



Illustration: Leopictures/Pixabay.com

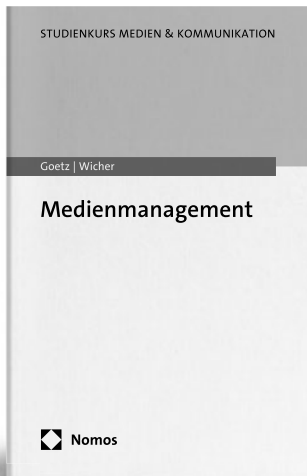
Kommunikation in aktuellen Wahlkämpfen: Sensibler messen und vermitteln

Eine Debatte von Jonas Fegert, Helge Fuhst, Olaf Jandura, Sören Müller-Hansen,
Marlis Prinzing, Andreas Schulz-Tomancok, Philipp Thomeczek und Carina Weinmann

Inhalte: avisiert (2), Debatte (3-12), Open Access (13-14), Aus den Fach-
gesellschaften (15-17), Tagungen (18-23), Neu Erschienen (24),
Interview (25-27), Persönliches (27), Impressum (27)

Medien- management

Kompakt und
umfassend erklärt



Medienmanagement

Von Prof. Dr. Miriam Goetz und
Prof. Dr. Jochen Wicher

2024, ca. 266 S.,

brosch., ca. 24,- €

ISBN 978-3-8487-8646-6

E-Book 978-3-7489-3017-4

(Studienkurs Medien &
Kommunikation)

Erscheint ca. September 2024

Das Lehrbuch ist eine umfassende und zugleich komprimierte Einführung in den Medienmarkt und das Medienmanagement. Praxisnah ausgerichtet, lernen Studierende Struktur, Herausforderungen und Potenziale des Medienmarkts kennen, um optimal auf den Berufsstart ins Medienmanagement vorbereitet zu sein.

 Nomos
eLibrary nomos-elibrary.de

Portofreie Buch-Bestellungen unter
nomos-shop.de

Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer



Nomos

avisiert.

In dieser Ausgabe widmen wir uns im Debattenschwerpunkt der „Kommunikation in aktuellen Wahlkämpfen“ und dabei insbesondere dem Blick auf Erkenntnisse, die Schieflogen korrigieren könnten.

Olaf Jandura und Carina Weinmann haben sich mit der Frage befasst, ob Zweifel an der Validität der politischen Selbstpositionierung auf der Links-Rechts-Skala angebracht seien, und eröffnen den Reigen der Standpunkte mit einem Beitrag über „neue Unübersichtlichkeiten“. Andreas Schulz-Tomancok lenkt dann den Blick auf Messinstrumente, die „unterkomplex“ Einstellungen, Meinungen und (Wahl-) Verhalten analysieren. Jonas Fegert weist am Beispiel der erneuten Wahl von Donald Trump zum Präsidenten der USA auf das bedeutsame Zusammenspiel zwischen Forschung und damit auch Datenerhebung und Journalismus hin. Philip Thomeczek und Sören Müller-Hansen zeigen aus Wissenschaftler-Perspektive und aus Journalismus-Perspektive, wie ein Zusammenspiel konkret funktionieren könnte. Und Helge Fuhst beschließt den Reigen der Standpunkte mit einem Statement aus Sicht der journalistischen Alltagspraxis, das implizit den Hinweis enthält, dass das Interesse an wissenschaftlichen Befunden vorhanden sei. Es sei aber wichtig, dass „hörbar“ vermittelt wird, welche relevanten Erkenntnisse es gibt, damit man wirklich darauf aufmerksam werde.

Neben der Debatte finden sich aktuelle Informationen aus den drei deutschsprachigen Fachgesellschaften DGpuK, ÖGK und SGKM.

Erreicht haben uns Tagungsberichte der Fachgruppen Digitale Kommunikation & Methoden der

Publizistik- und Kommunikationswissenschaft; Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht & Journalistik/Journalismusforschung; Medienpädagogik; Mediensprache – Mediendiskurse; Medienökonomie; Soziologie der Medienkommunikation sowie Mediensport und Sportkommunikation.

Neue Fachveröffentlichungen hat Stefan Weinacht in der Rubrik Neu Erschienen zusammengestellt.

Vieles hat zwei Seiten. Das illustriert Ingrid Paus-Hasebrink am Beispiel eines Themas, das gerade viele Kollegen und Kolleginnen sowie die Fachgesellschaft umtreibt: Open Access. Sie schildert als Erfahrungsbericht eine Negativerfahrung, die nicht als Votum gegen Open Access zu verstehen ist, aber aufhorchen lässt.

