

Avisos



Informationsdienst der Deutschen
Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Nr. 58

D G P u K

April 2014

DEBATTE: OPEN ACCESS IN DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

Einführung VON MIKE S. SCHÄFER & PATRICK RÖSSLER

Erfolgsaussichten von Open Access

VON NIELS TAUBERT & PETER WEINGART

Die Nadel im Heuhaufen sichtbar machen

VON BARBARA EMIG-ROLLER & ANDREAS BEIERWALTES

Experimente sind gefragt!

VON ELISABETH KLAUS

SCM: Auf dem steinigen Weg zu Open Access

VON WOLFGANG SCHWEIGER

Wissenschaft braucht gute Verlage

VON HERBERT VON HALEM

Fachgruppen-Reihen im Open Access

VON MARTIN EMMER & CHRISTINA SCHUMANN

Die Open-Access-Buchreihe „NEU“

VON JENS WOLLING & OLIVER QUIRING

Was können Bibliotheken tun?

VON UTE WINTER

NEU ERSCHIENEN

TAGUNGEN

VORGESTELLT

NACHRICHTEN & PERSONALIEN

NACHGEFASST **Ethische Perspektiven der Online-Forschung**

DER FRAGEBOGEN AUSGEFÜLLT VON THOMAS BIRKNER

AUS DEM VORSTAND **Wichtige Entscheidungen**

VON KLAUS-D. ALTMEPPEN

EINSPRUCH **Auf hoher See** VON LARS RADEMACHER

AVISIERT

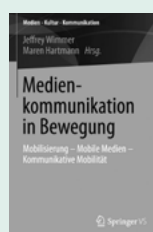
2
4
5
5
6
8
9
10
11
12
13

S elten ist so gut wie gegenwärtig zu beobachten, dass sich im Wissenschaftssystem Strukturen verändern, die uns alle betreffen. Sie betreffen die Medien- und Kommunikationswissenschaften, sie betreffen die Lebenswissenschaften, sie betreffen aber auch die klassischen Geisteswissenschaften, die sich als Digital Humanities neu erfinden.

Im Zuge der Digitalisierung hat sich auch das wissenschaftliche Publizieren verändert. Nationale Sonderwege werden ebenso infrage gestellt wie die Reputation der gedruckten Veröffentlichung. Und mit der digitalen Publikation stellen sich neue Fragen: die der Archivierung, des Zugangs und der Orientierung. Die vorliegende „Aviso“-Ausgabe mit einer „Debatte“ über Open Access, die Patrick Rössler und Mike S. Schäfer betreut haben, widmet sich dieser brandaktuellen Diskussion. Wir wünschen Ihnen gute Lektüre.

**TOBIAS EBERWEIN &
LARS RADEMACHER**

Anzeige



Jeffrey Wimmer, Maren Hartmann (Hrsg.)
**Medienkommunikation
in Bewegung**
Mobilisierung – Mobile Medien –
Kommunikative Mobilität
2014, VIII, 315 S. 13 Abb. Br. € 39.99
ISBN 978-3-531-19374-8

Springer

springer-vs.de

Gezähmte Medien?



Domestizierung

Von Maren Hartmann

2013, 173 S., brosch., 19,90 €
ISBN 978-3-8329-4279-3

(Konzepte. Ansätze der Medien- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 9)

www.nomos-shop.de/11083

Zentrale Frage des Domestizierungs-Ansatzes ist, wie Menschen (neue) Medien „veralltäglichen“. Das Lehrbuch stellt übersichtlich und verständlich den gleichnamigen Ansatz aus der Kommunikationswissenschaft dar, hinterfragt ihn zugleich und zeigt mögliche Entwicklungswege auf.



Kostenlose Leseprobe



Nomos

Debatte: Open Access in der Kommunikationswissenschaft

Die Veröffentlichung von Forschungsergebnissen ist und bleibt essenziell für die Wissenschaft. Doch das momentane Publikationssystem hat Probleme. Besonders die Kostenstrukturen behindern eine schnelle und weitreichende Verbreitung von Forschungsergebnissen. Abonnements- bzw. Kaufpreise für Publikationen sind hoch – und schließen bestimmte Nutzergruppen aus. Open-Access-Publikationen könnten Abhilfe schaffen. Doch auch hier stellt sich die Frage: Wer zahlt? Die Autorinnen und Autoren? Deren Hochschulen bzw. Forschungseinrichtungen? Die Verlage? Dieses Thema ist Gegenstand der „Aviso“-Debatte.

Wissenschaftler kommunizieren ständig miteinander – im Gang oder in der Teeküche, bei Vorträgen und Diskussionen auf Konfe-

renzen, in Artikeln und Büchern. Letztere sind aufgrund ihrer Reichweite besonders geeignet, um sich möglichst schnell mit vielen Kolleginnen und Kollegen auszutauschen und so die Forschung voranzutreiben.

Dieser Anspruch wird allerdings oftmals nicht optimal eingelöst. Das hat strukturelle Gründe – und ein zentrales Problem ist die Finanzierung: Egal was wo publiziert wird, es verursacht Kosten. Diese sind vergleichsweise gering, wenn man einen Text zum Download auf der eigenen Website zur Verfügung stellt. Sie steigen aber deutlich, sobald ein Qualitätssicherungssystem (z. B. Peer Review) etabliert werden soll oder ein professionelles Marketing und nachhaltige Strukturen angestrebt werden. Bei Buchpublikationen werden diese Kos-

ten auf Autorinnen und Autoren umgelegt, denen traditionell Druckkostenzuschüsse abverlangt werden. Diese sind teilweise beträchtlich – gerade wenn es sich um die Arbeiten junger Kolleginnen und Kollegen handelt, die noch dazu oft nicht über umfassende institutionelle Etats verfügen. Übliche Forderungen liegen zwischen 6 und 10 Euro pro Druckseite. Und trotz dieser Ko-Finanzierung durch die Verfasser selbst sind die Buchpreise oft hoch und die Verkaufszahlen entsprechend gering. Eine Book-on-Demand-Produktion oder der gänzliche Verzicht auf das gedruckte

Buch sind in der Online-Welt zwar möglich und reduzieren die Kosten. Sie sind vom Autor aber (noch?) mit einem erheblichen Reputationsverlust zu bezahlen.

Bei Zeitschriftenartikeln wurden Autorin-

nen und Autoren bislang nicht zur Kasse gebeten. Dafür mussten ihre Institutionen zahlen: Von Hochschulbibliotheken wird erwartet, dass sie ihren Forschern relevante wissenschaftliche Zeitschriften im Abonnement, am besten online, zur Verfügung stellen. Aber sie stöhnen vernehmlich unter den hohen Preisen, die einige Verlage verlangen. Das augenfälligste – aber durchaus nicht einzige – Beispiel der letzten Jahre war der niederländische Verlag Elsevier. Sinkenden Abonnementszahlen begegnete Elsevier mit „Bundle Deals“, d. h. Paket-Abonnements: Bibliotheken konnten die von ihnen gewünschten Zeitschriften nur im preisintensiven Paket mit anderen abonnieren. Der darauf folgende Boykott Elseviers durch wissenschaftliche Institu-



tionen und Hochschulen ist verständlich. Er darf aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass dies ein Protest der von vornherein Privilegierten ist, die sich Abonnements grundsätzlich (eher) leisten könnten. Denn angesichts der hohen Abo-Preise gab und gibt es klare Zugangshürden: Kleinere Universitäten, Hochschulen in Entwicklungs- und Schwellenländern, Forscher ohne institutionelle Anbindung und auch Wissenschaftsjournalisten haben es oft schwer, an Fachartikel zu gelangen.

Eine mögliche Lösung wird bereits seit einigen Jahren diskutiert: Open-Access-Publikationen, d. h. wissenschaftliche Literatur, die „kostenfrei und öffentlich im Internet zugänglich sein sollte, so dass Interessierte die Volltexte lesen, herunterladen, kopieren, verteilen, drucken, in ihnen suchen, auf sie verweisen und sie auch sonst auf jede denkbare legale Weise benutzen können, ohne finanzielle, gesetzliche oder technische Barrieren jenseits von denen, die mit dem Internet-Zugang selbst verbunden sind.“ Gewährleistet sein sollte dabei lediglich, dass Autorinnen und Autoren „angemessen anerkannt und zitiert“ werden (so die von der DFG, den großen deutschen Wissenschaftsgesellschaften, der VW-Stiftung und anderen Partnern finanzierte „Informationsplattform Open Access“: <http://open-access.net>).

Open-Access-Publikationen haben in den letzten Jahren klar an Bedeutung gewonnen: Ihre Zahl ist angestiegen, auch etablierte Verlagshäuser haben zunehmend mehr Open-Access-Titel im Programm, und entsprechende Initiativen werden in vielen Ländern wissenschaftspolitisch gefördert. Doch es bleibt die Frage: Wer zahlt? In der Praxis werden insbesondere zwei Varianten von Open Access umgesetzt:

- Der *grüne Weg* („green open access“) bezeichnet die gleichzeitige oder nachträgliche Bereitstellung von Publikationen, die wie gehabt in ‚traditioneller‘ Form publiziert werden, im Internet. Dies kann auf Open-Access-Servern – auch „Repositorien“ genannt – geschehen, die es disziplinenübergreifend (wie das Social Science Open Access Repository), disziplinär (wie PubMed Central) und angebunden an bestimmte Institutionen (wie das ‚ArXiv‘ der Cornell University) gibt. Oder einfach auf der Website der Autorinnen oder Autoren. Dieser „grüne“ Weg ist meist unproblematisch, solange es sich um Manuskripte handelt. Er wird aber bei Artikeln, die von Zeitschriften zur Veröffentlichung angenommen wurden, in sehr unterschiedlichem Maße geduldet (einen Überblick über die Haltung unterschiedlicher Zeitschriften hierzu liefert www.sherpa.ac.uk/romeo).
- Als *goldener Weg* („golden open access“) wird die unmittelbare (Erst-)Veröffentlichung von Texten in Open-Access-Pu-

blikationen bezeichnet. Zu diesem Zweck wurden teils spezielle, kostenpflichtige Publikationsorte geschaffen – in unserer Disziplin etwa die Buchreihe „Nachhaltigkeits-, Energie- und Umweltkommunikation“ bzw. die Zeitschriften „kommunikation@gesellschaft“ oder „Media and Communication“. Open-Access-Formate bieten zudem auch viele ‚etablierte‘ Zeitschriften an – so kann man etwa bei der im Springer-Verlag erscheinenden „Publizistik“ mittlerweile einzelne Beiträge im Open Access veröffentlichen. Kostenpunkt: 2.200 Euro pro Artikel.

Klar scheint, dass Open-Access-Publikationen geeignet sind, einen weitreichenden Zugang zu wissenschaftlichen Publikationen zu gewährleisten. Erste Studien zeigen zudem, dass sie die Verbreitung von Forschungsergebnissen tatsächlich steigern.

Es gibt aber auch Herausforderungen: Wie sichert man die Qualität von Open-Access-Publikationen? Wie navigieren deren Nutzer in der damit gestiegenen Vielfalt? Und nicht zuletzt: Wer trägt die nach wie vor notwendigen Kosten für die Organisation von Peer Review, für die Redaktion usw.? Ist es zumutbar, den einzelnen Autor, der ohnehin schon auf eine Honorierung seiner geistigen Leistungen verzichtet, noch zusätzlich zu belasten? Können die Kosten den Verlagen zugemutet werden, deren Aufwand bei etablierten digitalen Workflows und funktionierenden Redaktionssystemen mit jedem weiteren Journal gegen Null tendiert? Oder ist es die Aufgabe der Fachgesellschaften, sich als Sachwalter einer Solidargemeinschaft aller Publizierenden an den Kosten der Verlage zu beteiligen?

Antworten auf diese Fragen zu finden, sollte durchaus auch Ziel kommunikationswissenschaftlicher Forschung sein, etwa in den Bereichen Medienökonomie, Kommunikationspolitik oder Wissenschaftskommunikation. Die Beiträge zu unserer Debatte zeigen zunächst einmal unterschiedliche Standpunkte von Beteiligten auf – machen aber auch deutlich, dass der Königsweg leider noch nicht in Sicht ist.

**MIKE S. SCHÄFER (ZÜRICH) &
PATRICK RÖSSLER (ERFURT)**



Foto: misterQM/photocase.com

Erfolgsaussichten von Open Access

DE
BATE
TE

Die derzeitige Debatte um Open Access (OA) ist geprägt von hoher Dynamik und wechselnden Einschätzungen: Wo stehen wir, was ist das Ziel und welche Strategie ist zu wählen, die grüne oder die goldene (siehe die Einführung von Schäfer und Rössler)? Die Standpunktbestimmungen wechseln, und mit Blick auf die favorisierte Strategie lassen sich Modezyklen ausmachen. Nach einer Phase der Förderung des „grünen“ Wegs der Selbstarchivierung ist deutlich geworden, dass sich nicht alle Wissenschaftler freiwillig daran beteiligen werden. Diskutiert werden daher unter dem Schlagwort „Mandate“ Maßnahmen, die

eine Selbstarchivierung fördern sollen und – je nach Ausgestaltung – den Charakter von Empfehlungen oder auch von Zwangsmitteln annehmen können. Gleichzeitig hat die Herstellung von OA am originären Publikationsort an Bedeutung gewonnen: Es werden Publikationsfonds zur Finanzierung von Publikationsgebühren geschaffen und mit entsprechenden Mitteln ausgestattet.

