 von <https://civitai.green/models/277058>
 Magritte, R. (1929). *La trahison des images* [Öl auf Leinwand]. Los Angeles County Museum of Art, Los Angeles, CA, USA.
 Perlmutter, D. D., & Dahmen, N. S. (2008). (In)visible evidence: Pictorially enhanced disbelief in the Apollo moon landings. *Visual Communication*, 7(2), 229–251. <https://doi.org/10.1177/1470357208088760>
 Reißmann, W., Venema, R., Autenrieth, U., & Brüggem, N. (Hrsg.). (2025). *Visual Literacy: Bildkompetenzen in den digitalen Medien*. Herbert von Halem Verlag.

Ende der gemeinsamen Vergangenheit

Standpunkt: Alexander Godulla (Universität Leipzig)



Foto: Alexander Godulla

Die Männer, die zum Mond geflogen sind, um ihn in Frieden zu erforschen, werden auf dem Mond bleiben, um in Frieden zu ruhen.“ Sichtlich getroffen berichtet US-Präsident Richard Nixon seiner trauernden Nation vom Tod der Astronauten Neil Armstrong und Buzz Aldrin. Am 20. Juli 1969 ist ihre Landefähre Eagle auf dem Mond havariert. Nixons Stimme bebt, seine Hände suchen Halt an den Seiten des Manuskripts. Während die Worte damals tatsächlich zu Papier gebracht worden waren, ist das Video natürlich nicht echt, die Rede glücklicherweise nie gehalten worden. Ein Team des MIT hat sie 2020 zum Leben erweckt, um auf die Gefahren von Deepfakes hinzuweisen. Sie trainierten eine künstliche Intelligenz mit Videos von Nixon, um so der Welt zu zeigen: Das Zeitalter des authentischen Bilds ist endgültig vorüber – glauben könnt ihr längst nichts mehr.

Als wir ein Jahr später an der Universität Leipzig anfangen zu Deepfakes zu forschen, gilt das Thema noch immer als Kuriosität. Deepfakes, das sind in der breiten Wahrnehmung meist krude Faceswap-Videos oder schlicht Pornos. Beides interessiert uns nicht. Wir wollen stattdessen herausfinden, was Menschen in Deutschland über Deepfakes wissen (sehr wenig), ob sie sich für die Gefahren der Technologie gerüstet sehen (überhaupt nicht) und ob ihr generelles Medienvertrauen durch das Aufkommen von Deepfakes sinkt (eindeutig ja). Derweil schlägt generative künstliche Intelligenz im öffentlichen Diskurs ein wie eine digitale Bombe. Plötzlich nimmt die breite Öffentlichkeit die Existenz von KI wahr, obwohl schon seit den 1950er-Jahren daran geforscht wird. Durch die Macht der Exponentialität gewinnen das Thema und mit ihm der Diskurs um Deepfakes rasant an Fahrt. Es folgen viele Interviews und Vorträge zu dem Thema, aber auch die Erkenntnis, dass in der Regel nicht die richtigen Fragen gestellt werden.

Die Frage aus dem Journalismus lautet fast immer: Wie wird die Technologie diese oder jene

aktuelle Wahl beeinflussen? Die These dahinter: Deepfakes können die Öffentlichkeit derart in die Irre führen, dass sie mehr oder weniger hilflos den Desinformations-Trollen in den Abgrund folgt. Was eigentlich dahintersteckt, ist die Wiederkehr des vergleichsweise primitiven Stimulus-Response-Modells. Im Prinzip sagt es: Wenn ich diesen Knopf hier drücke, geschieht zuverlässig das. Desinformation rein, Wahldebakel raus. Was dabei übersehen wird: Zweifellos werden Deepfakes auch in demokratieschädigender Weise genutzt. Aber die Qualität ist hier offensichtlich überhaupt nicht entscheidend. Schließlich teilen Menschen auch begeistert Cheap Fakes, also technisch so miserable und „billige“ Deepfakes, dass wirklich niemand auf sie hereinfallen muss. Wichtig ist dabei nämlich nicht die technische Qualität, sondern vielmehr die fragwürdige Chance, die wie auch immer geartete andere Seite im Diskurs herabzuwürdigen.

Wer sich in den finstersten Ecken und Kreisen des digitalen Raums über Politik informiert, ist dort wohl kaum auf der Suche nach qualitativ hochwertigen und ausgewogenen Informationen. Was hier geschieht, hat nichts mit Diskurs im normativen Sinn zu tun. Erheblich besorgniserregender sind jene Deepfakes, die langfristig in die vermeintlich soliden Speicher und bürgerlichen Räume der Bild- und Videoplattformen eindringen und dort auch bleiben. Bald wird es nicht nur ein gefälschtes Dokument wie die Nixon-Rede geben, sondern Millionen davon. Das ist die zynische Pointe des Visual Turns: Niemand liest, alle sehen zu – und was einmal in den Archiven digitaler Plattformen gespeichert ist, hat hohe Chancen, dort zu bleiben. Technisch gesehen können wir alle schon jetzt jede erdenkliche Verschwörungserzählung durch passende Bilder in hoher Qualität unterstützen. Das Fenster für die Unterscheidung zwischen Fiktion und Wirklichkeit wird zunehmend schmaler – und mit ihm die Grundlage für einen gemeinsamen, verlässlichen Referenzrahmen gesellschaftlicher Wahrheiten.

av

When Seeing is Deceiving: Wie synthetische Bilder den Journalismus und das Publikum herausfordern

Standpunkt: Stephanie Geise (Universität Bremen)

Bildgenerierende KI ermöglicht die schnelle und realitätsgetreue Erstellung synthetischer Bilder, die fiktive Inhalte als authentisch erscheinen lassen. Dass Bilder ein besonderes Potenzial für Manipulation und Täuschung haben, ist nicht neu. Der vermeintliche „Wahrheitsanspruch“ von Bildern wurde schon seit der Erfindung der Fotografie diskutiert. Mit KI erhält die Diskussion um den Wirklichkeitsanspruch und das Authentizitätspotenzial von Bildern aber eine neue Brisanz und Dynamik. Denn während es in der Vergangenheit besonderer technischer Fähigkeiten erforderte, authentisch-wirkende Fälschungen zu erzeugen, können auch Laien mit KI über einfache Textbeschreibungen oder Bild-Vorgaben überzeugende Bilder generieren. Bildmanipulationen sind dadurch schneller, einfacher und massenhaft produzierbar. Schon heute werden KI-generierte Bilder in vielfältigen journalistischen und politischen Kontexten eingesetzt – und zwar meist ohne, dass die generative Genese den Nutzer:innen offensichtlich oder gar deklariert wird. Bedeutet dies das „Ende der Wahrheit“, wie Der Spiegel im Juli 2023 zu den Herausforderungen generativer Bildlichkeit titelte?

Klar ist für mich, dass die zunehmende Integration KI-generierter Bilder in den Journalismus eine fundamentale Herausforderung für die etablierten Sehgewohnheiten und Rezeptionsroutinen des Publikums darstellt. Zwar waren auch journalistische Fotografien nie wirklich „objektiv“ – sie konnten inszeniert, bearbeitet oder dekontextualisiert werden. Dennoch galten v. a. Fotografien lange als „visuelle Beweise“, wurden meist als objektive Annäherung einer zu Grunde liegenden Realität akzeptiert. Dieser „Augenzeugenschaftseffekt“ basierte nicht zuletzt auf der Annahme, dass Fotografien eine vielleicht speziell gerahmte, aber doch reale

Szene einfangen. KI-generierte Bilder untergraben diesen Konsens. Die Gefahr ist, dass sich das Publikum künftig bei jedem Bild fragen muss: Ist das echt oder KI-generiert? Diese Unsicherheit schwächt die Glaubwürdigkeit des Bildes als journalistische Quelle und erschwert die journalistische Informationsvermittlung, auf die demokratische Ordnungen angewiesen sind. Ich frage mich, welche mittel- und langfristigen Folgen das haben wird: Untergraben synthetische Bilder das Vertrauen in visuelle Berichterstattung im Allgemeinen und den Fotojournalismus im Speziellen?

Sorgen machen mir auch die potenziellen politischen Folgen: Wenn synthetische Fotografien zunehmend in den Journalismus und den gesellschaftlichen Diskurs einsickern, wird Desinformation erleichtert. Autoritäre Regime und politische Akteure können gezielt KI-Bilder einsetzen, um Narrative zu manipulieren und Deutungshoheiten zu gewinnen. Dies birgt die Gefahr verstärkter Polarisierung und Radikalisierung – insbesondere in Kriegs- und Krisensituationen, in denen visuelle Berichterstattung eine zentrale Rolle spielt. Aktuell zeigt sich dies in der Kriegsberichterstattung zum Russland-Ukraine-Konflikt, wo gefälschte Bilder gezielt zur Stimmungsmache genutzt werden. Wenn journalistische Fotodokumente nicht mehr als Beweismittel anerkannt werden, verkommt jegliche Evidenz zur Verhandlungsmasse: Wer keine Beweise mehr akzeptiert, kann jede Wahrheit bestreiten – eine Entwicklung, die den politischen Diskurs vergiften kann.

Die Antwort auf diese Herausforderung darf kein blinder Technikpessimismus sein. Vielmehr müssen wir aktiv gestalten, wie KI-Bilder in den Medien genutzt werden. Ich plädiere daher für mehr Forschung zur Produktion, Rezeption und Wirkung KI-generierter Bilder – auch in



Foto: Beate C. Koehler

aviso

dem Bewusstsein, dass Bilder in der kommunikationswissenschaftlichen Forschung trotz ihrer enormen Bedeutung für Journalismus, politische Kommunikation und gesellschaftliche Diskurse zu lange vernachlässigt wurden. Doch angesichts der neuen technologischen Möglichkeiten können wir uns diesen blinden Fleck nicht länger leisten. Wir brauchen mehr empirisch fundierte Argumente, um eine strikte Regulierung und transparente Kennzeichnung synthetischer Bilder zu fordern – und wir müssen diese Forderungen offensiver artikulieren. Wir sollten auch den Dialog mit Medienunternehmen suchen, sie dazu ermuntern, sich zu verpflichten, KI-generierte Inhalte explizit als solche auszuweisen, dabei auch aktiv Standards in Punkto Selbstverpflichtung zu Transparenz und journalistischer Integrität zu setzen. Gleichzeitig muss sich der Journalismus selbstkritisch fragen, wie er Glaubwürdigkeit neu definieren kann. Zudem

braucht es technologische Wasserzeichen oder Standards zur Erkennbarkeit synthetischer Bilder. Und schließlich müssen wir mit unserer Arbeit die Grundlagen dazu liefern, dass das Publikum seine Medienkompetenz weiterentwickeln kann. Wissenschaft und Journalismus sollten verstärkt über manipulative Techniken aufklären und das Bewusstsein für KI-generierte Bilder schärfen. Nur so kann verhindert werden, dass die Gesellschaft in eine allumfassende Skepsis gegenüber journalistischen Bildmedien verfällt.

Diese Herausforderungen halte ich für gewaltig. Doch ich befürchte, wenn wir das Vertrauen in visuelle Informationen verlieren, steht nicht nur der Journalismus, sondern unsere demokratische Informationskultur auf dem Spiel. Wie wir mit KI-generierten Bildern umgehen, wird daher mitentscheiden, wie sich Journalismus und gesellschaftlicher Diskurs weiterentwickeln.

KI-generierte Bilder: Fluch und Segen für die Governance schädigender visueller Inhalte

Standpunkt: Franziska Oehmer-Pedrazzi (FH Graubünden & MILEVA INSTITUT für Digitales und Gesellschaft)



Foto: IKMZ/UZH

„Ein Bild sagt mehr als tausend Worte“ – auch wenn dieses Zitat zur Beschreibung der Wirkmächtigkeit von Bildern bereits abgenutzt ist, ist die Kernaussage aktueller denn je: Bilder fesseln, bleiben im Gedächtnis und wirken authentischer – besonders in einer multimedial geprägten Zeit.

Im Wissen um ihre Wirkmacht wurden Bilder auch schon immer manipuliert – war es, um unliebsam gewordene politische Weggefährten aus Fotos und damit aus dem kollektiven Gedächtnis („damnatio memoriae“) zu entfernen, um ein Ereignis durch eine hinzugefügte blutrote Fläche grausamer erscheinen zu lassen oder um durch die Auswahl des Bildausschnitts eine verzerrte Interpretation nahe zu legen. Die

Motive sind häufig politisch-ideologischer oder ökonomischer Natur. Über Bilder werden Desinformation und Hass vermittelt.

Mit der Ausbildung demokratischer Strukturen wuchs die Notwendigkeit, manipulierte Bilder zu regulieren, um die Meinungsbildung nicht zu verzerren. Zu Zeiten als publizistische Medien die Öffentlichkeit herstellten, waren dies journalistische Selbstverpflichtungen: Diese fordern Journalist:innen auf, Sorgfalt bei der Bildauswahl zu wahren, Bilder nicht verfälschend zu bearbeiten oder zu beschriften und Änderungen kenntlich zu machen.

