

Avisos



Informationsdienst der Deutschen
Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Nr. 64

D G P u K

Frühjahr 2017

DEBATTE: Promotionsverfahren in der Kommunikationswissenschaft

Einführung VON ANNEKATRIN BOCK, ISABELLE BORUCKI,
DENISE SOMMER, CHRISTIAN STRIPPEL

2

Wofür steht die Promotion in unserem Fach?
VON VOLKER GEHRAU

3

Publikationsbasierte Dissertation oder klassische Monografie?
VON DIANA INGENHOFF

4

Kumulative Dissertation: Vor- und Nachteile
VON LARS GUENTHER

5

Wie wird international eigentlich promoviert?
VON SOPHIE LECHLER

6

Ein Plädoyer für viele Wege – auf festem Grund
VON SEVDA CAN ARSLAN

7

NACHRICHTEN & PERSONALIEN

9

RÜCKSPIEGEL **Karriereberatung im Wandel der Zeit**

10

NEU ERSCHIENEN

12

TAGUNGEN

14

NACHRUF **Ein Institutsmensch durch und durch**
VON HANS-BERND BROSIUS

19

DER FRAGEBOGEN AUSGEFÜLLT VON JESSICA
EINSPÄNNER-PFLOCK

20

AUS DEM VORSTAND **Vision 2020**
VON LARS RINSDORF

22

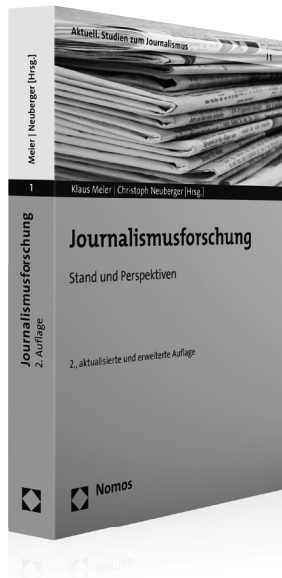
CALL FOR PAPERS VON WALTER HÖMBERG

24

AVISIERT

Die erste nachweisbare Verleihung eines Doktorgrads fand 1219 in Bologna nach Bestätigung der Promotionsordnung durch Papst Honorius III. statt. In diesem Satz verbirgt sich zweierlei: Einerseits ein interessanter Einstieg ins Thema „Promotion“, andererseits ein Plagiat – zumindest, wenn wir die Information schuldig blieben, dass wir hier wörtlich aus Wikipedia abgeschrieben haben. Doktor und Ideenklau – dank vieler prominenter Fehltritte, aber auch falscher Anschuldigungen wird beides oft in einem Satz genannt. Was dabei oft vergessen wird, ist eine mindestens ebenso wichtige Frage rund um die Promotion: Welche Standards sind heute ausschlaggebend, damit der Doktor nicht nur legitim, sondern am Ende auch möglichst wertig ist? Und darüber hinaus: Gibt es eine Antwort auf diese Frage, die insbesondere unserem Fach gerecht wird – im deutschsprachigen Raum, aber auch international? Wie Annekatriin Bock, Isabelle Borucki, Denise Sommer und Christian Strippel zeigen, geht es in der von ihnen betreuten Debatte um weit mehr als die beiden Schlagworte „Monografie“ oder „kumulativ“. Wir hoffen, dass Sie darin für sich – ob Sie nun eine Promotion betreuen, begleiten oder anstreben – jenseits dieser Begriffe viele Anregungen oder gar Entscheidungshilfen finden.

ALEXANDER GODULLA &
CORNELIA WOLF



Journalismusforschung

Stand und Perspektiven

Herausgegeben von
Prof. Dr. Klaus Meier und
Prof. Dr. Christoph Neuberger
2., aktualisierte und erweiterte
Auflage 2016, 430 S., brosch., 58,- €
ISBN 978-3-8487-2526-7
eISBN 978-3-8452-7142-2
(Aktuell. Studien zum
Journalismus, Bd. 1)
nomos-shop.de/26560

Der Band ist eine aktuelle Standortbestimmung der Journalismusforschung. Als bewährtes Grundlagenwerk richtet sich der Band sowohl an Wissenschaftler und Studierende als auch an Praktiker, die Einblick in die Forschung gewinnen wollen.

Für die zweite Auflage wurden neueste Forschungsansätze und -ergebnisse ergänzt. Darüber hinaus wurde der Band um Aufsätze zu aktuellen Trends im Journalismus erweitert.

 Nomos
eLibrary



Nomos

Promotionsverfahren in der Kommunikationswissenschaft

DEBATTENREDAKTION: ANNEKATRIN BOCK, ISABELLE BORUCKI,
DENISE SOMMER, CHRISTIAN STRIPPEL

Der kommunikationswissenschaftliche Nachwuchs und die an ihn gestellten Anforderungen stehen im Zentrum der aktuellen Wandlungsprozesse unseres Fachs: Nachwuchswissenschaftlerinnen und -wissenschaftler sollen international ausgerichtet sein, professionell forschen und sich möglichst differenzierte fachspezifische Kenntnisse aneignen. Die Internationalisierung und Professionalisierung wird dabei gegenwärtig häufig an Publikationen in (vorzugsweise englischsprachigen) Fachzeitschriften mit Peer Review gemessen, die parallel und zusätzlich zur eigentlichen Promotionsarbeit, der Dissertation, veröffentlicht werden müssen.

Diese Veränderungen befeuern die Diskussion über die strukturelle Umgestaltung der Qualifikationswege im Fach wesentlich in zwei Punkten: Erstens interessieren sich Promovierende vermehrt für kumulative Promotionen, die versprechen, Publikationsoutput und wissenschaftliche Qualifikation zu vereinen. Zweitens werden auf Empfehlung des Wissenschaftsrats strukturierte und teilstrukturierte Promotionsprogramme etabliert, um die wissenschaftliche Qualifikation professioneller und effizienter zu gestalten.

Wesentliche, kontrovers zu diskutierende Punkte betreffen die grundlegenden Ziele und Leistungsanforderungen der verschiedenen Promotionsverfahren, die

konkrete Ausgestaltung strukturierter und teilweise strukturierter Promotionsstudiengänge sowie die Betreuung und Begutachtung von Promotionen. Die vorliegende Debatte greift einige dieser Konfliktlinien auf und fragt nach dem Status Quo und der Zukunft der kommunikationswissenschaftlichen Promotion

zwischen Flexibilisierung und Standardisierung in einem globalisierten Wissenschaftssystem. Dabei stellt sich die Frage, wie offen wir als Fach für neue Entwicklungen sind, aber auch, wie stark die Orientierung an internationalen Standards unsere deutsch-

sprachige Wissenschaftskultur prägen wird. Aus Sicht der Promovierenden und Betreuenden werden Fragen aufgeworfen, über die sich die Fachgemeinschaft zukünftig weiter austauschen sollte.

Inhaltsanalyse der Promotionsordnungen in der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft

In einer empirischen Bestandsaufnahme verglichen wir im Jahr 2015 die für kommunikationswissenschaftliche Promotionen relevanten Ordnungen von Hochschulen in Deutschland, Österreich und der Schweiz, um die Herausforderungen und Chancen der Qualifikationswege aufzuzeigen. Erhoben wurden die Ziele und Leistungsanforderungen für Promotionen sowie die Regelungen von Betreuung, Begutachtung und Bewertung. Dabei zeigt sich, dass in Deutschland die klassische Individualpromotion noch immer der Regelfall ist, auch wenn



zunehmend Promotionsprogramme angeboten werden. In Österreich und der Schweiz kann dagegen nur noch strukturiert oder teilstrukturiert promoviert werden. Dies deutet ebenso auf eine zunehmende Internationalisierung der Promotionsverfahren hin, wie etwa die Möglichkeit zur kumulativen Promotion, die in knapp 42 Prozent der Verfahren besteht.

Weiterhin verdeutlicht die Studie, wie stark sich die Promotionsverfahren in zentralen Punkten unterscheiden: Bemerkenswert ist hier etwa die unterschiedliche Praxis bei der Bewertung und Benotung. In den strukturierten und teilstrukturierten

Programmen erledigen die Promovierenden zudem mehr Qualifikationsleistungen in weniger Zeit, oftmals gebunden an eine zu erbringende Anzahl an ECTS-Punkten (12 bis 60). Auch die Kriterien und Bedingungen für eine kumulative Dissertation sind divers, sowohl was die geforderte Mindestanzahl an Schriften (3 bis 6) als auch deren Qualität (veröffentlicht, peer-review, Alleinautorenschaft etc.) betrifft. Offen bleibt, wie die Ordnungen ausgefüllt und umgesetzt werden und welche ungeschriebenen Regeln jenseits der offiziellen Regularien greifen. Die Studie wird demnächst an geeigneter Stelle veröffentlicht.

Wofür steht die Promotion in unserem Fach?

STANDPUNKT: VOLKER GEHRAU

Die Promotion ist in erster Linie ein wissenschaftlicher Qualifikationsschritt. Sie ist der Schritt zum eigenständigen wissenschaftlichen Arbeiten. Sie bringt die ‚Vollmitgliedschaft‘ in der wissenschaftlichen Community mit sich, was sich zum Beispiel an der Möglichkeit festmacht, DFG-Anträge zu stellen. Für mich persönlich manifestierte sich dieser Schritt darin, dass mein Doktorvater und damaliger Chef, Lutz Erbring, mir direkt danach das „Du“ anbot und mich ab dann wie einen Kollegen behandelte.

Kern der Promotion ist die Promotionsschrift. Diese ist eine Qualifikationsarbeit und nicht das Lebenswerk. Sie sollte deswegen nicht mit eigenen Ansprüchen an Perfektion und wissenschaftlicher Tragweite überfrachtet werden. Zumal oft vergessen wird, dass zwischen der eingereichten Schrift und dem publizierten Werk – zumindest bei der Monografie – in der Regel noch ein Überarbeitungsschritt liegt.

Aus meiner Sicht ist die Eigenständigkeit des Dissertationsthemas das Wichtigste an der Promotion, viel wichtiger als die Note oder Art der Einreichung (Monografie versus Kumulus). Oft ist die Promotion die erste und für längere Zeit danach auch einzige Möglichkeit, sich mit einer größeren, eigenständigen Idee zu präsentieren. Nach einigen Jahren wird zwar auch diese Idee alt sein. Für die Zwischenzeit hilft es aber sowohl der Karriere als auch dem eigenen Ego, mit etwas Neuem und Eigenständigem verbunden zu werden.

Das zu erreichen ist nicht einfach, aber die eigentliche Leistung in der Promotion besteht im eigenen, identifizierbaren Beitrag zum wissenschaftlichen Fortschritt des jeweiligen Faches. Und das ist nach meiner Erfahrung mit einer Mo-

nografie einfacher als mit einem Kumulus; es sei denn, der Kumulus umfasst mehrere Beiträge in Alleinautorenschaft, die inhaltlich eng verknüpft sind, so dass die Leser den individuellen Beitrag zum Forschungsfeld erkennen können. Daran knüpft sich die Forderung an die Betreuerinnen und Betreuer, die Kandidaten mit Ideen und Daten aus größeren Kontexten auch allein publizieren zu lassen, insbesondere wenn eine kumulative Promotion angestrebt wird.

Für die Kommunikationswissenschaft sind die Promotionen Ausdruck sowohl für die Breite des Faches als auch für aktuelle Trends. Als Vorsitzender des letztjährigen DG-PuK-Dissertationsförderpreises habe ich einen interessanten Überblick erhalten. Sowohl thematisch als auch theoretisch und methodisch deckten die eingereichten Arbeiten ein enormes Spektrum ab. Es waren Themen aus praktisch allen DG-PuK-Fachgruppen vertreten, theoretische sowie empirische Arbeiten, basierend auf qualitativen und quantitativen Studien. Thematisch war kein Mainstream festzustellen. Nahezu alles scheint möglich zu sein, solange es sich um Fragen der medienvermittelten Kommunikation handelt. Und das sollte auch so sein!

Allerdings zeigten sich auch übergeordnete Fragestellungen, die direkt oder indirekt in vielen Dissertationen behandelt werden. Aktuell kreisen diese um gesellschaftliche Veränderungen durch digitale und mobile Medien. Auch in der Form der Dissertationen herrschte Vielfalt. Es wurden kumulative Schriften ebenso eingereicht wie Monografien, und zwar in deutscher sowie englischer Sprache. Allerdings ist auf dieser Ebene ein klarer Mainstream zu erkennen: die deutschsprachige Monografie.

Publikationsbasierte Dissertation oder klassische Monographie?

STANDPUNKT: DIANA INGENHOFF

In der Kommunikationswissenschaft hält ein alternatives Promotionsverfahren Einzug, das in einigen sozialwissenschaftlichen Nachbardisziplinen, wie in der Volkswirtschaftslehre oder Psychologie, bereits fest etabliert ist: die publikationsbasierte Dissertation. Eine solche, auch kumulativ genannte Dissertation beruht darauf, ein Promotionsprojekt in Artikel aufzuteilen, um diese in möglichst renommierten Fachzeitschriften zu publizieren. Im Idealfall werden am Ende der Dissertation die Einzelpublikationen in eine Rahmenschrift mitsamt Einleitung und Konklusion zu einem stimmigen Gesamtbild zusammengeführt.