Will man die Eignung der unterschiedlichen Spielarten von OA einschätzen, sollte man den wissenschaftspolitischen Moden mit etwas Distanz begegnen. Stattdes-

sen ist es hilfreich, sich zu vergegenwärtigen, dass das Publikationssystem mindestens vier Funktionen hat, von denen die Debatte um OA nur eine betont. Die erste Funktion ist die *Verbreitung von Informationen*. Hierauf liegt der Akzent von OA: die Verbesserung der Zugangsmöglichkeiten zu publizierten Forschungsergebnissen. Die zweite ist die *Registrierungsfunktion*, also die Aufzeichnung des Zeitpunkts, an dem ein Betrag veröffentlicht wird.

Dies dient der Sicherung der Priorität, die Grundlage der Attribution von Anerkennung in der Wissenschaft ist. Drittens ist die *Zertifizierungsfunktion* zu nennen, d. h. die prüfende Begutachtung, ob eine Publikation als Beitrag zu einem Fach gelten kann, und viertens die *Archivierungsfunktion*, d. h. die Absicherung künftiger Verfügbarkeit. Mit Blick auf die Diversität der Wissenschaft ist offenkundig, dass die Bedeutung der vier Funktionen zwischen den Fächern deutlich variiert: Während es in stark kompetitiven Fächern von Bedeutung ist, die Priorität einer wissenschaftlichen Leistung zu markieren, ist dies in eher additiv vorgehenden Fächern von nachrangiger Relevanz. Ähnliches gilt auch für die Zertifizierung: Peer Review ist je nach Fach in unterschiedlichem Umfang institutionalisiert, und Ausmaß und Bedeutung variieren abhängig davon, ob sich im Fach allgemeingültige Qualitätsstandards durchgesetzt haben. Schließlich schwankt auch die Bedeutung der Archivierung. In Fächern, in denen Klassiker gelesen werden, dürfte sie etwa höher sein als in Bereichen, in denen Wissen schnell veraltet.

„Green“ oder „Golden“?

Eine letzte Feststellung betrifft die verschiedenen Spielarten von OA. Zwar zielen sie alle darauf ab, die Verbreitungsfunktion zu stärken, berühren aber zumindest zum Teil auch andere Funktionen. Zwei Beispiele: „Green“ OA führt zu einer Beschleunigung der Registrierung von Beiträgen und erbringt in hoch kompetitiven Fächern einen zusätzlichen Nutzen. Über Publikationsgebühren finanzierte „Golden“ OA-Journale dagegen verkoppeln finanzielle und herausgeberische Aspekte stärker als das klassische Subskriptionsmodell. Dies wird in einigen Fächern als Bedrohung der Unabhängigkeit der Zertifizierung wahrgenommen.

Daher möchten wir an dieser Stelle keine Empfehlung für ein bestimmtes OA-Modell aussprechen. Stattdessen sollte die Kommunikationswissenschaft alle Spielarten systematisch auf ihre Tauglichkeit für das Fach prüfen – und zwar im Lichte der genannten vier Funktionen!

**NIELS TAUBERT (BERLIN) &
PETER WEINGART (BIELEFELD)**



Foto: krockenmitte/photocase.com

Die Nadel im Heuhaufen sichtbar machen

Einen Text im Internet zu veröffentlichen, ist mit der Platzierung der sprichwörtlichen Nadel im Heuhaufen vergleichbar. Der Text ist da, aber wo? Damit ist auch schon die Kernaufgabe eines Verlages umrissen: Er sorgt dafür, diese Nadel sichtbar zu machen. Er publiziert qualitativ hochwertige Inhalte und sorgt für die Auffindbarkeit durch den Leser – z. B. mittels einer eingeführten Datenbank wie SpringerLink. Zu den digitalen Leistungen eines Verlages im Einzelnen gehören:

- Bereitstellung digitaler Inhalte in einer Datenbank,
- technische Aufbereitung der Inhalte,
- Archivierung der Inhalte und Sicherung des Zugangs,
- Erstellung von Metadaten und Suchmaschinenoptimierung,
- Qualität und Bereitstellung von anerkannten Systemen zur besseren Organisation von Review-Verfahren,
- Marketingaktivitäten, die zur Verbreitung beitragen.

Diese Leistungen muss ein Verlag finanzieren. Das kann über Abonnements auf Leserseite, also den Verkauf von Inhalten, gewährleistet werden. Es kann aber ebenso über ein auf Autoreiseite finanziertes Geschäftsmodell – das sog. „Golden Open Access“ – geschehen. Für jeden Leser ist die Publikation dann kostenfrei, und der Verlag finanziert seine Leistung über eine Publikationsgebühr. Eine Mischform ist das sog. „Green Open

Access“-Modell, bei der der Autor sein beim Verlag für die herkömmliche Publikationsweise eingereichtes Manuskript parallel selbst online veröffentlichen kann.

Springer Science+Business Media, und dazu gehört auch Springer VS, ist der weltweit größte Open-Access-Verlag mit inzwischen über 400 OA-Zeitschriften und unterstützt beide Open-Access-Modelle. Seit 2004 bietet Springer für die meisten Zeitschriften eine Open-Access-Option an. 2008 übernahm Springer den erfolgreichen Open-Access-Verlag BioMed Central und begann wenig später mit Springer Open auch ein Portfolio von reinen OA-Zeitschriften außerhalb der Biomedizin aufzubauen. 2012 erweiterte Springer sein Open-Access-Angebot auch auf Bücher.

Die Verbreitung von Open Access unterscheidet sich von Fach zu Fach. Vor allem in den schnelllebigen Lebenswissenschaften, in denen Forschungsbeiträge relativ kurzfristig rezipiert werden, ist Open Access erfolgreich. In den Sozial- bzw. Kommunikationswissenschaften ist ein zunehmendes Interesse an Open Access spürbar. Dies wird zu entsprechenden Angeboten führen, auch wenn die passenden Modelle noch diskutiert und entwickelt werden müssen. Springer wird weiterhin in den Geschäftsbereich Open Access investieren – im Dialog mit den Akteuren im jeweiligen Fachbereich.

**BARBARA EMIG-ROLLER &
ANDREAS BEIERWALTES (WIESBADEN)**

Experimente sind gefragt!

Open Access beinhaltet Chancen für die größere Verbreitung von wissenschaftlichen Erkenntnissen. Ob diese Chancen realisiert werden, hängt wesentlich davon ab, dass wir Wissenschaftler_innen uns in die derzeit stattfindende Umstrukturierung des wissenschaftlichen Publikationssystems stärker einmischen. Auf der einen Seite ist die Frage zu stellen, wer die Finanzierung der frei zugänglichen Zeitschriften übernehmen wird. Dazu gibt es Initiativen der Wissenschaftsförderungsgesellschaften und Universitätsbibliotheken. Zugleich ist klar, dass die großen Wissenschaftsverlage versuchen, ihre Gewinnmargen u. a. durch enorm hohe Geldforderungen an Autor_innen zu erhalten. Deshalb ist es notwendig, mit verschiedenen Open-Access-Modellen zu experimentieren, um das Feld nicht dem privaten Gewinnstreben zu überlassen.

Die Zeitschrift „Media and Communication“ (MaC), die ich zusammen mit Hannes Haas (bei Drucklegung erreichte mich die erschütternde Nachricht von seinem Tod) und Bradley S. Greenberg herausgibt, ist so ein Experiment. MaC wird von

Cogitatio verlegt, das den Verhaltenskodex des „Committee on Public Ethics“ unterstützt und dem Prinzip verpflichtet ist, Forschungsergebnisse frei zugänglich zu machen, um den globalen Austausch von Wissen zu fördern. António Vieira ist einer der Initiatoren von MaC und wickelt alle laufenden Geschäfte ab – von der Organisation des Reviews über den Kontakt zu den Autor_innen bis hin zur eigentlichen Veröffentlichung. Cogitatio sucht nach einem Finanzierungskonzept, das Autor_innen nicht persönlich für die Veröffentlichung ihrer Artikel bezahlen lässt. So gibt es einerseits eine institutionelle Mitgliedschaft. Den andernfalls anfallenden Publikationsbeitrag müssen nur jene leisten, bei denen die Kosten durch Organisationen, Projekte, Stipendien etc. getragen werden. Zudem verbleiben alle Rechte an den Artikeln bei den Autor_innen. Ob das Modell tragfähig ist, wird sich zeigen. Klar ist derzeit lediglich, dass wir alle verlieren werden, wenn wir die Open-Access-Entwicklung verschlafen.

ELISABETH KLAUS (SALZBURG)

SCM: Auf dem steinigen Weg zu Open Access

DE
BATE
TE

Seit 2012 erscheinen die „Studies in Communication|Media“ (SCM) als Fachzeitschrift der DGPK beim Nomos-Verlag. Seither haben sich die meisten Überlegungen bestätigt, die zur Gründung dieses ersten kommunikationswissenschaftlichen Online-Journals in deutscher Sprache geführt hatten:

- Die DGPK als Herausgeberin, das Marketing des Nomos-Verlags und nicht zuletzt die Unterstützung aller Beteiligten haben

SCM innerhalb kurzer Zeit in der deutschsprachigen Fach-Community bekannt gemacht. Zwar liegen hierzu keine validen Daten vor, dennoch scheinen nahezu alle Kollegen, mit denen man spricht, die Zeitschrift zumindest vom Namen her zu kennen.

- Der Output der deutschsprachigen Kommunikationsforschung und die Attraktivität des

neuen Journals sind so groß, dass bereits nach kurzer Zeit die kritische Masse an Einreichungen erreicht war. 2013 waren es 35 Beiträge von 58 Autorinnen und Autoren. Die Ablehnungsquote 2013 lag bei 29 Prozent; diese Zahl kann noch steigen, da einige Einreichungen derzeit im Verfahren sind.

- Der Wegfall von Druck und Distribution ermöglicht eine spürbar kürzere Zeit zwischen der Einreichung und der Publikation von Aufsätzen. Dazu haben auch unsere Gutachter beigetragen. Nahezu alle angefragten Kol-

leginnen und Kollegen waren ohne Zögern bereit, Einreichungen für SCM zu begutachten. So kamen 2013 insgesamt 91 Reviews von 73 Kollegen zustande. Die weitaus meisten Reviewer hielten sich an die genannten Fristen.

Nur wenige Abonnenten

Eine Hoffnung allerdings hat sich nicht erfüllt: dass SCM als kostenpflichtiges Journal auf dem Leser- bzw. Bibliotheksmarkt nennenswerte Erlöse erzielt. In Zeiten steter Kürzungen und Einsparungen fanden sich nur wenige persönliche und institutionelle Abonnenten. Offensichtlich ist es auch Bibliotheken bzw. Instituten schwer zu vermitteln, eine neue kommunikationswissenschaftliche Fachzeitschrift dauerhaft zu finanzieren. Der einzig gangbare Weg ist die Umstellung auf Open Access (Gold) – eine Lösung, die der Fachgesellschaft, den Autoren und Lesern nützt, die aber irgendwie bezahlt werden muss.

Mit der bisherigen Unterstützung durch die DGPK lassen sich die Verlagskosten für die Technik und Vermarktung sowie der redaktionelle Aufwand für die Organisation des Review-Prozesses und die Endredaktion allerdings nicht finanzieren.

Erfreulicherweise existiert die Möglichkeit einer DFG-Anschubfinanzierung für neue Open-Access-Journals, die der DGPK-Vorstand in Zusammenarbeit mit den Herausgebern im August 2013 beantragt hat. Wir gehen davon aus, spätestens auf der DGPK-Tagung in Passau die Fachgesellschaft über den – hoffentlich positiven – Ausgang dieses Antrages informieren zu können.

Optionen für die Zukunft

Sollte das nicht klappen, blieben grundsätzlich zwei Möglichkeiten: eine Anhebung der bisherigen DGPK-Förderung oder die Einführung von Publikationsgebühren für die Autoren. Die



Foto: Andreasi, photocase.com

Herausgeber und der DGPK-Vorstand sind sich jedoch einig, dass Gebühren für die Einreichenden bei SCM nicht in Frage kommen.

Damit unterscheidet sich SCM von drei später erschienenen, englischsprachigen Open-Access-Journals mit Peer Review. Zwei tragen sogar zufälligerweise (?) auch „Media“ und „Communication“ im Namen: Bei „Media and Communication“ des Cogitatio-Verlags können Autoren bzw. ihre Institutionen für eine Jahresgebühr beliebig viele Beiträge einreichen – ein durchaus kreatives Arrangement (siehe den Beitrag von E. Klaus zu dieser „Debatte“). Bei den „Studies in Media and Communication“ des Redfame-Verlags werden 200 US-Dollar pro Publikation fällig. Pikant ist bei dieser Zeitschrift nicht nur die weitgehende Namensgleichheit mit unseren SCM, sondern auch die Zeitspanne von wenigen Tagen zwischen Einreichung und Annahme. In dieser Zeit könnten zumindest wir keinen soliden Review-Prozess durchführen. Ein drittes Open-Access-Journal „Advances in Journalism and Communication“ der Scientific Research Publishing (SCIRP) braucht immerhin einen Monat fürs Reviewing und verlangt „Article Processing Charges“ in Höhe von mindestens 400 Dollar pro Beitrag.

Qualitätsdebatte erscheint dringend geboten

Die Beispiele zeigen: Der Journal-Markt ist sehr dynamisch und in Bezug auf Qualitätsgesichtspunkte immer schwerer zu durchblicken. Bei naturwissenschaftlichen Open-Access-Journals (Science 342 (6154): 60-64) wurden von 304 eingereichten komplett erfundenen Fake-Papers 157 angenommen. Für die Sozial- und Geisteswissenschaften erscheint eine Qualitätsdebatte ebenfalls dringend geboten.