In einem gewandelten Mediensystem und mit dem Aufkommen generativer KI haben sich die Risiken zugespitzt: Auch Laien ist es möglich,



Quelle: Bilderserie erstellt von Kevin Schärer mit Midjourney, Prompts (von links nach rechts: „A simple, heartwarming illustration of people from various backgrounds standing together and holding hands“; „A simple and heartfelt illustration of one person gently hugging and protecting another, conveying a sense of safety and care“; „A simple and heartfelt illustration of hands from different nationalities and skin colors reaching towards the center of the image, where they meet and clasp together“

Bilder und Videos zu beliebigen Sujets in Sekundenschnelle in akzeptabler Qualität zu erstellen oder zu bearbeiten – und auch direkt über soziale Netzwerke zu verbreiten. Während es vor einiger Zeit noch eines:er Grafiker:in und einer teuren Bildbearbeitungssoftware bedurfte, kann jetzt jede:r einem Mitglied der royalen Familie ein Baby in den Arm legen oder die Hautfarbe der Person auf dem Fahndungsfoto verändern.

Journalistische Berufsverbände haben dieser Entwicklung Rechnung getragen und eine KI- Kennzeichnungspflicht beschlossen. Darüber hinaus können alle Bilder auf Verstöße gegen das Persönlichkeits- und Strafrecht (Diskriminierung, Volksverhetzung, ...) geprüft werden. Oft bleiben selbst sanktionierbare Bilder ungeahndet, da ihre Prüfung umfangreiches Kontextwissen erfordert. Das ist mit nur wenigen – und immer weniger werdenden – Content-Moderator:innen auf den Plattformen manuell nicht zu leisten. Automatisierte Verfahren stoßen bei der multimodalen Analyse ebenfalls (noch) an Grenzen, müssen doch dabei Text und Bild in Kombination analysiert werden. Besonderes Gewicht kommt bei der Bekämpfung von irreführenden Inhalten – auch aufgrund fragwürdiger Eigentümerentscheide – den Nutzenden der sozialen Netzwerke zu. Sie sollen selbst durch Meldeverfahren und Community Notes einen

Beitrag für einen gesunden Onlineraum leisten. Doch auch Nutzenden mangelt es an Medienkompetenz und Zeit.

Was nun? Müssen wir uns damit abfinden, dass im öffentlichen Diskurs viele irreführende KI-Bilder kursieren? Anlass zur Hoffnung bietet die generative KI selbst: Erstens können sich Plattformen oder befähigte Organisationen ihre Lern- und Leistungsfähigkeit verstärkt auch für die (automatisierte) Identifikation von visuellen Mustern von Hass und Desinformation zu Nutze machen. Zweitens können Nutzende auch selbst KIs nutzen, um mögliche Manipulationen in Bildern einschätzen zu lassen. Drittens lassen sich mithilfe von KI nicht nur irreführende Bilder produzieren, sondern auch visuelle Kontrapunkte beispielsweise als Counter-Hassbild erstellen. Die Bilderserie oben auf dieser Seite zeigt, wie dies beispielsweise aussehen kann.

In der Verantwortung sind hierfür nicht nur die großen Anbieter generativer KI, die Plattformbetreiber oder die Medienpolitik. Auch wir als Kommunikationswissenschaftler:innen sind gefragt. Unsere Aufgabe besteht darin, geprüfte und reliable Datensets für das KI-Training zur Verfügung zu stellen, Grundlagenwissen zur Vermittlung von Medienkompetenz zu generieren und den Prozess kritisch zu begleiten und evaluieren.

Synthetische sexuelle Bilder: Zwischen Angst und Lust

Standpunkt: Nicola Döring (Technische Universität Ilmenau)



Foto: TU Ilmenau

1888 brachte Kodak die erste Kamera mit Rollfilm auf den Markt. In den folgenden 90 Jahren wurden etwa 15 Milliarden analoge Fotos geknipst. Nachdem 2022 bildgenerierende Modelle der Künstlichen Intelligenz (KI) öffentlich verfügbar waren, brauchte die Menschheit nur rund 18 Monate, um 15 Milliarden KI-Bilder zu erzeugen (Valyaeva, 2023). Werkzeuge wie DALL-E, Midjourney und Adobe Firefly sowie die zahlreichen KI-Modelle basierend auf Stable Diffusion erlauben es, in Sekundenschnelle, aus einfachen schriftlichen Anweisungen (Prompts) vielfältiges Bildmaterial zu erstellen, sei es im Stil von Zeichnungen, Comics, Gemälden oder Fotografien.

Erotische Darstellungen sind fester Bestandteil der technischen Bildproduktion: Mit der Analogkamera entstanden Aktfotos. Digitalkameras in Smartphones normalisierten Produktion und Austausch eigener Nackt- und Sexbilder. Und KI-Generatoren erleichtern heute die Erstellung synthetischer Pornografie. Zwar verbieten gängige KI-Modelle explizite Inhalte, doch „unzensurierte“ Modelle wie Unstable Diffusion sind speziell darauf ausgerichtet (Döring, 2025). Zahlreiche KI-basierte Apps und Websites erlauben es inzwischen, mit wenigen Klicks sexuelle Wunschbilder zusammenzustellen (Lapointe et al., 2025).

KI-Pornografie ist längst Teil des Alltags: Eine eigene im Dezember 2024 durchgeführte, noch unveröffentlichte repräsentative Umfrage unter gut 2 500 Online-Nutzenden in Deutschland (18–75 Jahre) ergab, dass 20 % bereits sexuelle KI-Bilder gesehen und 10 % selbst erzeugt haben. Es gab auch schon 5 % Intensivnutzende, die sich mehrmals pro Woche oder täglich mit KI-Pornografie befassen.

Das generell breite Interesse an sexueller Medienunterhaltung ist wenig überraschend, da sexuelle Fantasien universell sind – von realitätsnahen Erinnerungen an eigene sinnliche Erlebnisse bis zu normverletzenden Szenarien,

die Lust am Verbotenen widerspiegeln (Döring & Schmitt, 2024). Explizite Geschichten und Bilder dienen der spielerischen Erkundung solcher Fantasien, oft ohne Umsetzungsabsicht. Dabei geht es nicht immer um Realitätsnähe und Authentizität, sondern oft gerade um Übertreibung, Idealisierung, Ausschweifung und imaginierte Grenzerfahrungen.

Die Forschung fokussiert bislang drei Problemfelder der KI-Pornografie: (1) nicht-konsensuelle Deepfake-Pornografie, die insbesondere Frauen weltweit viktimisiert, (2) illegales synthetisches Material mit Kindern, sowie (3) stereotype und objektifizierende Darstellungen in legaler KI-Pornografie, die bislang primär von und für heterosexuelle Männer produziert wird. Notwendig sind gezielte rechtliche, technische und pädagogische Maßnahmen, um schädlichen Nutzungsformen und ihren Effekten entgegenzuwirken (Döring et al., 2025, Lapointe et al., 2025).

Was fehlt, ist eine Debatte darüber, welche Formen ethischer und sozialverträglicher KI-generierter Pornografie wir als akzeptabel oder wünschenswert erachten. Ähnlich wie sich die Gaming-Forschung vom pauschalen „Killerspiel“-Vorwurf emanzipiert hat, hat auch die Pornografie-Forschung in den letzten Jahrzehnten den generalisierten Vorwurf der „Vergewaltigungsanleitung“ hinter sich gelassen und zahlreiche positive Wirkungen des Umgangs mit sexuellem Fantasiematerial aufgezeigt (Döring et al., 2024). Auch hat sich der digitale Pornografiemarkt ausdifferenziert und beinhaltet nun neben den traditionell männerzentrierten Inhalten zahlreiche frauenorientierte, feministische und queere Angebote. Die Positive Psychologie bietet eine theoretische Grundlage, um KI-gestützte sexuelle Medienunterhaltung nicht nur problemorientiert, sondern auch aus einer sex- und technologiepositiven Perspektive zu untersuchen – mit der Frage, welche Beiträge zum hedonistischen und eudaimonischen

av

Wohlbefinden unterschiedlicher Bevölkerungsgruppen sie leisten kann.

Gerade das, was an bildgenerierender KI heute Angst macht – ihre einfache Verfügbarkeit für potenziell schädliche Inhalte –, eröffnet zugleich die Möglichkeit, dass viele Menschen sich daran beteiligen können, unter dem Aspekt der Lust kreative neue sexuelle Bilderwelten zu gestalten und zu erforschen. Welche Prompts und Meta-Prompts sind wohl in Forschung und Praxis nützlich, um menschenfreundliche synthetische Pornografie zu erkunden und zu entwickeln, die niemandem schadet, aber auch die Irrealität sexueller Fantasien anerkennt?



Bildquelle: eigene Darstellung mit DALL-E3

Abbildung 2: Sexuelle Fantasien umfassen neben alltagsnahen Motiven und Abläufen nicht selten auch alltagsferne, tabubehaftete oder körperlich beanspruchende Szenarien. KI-Bildgeneratoren können solche Fantasien visualisieren und Darstellungen erzeugen, die für menschliche Darstellende strapaziös oder unmöglich wären – etwa Interaktionen unter Wasser oder in der Luft schwebend.



Bildquelle: eigene Darstellung mit Aurora in Grok 3

Abbildung 3: KI-Bildgeneratoren können sexuelle Fantasien visualisieren, die imaginäre Objekte, Orte und Wesen umfassen. Durch ihre Fähigkeit, auch außergewöhnliche Szenarien mit hoher Detailtreue darzustellen, erweitern sie die Möglichkeiten der kreativen Exploration.



Bildquelle: eigene Darstellung mit Midjourney V6

Abbildung 1: Erotische und sexuelle Bilder basieren häufig auf Idealisierung, bewusster Stereotypisierung und der Übersteigerung körperlicher Merkmale, um bestimmte Schönheitsideale, Vorlieben oder Fantasien zu bedienen. KI-Bildgeneratoren können sowohl alltagsgetreue als auch hyperrealistische Körper darstellen.

Literatur

Döring, N. (2025). Jugendsexualität und Künstliche Intelligenz. Empfehlungen für die Sexual- und Medienpädagogik. *merz | medien + erziehung*, 69(1), 53–64. <https://doi.org/10.21240/merz/2025.1.14>
Döring, N. & Schmitt, D. P. (2024). Sexual Fantasies. In T. K. Shackelford (Ed.), *Encyclopedia of Sexual Psychology and Behavior*. Springer Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-08956-5_2202-1
Döring, N., Krämer, N., Miller, D.J., Quandt, T., & Vowe, G. (2024). Media Representations of Sexuality in an Era of Pornification. Editorial to the Special Issue. *Studies in Communication and*

Media, 13(4), 385–400.

<https://doi.org/10.5771/2192-4007-2024-4-385>.

Döring, N., Le, T., Vowels, L., Vowels, M., & Marcantonio, T. (2025). The Impact of Artificial Intelligence on Human Sexuality: A Five-Year Literature Review 2020–2024. *Current Sexual Health Reports*, 17, 1–39.

<https://doi.org/10.1007/s11930-024-00397-y>

Lapointe, V.A., Dubé, S., Rukhlyadyev, S., Kessai, T., & Lafortune, D. (2025). The Present and Future of Adult Entertainment: A Content Analysis of AI-Generated Pornography Websites. *Archives of Sexual Behavior*. <https://doi.org/10.1007/s10508-025-03099-1>

Im KI-Zug mitfahren oder mitgestalten? Warum die Kommunikationswissenschaft Theorien und große Fragen, nicht bloß neue Phänomene braucht

Standpunkt: Christian Schwarzenegger (Universität Bremen)



Foto: privat

Die Kommunikations- und Medienwissenschaft ist es als Fach seit Jahrzehnten gewöhnt, sich rasend schnell an neue Entwicklungen anzupassen, dem Medienwandel zu folgen und sich mit ihrer Forschung in Tuchfühlung zu neuesten Technologien und Entwicklungen zu positionieren. Das ist auch angesichts kommunikativer künstlicher Intelligenz zunächst nicht anders. Technikfaszination und Hype-Akzeptanz kennzeichnen ein Fach, das in weiten Teilen sein historisierendes Bewusstsein auf das Altenteil entsorgt hat und sich in einem ewigen, nach vorne gerichteten Jetzt positioniert, um bereit zu sein, wenn das Jetzt das umfassende Morgen geworden ist. Leider kommt immer eine neue Neuigkeit dazwischen. Es ist noch nicht lange her, dass in Vorbereitung der Bremer Jahrestagung der DGPK zur Automatisierung von Kommunikation – die ich noch nicht als Bremer, sondern als Fachgruppensprecher der Kommunikationsgeschichte mitverfolgte – skeptische Bedenken in der Runde der Fachgruppensprecher:innen vorgebracht wurden: das Thema sei nischig, niemand würde dazu arbeiten, die Relevanz sei fragwürdig, die Chance, die jeweils vertretene Fachgruppe in der Obskurität wiederzufinden, gering.

Dann zündete das Release von ChatGPT einen regelrechten Run auf das Thema. Die Leute kamen aber, von wo sie eben noch gestanden waren, d. h. mit denselben Fragen, denselben methodischen Instrumenten und demselben theoretischen Rüstzeug: neu war nur der Gegenstand, auf den die Erkenntnisinteressen nun projiziert wurden, aber nicht aus dem Phänomen abgeleitet oder für dieses entwickelt. Kurze Zeit später war da das Bild des Papstes in seinem imposanten weißen

Mantel und ein Donald Trump auf der Flucht vor der Polizei – für viele inhaltlich ein Wunsch-szenario, für andere ganz klar wissenschaftlich das nächste große Ding. Und selbstverständlich ist es angemessen, dass wir danach fragen, was hier gerade passiert, wie und ob die Möglichkeiten, die mit niederschwelligen Bildgeneratoren in die Welt kommen, nicht weitreichende epistemische Krisen auslösen, das Verhältnis des Menschen zum Bild, die bildliche Evidenzkraft und bildbezogene Praktiken komplett umstoßen werden. Es ist wichtig, dass wir als Fach hier mit dabei sind und uns beteiligen – als Teil einer wunderbar produktiven Arbeitsgruppe zu generativen Bildern am CAIS und mit Studien zum Gebrauch generierter Bilder durch die extreme Rechte habe ich das auch getan und dabei viel gelernt.