Ein Vorteil liegt darin, dass die Promovierenden durch laufende Publikationen früher in ihrer „Community“ für ihre Kolleginnen und Kollegen sichtbar werden. Jedoch bringen publikationsbasierte Dissertationen auch unerwünschte Nebenfolgen mit sich: So wird ein Anreizsystem für kleinteilige Publikationen geschaffen; statt einem stimmigen Gesamtbild stellen Rahmenschriften häufig eine lose Artikelsammlung dar. So lassen sich – anders als in einer Monographie – komplexe Gedankengebäude selten errichten. Zudem werden von Promovierenden Artikel zu einem Zeitpunkt eingefordert, in denen sie ihr Forschungsfeld noch nicht vollständig überblicken. In der Folge kommt es zu einer Schwemme von häufig unausgereiften Artikeln. Auf die Probleme der neuen Wissenskultur und dem unreflektierten Umgang mit Peer Review und Impact hat jüngst Thomas Hanitzsch in seinem Beitrag in der Publizistik (Heft 1/2016) hingewiesen.

Von dieser „Systemkritik“ einmal abgesehen, klagen Promovierende und deren Betreuerinnen und Betreuer häufig über ganz handfeste Ungewissheiten: Wie viele Artikel werden überhaupt für eine Dissertation benötigt? Gelten auch eingereichte Artikel oder müssen diese publiziert worden sein? Welche Rolle spielen Erstautorenschaft oder das Ranking eines Journals? Zum Teil sind die Antworten auf derlei Fragen in den Pro-

motionsordnungen der Universitäten festgelegt, zumeist wird diese Beurteilung den betreuenden Professorinnen und Professoren überlassen. Nicht selten gibt es hierbei sogar zwischen Departementen in ein und derselben Fakultät unterschiedliche Richtlinien, was dann zumeist zu empfundenen und tatsächlichen Ungerechtigkeiten bei den sich austauschenden Doktorierenden führen kann.

Aus rein wissenschaftlicher Sicht bietet eine nicht allzu starre Gestaltung durchaus Vorteile. In der Volkswirtschaftslehre kann eine Publikation in einem „A-Journal“ die Karrierechancen einer Wissenschaftlerin oder eines Wissenschaftlers befeuern und ist häufig Voraussetzung für einen Einstieg in die Wissenschaft. In der Kommunikationswissenschaft, die eine viel kleinere wissenschaftliche Community darstellt, fehlt ein Konsens zu einer solchen Journalklassifikationsliste, obgleich die meisten Journals inzwischen stolz ihren „Impact Factor“ auf ihrer Website angeben. Auch darf nicht außer Acht gelassen werden, dass Forschungsmethodik, -theorie und -paradigma der anvisierten Fachzeitschrift entsprechen müssen, um einen Beitrag unterzubringen. So erschwert es die Dominanz der sozialwissenschaftlich, quantitativ orientierten Zeitschriften etwa kulturwissenschaftlich ausgerichteten Dissertationen, kumulativ Artikel unterzubringen, obgleich diese gesellschaftlich nicht minder relevant sind.

Hinzu kommt, dass es für den hiesigen wissenschaftlichen Nachwuchs schwierig ist, in den hoch gerankten, internationalen Journals zu publizieren, wenn ihr Forschungsthema sowie die Fragestellung und Untersuchung auf einen nicht globalen oder zumindest nichtamerikanischen Kontext abzielt: Forschung über Eigenheiten des Mediensystems Schweiz lässt sich thematisch schwieriger in „A-Journals“ unterbringen als empirische Studien. Es ist daher meist zielführender, in Zeitschriften zu publizieren, die dem Forschungsthema nahestehen. Hierzu ist ein Überblick im Dschungel der verschiedenen Fach-



zeitschriften und ihrer Bewertungen erforderlich. Es lässt sich festhalten, dass fachspezifische und thematische Eigenheiten einer Dissertation mit allzu strikten Vorgaben nicht angemessen gewürdigt werden können. Daher sollte es in der Autonomie der begutachtenden Professorinnen und Professoren liegen, welche Leistungen sie als dissertationswürdig ansehen.

Auch wenn beide Verfahren wissenschaftlich vergleichbar und erkenntnisbringend sind, eignet sich die klassische Monographie meines Erach-

tens für die Kommunikationswissenschaft eher, die komplexen gesellschaftlichen Phänomene zu analysieren und zusammenhängende Beschreibungen und Erklärungen zu liefern. Doch da beide Verfahren ihre jeweiligen Stärken und Schwächen haben, ist es für die Kommunikationswissenschaft und deren Promovierenden von großem Wert, wenn diese – in Absprache mit ihrer Professorin oder ihrem Professor – das für ihr jeweiliges Forschungsprojekt geeignete Promotionsverfahren wählen können.

Kumulative Promotion: Vor- und Nachteile

STANDPUNKT: LARS GUENTHER

Ich rate Ihnen eindringlich davon ab, unser Fach ist noch nicht so weit“, sagte mir ein deutscher Professor für Kommunikationswissenschaft auf einer Veranstaltung für Doktoranden in Erfurt. Da war es jedoch schon längst zu spät, denn ich hatte meine kumulative Dissertation an der Friedrich-Schiller-Universität Jena bereits Wochen zuvor eingereicht. Und so sehr ich damals noch ins Grübeln darüber geriet, ob das der richtige Weg war, so sehr kenne ich heute die Antwort: Ja, für mich war es die richtige Wahl, publikationsbasiert in unserem Fach zu promovieren!

Ausgehend von meinen Erfahrungen möchte ich in diesem Beitrag die Vor- und Nachteile der kumulativen Dissertation erörtern und so einen Beitrag leisten, wofür die publikationsbasierte Dissertation auch in unserem Fach stehen kann (und wofür vielleicht nicht). Mit kumulativ meine ich dabei die Abkehr von der reinen Monografie hin zu mehreren wissenschaftlichen Aufsätzen in Zeitschriften, die am Ende umrahmt von einer Dachschrift als Dissertation eingereicht werden.

Dass die kumulative Dissertation Vorteile hat, liegt klar auf der Hand: Die wissenschaftliche Kommunikation und Reputation in unserem Fach findet heute vermehrt über Aufsätze und Forschungsberichte in anerkannten Fachzeitschriften statt. Monografien, so empfinde ich,

werden zunehmend seltener gelesen und sind oft nicht online verfügbar. Wer demnach ein Publikum erreichen will, ist gut beraten, Aufsätze in bekannten Zeitschriften unseres Fachs unterzubringen. Wenn diese Publikationsstrategie angewandt wird und es gleichzeitig die Dissertation voranbringt, dann ist das ein doppelter Gewinn. Wird in Zeitschriften publiziert und nebenbei eine Monografie erstellt, dann könnte dies zu Lasten eines der beiden (und wahrscheinlich zu meist der Dissertation) gehen.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist die zunehmende Internationalisierung unseres Fachs und die damit einhergehende Orientierung an englischsprachigen, peer-reviewten Zeitschriften. Gelingt es einem Doktoranden, einen Aufsatz in einer Zeitschrift mit hohem Impact-Faktor zu platzieren, dann geht die Aufmerksamkeit auf die Dissertation einher mit hochrangigen Veröffentlichungen. Streng genommen unterliegt die Dissertation dann auch nicht nur der Einschätzung zweier Gutachter, sondern von der Zeitschrift ausgewählte Reviewer kommen ebenfalls ins Spiel. Deshalb wird das Promotionsverfahren ein wenig unabhängiger. Zu guter Letzt können Doktoranden bereits in diesem frühen Stadium der Karriere über das deutsche Fachpublikum und der Teilnahme an Konferenzen hinaus sichtbar werden.

Es sollten jedoch die Nachteile stets mit beachtet werden: Das beginnt mit den Rahmenbedingungen, denn viele kommunikationswissenschaftliche Institute in Deutschland stellen die Möglichkeit zur kumulativen Dissertation (noch) nicht bereit. Wer kumulativ promoviert, gilt noch immer als Sonderfall. Sollten die Rahmenbedingungen vorhanden sein oder geschaffen werden, gilt es zu entscheiden, welche Kriterien angelegt werden, damit die kumulative Dissertation als gleichwertig gegenüber der Dissertation als Monografie gelten kann. Nicht zuletzt sollte hier auf ein Mindestmaß an Vergleichbarkeit geachtet werden. Die einzelnen Kriterien gehen einher mit wichtigen Kritikpunkten an der kumulativen Dissertation.

Ein wichtiger Punkt betrifft die Frage, inwieweit der Doktorand Allein- oder Erstautor der Zeitschriftenbeiträge sein sollte. Wird die Mehrautorenschaft zugelassen, dann sollte der Doktorand in der Mehrzahl der Beiträge Erstautor sein und in der Dachschrift unbedingt herausstellen, wie groß der Eigenteil war. Ein zweiter wichtiger Punkt ist sicherlich, dass der Weg vom Einreichen über die Annahme eines Zeitschriftenbeitrags bis hin zu dessen Veröffentlichung ein langer Prozess

sein kann. In diesem Fall können die festgelegten Kriterien aber benennen, dass Begutachtungsverfahren und die Annahme eines Manuskripts als Teilleistungen gelten. Hinzu kommt schließlich die Frage, welche Fachzeitschriften überhaupt gezählt werden.

Ein Kritikpunkt, den ich außerdem oft hörte, war, dass man mit der Dissertation dem Fachpublikum zeigen müsse, man sei in der Lage ein „großes Werk“ zu schreiben. Ich kann das nicht allumfassend bewerten, möchte aber zu bedenken geben, dass (1) ich mir unsicher bin, inwieweit einige Dissertationen unseres Fachs tatsächlich große Werke sind, und (2) aus meiner Perspektive nichts dagegen spricht, mehrere Artikel in anerkannten Fachzeitschriften auch als ein großes Werk zu bezeichnen.

Der Professor auf der Doktorandenveranstaltung in Erfurt suchte nach dem Programm ein privates Gespräch mit mir. Er sei davon überzeugt, dass mir die kumulative Dissertation Nachteile bei eventuell anstehenden Berufungsverfahren bringen werde, weil es negativ auffallen würde, wenn ich keine monografische Dissertation mit meinen Unterlagen einreiche. Ob er damit Recht behält, wird sich in ein paar Jahren zeigen.

Wie wird international eigentlich promoviert?

STANDPUNKT: SOPHIE LECHELER

Nicht nur in Deutschland werden Debatten zu Promotionsverfahren geführt. Auch an der Universität Amsterdam habe ich eine Entwicklung zum klar strukturierten Doktorandenkolleg miterlebt. Die Debatten zum Promovieren in den Niederlanden zielen heute vor allem auf die Frage ab, ob niederländische Doktorandenkollegien internationale Kandidaten anziehen können und ob die fertigen Doktoren auf einem internationalisierten wissenschaftlichen Arbeitsmarkt erfolgreich platziert werden können. Solche Fragen sind im relativ kleinen niederländischen Markt wahrscheinlich

relevanter als in Deutschland. Sie sind jedoch auch indikativ dafür, dass international eine Evolution zu bemerken ist: weg vom Doktoranden als Mitarbeiter mit Lehrverpflichtung hin zum PhD student mit starkem Forschungsfokus.

In Amsterdam wurde dieses angelsächsische Modell in den letzten Jahren stetig weiterentwickelt: Die Regelzeit für Dissertationsprojekte wurde auf drei Jahre verkürzt, die Lehrbelastung reduziert, kumulative Promotionen wurden zum Standard. In einem Einführungsseminar zur wissenschaftliche Laufbahn werden frischgebackene Doktoranden von mehreren Universitäten in den

Niederlanden und Flandern gemeinsam zu academic citizen erzogen. Dies beinhaltet Themen wie internationales Publizieren und Drittmittelerwerb, aber auch Fragen zum wissenschaftlichen Plagiat, zur Ethik und einem effektiven Management des eigenen Dissertationsprojekts.

Aus Deutschland kommend erschienen mir die Rahmenbedingungen in Amsterdam ideal, und meine Einschätzung der Situation dort ist auch noch immer sehr positiv. Der strukturierte Ablauf der Promotion gab mir die Sicherheit, in der vorgegebenen Regelzeit fertig werden zu können. Zusätzlich halfen mir frühe Publikationen und Konferenzpräsentationen mein wissenschaftliches Netzwerk aufzubauen. Vor allem fiel mir aber auf, dass die Amsterdamer Doktoranden sich durch das intensive Training schnell als vollwertige Mitglieder der wissenschaftlichen Gemeinschaft fühlten und so auch behandelt wurden.

Dieses straffe Modell birgt jedoch auch Herausforderungen: Zum einen erhöht sich die Verantwortung für Betreuer, da eine Arbeit auch wirklich und definitiv in drei Jahren fertiggestellt werden sollte. Zum anderen sind sich Doktoranden des Publikationsdrucks beim wissenschaftlichen Arbeiten in ihrem Projekt vielleicht zu früh und zu sehr bewusst. Zudem gibt es auch in den Niederlanden eine Diskussion darüber, ob eine Abnahme der Lehrbelastung bei Doktoranden wirklich nur positive Auswirkungen auf deren Jobaussichten hat.