Fazit: Die „Studies in Communication|Media“ (SCM) haben sich etabliert und sind auf einem guten, wenn auch steinigem Weg. Allerdings bringen die Einführung digitaler Journals und der durchaus erfreuliche Erfolg des Open-Access-Systems den Publikationsmarkt erheblich in Bewegung. Das ruft auch Anbieter mit teilweise unklarer Reputation auf den Plan. Wir sind optimistisch, dass die DGPK-Mitglieder hier genau hinschauen und das E-Journal ihrer Fachgesellschaft weiter intensiv unterstützen.

**IM NAMEN DER SCM-HERAUSGEBER:
WOLFGANG SCHWEIGER (STUTT GART)**

Handbuch Medienrezeption



Handbuch Medienrezeption

Herausgegeben von Carsten Wünsch, Holger Schramm, Volker Gehrau und Helena Bilandzic

2014, ca. 450 S., brosch., 49,- €, ISBN 978-3-8329-6610-2

Erscheint ca. März 2014

www.nomos-shop.de/13634

Das Handbuch Medienrezeption liefert in 26 Beiträgen namhafter Rezeptionsforscherinnen und -forscher einen umfassenden Überblick über die Gegenstände und Theorien der Rezeptionsforschung. Es wird jeweils der aktuelle theoretische und empirische Forschungsstand präsentiert und aus einer kommunikationswissenschaftlichen Perspektive reflektiert.

Mit Beiträgen von:

Stefanie Averbek-Lietz | Anne Bartsch | Helena Bilandzic | Marco Dohle | Andreas Fahr | Volker Gehrau | Uli Gleich | Nina Haferkamp | Maren Hartmann | Uwe Hasebrink | Matthias R. Hastall | Andreas Hepp | Joachim R. Höflich | Merja Mahrt | Jörg Matthes | Özen Odağ | Elizabeth Prommer | Christian Schemer | Holger Schramm | Stephan Schwan | Denise Sommer | Monika Suckfüll | Ralph Weiß | Werner Wirth | Jens Woelke | Carsten Wünsch

Bestellen Sie jetzt telefonisch unter 07221/2104-37.
Portofreie Buch-Bestellungen unter www.nomos-shop.de



Nomos

Wissenschaft braucht gute Verlage

Am 10. Mai 2009 wurde die erste Rezension im r:k:m-Journal online gestellt. Seitdem erschienen 380 Einzel- und 19 Sammelrezensionen sowie vier Essays und fünf Rezensionen von Klassikern. Achim Eschbachs Rezension von Karl Bühlers „Sprachtheorie“ wurde innerhalb eines knappen Jahres 1.200 Mal aufgerufen. Insgesamt verzeichnet r:k:m einen regelmäßig ansteigenden Besucherstrom und eine kontinuierliche Veröffentlichung von Rezensionen. Wir können also mit Fug und Recht behaupten, dass die Rezensionen „sichtbar“ sind und gelesen werden. Und sie sind kostenlos? Sind sie natürlich nicht. Denn die beträchtliche Arbeit, die die Redaktionsmitglieder in r:k:m stecken, wird dankenswerterweise von der Stiftung Presse-Haus NRZ finanziert. Der Verlag stellt sein Know-how gratis zur Verfügung, hält die gesamte „Technik“ bereit und ist für die Redaktion in technischen Fragen immer ansprechbar.

Gewinn an Reputation

Ist das nun Open Access? Begrifflichkeiten. Wir tun mit r:k:m das, was ein wissenschaftlicher Verlag nun einmal tut. Wir bieten relevanten und durch eine Redaktion geprüften Inhalten eine für die Wissensvermittlung geeignete und auch ansprechende Plattform, betten sie in ein inhaltliches Programm ein, für welches wir

über eine entsprechende Kompetenz verfügen und sorgen insgesamt für ihre Verbreitung. Die Kosten, die uns dabei entstehen, müssen natürlich refinanziert werden. Bei r:k:m, und auch bei unserem Online-Lexikon der Kommunikationswissenschaft BLexKom, entstanden uns Einmalkosten, die wir über den verstärkten Kontakt zu den Lesern unserer Bücher sowie über den Gewinn an Reputation „verrechnen“. Das lässt sich allerdings nicht ewig fortsetzen.

Bezahlen müssen Leser und Autoren

Wir sind nach wie vor davon überzeugt, dass Wissenschaft gute wissenschaftliche Verlage braucht. Verlage, die die Spreu vom Weizen trennen; Verlage die sich für die Richtigkeit und verständliche Präsentation der zu vermittelnden Inhalte einsetzen. Bezahlen müssen dafür die Leser und leider zum Teil auch die Herausgeber und Autoren (auch wenn diese am wirtschaftlichen Erfolg ihrer Arbeit partizipieren können). Open Access, in welcher Form auch immer, führt letztlich dazu, dass diese wichtigen Funktionen der Wissenschaftsverlage an Bedeutung verlieren.

Im Rahmen von Open Access können spannende Projekte realisiert werden. Aber Open Access ist kein Weg, um Qualität im wissenschaftlichen Publizieren dauerhaft zu gewährleisten.

HERBERT VON HALEM (KÖLN)

Online-Konsultation

Die Veröffentlichung und Rezeption wissenschaftlicher Publikationen ist enormen Veränderungen unterworfen. Welche Art von Publikationssystem brauchen wir? Eine Arbeitsgruppe der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften (BBAW) möchte die Stimme der Wissenschaft stärken und erarbeitet Empfehlungen zum Publizieren. Dazu sind Sie herzlich zum Mitmachen aufgefordert: Auf einer Online-Plattform ha-

ben Sie zwischen dem 18.3.2014 und dem 17.4.2014 die Möglichkeit, auf die Empfehlungen Einfluss zu nehmen. Zum einen werden dort Kriterien zur Ausgestaltung des Publikationssystems zur Diskussion gestellt. Zum anderen haben Sie die Gelegenheit, auf konkrete, sich in Ihrem Fach oder auch Fächer übergreifend stellende Problemlagen hinzuweisen und diese zu diskutieren. Machen Sie mit unter: www.publikationssystem.de.

Fachgruppen-Reihen im Open Access

Buchreihen von Fachgruppen bündeln fachlich verwandte Veröffentlichungen in Form von Dissertationen, thematischen Herausgeber- und Tagungsbänden. Im Laufe der Zeit werden sie häufig zu einer Marke, die Aufmerksamkeit generiert und – bei entsprechender Betreuung durch Herausgeber (und ggf. Verlage) – ein Qualitätsindikator für die Arbeit innerhalb der Fachgruppe sein kann. Umstritten ist allerdings, ob solche Buchpublikationen generell zielführend sind. Schließlich sind international (insbesondere im anglo-amerikanischen Raum) Journal-Publikationen nicht nur üblicher, sondern besitzen aufgrund etablierter Qualitätssicherungssysteme eine größere Reputation und Reichweite. Wir argumentieren allerdings, dass mit der Digitalisierung der Medien auch in der Wissenschaft die starren Grenzen zwischen Medien und Teilöffentlichkeiten verwischen und sich für Fachgruppenreihen durch Open-Access-Modelle zukunftsfähige und neue Publikationsformen ergeben. Eine solche Open-Access-Reihe entsteht aktuell in der Fachgruppe Computervermittelte Kommunikation unter dem Namen „Digital Communication Research“ (DCR).

Ein zentrales Argument für Open Access ist die Sichtbarkeit und Zugänglichkeit entsprechender Publikationen, da sie in Kataloge und Datenbanken eingetragen und dort recherchiert werden können, ohne dass sie etwa zuvor von einer Bibliothek gekauft werden müssten. Dazu wird DCR im DFG-geförderten Social Science Open Access Repository (SSOAR) der GESIS hinterlegt. Damit sind die Bände gleichzeitig auch direkt über Suchmaschinen recherchierbar und können sofort im Browser als Volltext gelesen werden. Zudem werden Beiträge in Sammelbänden als Einzeltexte erfasst und hinterlegt. Jeder Beitrag in einem DCR-Band ist also einzeln recherchier- und abrufbar und hat – wie ein Journal-Artikel – einen eigenen Persistent Identifier (DOI-Nummer und URN), der eine dauerhafte Speicherung gewährleistet. Dass entsprechende Bücher – je nach Reihenkonzept – unter Umständen nicht mehr in Verlagskatalogen geführt

werden, dürfte dadurch in der Praxis mehr als aufgewogen werden.

Ein häufig mit Buchpublikationen in Verbindung gebrachter Kritikpunkt ist die nicht durchgängig gewährleistete wissenschaftliche Qualitätssicherung. Diese Frage ist allerdings unabhängig von der Publikationsform: Peer Reviews lassen sich für Fachgruppenreihen grundsätzlich in der gleichen Form organisieren wie bei einem „Special Issue“ eines Journals. Durch ein solches Verfahren, das bei DCR-Bänden fest verankert sein wird, könnten z. B. Tagungsbände von Fachgruppen zukünftig stärker den Charakter digitaler „Conference Proceedings“ erhalten, die sich an etablierten Qualitätssicherungsverfahren orientieren und die in anderen Fächern bereits renommiert sind.

Während Open-Access-Publikationen von den Lesern kostenlos genutzt werden können, sind sie für die Produzenten hingegen durchaus mit Kosten verbunden. Diese sind für die Autoren bzw. Herausgeber allerdings deshalb geringer, weil weder für Druck noch Vertrieb bezahlt werden muss (wodurch die Publikationen auch schneller erscheinen können). Jedoch fallen weiterhin Kosten im Rahmen von Lektorat und administrativen Tätigkeiten an.

Hier sind Engagement und Eigeninitiative der Produzenten gefragt – wie bei vielen Verlagspublikationen auch.

Fachgruppenreihen wie DCR haben in jedem Fall den Vorteil, dass sie durch Zuschüsse der Fachgesellschaft und Tagungsbudgets diese Kosten decken können. Eine solche Anbindung an Fachgesellschaften scheint uns grundsätzlich ein lohnendes Zukunftsmodell für Open-Access-Publikationen zu sein.

**MARTIN EMMER (BERLIN) &
CHRISTINA SCHUMANN (ILMENAU)**

DE
BAT
TE



Foto: HerrSpecht/photocase.com

Die Open-Access-Buchreihe „NEU“

DEBATE

Die Buchreihe „NEU – Nachhaltigkeits-, Energie- und Umweltkommunikation“ hat zwei Zielsetzungen: Zum einen soll für das Forschungsfeld der Nachhaltigkeits-, Energie- und Umweltkommunikation ein Forum geschaffen werden, an dem die Ergebnisse hervorragender Forschungsarbeiten zusammenkommen. Zum anderen sollen die dort versammelten Ergebnisse allen Interessierten ohne Hindernis frei zur Verfügung stehen. Durch die Bündelung und den einfachen Zugang wird die Sichtbarkeit der kommunikationswissenschaftlichen Forschung in diesem gesellschaftlich relevanten Themenbereich erhöht.

Sofort und kostenfrei

Es war von Anfang an klar, dass für die Erreichung dieser Zielsetzung nur der „goldene Weg“ des Open Access in Frage kommt, also die sofortige und kostenfrei zugängliche Online-Veröffentlichung. Gleichzeitig sollten aber noch zwei

weitere Anforderungen umgesetzt werden: Zum einen sollen zusätzlich zu den Onlineversionen auch qualitativ hochwertige Printpublikationen möglich sein, und – das ist der wichtigste Punkt – die zur Veröffentlichung vorgesehenen Texte müssen ein inhaltliches Qualitäts-sicherungsverfahren durchlaufen.

Für Qualitätssicherung in der Wissenschaft sind die Wissenschaftler zuständig und verantwortlich. Diese Aufgabe kann ihnen niemand abnehmen – auch nicht die Verlage. Letztendlich hängt es von der Sorgfalt, der Redlichkeit und

dem Engagement der prüfenden Kollegen ab, ob sie dieser Anforderung gerecht werden. Die Reihe NEU wird von vier Herausgebern aus drei Universitäten verantwortet – Jens Wolling aus Ilmenau, Oliver Quiring aus Mainz und Heinz Bonfadelli sowie Mike S. Schäfer aus Zürich. Zudem ist geplant, für die Begutachtung von eingereichten Arbeiten fallweise weitere Kollegen hinzuziehen, denn für die Qualitätssicherung ist Peer Reviewing unumgänglich.

Auch in gedruckter Form

Um die genannten Zielsetzungen zu realisieren, kooperieren die Herausgeber mit dem Universitätsverlag Ilmenau. Beim Universitätsverlag Ilmenau handelt es sich um eine Einrichtung der Universitätsbibliothek, die sich zum Ziel gesetzt hat, zu einer „optimalen Sichtbarkeit, Verbreitung und Rezeption der wissenschaftlichen Veröffentlichungen“ des Verlags beizutragen. Um dieses Ziel zu erreichen, beschreitet der Verlag den Weg des Open Access. Die im Universitätsverlag veröffentlichten Werke können darüber hinaus auch in gedruckter Form erscheinen. Die etablierten Kontakte des Verlags mit einer Druckerei garantieren einen problemlosen, professionellen Workflow, hervorragende Druckqualität inklusive farbiger Abbildungen – und das bei sehr niedrigen Druckkostenzuschüssen von etwa 2 bis 3 Euro und günstigen Ladenpreisen für das gedruckte Buch zwischen 20 und 30 Euro. Der Verlag sorgt zudem dafür, dass die Werke die üblichen Nummern (ISBN etc.) erhalten, in relevanten Katalogen sowie im (Online-)Buchhandel recherchier- und bestellbar sind, in einer digitalen Bibliothek permanent gespeichert werden und dauerhaft im Open Access abrufbar sind.