Eine Lektion, die sich dabei aber auch einstellte, war: viele der Fragen, die wir an das Phänomen heute stellen, lassen sich nur formulieren, weil es eben neu ist und wir noch keine Routine damit haben, sowohl was Praktiken des Umgangs mit den Bildern als auch deren Erforschung betrifft. Aber in wenigen Jahren, vielleicht auch nur Monaten handelt es sich dabei nicht mehr um uncharted territories. Vor allem wird das Phänomen KI-generierter Bilder so präsent, so alltäglich in der Schwemme digitaler Visualität sein, dass die Neuigkeit allein kein Interesse mehr begründet, der Umstand, dass die Bilder generiert sind, keinen Erklärwert mehr bringt und als Antwort nicht taugt. An welchen Bildfehlern erkennen wir synthetische Bilder?, Täuscht KI-Bildpropaganda besser oder anders?, Was kann man noch glauben, wem vertrauen?: Fragen wie diese werden sich neu und anders stellen, manche davon überdauern, aber viele auch ganz verschwinden. Die Langfristigkeit und

av



Quelle: erstellt mit Dall-E, „KI-Zug ist angerollt: KMW, Mitfahren oder Mitgestalten?“

Nachhaltigkeit von Transformationsprozessen ist dabei im Tagesgeschäft vernachlässigbar, wenn man erfolgreich publizieren will – und das ist ein Problem. Denn es erlaubt uns immer wieder an den neuesten Phänomenen zu operieren, ohne uns wirklich auf diese einzulassen oder theoretisch über die Neuigkeit hinaus rechtfertigen zu müssen, warum wir denn auf den Zug aufspringen. Der KI-Zug ist angerollt, wichtig wird sein, ob wir nur mitfahren, um mitgenommen zu werden, oder auch eine Idee davon entwickeln, wo die Reise hingehen soll und wie wir diese gestalten wollen. Die Forschungscommunity steht vor der anspruchsvollen Aufgabe, sich mit

tiefgreifenden, bedeutsamen Fragestellungen auseinanderzusetzen, die neben kurzfristigen Gratifikationen auch langfristige Relevanz entwickeln können. Dafür braucht es neben einer breiten empirischen Basis vor allem auch theoretische Zugänge und Konzepte, die zu fassen helfen, was eigentlich neu und spezifisch ist, und neue Phänomene wie synthetischen Bilder in größere Zusammenhänge stellen und größere gesellschaftliche Fragen zu stellen, als wir das oft gewohnt sind. Nur so können wir uns sinnvoll und substanziell in gesellschaftliche Debatten einbringen, sofern wir das denn wollen.

AUS DEN FACHGESELLSCHAFTEN



Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e.V.

Freiheit, Gleichheit, Gerechtigkeit und Wahrheit

Ein hervorragend kuratiertes Programm zum Thema „Öffentlichkeit(ein) und ihre Werte“ mit zahlreichen interaktiven Formaten, aktuellen Keynotes, feierlichen Abendveranstaltungen und nicht zuletzt strahlendem Sonnenschein – das und noch viel mehr wurde den Teilnehmenden der 70. Jahrestagung der DGPuK vom 19.-21. März 2025 in Berlin geboten. Im Zentrum der Tagung standen die Werte Freiheit, Gleichheit, Gerechtigkeit und Wahrheit. So haben wir über deren Relevanz für Öffentlichkeit und Medien diskutiert, darüber, wie sich Aushandlung und Umsetzung von Werten unter digitalen Bedingungen ändern und was die Wissenschaft für die Analyse von Wertfragen und die Gestaltung der Kommunikationsverhältnisse leisten kann. Für diese Gelegenheit bedanken wir uns ganz herzlich beim Team des Instituts für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der FU Berlin und des Weizenbaum-Instituts für die vernetzte Gesellschaft. Obwohl Organisationsvermögen und Geduld von Steffen Göths, Hannah Hartmuth, Margreth Lünenborg, Christoph Neuberger, Carola Richter und Antje Wolters wiederholt auf die Probe gestellt wurden (nicht zuletzt durch die Herausforderungen der Berliner Infrastruktur), lief alles rund und die fast 500 Teilnehmenden fühlten sich herzlich willkommen und hervorragend umsorgt. Vielen Dank dafür!

Werteorientierte „Freiheit zu...“ sichern

Die Wertediskussion, die die diesjährige Jahrestagung prägte, bleibt hochaktuell. Derzeit vielfach im Vordergrund steht die Freiheit als zentraler Wert, und zwar nicht als Abwesenheit von Zwang („Freiheit von“), sondern deren positive Form, also die „Freiheit zu“. So sind Meinungsfreiheit und Wissenschaftsfreiheit als zentrale Grundrechte tragende Säulen einer offenen, demokratischen Gesellschaft und unerlässlich für die Sicherung eines lebendigen öffentlichen Diskurses, deren Rahmenbedingungen rechtlich und politisch gesichert sein müssen. In Deutschland gelingt das im Europäischen Vergleich seit Jahren sehr gut, weltweit hat

die Wissenschaftsfreiheit allerdings zunehmend mit Einschränkungen zu kämpfen. Die rasante Entwicklung in den USA zeigt bereits konkrete Folgen für Wissenschaftler:innen und ihre Forschung sowie für das Bildungssystem allgemein.

Auch in Deutschland zeigen sich zunehmend Bestrebungen politischer, wirtschaftlicher bzw. ideologischer Einflussnahme: Beispiele sind die bis heute nicht vollständig aufgeklärte Fördergeld-Affäre im BMBF oder die Pläne der AfD, konkrete Studien- und Forschungsprogramme wie z. B. Gender Studies abzuschaffen. Auch die jüngsten Antisemitismus-Resolutionen des Bundestages (u. a. „Nie wieder ist jetzt“) wurden in diesem Kontext kontrovers diskutiert: So hat die Hochschulrektorenkonferenz sie als „nicht nützlich“ für Hochschulautonomie und Wissenschaftsfreiheit bezeichnet und – auch bei besten Absichten – als mögliches Einfallstor für Einschränkungen und Bevormundung. Umfassende Kritik kam auch aus den Reihen potenziell Betroffener, die zwar die Bekämpfung von Antisemitismus als eine gesamtgesellschaftliche Notwendigkeit und Verantwortung ansehen, aber fürchten, dass dieses Anliegen für Einschränkungen der Wissenschaftsfreiheit instrumentalisiert wird. Solche Eingriffe in die Freiheit der Forschung im allgemeinen und akademische Strukturen im Besonderen beschädigen wissenschaftliche Institutionen, fördern die Wissenschaftsskepsis und können der Demokratie langfristigen Schaden zufügen.

#Wissenschaft #Kommunikation #Demokratie

Da uns diese Themen vermutlich auch im kommenden Jahr begleiten werden, freuen wir uns sehr, dass die kommende Jahrestagung unter dem Motto #WISSENSCHAFT #KOMMUNIKATION #DEMOKRATIE steht. Auf Einladung von Wiebke Möhring, Tobias Gostomzyk, Holger Wormer und Marcus Kreutler von der TU Dortmund werden wir Gelegenheit haben, das Zusammenspiel von Wissenschaft und medienvermittelter Kommunikation vor dem Hintergrund der weltweit unter Druck stehenden Demokratien zu vertiefen. Eine hervorragende Gelegenheit, nicht zuletzt, weil wir 2026 gemeinsam mit dem Institut für Journalistik dessen 50. Geburtstag feiern können – wir freuen uns sehr über diese Einladung.

Für den Vorstand, Daniela Schlütz



Österreichische Gesellschaft für
Kommunikationswissenschaft

liebe Kolleg:innen, in dieser Aviso-Ausgabe möchten wir, wie auch als Fachgesellschaft insgesamt, der Förderung des akademischen Mittelbaus besonders viel Raum geben.

Unsere Early Career-Sprecher:innen Rebecca Scheiber und Christian Wasner berichten über die Tagung „Kommunikation.Vernetzt.Mittelbau. (Zukunfts-)Perspektiven der KMW“, die unterstützt von der DGPK, der SGKM und der ÖGK von 19. bis 21. Februar am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig höchst erfolgreich über die Bühne ging und sich an Studierende, Promovierende und Habilitierende richtete. Außerdem erzählen sie über ihre Vernetzungsaktivitäten und -initiativen im vergangenen Jahr und ihre Networking-Pläne für die Zukunft. Aber lesen Sie selbst!

Herzlich, Brigitte Huber, Corinna Peil, Irmgard Wetzstein und Caroline Roth-Ebner

Kommunikation.Vernetzt.Mittelbau

Ganz im Zeichen des Themas Vernetzung hatten Mittelbauangehörige aus der Kommunikationswissenschaft vom 19. bis zum 21.02. 2025 im Rahmen der Tagung „Kommunikation.Vernetzt.Mittelbau. (Zukunfts-)Perspektiven der KMW“ die Gelegenheit, sich untereinander kennenzulernen und auszutauschen. Die Veranstaltung erwies sich als voller Erfolg und ermöglichte nicht nur breitere Vernetzungsaktivitäten, sondern enthielt zudem reichlich inhaltlichen Input von erfahrenen Professor:innen zu vielfältigen Themen, die innerhalb einer wissenschaftlichen Karriere beachtet werden sollten. Mit dabei waren auch Vertreter:innen der Fachgesellschaften und Interessensvertretungen der Kommunikationswissenschaft aus Österreich, Deutschland und der Schweiz.

Für die österreichische Fachgesellschaft ÖGK waren wir – Rebecca Scheiber und Christian Wasner – in unserer Funktion als Early-Career-Sprecher:innen vor Ort, mischten uns unter die vielen Tagungsteilnehmenden und durften interessante Gespräche führen. Grafisch unterstützt mit Roll-up und Postern in den Farben des neu gestalteten ÖGK-Logos war es uns auch ein Anliegen, die Leistungen

unserer Fachgesellschaft insbesondere für den akademischen Mittelbau in Österreich und darüber hinaus sichtbar zu machen, wie zum Beispiel die regelmäßige Ausschreibung der Forschungsförderung in Höhe von bis zu 1.500€, die Möglichkeit zur Veröffentlichung von Forschungsartikeln im Medien Journal, und die Vernetzung der Community über die Social-Media-Kanäle der ÖGK auf LinkedIn und Bluesky.

Übrigens: Für alle Interessierten, die noch nicht über LinkedIn oder Bluesky mit uns vernetzt sind, hier unsere Accounts:

@oegk.bsky.social;

<https://www.linkedin.com/company/oesterreichische-gesellschaft-fuer-kommunikationswissenschaft>

Wir freuen uns auf den Austausch!



Foto: ÖGK

Aufbruchstimmung bei der ÖGK: das zeigt sich nicht zuletzt durch einen aktiven Mittelbau und illustriert durch das neue Logo (Rebecca Scheiber, Christian Wasner)

Vernetzungsaktivitäten der ÖGK

Vernetzungsaktivitäten sind uns ein großes Anliegen. Wir wissen aus Erfahrung, dass regelmäßiger Austausch gerade für junge Wissenschaftler:innen eine immens wichtige Rolle spielt. Im vergangenen Jahr haben wir daher Early Career-Kommunikations- und Medienwissenschaftler:innen an österreichischen Universitäten zu einem Online-Treffen eingeladen. Die Teilnahme stand allen Interessierten offen; eine ÖGK-Mitgliedschaft war explizit keine Voraussetzung. Das Vernetzungstreffen stand ganz im Zeichen des Themas „Work-Life-Balance in der Wissenschaft“. Die insgesamt 15 Teilnehmenden erarbeiteten in Gruppen Problem- und Handlungsfelder, die im Zusammenhang mit einer Anstellung in der Wissenschaft entstehen können. Durch die persönliche Betroffenheit der Teilnehmenden kamen spannende und ertragreiche Diskussionen zustande. Die Initiative sorgte für eine stärkere Vernetzung der jungen

kommunikationswissenschaftlichen Community, die wir in Zukunft weiterhin pflegen und ausbauen wollen. Weitere (Online-)Treffen sind jedenfalls geplant.

Kolleg:innen, die zukünftig Einladungen und Infos zu unseren Treffen erhalten möchten, laden wir herzlich ein, uns ein formloses E-Mail an Rebecca.Scheiber@aau.at

oder Christian.Wasner@plus.ac.at mit dem Betreff „ÖGK/ Online-Treffen“ zu schreiben. Wir nehmen Euch dann in unseren Verteiler auf und freuen uns auf ein baldiges (Wieder-)Sehen!

Rebecca Scheiber und Christian Wasner

**SGKM
SSCM
SACM**



Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft
Société suisse des sciences de la communication et des médias
Società svizzera di scienze della comunicazione e dei media
Swiss Association of Communication and Media Research

SGKM-Jahrestagung 2025 in Chur – „Technik, Medien und Kommunikation(-swissenschaft) im Spannungsfeld“

Vom 21. bis 23. Mai 2025 lädt die Fachhochschule Graubünden herzlich zur SGKM-Jahrestagung ins Medienhaus in Chur ein. Unter dem Leitthema „Technik, Medien und Kommunikation(-swissenschaft) im Spannungsfeld“ widmet sich die Tagung den dynamischen Wechselwirkungen zwischen technologischen Entwicklungen, Medienwandel und kommunikationswissenschaftlicher Reflexion. Die Veranstaltung bietet eine wichtige Plattform für den interdisziplinären Austausch und die Diskussion aktueller Forschungsergebnisse in der Kommunikations- und Medienwissenschaft.