Für mich steht Promovieren in den Niederlanden jedoch in erster Linie für das Selbstbewusstsein, mit dem Doktoranden dort forschen, und für die Flexibilität, mit der sie sich einer internationalisierten Wissenschaftswelt anpassen können. Doktoranden müssen für mich die Chance bekommen, schon früh selbstständig und unabhängig Wissenschaft zu machen.

Ein Plädoyer für viele Wege – auf festem Grund

STANDPUNKT: SEVDA CAN ARSLAN

Die Menschen, die promovieren, stehen für mich im Mittelpunkt der Debatte um Promotionsverfahren. Daher plädiere ich dafür, Promotionsverfahren an ihren Interessen auszurichten. Die individuellen Interessen der Promovierenden erfordern vielfältige, flexible und transparente Promotionsverfahren – auf der Basis guter Arbeitsbedingungen für alle.

Die individuellen Interessen der Promovierenden unterscheiden sich etwa hinsichtlich der Wahlfreiheit beim Promotionsthema, der Weiterbildung in der Lehre, der Qualifikation für Verwaltungstätigkeiten, der Intensität der Betreuung, der Menge an intra- und interdisziplinärem Austausch oder der Arbeitszeitgestaltung. Das hängt auch mit den verschiedenen Zielen der Promovierenden zusammen: Mehr als ein Viertel der Promovierenden in unserem Fach strebt eine Professur an (Engesser &

Magin 2014, Publizistik, S. 323), andere interessieren sich für Stellen in der (außer)universitären Forschung, in der Universitätsverwaltung oder in der Wirtschaft, im In- oder Ausland.

Vor dem Hintergrund dieser individuellen Unterschiede der Promovierenden wird klar, dass die Debatte um Vor- und Nachteile verschiedener Promotionsverfahren nicht zu einem besten Verfahren für alle Promovierenden führen wird, sondern lediglich die Wahl des jeweils besten Verfahrens für die einzelnen Promovierenden informieren kann. Nur ein vielfältiges Angebot an Promotionsverfahren an jedem Standort wird den unterschiedlichen Bedürfnissen der Promovierenden gerecht. So können Promovierende selbstverantwortlich entscheiden, ob und inwiefern sie ihre Promotion ausrichten an ihrer persönlichen Situation, ihrem Forschungsgegenstand oder fachlichen, wissenschaftlichen und

DEBATE

gesellschaftlichen Trends wie internationaler Sichtbarkeit, empirischem Fokus, Publikationsdruck, Interdisziplinarität oder ökonomischer Verwertbarkeit.

Es ist nicht zu erwarten, dass sich Promovierende schon vor Beginn des Promotionsverfahrens vollkommen im Klaren sind über ihre Interessen und Ziele. Zudem können sich diese während der Promotion ändern. Um solche Veränderungen aufzufangen, sollten Promotionsverfahren flexibel sein und Wechsel ermöglichen. Für die informierte Wahl der Promovierenden müssen die Rahmenbedingungen der jeweiligen Promotionsverfahren transparent und eindeutig beschrieben sein.

Die Debatte um verschiedene Promotionsverfahren darf allerdings nicht von dem Grundproblem ablenken, das derzeit alle Promotionsverfahren miteinander teilen: prekäre Beschäftigungsverhältnisse. Sie betreffen Promovierende unseres Fachs in jedem Promotionsverfahren (ebd., S. 320). So halten beispielsweise 78 Prozent der Promovierenden unseres Fachs die Zeit für die Dissertation für zu gering (ebd., S. 322). Auch die Chancen auf eine den Lebensunterhalt nachhaltig sichernde Professur halten nur drei Prozent für „gut“ oder „sehr gut“ (ebd., S. 323). Umgekehrt steigt ihre Arbeitszufriedenheit mit Stellenprozenten und Vertragsdauer (ebd., S. 326). Die individuellen Interessen der einzelnen Promovierenden sind untrennbar verbunden mit dem kollektiven Interesse aller Promovierenden an guten Arbeitsbedingungen.

Der Soziologe Ullrich (2016, *Jungle World*) sieht in befristeten Verträgen, geringer Entlohnung und unsicheren Perspektiven beabsichtigte Konsequenzen der staatlichen Wissenschaftspolitik der letzten Jahre. Die durch die „Verschärfung des

Wettbewerbs und die künstliche Inszenierung von Markteffekten“ (Rogge 2015, *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*) geschaffene materielle Unsicherheit wissenschaftlicher Lohnarbeit reproduziert so die strukturelle Ungleichheit in der Gesellschaft. Arbeitsbedingungen bestimmen, wer ein Promotionsverfahren beginnt, wer es abschließt und wer danach damit erfolgreich ist. Beispielhaft wird dies deutlich an der Schwierigkeit einer kommunikationswissenschaftlichen Karriere für Frauen mit Kinderwunsch (Engesser & Magin 2014, S. 319). Dabei zählt die DFG „Diversity“ zu ihren Grundlagen und formuliert es als „Selbstverständlichkeit, dass niemand wegen wissenschaftsfremder Fakten wie beispielsweise dem Geschlecht, der ethnischen Herkunft, dem Alter oder dem Gesundheitszustand von einer wissenschaftlichen Karriere ausgeschlossen werden darf“. Ich schlage vor, diese „Selbstverständlichkeit“ auch in unserem Fach und bereits auf der Ebene der Promotion umzusetzen. Gute Arbeitsbedingungen bilden dafür die Grundlage.

Engesser und Magin (2014) erinnern die Professorinnen und Professoren an ihre „Entscheidungsspielräume hinsichtlich eines Mindestmaßes an Stellenprozenten, angemessener Vertragslaufzeiten, einer tragbaren Arbeitsbelastung sowie einer sinnvollen Wochenarbeitszeit und Arbeitszeitverteilung“ (S. 332). Auch unsere Fachgesellschaft steht in der Pflicht. Schmidt und Thiel (2016, *SozBlog*) zeigen am Beispiel der DVPW vier Instrumente mit denen Fachgesellschaften gute Arbeitsbedingungen fördern können: Stellungnahmen, Untersuchung der Situation im eigenen Fach, Förderung dezentraler Initiativen sowie Entwurf und Diskussion konkreter Lösungen. Entsprechend wurden und werden in der DGPK Promotionsverfahren und Arbeitsbedingungen von Promovierenden auf einigen Podiumsdiskussionen, Sonderfenstern und Vollversammlungen besprochen. Nicht zuletzt ist neben dem Engagement von professoraler Seite und der Fachgesellschaft der Einsatz der Promovierenden selbst unabdingbar. Lasst uns miteinander über unsere individuellen und kollektiven Interessen als Promovierende diskutieren und diese artikulieren, um die Promotionsverfahren und unsere Arbeitsbedingungen daran anzupassen!

Wir müssen reden. Nur – worüber? Senden Sie uns Ihre Vorschläge für eine neue Debatte. Zu welchem Thema würden Sie gern eine Debattenredaktion übernehmen, um interessante Beiträge zu sammeln und einen Dialog in Gang zu setzen? Wir freuen uns auf Ihre Vorschläge – am besten gleich per E-Mail an alexander.godulla@fhws.de oder cornelia.wolf@uni-leipzig.de.



„Vordenker der Internetforschung“

Christoph Neuberger erhält Schelling-Preis

Die Bayerische Akademie der Wissenschaften verleiht ihren wichtigsten Wissenschaftspreis, den mit 25.000 Euro dotierten Friedrich Wilhelm Joseph von Schelling-Preis, an den Kommunikationswissenschaftler Christoph Neuberger. Er wurde am 03.12.2016 in München für seine bahnbrechenden Forschungen zum gesellschaftlichen Wandel im Zuge neuer Kommunikationsmedien ausgezeichnet. Christoph Neuberger ist Direktor des Departments für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der LMU München. Er studierte Journalistik, Politikwissenschaft, Soziologie und Philosophie in Eichstätt und Tübingen. Promotion und Habilitation erfolgten an der Katholischen Universität Eichstätt. Seit 2011 lehrt Neuberger an der LMU München.

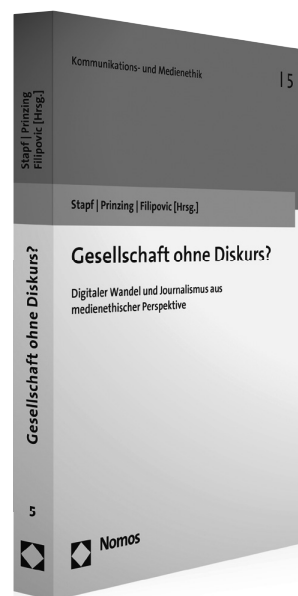
Den Schelling-Preis verleiht die Bayerische Akademie der Wissenschaften dem Kommunikationswissenschaftler für seine herausragende wissenschaftliche Forschung zum Themenkomplex „Gesellschaftlicher Wandel im Zuge sich verändernder Kommunikationsmedien“. Um diesen gesellschaftlichen Wandel zu erforschen, entwickelte Neuberger neue Theorien, die interdisziplinäre und fachinterne Grenzen überwunden haben. Zugleich entwickelte er innovative Methoden, um an das empirische Material zu kommen.

Christoph Neuberger hat sich nicht nur in wissenschaftlicher Hinsicht herausragende Verdienste und internationale Anerkennung als theoretischer und methodischer Vordenker der Internetforschung erworben. Er hat zugleich seine gesellschaftliche Verantwortung als Wissenschaftler weit über das übliche Maß hinaus in gestaltender, zukunftsweisender Funktion wahrgenommen.

Der mit 25.000 Euro dotierte Preis wird 2016 unter anderem mit Unterstützung durch E.ON Bayern zum sechsten Mal für herausragende wissenschaftliche Leistungen verliehen. Er ist benannt nach dem Philosophen und Akademiepräsidenten Friedrich Wilhelm Joseph von Schelling (1775-1854). Die bisherigen Preisträger waren der Physiker Gerhard Abstreiter (2006), der Indologe Lambert Schmitshausen (2009), der Biochemiker Matthias Mann (2010) die Wissenschaftshistorikerin Lorraine Daston (2012) und der Kosmologe Viatcheslav F. Mukhanov (2014).

Dies ist eine gekürzte Wiedergabe der offiziellen Pressemitteilung der Bayerischen Akademie der Wissenschaften.

Medienwandel kritisch hinterfragt



Gesellschaft ohne Diskurs?

Digitaler Wandel und Journalismus
aus medienethischer Perspektive

Herausgegeben von Dr. Ingrid Stapf,
Prof. Dr. Marlis Prinzing und Prof. Dr. Alexander Filipovic

2017, 291 S., brosch., 64,- €

ISBN 978-3-8487-3644-7

eISBN 978-3-8452-7982-4

(Kommunikations- und Medienethik, Bd. 5)

nomos-shop.de/28577

Sind wir auf dem Weg in eine Gesellschaft ohne Diskurs? Der Journalismus stößt im digitalen Zeitalter auf zahlreiche Veränderungen, die die Erfüllung seiner verfassungsrechtlichen und gesellschaftlichen Aufgabe erschweren. Der Band thematisiert aus medienethischer Perspektive die journalistischen Herausforderungen und Potenziale des Medienwandels.

 Nomos
eLibrary



Nomos

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.

Prof. Dr. Jeffrey Wimmer hat zum Oktober 2016 eine Professur für Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Medienrealität am Institut Medien, Wissen und Kommunikation der Universität Augsburg angetreten.

Prof. Dr. Christian Pentzold hat zum Oktober 2016 einen Ruf auf die Juniorprofessur für Medien- und Kommunikationswissenschaft mit dem Schwerpunkt Mediengesellschaft an der Universität Bremen angenommen.

Karriereberatung im Wandel der Zeit

Die Promotion und ihre Relevanz: Kein Thema im letzten Jahrtausend

Angesichts der aktuellen Debatte über den Stellenwert und die geeignete Form der Promotion in der Kommunikationswissenschaft, in der auch „prekäre Beschäftigungsverhältnisse“ des wissenschaftlichen Nachwuchses thematisiert werden, wollen wir Ihnen an dieser Stelle wieder einige Gedanken aus einer älteren Aviso-Ausgabe nicht vorenthalten. Diese kommen aber nicht, wie in den vorangegangenen „Finalen Einsichten“, aus der Frühzeit dieser Mitgliederzeitschrift der DGPK.

Denn, so die ebenso interessante wie aussagekräftige Erkenntnis aus der aufmerksamen Lektüre der ersten elf Jahrgänge von 1990 bis 2001: Die Promotion und ihre Relevanz sind dort schlicht kein Thema gewesen. Ebenso wenig werden speziell der wissenschaftliche Nachwuchs oder spezifische Voraussetzungen für eine akademische Karriere in den Blick genommen.

Dies lag in den 1990er Jahren sicher an dem starken Fokus auf der Entwicklung eines Selbstverständnisses für das Fach und einen Konsens zur universitären Ausbildung in kommunikationswissenschaftlichen Studiengängen, die in zahlreichen Debattentexten im Aviso beleuchtet werden. Ferner zeigt sich spätestens ab Mitte der 1990er Jahre der fundamentale Wandel durch die Digitalisierung, der zur Reflexion über verändertes wissenschaftli-

ches Arbeiten führt.