Thomas Hanitzsch beantwortet Interviewfragen zu seinem Weg in der Kommunikationswissenschaft, der ganz am Anfang beinahe ein Weg in den Journalismus geworden wäre. Er wurde 2023 zum Präsidenten der International Communication Association (ICA) gewählt, zum nach Klaus Krippendorff, Wolfgang Donsbach und Peter Vorderer vierten, der in der deutschen Community sozialisiert ist. Zwanzig Jahre zuvor war Hanitzsch Mitgründer der Journalismus Studies Division bei der ICA – im Rückblick für ihn die nachdrücklichste Erfahrung, auch weil er sich als „Wissenschaftler mit Selbstwirksamkeit“ erlebte. Sein Fazit: „Wir können oft mehr bewegen als wir zunächst annehmen – auch als so-genannte ‚Nachwuchswissenschaftler:innen‘.“

Auch in diesem Sinne wünschen wir allen viel Freude bei der Lektüre und alles Gute!

Marlis Prinzing und Petra Herczeg

Kommunikation in aktuellen Wahlkämpfen: Sensibler messen und vermitteln

Eine Debatte mit Beiträgen von Jonas Fegert, Helge Fuhst, Olaf Jandura, Sören Müller-Hansen, Marlis Prinzing, Andreas Schulz-Tomancok, Philipp Thomeczek und Carina Weinmann

Marlis Prinzing (Hochschule Macromedia Köln)

Aus den Wahlen im Superwahljahr 2024 insbesondere in Deutschland, Europa und in den USA lässt sich viel lernen: Über Medien und über Politik, über einen sich zunehmend bis hin zu Tötlichkeiten radikalisierenden Diskurs gerade auch im Kontext von Wahlkämpfen, über Beobachtungen zu gesellschaftlicher Spaltung sowie über Forschung beziehungsweise Forschungslücken insbesondere rund um Wahlen und die Einordnung politischer Orientierungen in der Gesellschaft. Erste Befunde etwa nach der US-Präsidentenwahl bestärken darin, dass viel zu tun ist.

Paul Farhi und John Volk (The State of Local News Project) wiesen beispielsweise auf Folgendes hin: In den Nachrichtenwüsten, also in Gegenden, in denen es keine professionelle Quelle für lokale Nachrichten gibt, erzielte der republikanische Kandidat Donald Trump über seine demokratische Rivalin Kamala Harris einen erdrutschartigen Sieg: Er gewann 91 Prozent dieser Landkreise. Insgesamt war lokal sein Vorsprung bei 54 Prozentpunkten, landesweit betrug er knapp 1,5 Prozent.

Trumps Dominanz in den Nachrichtenwüsten impliziert eine Korrelation, keine Kausalbeziehungen: Menschen haben nicht unbedingt für Trump gestimmt, weil sie keine lokalen Nachrichten erhalten haben. Eine wirklich schlüssige und belegte Erklärung für die Dimension und Deutlichkeit liegt bislang nicht vor. Schlechte Bildung oder eine zunehmende Polarisierung könnten Gründe sein. Oder auch, dass Menschen, die sich über das Geschehen vor Ort nur mit Mühe informieren können und auch deshalb auf nationale

Berichterstattung stark angewiesen sind, dort wenig über lokale Gegebenheiten etwa bezogen auf die lokale Wirtschaft und den Arbeitsmarkt finden und deshalb nicht differenziert wahrnehmen, welche Kandidat:innen ihnen für genau diese Probleme Lösungen vorschlagen.

Zunehmende Nachrichtensteppen im Lokaljournalismus und daraus möglicherweise entstehende Zeitungswüsten beschäftigen auch Hans-Christian Wellbrock und Sabrina Maaß. Ihr Augenmerk richtet sich auf Deutschland, wo sie in einer aktuellen Studie das Ausmaß der Verbreitung dieses Phänomens dokumentieren. Praktische Anstrengungen sowie Forschungsinitiativen seien nötig, um die Entwicklung aufzuhalten und auch um sie besser verstehen zu können. Der vorliegende Wüstenradar sei methodisch verbesserungsfähig. Die Analyse sei auf die Lokalberichterstattung in Rundfunk und bei reinen Digitalpublishern auszuweiten. Manche Teilaspekte des Themas müssten näher auf Chancen und Risiken für die Vielfalt hin untersucht und naheliegende Einflussfaktoren (Einkommen, Bildungsniveau etc.) müssten quantifiziert werden.

Hinzu kommen eher generelle Beobachtungen, etwa, dass in Deutschland die dualistische Argumentationsweise aus den USA zunehmend Raum erhält, die in rechts oder links einteilt, etwa: Rechte sind gegen Migration, Linke dafür, Rechte sind gegen mehr Klimaschutz, Linke dafür. Die Idee zu diesem Aviso-Schwerpunkt lag auf der Hand. Wichtig war auch ein Linked-In-Post von Carina Weinmann. In den letzten Jahren, so schrieb sie, war häufig von einem Rechtsruck in der Gesellschaft die Rede, was jedoch von



Foto: Martin Jepp

av

repräsentativen Umfragedaten nicht belegt werde. Das werfe die Frage auf, ob es sich bei dem behaupteten gesellschaftlichen Rechtsruck um ein soziologisches Wahrnehmungsphänomen handle oder ob Zweifel an der Validität der politischen Selbstpositionierung auf der Links-Rechts-Skala angebracht seien. Sie verwies auf eine Studie, für die sie sich gemeinsam mit Olaf Jandura vor allem mit letzterer Frage beschäftigt hatte. Beide wollen sensibilisieren für den Unterschied zwischen subjektiver Wahrnehmung und wertebasierter Verortung auf eben dieser Links-Rechts-Skala.