Die Teilnehmer:innen erwartet ein abwechslungsreiches Programm mit spannenden Panels, interaktiven Formaten und inspirierenden Diskussionen. Neben den klassischen wissenschaftlichen Präsentationen werden auch wieder Science meets Practice-Panels stattfinden, bei denen der Dialog zwischen Wissenschaft und Medienpraxis im Mittelpunkt steht.

Ein besonderes Highlight bilden die Keynote Lectures: Wir freuen uns sehr, dass wir in diesem Jahr Jon Pult, Nationalrat, sowie Natali Helberger von der Universität Amsterdam als Keynote-Speaker:innen gewinnen konnten. Beide bringen spannende Perspektiven aus Politik und internationaler Forschung mit und versprechen wichtige Impulse für den weiteren Austausch.

Auch der wissenschaftliche Nachwuchs erhält eine zentrale Bühne: Am Mittwochnachmittag vor der offiziellen Eröffnung der Tagung findet ein PhD-Workshop statt. Organisiert von den Mittelbauvertreter:innen der SGKM, Michelle Möri und Jérôme Chariatte, bietet er acht Doktorand:innen aus vier SGKM-Mitgliedsinstitutionen die Möglichkeit, ihre Projekte

mit Expert:innen zu diskutieren und sich untereinander zu vernetzen.

Wie jedes Jahr werden im Rahmen der Tagung herausragende wissenschaftliche Leistungen ausgezeichnet: Neben dem SGKM-Dissertationspreis und dem Best Paper Award der Zeitschrift Studies in Communications Sciences (SCoS) wird – erstmals unter leicht verändertem Namen – wieder der renommierte Saxer Award als „Best-Presentation Award“ verliehen.

Die Generalversammlung bringt zudem bedeutende Weichenstellungen für die Zukunft der SGKM mit sich: Auf der Traktandenliste stehen sowohl die Gesamterneuerungswahlen der Geschäftsleitung und des Vorstands als auch die Abstimmung über geplante Änderungen der Statuten.

Der Anmeldeschluss für die Tagung ist der 11. Mai 2025. Weitere Informationen sowie das vollständige Programm finden Sie auf der Tagungswebsite: <https://sgkm2025.fhgr.ch>

Wir freuen uns auf eine erkenntnisreiche und lebendige Tagung in Chur – und danken dem engagierten Organisationsteam um Ulla Autenrieth, Sina Blassnig, Johanna Burger, Jennifer Halter, Urs Dahinden und Edzard Schade ganz herzlich für ihren großartigen Einsatz.

Kommunikation und soziale Medien der SGKM

Die SGKM stellt ihre Social-Media-Kommunikation neu auf: Der bisherige Account auf X (ehemals Twitter) wird nicht mehr aktiv betreut. Künftig liegt der Fokus auf LinkedIn, wo aktuelle Informationen, Veranstaltungshinweise sowie Beiträge zu Aktivitäten und Projekten veröffentlicht werden (<https://www.linkedin.com/company/sgkm-sscm-sacm>). Ergänzend wird auch die Präsenz auf Bluesky weiter verstärkt (<https://bsky.app/profile/sgkm.bsky.social>). Beide Kanäle befinden sich aktuell im Aufbau und sollen den professionellen Austausch innerhalb der Community stärken. Folgen Sie uns, um über die aktuellen Aktivitäten der schweizerischen Kommunikations- und Medienwissenschaft informiert zu werden.

Für den Vorstand, Katharina Lobinger

NEU ERSCHIENEN

Redaktion: Stefan Weinacht

Die angezeigten Monographien und Sammelbände sind in den letzten Monaten erschienen. Die Liste beruht auf Hinweisen von Autor:innen sowie auf den Ankündigungen der Verlage Nomos und von Halem. Wenn Sie Monographien und Sammelbände bei anderen Verlagen publizieren – auch international –, aber in der Aviso-Liste erscheinen wollen, bitten wir um eine kurze Information per Mail an weinachtstefan@aol.com.

Brinkmann, Janis (2024). Journalismus. Eine praktische Einführung. (2., akt. und erw. Aufl.) Reihe: Studienkurs Medien & Kommunikation. Nomos. 337 S.

Brosda, Carsten & Müller, Daniel (Hg.) (2025). Horst Pöttker: Beruf zur Öffentlichkeit. Von Halem. 416 S.

Fischer, Heinz-Dietrich (2024). Choices from Pulitzer Prize Works of the Los Angeles Times. Award-winning Articles, Cartoons and Photos 1942-2022. LIT. 246 S.

Fischer, Heinz-Dietrich (2024). Pulitzer Prize Biographies of Outstanding American Writers. Episodes in the Life of renowned Journalists, Novelists and Poets. LIT. 245 S.

Fischer, Heinz-Dietrich (2025). Walter Lippmann as Double Pulitzer Prize Laureate. Key Samples from his powerful Journalistic and Literary Works. LIT. 230 S. (Published on the 50th Anniversary of Lippmann's Death)

Gehrau, Volker; Bilandzic, Helena; Schramm, Holger & Wünsch, Carsten (Hg.) (2025). Medienrezeption. (2., akt. und erw. Aufl.) Nomos. 770 S.

Goetz, Miriam & Wicher, Jochen (2024). Medienmanagement. Reihe: Studienkurs Medien & Kommunikation. Nomos. 266 S.

Grimm, Petra; Trost, Kai Erik; Zöllner, Oliver (Hg.) (2024). Digitale Ethik. Reihe: Nomos-Handbuch. Nomos. 661 S.

Kramp, Leif & Weichert, Stephan (2024). Resilienz in der digitalen Gesellschaft. Mediennutzung in Zeiten von Krisen, Kriegen und KI. Von Halem. 198 S.

Krebber, Felix & Stobbe, Reimer (2024). Unternehmensgeschichte kommunizieren – Marken differenzieren – Identität stärken – Verantwortung zeigen – Erfolg messen. Gabler. 56 S.

Lilienthal, Volker (Hg.) (2024). „Sagen, was ist“. Journalismus für eine offene Gesellschaft – Rudolf Augstein zum 100. Geburtstag. Von Halem. 264 S.

Malczok, Melanie (2025). Die Konstitution von Relevanz in Organisationen. Von Halem. 272 S.

Nuernbergk, Christian; Schumacher, Nina Fabiola; Haßler, Jörg & Schützeneder, Jonas (Hg.) (2024). Politischer Journalismus. Konstellationen – Muster – Dynamiken. Reihe: Politische Kommunikation und demokratische Öffentlichkeit, Bd. 23. Nomos. 280 S.

Oggolder, Christian & Roth-Ebner, Caroline (Hg.) (2024). Medien – Biografien – Generationen. Theoretische, empirische und praktische Perspektiven. Reihe: Medienpädagogik | Media Education, Bd. 8. Nomos. 246 S.

Petersen, Thomas (2024). Das Gesicht des Totalitären. Woran man radikales Denken erkennt. Von Halem. 168 S.

Reißmann, Wolfgang; Venema, Rebecca; Autenrieth, Ulla & Brüggem, Niels (Hg.) (2025). Visual Literacy. Bildkompetenzen in den digitalen Medien. Von Halem. 332 S.

Rohrbach, T., & Schönhagen, P. (2024). Gender on the mind? Gender heuristics and rationalizations in candidate evaluations. Political Psychology, 00, 1–19. <https://doi.org/10.1111/pops.13036>

Schapals, Aljosha Karim & Pentzold, Christian (Hg.) (2024). Media Compass: A Companion to International Media Landscapes. John Wiley & Sons. 528 S.

Überall, Frank (2024). Deadline für den Journalismus? Wie wir es schaffen, nicht zur Desinformationsgesellschaft zu werden. Dietz. 224 S.

Wagner, Hans-Ulrich (2024). Im Dienst der Nachricht. Die Geschichte der dpa. Societäts-Verlag. 416 S.

Wiske, Jana (Hg.) (2024). Professionelle Sportkommunikation. Anforderungsprofile, Erwartungshaltungen und Spannungsfelder. Springer Gabler. 281 S.



Foto: AG

Die eigene (Fach-)Geschichte besser zu verstehen, liefert Orientierung für das Heute und Morgen: Die Arbeit der AG Geschichte stieß auf reges Interesse. Fortsetzung erwünscht.

(Un)doing memory?

Warum Fachgeschichte und Fachgeschichtsschreibung immer wieder neu zu diskutieren sind

Einblicke in die Arbeit der AG Erinnerungskultur /

von Karin Boczek, Martina Thiele, Niklas Venema und Thomas Wiedemann

Was ist über die Mitgliedschaft in NS-Organisationen von DGPuK-Ehrenmitgliedern der Geburtsjahrgänge bis 1930 in Erfahrung zu bringen? Dieser Frage hat sich die AG Erinnerungskultur auf Bitten des DGPuK-Vorstands gewidmet und bei der Jahrestagung 2025 in Berlin erste Ergebnisse ihrer Recherchen vorgetragen. Der Vortrag markierte zugleich die Notwendigkeit, sich der Fachgeschichtsschreibung kontinuierlich zu widmen.

Stellen Sie sich vor, Sie sind „die Neue“ oder „der Neue“ an einem Institut und bekommen die ehrenvolle Aufgabe übertragen, das anstehende Institutsjubiläum zu organisieren. Sie machen sich kundig und stoßen dabei auf Geschichte(n), die zwar einige, wenige Eingeweihte kennen, die jedoch für Sie und wohl die meisten Kolleg:innen im Fach neu sind. Es sind Geschichten – das wird Ihnen klar, je tiefer Sie graben – die erzählt werden müssen, um zu verstehen, wie unser Fach entstanden ist, wie es sich entwickelt hat, welche Personen, Themen, Forschungsansätze und Methoden sich durchgesetzt haben. Und es sind Geschichten – da stimmen

Ihnen die Kolleg:innen zu, denen Sie davon erzählen – die wir alle kennen sollten, um über ein gemeinsames Wissen zu verfügen, um Bewährtes fortzuführen oder in Zukunft andere Akzente zu setzen. Das Thema DGPuK-Ehrenmitgliedschaften ist ein Beispiel hierfür.

Ehrenmitgliedschaften und Erinnerungskultur

Um Antworten auf zentrale Fragen rund um Ehrenmitgliedschaften von Personen, die in den Jahren bis 1930 geboren wurde, geben zu können, hat die AG u. a. im Bundesarchiv in Berlin-Lichterfelde recherchiert und Dokumente zusammengestellt. Karin Boczek, Martina Thiele, Niklas Venema und Thomas Wiedemann haben einige ihrer Rechercheergebnisse bei der 70. DGPuK-Jahrestagung in Berlin am 20. März 2025 in einem Sonderfenster präsentiert; moderiert hat die sehr gut besuchte Veranstaltung Friederike Herrmann.

Laut DGPuK-Satzung von 2012 kann der Vorstand ordentliche Mitglieder, die sich um die DGPuK verdient gemacht haben, mit der Ehrenmitgliedschaft auszeichnen. Dies geschah von 1965 bis zur bislang letzten Auszeichnung im

Jahr 2011 insgesamt 14 Mal. Aus den Akten im Bundesarchiv in Berlin-Lichterfelde ist ersichtlich, dass sechs der neun DGPuK-Ehrenmitglieder, die vor 1930 geboren wurden, Mitglied in NS-Organisationen waren oder um die Aufnahme in solche gebeten haben.

Vieles, was die NS-Vergangenheit von DGPuK-Ehrenmitgliedern betrifft, ist bekannt und in diversen Publikationen veröffentlicht worden. Doch haben die Recherchen im Bundesarchiv auch einige neue Erkenntnisse über Ehrenmitglieder zutage gefördert, z. B. über solche, die als Medienpraktiker weniger im Fokus fachhistorischer Forschung standen, oder auch über Kommunikationswissenschaftler, die bislang aufgrund ihrer Aussagen und wissenschaftlichen Publikationen sowie dem Forschungsstand als unbelastet galten.

Die neuen Befunde erfordern eine umfassende Kontextualisierung, Einordnung und (selbst-)kritische Auseinandersetzung mit Verhaltensweisen in der Diktatur – und der Zeit danach. Immer wieder ist über Reden und Schweigen zu entscheiden. Das sind individuelle Entscheidungen, aber auch Entscheidungen mit Auswirkungen auf eine Fachgesellschaft wie die DGPuK, die sich die Frage stellen muss, worüber zu sprechen ist und was wie öffentlich, z. B. auf der Webseite, kommuniziert wird.

Die AG Erinnerungskultur lädt ein, gemeinsam zurückzuschauen und das (un)doing memory zu erforschen. Eine ausführliche Aufarbeitung der Archivrecherchen soll demnächst in Form eines Fachzeitschriftenbeitrags erscheinen.

Die AG Erinnerungskultur

Die AG Erinnerungskultur wurde 2024 vom Vorstand eingesetzt. Sie ist ein Zusammenschluss fachhistorisch interessierter und versierter Forscher:innen innerhalb der DGPuK, die sich z.T. in der Fachgruppe Kommunikationsgeschichte engagieren, die z.T. aber auch aus anderen Fachgruppen kommen und z. B. fachhistorisches Wissen in der Lehre vermitteln möchten. Die AG, bestehend aus Markus Behmer, Karin Boczek, Friederike Herrmann, Erik Koenen, Christian Pentzold, Christian Schwarzenegger, Martina Thiele, Niklas Venema und Thomas Wiedemann arbeitet eng mit den Herausgeber:innen der Publizistik zusammen, die eine Forschungsinitiative rund um die Fachgeschichte initiiert haben.