Um die Serie für die wissenschaftliche Community und die interessierte Öffentlichkeit leichter auffindbar zu machen, haben die Herausgeber zudem eine Webseite aufgesetzt, die über die Idee der Reihe und über die Publikationen informiert und nähere Informationen für potentielle Autoren bietet: www.neu-kommunikation.de.

**JENS WOLLING (ILMENAU) &
OLIVER QUIRING (MAINZ)**

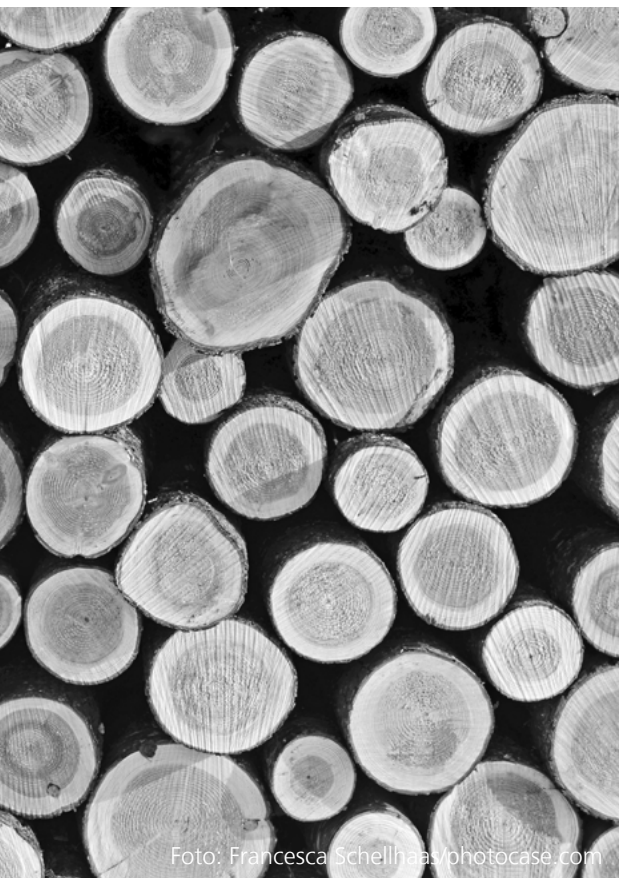


Foto: Francesca Schellhaas/photocase.com

Was können Bibliotheken tun?

Das Publizieren in Open-Access-Formaten tangiert nicht nur Autoren, Leser und Verlage. Auch Bibliotheken sind maßgeblich involviert – und sie können Wissenschaftler auf vielerlei Weise bei Open-Access-Publikationen unterstützen:

Praktisch

Viele Bibliotheken publizieren wissenschaftliche Dokumente auf hauseigenen oder in Kooperation betriebenen Servern, sog. Repositories. Dabei beschreiben sie die Dokumente mit bibliographischen Daten nach internationalen Standards (Metadaten). Die Metadaten werden angereichert mit Abstracts, Schlagworten und Klassifikationsangaben. Diese Daten stehen dann für den Austausch über OAI-Schnittstellen anderen Repositories oder Katalogservern wie WorldCat zur Verfügung. Sie sind zudem über spezielle Suchmaschinen wie BASE auffindbar – eine der weltgrößten Suchmaschinen speziell für wissenschaftliche Open-Access-Dokumente, die von der Universitätsbibliothek Bielefeld betrieben wird.

Beratend

Bibliotheken können Autoren zudem zu rechtlichen Fragen informieren. Sie empfehlen den Einsatz von Creative-Commons-Lizenzen für die von rechtlichen Barrieren möglichst freie Weitergabe und Weiterverarbeitung von Wissen. Sie unterstützen die Autoren bei der Umformatierung in ein langzeitarchivierungsgeeignetes Format. Sie beraten – oft in Zusammenarbeit mit den Rechenzentren – bei der Umsetzung von Projekten z. B. für neue Open-Access-Zeitschriften. Sie informieren auf Doktoranden-Workshops, Tagungen, Kongressen über die Möglichkeiten von Open-Access-Publikationen.

Finanziell

Diese Services von Bibliotheken sind für Angehörige der entsprechenden Einrichtungen meist kostenlos, oder es wird nur eine geringe Bearbeitungsgebühr erhoben.

Langfristig/nachhaltig

Von Bibliotheken und Wissenschaftseinrichtungen betriebene Repositorien streben einheitliche, international anerkannte Qualitätsstandards an (DINI-Zertifikat). Diese bilden den Rahmen für Basisdienstleistungen, für die internationale Austauschbarkeit der Daten, für gesicherte Langzeitverfügbarkeit und Infrastruktur (Veröffentlichungsvertrag, dauerhafte Webadressierung, Ausfallsicherheit der Server, Datensicherung, etwa Backup und Recovery, sowie Datensicherheit, z. B. MD5, elektronische Signatur). Die Nachhaltigkeit wird in Leitlinien zum Betrieb des Repositories dokumentiert.

Strukturell

Bibliotheken vernetzen ihre Repositories zudem in größeren Open-Access-Netzwerken und bereichern sie mit zusätzlichen Diensten an. Die Repositorien dienen oft der Präsentation und der Dokumentation der wissenschaftlichen Leistung einer Einrichtung (Hochschulbibliographie, Forschungsdatenbank) nach außen.

Politisch

Bibliotheken verpflichten sich, den Open-Access-Gedanken einzuhalten und mit Nachdruck zu fördern. Sie thematisieren den Open-Access-Gedanken in ihrer Einrichtung und „werben“ auf diese Weise Dokumente ein. Sie sorgen auf allen Ebenen (Leitungsebene, Fakultäten, Gremien, Autoren) für die Verbreitung des Open-Access-Gedankens.

Fortschrittlich

Die Bibliotheken beobachten die aktuellen Entwicklungen im Wissenschaftsbereich und erweitern ihr Service-Angebot entsprechend – etwa in den Bereichen Open Data oder Open Science und im Rahmen größerer DFG-Projekte wie der Initiative „Future Publications in den Humanities“ (Fu-PusH).

UTE WINTER (RECHEN- UND MEDIENZENTRUM DER UNIVERSITÄT ERFURT)



Behmer, Markus; Bernard, Birgit & Hasselbring, Bettina (Hg.) (2014). Das Gedächtnis des Rundfunks. Die Archive der öffentlich-rechtlichen Sender und ihre Bedeutung für die Forschung. Wiesbaden: Springer VS. 452 S.

Betz, Joachim & Kübler, Hans-Dieter (2013). Internet Governance. Wer regiert wie das Internet? Wiesbaden: Springer VS. 268 S.

Breitenborn, Uwe; Frey-Vor, Gerlinde & Schurig, Christian (2013). Medienumbrüche im Rundfunk seit 1950. Köln: von Halem. 228 S.

Eberwein, Tobias (2013). Literarischer Journalismus. Theorie – Traditionen – Gegenwart. Köln: von Halem. 280 S.

Englert, Carina Jasmin (Hg.) (2014). Der CSI-Effekt in Deutschland. Die Macht des Crime-TV. Wiesbaden: Springer VS. 334 S.

Falkenberg, Viola (2014). Pressemitteilungen schreiben. In 10 Schritten zum professionellen Presstext. 7., vollst. überarb. u. akt. Aufl. Frankfurt: F.A.Z.-Institut. 268 S.

Geise, Stephanie & Lobinger, Katharina (2014). Visual Framing. Perspektiven und Herausforderungen der Visuellen Kommunikationsforschung. Köln: von Halem. 368 S.

Haller, Michael (2013). Das Interview. 5., völlig überarb. Aufl. Reihe: Praktischer Journalismus, Bd. 6. Konstanz: UVK. 346 S.

Hartmann, Maren (2013). Domestizierung. Reihe: Konzepte, Bd. 9. Baden-Baden: Nomos. 173 S.

Hepp, Andreas (2013). Medienkultur. Die Kultur mediatisierter Welten. 2., erw. Aufl. Wiesbaden: Springer VS. 164 S.

Hettinger, Holger & Kramp, Leif (2013). Kultur. Basiswissen für die Medienpraxis. Köln: von Halem. 256 S.

Jacke, Christoph (2013). Einführung in Populäre Musik und Medien. Reihe: Populäre Kultur und Medien, Bd. 1. 2. Aufl. Münster: Lit. 328 S.

Jecker, Constanze (2014). Entmans Framing-Ansatz. Theoretische Grundlegung und empirische Umsetzung. Konstanz: UVK. 454 S.

Karmasin, Matthias; Rath, Matthias & Thomaß, Barbara (Hg.) (2013). Normativität in der Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden: Springer VS. 486 S.

Karmasin, Matthias; Rath, Matthias & Thomaß, Barbara (Hg.) (2014). Kommunikationswissenschaft als Integrationsdisziplin. Wiesbaden: Springer VS. 372 S.

Klaus, Elisabeth & Wischermann, Ulla (2013). Journalistinnen. Eine Geschichte in Biographien und Texten 1848 – 1990. Reihe: Journalismus: Theorie und Praxis, Bd. 18. Münster: Lit. 384 S.

Lampert, Marie & Wespe, Rolf (2013). Storytelling für Journalisten. 3., überarb. Aufl. Reihe: Praktischer Journalismus, Bd. 89. Konstanz: UVK. 250 S.

Lintemeier, Klaus & Rademacher, Lars (Hg.) (2013). Stakeholder Relations. Nachhaltigkeit und Dialog als strategische Erfolgsfaktoren. München: MHMK University Press. 92 S.

Loosen, Wiebke & Dohle, Marco (Hg.) (2014). Journalismus und (sein) Publikum. Schnittstellen zwischen Journalismusforschung und Rezeptions- und Wirkungsforschung. Wiesbaden: Springer VS. 355 S.

Möhring, Wiebke & Schlütz, Daniela (Hg.) (2013). Handbuch standardisierte Erhebungsverfahren in der Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden: Springer VS. 389 S.

Perrin, Daniel & Albrecht, Christine (2013). Zuhören im Coaching. Wiesbaden: Springer VS.

Porlezza, Colin (2014). Gefährdete journalistische Unabhängigkeit. Zum wachsenden Einfluss von Werbung auf redaktionelle Inhalte. Reihe: Forschungsfeld Kommunikation, Bd. 33. Konstanz: UVK. 290 S.

Rademacher, Lars; Wawrzinek, David & Kowalewski, Kamilla (Hg.) (2013). Unternehmenskultur & Corporate Identity. Ein Lehr- und Arbeitsbuch. Münster: Lit. 158 S.

Roloff, Eckart (2013). Die publizistische Entdeckung des Patienten. Eine Presseanalyse zum Medizinjournalismus und zu den ersten Herztransplantationen. Reihe: Medien+Gesundheit, Bd. 8. Baden-Baden: Nomos. 294 S.

Rossmann, Constanze & Hastall, Matthias R. (Hg.) (2013). Medien und Gesundheitskommunikation. Befunde, Entwicklungen, Herausforderungen. Baden-Baden: Nomos. 306 S.

Röttger, Ulrike; Gehrau, Volker & Preusse, Joachim (Hg.) (2013). Strategische Kommunikation. Umriss und Perspektiven eines Forschungsfeldes. Wiesbaden: Springer VS. 351 S.

Schmidt, Jan-Hinrik (2013). Social Media. Reihe: Medienwissen kompakt. Wiesbaden: Springer VS. 102 S.

Scholten, Heike & Kamps, Klaus (Hg.) (2014). Abstimmungskampagnen. Politikvermittlung in der Referendumsdemokratie. Wiesbaden: Springer VS. 490 S.

Schramm, Holger & Knoll, Johannes (2014). Innovation der Persuasion. Die Qualität der Werbe- und Markenkommunikation in neuen Medienwelten. Köln: von Halem. 328 S.

Seufert, Wolfgang & Sattelberger, Felix (Hg.) (2013). Langfristiger Wandel von Medienstrukturen. Theorien, Methoden, Befunde. Reihe: Medienstrukturen, Bd. 4. Baden-Baden: Nomos. 283 S.

Seufert, Wolfgang & Wilhelm, Claudia (2014). Mediennutzung als Zeitallokation. Zum Einfluss der verfügbaren Zeit auf die Medienauswahl. Reihe: Rezeptionsforschung, Bd. 30. Baden-Baden: Nomos. 233 S.

Süss, Daniel; Lampert, Claudia & Wijnen, Christine W. (2013). Medienpädagogik. Ein Studienbuch zur Einführung. Reihe: Studienbücher zur Kommunikations- und Medienwissenschaft. 2. Aufl. Wiesbaden: Springer VS. 264 S.

Wimmer, Jeffrey & Hartmann, Maren (Hg.) (2014). Medienkommunikation in Bewegung. Mobilisierung – Mobile Medien – Kommunikative Mobilität. Wiesbaden: Springer VS. 315 S.

Zillich, Arne Freya (2013). Fernsehen als Event. Unterhaltungserleben bei der Fernsehrezeption in der Gruppe. Köln: von Halem. 320 S.

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

Bücher

von DGPUK-Mitgliedern

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

Die angezeigten Monographien und Sammelbände sind in den letzten Monaten erschienen. Die Liste beruht auf Hinweisen von Autoren sowie auf den Ankündigungen der Verlage Lit, Nomos, UVK, Halem und Springer VS. Wenn Sie bei anderen Verlagen publizieren, aber in der „Aviso“-Liste erscheinen wollen, bitten wir um eine kurze Information per Mail an die Redaktion.