Erst in Aviso Nr. 30, erschienen im Mai 2002, sind „Publikationen“ und „Wissenschaftlicher Nachwuchs“ explizit ein Thema. Hans-Bernd Brosius, Romy Fröhlich und Helmut Scherer berichten anlässlich ihrer endenden Amtszeit im Vorstand der DGPK über Erreichtes und zukünftige Aufgaben.

Dabei stellen sie zunächst den Trend zu Peer Review-Verfahren fest, die heute für Konferenzen und Publikationen zum Standard gehören: „Die Tagungen der Gesellschaft werden immer größer. Längst können die Tagungsbände nicht mehr alle Beiträge enthalten, längst muss die Anzahl der Vorträge durch Begutachtungsverfahren für die angemeldeten Beiträge begrenzt werden. Dies gefällt nicht jedem. Im Sinne einer Qualitätssicherung erscheint jedoch ein Auswahlverfahren mehr als gerechtfertigt. Hier ist auch weiterhin viel zu tun; noch erscheint das Begutachtungsverfahren nicht voll ausgereift, die Tagungsbände haben längst nicht die Bedeutung, die man eigentlich von den Vorträgen auf der Jahrestagung unserer Gesellschaft erwarten sollte. Parallel zu dieser Entwicklung, die im Wesentlichen auch durch die Vergrößerung der Scientific Community bedingt ist, gewinnt das elektronische Publizieren an Bedeutung. Zeitschriften werden immer teurer, die wirtschaftliche Grundlage

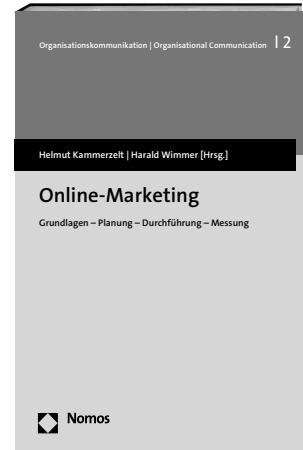
für die Verlage ist für kleinere Fächer längst nicht mehr sicher. Zahlreiche Tagungsbände, auch von den DGPK-Fachgruppen herausgegeben, machen die Fülle der Publikationen kaum noch überschaubar. Aufgabe der DGPK muss es nach Ansicht des Vorstands weiterhin sein, hier auf Qualitätssicherung und ein breites Publikationsspektrum gleichermaßen zu drängen.“

Mit Blick auf den wissenschaftlichen Nachwuchs fassen sie darüber hinaus die Situation im Jahr 2002 wie folgt zusammen: „Die Mitgliederzahl der DGPK ist in den vier Jahren unserer Amtszeit noch einmal deutlich gestiegen und bewegt sich auf die 700 zu. Zu Beginn eine kleine aber feine Gesellschaft renommierter Wissenschaftler, hat sich die DGPK mittlerweile zu einer Gesellschaft entwickelt, in welcher der wissenschaftliche Nachwuchs zahlenmäßig dominiert. Dieser ist in einer schwierigen Lage. Er trägt ganz erheblich zur Bewältigung der Überlast bei Lehre und Prüfungen bei, doch geht dies zu Lasten der eigenen Forschung und der eigenen Weiterqualifikation. Dabei sind die Aussichten auf eine wissenschaftliche Karriere für qualifizierte Nachwuchswissenschaftler so gut wie nie zuvor. An vielen Standorten werden weiterhin Stellen für Kommunikationswissenschaftler neu geschaffen, und zahlreiche ältere Kollegen treten in den kommenden Jahren in den Ruhestand. Der Ausbau des Faches geht so rapide voran, dass wir kaum so viele geeignete Nachwuchswissenschaftler haben. Die DGPK muss auch hier dafür sorgen, dass sich die jungen Leute schnell und angemessen qualifizieren. Karriereberatung wird daher ein Thema auf der nächsten Jahrestagung sein.“

Ein Fach im Strukturwandel

Damit hat sich in den letzten 15 Jahren einiges verändert. Während sich die Mitgliederzahl der DGPK auf heute rund 1200 Mitglieder beträchtlich vergrößert hat, befindet sich das Fach an den Universitäten in einer Phase der Stagnation. Ein Ausbau und eine Diversifizierung, vor allem vor dem Hintergrund des Medienwandels, findet dagegen vorwiegend an den Hochschulen statt. Wobei dieser Stellenmarkt für viele „qualifizierte Nachwuchswissenschaftler“ mangels praktischer Berufskennntnisse als Alternative verschlossen bleibt, da sie sich ausschließlich auf eine Universitätskarriere fokussiert haben. Die aktuelle – wie auch die Debatte in der letzten *Aviso*-Ausgabe (2/2016) zur Internationalisierung der Publikationslandschaft in Deutschland – sind damit die akuten Symptome eines grundsätzlichen Strukturwandels unseres Faches. So gilt heute: Der Zuwachs im Nachwuchs geht so rapide voran, dass wir kaum jemals so viele Stellen haben werden. „Karriereberatung“ für eine angemessene Qualifikation sollte daher künftig verstärkt ein Thema sein. **CORNELIA WOLF & ALEXANDER GODULLA**

Unverzichtbar für Online-Marketer



Online-Marketing

Grundlagen – Planung – Durchführung – Messung

Herausgegeben von Prof. Helmut Kammerzelt
und FH.-Prof. Ing. Dr. Harald Wimmer

2016, 208 S., brosch., 39,- €

ISBN 978-3-8487-3507-5

eISBN 978-3-8452-7810-0

(Organisationskommunikation |
Organisational Communication, Bd. 2)

nomos-shop.de/28289

In diesem Band zum Online-Marketing werden von den Grundlagen des Online-Marketings über die Planung bis hin zur Durchführung von Display-Advertising, Performance-, Mobile- und Social-Media-Marketing sowie Augmented Reality und der Messung von Online-Kampagnen alle relevanten Bereiche abgedeckt.

Mit Beiträgen von

Nina Altenburger, Lisa-Marie Dobsicek, Anna Einramhof, Johanna Erd, Viktoria Feiks, Anja Grundner, Julia Jelinek, Helmut Kammerzelt, Lukas Klinser, Lorenz Knauseder, Martina Luh, Isabel Matky, Simona Meinhart, Anna Neubacher, David Reichhartinger, Michael Sauer, Birgit Steinbauer, Harald Wimmer und Katrin Zulechner.



Nomos

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

Baugut, Philip (2017). Politiker und Journalisten in Interaktion. Einfluss des Medienwettbewerbs auf lokale politische Kommunikationskulturen. Wiesbaden: Springer VS. 396 S.

Beck, Klaus (2016). Kommunikationswissenschaft. (5., überarb. Aufl.) Konstanz: UVK. 270 S.

Birkner, Thomas; Löblich, Maria; Tiews, Alina Laura & Wagner, Hans-Ulrich (Hg.) (2016). Neue Vielfalt. Medienpluralität und -konkurrenz in historischer Perspektive. Reihe: Öffentlichkeit und Geschichte, Bd. 10. Köln: von Halem. 336 S.

Bonfadelli, Heinz; Fähnrich, Birte; Lüthje, Corinna; Milde, Jutta; Rhomberg, Markus & Schäfer, Mike S. (Hg.) (2017). Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation. Wiesbaden: Springer VS. 476 S.

Bosshart, Stefan (2016). Bürgerjournalismus im Web. Kollaborative Nachrichtenproduktion am Beispiel von »Wikinews«. Reihe: Forschungsfeld Kommunikation, Bd. 37. Konstanz: UVK. 416 S.

Camerini, Anne-Linda; Ludolph, Ramona & Rothenfluh, Fabia (2016). Gesundheitskommunikation im Spannungsfeld zwischen Theorie und Praxis. Reihe: Gesundheitskommunikation | Health Communication, Bd. 13. Baden-Baden: Nomos. 354 S.

Czichon, Miriam; Wunsch, Carsten & Dohle, Marco (Hg.) (2016). Rezeption und Wirkung fiktionaler Medieninhalte. Reihe: Rezeptionsforschung, Bd. 35. Baden-Baden: Nomos. 243 S.

Einspänner-Pflock, Jessica (2017). Privatheit im Netz. Konstruktions- und Gestaltungsstrategien von Online-Privatheit bei Jugendlichen. Wiesbaden: Springer VS. 289 S.

Godulla, Alexander (2017). Öffentliche Kommunikation im digitalen Zeitalter. Grundlagen und Perspektiven einer integrativen Modellbildung. Wiesbaden: Springer VS. 292 S.

Gonser, Nicole & Rußmann, Uta (Hg.) (2017). Verschwimmende Grenzen zwischen Journalismus, Public Relations, Werbung und Marketing. Aktuelle Befunde aus Theorie und Praxis. Reihe: Forschung und Praxis an der FH Wien der WKW. Wiesbaden: Springer VS. 178 S.

Greck, Regina (2017). Elitäre Verhältnisse. Selbst- und Fremdbild der Eliten in Journalismus und Politik. Wiesbaden: Springer VS. 289 S.

Guenther, Lars (2017). Evidenz und Medien.

Journalistische Wahrnehmung und Darstellung wissenschaftlicher Ungesicherheit. Wiesbaden: Springer VS. 132 S.

Haarkötter, Hektor (Hg.) (2016). Shitstorms und andere Nettigkeiten. Über die Grenzen der Kommunikation in Social Media. Baden-Baden: Nomos. 182 S.

Haller, Michael (2016). Methodisches Recherchieren. (8., kompl., überarb. Aufl.) Konstanz: UVK. 220 S.

Hans, Barbara (2017). Inszenierung von Politik. Zur Funktion von Privatheit, Authentizität, Personalisierung und Vertrauen. Wiesbaden: Springer VS. 512 S.

Haßler, Jörg (2017). Mediatisierung der Klimapolitik. Eine vergleichende Input-Output-Analyse zur Übernahme der Medienlogik durch die Politik. Wiesbaden: Springer VS. 271 S.

Heesen, Jessica (Hg.) (2016). Handbuch Medien- und Kommunikationsethik. Metzler: Stuttgart & Weimar. 378 S.

Hoffmann, Dagmar, Krotz, Friedrich, Reißmann, Wolfgang (Hg.) (2017). Mediatisierung und Mediensozialisation. Prozesse – Räume – Praktiken. Wiesbaden: Springer VS. 315 S.

Hooffacker, Gabriele & Wolf, Cornelia (Hg.) (2017). Technische Innovationen – Medieninnovationen? Herausforderungen für Kommunikatoren, Konzepte und Nutzerforschung. Wiesbaden: Springer VS. 313 S.

Kessler, Sabrina Heike (2016). Das ist doch evident! Eine Analyse dargestellter Evidenzframes und deren Wirkung am Beispiel von TV-Wissenschaftsbeiträgen. Reihe: Gesundheitskommunikation | Health Communication, Bd. 12. Baden-Baden: Nomos. 324 S.

Kirchhoff, Susanne; Prandner, Dimitri; Renger, Rudolf; Götzbrucker, Gerit & Aichberger, Ingrid (Hg.) (2017). Was bleibt vom Wandel? Journalismus zwischen ökonomischen Zwängen und gesellschaftlicher Verantwortung. Baden-Baden: Nomos.

Koenen, Erik (Hg.) (2016). Die Entdeckung der Kommunikationswissenschaft. 100 Jahre kommunikationswissenschaftliche Fachtradition in Leipzig: Von der Zeitungskunde zur Kommunikations- und Medienwissenschaft. Reihe: Theorie und Geschichte der Kommunikationswissenschaft, Bd. 14. Köln: von Halem. 290 S.

Krainer, Larissa; Kannengießer, Sigrid; Riesmeyer, Claudia & Stapf, Ingrid (Hg.) (2016). Eine Frage der Ethik? Eine Ethik des Fragens –

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

interdisziplinäre Untersuchungen zu Medien, Ethik und Geschlecht. Weinheim: Beltz.

Kuhlmann, Christoph (2016). Kommunikation als Weltbezug. Köln: von Halem. 312 S.

Leiskau, Katja; Rössler, Patrick & Trabert, Susann (2016). Deutsche illustrierte Presse. Journalismus und visuelle Kultur in der Weimarer Republik. Reihe: Mediengeschichte, Bd. 1. Baden-Baden: Nomos. 469 S.

Meier, Klaus & Neuberger, Christoph (Hg.) (2016). Journalismusforschung. Stand und Perspektiven. Reihe: Aktuell. Studien zum Journalismus, Bd. 1. (2., akt. und erw. Aufl.) Baden-Baden: Nomos. 430 S.

Meltzer, Christine (2017). Medienwirkung trotz Erfahrung. Der Einfluss von direkter und medial vermittelter Erfahrung eines Ereignisses. Wiesbaden: Springer VS. 252 S.

Möller, Johanna (2017). Transkulturelle Öffentlichkeitsakteure. Gestaltungspotenziale in der deutsch-polnischen politischen Kommunikation. Wiesbaden: Springer VS. 316 S.

Müller-Lietzkow, Jörg & Sattelberger, Felix (Hg.) (2016). Empirische Medienökonomie. Reflexionen der Arbeiten von Wolfgang Seufert. Reihe Medienökonomie, Bd. 10. Baden-Baden: Nomos. 358 S.

Paasch-Colberg, Sünje (2017). Die Bedeutung politischer Themen im Wahlkampf. Mediale Thematisierungswirkungen im Bundestagswahlkampf 2009. Wiesbaden: Springer VS. 370 S.