Zur 69. Jahrestagung der DGPuK 2024 in Erfurt organisierte die AG das Sonderfenster „Vergangenheit und Verantwortung: Erinnerungskultur und Fachgeschichtsschreibung der deutschsprachigen Kommunikations- und Medienwissenschaft“. Es gab Statements von Karin Boczek, Friederike

Herrmann, Erik Koenen, Christian Schwarzenegger, Martina Thiele und Niklas Venema. Ziel dieser Auftaktveranstaltung war zu verdeutlichen, dass die Befassung mit der Geschichte des Faches und Fachgeschichtsschreibung wichtig sind für das kollektive Erinnern. Die AG-Mitglieder formulierten Leitfragen wie: An wen und woran erinnern wir (uns)? Wen oder was haben wir vergessen? Welche Transformationen und Zäsuren gab es im 20. Jahrhundert, welche personellen Kontinuitäten? Wer blieb im Fach, wer nicht? Welche Netzwerke und Schulen sind entstanden, welchen Einfluss hatten sie auf die Theoriebildung, auf Forschungsthemen, -methoden und Lehrinhalte? Diese Fragen der Inklusion und Exklusion sind eng verbunden mit Diskussionen über die Internationalisierung des Faches, über Kanonisierung und Schlüsselwerke sowie die Ausweitung oder Eingrenzung der Forschungsgegenstände.

In drei Diskussionsgruppen haben die Teilnehmer:innen am Sonderfenster Vorschläge erarbeitet zu fachhistorischer Forschung, zu fachhistorisch fundierter Lehre und zu einer Öffentlichkeitsarbeit, die fachhistorische Erkenntnisse angemessen kommuniziert.

Institutsgeschichte als Fachgeschichte

So lautete eine Bitte an alle kommunikations- und medienwissenschaftlichen Institute im deutschsprachigen Raum, auf ihren Webseiten über die Geschichte des eigenen Instituts zu informieren. Dabei sollten die problematischen Aspekte der Vergangenheit nicht ausgespart werden (insbesondere die NS-Geschichte, aber z. B. auch die deutsch-deutsche Geschichte nach 1945 oder 1990). Und: Selbst bei jüngeren Instituten sei durch z. B. inhaltliche Schwerpunkte, theoretische und methodische Ausrichtungen sowie personelle Kontinuitäten und Brüche erinnerungspolitisch Relevantes zu finden. Aufschluss bieten könnten neben den wissenschaftlichen Publikationen der Mitarbeitenden auch Jubiläumsschriften, Einladungen zu Festakten oder Instituts-Chroniken und -Newsletter.

Die AG freut sich über die Mitarbeit weiterer an Fachgeschichte und Erinnerungskultur interessierter DGPuK-Mitglieder. Bitte schreiben Sie an: erinnerungskultur@dgpuk.de

Infos unter: <https://www.dgpuk.de/de/ausschuesse-und-arbeitsgruppen/ag-erinnerungskultur>

„Triggerpunkte: Anstöße für die politische Kommunikationsforschung“

Dokumentation zur Konferenz mit Steffen Mau am Weizenbaum-Institut erschienen / von Gerhard Vowe

Wie kann die soziologische Studie „Triggerpunkte“ für die politische Kommunikationsforschung genutzt werden? Zu dieser Frage fand im vergangenen Sommer im Weizenbaum-Institut Berlin eine Konferenz mit dem Titel „Triggerpunkte: Anstöße für die politische Kommunikationsforschung“ statt, zu der nun eine Dokumentation erschienen ist.

Die von Christoph Neuberger und Gerhard Vowe geleitete Konferenz am 28. Juni 2024 hatte zum Ziel, politische Kommunikationsforscher:innen ins Gespräch zu bringen mit Steffen Mau, Thomas Lux und Julian Heide, den Autoren der Studie „Triggerpunkte. Konsens und Konflikt in der Gegenwartsgesellschaft“ (Suhrkamp, 2023). Diese Studie hat ein breites

Echo nicht nur in den Sozialwissenschaften gefunden. Sie ist für die politische Kommunikationsforschung deshalb von Bedeutung, weil sie eine umfassende Kartierung der öffentlichen Meinung in Deutschland zu den wichtigsten politischen Themen mit bislang unerreichter Tiefenschärfe bietet. Dabei stellt sie einerseits klar, dass entgegen der medialen Darstellung in Deutschland ein hoher Konsens in politischen Grundsatzfragen herrscht. Andererseits macht sie deutlich, wie die öffentlichen Debatten, insbesondere in den sozialen Medien, die Polarisierung auch in Deutschland verschärfen – vorangetrieben durch „Polarisierungsunternehmer“.

Erörtert wurden auf der Konferenz theoretische und empirische Probleme der Studie, etwa das Klassenkonzept oder die Erklärung für die Fehlwahrnehmung des Meinungsklimas. Vor allem aber wurden neun Ideen für mögliche kommunikationswissenschaftliche Forschungsprojekte diskutiert, die sich auf die „Triggerpunkte“ beziehen. Leitfragen der Ideen waren etwa: Welche Medienstimuli prägen die Wahrnehmung von Polarisierung und wie verändert dies die politische Kommunikation? Oder: Wie können stark affektiv geladene politische Debatten konstruktiv gewendet werden?

Die Dokumentation zur Konferenz mit Inputs und Transkriptionen der Diskussionen ist nun als Weizenbaum Discussion Paper #43 unter folgendem Link abrufbar:
<https://www.weizenbaum-institut.de/publikationen/discussion-papers/>
 PDF: https://www.weizenbaum-institut.de/media/Publikationen/Weizenbaum_Discussion_Paper/Weizenbaum_Discussion_Paper_43.pdf



Foto: Katharina Stefes

Gruppenbild mit Impulsgeber: Die Arbeit von Steffen Mau und seinem Team zu Triggerpunkten unserer Gesellschaft regte eine intensive Debatte unter Kommunikationswissenschaftler:innen mit ihm an. Die Diskussion wurde anlässlich der Keynote von Mau bei der DGPUK-Jahrestagung im März 2025 in Berlin fortgeführt.

Impressum

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

Redaktion: Marlis Prinzing & Petra Herczeg
 (beide verantwortlich)
m.prinzing@macromedia.de
petra.herczeg@univie.ac.at
 Katharina Lobinger (Debatte)
 Daniela Schlütz (Vorstand)
 Stefan Weinacht (Neu Erschienen)

Layout und Gestaltung: Marlis Prinzing & Petra Herczeg

Anzeigenakquise: Stefan Weinacht

Erscheinungsweise: Zweimal jährlich

Anschrift der Redaktion: Hochschule Macromedia

University of Applied Sciences

Lehrstuhl Kommunikationswissenschaft und Journalistik

Prof. Dr. Marlis Prinzing

Brüderstrasse 17, 50667 Köln

Druck: Print Media Group, Hamm (Auflage: 1330)

TAGUNGEN

Fachgruppe: Rezeptions- und Wirkungsforschung

Thema der Tagung: Vorurteile, Stereotype und (pro)soziales Verhalten: Chancen und Risiken der Mediennutzung für die Wahrnehmung unserer sozialen Umwelt

Mitveranstalter: -

Datum der Tagung: 22. – 24. Januar 2025

Veranstaltungsort: Otto-Friedrich-Universität Bamberg

Teilnehmendenzahl: 61

Anzahl der Vorträge: 39

Weitere Informationen zur Tagung unter: <https://www.uni-bamberg.de/kowi/forschung/tagungen/jahrestagung-2025-der-fachgruppe-rezeptions-und-wirkungsforschung/>

Tagungsfazit:

Vorurteile und Stereotype – etwa über Minderheiten, Geflüchtete oder Menschen mit bestimmten Erkrankungen – prägen viele Bereiche des gesellschaftlichen Zusammenlebens. Das Potenzial von Medien, den negativen Konsequenzen solcher Stereotype entgegenzuwirken und prosoziales Verhalten zu fördern, stand im Mittelpunkt vieler spannender Präsentationen der diesjährigen RezFo-Tagung, die von Jana Keil und Carsten Wünsch an der Universität Bamberg ausgerichtet wurde.

In fünf Panels mit jeweils parallelen Sessions wurden drei Panels dem Call-Thema gewidmet, während weitere Panels Nachhaltigkeit, Well-Being, psychische Gesundheit, politische Kommunikation und auditive Medienumgebungen behandelten.

Besonders die Vorstellung der Work in Progress-Studien lud zu regen Diskussionen ein, bspw. im Hinblick auf die Frage, ob es sich bei den untersuchten Effekten um kurzfristige Phänomene oder langfristig kumulierte Wirkungen handelt. Der schönen Tradition der letzten Jahre folgend, organisierte die MiRezFo im Vorfeld der Jahrestagung wieder einen Methodenworkshop; diesmal zum Thema „Konzeption und Weiterentwicklung von Theorien in der Rezeptions- und Wirkungsforschung“ (Referenten: Daniel Possler und Adrian Meier). In das Tagungsprogramm integriert war ein Workshop zur Wissenschaftskommunikation mit KI (Referentin: Ines Gauglitz), der einen Überblick über neue KI-Tools und deren Anwendungsmöglichkeiten bot. Abgerundet wurde das Programm durch eine Stadtführung zur Bamberger Biergeschichte.

Die Fachgruppe bedankt sich ganz herzlich beim Ausrichter:innenteam für die hervorragende Ausgestaltung der Fachgruppentagung.

Berichtende: Anja Kalch und Sabrina H. Kessler



Foto: FG

Wenn das kein Grund ist, stolz zu sein: Luna Frauhammer und Jana Dreston erhielten den Best Student Paper Award; die Best Paper Awards gingen an: Sarah Lutz, Annabell Halmann, Frank Schneider, Anna Freytag, Dorothée Hefner (Platz 3); Alicia Ernst, Felix Dietrich, Benedikt Rohr, Leonard Reinecke und Michael Scharnow (Platz 2); Alicia Gilbert, Julius Klingelhofer und Adrian Meier (Platz 1).

Journalismus verstehen



Thomas Hanitzsch | Wiebke Loosen | Annika Sehl [Hrsg.]

Journalismusforschung

2025, 595 S., geb., 79,- €

ISBN 978-3-8487-8954-2

E-Book 978-3-7489-3229-1

(NomosHandbuch)

Das Handbuch bietet einen Einblick in die Vielfalt der Forschung zu Journalismus in seinen gesellschaftlichen Bezügen. In den Blick genommen werden u. a. Akteure, Organisationen und Institutionen sowie Nachrichten, ihre Entstehung und Nutzung. Der Band spiegelt dabei die thematische, theoretische und methodische Vielstimmigkeit der Forschung wider. Verfasst von ausgewiesenen Expert:innen auf ihrem jeweiligen Gebiet umreißt jedes Kapitel den Forschungsstand zu einem Kerngebiet der Journalismusforschung, liefert eine kritische Einordnung und benennt Aspekte für zukünftige Forschung. Damit leistet das Handbuch einen Beitrag zur fachlichen Identität der Journalismusforschung und erarbeitet eine Agenda für zukünftige Forschungsvorhaben.

 Nomos
eLibrary nomos-elibrary.de

Portofreie Buch-Bestellungen
unter nomos-shop.de

Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer



Nomos

Fachgruppe: Mediensprache – Mediendiskurse

Thema der Tagung: Gut für uns und gut für den Planeten?
Ökologische Diskurse aus inter- und transdisziplinärer
Perspektive

Mitveranstalter: TU Darmstadt / Schader-Stiftung

Datum der Tagung: 12. - 14. Februar 2025

Veranstaltungsort: TU Darmstadt, Georg-Christoph-
Lichtenberg-Haus

Teilnehmendenzahl: 50

Anzahl der Vorträge und Poster: 20

Weitere Informationen zur Tagung unter:

<https://www.dgpuk.de/de/fachgruppen/mediensprache-mediendiskurse>

Tagungsfazit:

Die Fachgruppentagung widmete sich der Analyse ökologischer Diskurse aus einer inter- und transdisziplinären Perspektive und vereinte Beiträge aus den Bereichen Linguistik, Kommunikations- und Medienwissenschaft, Journalismusforschung, Soziologie, Politikwissenschaft, Biologie, Chemie, Sozialökologie und Kunst. Im Fokus standen Nachhaltigkeit, Ernährung, Klimawandel, Chemikalienbelastung und Biodiversität.

Die Analysen bezogen sich auf den deutschsprachigen Raum und die USA und betrachteten Akteur:innen wie Journalist:innen, Umwelt-NGOs, Agrarindustrie, Universitäten, Politik und Zivilgesellschaft. Dabei wurden Aspekte wie Persuasion, Moralisierung, Emotionalisierung und Politisierung in der öffentlichen Wahrnehmung ökologischer Themen untersucht, wobei u. a. Schlüsselwörter, Wortbildung, Metaphern und Narrative im Zentrum standen. Methodisch kamen Korpuslinguistik, Diskursanalyse, empirische Sozialforschung und künstlerische Rekontextualisierung zum Einsatz.

Ein zentrales Ergebnis war die Erkenntnis, dass eine interdisziplinäre Zusammenarbeit essenziell ist, um ökologische Diskurse umfassend zu analysieren.