In der nächsten Ausgabe werden die internationalen Publikationen von DGPUK-Mitgliedern aus den Jahren 2013/14 veröffentlicht. Hierfür bitten wir Autoren von Monographien, Sammelbänden und Aufsätzen bis 15. Juli um Literaturangaben per Mail an weinachtstefan@aol.com. „Internationale“ Publikationen sind alle Veröffentlichungen, die nicht in deutscher Sprache erschienen sind (unabhängig vom Verlagsort).

FG Soziologie der Medienkommunikation „Soziologische Netzwerkforschung im digitalen Zeitalter“, 20.-21. September 2013, Trier

Teilnehmerzahl: 35; **Anzahl der Vorträge:** 15

Tagungsfazit: Im digitalen Zeitalter verändern sich Art und Ausmaß unserer sozialen Netzwerke z. T. dramatisch. Die Tagung hatte daher zum Ziel, diesen Veränderungen sowohl aus kommunikations- als auch aus netzwerksoziologischer Perspektive theoretisch wie methodisch differenzierter auf die Spur kommen. So komplex der aktuelle Kommunikations- und Medienwandel erscheint, so vielfältig fielen die einzelnen Tagungsbeiträge hinsichtlich ihrer theoretischen Fundierung und methodischen Umsetzung aus. Große Differenzen zeigten sich v. a. im analytischen wie praktischen Gebrauch des Netzwerkbegriffs. Einigkeit bestand aber, wie die gemeinsame Abschlussdiskussion nachdrücklich dokumentierte, in der Frage einer verstärkten Berücksichtigung und Aufarbeitung der ethischen Fragen und Problematiken aktueller Netzwerkforschung wie z. B. dem Datenschutz der erhobenen Netzwerkdienste und der betroffenen Akteure. Kooperationspartner der Tagung waren die Sektionen Soziologische Netzwerkforschung sowie Medien- und Kommunikationssoziologie der DGS.

JEFFREY WIMMER

Weitere Informationen:

<https://sites.google.com/site/soziologischenetzwerkforschung/herbsttagung-2013-1>

FG Methoden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

„Beobachtungsverfahren in der Kommunikationswissenschaft“,
26.-28. September 2013, Münster

Teilnehmerzahl: 70; **Anzahl der Vorträge:** 18

Tagungsfazit: Auf Einladung von Jens Vogelgesang, Carla Schieb und Thorsten Quandt fand die 15. Jahrestagung der Fachgruppe im vergangenen Jahr in Münster statt. Die große Zahl von Einreichungen zur apparativen Beobachtung sind Beleg für den großen Stellenwert dieses Verfahrens im Fach. Mehrere Vorträge waren zudem neuen Wegen bei der statistischen Auswertung von Beobachtungsdaten gewidmet. Unter der Leitung von Armin Scholl (Münster) diskutierten Monika Suckfüll (Berlin), Domingo Mendoza (Worpswede), Jutta Röser und Thorsten Quandt (beide Münster) zudem die

Herausforderungen im Spannungsfeld Medien und Gesundheit



Kostenlose Leseprobe



Medien und Gesundheitskommunikation

Befunde, Entwicklungen, Herausforderungen

Herausgegeben von Constanze Rossmann und Matthias R. Hastall

2013, 306 S., brosch., 49,- €

ISBN 978-3-8329-7967-6

(Medien + Gesundheit, Bd. 6)

www.nomos-shop.de/19913

Gesundheit und Krankheit zählen zu den größten Herausforderungen moderner Gesellschaften. Dieser Band widmet sich dem Spannungsfeld Medien, Gesundheit und Krankheit. Er enthält Beiträge zur medialen Darstellung von Gesundheitsthemen, zur Kommunikation in der Gesundheitsvorsorge, zu Strategien der Gesundheitsförderung sowie zu Chancen und Grenzen der Onlinekommunikation.

Bestellen Sie jetzt telefonisch unter 07221/2104-37.

Portofreie Buch-Bestellungen unter www.nomos-shop.de



Nomos

Frage, wann in der Kommunikationswissenschaft die Kombination der Beobachtung mit der Befragung notwendig ist und wann nicht. Der Preis für die beste Einreichung ging an Stephanie Geise und Patrick Rössler (Erfurt) und die Präsentationen der drei Paul-Lazarsfeld-Stipendiatinnen trugen einmal mehr zum hohen Niveau der Tagung bei. Die Diskussionen machten immer wieder deutlich, dass die Grenzen zwischen Beobachtung und Befragung einerseits und Inhaltsanalyse andererseits in der Forschungspraxis fließender erscheinen als in der Lehrbuchliteratur behauptet. Die reine Beobachtung war und ist im Fach weiterhin „methodisches Stiefkind“ (Hamachers/Gehrau), aber in Kombination mit anderen Verfahren scheint der Beobachtung gleichwohl eine vielversprechende Zukunft bevorzustehen.

JÖRG MATTHES & JENS VOGELGESANG

Weitere Informationen:

<http://www.dgpuk.de/fachgruppenad-hoc-gruppen/methoden-der-publizistik-und-kommunikationswissenschaft>

FG Internationale und Interkulturelle Kommunikation

„Transnational and Transcultural Communication Research in Central and Eastern Europe: Trends, Developments, Debates“, 3.-4. Oktober 2013, Wien/Bratislava

Teilnehmerzahl: 41; **Anzahl der Vorträge:** 22

Tagungsfazit: Die Tagung hatte einen spezifisch regionalen Fokus auf Ost- und Zentraleuropa, dem auch durch den doppelten Tagungsort in Wien und Bratislava Ausdruck verliehen wurde. Die geografische Perspektivverschiebung wirkte sich auf die Beiträge aus: Lag am ersten Tag in Wien vorrangig ein Fokus auf aktuellen politischen Kommunikationsprozessen, zumeist untersucht mit quantitativen Methoden, so wurde am zweiten Tag in Bratislava eher auf transkulturelle Kommunikationsprozesse, häufig auch in historischen Zusammenhängen, abgestellt. Die Tagung zeigte dabei die Bandbreite an Themen, theoretischen und methodischen Zugängen auf, mit denen sich transnationale und transkulturelle Kommunikationsprozesse untersuchen lassen. Die Vortragenden, die aus Deutschland, Österreich und der Slowakei, aber auch aus Russland, Tschechien, Ungarn, Litauen, Serbien, Rumänien und Slowenien sowie Belgien und den USA kamen, gaben dabei einen Einblick in den Status quo der Kommunikationsforschung in ihren Ländern zu Themen aus der Region, die in den letzten Jahren im Gegen-

satz zu den 1990ern zu Unrecht nicht mehr so prominent in der Kommunikationsforschung waren. **CAROLA RICHTER**

Weitere Informationen:

<http://www.oeaw.ac.at/cmc/iic2013/en/index.html>

FG Soziologie der Medienkommunikation „(Mis-)Understanding Political Participation“, 11.-12. Oktober 2013, München

Teilnehmerzahl: 80; **Anzahl der Vorträge:** 45

Tagungsfazit: Durch den rapiden und allumfassenden Fortschritt der modernen Kommunikationsmedien ergeben sich neben den althergebrachten Formen politischer Partizipation auch neue Mittel und Formen, um ziviles Engagement zu übernehmen. Vor diesem Hintergrund reflektierte die breit angelegte internationale Konferenz die aktuellen Folgen der Mediatisierung politischer Partizipation und fokussierte die Frage, inwieweit Protest- und Partizipationskulturen Bestandteil des alltäglichen Medienhandelns geworden sind. Inhaltliche Schwerpunkte lagen u. a. auf transnationalen, geschlechterspezifischen und populärkulturellen Aspekten von Online-Partizipation als auch auf demokratiefeindlichen Medienpraktiken und Partizipationsformen. Drei renommierte Keynote-SprecherInnen steckten den inter- und transdisziplinären Rahmen der Tagung ab: Bart Cammaerts (London School of Economics), Christina Scharff (King's College London) und Andreas Hetzel (Fatih University Istanbul). Kooperationspartner waren die Sektion Medien- und Kommunikationssoziologie der DGS sowie die Sektionen Communication & Democracy und Gender & Communication der ECREA. **JEFFREY WIMMER & CORNELIA WALLNER**

Weitere Informationen:

<http://www.ecrea-symposium.ifkw.uni-muenchen.de/programm/index.html>

FG PR und Organisationskommunikation „Kritischere Öffentlichkeit? Neue Meinungsbildung? Mehr Beteiligung? Neue Rahmenbedingungen für die strategische Onlinekommunikation“, 30. Oktober bis 2. November 2013, Wolfsburg

Teilnehmerzahl: 80; **Anzahl der Vorträge:** 14

Tagungsfazit: 2005 war die Onlinekommunikation erstmals Thema einer Tagung der Fachgruppe. Seitdem hat sich

die Onlinekommunikation von einem eigenen Forschungsfeld immer mehr zu einem Querschnittsthema der PR-Forschung entwickelt. Bei der 20. Jahrestagung der Fachgruppe, die von Olaf Hoffjann (Ostfalia Hochschule) und Thomas Pleil (Hochschule Darmstadt) organisiert wurde, zeigte sich diese Entwicklung insbesondere am Diskurs des Dialoges bzw. der Partizipation. So wurde beispielsweise in vielen Vorträgen nicht nur gefragt, wie partizipativ sich strategische Onlinekommunikation gestaltet, sondern in einer komparativen Perspektive, inwiefern sie sich von Offline-Formen unterscheidet. Nach Abschluss der wissenschaftlichen Tagung fand am Samstag erstmals ein Barcamp statt, bei dem Wissenschaftler und Praktiker intensiv aktuelle Themen der Onlinekommunikation diskutierten. Vor der Fachgruppentagung stellten beim vierten Doktorandenworkshop sieben Doktoranden ihr Dissertationsprojekt vor. Zudem wurde erstmals der Dissertationspreis der Fachgruppe vergeben. Er ging an Swaran Sandhu für seine Arbeit zu „Public Relations und Legitimität“. Die Laudatio hielt Stefan Wehmeier (Universität Greifswald).

OLAF HOFFJANN

Weitere Informationen:

http://www.ostfalia.de/cms/de/imm/dgpuk_pr_onkomm/

FG Computervermittelte Kommunikation

„Digital Methods“,

7.-9. November 2013, Wien

Teilnehmerzahl: 90; Anzahl der Vorträge: 33

Tagungsfazit: Die Tagung „Digital Methods“ drehte sich rund um die Herausforderungen, Chancen und Risiken, mit denen sich die Erforschung (öffentlicher) Onlinekommunikation in methodischer Hinsicht konfrontiert sieht. Die thematische Bandbreite der insgesamt 33 Vorträge zeigt, wie aktuell und gleichzeitig vielfältig diese Herausforderungen sind: Mit seiner Keynote zu Potenzialen und Limitationen von „Big Data Research“ beleuchtete Jürgen Pfeffer von der Carnegie-Melon University in Pittsburgh bereits zu Beginn der Tagung einige der zentralen und zugleich kontrovers geführten Diskurse: Welche Rolle wird Theorie angesichts der enormen Datenmengen zukünftig spielen? Welche Herausforderungen sind mit „N=all“ verknüpft? Vorträge aus Arbeiten mit automatisierten Verfahren der Datenauswertung unterstrichen die Notwendigkeit interdisziplinärer Forschung, machten aber auch deutlich, dass die Kommunikationswissenschaft sich hier zukünftig mit neuen, ethischen Fragestellungen auseinandersetzen sollte. Diese Themen wurden von WissenschaftlerInnen aus insgesamt sechs Ländern in abwechslungsreichen und produktiven 1,5 Tagen diskutiert. Ein Tagungsband ist in Vorbereitung. Im Vorfeld der Fachgruppentagung fand ein eigenständiger Workshop zu den ethischen Perspektiven und Herausforderungen onlinebasierter Forschung statt (s. den ausführlichen Beitrag in dieser „Aviso“-Ausgabe).