Der Post führte zur Bitte, zentrale Befunde der Studie im Transfer auf die aktuellen Landtagswahlen für einen Debattenschwerpunkt in diesem Aviso-Heft aufzubereiten, sowie Antworten zu geben auf zwei Fragen: Was müsste getan werden, damit von diesen spannenden Befunden die „richtigen Leute“ auch außerhalb der Wissenschaftsgemeinschaft erfahren? Inwiefern müssten sich generell wissenschaftliche Arbeitsroutinen verändern oder auffächern, um diesen Transfer zu erleichtern? Beide eröffnen den Reigen der Standpunkte mit einem Beitrag, der genau das leistet. Sie stellen ihn unter die Überschrift „Neue Unübersichtlichkeiten“.

Andreas Schulz-Tomancok lenkt den Blick auf einen daran anschließenden, sich gerade auch im Superwahljahr 2024 als sehr relevant erweisenden wunden Punkt: Sozialwissenschaftliche Analysen zu Einstellung, Meinungen und (Wahl-) Verhalten, die oft auch auf „unterkomplexen Messinstrumenten“ fußen. In seinem Standpunkt bezieht er sich unter anderem auf die Arbeit von Weinmann und Jandura, um darauf hinzuweisen, dass auch Politik und Teile der Medien besser hinterfragen sollten, wie stabil die Belege wirklich sind, auf die sich affektive politische „Gewissheiten“ stützen.

Jonas Fegert nimmt die erneute Wahl von Donald Trump zum Präsidenten der Vereinigten Staaten als Aufhänger, um auf die Bedeutsamkeit des Zusammenspiels zwischen Forschung und Journalismus hinzuweisen. Er beschreibt dies exemplarisch an der dazu nötigen Brücke zwischen wissenschaftlicher Datenerhebung und der Datenvisualisierung, also der Vermittlung

durch Journalist:innen. Fegerts Standpunktbeitrag mündet in ein Verständnis von digitaler Demokratie, bei dem Forschung auch Menschen „aktiv einlädt, eigene Ideen einzubringen“, um „Wissenschaftskommunikation [zu] demokratisieren und das Vertrauen in die Forschung nachhaltig [zu] stärken“.

Diese Verschränkung verknüpfen Philip Thomeczek und Sören Müller-Hansen. Der erstgenannte argumentiert aus Wissenschaftler-Perspektive, der zweitgenannte aus Journalismus-Perspektive. Beide lassen in ihre Standpunkte auch Erfahrungen aus gemeinsamen Projekten einfließen. Thomeczek wirbt – ähnlich wie Fegert – dafür, gemeinsam Projekte zu entwickeln, woraus „Daten hervorgehen können, die dann von beiden Seiten weitergenutzt werden können“. Müller-Hansen macht unter anderem klar, dass solche Projekte zwingend von etwas profitieren, das auf beiden Seiten knapp ist: Zeit.

Den Reigen der Standpunkte beschließt Helge Fuhst. Er ist seit Oktober 2019 Zweiter Chefredakteur von ARD-aktuell, der ARD-Gemeinschaftsredaktion für Tagesschau und Tagesthemen, Tagesthemenmoderator – und er ist Politikwissenschaftler. Fuhst verweist auch darauf, dass abseits der aktuellen Wahlberichterstattung durchaus auf wissenschaftliche Befunde geblickt wird, aber eher dann, wenn Forschende um Aufmerksamkeit trommeln, also gut hörbar vermitteln, welche relevanten Erkenntnisse sie herausgefunden haben.

Linked-In-Post: https://www.linkedin.com/search/results/all/?fetchDeterministicClustersOnly=true&heroEntityKey=urn%3Ali%3Afsd_profile%3AACoAAB_DX7gBAdBqTfUe672E8kj_NnHcoE8nFE&keywords=dr.%20carina%20weinmann&origin=RICH_QUERY_SUGGESTION&position=o&searchId=8ec849fd-ad09-4be6-ab33-57bea5b5b731&sid=cPC&spellCorrectionEnabled=false

Farhi, P. & Volk, J. (2024). The state of Local News Project. In news deserts, Trump won in a landslide. 05-12-2024 <https://localnews-initiative.northwestern.edu/posts/2024/12/05/trump-wins-news-deserts-in-landslide/>

Wellbrock, H. & Maaß, S. (2024). Zur Verbreitung des Lokaljournalismus in Deutschland und dessen Effekt auf die Funktionsfähigkeit der Demokratie. Hrsg. von der Hamburg Media School. <https://www.wuestenradar.de/wp-content/uploads/sites/18/2024/11/Wuestenradar-2024-web.pdf>