Berichtende: Katharina Christ & Nina Janich

Fachgruppe: Gesundheitskommunikation

Thema der Tagung: Insight to Impact: Translating Health Communication Research into Policy and Action

Mitveranstalter: -

Datum der Tagung: 20. - 22. November 2024

Veranstaltungsort: Luzern (Schweiz)

Teilnehmendenzahl: rund 80 Teilnehmenden aus 8 Ländern (Deutschland, Österreich, Schweiz, Belgien, Niederlande, Türkei, Südkorea)

Anzahl der Vorträge: 43 Präsentationen und ein Panel

Weitere Informationen zur Tagung unter:

<https://www.unilu.ch/healthcomm2024>

Tagungsfazit:

Auf der Jahrestagung in Luzern wurden vielfältige und spannende Erkenntnisse sowie methodische Ansätze zur Gesundheitskommunikation präsentiert. Besonders die Podiumsdiskussion und ein Workshop eröffneten konkrete Wege, wie Forschungsergebnisse jenseits akademischer

Publikationen reale Wirkung entfalten können. Der Austausch machte deutlich, dass nicht nur interdisziplinäre und internationale Kooperationen essenziell sind, um gesundheitsbezogene Themen zu bearbeiten, sondern dass es auch eines zusätzlichen Engagements seitens der Wissenschaft bedarf, um Erkenntnisse wirksam in Politik und Gesellschaft zu implementieren. Für die künftige wissenschaftliche Auseinandersetzung ergibt sich daraus die Chance, innovative Fragestellungen zu entwickeln und Formate zu etablieren, die Theorie und Anwendung noch enger verzahnen – mit dem Ziel, den Impact der Gesundheitskommunikation über traditionelle Publikationsmetriken hinaus zu steigern.

Neben den akademischen Highlights bildete sicher auch der Schneefall ein besonderes Erlebnis: Luzern verwandelte sich während der Tagung mit knapp 40 cm Neuschnee in ein wahres Winter-Wonderland, sodass das Konferenz-Dinner auf einem alten Raddampfer auf dem Vierwaldstättersee inw bereits vorweihnachtlicher Stimmung stattfand.

Berichtender: Alexander Ort



Foto: FG

Der sichtlich aktive Einstieg in die Tagung der Fachgruppe Gesundheitskommunikation stimmte perfekt das Thema an: „Insight to Impact: Translating Health Communication Research into Policy and Action“.

Fachgruppe: Werbekommunikation

Thema der Tagung: Let's Be Social! Navigating Modern Social Dynamics in Advertising
Mitveranstalter: Amsterdam School of Communication Research; ASCoR; University of Amsterdam
Datum der Tagung: 27. - 29. November 2024
Veranstaltungsort: Doelenzaal, Universiteitsbibliotheek, Singel 425, 1012 WP Amsterdam
Teilnehmendenzahl: 40
Anzahl der Vorträge: 19
Weitere Informationen zur Tagung unter:
<https://www.dgpuk.de/de/divisions-and-interest-groups/advertising-communication>

Tagungsfazit:

Im Rahmen der Werbetagung hat sich die Fachgruppe zusammengefunden, um soziale Aspekte in der Werbung zu diskutieren. Neben der Integration von sozialen Theorien in die Werbeforschung hat man sich zu Themen wie soziale

Netzwerke und Werbedynamiken, soziales Engagement sowie soziale Inklusion und Repräsentation in der Werbung ausgetauscht.

Die Tagung zeichnete sich durch die hohe Qualität der Einreichungen und Präsentationen, die sich mit verschiedenen Dimensionen sozialer Konnektivität und ihren Überschneidungen mit Kommunikations- und Werbedynamik beschäftigten, aus. Die zentrale Erkenntnis der Tagung war, dass „soziale Werbung“ ein unabdingbares Thema in der Werbekommunikation ist und auf Individuen maßgebliche Effekte haben kann. Möglichkeiten, wie Konsument:innen vor irreführenden „sozialen Werbungen“ geschützt werden können und welche Formen von Werbungen soziale Intentionen auslösen können, wurden angeregt diskutiert. Darüber hinaus fand eine Vielzahl spannender Diskussionen zwischen Wissenschaftler:innen sowie Praktiker:innen statt und es gab zahlreiche Möglichkeiten zur Besprechung neuer gemeinsamer Forschungsvorhaben.

Berichtende: Ariadne Neureiter

Fachgruppe: Kommunikations- und Medienethik

Thema der Tagung: Medien und Sprache aus ethischer Perspektive – Zwischen Hassrede, Framing und generativer Künstlicher Intelligenz
Mitveranstalter: Netzwerk Medienethik, zem::dg, Akademie für politische Bildung in Tutzing und Hochschule Darmstadt
Datum der Tagung: 19. - 21. Februar 2025
Veranstaltungsort: Akademie für politische Bildung in Tutzing
Teilnehmendenzahl: 63
Anzahl der Vorträge: 17
Weitere Informationen zur Tagung unter: <https://www.dgpuk.de/de/divisions-and-interest-groups/communication-and-media-ethics>; <https://www.netzwerk-medienethik.de/jahrestagung/2025-medien-und-sprache/>

Tagungsfazit:

Im Mittelpunkt der Tagung stand die Verwendung von Sprache im Kontext zunehmender Hate Speech, gesellschaftlicher Polarisierung sowie der fortschreitenden Entwicklung Künstlicher Intelligenz (KI). Ein besonderer Fokus lag auf der Rolle KI-generierter Sprache, die in etwa der Hälfte der Vorträge thematisiert wurde. Bernhard Debatin (Ohio University) veranschaulichte anhand von SunoAI, dass KI-Systeme Rassismus und Antisemitismus verstärken. Die anschließende Diskussion

konzentrierte sich insbesondere auf regulatorische Fragestellungen und auf Implikationen für den demokratischen Diskurs. Ein praxisnahes Beispiel für den Umgang mit Hate Speech und der Abhängigkeit von kommerziellen Plattformen bot das Forschungsprojekt zum Public Spaces Incubator, das in einem weiteren Vortrag vorgestellt wurde. Das ZDF arbeitet hier an einem Ansatz, um auf eigenen Infrastrukturen konstruktive Debattenräume zu schaffen.

Zukunftsperspektiven wurden auch im Rahmen der Podiumsdiskussion erörtert, in der Petra Grimm (Hochschule der Medien Stuttgart), Jana Hecktor und Theresa Krampe (beide Eberhard Karls-Universität Tübingen) gemeinsam mit der Journalistin Rebecca Ciesielski (Bayerischer Rundfunk) die ethischen Herausforderungen automatisierter Sprachsysteme und den journalistischen Umgang damit diskutierten.

Die auf der Tagung vorgestellten Beiträge liefern wertvolle Impulse sowohl für die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit diesen Herausforderungen als auch für deren praktische Bewältigung. Die Diskussionen verdeutlichten die Notwendigkeit wirksamer Maßnahmen sowohl auf organisationaler Ebene in Medienunternehmen als auch auf individueller Ebene für Rezipient:innen.

Zur Tagung wird ein Tagungsband erstellt, der zentrale Erkenntnisse und weiterführende Reflexionen bündelt.

Berichtende: Vanessa Kokoschka

Fachgruppe: Wissenschaftskommunikation

Thema der Tagung: Science Communication in the Age of Artificial Intelligence

Mitveranstalter: -

Datum der Tagung: 05. - 07. Juni 2024

Veranstaltungsort: Universität Zürich (Schweiz)

Teilnehmendenzahl: 125

Anzahl der Vorträge: 34

Weitere Informationen zur Tagung unter: <https://www.ikmz.uzh.ch/en/aiscicomm24.html>

Tagungsfazit:

Wie wird über künstliche Intelligenz kommuniziert? Wie kommunizieren wir mit KI? Welche Auswirkungen hat KI auf die Wissenschaftskommunikation? Wie verändert sie theoretische und methodische Ansätze der Wissenschaftskommunikations-Forschung? 82 Forscher:innen und 43 Praktiker:innen der Wissenschaftskommunikation aus 7 Ländern folgten dem Aufruf von Sabrina H. Kessler, Daniela Mahl, Sophia C. Volk und Mike S. Schäfer zu einer Fachtagung in Zürich. Die Präsentationen stellten den anfänglich stark optimistischen und pessimistischen Einschätzungen der Auswirkungen von KI auf die Wissenschaftskommunikation eine Vielzahl empirischer Befunde gegenüber.

Es wurde eine außergewöhnlich breite Palette an Studien präsentiert: systematische Reviews, Rezeptionsexperimente, Delphi-Studien und normative Ansätze zur Ergänzung empirischer Studien. Das methodische Spektrum reichte von qualitativen über quantitative bis hin zu computer-gestützten Methoden. Dabei wurden u. a. die Kommunikation über Nachrichten und soziale Medien sowie die strategische Kommunikation berücksichtigt. Analysen umfassten textuelle,



Foto: FG

Das eigene Abstract als KI-Visualisierung „to go“: Zum Abschluss der Jahrestagung der FG Wissenschaftskommunikation gab es ein ganz besonderes Präsent.

visuelle und multimodale Daten sowie Avatare. Deutlich wurde jedoch auch ein Mangel an Daten zu vielen Fragen, robuste Daten zu Verbreitung und Nutzung eingeschlossen.

Einige Limitationen bleiben somit bestehen: (1) Der Fokus richtet sich stark auf generative – mithin kommunikative – KI, und weniger auf andere Anwendungsbereiche. (2) Es wurde hauptsächlich auf mediale Darstellungen, Nutzungsweisen und Wirkung eingegangen; Kommunikator:innen und Produktion sowie Fragen nach Regulierung und Verantwortung fanden weniger Beachtung. (3) Einstellungen und Vertrauen in KI wurden behandelt, Wissen über KI, Kompetenzen und Fähigkeiten standen bislang im Forschungsfeld weniger im Fokus. Insgesamt hat offenbar generative KI die Ansätze, Konzepte und Methoden des Feldes noch nicht grundlegend verändert; sondern es wurden bestehende Konzepte und Methoden auf den neuen Gegenstand angewendet.

Zum Auftakt der Tagung fand ein PhD-Workshop statt (organisiert von Janine Blessing & Nils Bienzeisler), gefolgt vom geselligen Get-Together im bQm-Kulturcafé. Die Tagung wurde mit einer Keynote von Shirley S. Ho eröffnet. Der erste Konferenztage wurde mit einer Paneldiskussion zum Thema „Linking Science Communication Research and Practice in the Age of AI“ und einem Dinner über den Dächern Zürichs mit einer Aufführung der Improtheater-Europameister:innen anundpfirsich zu Inhalten der Konferenz abgerundet. Der letzte Konferenztage startete mit einer Keynote von Christoph Neuberger. Eine visuelle Erinnerung an erkenntnisreiche Präsentationen und Diskussionen erhielten die Teilnehmer:innen KI-generierter Postkarten ihrer Abstracts mit auf den Weg.

Berichtende: Sabrina H. Kessler, Daniela Mahl, Sophia C. Volk und Mike S. Schäfer



Foto: FG

Günstige Bedingungen in mehrerlei Hinsicht: Socializing über den Dächern von Zürich.

Fachgruppe: PR und Organisationskommunikation

Thema der Tagung: Strategische Kommunikation in der Politik und das Politische in der strategischen Kommunikation

Mitveranstalter: -

Datum der Tagung: 30.10.-01.11.2024

Veranstaltungsort: Freie Universität Berlin (Seminarzentrum)

Teilnehmendenzahl: 73

Anzahl der Vorträge: 17

Weitere Informationen zur Tagung unter: <https://www.polsoz.fu-berlin.de/kommwiss/arbeitsstellen/organisationskommunikation/prok2024/index.html>

Tagungsfazit:

Angesichts gravierender gesellschaftlicher Herausforderungen wie dem Klimanotstand oder dem Erstarken des autoritativen Libertarismus erscheint es umso dringlicher, die Rolle der strategischen Kommunikation im Hinblick auf ihren politischen Charakter kritisch zu untersuchen. Diese Dringlichkeit spiegelt sich auch in einem fachgruppenhistorischen Einreichungs- und Teilnahmerecord wider: Bei knapp 40 Einreichungen folgten über 70 Interessierte der Einladung zur Fachgruppentagung nach Berlin-Dahlem.

Einen Schwerpunkt bildete die Diskussion geeigneter theoretischer Perspektiven. Keynote-Speaker Øyvind Ihlen, Co-Direktor des Center for the Study of Political Communication (POLKOM) an der Universität Oslo, regte eine an den Erkenntnissen der kritischen Rhetorikforschung geschulte Analyse der „Black Box“ Lobbying an. Im Fortgang der in sieben Panel gegliederten Tagung schälte sich einerseits die Bedeutsamkeit strategischer Kommunikation im Rahmen

institutionalisierter Politik heraus, wobei in empirisch grundierten Beiträgen insbesondere Fragen der strategischen Kommunikation im Wahlkampf und im Kontext internationaler Konflikte ins Blickfeld rückten. Zugleich unterstrichen zahlreiche Beiträge die politische Relevanz strategischer Kommunikation gerade in üblicherweise als politikfern erachteten Bereichen. Neben aktuellen Problemkomplexen wie Big Tech und Klima bezog sich die Diskussion hier vor allem auf die gesellschaftspolitischen Aspirationen von Unternehmenskommunikation, die in jüngeren Konzepten wie CPA und CSA zum Ausdruck kommen.