CHRISTINA SCHUMANN & MONIKA TADDICKEN

Weitere Informationen:

<http://www.univie.ac.at/digitalmethods/>

Anzeige

NEU: MEDIEN- UND KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT



Michael Kunzick
**Gewalt – Medien – Sucht:
Computerspiele**

Michael Kunzick
**Gewalt – Medien – Sucht:
Computerspiele**
Gewaltdarstellungen in den Medien stellen den am häufigsten untersuchten Bereich der kommunikationswissenschaftlichen Wirkungsforschung dar. Durch das Aufkommen des Internets und die weite Verbreitung von Computern ist eine Verschiebung der Medien-und-Gewalt-Forschung erfolgt. Im Mittelpunkt stehen nicht länger die Wirkungen von Fernsehgewalt, sondern die Effekte von Computerspielgewalt.
Medien: Forschung und Wissenschaft, Bd. 31,
2013, 288 S., 19,90 €, br.,
ISBN 978-3-643-12258-2



Konrad Scherfer;
Helmut Volpers
Methoden der Webwissenschaft
Teil 1

Teil 1. Unter Mitarbeit von Birgit Pieplow und Miriam Schmitz
Der vorliegende erste Teil des auf zwei Bände angelegten Handbuchs enthält Beiträge über inzwischen bereits etablierte oder noch in der Entwicklung befindliche Methoden der Webwissenschaft. Es werden Methoden vorgestellt, die einen starken Anwendungsbezug haben.
Schriftenreihe Webwissenschaft, Bd. 2, 2013, 280 S., 19,90 €, br.,
ISBN 978-3-643-11367-2

LIT Verlag Berlin – Münster – Wien – Zürich – London

Auslieferung: D: LIT Verlag Fresnostr. 2, D-48159 Münster, Mail: vertrieb@lit-verlag.de A: Medienlogistik Pichler ÖBZ GmbH Co KG., Mail: mlo@medien-logistik.at

FG Medienökonomie

„Digitale Dämmerung – die Entmaterialisierung der Medienwirtschaft! Ein Diskurs für Medienökonomie und Medienmanagement“, 14.-16. November 2013, Salzgitter/Wolfsburg

Teilnehmerzahl: 65; **Anzahl der Vorträge:** 21

Tagungsfazit: Die „digitale Dämmerung“ beschreibt den fließenden Übergang von materiellen zu immateriellen Medien Gütern. Mit der Abenddämmerung am ersten Veranstaltungstag widmeten sich die Kongressteilnehmer der Trendforschung aus ökonomischer Sicht. Bei der Morgendämmerung am letzten Veranstaltungstag wurden Chancen und Grenzen von Onlinemedien diskutiert. Zwischen diesen Fixpunkten wurden im Tagungsverlauf Lernaufgaben für Manager, Grenzverschiebungen für Inhabitanbieter, Verwertungsketten und Nutzungsverhalten erörtert. Der Nachwuchspreis der Fachgruppe wurde an Felix Sattelberger mit dem Thema „Distribution und Vermarktung von Kinofilmen in einer entmaterialisierten Medienwirtschaft“ verliehen. Den digitalen Medien widmet sich die Fachgruppe Medienökonomie auch in der kommenden Jahrestagung. Der wissenschaftliche Diskurs „dämmt“ also weiter, dann stehen digitale Schnittstellen im Fokus. Thematisch sollen ökonomische Belange grafischer Benutzer, technischer Hardware- und organisatorischer Schnittstellen diskutiert, institutionell können Schnittmengen der Medienökonomie mit anderen Fachgruppen identifiziert werden.

SVEN PAGEL & HARALD RAU

Weitere Informationen:

<http://www.dgpuk.de/fachgruppenad-hoc-gruppen/medienoekonomie/>

FG Visuelle Kommunikation

„Visualisierung & Mediatisierung“, 21.-23. November 2013, Bremen

Teilnehmerzahl: 40; **Anzahl der Vorträge:** 18

Tagungsfazit: Da die diesjährige Tagung der FG Visuelle Kommunikation in Kooperation mit dem DFG-Schwerpunktprogramm „Mediatisierte Welten“ in Bremen stattfand, mochte zwar das Tagungsthema „Visualisierung und Mediatisierung“ wenig überraschen, versprach aber theoretisch und methodologisch fruchtbare Ansätze. Die Tagung wandte sich insbesondere der Frage zu, welche Rolle visuelle Aspekte der Kommunikation bei der medialen Durchdringung des Alltags haben. Im Fokus standen vor allem Prozesse und Bedeutungen

des aktiven alltäglichen Bildhandelns vor dem Hintergrund neuer Kommunikationstechnologien. Aber auch Ansätze zur Deutung professioneller Medienbilder wurden anschaulich demonstriert und theoretisch fundiert (etwa in der Keynote von Jürgen Raab). In einer abschließenden Podiumsdiskussion wurde das Thema der Keynote von Friedrich Krotz „Mediatisierung und Visuelle Kommunikationsforschung“ nochmals aufgegriffen und diskutiert, ob und wie Visualisierung als Teilaspekt der Mediatisierung begriffen und konzeptionalisiert werden soll und kann. Trotz aller Heterogenität der besprochenen Ansätze wurde, quasi als Grundkonsens, die zentrale Bedeutung visueller Kommunikation in Mediatisierungsprozessen akzentuiert.

CORNELIA BRANTNER

Weitere Informationen:

<http://www.zemki.uni-bremen.de/de/tagungen/viskom-tagung.html>

FG Rezeptions- und Wirkungsforschung

„Jahrestagung der FG Rezeptions- und Wirkungsforschung“, 23.-25. Januar 2014, Hannover

Teilnehmerzahl: 110; **Anzahl der Vorträge:** 21

Tagungsfazit: Für die diesjährige Tagung der FG Rezeptions- und Wirkungsforschung war bewusst kein spezifisches Thema formuliert worden. Und so zeigten die Vorträge auf der Tagung, wie außerordentlich vielfältig die Rezeptions- und Wirkungsforschung in inhaltlicher, theoretischer und auch methodischer Hinsicht ist. Ein zentrales Feld der aktuellen Forschung ist die selektive Zuwendung zu Medieninhalten. Über neueste Forschungsergebnisse hierzu gab Silvia Knobloch-Westerwick (Ohio State University, USA) in ihrer Keynote zur Tagung einen Überblick. Weitere Vorträge befassten sich unter anderem mit Anschlusskommunikation, Wahrnehmungseffekten, Facetten des Unterhaltungserlebens sowie mit Prozessen der Verarbeitung politisch relevanter Medieninhalte. Ein innovatives Element der Tagung waren Workshop-Sitzungen. Sie wurden beispielsweise zu Entertainment-Education, privatsphärenrelevantem Verhalten in sozialen Medien oder zur Gewohnheitsforschung abgehalten. Die Workshops erwiesen sich als gute Möglichkeit, künftige Rezeptions- und Wirkungsforschung gemeinschaftlich voranzutreiben.

MARCO DOHLE

Weitere Informationen:

<http://www.dgpuk.de/fachgruppenad-hoc-gruppen/rezeptions-und-wirkungsforschung/tagungen/hannover-2014/>

Ein Forschungsfeld in Bewegung

Ad-hoc-Gruppe Gesundheitskommunikation zählt bereits 129 Mitglieder

Gesundheit und Krankheit sind nicht nur oft Gegenstand massenmedialer Informations- und Unterhaltungsangebote, diese Themen prägen auch unsere Alltagskommunikation und beziehen sich auf den gesamten Gesundheitsmarkt und alle Versorgungsbereiche. Dabei geht es nicht allein um die Frage, wie Kommunikation zur Prävention und Gesundheitsförderung beitragen kann, sondern auch um nicht-intendierete Effekte, die mit entsprechender Kommunikation und Mediennutzung verbunden sein können. Hieraus resultiert ein immenser Forschungsbedarf für Wissenschaftsdisziplinen, die sich mit medialer und interpersonaler Kommunikation in Gesundheitskontexten befassen. Im deutschsprachigen Raum steht die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft vor der Herausforderung, mit den internationalen Entwicklungen Schritt zu halten und das Forschungsfeld sowohl innerhalb des Faches als auch interdisziplinär zu etablieren.

Als Plattform zur Vernetzung und zum akademischen Diskurs wurde im November 2012 die Ad-hoc-Gruppe Gesundheitskommunikation in der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft ins Leben gerufen. Inzwischen zählt sie 129 Mitglieder, unter ihnen 78 DGPK-Mitglieder.

Im November 2013 fand die erste Jahrestagung der Ad-hoc-Gruppe am IJK in Hannover statt, bei der aktuelle kommunikations- und medienwissenschaftliche Forschungsschwerpunkte und Herausforderungen vorgestellt und diskutiert wurden. Die 38 Einreichungen, von denen im Review-Verfahren 21 Beiträge ausgewählt wurden, und 67 Tagungsteilnehmerinnen und -teilnehmer zeugen vom hohen Interesse am Thema und intensiven Forschungsaktivitäten. Eine Dokumentation der Tagung ist online verfügbar unter www.ijk.hmtm-hannover.de/de/institut/gesundheitskommunikation.

Zur nächsten Tagung laden Markus Schäfer und Oliver Quiring vom 20. bis zum 22. November 2014 nach Mainz ein. Die Tagung wird unter dem Motto „Gesundheitskommunikation im Spannungsfeld medialer und gesellschaftlicher Wandlungsprozesse“ stehen. Am 17. und 18. Juli 2014 wird außerdem am Leibniz-Institut in Tübingen unter der Leitung von Tino Meitz ein Nachwuchsworkshop stattfinden. Weitere Informationen finden Sie auf unserer Webseite (www.dgpuk.de/fachgruppenad-hoc-gruppen/ad-hoc-gruppen/gesundheitskommunikation) und auf unserer Facebook-Präsenz (www.facebook.com/gesundheitskommunikation).

**EVA BAUMANN, MATTHIAS R. HASTALL &
CONSTANZE ROSSMANN**

Nachruf

Das Gründungs- und Ehrenmitglied der DGPK Walter J. Schütz starb am 27. November 2013 im Alter von 83 Jahren – für die Fachgesellschaft und die Publizistikwissenschaft ein nachhaltiger Verlust. Walter J. Schütz hat die DGPK als Vorstandsmitglied und viele Jahre als Schatzmeister engagiert mitgestaltet. Kein anderer hat so viele Jahrestagungen besucht, die Debatten konstruktiv und beharrlich belebt und mit amüsanten persönlichen Erlebnissen aus der Historie des Faches und seiner Gesellschaft bereichert.

Auch wenn Walter J. Schütz immer wieder betonte, er sei kein Wissenschaftler, hat er sich dennoch um das Fach wissenschaftlich verdient gemacht. Seine Studien und historischen Aufarbeitungen zur Presselandschaft, vor allem seine Stichtagssammlungen von Tageszeitungen seit 1954 sind für die Publizistikwissenschaft prägend geworden. Dafür hat ihm die Philosophische Fakultät der Universität Münster

1983 die Ehrendoktorwürde verliehen. 1995 hat ihn die Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover zum Honorarprofessor am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung ernannt, an dessen Gründung er maßgeblich mit beteiligt war.

Walter J. Schütz war ein hervorragender Netzwerker, der mit vielen Instituten in Verbindung stand. Stets war er auch ein geschätzter Gesprächspartner und Förderer des wissenschaftlichen Nachwuchses. Sein Interesse galt dem Fach, vor allem aber den Menschen. Mit seinem beeindruckenden Freundeskreis teilte er seine Leidenschaft für Geschichte, Architektur, Briefmarken, Münzen, Eisenbahnen und schöne Bücher. Bescheidenheit und Humor waren seine herausstechenden Merkmale. Als kritischer Ratgeber wird er vielen fehlen.

WIEBKE MÖHRING & BEATE SCHNEIDER

Nachrichten & Personalien

Bei den **Nachrichten & Personalien** ist die Redaktion des „Aviso“ auf Hinweise angewiesen. Wir bitten Sie um eine kurze Information, wenn Sie einen Ruf angenommen, eine Gast- oder Vertretungsprofessur wahrgenommen, ein Amt übernommen oder einen Preis erhalten haben.

Einen *Ruf erhalten und angenommen* haben: **Prof. Dr. Anne Bartsch**, Professur für Kommunikationswissenschaft an der Ludwig-Maximilians-Universität München; **Prof. Dr. Thomas Friemel**, Professur für Kommunikations- und Medienwissenschaft mit dem Schwerpunkt Methodeninnovation an der Universität Bremen; **Prof. Dr. Christian Schemer**, Professur für Allgemeine Kommunikationsforschung an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz; **Prof. Dr. Tanja Thomas**, Professur für Kommunikations- und Medienwissenschaft mit dem Schwerpunkt vergleichende Kulturanalyse an der Universität Bremen.

Vertretungsprofessuren nehmen wahr: **Dr. Tobias Eberwein**, Professur für Kommunikationswissenschaft mit dem Schwerpunkt Strukturen der öffentlichen Kommunikation an der Technischen Universität Dresden; **Dr. Jens Vogelgesang**, Professur für Kommunikationswissenschaft mit dem Schwerpunkt Soziale Kommunikation an der Universität Erfurt; **Juniorprof. Dr. Jeffrey Wimmer**, Professur für Public Relations und Technikkommunikation an der Technischen Universität Ilmenau.

Anzeige

Aktuelle Titel bei Nomos



Partizipativer Journalismus in Tageszeitungen

Eine empirische Analyse zur publizistischen Vielfalt im Lokalen
Von Annika Sehl

2013, 370 S., brosch., 59,- €
ISBN 978-3-8329-7820-4
(Aktuell. Studien zum Journalismus, Bd. 3)
www.nomos-shop.de/19657

Stellt partizipativer Journalismus eine Chance für publizistische Vielfalt dar? Die empirische Studie beantwortet diese demokratietheoretisch relevante Frage für den lokalen Printjournalismus. Neben traditionellen Formen der Leserpartizipation stehen dabei neue, online-basierte Formen im Fokus.



Mediennutzung als Zeitallokation

Zum Einfluss der verfügbaren Zeit auf die Medienauswahl
Von Wolfgang Seufert und Claudia Wilhelm

2014, 233 S., brosch., 39,- €
ISBN 978-3-8487-1093-5
(Reihe Rezeptionsforschung, Bd. 30)
www.nomos-shop.de/22129

Entwickelt wird ein Modell der Medienwahl, das in Analogie zur mikroökonomischen Konsumtheorie Mediennutzung als Aufteilung knapper Zeitressourcen auf Mediennutzungs- und nicht-mediale Aktivitäten sieht. Mittels Strukturgleichungsmodellen werden der Einfluss verfügbarer Zeit auf die Nutzungsdauer von Mediengattungen und die Stärke von Substitutionsbeziehungen zwischen alten und neuen Medien geschätzt.