Neue Unübersichtlichkeiten

Standpunkt: Olaf Jandura (Hochschule Düsseldorf) und Carina Weinmann (Heinrich Heine-Universität Düsseldorf)

Die vielfach attestierte neue Unübersichtlichkeit auf dem Wählermarkt wird seit den 1990er Jahren intensiv in der Politikwissenschaft und der Politischen Soziologie diskutiert. Zu der lange Zeit dominierenden sozioökonomischen Konfliktlinie, die das politische Spektrum von „links“ nach „rechts“ sortiert, traten mit der politisch-kulturellen und der globalisierungsbezogenen Konfliktlinie zwei weitere Spannungslinien hinzu, die den Kampf um Deutungen politischer Themen bei zivilgesellschaftlichen Akteuren, Parteien, in der Medienberichterstattung und in der Bürgerschaft neu strukturieren oder restrukturieren. Diese Neujustierung des politischen Wettbewerbs wurde bei der Debatte um die Gründung des BSW zuletzt für die breite Öffentlichkeit deutlich und von Aiko Wagner (2023) in seinem Aufsatztitel „Lechts oder rinks“ pointiert zusammengefasst: Ziele der neuen Partei und deren Wählerschaft seien ebenso mit linken Werten wie rechten Werten verbunden. Was politisch „links“ und „rechts“ ist, lässt sich vor diesem Hintergrund nicht mehr eindeutig fassen.

Dieser Unübersichtlichkeit steht eine seit Jahren in der Forschung bewährte und häufig eingesetzte einfache Abfrage auf der Links-Rechts-Skala zur Operationalisierung der politischen Einstellung von Bürger:innen gegenüber. Uns interessierte, ob sich die subjektive Positionierung mit einer wertebezogenen Positionierung der Befragten noch deckt. Bei 31% der Befragten unserer Stichprobe fanden wir hier Divergenzen, die uns zum Schluss führen, dass man beim Einsatz der Skala von einer subjektiven Positionierung sprechen bzw. dass die Abfrage politischer Wertvorstellungen stärker Berücksichtigung finden sollte (Jandura & Weinmann, 2023).

„Was machen wir, damit diese spannenden Befunde die „richtigen Leute“ erfahren?“ Letztendlich ziehen wir daraus den Schluss, dass bewährte Messinstrumente besonders in

Zeiten des gesellschaftlichen Wandels hinterfragt werden sollten. Der Reviewprozess vor Tagungen und Publikationen sowie der Versuch der Replikation der Befunde trägt dazu bei, nach innen in die Kommunikationswissenschaft zu kommunizieren.

Das gelingt nicht nur über Veröffentlichungen, sondern auch über die Einbeziehung sozialer Medien, wie dieser Beitrag zeigt, denn der Anstoß für diesen Debattenbeitrag kam über LinkedIn-Posts der Autorin. Die Eigenvermarktung der Befunde führt vielleicht zu mehr Zitationen, wie Twitter-Studien zeigen, sie führt aber auch – je nach Netzwerk – zu interessanten Beifängen außerhalb des eigenen Lesespektrums, die das Interesse über die eigene Spezialisierung hinaus wecken bzw. Bezüge zu dieser herstellen können und zu Kontakten aus der Wissenschaft heraus.

Ob dieser Befunde spannend sind, ob das Glas halb voll oder halb leer ist, entscheidet sich in der Rezeption dieser Befunde. In Anlehnung an Tenschers (2003) Forderung nach Politikvermittlungsexperten wäre eine neue Profession von permanent agierenden Wissenschaftsvermittlungsexpert:innen wünschenswert.



Foto: Hochschule Düsseldorf



Foto: Jonas Dorscheid, HHU

Jandura, O., & Weinmann, C. (2023). Greater confusion in the voter market in Germany: Differences between subjective and value-based categorization on the left-right axis. In M. Ziegele, A. S. Kümpel, T. Dienlin, & Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Eds.), Beiträge zur Jahrestagung der Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung 2022 (pp. 75–92). SSOAR – GESIS Leibniz Institute for the Social Sciences. <https://doi.org/10.21241/ssoar.96575>

Tenschler, J. (2003). Professionalisierung der Politikvermittlung? VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-322-80484-6>

Wagner, A. (2023). Lechts oder rinks? Das Bündnis Sahara Wagenknecht im Parteienwettbewerb. FES impuls. Friedrich-Ebert-Stiftung.

Meinungsumfragen am Limit

Standpunkt: Andreas Schulz-Tomančok (Österreichische Akademie der Wissenschaften und Universität Klagenfurt)



Foto: @ocaw

Besonders in Krisenzeiten stehen sozialwissenschaftliche Analysen zu Meinungen, Einstellungen und (Wahl) Verhalten im medialen und politischen Fokus. Im Superwahljahr 2024, in dem rund ein Drittel der Weltpopulation zur Wahl aufgerufen war, sind bi- und multivariate Analysen zu Mediennutzung, politische Verortung sowie (demokratische) Einstellungen und deren Einfluss auf Wahlpräferenzen bzw. -entscheidungen politisierbare Erkenntnisse, die leider allzu oft auf unterkomplexen Messinstrumenten fußen.