Pentzold, Christian (2016). Zusammenarbeiten im Netz. Praktiken und Institutionen internetbasierter Kooperation. Wiesbaden: Springer VS. 382 S.

Reus, Gunter & Müller-Lindenberg, Ruth (Hg.) (2017). Die Notengeber. Gespräche mit Journalisten über die Zukunft der Musikkritik. Wiesbaden: Springer VS. 209 S.

Rimscha, M. Bjørn von; Studer, Samuel & Puppis, Manuel (2016). Methodische Zugänge zur Erforschung von Medienstrukturen, Medienorganisationen und Medienstrategien. Reihe: Medienökonomie, Bd. 9. Baden-Baden: Nomos. 297 S.

Rolke, Lothar & Sass, Jan (Hg.) (2016). Kommunikationssteuerung. Wie Unternehmenskommunikation in der digitalen Gesellschaft ihre Ziele erreicht. Berlin. Boston: Walter de Gruyter. 342 S.

Roll, Julia (2017). Kommunikation im öffentlichen Raum. Aufmerksamkeit und Mediennutzung. Wiesbaden: Springer VS. 339 S.

Schmidt, Jan-Hinrik & Taddicken, Monika (Hg.) (2017). Handbuch Soziale Medien. Wiesbaden: Springer VS. 408 S.

Schnauber, Anna (2017). Medienselektion im Alltag. Die Rolle von Gewohnheiten im Selektionsprozess. Wiesbaden: Springer VS. 367 S.

Schramm, Holger; Spangardt, Benedikt; Ruth, Nicolas (2017). Medien und Musik. Reihe: Medienwissen kompakt. Wiesbaden: Springer VS. 126 S.

Schwarzenegger, Christian (2016). Transnationale Lebenswelten: Europa als Kommunikationsraum. Köln: von Halem. 360 S.

Siebert, Gabriele & Brecheis, Dieter (2017). Werbung in der Medien- und Informationsgesellschaft. Reihe: Studienbücher zur Kommunikations- und Medienwissenschaft. (3. Aufl.) Wiesbaden: Springer VS. 335 S.

Simon, Yves & Altmeyen, Klaus-Dieter (2016). Hörfunknachrichten in Deutschland. Ein Vergleich ihrer Form und ihrer Inhalte am Beispiel von ANTENNE BAYERN, BAYERN 3, HIT RADIO FFH und hr3. Baden-Baden: Nomos. 95 S.

Trültzsch-Wijnen, Sascha; Barberi, Alessandro & Ballhausen, Thomas (Hg.) (2016). Geschichte(n), Repräsentationen, Fiktionen. Medienarchive als Gedächtnis- und Erinnerungsorte. Reihe: Jahrbuch Medien und Geschichte, Bd. 3. Köln: von Halem. 220 S.

Welker, Martin & Kloß, Andrea (2016). Lokale Partizipation und Bürgermedien. Laienpublizistik und Öffentlichkeit im ländlichen Raum. Konstanz: UVK. 248 S.

Wiencierz, Christian (2017). Vertrauen in politische Parteien. Der Einfluss von Gesprächen über Wahlwerbung auf die Vertrauenswürdigkeit. Wiesbaden: Springer VS. 284 S.

In der nächsten Ausgabe werden die internationalen Publikationen von DGPK-Mitgliedern aus den Jahren 2016/17 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 Digitale Kommunikation

Titel: Digitale Kommunikation: Zum Stand der Forschung (DigiKomm16)

Datum und Ort: 03.-05.11.2016, Braunschweig

Teilnehmerzahl: 50; **Anzahl der Vorträge:** 21

Zielsetzung der Jahrestagung der Fachgruppe Digitale Kommunikation war es, den aktuellen Stand der Forschung zur Digitalen Kommunikation vorzustellen. Dabei sollte die Kommunikations- und medienwissenschaftliche Forschung zur Digitalen Kommunikation in ihrer Breite abgebildet werden. Eingeleitet wurde die Tagung mit drei theoretischen Beiträgen zum Zusammenhang von Technik, Algorithmen und Agency sowie Hypertextualität und Kommunikation. Zwei Panels beschäftigten sich mit Online-Diskursen. Hier wurden neben theoretischen Ideen Vorschläge für empirische Konzeptionalisierungen und Ergebnisse zu Akteuren, Themen und Bewertungen vorgestellt. Die Nutzung und Adaption von Medieninnovationen wie dem Smartphone, Smartglasses und Wearables war ebenfalls Gegenstand eines Panels. Weitere Schwerpunkte bildeten die Nutzung und der Einfluss von sozialen Netzwerkeiten, die Nutzung von On-Demand-Angeboten sowie der Wandel traditioneller und Bildungs-Medien. Innerhalb des Programms der Tagung wurde auch ein DoktorandenInnenfenster von 45 Minuten durchgeführt, in dem vier DoktorandInnen ihr Thema im Plenum kurz vorstellten, um anschließend Feedback von erfahrenen Kolleginnen und Kollegen zu erhalten. Organisiert wurde dieses Fenster von der Nachwuchssprecherin. *Monika Taddicken, Christian Pentzold, Christian Katzenbach*

FG Gesundheitskommunikation

Titel: Gesundheitskommunikation als transdisziplinäres Forschungsfeld

Datum und Ort: 23.-25.11.2016, Hamburg

Teilnehmerzahl: 64; **Anzahl der Vorträge:** 21 (davon sechs Posterpräsentationen) sowie eine Podiumsdiskussion
<https://geskom2016.hans-bredow-institut.de/>

Dass Gesundheitskommunikation ein hohes Potential zu anwendungsorientierter Forschung über die Fachdisziplin hinaus innewohnt, spiegelt sich in der ersten Jahrestagung ihrer DGpuK-Fachgruppe zum Thema Transdisziplinarität wider. Diese wurde vom Hans-Bredow-Institut für Medienforschung in Kooperation mit dem Research Center for Media & Communication der Universität Hamburg ausgerichtet. Den globalen Mehrwert dieser Forschung untermauerte Keynote-Speaker Prof. Dr. Gary Kreps von der George

Mason University: Gesundheitskommunikation habe die Funktion, Lebensqualität zu verbessern, von der Prävention bis zur Kommunikation am Lebensende, und sei vor allem bei medizinischer Unsicherheit und vulnerablen Zielgruppen von großer Bedeutung. Die Vorträge und Diskussionen behandelten eine bunte Themenpalette von der Nutzer- über die Angebotsseite bis hin zu strategischer Kommunikation und Entscheidungsprozessen, darunter: Komplementärmedizin in der Onkologie, Suizidprävention mit Google Trends und Humor als Coping-Strategie. In den Endnotes wurden die Identität des Fachs im Rahmen der Gesundheitskommunikation, das Verständnis von Transdisziplinarität und die Perspektive auf evidenzbasierte Kommunikation und Leitlinienentwicklung diskutiert.

Simone Jäger



Hochkarätiger Keynote-Speaker in der Fachgruppe Gesundheitskommunikation: Prof. Dr. Gary L. Kreps (Foto: Geskom2016)

FG Internationale und Interkulturelle Kommunikation

Titel: Observer, Agitator, Target – Media and Media Assistance in Fragile Contexts

Datum und Ort: 03.-04.11.2016, Berlin

Teilnehmerzahl: 160; **Anzahl der Vorträge:** 22
<https://nikomm.wordpress.com/berlin-2016/>

Das FoME-Symposium versammelt alljährlich Praktiker*innen der Medienentwicklungszusammenarbeit, die Fachgruppe Internationale und interkulturelle Kommunikation umfasst Wissenschaftler*innen, die sich auch mit der Erforschung der Rolle von Medien in gesellschaftlichen Transformationsprozessen beschäftigen. Diese gemeinsam veranstaltete Konzepttagung war so angelegt, dass Wissenschaftler*innen und Praktiker*innen zueinander und

miteinander sprechen und ihre Erkenntnisse austauschen konnten. Die Keynote von Katrin Voltmer (MeCoDEM-Projekt, University of Leeds) verortete die ambivalente Rolle von Medien in Transformationsländern als zwei Seiten einer Medaille und zeigte die Dilemmata zwischen Pluralismus und Fragmentierung, Ignoranz und Anerkennung, Kontrolle und Diversity auf, die in der Praxis entstehen. Die anderen Beiträge nahmen diesen Faden auf und diskutierten diese Dilemmata im Hinblick auf journalistische Rollenkonzepte, Medienförderung, Publikumsinteressen und Fragen der Konzepte von Medienfreiheit.

Carola Richter

FG Medienökonomie

Titel: „Media Economics revisited“ – (wie) verändert das Internet die Ökonomie der Medien?

Datum und Ort: 17.-19.11.2016, Jena

Teilnehmerzahl: 41; **Anzahl der Vorträge:** 19

<http://www.ifkw.uni-jena.de/institut/>

tagungmedioekonomie2016/

Tagungsthema waren die Folgen des Internet für Medienunternehmen, Medienmärkte und das gesamte Mediensystem,

vor allem im Hinblick auf einen notwendigen Revisionsbedarf der etablierten medienökonomischen Theorieansätze. Sechs Vortragspanel vertieften u.a. die Rolle neuer digitaler Plattformen für Marktmacht und Medienmacht, veränderte Wertschöpfungsprozesse in Kreativindustrien (audiovisuelle Medien, Musikwirtschaft), Folgen prekärer Arbeitsverhältnisse im Journalismus für die Medienqualität, sowie Auswirkungen eines veränderten Werbeverhaltens auf die Medienfinanzierung. Breite Übereinstimmung herrschte in der Diagnose: wir sind alle Beobachter eines radikalen Wandels in fast allen Bereichen der Medienwirtschaft. Wie einzelne Aspekte dieses Wandels theoretisch zu fassen und normativ zu bewerten sind, wurde angesichts der in der Fachgruppe vertretenen unterschiedlichen theoretischen Positionen durchgängig lebhaft und kontrovers diskutiert. Die besten Beiträge der Tagung werden in der Schriftreihe „Medienökonomie“ bei Nomos veröffentlicht werden. Der Best-Paper-Nachwuchspreis ging an Jil Sörensen (Ko-Autor Armin Rott) von der Hamburg Media School.

Wolfgang Seufert

Anzeige

Empirische Medienökonomie

Entwicklung, aktuelle Befunde und Ausblick



Empirische Medienökonomie

Reflexionen der Arbeiten von Wolfgang Seufert

Herausgegeben von Prof. Dr. Jörg Müller-Lietzkow und Felix Sattelberger, M.A.

2016, 358 S., geb., 64,- €

ISBN 978-3-8487-3419-1

eISBN 978-3-8452-7827-8

(Reihe Medienökonomie, Bd. 10)

nomos-shop.de/28140

Wolfgang Seufert prägt wie kaum ein anderer die empirische Medienökonomie im deutschsprachigen Raum. Dieser Band würdigt das mehr als 30-jährige Schaffen Seuferts, indem langjährige Weggefährten und einflussreiche Medienökonominnen einen Blick auf einige seiner bedeutendsten empirischen Arbeiten werfen und diese in den aktuellen Diskurs einordnen.



Unser Wissenschaftsprogramm ist auch online verfügbar unter: www.nomos-elibrary.de

Bestellen Sie jetzt telefonisch unter (+49)7221/2104-37
Portofreie Buch-Bestellungen unter www.nomos-shop.de

Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer



Nomos



Bei der Postersession informieren sich Teilnehmer über Studienergebnisse zur Darstellung von Fußballfans in den Medien (v.l.n.r.: Thomas Horky, Felix Flemming, Michael Schaf-frath, Patrick Bresemann).