In der Fachgruppenversammlung wurde der Dissertationspreis 2024 der Fachgruppe PR und Organisationskommunikation und Springer VS an Anke Oßwald für ihre Arbeit mit dem Titel „Public Relations und Entscheidung. Zur kommunikativen Form der PR im digitalen Zeitalter“ verliehen.

Berichtende: Oliver Raaz, Juliana Raupp



Foto: FG

Freude herrscht: Der Trägerin des Dissertationspreises 2024, Anke Oßwald (Universität Münster, Bildmitte) gratulieren Jury, Fachgruppe und Springer VS.

Auf dem Foto wird sie umrahmt von Olaf Hoffmann (Universität Bamberg), Sophia Volk (Universität Zürich) (links) sowie von Jens Seiffert-Brockmann (Wirtschaftsuniversität Wien) und Ulrike Röttger (Universität Münster) (rechts).

Fachgruppe: Internationale und Interkulturelle Kommunikation

Thema der Tagung: Overcoming the Divides? Towards Global Inclusivity in Communication Studies in Times of Uncertainty

Mitveranstalter: Abteilungen „Öffentlichkeiten und Ungleichheitsforschung“ (Hanan Badr) und „Transkulturelle Kommunikation“ (Thomas Herdin, Birgit Breninger) der Paris Lodron Universität Salzburg, DFG-Netzwerk „Kosmopolitische Kommunikationswissenschaft“

Datum der Tagung: 14. - 15. November 2024

Veranstaltungsort: Paris Lodron Universität Salzburg

Teilnehmendenzahl: 60

Anzahl der Vorträge: 17 Beiträge im Rahmen von 4 Panels, 4 Beiträge im Rahmen des Doktorand:innenworkshops, 1 öffentliche Podiumsdiskussion

Weitere Informationen zur Tagung unter: <https://www.kowi-salzburg.at/en/dgpuk-annual-conference-2024/>

Tagungsfazit:

Im Zentrum der internationalen Tagung stand die Frage, wie „globale Inklusivität“ im Fach definiert und umgesetzt werden kann. Zum Auftakt teilten internationale Expert:innen aus Wissenschaft und Praxis (Bruce Mutsaers, Naila Hamdy, Zahera Harb, Kai Hafez, Anita Rötzer) auf einem öffentlichen Podium ihre Erfahrungen mit globaler Des/Integration. Es wurde etwa diskutiert, wie die Einsicht

bestehender Ungleichheiten durch eine Praxis des Zuhörens und Interesses an interdisziplinären Perspektiven und dem Wissenstransfer zwischen Fachdisziplinen und der Praxis gelingen kann. Die Panelvorträge zeigten schließlich die mangelnde Sichtbarkeit des Globalen Südens in der Wissensproduktion kommunikationswissenschaftlicher Forschung, u. a. im Data Journalism oder Digital Activism. Zugleich beschäftigten sich Beiträge mit Repräsentationsmängeln und neuen Inklusivitätsperspektiven in Medienberichterstattung und Ethik; schließlich fanden Fallbeispiele von Mediensystemen und (digitalen) Öffentlichkeiten u. a. in Iran, Lateinamerika, Afghanistan, Äthiopien oder der MENA-Region Beachtung und die Teilnehmenden konnten vergleichende Perspektiven entwickeln.

Fachgruppe: Kommunikation und Politik

Thema der Tagung: Wahlkampfkommunikation: (Kaum) Veränderungen im digitalen Zeitalter?
Mitveranstalter: Politische Kommunikation (SGKM), AK Politik und Kommunikation (DVPW)
Datum der Tagung: 26-28. Februar 2025
Veranstaltungsort: Innsbruck (Universität Innsbruck)
Teilnehmendenzahl: 51
Anzahl der Vorträge: 25 Vorträge, 6 Poster
Format: Tagung: analog, FG-Sitzung & Retreat: hybrid
Weitere Informationen zur Tagung unter: <https://www.uibk.ac.at/de/congress/polkomm25/>

Tagungsfazit:

Die FG-Tagung in Innsbruck profitierte von einer hervorragenden Organisation (Viorela Dan und Uta Rußmann), einer Vielzahl spannender Vorträge und einer inspirierenden Keynote von Cristian Vaccari (University of Edinburgh). Vaccari beleuchtete die ambigue Rolle des Internets für Demokratien: Befunde über Studien hinweg weisen sowohl auf Chancen als auch auf Herausforderungen hin – eine Beobachtung, die sich in den weiteren Beiträgen der Konferenz widerspiegelte. Er problematisierte, dass wir weder über Theorien noch Strukturen bzw. Incentivierungen verfügen, die es uns erlauben würden, dieser Ambiguität bzw. der „Multifinalität“ einer Ursache (Soziale Medien) systematisch nachzugehen. Es fehle dem Feld dadurch der ganzheitliche, übergeordnete Blick auf seinen Forschungsgegenstand. Neben Keynote und Fachvorträgen boten der NapoKo-Workshop zur Skalenentwicklung sowie das anschließende Retreat der Fachgruppe wertvolle methodische, konzeptionelle

Zudem wurde auf der Tagung der Dissertationspreis der Fachgruppe an Marcus Kreutler verliehen. Seine Dissertation trägt den Titel: „Entfernte Nachbarn / distant neighbours / vizinhos distantes: Verbunden durch Geschichte, Sprache, Handel? Ländersichtbarkeit und Elemente transnationaler Öffentlichkeit in afrikanisch-europäischer Nachrichtenberichterstattung. Eine Analyse anhand gleichsprachiger Zeitungspaare aus Angola und Portugal, Namibia und Deutschland, Südafrika und dem Vereinigten Königreich“.

Berichtende: Melanie Radue und Anne Grüne

und praktische Impulse. Ausgewählte Beiträge der Tagung werden in einem Sonderheft der Fachzeitschrift Media and Communication veröffentlicht.

Im Rahmen der Tagung wurden zudem folgende Preise vergeben:

Top Contribution Award: Borchers, Nils S. Influencer:innen als Teil des Teams? Ein systematisierendes Mapping bisheriger Formen der Integration von Influencer:innen in die Wahlkampfkommunikation;

Top Student Contribution Award: Rothut, Sophia & Lexhaller, Sophie. The soft touch of extremism? Gendered narratives, framing, and the role of women in the far right;

PolKomm-Kickstarter-Fund 2024: Rothut, Sophia: Like, Share, Vote – Influencer:innen in der politischen Kommunikation und ihr Einflusspotential als (parasoziale) Meinungsführer:innen

Berichtende: Anne Schulz & Philipp Müller



Foto: FG

Expertise in die Gesellschaft bringen: Im Rahmen der Jahrestagung zur Politischen Kommunikation wurde in einem hybriden Setting überlegt, wie dies am Beispiel des Themas „Social Media und Wahlen“ besser gelingen kann. Das Retreat war nur ein Auftakt, weitere Teamsitzungen folgen.

Fachgruppe: Visuelle Kommunikation

Thema der Tagung: Generative Images – Generative Imageries. Challenges of Visual Communication (Research) in the Age of AI

Mitveranstalter: -

Datum der Tagung: 20. - 22. November 2024

Veranstaltungsort: Zentrum für Medien-, Kommunikations- und Informationsforschung (ZeMKI), Universität Bremen

Teilnehmendenzahl: 54

Anzahl der Vorträge: 28 Vorträge, 3 Keynotes, 3 Workshops & Austauschformate (inkl. Mittelbauworkshop) sowie eine Panel-Diskussion

Weitere Informationen zur Tagung unter:

<https://gi.uni-bremen.de/>

Tagungsfazit:

Die Fachgruppentagung fand vom 20. bis 22. November 2024 auf Einladung von Stephanie Geise in Bremen statt. Im Fokus stand das hochaktuelle Thema „Generative Images – Generative Imageries. Challenges of Visual Communication (Research) in the Age of AI“. Der Call for Papers stieß auf reges Interesse, so dass ein spannendes Programm zusammengestellt werden konnte (siehe Tagungswebseite).

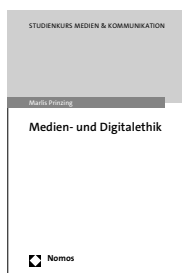
Was bedeutet es eigentlich für unser Verständnis von Bildlichkeit, wenn Bilder mehr und mehr KI-generiert sind? Was definiert ein generatives Bild? Welche ethischen Aspekte ergeben sich in der Forschung zu und mit KI-generierten Bildern? Welche (möglichen) Biases ergeben sich durch KI-generierte Bilder und wie könnte man ihnen entgegenwirken? Wie werden KI-generierte Bilder im Journalismus und der Berichterstattung verwendet – und wie nehmen verschiedene Publika KI-generierte Bilder und ihre Nutzung wahr? Und wie können KI-generierte Bilder durch Aktivist:innen genutzt, aber auch bekämpft werden? Dies sind nur einige der vielen spannenden Fragen, die wir in Bremen in Workshops, im Kontext der Keynote von Amanda Wasielewski (Uppsala University), sowie in den Panels diskutieren konnten. Und wir sind uns auch sicher, dass uns diese und andere Fragen rund um KI und Bildlichkeit als Fachgruppe auch in der Zukunft weiter beschäftigen werden.

Wir danken dem Bremer Team und insbesondere Stephanie Geise für die großartige Organisation dieser spannenden Tagung, sowie Rebecca Venema und Wolfgang Reißmann als Fachgruppensprecher:innen.

Berichtende: Seraina Tarnutzer und Maria Schreiber

Anzeige

Grundlagenwissen übersichtlich und kompakt



Marlis Prinzing
Medien- und Digitaletik
2025, ca. 200 S.,
brosch., ca. 22,- €
ISBN 978-3-8487-6540-9
E-Book 978-3-7489-0626-1
(Studienkurs Medien & Kommunikation)
Erscheint ca. Juni 2025

Ein digital- und medienethischer Kompass ist angesichts aktueller Kommunikationsherausforderungen unerlässlich. Dieses Buch will Studierende, Journalist:innen, Forscher:innen und Bürger:innen zur Reflexion über klassische und neue Wertmaßstäbe anregen und praktikable Handlungsempfehlungen liefern.

 Nomos
eLibrary nomos-elibrary.de

Bestellen Sie im Buchhandel oder versandkostenfrei unter nomos-shop.de
Kundenservice +49 7221 2104-222 | service@nomos.de
Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer



Matthias Künzler
Medienstrukturen
2025, ca. 300 S.,
brosch., ca. 26,- €
ISBN 978-3-8487-8907-8
E-Book 978-3-7489-2962-8
(Studienkurs Medien & Kommunikation)
Erscheint ca. Juli 2025

Wie wir uns informieren und unterhalten, ist stark von der Ausgestaltung der Medienstruktur abhängig. Das Lehrbuch zeigt auf, wie die Strukturen öffentlicher und privater Medien in den DACH-Ländern ausgestaltet und welche medienpolitischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen vorzufinden sind.



Nomos

„Mich hat nie die Frage losgelassen, was Lai:innen denken“

10 Fragen an Univ. Prof. Dr. Teresa K. Naab

Foto: Universität Mannheim



Vom Fernsehen bin ich abgekommen – sowohl in privat als auch in meiner Forschung. Aber ich genieße weiterhin, dass ich meine Forschungsthemen selbst wählen kann. Das ist für mich einer der entscheidenden Vorzüge der Arbeit an einer deutschen Universität. Und auf viele Themen komme ich, weil sie mich persönlich interessieren. Mehr als in der Promotionszeit inspiriert mich jetzt aber auch der Austausch mit Wissenschaftler:innen aus anderen Disziplinen und mit Praktiker:innen.

3 In Ihrer Karriere haben Sie an verschiedenen Universitäten in Deutschland und in den USA gelehrt und geforscht. Welche Bedeutung haben diese Ortswechsel für Ihre wissenschaftliche Entwicklung?

Andere Menschen mit neuen Ideen, andere Strukturen und auch andere alltägliche Problemchen an den verschiedenen Standorten zu sehen, war sehr inspirierend. Ich habe in Hannover an einem kleinen Institut promoviert und später in Augsburg an einem ebenfalls kleinen Institut habilitiert. Meine Zeiten an großen Instituten waren deshalb wunderbare Ergänzungen. Ich will aber auch nicht verschweigen, dass Mobilität mit Familie nicht ohne Kosten ist und ich deshalb bewusst auch sehr interessante Möglichkeiten ausgeschlagen habe.

4 Wie hat sich Ihr Forschungsfokus von der Fernsehnutzung hin zu digitalen Medien entwickelt, und welche methodischen Anpassungen waren dafür notwendig?

Mir selbst kommt der Schritt von der Fernsehnutzung zu digitalen Medien gar nicht so weit vor. Denn ich bin ja immer noch Nutzungs- und Wirkungsforscherin – nur jetzt eben mit Blick auf andere Medienangebote. Von der traditionellen Massenkommunikation zu nutzergenerierten Inhalten kam ich letztlich aus einem persönlichen Interesse heraus: Es wird oft diskutiert, welche Medieninhalte rechtlich zulässig seien und welche reguliert werden müssten. Mich hat die Frage nicht losgelassen, was eigentlich Lai:innen denken, welche Medieninhalte in Ordnung sind und welche nicht. Eine Untersuchung von Online-Kommentaren drängte sich

1 Was war für Sie der entscheidende Moment, in dem Sie merkten, dass die wissenschaftliche Forschung und nicht die Medienpraxis Ihr Weg sein würde?