Prominente Beispiele sind u. a. Umfragen zum Vertrauen in demokratische Institutionen, zur Mediennutzung oder zur obligatorischen Selbstverortung auf der quasi-metrischen Links-Rechts-Skala. Beginnend mit Fragen zum Vertrauen, wie dies bspw. im stark-rezipierten Eurobarometer der Europäischen Kommission abgefragt wird, verdeutlichen im Falle Österreichs ein „fehlendes Vertrauen“, wie es nicht nur Nachrichtenmedien, sondern auch wissenschaftliche Institutionen unkommentiert weiterverbreiten.

Allerdings zeigen sich methodische Defizite, wie sie u. a. bereits von Markus Pausch 2008 oder von Homero Gil de Zúñiga 2019 formuliert worden sind. Diese Defizite haben Folgen für die (Sekundär)Betrachtung der kostspielig erhobenen und aufbereiteten Daten.

Die binäre Aufbereitung von Vertrauen in die Parteien oder in die Medien gegenüber einem fehlenden Vertrauen hat simplifizierende Analyseergebnisse zur Folge. Dasselbe gilt für Fragen der Mediennutzung von Printmedien, TV, Radio, Internet und seit einigen Jahren auch Social Media. Unterscheidungen zwischen verschiedenen Print- oder Internetangeboten werden in einigen Fällen nicht getätigt. Reuters- und Gallup-Befragungen stellen Ausnahmen unter den größeren für die Analyse von Mediennutzung und politischer Einstellungen relevanten

Erhebungen dar. Auch fachspezifische Analysen, wie jene vielrezipierte komparative Vertrauensstudie von Yarif Tsfati und Gal Ariely von 2014 operationalisiert Vertrauen dichotom. Die mediale Aufnahme des Narrativs einer Vertrauenskrise in Medien und Demokratien basiert demnach auf simplen ja/nein-Fragen mit weniger simplen Implikationen für Politik- und Medienmachenden. Diese fehlende Differenziertheit in der Operationalisierung hat zur Folge, dass simplifizierende und ungenaue Aussagen aus den Daten gezogen werden wie beispielsweise: Personen mit hoher Printmediennutzung vertrauen stärker demokratischen Institutionen als Personen, die vor allem das Internet nutzen. Das ist aber nicht das einzige Problem.

Ein weiteres Problem liegt in der Fragekonstruktion, die entweder in der öffentlichen, aber auch wissenschaftlichen Diskussion nicht mit kommuniziert wird oder die einen Bias in den Antworten verursachen kann. So haben im Hinblick auf die politische Selbstpositionierung Olaf Jandura und Carina Weinmann vor kurzem aufzeigen können, dass bei knapp einem Drittel ihres Befragungssamples eine Divergenz zwischen Selbstverortung und wertbezogenen Einstellungen zu beobachten war. Eine mögliche Folge könnten verzerrte Analysen politischer Einstellungen und ihres Einflusses auf Wahlpräferenzen und -entscheidungen sein. Damit werden in Konsequenz affektive politische „Gewissheiten“ mit ungenauen Evidenzen untermauert, die nicht nur von Politik und Teilen der Medien, sondern auch von Forschenden selbst nicht hinterfragt werden.

Das Beispiel der Gegenüberstellung des Eurobarometer 100.2 (2023) und dem Reuters Digital News Report für 2024 illustrieren die genannten Probleme: Im Eurobarometer wird gefragt, ob die Medien „vertrauenswürdige Informationen verbreiten“. 73% der befragten Österreicher:innen antworten mit „Ja, auf jeden Fall“ bzw. „Ja, bis zu

av

einem gewissen Grad“. Die Frage ob dazu tendiert wird, den Medien als Institution eher zu vertrauen wird wiederum im selben Eurobarometer nur von 56% befürwortet. Wenige Monate später wird in der Reuters-Erhebung gefragt, ob „dem Großteil der Nachrichten, die ich nutze, meistens“ vertraut werden kann, dem 35% zustimmten. Letzte Zahl wird oft medial zitiert, ohne das Frage-Wording zu kommunizieren.

Die Kommunikationswissenschaft ist gut beraten, ihre Messinstrumente reflexiv zu hinterfragen und ihre Validität und Reliabilität zu kommunizieren, um bei der Vermittlung

von Umfrageergebnissen a) diese, für das Fach eigentlich selbstverständlichen Informationen für ein breiteres Publikum und auch für Medienschaffende jenseits der Wissenschaftsredaktionen mitzuliefern und b) simplifizierenden Aussagen in politischer-Kommunikation entgegen zu wirken. Ein wesentliches Forschungsdesiderat kann daher nur ein Mehr an komplexeren Skalen sein. Denn die Welt der politischen Einstellungen ist nicht Schwarz-Weiß, so wie es Teile der Polarisierungsagent:innen aus Medien und Politik proklamieren.