Ad-Hoc Gruppe Mediensport und Sportkommunikation

Titel: Mediale Sportgroßereignisse

Datum und Ort: 28.-30.10.2016, Würzburg

Teilnehmerzahl: 36; **Anzahl der Vorträge:** 21 (davon acht „High Density“-Posterpräsentationen)

<http://mwk.uni-wuerzburg.de/sportkommunikation/>

Die zweite Jahrestagung der Ad-hoc-Gruppe „Mediensport & Sportkommunikation“ stand (passend zum olympischen Jahr und zu den Europameisterschaften in Leichtathletik und Fußball) ganz im Zeichen von Sportgroßereignissen. Solche Sport-Mega-Events genießen enorme öffentliche Aufmerksamkeit. Deshalb fragte der Call for Papers u.a. nach Forschungsarbeiten, die den Formen, Bedingungen und Folgen der medialen Präsenz solcher Sportgroßveranstaltungen auf den Grund gehen. Unter den zahlreichen Vorträgen fanden sich sowohl Arbeiten zu den aktuellen Sport-Höhepunkten des Jahres als auch Arbeiten zu länger zurückliegenden Events. Die Vorträge gaben in ihren unterschiedlichen Herangehensweisen, Forschungsfragen und methodischen Schwerpunkten ein gutes Beispiel dafür, wie vielfältig kommunikationswissenschaftliche Perspektiven auf den (Medien)Sport sind. Neben diesem thematischen Fokus wurde auch von der Möglichkeit des offenen Themenpanels Gebrauch gemacht. Auch hier wurde etwa mit Arbeiten zur Darstellung von Fußballfans (Patrick Bresemann & Gabriel Duttler), zur Rolle von Sport-Stars als Vorbildern in der Sozialisation sozial Benachteiligter Kinder (Philip Sinner & Ingrid Paus-Hasebrink) oder zum Einsatz sozialer Medien durch Volleyball-Profis (Daniel Nölleke & Thomas Birkner) die Breite des Forschungsspektrums deutlich. *Holger Ihle*



Professor Dr. Thomas Horky präsentiert Ergebnisse seiner Studie zu Fußball-Live-Kommentaren in verschiedenen europäischen Ländern

FG Methoden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Titel: Opportunities and Challenges in the Measurement of Media Use and Exposure

Datum und Ort: 21.-23.09.2016, Amsterdam

Teilnehmerzahl: 56; **Anzahl der Vorträge:** 25

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

Zur 18. Jahrestagung der Fachgruppe Methoden hatten Rinaldo Kühne und Jochen Peter an die Amsterdam School of Communication Research der University of Amsterdam eingeladen. Erstmals in der Geschichte der Fachgruppe fand die Jahrestagung also im nicht-deutschsprachigen Ausland statt, die Tagungssprache war entsprechend englisch. Den Auftakt zur Tagung bildete das „Symposium on Exposure to Media“, organisiert von Claes de Vreese und Peter Neijens. Das Kerninteresse der Tagung galt der Messung von Mediennutzung als eine zentrale Variable in vielen kommunikationswissenschaftlichen Studien. Die Vorträge beschäftigten sich mit unterschiedlichen Herangehensweisen und Herausforderungen der Messung in Hinblick auf konzeptionelle Fragestellungen und Operationalisierungen für Befragungsstudien, Inhaltsanalysen und apparative Messverfahren sowie auf Längs- und Querschnittsdesigns, auf Innovationen in Datenerhebungsverfahren, auf Konsequenzen für Auswertungsstrategien sowie auf daten- und urheberschutzrechtliche Belange der Forschung. In der Zusammenschau zeigte sich, dass die stetigen Entwicklungen auf dem Medienmarkt von ebenso fortlaufenden methodischen Entwicklungen begleitet werden müssen und es keinen Goldstandard für die Messung von Mediennutzung geben kann. *Teresa K. Naab und Christina Peter*

FG PR und Organisationskommunikation

Titel: Zwischen Herkunft und Zukunft. Entwicklungslinien und Entwicklungsperspektiven

Datum und Ort: 03.-05.11.2016, Hannover

Teilnehmerzahl: 80; **Anzahl der Vorträge:** 19

<http://dgpuk.wp.hs-hannover.de/tagungsprogramm/>

Die diesjährige Fachgruppentagung stand ganz im Zeichen des 25. Gründungstags der Fachgruppe 1991. Das Tagungsthema spannte einen Bogen zwischen PR-Geschichte (1. Tag) und absehbaren Entwicklungen (2. Tag), mit denen sich die Forschung der Teildisziplin derzeit befasst. Historische PR-Forschung war dabei nach 20 Jahren erstmals wieder Thema einer PR-Fachgruppentagung. In einem „Roundup“ als neuem Panel-Format beleuchteten Mark Eisenegger (Salzburg), Swaran Sandhu (Stuttgart), Kerstin Thummes (Münster) und Peter Winkler (Wien) auf der Schnittstelle zwischen gestern und morgen „Meta-Narrative und blinde Flecken in 25 Jahren PR-Forschung“. Der Blick in der Zukunft mündet in der Frage nach der Bedeutung von Big Data für die Unternehmenskommunikation. Dem Anlass entsprechend hatte Anlass der gesellschaftliche Teil der Tagung diesmal besonderes Gewicht. Beim Get-together standen mit Barbara Baerns, Günter Bentele, Michael Kunczik und Peter Szyszka vier Fachgruppengründer in einem Podiumsgespräch Rede und Antwort. Beim Festabend im Elefantenhaus des Erlebniszoos Hannover blickte Gerd Vowe (Universität Düsseldorf) in seiner unnachahmlichen Art in die Zunft der PR. Quasi als Pre-Conference ging auch dieser Tagung ein NAPROK-Doktorandenworkshop voraus. *Peter Szyszka und Annika Schach*

FG Soziologie der Medienkommunikation

Titel: Acting on media. Pioneer communities, social movements and civil society organizations

Datum und Ort: 13.-14.10.2016, Bremen

Teilnehmerzahl: 25; **Anzahl der Vorträge:** 13, plus eine Filmvorführung mit anschließendem Filmgespräch

Mitveranstalter: Creative Unit „Kommunikative Figurationen“ des Zentrums für Medien-, Kommunikations- und Informationsforschung der Universität Bremen

<http://www.kommunikative-figurationen.de/de/tagungen/acting-on-media.html>

Im Zentrum der englischsprachigen Fachgruppentagung, an der Vortragende aus sieben Ländern teilnahmen, standen Akteure, die Medien(technologien) in den Fokus ihres (politischen) Handelns setzen, Medienproduktion und -nut-

zung kritisieren und Alternativen zu derzeit dominierendem Medienhandeln entwickeln. Beispiele hierfür sind die Hacker- und die Reparaturbewegung, aber auch Unternehmen, die alternative Medien- und Kommunikationstechnologien hervorbringen. Folgende Forschungsfragen standen im Zentrum: Wer sind die Akteure, die Medien(technologien) in das Zentrum ihres Handelns stellen? Was sind ihre Ziele, was ihre Medienpraktiken? Und welche gesellschaftliche Rolle spielt dieses medienbezogene Handeln? Es zeigte sich, dass zivilgesellschaftlich und politisch motiviertes medienbezogenes Handeln nicht neu ist, durch digitale Technologien jedoch neue Akteure auftauchen, die andere Formen des medienbezogenen Handelns entwickeln. Neben Vorträgen und angelegten Diskussionen, wurde im Anschluss an die Vorführung des Films „Preempting Dissent“ im Bremer Programmkinos City 46 in einem Filmgespräch mit dem kanadischen Medienforscher und Filmemacher Greg Elmer u.a. über die Rolle von Medien für Protestbewegungen diskutiert. Im Anschluss an das Tagungsprogramm fand zudem ein Kolloquium für DoktorandInnen statt. *Sigrid Kannengießer und Marian Adolf*

FG Mediensprache – Mediendiskurse

Titel: Soziale Medien – Echo-Kammer oder öffentlicher Raum? Ansätze zur computergestützten Analyse von Internet-Korpora

Datum und Ort: 6.10.2016, Karlsruhe

Teilnehmerzahl: 34; **Anzahl der Vorträge:** 9

Mitveranstalter: Karlsruher Institut für Technologie (KIT)

http://www.dgpuk.de/wp-content/uploads/2016/06/2016_Workshop_FG_Mediensprache_Karlsruhe.pdf



Angelika Storrer (Universität Mannheim) präsentierte korpuslinguistische Analysen Sozialer Medien.



Caroline Sporleder (Universität Göttingen) gab einen Forschungsüberblick und zeigte Möglichkeiten und Grenzen der algorithmischen Analyse auf.

Da ein Großteil öffentlicher und privater Kommunikation zunehmend in digitalen Medien stattfindet, stehen die Geistes-, Kultur- und Sozialwissenschaft vor der Herausforderung, Forschungsdesigns für die Analyse großer digitaler Datenmengen zu entwickeln. Ziel der Tagung war es, für diese Problemstellung, eine Integration hermeneutisch-qualitative Verfahren zur Tiefenerschließung symbolbasierter Gegenstände (close reading) mit statistisch-quantitativen Verfahren für eine computergestützte Erschließung (distant reading) auszuloten. Dafür waren VertreterInnen aus den Disziplinen Computerlinguistik (CL), Digital Humanities (DH), Informatik, Linguistik und Medienwissenschaft zu Vorträgen eingeladen. Fazit der Tagung: CL, DH und Informatik verfügen über eine Vielzahl computerbasierter Textanalysetechniken, die allerdings erst in Ansätzen den Anforderungen sozial- und kulturwissenschaftlicher Fragestellungen entsprechen. Der Ertrag einer Kooperation zwischen den beiden Wissenschaftskulturen liegt künftig darin, Annotationssysteme und Algorithmen zu entwickeln, mit denen auch elaborierte Fragestellungen computerbasiert bearbeitet werden können. *Hans-Jürgen Bucher und Annette Lesmöllmann*

FG Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht und FG Visuelle Kommunikation

Titel: Körperbilder – Körperpraktiken. Visuelle Repräsentationen, Regulationen und Aneignungen vergeschlechtlicher Körper und Identitäten in Medienkulturen

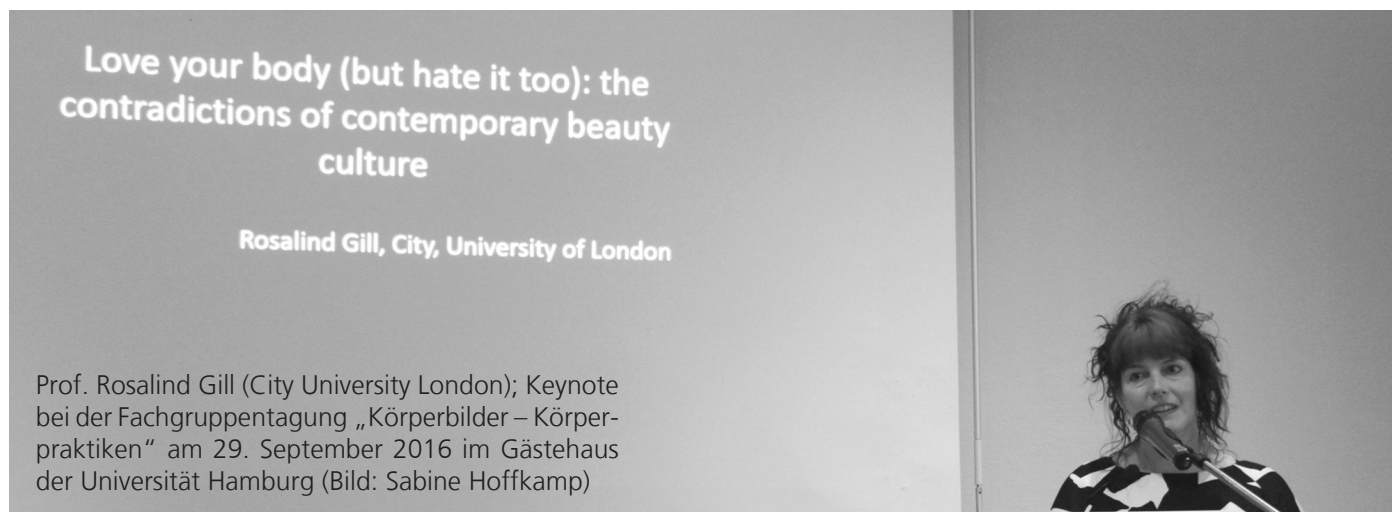
Datum und Ort: 28.-30.09.2016, Hamburg

Teilnehmerzahl: 95; **Anzahl der Vorträge:** 17 Vorträge, vier Poster, ein Nachwuchsworkshop, ein Workshop

Mitveranstalter: Universität Hamburg

<https://koerperbilderpraktiken.wordpress.com/>

Mit der Repräsentation und Aushandlung von Körperbildern in und durch Medien widmete sich die Tagung eigentlich einem „alten“ Thema der Fachgruppen, welches aufgrund sich verändernder medialer Bedingungen jedoch neue Fragen aufwirft. In ihrer Keynote betrachtete Rosalind Gill die scheinbaren Widersprüchlichkeiten von Körperliebe und Körperhass bezüglich der (Selbst-)Darstellung weiblicher Körper. Tanja Thomas widmete sich in ihrer Keynote „Verkörpertes Leid“ u.a. der Frage, wie sehr eine emotionalisierte Sichtbarmachung von Flucht in Handlungen übersetzt werden kann. Insgesamt zeigte das breite Spektrum an Themen (z.B. Flüchtlingskrise, Altersbilder, Beautification Apps) zum Zusammenhang von Körperlichkeit und Medien auch methodisch wie theoretisch eine beeindruckende Vielfalt, was die aktuelle gesellschaftliche und politische Relevanz des Forschungsfeldes unterstreicht. Es wurde insbesondere die Notwendigkeit betont, die Bezüge zwischen Theorien und Methoden hervorzuheben und das eigene Bildhandeln als ForscherInnen kritisch zu betrachten. Im Rahmen der Tagung fanden ein Nachwuchsworkshop sowie ein Workshop zur Bildverwendung in wissenschaftlichen Publikationskontexten, in dem die Rechtswissenschaftlerin Louisa Specht grundlegende rechtliche Rahmenbedingungen erläuterte, statt. *Cornelia Brantner und Katharina Lobinger*





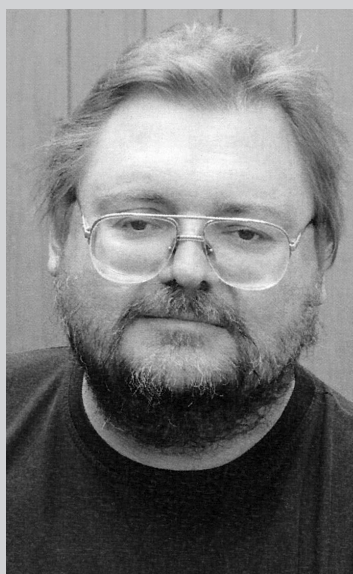
Prof. Dr. Irene Neverla (Leitung der Tagungsorganisation; Fachbereich Sozialwissenschaften, Journalistik und Kommunikationswissenschaft, Universität Hamburg); Auftakt und Eröffnung der Tagung am 29. September 2016 im Gästehaus der Universität Hamburg (Bild: Sabine Hoffkamp)

Ein Institutsmensch durch und durch

Zum Tod von Dr. Wolfgang Eichhorn

Dr. Wolfgang Eichhorn ist für uns alle unerwartet aus der Mitte seiner Arbeit, aus unserer Mitte am Münchner Institut gerissen worden. Nachdem er schon hier studiert hatte, war er seit 1989 wissenschaftlicher Mitarbeiter, in ganz verschiedenen Kontexten, die letzten 15 Jahre Administrator unserer EDV. Damit hat er maßgeblich zum Erfolg des Instituts beigetragen, wir konnten immer mit der neuesten Technik und mit zuverlässigen Servern unsere Arbeit machen. Er war also Institutsmensch, durch und durch loyal, er hat sich für das Institut eingesetzt und sich selbst zurückgenommen.