Bestellen Sie jetzt telefonisch unter 07221/2104-37
Portofreie Buch-Bestellungen unter www.nomos-shop.de



Nomos

„Anything goes?“

Ethische Perspektiven und Herausforderungen der Online-Forschung

In den vergangenen Jahren hat sich die Anwendung onlinebasierter Methoden in der empirischen Sozialforschung klar profiliert. Allerdings geht es im deutschsprachigen Wissenschaftsdiskurs nur selten um deren forschungsethische Besonderheiten und Herausforderungen. Aus diesem Grund hat die DGPK-Fachgruppe „Computervermittelte Kommunikation“ unter Federführung von Nele Heise und Axel Maireder im Vorfeld ihrer Fachgruppentagung Anfang November 2013 in Wien einen Workshop zum Thema veranstaltet. Das Ziel war eine Auseinandersetzung mit möglichen Problemen und spezifischen Herausforderungen onlinebasierter Forschung vor ethischer Perspektive.

Die Vielfalt der diskutierten Punkte lässt sich in diesem Beitrag nicht abbilden. Es kristallisierten sich aber mehrere Spannungsfelder heraus, von denen hier zwei exemplarisch genannt seien: Eine zentrale Diskussionslinie betraf das Thema „Informed Consent“ und das damit verbundene Dilemma zwischen technischer Machbarkeit und ethischer Vertretbarkeit onlinebasierter Forschung. Insbesondere durch die Kommunikation im Social Web müssen Daten häufig nicht eigens erhoben werden, sondern stehen nahezu „fertig“ zur Analyse bereit. Fraglich ist jedoch, in welchen Fällen wir vom Einverständnis der (unwissentlich) Beforschten ausgehen können, z. B. bei automatisierter Datenerhebung in sozialen Netzwerken. Genügt es, dass diese Daten öffentlich zugänglich sind oder dass ihre Urheber bestimmten AGBs zugestimmt haben, die uns die Nutzung ihrer Daten erlauben? Und lässt sich von der reinen Verfügbarkeit der Daten darauf schließen, dass deren Verwendung für Forschungszwecke im Sinne der Nutzer/-innen ist? Hier gilt es angesichts der international geführten Datenschutzdebatte auch zu fragen, was es für das Image der Wissenschaft bedeutet, wenn Daten ohne Wissen der Beteiligten verwendet werden.

Im Laufe der Diskussion zeichnete sich ein weiteres Spannungsfeld zwischen der Anonymisierung von Daten und dem Gütekriterium der intersubjektiven Nachvollziehbarkeit ab. In der empirischen Forschung müssen Ergebnisse und Schlussfolgerungen mit Daten belegt werden, zugleich ist in den meisten Fällen zum Schutze der Privatsphäre die Anonymität der Datenerheber zu gewährleisten. Gerade bei Forschung rund um soziale Netzwerke werden Ergebnisse häufig mit Zitaten aus jenen Netzwerken belegt. Während die Namen der Urheber dabei oft geschwärzt werden, wird übersehen, dass auch das Googlen des Zitates zum Urheber und somit zur De-Anonymisierung führen kann. Gleiches gilt beispielsweise auch im Zusammenhang mit der Veröffentlichung ganzer Datensätze. Hier können Forscher vor einem mitunter schwierigen Abwägungsprozess stehen, im Rahmen dessen eine Balance zwischen ethischer Vertretbarkeit und der „Verunmöglichung“ von Forschung zu finden ist.

Freilich konnten angesichts der Kürze der Zeit im Rahmen des Workshops keine abschließenden forschungsethischen Empfehlungen formuliert werden. Wir verstehen ihn vielmehr als einen Anlauf, forschungsethische Fragen explizit zu thematisieren und den Diskurs in die Fachgemeinschaft zu tragen. Dabei ist deutlich geworden: Forschungsethische Prinzipien erheben nach wie vor Anspruch auf Allgemeingültigkeit, ihre Wahrung muss aber vor dem Hintergrund neuer Forschungsgegenstände und -methoden immer wieder neu ausgehandelt werden. Hier fehlt es in der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft an Empfehlungen, Richtlinien oder Fallbeispielen. Diese könnten im Sinne der Selbstregulierung den Forscher/-innen zur Orientierung dienen, um im Forschungsprozess – vom Pretest bis zur Publikation – ethisch vertretbare Entscheidungen treffen sowie damit verbundene Abwägungen und Kompromisse transparent darstellen zu können.

NELE HEISE & CHRISTINA SCHUMANN



Foto: SanneK1/photocase.com

Verdammt gute Arbeit

Thomas Birkner beantwortet die „Aviso“-Fragen

1 Die wenigsten, die an einem kommunikationswissenschaftlichen Institut arbeiten, wollten zu Beginn ihres Studiums Wissenschaftler werden. Mit welchem Berufsziel haben Sie Ihr Studium begonnen?

Ich wollte Journalist werden. Studieren wollte ich aber vor allem das, was mich interessiert. Also habe

ich Geschichte, Kommunikationswissenschaft und Spanisch in Gießen, Salamanca und schließlich Hamburg studiert.

2 Wie kam es, dass Sie eine wissenschaftliche Karriere eingeschlagen haben?

Zum Studienende in Hamburg hatte ich das Angebot, bei der Zeitung „Die Welt“ zu volontieren. Siegfried Weischenberg hat mich dann aber überzeugt, an der Uni zu bleiben und bei

ihm zu promovieren. Das habe ich dann auch gemacht.

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

Ich denke, es ist die Neugier, die uns alle antreibt; etwas herauszufinden, was wir so noch nicht wussten. Nach der Promotion in Hamburg habe ich auch in Münster ein spannendes und inspirierendes Umfeld vorgefunden. Ein neues Projekt habe ich zwar schon mitgebracht, aber viele Anregungen der neuen Kolleginnen und Kollegen aufgenommen.

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

Dieser Weg ist frei gewählt und nicht immer nur so steinig, wie vielerorts geschrieben steht. Ich habe Freude an der Lehre und forsche wahnsinnig gerne.

Natürlich bleibt dafür immer zu wenig Zeit, aber wenn man die Zeit findet, komplexe Zusammenhänge zu durchdenken, dann ist das ungemein befriedigend. An einer Behörde wie einer deutschen Universität zu arbeiten, kann allerdings schon manchmal am Rande des Zumutbaren sein.

5 Was würden Sie als Wissenschaftsminister Ihres Landes sofort ändern?

Ich würde mich stark machen für mehr Freiheiten in Lehre und Forschung. Die Art und Weise, wie zum Beispiel die Akkreditierungsagenturen arbeiten, ist in etwa so annehmbar wie ihr Name. Wobei ich generell nichts gegen die Evaluierung unserer Vorlesungen und Seminare habe. Schließlich machen wir verdammt gute Arbeit mit den Studierenden.

6 Welchen Inhalten sollte sich die Kommunikationswissenschaft in Forschung und Lehre öffnen oder verstärkt zuwenden?

Nach meiner Beobachtung sind wir zuletzt immer kleinteiliger geworden und verlieren dabei gelegentlich das große Ganze aus den Augen. Die sozialen und technologischen Veränderungen des 21. Jahrhunderts fordern uns verstärkt in der Theoriearbeit heraus. Auch könnten internationale Mediensystemforschung und internationale Journalismusforschung – hier kommen ja wichtige Impulse aus unserer Fachgesellschaft – stärker verzahnt werden. Das gilt auch im Bereich der sich verändernden Erzählstrukturen im Netz in Stücken à la „Snow Fall“ und für *data-driven journalism*. Wenn dort die „umgekehrte Pyramide“ auf den Kopf gestellt wird, hat das Auswirkungen auf die Journalistenausbildung und auch auf die Forschung.

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

Wenn wir versuchen, über die veröffentlichte Meinung die öffentlichen Diskurse in unserem Land abzubilden, untersuchen wir häufig die überregionale Qualitätspresse. Bei der Besetzung der Presse-



Dr. Thomas Birkner arbeitet seit November 2010 als Akademischer Rat a. Z. am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Münster. Er ist Co-Sprecher der Fachgruppe „Kommunikationsgeschichte“ der DGPK.

tribüne im NSU-Prozess hat man vermutlich niemanden aus unserem Fach gefragt. Da wäre eine(r) von uns mal im profanen Sinne „nützlich“ gewesen. Ansonsten aber ist Nutzwert keine generelle Kategorie für Wissenschaft. Allerdings sind wir auch keine Krebsforscher und müssen unsere Existenz deshalb in der Gesellschaft schon gelegentlich durch Sichtbarkeit und Verständlichkeit rechtfertigen.

8 Zu welcher medienpolitischen Diskussion hätten Sie in jüngster Zeit gern öffentlichkeitswirksam Ihre Meinung kundgetan?

Eines der ganz großen Themen seit 9/11 ist die Frage des Gleichgewichts von Sicherheit und Freiheit. Gerade weil staatliche Gewalten immer stärker in Freiheitsrechte eingreifen, braucht es einen breiten gesellschaftlichen Diskurs zur Stärkung der Freiheit. Das Kontrollbedürfnis ist verständlich, die Grenzen müssen aber klar definiert sein. Sollte dies nicht gelingen, müssen wir als Wissenschaftler und Bürger unsere Stimme erheben.

9 Stellen Sie sich vor: Sie haben die Möglichkeit, eine(n) außerhalb der Kommunikationswissenschaft Stehende(n) zu einem Gastvortrag bei der DGPUK einzuladen. Wer sollte zu welchem Thema sprechen?

Wenn das ein Wunschkonzert ist, würde ich statt eines Gastvortrags gleich ein Podium zum gerade angesprochenen Thema für uns zusammenstellen. Edward Snowden diskutiert mit Thomas de Maizière, der syrischen Autorin Rosa Yassin Hassan, dem amerikanischen konservativen Intellektuellen Robert Kagan und der kubanischen Bloggerin Yoani Sánchez über Freiheit und Sicherheit im Netz.

10 Welches Buch möchten Sie irgendwann einmal schreiben?

In der Besprechung meiner Doktorarbeit in M&K hieß es, hoffentlich findet Birkner Zeit, die Geschichte des Journalismus im 20. Jahrhundert zu

schreiben. Das hoffe ich auch. Sollte ich irgendwann einmal Zeit für Belletristik haben, so würde ich generationsbedingt gerne ein Buch zur „Liebe in Zeiten der Kohl-Ära“ schreiben.

11 Welche Projekte beschäftigen Sie zurzeit?

Ich interessiere mich weiterhin für das Verhältnis von Politik und Medien, insbesondere für die strategische Kommunikation von Politikerinnen und Politikern, und möchte hier verstärkt international vergleichend forschen. Außerdem arbeite ich theoretisch wie empirisch zum Medienwandel und bin dabei vor allem um historische Tiefenschärfe bemüht. Und die Gretchenfrage der Finanzierung des Journalismus im Internet beschäftigt mich nach wie vor intensiv.

12 Mit welcher anderen Wissenschaftsdisziplin würden Sie gern ein interdisziplinäres Forschungsprojekt durchführen?

Zur Lösung der letztgenannten Frage würde ich gerne mit Ökonomen forschen und sowohl die betriebswirtschaftlichen als auch die volkswirtschaftlichen Implikationen der Medienökonomie vertiefen. Insgesamt sind wir ja noch eine sehr junge Wissenschaft – ich denke, wir können uns aus vielen Disziplinen inspirieren lassen und gleichzeitig unsere Erkenntnisse stärker anderen zur Verfügung stellen; dort, wo sie gelegentlich unterrepräsentiert sind. Das gilt meines Erachtens zum Beispiel für die Politik- und die Geschichtswissenschaft.

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

Fußball. Im TV. Im Stadion. Aufm Platz. Wenn ich 90 Minuten lang dem Ball hinterherjage und versuche, Tore zu schießen, bin ich anschließend zwar körperlich total abgekämpft, aber im Kopf wieder frisch.

Den „Fragebogen“ beantworten jüngere Wissenschaftler in der DGPUK.



Es ist die Neugier, die uns antreibt; etwas herauszufinden, was wir so noch nicht wussten.



UVK: Kommunikationswissenschaft



B. Stark, O. Quiring, N. Jackob (Hg.)
Von der Gutenberg-Galaxis zur Google-Galaxis
 Alte und neue Grenzvermessungen nach 50 Jahren DGPUK
 2014, 350 Seiten, € (D) 29,00
 ISBN 978-3-86764-473-0

Die Erfindung des Internets und die Erfindung des Buchdrucks lösten Medienrevolutionen aus und wurden zum Ausgangspunkt weitreichender gesellschaftlicher und kultureller Veränderungen. Der vorliegende Band diskutiert gegenwärtige Wandlungsprozesse sowie Formen und Folgen in den einzelnen Teildisziplinen der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft.



Constanze Jecker
Entmans Framing-Ansatz
 Theoretische Grundlegung und empirische Umsetzung
 2014, 454 Seiten, 17 s/w Abb., € (D) 59,00
 ISBN 978-3-86764-426-6

Eine umfassende theoretische Analyse des beliebten aber auch sehr heterogen verwendeten Framing-Ansatzes von Robert M. Entman. Die Autorin begründet erstmals die von ihm postulierten vier Frame-Elemente theoretisch, modifiziert sie und entwickelt Indikatoren, mit denen sich nicht nur Medien-Frames, sondern auch Stereotype in audiovisuellen Medien analysieren lassen.

www.uvk.de



Wichtige Entscheidungen

Ausblick auf die Mitgliederversammlung in Passau

Während der vergangenen Monate hat der DGPUK-Vorstand vor allem an der Vorbereitung von Entscheidungen zu verschiedenen Themen gearbeitet, die bei der Klausurtagung aller Sprecherinnen und Sprecher mit dem Vorstand Anfang März durchgesprochen wurden. Themen waren unter anderen der Call zur Jahrestagung 2015 sowie Entscheidungen über Konzepte und Papiere aus den Tätigkeiten der Arbeitsgruppe Lehre Master und des Ausschusses zu Studierendeninformationssystemen sowie die Überarbeitung von Empfehlungen zum Umgang mit Plagiaten und Plagiatsverdächtigungen. Die Mitgliederversammlung während der Jahrestagung in Passau wird von der Diskussion entsprechender Empfehlungen sowie von den turnusmäßigen Vorstandswahlen geprägt werden.