Digitale Demokratie: Über neue Forschungsansätze der Wirtschaftsinformatik und journalistischen Kooperationen

Standpunkt: Jonas Fegert (Forschungszentrum Informatik, Berlin)

Die erneute Wahl von Donald Trump zum Präsidenten der Vereinigten Staaten markiert einen Wendepunkt: Nach dem Sturm auf das Kapitol 2021, der bereits das Gewaltpotenzial und das erodierte Vertrauen in die demokratischen Institutionen der MAGA-Wählerbasis aufzeigte, stand dieser Wahlkampf ganz im Zeichen einer bewussten Provokation des Bruchs mit demokratischen Institutionen. Diesmal spielte jemand eine entscheidende Rolle, der nicht nur als Meinungsmacher und Spender in den Wahlkampf eingriff, sondern gezielt seine Plattform nutzte und deren Mechanismen so formte, dass sie zu Werkzeugen für die Verbreitung von manipulierten Informationen und die Mobilisierung radikaler Kräfte wurde – die Rede ist von Elon Musk und dem von ihm umgestaltete Twitter/X. Hierbei ist einerseits die algorithmische Verstärkung bestimmter Accounts durch das Abonnementmodell zu nennen, andererseits die fehlende Inhaltsmoderation. Hinzu kommt – wie kürzlich

nachgewiesen werden konnte – eine Veränderung der algorithmischen Priorisierung zugunsten Musks im Vorfeld der US-Wahl (Graham und Andrejevic, 2024).

Die Frage, welchen Einfluss Online-Social-Networks (OSN) inklusive Messenger-Dienste auf die Demokratie haben, sollte jedoch nicht nur im Nachhinein bspw. anhand von Diskursanalysen untersucht werden. Vielmehr müssen Gefahren dort wahrgenommen werden, wo sie entstehen. Dies ist eine zentrale Aufgabe, der wir uns in einem neuen Forschungsbereich der Wirtschaftsinformatik widmen: der Forschung zur Digitalen Demokratie. Mit unserer Forschungsgruppe am Karlsruher Institut für Technologie (KIT) und dem House of Participation (HoP) am FZI Forschungszentrum Informatik haben wir einen einzigartigen Hub geschaffen mit dem Ziel, innovative Ansätze zu entwickeln, um die Resilienz von Demokratien zu stärken. Unsere Expertise liegt in der Analyse großer Datenmengen, im Verständnis von Plattformmechanismen

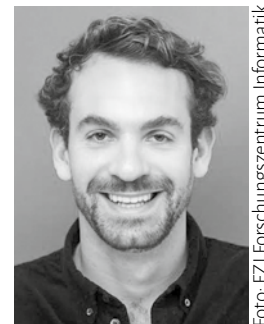


Foto: FZI Forschungszentrum Informatik

und ihrer Wirkung und in der Entwicklung und der Gestaltung von digitalen Partizipationsplattformen (Weinhardt et al., 2024).

Das Projekt „Social Sentiment in Times of Crises“ (SOSEC), das seit 2022 durch eine Förderung der Alfred Landecker Foundation umgesetzt wird, entstand als Teil des HoP. Die in der Aviso-Ausgabe 78 / 2024 von Christian Strippel angeregte Entwicklung von Forschungsdateninfrastrukturen verfolgen wir systematisch in SOSEC. Ziel des Projekts ist es, gesellschaftliche krisenbezogene Stimmungen in Deutschland und den USA zu messen und ihre Ursachen zu analysieren. Seit 2022 erheben wir wöchentlich bzw. zweiwöchentlich Daten aus repräsentativen Panels und gleichen sie mit Informationen aus OSN sowie relevanten Nachrichtenevents ab. Innerhalb der ersten zwei Jahre wurden über 26 Millionen Datenpunkte gesammelt.

Besonders spannend ist die Zusammenarbeit mit dem Tagesspiegel Innovation Lab, das unsere Daten mehrfach genutzt und visualisiert hat – etwa zur Dynamik des Wahlkampfs zwischen Trump und Harris 2024 oder dem Kontrast zwischen gefühlter und tatsächlicher Polarisierung in den USA. So konnten wir zeigen, dass die US-Bevölkerung die Demokraten weniger links und die Republikaner weniger rechts wahrnimmt, während sie sich selbst politisch weiterhin in der Mitte verortet. Solche Erkenntnisse sind nur durch durchdachte Visualisierungen verständlich. Die Kooperation mit Journalist:innen ist bereichernd, aber zeitweise auch herausfordernd, da unterschiedliche Fachsprachen und Prioritäten Geduld und Offenheit in der Absprache erfordern. Auf der SciCAR-Konferenz im September 2024 in Dortmund habe ich aber vorgestellt, wie interaktive Karten und Analysen Forschung zugänglicher machen können und welche Bereicherung sie damit darstellen.