Dabei war er ein begnadeter Wissenschaftler, reich gesegnet mit Kritikfähigkeit und Analysevermögen. Er konnte mit wenigen markanten, oft ironisch gefärbten Sätzen eitle Gedankengebäude zum Einsturz bringen, die Fehler in der Argumentation seiner Gegenüber gnadenlos aufdecken. Seine Dissertation über Agenda-Setting hat einen Meilenstein gesetzt. Aber er konnte sich mit dem Wissenschaftssystem als solchem nicht anfreunden. Wir haben während meiner ersten Jahre in München nächtelange Diskussionen darüber geführt, ob und warum man publizieren sollte. Er wollte die Notwendigkeit des Publizierens nicht einsehen, er wollte Qualität durch wenige ausgesuchte und geprüfte Publikationen. Wir sind auf keinen grünen Zweig gekommen, aber haben uns, so denke ich, trotzdem sehr geschätzt. Er war klug, belesen, intellektuell im wahrsten Sinne des Wortes, aber er wollte oder konnte daraus



kein Kapital schlagen. Er hat mich als den stromlinienoptimierten Wissenschaftler darüber oft nachdenken lassen.

Markus Behmer hat auf BLEKKOM einen anrührenden Nachruf aus der Sicht eines Weggefährten geschrieben. Man kann daraus sehr gut erkennen, dass Wissenschaft mehr ist als die Aneinanderreihung von Publikationen, dass es verschiedene Rollen gibt, die für erfolgreiche und gute Wissenschaft notwendig sind. Und dass man letztlich nicht nur über seine Publikationen in Erinnerung bleibt, sondern in erster Linie als Mensch, als Mensch, der sich für die Wissenschaft verdient gemacht hat. So werde ich Wolfgang erinnern.

HANS-BERND BROSIUS

Lesen Sie hierzu auch den genannten Nachruf von Markus Behmer auf BLEKKOM unter <http://blexkom.halemverlag.de/wolfgang-eichhorn/>

Aktiv am Geschehen beteiligen

Jessica Einspänner-Pflock beantwortet die „Aviso“-Fragen

Welche Ziele haben Sie sich für Ihre wissenschaftliche Karriere gesetzt?

Zwar könnte ich hier lange erzählen, welche inhaltlichen Ziele (oder besser: Wünsche) ich für meine wissenschaftliche Karriere habe — etwa eine bahnbrechende Theorie oder Forschungsmethode zu entwickeln oder aber an



Dr. Jessica Einspänner-Pflock ist Wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Universität Bonn. Sie ist Nachwuchssprecherin der Fachgruppe „Digitale Kommunikation“.

wissenschaftspolitisch besonders relevanten und nachhaltigen Entscheidungen mitzuwirken, doch geht dies letztendlich nur mit einem entsprechenden Verbleib, einer Position im Wissenschaftsbetrieb einher. Diese steht zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht fest. Insofern wäre mein erstes Ziel kein ideologisches, sondern ein strukturelles: mich um meine wissenschaftliche Arbeitssituation kümmern (Stelle/Ruf). Ist diese

dann geregelt, kann ich an meine Vorarbeiten anknüpfen und daran arbeiten, inhaltlich etwas zu bewegen. Mein Forschungsinteresse betrifft dabei in erster Linie „Medienhandeln“, also die Frage, was Menschen mit und über (digitale) Medien machen, aber auch inwiefern Medien (z. B. Algorithmen) als (selbständige) Akteure anzusehen sind.

Ein weiteres Ziel betrifft „gute Lehre“. Wichtig ist mir zum Beispiel, Studierenden Denkfreiräume zu bieten. Das heißt, nicht nur anschauliche und interessante Lehre zu betreiben, sondern auch ganz explizit zum Sinnieren und Diskutieren ermutigen. Dies mag banal klingen, doch kommt das eigenständige Argumentieren meiner Beobachtung nach in den letzten Jahren aufgrund hektischer Stu-

dienabläufe (BA/MA) viel zu kurz. In einem geisteswissenschaftlichen Studiengang muss Zeit bleiben für das Eruiieren und Diskutieren von Inhalten und das Fragen nach dem Warum; bloßes Auswendiglernen und Abarbeiten von Projekten ist nicht das, was ich mir für ein Studium unseres Fachs vorstelle.

Was hat sich in Ihrem Leben durch die Promotion verändert?

Abgesehen davon, dass mein Leben insgesamt entspannter geworden ist seitdem die Promotion abgeschlossen ist, hat sich beruflich zweierlei verändert: Zum einen bin ich nun formal so weit, meine wissenschaftliche Karriere aktiv zu planen und mich auf entsprechende Stellen, etwa eine Juniorprofessur, zu bewerben. Das ist gut. Zum anderen schwindet dadurch allerdings auch das Zeitfenster, das für die Entscheidung bleibt: Wissenschaft oder nicht?

Falls es mit dem Ruf nicht klappt – was ist Ihr Plan B?

Auch wenn das rabiat klingen mag — tatsächlich sehe ich außer einer Professur an der Uni keine echte Alternative. Solange es keine akzeptablen Positionen gibt, etwa Formen einer entfristeten wissenschaftlichen Stelle in Forschung und Lehre, kann Plan B eigentlich nur ein Job außerhalb des wissenschaftlichen Lebens heißen. Hier könnte ich mir das Arbeiten in einer Stiftung oder im Bereich der politischen Kommunikation vorstellen.

Welches Medienthema treibt Sie derzeit besonders um?

Nicht unbedingt nur derzeit interessiert mich die Frage, welchen Einfluss Medien und im besonderen Social Media auf politische Wahlen (bzw. die politische Meinung von Menschen) haben. Diese Frage ist ja keine neue. Sie zählt zu einem der ersten großen Themen in der Medien- und Kommunikationsforschung im Zeitalter

der Massenmedien. Zu einem dezidierten Medienthema wird sie spätestens zu Zeiten von US-Wahlkämpfen (viele US-Präsidentschaftskandidaten wollen mit neuen Medien immer neue Maßstäbe setzen), aber auch im Bundestagswahlkampf. Mich fasziniert daran, dass diese Frage eben immer noch und immer wieder aktuell ist und es eigentlich nie eine abschließende Antwort dazu gibt. Hier kann man viel diskutieren.

Heute dürfen Sie eine wissenschaftspolitische Entscheidung treffen. Welche?

Entfristete Stellen in Forschung und Lehre schaffen! Auch wenn es langsam einfallsslos klingt, halte ich das dennoch für eine ganz wichtige Sache. Dabei geht es mir vor allem darum, Alternativen zu einer Professur (oder vielleicht sogar Promotion?) und damit mehr professionelle Möglichkeiten des wissenschaftlichen Arbeitens zu schaffen zu haben. Zum einen, damit man nicht nur von einer befristeten Stelle oder von einem Drittmittelprojekt auf das nächste hoffen muss und so Gefahr läuft, das wissenschaftliche Arbeiten aus pragmatischen Gründen plötzlich beenden zu müssen. Zum anderen auch, weil es durchaus WissenschaftlerInnen gibt, die gar nicht unbedingt an einer Professur interessiert sind. Leute, denen das alles zu stressig ist und die vielleicht „einfach nur in Ruhe forschen und lehren möchten“. Dabei können derartige alternative Positionen durchaus auch mit Evaluationen der Arbeit oder bestimmten handfesten Zielen verbunden sein (falls Kritiker hier schon wieder Jobs zum „Ausruhen“ vermuten sollten).

Was würde der Welt ohne Kommunikationswissenschaft fehlen?

Die Kommunikationswissenschaft liefert Ansätze für aktuelle, gesellschaftlich relevante Fragen. Viele Kolleginnen und Kollegen forschen am Puls der Zeit und arbeiten an Antworten zu ganz gegenwartsnahen Themen. Von Vorteil ist dabei, dass die KoWi eine integrative Wissenschaft ist und daher verschiedene Blickwinkel und Erklärungen auf ein bestimmtes Phänomen ermöglicht, die auch in einer Kombination verargumentiert werden können. Allerdings

wird viel zu selten, so scheint mir, bei gesellschaftlich relevanten Fragen tatsächlich auf die Kommunikationswissenschaft zurückgegriffen.

Ihr Wunsch für den wissenschaftlichen Nachwuchs?

Mein Wunsch betrifft in erster Linie die strukturellen Rahmenbedingungen für den Werdegang von Nachwuchsforscherinnen und -forschern: Wieder einmal mehr Stellen mit Option zur Entfristung, wie bereits angesprochen. Das böte eine wirklich gute Perspektive und würde das Arbeiten in der Kommunikations- und Medienwissenschaft noch attraktiver machen. Ansonsten ist mein Eindruck, dass der wissenschaftliche Nachwuchs sehr aktiv und engagiert ist. Gerade in der Fachgruppe Digitale Kommunikation, in der ich Nachwuchssprecherin bin, beobachte ich, dass sich die NachwuchswissenschaftlerInnen — egal, ob sie schon länger Mitglied in der DGPK sind oder gerade neu dabei sind — recht aktiv am Wissenschaftsgeschehen beteiligen; angefangen von fachinternen Diskussionen über Teilnahmen an Workshops bis hin zu Tagungsorganisationen. Mein Wunsch für den Nachwuchs insofern: Ich hoffe, es bieten sich auch weiterhin gute Plattformen, sich entsprechend zu engagieren und unser Fach leben zu lassen.

Über welches Thema müsste in der KW dringend diskutiert werden?

Ehrlich gesagt habe ich gar nicht den Eindruck, dass es spezielle Themen gibt, welche in der Kommunikationswissenschaft versäumt werden zu diskutieren. Im Gegenteil: Ich finde, dass in unserem Fach sehr vielseitig geforscht wird und immer auch neuen Themen nachgegangen wird.

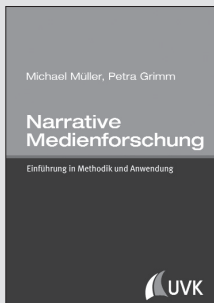
Worüber können Sie als Wissenschaftlerin immer noch staunen?

Nach wie vor finde ich es faszinierend zu beobachten und vor allem selbst zu erleben, wie Technik und insbesondere die digitale Medientechnik unseren Alltag bereichert. Dies zeigt sich gerade in den aktuellen Trends rund um das Internet der Dinge, also Smart Home,

Den „Fragebogen“ beantworten im Wechsel neuerberufene oder frisch emeritierte Professorinnen und Professoren sowie Personen aus dem wissenschaftlichen Nachwuchs.

Anzeige

UVK:Wissenschaft



Michael Müller, Petra Grimm
Narrative Medienforschung
 Einführung in Methodik und Anwendung
 2016, 182 S., 28 s/w Abb., Hardcover
 ISBN 978-3-86764-499-0

Dieser Band stellt auf der Basis semiotischer und erzähltheoretischer Modelle eine Analyse- und Interpretationsmethode vor, mit deren Hilfe die Bedeutungsstrukturen von Narrationen im Journalismus, in der Werbung, in fiktionalen Formaten wie Romanen und Spielfilmen und in Unterhaltungsformaten wie Reality-TV und Castingshows interpretiert und für die Forschung zugänglich gemacht werden können.



Gertraud Koch (Hg.)
Digitalisierung
 Theorien und Konzepte
 für die empirische Kulturforschung
 2017, 430 S., 17 s/w Abb., Hardcover
 ISBN 978-3-86764-610-9

Der Band bündelt ein breites Spektrum an theoretischen Ansätzen für die kulturanalytische Erforschung von Digitalisierungsprozessen. Er richtet sich an Studierende und Wissenschaftler der Kulturanthropologie, Soziologie, Medienwissenschaft, der Science and Technology Studies und anderen empirisch arbeitenden Sozial- und Geisteswissenschaften.

www.uvk.de



Smart Cities usw. Wenngleich es nicht zuletzt aus wissenschaftlich-objektiver Sicht wichtig ist, damit einhergehende Problematiken zu diskutieren, zum Beispiel die Frage nach digitaler Privatsphäre und Datenschutz, so überwiegen meines Erachtens nach aber hier die Vorteile, die eine multidimensionale Vernetzung von Dingen mit sich bringt. Zum Staunen, was alles geht, ist es allemal.