Jahrestagung 2015

Es wird nun doch eine Jahrestagung 2015 geben, wenn die Mitgliederversammlung die Einladung im Mai in Passau annimmt. Nach einem langwierigen Verfahren mit vielen Absagen von Instituten habe ich die Idee einer Jahrestagung als Verbund mehrerer kleiner Standorte und mit der Unterstützung der Schader Stiftung mit den Beteiligten diskutiert – und Zusagen erhalten. 2015 werden wir uns also in Darmstadt sehen, vom 13. bis zum 15. Mai.

Veranstalter sind das dortige Institut für Kommunikation und Medien und der Studiengang Onlinekommunikation an der Hochschule Darmstadt (Prof. Dr. Thomas Pleil), die Schader Stiftung Darmstadt (Alexander Gemeinhardt, Vorsitzender des Vorstands), das Institut für Informationswissenschaft der

Fachhochschule Köln (Prof. Dr. Petra Werner), die Hochschule der Medien Stuttgart mit dem Studiengang Cross-media-Redaktion (Prof. Dr. Lars Rinsdorf) und der Studiengang Journalistik der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt mit mir selbst als Verantwortlichem.

Das Thema der Jahrestagung 2015 wurde bereits festgelegt. Es lautet: Verantwortung, Gerechtigkeit, Öffentlichkeit.

AG Lehre Master

Die AG Lehre Master (Veronika Karnowski, Universität München, Karin Knop, Universität Mannheim, Claudia Riesmeyer, Universität München, und Daniela Schlütz, Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover) hat das Ziel, die Masterstudiengänge und ihre Zulassungsvoraussetzungen transparenter zu machen. Die AG-Mitglieder haben in den vergangenen Monaten intensiv an einer Erhebung gearbeitet, um festzustellen, welche Masterstudiengänge es gibt. 197 Masterstudiengänge in Deutschland, Österreich und der Schweiz hat die AG befragt und dabei eine große Heterogenität und gleichzeitig Intransparenz festgestellt. Die daraus abzuleitenden Empfehlungen wird die AG zur Mitgliederversammlung in Passau präsentieren.

Ausschuss zu Studierendeninformationssystemen

Die Empfehlung der DGPUK an ihre Mitglieder, sich nicht an der Erhebung und dem anschließenden Ranking des CHE zu beteiligen, hat zu einiger Ver-

wirung geführt. Der Hauptgrund dafür liegt beim CHE, das sich schlicht geirrt hat. Das CHE ist davon ausgegangen, dass die DGPK nur universitäre Studiengänge und Institute vertreten würde. Dort hat es aufgrund der Empfehlung zur Nichtteilnahme gar keine Befragung gestartet. Sehr wohl befragt aber hat das CHE die Studiengänge an Fachhochschulen und Hochschulen. Aber von diesen Institutionen haben sich nicht alle beteiligt. Nun wird also voraussichtlich im Mai ein Ranking erscheinen, dessen Aussagekraft sehr bescheiden sein dürfte.

Um in Zukunft allen Interessierten aussagekräftige Informationen zu den Studiengängen in der Kommunikationswissenschaft vorlegen zu können, hat der entsprechende Ausschuss alternative Modelle diskutiert und mit vielen anderen Institutionen in der Wissenschaft Gespräche geführt. Bis zur Mitgliederversammlung in Passau werden die Modelle präzisiert. Das Ziel ist es, möglichst bald ein Studierendeninformationssystem für das Fach Kommunikationswissenschaft zu erstellen.

Plagiate, Plagiatsvermutungen und deren Öffentlichmachung

Die Diskussion über Plagiate und den Umgang mit Plagiatsvermutungen hat ersichtlich an Schub verloren, nachdem

eindeutig festgestellt wurde, dass die Dissertation von Katrin Döveling kein Plagiat ist. Das Thema wird damit jedoch nicht für immer aus der Öffentlichkeit verschwinden. Ganz im Gegenteil tut die DGPK gut daran, ihre bisherigen Erklärungen zu guter wissenschaftlicher Praxis und ihre Einstellung zu den Problemen einer Öffentlichmachung von Plagiatsvermutungen zu reflektieren und zu überarbeiten.

Dem Thema Plagiate und der öffentlichen Kommunikation darüber war ein Schwerpunktheft des „Aviso“ im Herbst 2013 gewidmet. Die wesentlichen Impulse der Beiträge zu diesem Heft sind in die Empfehlungen, die im Frühjahr 2013 bereits diskutiert wurden, eingeflossen. Die Empfehlungen haben die Sprecherinnen und Sprecher und der Vorstand diskutiert, und sie werden der Mitgliederversammlung zur Abstimmung vorgelegt werden.

Doch auch damit wird die Arbeit an diesem Thema noch nicht beendet sein. Wissenschaftsorganisationen wie die DFG haben ihre Regularien für gutes wissenschaftliches Arbeiten modifiziert, so dass auch die wissenschaftlichen Fachgesellschaften herausgefordert sind, auf die veränderten Herausforderungen zu reagieren. Der Vorstand wird dies zusammen mit dem Ethikausschuss tun.

FÜR DEN VORSTAND:

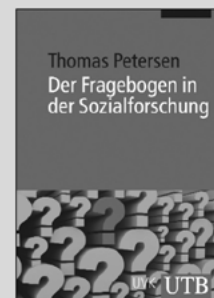
KLAUS-D. ALTMEPPEN (EICHSTÄTT)

UVK:Lehrbücher



Klaus Meier
Journalistik
3., überarbeitete Auflage
2013, 290 Seiten
50 s/w Abb., € (D) 19,99
ISBN 978-3-8252-3923-7

Anwendungsorientiert, praxisnah und mit vielen Beispielen wird – bereits in dritter Auflage – ein systematischer Überblick über Theorien, Methoden und die vielfältigen Erkenntnisse des Faches vermittelt. Neben grundlegendem Wissen über den Journalismus in der Gesellschaft thematisiert der Autor auch aktuelle Debatten der Journalistik – über Ausbildung, Qualität, Ethik und die Zukunft des Journalismus.



Thomas Petersen
Der Fragebogen in der Sozialforschung
2014, 300 Seiten
40 s/w Abb., € (D) 19,99
ISBN 978-3-8252-4129-2

Der vorliegende Band beschreibt, welche Funktionen ein Fragebogen in der Sozialforschung erfüllen muss, welche methodischen Probleme bei der Umsetzung einer Forschungs idee in die Fragebogenform auftreten können und wie man sie lösen kann. Anhand von zahlreichen Beispielen zeigt der Autor, wie man Kompliziertes einfach macht, Informationen ermittelt, ohne zu fragen und wie man die Befragten bei Laune hält.

www.uvk.de



Aktuelle Informationen zur 59. Jahrestagung der DGPK sind im Internet unter www.dgpk2014.de einsehbar. Die Vorbereitungen für die Veranstaltung lassen sich auch im Social Web verfolgen:

- Die DGPK 2014 auf Twitter: twitter.com/dgpk2014
- Die DGPK 2014 auf Facebook: facebook.com/DGPK2014
- Die DGPK 2014 auf YouTube: youtube.com/DGPK2014

Einspruch!

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

Impressum

Herausgeber:

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

Redaktion:

Tobias Eberwein & Lars Rademacher (beide verantwortlich)
Mike S. Schäfer & Patrick Rössler (Debatte)
Klaus-D. Altmeyden (Vorstand)
Stefan Weinacht (Neu Erschienen)

Layout und Gestaltung:

Tobias Eberwein & Lars Rademacher

Anzeigenakquise:

Stefan Weinacht

Erscheinungsweise:

Zweimal jährlich

Anschrift der Redaktion:

Institut für Journalistik
TU Dortmund
Emil-Figge-Straße 50
44227 Dortmund
Telefon: 0231/755-4195
E-Mail: tobias.eberwein@udo.edu

Druck:

Gribsch & Rochol Druck, Hamm

Auflage: 1.100 Exemplare

ISSN 2193-0341 [Print]

ISSN 2193-035X [Internet]

Auf hoher See

Neulich bei der Begehung. Der Dekan, nervös, aber selbstsicher: „Leute, die Kommission ist kritisch, aber das läuft bisher gut.“ Im Raum sitzen sechs Institutsmitglieder, die Luft ist zum Schneiden. Drei Frauen, drei Männer, klar, ganz paritätisch. Einzelnen sollen sie gleich vor die Kommission treten, sollen den neuen Studiengang vertreten, der zur Akkreditierung eingereicht ist. „Hängt viel dran“, sagt der Dekan, wie beiläufig, „ist schließlich ein Modellstudiengang, gefördert aus Bundesmitteln.“ Nervöse Blicke werden gewechselt.

Der junge Kollege Feldberg aus der Linguistik hüstelt vorsichtig, ihm perlt schon jetzt der Schweiß von der Stirn. „Ja“, sagt der Dekan, „was gibt es denn?“ Naja, es seien ja noch so ein paar Macken im Programm, ob es denn ok sei, in der Kommission auf diese Geburtsfehler hinzuweisen. „Eben als ein Zeichen, dass wir selbst kritische Distanz zu unserem Programm besitzen! Das könnte doch ein strategischer Vorteil sein!“ Der Dekan sieht kurz aus, als wolle er den jungen Kollegen an den Haaren packen und durch den Raum schleifen. „Das war einer Ihrer weniger guten Einfälle! Zumindest wir müssen doch von dem überzeugt sein, was wir akkreditieren wollen“, funkelt er ihn an.

Frau Schmelzberg, eine Kollegin mit Hang zu auffälligen Tigermuster-Jacketts, schlägt den Kollegen vor, eher kämpferisch vor die Kommission zu treten. „Die Waldheim aus Köln, diese alte Schnepfe, die kocht doch seit Jahren den gleichen Mist auf, das werde ich ihr gegenüber gleich mal durchblicken lassen“, legt sie ihren Plan dar. Der Dekan vergräbt das Gesicht zwischen seinen Händen. „Ich würde davon abraten, jemanden anzugreifen“, weist er sie zurecht. Die Dilettanten, denkt er. Die können froh sein, dass sie hier gelandet sind und sonst keinen Schaden anrichten können.

Er merkt, wie sich sein Puls beschleunigt. Schon klopft es an der Tür: „Die erste Teilnehmerin soll jetzt reinkommen“, flötet die Sekretärin. Dem Dekan schwant nichts Gutes, er fühlt sich wie beim Eurovision Song Contest, nur dass hier keine Musik gespielt wird. Seine Nerven liegen blank. Mit der Truppe, das kann ja nicht gut gehen!

Zwei Stunden später, Abschlussgespräch. Die Kommissionsmitglieder wirken abgeklärt. Spürt er da einen Hauch Feindseligkeit? Der freundliche junge Mann von der Akkreditierungsagentur beginnt leise: „Also, die Kommission ist ziemlich beeindruckt, das Programm hat überzeugt, tolles Kollegium haben Sie da! Jeder Experte auf seinem Gebiet!“ Na, sag ich doch, denkt sich der Dekan.

LARS RADEMACHER (MÜNCHEN)

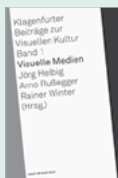
Anzeige



HERBERT VON HALEM VERLAG



MARCO DOHLE / GERHARD VOWE (Hrsg.)
Politische Unterhaltung – Unterhaltende Politik.
Forschung zu Medieninhalten, Medienrezeption und Medienwirkungen
Unterhaltungsforschung, 8
2014, 350 S., Broschur, dt.
EUR(D) 29,00 / EUR(A) 29,70 / sFr. 48,70
ISBN 978-3-86962-064-0



JÖRG HELBIG / ARNO RUSSEGGER / RAINER WINTER (Hrsg.)
Visuelle Medien.
Klagenfurter Beiträge zur Visuellen Kultur, 1
2014, 260 S., 25 Abb., 1 Tab., Broschur, dt.
EUR(D) 28,50 / EUR(A) 29,20 / sFr. 47,60
ISBN 978-3-86962-060-2



JAKOB J. E. VICARI
Blätter machen.
Bausteine zu einer Theorie journalistischer Komposition
2014, 206 S., 24 Abb., 3 Tab., Broschur, dt.
EUR(D) 25,00 / EUR(A) 25,60 / sFr. 42,10
ISBN 978-3-86962-085-5



TOBIAS EBERWEIN
Literarischer Journalismus.
Theorie – Traditionen – Gegenwart
2013, 280 S., 5 Abb., Broschur, dt.
EUR(D) 28,50 / EUR(A) 29,20 / sFr. 47,90
ISBN 978-3-86962-089-3



MICHAEL HALLER
Brauchen wir Zeitungen? Zehn Gründe, warum die Zeitungen untergehen. Und zehn Vorschläge, wie dies verhindert werden kann
edition medienpraxis, 11
2014, 248 S., 32 Abb., 4 Tab., Broschur, dt.
EUR(D) 18,00 / EUR(A) 18,45 / sFr. 30,70
ISBN 978-3-86962-098-5

Informieren Sie sich über diese und andere Neuerscheinungen aus 2014 unter <http://www.halem-verlag.de>. Wir liefern ab EUR 20,00 Bestellwert versandkostenfrei innerhalb Deutschlands.

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

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

<http://www.journalismus-bibliothek.de>

<http://www.rkm-journal.de>

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