Die nächste große Herausforderung sehe ich darin, gemeinsam mit Journalist:innen und deren Leser:innenschaft neue Formen interaktiver Mitforschung zu entwickeln. In einer Zeit, in der sich immer mehr Menschen von klassischen Medien abwenden und Wissenschaft oft als elitär wahrgenommen wird, rücken Fragen nach Zugänglichkeit und Partizipation verstärkt in den

Fokus. Besonders reizvoll wäre es, interaktive journalistische Inhalte mit nutzer:innenzentrierten Designansätzen zu verbinden, um eine echte Beteiligung zu ermöglichen. Wenn Forschung nicht nur verständlicher wird, sondern Menschen aktiv einlädt, eigene Ideen einzubringen, könnte dies Wissenschaftskommunikation demokratisieren und das Vertrauen in Forschung nachhaltig stärken.

av [Tagesspiegel]

Lehmann, H., Reitzer, P.: Wiedervereinigte Staaten von Amerika: Was spaltet die amerikanische Gesellschaft im Wahlkampf?, <https://interaktiv.tagesspiegel.de/lab/wiedervereinte-staaten-von-amerika-harris-gegen-trump-us-wahl-2024/>, last accessed 2024/11/18.
Weinhardt, C., Fegert, J., Hinz, O., van der Aalst, W.M.P.: Digital Democracy: A Wake-Up Call. *Bus Inf Syst Eng.* 66, 127–134 (2024). <https://doi.org/10.1007/s12599-024-00862-x>.
Graham, T., Andrejevic, M.: A computational analysis of potential algorithmic bias on platform X during the 2024 US election. (2024).

Wie Wissenschaft und Journalismus voneinander profitieren können (1)

Standpunkt: Philipp Thomeczek (Universität Potsdam)

Aus meiner Sicht gibt es zwei Möglichkeiten einer sinnvollen Kooperation zwischen Wissenschaft und Journalismus. Zum einen kann Journalismus auf aktuelle Publikationen aufmerksam machen, die im Idealfall zu journalistischen Schwerpunkten passen. Im weiteren Sinne geht es hier also um die Expertise. Zum anderen können Journalist:innen und Wissenschaftler:innen auch gemeinsam Projekte entwickeln, woraus beispielsweise Daten hervorgehen können, die dann von beiden Seiten weitergenutzt werden können.

Ich habe in beiden Bereichen positive und negative Erfahrungen gemacht. Für eine Kommunikation von aktueller Forschung arbeite ich gerne mit der Pressestelle der Universität zusammen. Dies ist ideal, wenn man noch keine direkten Kontakte im Journalismus hat. Im Idealfall wird dann eine Pressemitteilung etwa von einer Redaktion direkt aufgegriffen. Oft passiert das ohne Rückfragen: die Pressemitteilung wird weiterverarbeitet, und dabei können sich falsche Rückschlüsse ergeben, die dann medial weiterverbreitet werden. Im besten Fall können sich aber auch Interviewanfragen ergeben, woraus langfristige Partnerschaften entstehen können.

Im Bereich gemeinsamer Projekte habe ich sehr positive Erfahrungen mit einigen Zeitungen gemacht. Hier gab es einen engen Austausch, wodurch oben genannte Missverständnisse vermieden werden konnten. Manchmal kommt es aber auch vor, dass eine Chefredaktion sich für die Unterstützung (auch finanziell) eines Projektes ausspricht, aber die Fachredaktion dann nicht eingebunden wurde und nicht so wirklich weiß, was sie damit anfangen soll. Das ist dann schade, vor allem, wenn schon viele Ressourcen eingesetzt wurden.

Grundsätzlich wäre es wünschenswert, wenn Wissenskommunikation schon bei der Forschung mitgedacht würde. Oft stehen

sich aber die unterschiedlichen Logiken im Weg. Journalistische Fragestellungen sind oft tagesaktuell und sehr spezifisch, wissenschaftliche Fragestellungen hingegen grundsätzlicher und tiefgreifender Natur. Durch langwierige Begutachtungsprozesse, die teils Jahre dauern, ist die Arbeit an tagesaktuellen Themen fast unmöglich. Einen Mittelweg bilden kürzere Beiträge wie Research Notes, wobei diese nicht automatisch schneller begutachtet werden. Trotzdem finde ich dieses Format sinnvoll, gerade, um explorative Fragestellungen zu analysieren, Datensätze vorzustellen oder ausgewählte Aspekte zu vertiefen. Je nach Disziplin muss dieses Format aber noch wesentlich stärker verbreitet und definiert werden, gelten sie doch bei einigen noch als nur „halbes Paper“.