Schenken Sie uns zum Abschluss ein spannendes Zitat! Warum ausgerechnet dieses?

Vision 2020

Aus dem Vorstand der DGPK

Auch wenn es die Überschrift nahelegen mag: Hier geht es nicht um ein EU-Förderprogramm, sondern um die Arbeit des Vorstands der DGPK. Wir haben uns nach der letzten Vorstandswahl zunächst einmal vorgenommen zuzuhören: Wo liegen die Stärken und Schwächen der Fachgesellschaft? Wie sollte sie sich in den nächsten Jahren entwickeln? Was können wir tun, um diese Veränderungen zu erreichen? Das waren die Leitfragen eines Strategieworkshops mit den Sprecherinnen und Sprechern der Fachgruppen, der Ad-hoc-Gruppen und des Nachwuchses am 9. Dezember in Hannover.

Einen kompletten Tag haben wir diese Fragen entlang von drei aus Sicht des Vorstands wichtigen Handlungsfeldern diskutiert: Die Kommunikation der DGPK nach innen und außen, die Tagungen der DGPK und ihrer Fachgruppen sowie Karrierewege und Berufungsverfahren. Entwickelt wurden von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern Visionen dazu, wie die DGPK in diesen Handlungsfeldern 2020 idealerwei-

se aufgestellt sein sollte, und zahlreiche Maßnahmen, mit denen diese Zielvorstellungen erreicht werden könnten. Der Vorstand beschränkte sich dabei ganz bewusst auf die Moderation der Debatte. Der Workshop erwies sich als außerordentlich ertragreich. Das lag zunächst an den hervorragenden Tagungsbedingungen, für die unsere Gastgeberinnen vom IJK der HMTM Hannover gesorgt haben, aber vor allem an der äußeren kreativen und engagierten Mitarbeit der Sprecherinnen und Sprecher. Ihre Analysen, Ziele und Ideen füllten am Ende gut 20 dicht beschriebene Flipcharts, nicht eingerechnet die Moderationsnotizen des Vorstands. Das ist ein sehr wertvoller Input für uns, um Schwerpunkte in der Vorstandsarbeit zu definieren, für den wir uns herzlich bedanken. Diese Erfahrung hat uns darin bestärkt, weiterhin den engen Austausch mit den Fachgruppen zu pflegen. Wir sind aktuell dabei, die Ergebnisse zu sichten und daraus Prioritä-

ten für die Vorstandsarbeit abzuleiten. Darüber werden wir auf der Mitgliederversammlung Ende März in Düsseldorf berichten. Dieser Prozess ist noch nicht abgeschlossen, aber es zeichnen sich bereits Themen ab, die sich durch alle drei Handlungsfelder ziehen: Dazu zählt die Sichtbarkeit des Faches in der Öffentlichkeit und wissenschaftlichen Debatten, die Professionalisierung (etwa mit Blick auf die Kommunikation), eine intensivere Kooperation der Mitglieder untereinander, aber auch das Thema Work-Life-Balance und faire Arbeitsbedingungen. Nicht alle diese Themen werden sich gleichzeitig mit derselben Energie bearbeiten lassen. Aber wir wollen in Düsseldorf die Felder vorstellen, die wir für besonders wichtig halten und auf denen wir bis 2018 erste Aktivitäten anstoßen möchten.

Die Fachgesellschaft wächst

Beim Stichwort Professionalisierung ist der Status der Geschäftsstelle von großer Bedeutung, gerade auch mit Blick auf die weiter wachsende Mitgliederzahl. Hier werden wir uns auf der Mitgliederversammlung in Düsseldorf, bei der ja turnusmäßig keine Wahlen anstehen, die Zeit nehmen, unsere Ideen dazu vorzustellen und mit den Mitgliedern zu diskutieren. Seit dem Grundsatzbeschluss auf der Mitgliederversammlung in Bremen, hauptamtliche Kräfte in der Geschäftsstelle beschäftigen zu können, ist unsere Gesellschaft deutlich gewachsen – auf inzwischen über 1200 Mitglieder. Umso dringender stellt sich die Frage, bis zu welchem Grade die Geschäftsstelle professionalisiert werden kann und muss.

Die Reise nach Düsseldorf lohnt sich aber auch abgesehen von der Professionalisierungsdiskussion auf jeden Fall, denn das Organisationsteam vor Ort

arbeitet hart an einem spannenden Tagungsprogramm. Am Vortag der Tagung findet zudem eine Preconference zu Veränderungen der Publikationsbedingungen und deren Folgen für die Kommunikationswissenschaft statt. Die Tagung veranstalten wir zusammen mit der Fachgruppe Wissenschaftskommunikation. Wir wollen auf dieser Einladungstagung mit Expertinnen und Experten von außerhalb und innerhalb der DGPK darüber diskutieren, wie Publikationsbedingungen gestaltet werden sollten, um den wissenschaftlichen Diskurs in Deutschland zu fördern und deren internationale und gesellschaftliche Anschlussfähigkeit sicher zu stellen. Wir wollen damit das Thema Publikationsinfrastruktur bewusst jenseits des Alltagsgeschäfts in Form von Vertragsverhandlungen aufgreifen.

Thema Internationalisierung

In Düsseldorf steht zudem ein Treffen mit unseren Kolleginnen und Kollegen von der ÖGK und der SGKM an, um uns über Themen auszutauschen, die länderübergreifend für alle drei Fachgesellschaften relevant sind. Und auch bei einem anderen Internationalisierungsthema sind wir gut unterwegs: Die englische Version unserer Website steht schon in den Startlöchern. Alle Basisinformationen über die DGPK liegen bereits in englischer Sprache vor. Zurzeit pflegen wir noch die englischen Kurzzusammenfassungen der Fachgruppen-Unterseiten ein. Premiere hat in diesem Jahr der Onlinebezug der Publizistik sowie der M&K. Nach dem großen Zuspruch für die Onlinevariante (70% der Teilnehmer der Mitgliederbefragung votierten dafür) sind wir gespannt auf erste Nutzungserfahrungen auf dem neuen Kanal.

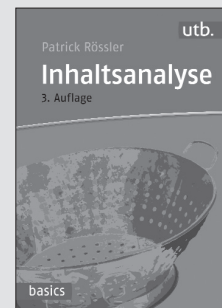
FÜR DEN VORSTAND:
LARS RINS DORF (STUTT GART)

UVK:Lehrbücher



Klaus Beck
Kommunikationswissenschaft
5., überarbeitete Auflage
2016, 270 S., 20 s/w Abb., Broschur
ISBN 978-3-8252-4698-3

Klaus Beck führt in diesem seit Jahren bewährten Lehrbuch kompakt und verständlich in die Grundbegriffe und Theorien der Kommunikationswissenschaft ein. Ausgehend von der Face-to-Face-Kommunikation erklärt er den Unterschied zur technisch vermittelten Kommunikation und geht dann auf die verschiedenen Formen öffentlicher Kommunikation (Journalismus, Public Relations und Werbung) ein.



Patrick Rössler
Inhaltsanalyse
3., völlig überarbeitete Auflage
2017, 290 S., 50 s/w Abb., Broschur
ISBN 978-3-8252-4706-5

Patrick Rössler führt Schritt für Schritt und anhand einer Beispielstudie in das Handwerk der quantitativ-standardisierten Inhaltsanalyse ein. Ein Muster-Codebuch mit entsprechenden Kategorien dient dabei als Prototyp für eigene Untersuchungen. Die dritte Auflage wurde grundlegend überarbeitet und um Kapitel zur automatisierten Inhaltsanalyse sowie zur Forschungsethik erweitert.

www.uvk.de



Call for Papers

Impressum

Herausgeber:

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

Redaktion:

Alexander Godulla & Cornelia Wolf (beide verantwortlich)
alexander.godulla@fhws.de
cornelia.wolf@uni-leipzig.de)
Annekatriin Bock, Isabelle Borucki, Denise Sommer, Christian Strippel (Debatte)
Oliver Quiring (Vorstand)
Stefan Weinacht (Neu Erschienen)

Layout und Gestaltung:

Alexander Godulla & Cornelia Wolf

Anzeigenakquise:

Stefan Weinacht

Erscheinungsweise:

Zweimal jährlich

Anschrift der Redaktion:

Universität Leipzig
Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft
Burgstraße 21
04109 Leipzig

Druck:

Gribsch & Rochol Druck, Hamm

Auflage: 1.200 Exemplare

ISSN 2193-0341 [Print]

ISSN 2193-035X [Internet]

Fängt man eher vorne, oder fängt man hinten an? Die Leser der „Süddeutschen Zeitung“ fangen seit dem 12. Juni 1946 immer vorne an: Seither steht auf der ersten Seite das „Streiflicht“ - links oben, jeweils 70 Zeilen lang. Nur einmal ist es als weißer Fleck erschienen, aus Sympathie mit streikenden Kollegen. Anders bei Aviso: Die Ergebnisse der regelmäßig durchgeführten ReaderScan- und Eye-Tracking-Studien zeigen, dass seit der Nr. 29 vom Januar 2002 die große Mehrheit der inzwischen über tausend Bezieher (91,3 Prozent) die Lektüre mit der letzten Seite beginnt. Damals fand dort die Premiere der Glossen-Rubrik „Einspruch!“ statt.

Glossen sind, zumal für Wissenschaftler, eine besonders schwierige Textform – das Leichte ist bekanntlich immer das Schwere. Deshalb musste sich die neue Redaktion in den beiden letzten Ausgaben mit Zitaten aus der Frühzeit von Aviso behelfen. Das soll sich ab sofort wieder ändern: Wir bitten um einschlägige Texte zu einschlägigen Themen aus dem Leben eines Kommunikationswissenschaftlers gleich welchen Geschlechts. Die inhaltlichen Schwerpunkte sind frei wählbar. Bevorzugt wird die Beschäftigung mit einem beliebigen Segment der Virtual Reality. Zuverlässige Überraschungen sind möglich. Ironiesignale sind (in Maßen) er-


laubt, Fake News und Hate Speech strengstens untersagt.

Die Einsendungen – bitte zunächst als Abstract mit maximal 140 Zeichen – werden gemäß den neuesten Vorschriften der UNESCO, die kürzlich auch von der DFG ratifiziert wurden, im Double-Blind-Peer-Review-Verfahren nach ISO 4711 bewertet, damit einer Aufnahme in den SSCI nichts im Wege steht. Die fünf Reviewer, die von den Fachgruppen im Rotationsverfahren bestimmt werden, geben ihre Stellungnahmen anonym ab und leiten sie über den Vorstand, die Ethikkommission und die Genderkontrollstelle an die Redaktion weiter. Die Texte werden durch eine aktuelle Plagiatsoftware überprüft. Zusätzlich erfolgt ein Wahrheitscheck durch den Deutschen Presserat. Alle Beteiligten am Review-Prozess sind zu strengster Verschwiegenheit verpflichtet. Zuwiderhandlungen können mit Ausschluss aus der Fachgesellschaft geahndet werden.

Alle abgedruckten Beiträge nehmen automatisch teil am Wettbewerb um den Best Paper Award. Nach erfolgreicher Evaluation erscheint eine kleine Auswahl im nächsten „Jahrbuch für Marginalistik“. Deadline für die Einreichungen ist der 1. April 2017 (bitte in digitaler Form an die Redaktion). Wir hoffen auf rege Beteiligung.

WALTER HÖMBERG (EICHSTÄTT/WIEN)

Anzeige

 HERBERT VON HALEM VERLAG



CHRISTOPH KUHLMANN
Kommunikation als Weltbezug
2016, 312 S., 68 Abb., Broschur,
213 x 142 mm, dt.
ISBN 978-3-86962-219-4



CHRISTIAN SCHWARZENEGGER
**Transnationale Lebenswelten:
Europa als Kommunikationsraum**
2016, 360 S., 5 Abb., Broschur, 213 x 142 mm, dt.
ISBN 978-3-86962-226-2



LUTZ HACHMEISTER / TILL WÄSCHER
**Wer beherrscht die Medien?
Die 50 größten Medien- und
Wissenskonzerne der Welt**
2017, 560 S., Broschur, 190 x 120 mm, dt.
ISBN 978-3-86962-234-7



JULIA NIEMANN
**Risiken und Nutzen der Kommunikation
auf Social Networking Sites.
Theoretische Modellierung und empirische
Befunde auf Basis der Theory of
Reasoned Action**
Neue Schriften zur Online-Forschung, 14
2016, 424 S., 31 Abb., 79 Tab., Broschur,
213 x 142 mm, dt.
ISBN 978-3-86962-217-0



ERIK KOENEN (Hrsg.)
**Die Entdeckung der Kommunikations-
wissenschaft**
**100 Jahre kommunikationswissenschaftliche
Fachtradition in Leipzig:
Von der Zeitungskunde zur Kommunika-
tions- und Medienwissenschaft**
*Theorie und Geschichte der
Kommunikationswissenschaft, 14*
2016, 290 S., 42 Abb., 2 Tab., Broschur., dt.
ISBN 978-3-86962-236-1

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

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

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

<http://www.journalistikon.de>

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

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