Einen entscheidenden Moment gab es für mich eigentlich gar nicht. Ich habe in Hannover studiert und war dort schon im Bachelorstudium in wissenschaftliche Forschung eingebunden. Zwar habe ich – und auch sehr gerne und mit viel Gewinn – während des Studiums diverse Praktika in Medienunternehmen absolviert und in der Promotionsphase mehrere praxisorientierte Projekte bearbeitet. Trotzdem war für mich immer klar, dass ich in der Forschung bleiben werde.

2 In einem Porträt über Sie kann man lesen, dass Sie zu Ihrem Promotionsthema über Fernsehgewohnheiten kamen, weil Sie selbst gerne fernsehen. Inwiefern ist persönliches Interesse ein Treiber Ihrer wissenschaftlichen Arbeit geblieben?

hier auf, um Einschätzungen von Nutzer:innen zu erfassen. Daraus ist dann schrittweise ein Forschungsprogramm entstanden.

Methodisch bin ich im Kern bei meinen Wurzeln geblieben, arbeite vor allem empirisch-quantitativ und mit einer Kombination aus Befragungen, Experimenten und Inhaltsanalysen. Die Digitalisierung meiner Untersuchungsgegenstände hat aber natürlich zusätzliche Möglichkeiten – sowie Herausforderungen – für die Datensammlung und Auswertung mit sich gebracht und auch interdisziplinäre Kooperationen z. B. mit den Computerwissenschaften.

5 Ihre Forschungen zu „unzivilen Kommentaren“ zeigen auch, dass Gegenrede einen positiven Effekt haben kann. Wie gehen Sie mit der emotionalen Belastung um, die das Lesen und Analysieren solcher Hasskommentare mit sich bringen kann?

Zum Glück war der Anteil von hasserfüllten, aggressiven oder diskriminierenden Kommentaren in den Kommentarspalten meiner Projekte nicht so hoch – vor allem deshalb, weil ich Mainstream-Plattformen adressiert habe. Das macht den einzelnen Kommentar nicht weniger schlimm und Gegenrede nötig, in den Analysen war aber zumindest immer deutlich, dass es auch gemäßigte Meinungen in der Gesellschaft gibt. Das hat mich sehr entlastet.

6 Sie befassen sich mit unterschiedlichen wissenschaftlichen Methoden und methodologischen Fragestellungen. Was sind aus Ihrer Sicht die größten Herausforderungen in der heutigen Kommunikationswissenschaft?

Ein wichtiger Teil der Mediennutzung findet heute auf algorithmisch gesteuerten Plattformen kommerzieller Anbieter statt. Hier stellen sich zum einen Fragen, wie wir diese hoch personalisierten Medienumgebungen der Nutzenden untersuchen können, zumal die algorithmischen Prozesse von den Plattformen nicht transparent gemacht werden. Zum anderen stellen sich rechtliche und auch ganz praktische Fragen, welche Daten untersucht und wie sie für Forschungszwecke gesammelt werden dürfen.

7 Vor mehr als 10 Jahren haben Sie mit Kolleg:innen ein Buch publiziert „How to go international: DGPK Wegweiser Publizieren und Referieren in der internationalen Kommunikationswissenschaft“ (2015, 2. Auflage, Halem).

Wie haben sich die internationale Wissenschaftskommunikation und Publikationspraxis seitdem verändert?

Der DGPK Wegweiser enthielt viele grundsätzliche Argumente, die eigene wissenschaftliche Arbeit (auch) international zu präsentieren und publizieren. Zudem viele Informationen über die internationale Fachzeitschriften-Landschaft, Impact Factors etc. Vieles davon gehört heute für ältere wie jüngere Wissenschaftler:innen zum Alltag. Interessanter und herausfordernder als Fragen der internationalen Präsenz für die eigene Karriereentwicklung finde ich aktuell, wie wir internationale – also nicht nur deutsche oder westliche – Perspektiven in unseren Forschungsthemen und -zugängen verankern können.

8 Die Digitalisierung und insbesondere KI verändern sowohl die Medienlandschaft als auch wissenschaftliche Arbeitsprozesse grundlegend. Wie beeinflussen diese Entwicklungen Ihre Forschung und Lehre in den letzten Jahren?

Ich beschäftige mich schon länger mit Medien- und Algorithmenkompetenz und deren Vermittlungsmöglichkeiten. Die Verbreitung von Anwendungen generativer KI hat hier ein neues Feld eröffnet und ich beschäftige mich aktuell viel damit, wie KI-Kompetenz gemessen und vermittelt werden kann und wie generative KI für unser Verständnis dessen, was wir als Wissen ansehen, verändert.

9 Als Kommunikationswissenschaftlerin tragen Sie zum Verständnis demokratischer Prozesse bei. Wie definieren Sie Ihre gesellschaftliche Verantwortung als Wissenschaftlerin, besonders in Zeiten von Desinformation und Polarisierung?

Wissenschaftler:innen stellen gesicherte Erkenntnisse bereit, die Qualitätsstandards folgen und daraufhin überprüft werden können. Das ist eine zentrale Voraussetzung, um zur Lösung gesellschaftlicher Probleme beizutragen. Es ist deshalb wichtig, dass wir unsere Qualitätsstandards stetig überprüfen und gleichzeitig in die Gesellschaft kommunizieren, worin der Wert unserer Erkenntnisse gegenüber nicht wissenschaftlichem Wissen und persönlichen Meinungen liegt.

10 Im akademischen Werdegang haben Sie promoviert, habilitiert und verschiedene Stationen im In- und Ausland absolviert. Inwieweit lässt sich eine

wissenschaftliche Karriere mit diesem hohen Mobilitäts- und Leistungsdruck mit Familienplanung und Kindern vereinbaren? Welche persönlichen Erfahrungen oder Beobachtungen haben Sie diesbezüglich gemacht?

Das funktioniert bei mir nur, weil mein Mann und ich gleich viel Betreuungs- und Haushaltsaufgaben leisten. Und trotzdem war es zeitweise sehr herausfordernd. Viele Wissenschaftler:innen können aber nicht auf diese Unterstützung zurückgreifen und es darf meiner Meinung nach auch nicht in die individuelle Verantwortung oder Leidenschaft verschoben werden, ob Menschen mit Kindern eine akademische Karriere machen können. Um als Arbeitsfeld für hochqualifizierte Nachwuchswissenschaftler:innen attraktiv zu bleiben, müssen die Universitäten deshalb

die Arbeitssituationen von Eltern, Pflegenden, befristet angestellten Mitarbeiter:innen und Menschen aus nicht-akademischem Elternhaus strukturell verbessern, z. B. in der Frauenförderung, in verlässlicheren Karrierewegen mit mehr Entfristungsmöglichkeiten und vollen Stellen. Ich sehe es auch als meine Aufgabe an, dies in Hochschulgremien immer wieder anzusprechen.

Das Interview führte Petra Herczeg, die Beantwortung erfolgte schriftlich.

Zur Person: Professor Dr. Teresa K. Naab wurde 2022 auf die Professur für Digitale Kommunikation an der Universität Mannheim berufen. Nach einem Studium des Medienmanagement-Studium an der Hochschule für Musik, Theater und Medien in Hannover promovierte sie zu Gewohnheiten und Ritualen der Fernsehnutzung. 2020 erfolgte die kumulative Habilitation zu Mediennutzung in neuen Medienumgebungen an der Universität Augsburg. Als wissenschaftliche Mitarbeiterin war sie am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung in Hannover und als Akademische Rätin a. Z. am Institut für Medien, Wissen und Kommunikation in Augsburg. Sie forschte an der University of Georgia, USA, und sie übernahm Vertretungsprofessuren an der LMU München sowie an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz.

In ihren Forschungsarbeiten befasst sie sich mit der Nutzung und den Wirkungen digitaler Kommunikation. Vor allem interessiert sie, welche Rolle digitale Kommunikation für demokratische Prozesse spielt, und wie Menschen kompetent durch die digitale Welt navigieren können und mit welchen innovativen Methoden digitale Kommunikation erforscht werden kann.

Teresa Naab forscht im von der DFG geförderten Projekt „Gegenseitige Sanktionierung unter NutzerInnen von Kommentarbereichen“ zu Interaktionen und Diskursnormen in Online-Diskussionen. Sie leitet die vom Center of Advanced Internet Studies geförderte Arbeitsgemeinschaft „Politische Meinungsäußerungen im Netz“ und ist beteiligt an der Interdisziplinären Arbeitsgruppe zur Analyse respektloser Sprache (CAIS, Bochum). Im Auftrag der Fraktion BÜNDNIS 90 / Die Grünen im Bayerischen Landtag untersucht sie im Projekt „Digitale Medien in der Schule (DigiMeSch)“ Gelingensbedingungen für digitales Lehren und Lernen.

Um den Transfer zwischen Wissenschaft und gesellschaftlicher Praxis zu stärken, engagiert sie sich im Austausch mit Partner:innen aus der Medienpraxis, Anbietern von Digitalanwendungen und zivilgesellschaftlichen Akteur:innen. Ihre Lehrtätigkeit umfasst Bachelor- und Master-Kurse in der Kommunikationswissenschaft zu Themen wie digitale Mediennutzung, Produktion von Medieninhalten durch nicht-institutionalisierte Nutzer:innen und Methoden der empirischen Sozialforschung.

Quelle: <https://www.phil.uni-mannheim.de/mkw/abteilungen/naab/team/prof-dr-teresa-naab/>.



WOLFGANG REISSMANN / REBECCA VENEMA / ULLA AUTENRIETH / NIELS BRÜGGEN (Hrsg.)

Visual Literacy.
Bildkompetenzen in den digitalen Medien

2025, 336 S., Broschur
ISBN (Print) 978-3-86962-701-4
ISBN (PDF) 978-3-86962-702-1



CARSTEN BROSDA / DANIEL MÜLLER

Horst Pöttker:
Beruf zur Öffentlichkeit.
Ausgewählte Schriften zu Theorie, Ethik, Geschichte und Perspektive des Journalismus

2025, 416 S., Broschur
ISBN (Print) 978-3-86962-717-5
ISBN (PDF) 978-3-86962-718-2



LEIF KRAMP / STEPHAN WEICHERT

Resilienz in der digitalen Gesellschaft.
Mediennutzung in Zeiten von Krisen, Kriegen und KI

2024, 198 S., Broschur
ISBN (Print) 978-3-86962-666-6
ISBN (PDF) 978-3-86962-665-9



KATHARINA SCHMIDT

Der Wundermann Ludwig Erhard.
Mythos, Selbstdarstellung und Öffentlichkeitsarbeit

Öffentlichkeit und Geschichte, 14
2024, 628 S., 47 Abb., Broschur
ISBN (Print) 978-3-86962-680-2
ISBN (PDF) 978-3-86962-679-6



RUDOLF STÖBER

Deutsche Pressegeschichte.
Von den Anfängen bis zur Gegenwart

2025, 460 S., 27. Abb., 64 Tab., Broschur
ISBN (Print) 978-3-7445-2108-6
ISBN (PDF) 978-3-7445-2109-3



VOLKER LILIENTHAL (Hrsg.)

»SAGEN, WAS IST«.
Journalismus für eine offene Gesellschaft – Rudolf Augstein zum 100. Geburtstag

2024, 264 S., Broschur m. Klappe
ISBN (Print) 978-3-86962-698-7
ISBN (PDF) 978-3-86962-699-4
ISBN (ePub) 978-3-86962-700-7



ERNST TRADINIK (Hrsg.)

Inklusive Medienarbeit.
Menschen mit Behinderung in Radio, Journalismus, Moderation und Film

2024, 440 S., 71 Abb., Broschur
ISBN (Print) 978-3-86962-676-5
ISBN (PDF) 978-3-86962-678-9
ISBN (ePub) 978-3-86962-677-2



THOMAS WIEDEMANN

Deutscher Kinofilm.
Akteurskonstellationen und Wirklichkeitskonstruktion im Zeichen des Filmförderungs

2025, 442 S., Broschur
ISBN (Print) 978-3-86962-735-9
ISBN (PDF) 978-3-86962-736-6



KEVIN PAULIKS / JENS RUCHATZ

Bildkritik durch Bilder.
Soziale Medien als Ort einer praxeologischen Medienphilosophie

2025, 228 S., 70 Abb., Broschur
ISBN (Print) 978-3-86962-649-9
ISBN (PDF) 978-3-86962-650-5

Schriften zur Rettung des öffentlichen Diskurses



SEBASTIAN TURNER / STEPHAN RUSS-MOHL (Hrsg.)

Deep Journalism.
Domänenkompetenz als redaktioneller Erfolgsfaktor

2023, 316 S., Broschur
ISBN (Print) 978-3-86962-660-4
ISBN (PDF) 978-3-86962-658-1
ISBN (ePub) 978-3-86962-659-8



HERMANN VON ENGELBRECHTEN-ILOW

Was läuft da schief im Journalismus?
Warum es mit den Medien bergab geht und wie man ihnen aufhelfen kann

2023, 290 S., 30 Abb., Broschur
ISBN (Print) 978-3-86962-672-7
ISBN (PDF) 978-3-86962-673-4
ISBN (ePub) 978-3-86962-674-1



THOMAS PETERSEN

Das Gesicht des Totalitären.
Woran man radikales Denken erkennt

2024, 172 S., 13 Abb., Broschur
ISBN (Print) 978-3-86962-695-6
ISBN (PDF) 978-3-86962-696-3
ISBN (ePub) 978-3-86962-697-0



koelner-mediengespräche.de

Journalistikon
Das Wörterbuch der Journalistik
<https://journalistikon.de>

BLexKom
BIOGRAFISCHES LEXIKON DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT
blexkom.halem-verlag.de