Foto: Thomas Roes

Wie Journalismus und Wissenschaft voneinander profitieren können (2)

Standpunkt: Sören Müller-Hansen (Süddeutsche Zeitung)

Foto: Friedrich Bungert



Journalismus und Wissenschaft sind häufig in sehr unterschiedlichen Geschwindigkeiten unterwegs. Während ein großer Teil der Berichterstattung in Medien an aktuellen Ereignissen aufgehängt ist, dauert es in der Wissenschaft häufig lange, bis ein Forschungsergebnis aufgeschrieben, peer reviewed und veröffentlicht ist. In aktuellen Debatten fehlt dadurch häufig wissenschaftliche Evidenz, und wenn sie vorliegt, dominieren auf den Nachrichtenseiten längst wieder andere Themen. Dabei würden beiden Seiten davon profitieren, wenn Wissenschaft schneller verfügbar wäre: Der Journalismus durch mehr Evidenz in der Berichterstattung und die Wissenschaft durch mehr Reichweite.

Die Coronapandemie ist ein Beispiel, wo das teilweise schon gut gelungen ist. Die Pandemie hatte eine derart große gesellschaftliche Relevanz und Dauer, dass Studien und Daten sehr viel schneller veröffentlicht wurden. Aus meiner journalistischen Perspektive wurde die Berichterstattung vor allem dann besonders gut, wenn beide Seiten vertrauensvoll miteinander arbeiten konnten, ein direkter Austausch stattfand und Informationen schon vor der Veröffentlichung geteilt wurden.

Die Pandemie ist zum Glück vorbei, doch das Prinzip lässt sich auf aktuelle Themen übertragen. Beispiel Wahlen: In der Süddeutschen Zeitung wollten wir darüber berichten, wie sich Wahlabsichten verändern, warum häufig von einem Rechtsruck geredet wurde und wie neue Parteien zu den etablierten passen. Im Zuge der Recherche sprachen wir mit einigen Politikwissenschaftlern und setzten schließlich gemeinsam mit Christian Stecker (TU Darmstadt), Jan Philipp Thomeczek (Universität Potsdam) und Constantin Wurthmann (Universität Erlangen-Nürnberg) eine wissenschaftliche Expertenbefragung auf, um einen

veralteten Datensatz fortzuschreiben. Mit den Ergebnissen konnten wir eine hochaktuelle Debatte durch evidenzbasierte Analysen zu Parteipositionen und Koalitionsmöglichkeiten erweitern.

Solche Projekte benötigen eine rare Ressource auf beiden Seiten: Zeit. Deshalb müssen wir Journalist:innen überzeugend darstellen, warum es sich lohnt, mit uns zusammenzuarbeiten. Denn wir sind auch auf einen Vertrauensvorschuss seitens der Wissenschaftler:innen angewiesen. In einer solchen Kooperation geben sie ein Stück weit die Kontrolle darüber ab, wie über ihre Forschungsergebnisse berichtet wird. So gut eine Zusammenarbeit auch ist, die Unabhängigkeit im Journalismus muss trotzdem gewahrt bleiben.

Damit Wissenschaft und Journalismus künftig häufiger zusammenfinden, lohnt es sich, auf vorhersehbare, wiederkehrende oder über einen längeren Zeitraum relevante Themen zu schauen. Als Journalist würde ich mich freuen, wenn mehr Mails von Wissenschaftler:innen zu ihrer aktuellen Forschung in mein Postfach flattern würden als Pressemitteilungen über bereits publizierte Ergebnisse.

av

Social Media als mächtiger Hebel

Ersetzen soziale Medien die Opinion Leaders? Der Politologe und Leiter der ARD-tagesthemen, Helge Fuhst, schreibt den schnellen und emotionalen Kommunikationsmitteln im Internet eine große Bedeutung zu. Und er bemerkt, dass wissenschaftliche Befunde in der journalistischen Praxis vor allem dann zur Kenntnis genommen werden, wenn sie gut vermarktet werden.

Wie verändern Social Media die Wahlkämpfe?

Social Media sind in den 2020er Jahren längst zu einem mächtigen Hebel in Wahlkämpfen überall auf der Welt geworden. Parteien und Politiker machen davon allerdings unterschiedlich Gebrauch. Oft ist es eine finanzielle Frage. Wobei es meiner Beobachtung nach immer noch vor allem davon abhängt, ob Parteien und Politiker erkennen, wie wichtig Social Media als Teil des Wahlkampfes ist – und ob sie Social Media effektiv oder sogar prioritär einsetzen, sowohl finanziell als auch strukturell in ihren Kampagnen.

Deutlich wird in den Wahlkämpfen auch, dass extreme Positionen auf den meisten Social-Media-Plattformen erfolgreicher sind als moderate oder gar differenzierte politische Angebote. Dennoch haben sowohl politische Kräfte der Mitte wie der Ränder die Möglichkeit, einem Wahlsieg mit dem richtigen Einsatz von Social Media näher zu kommen.

Bei Donald Trump scheint sein jüngster Sohn Barron Trump eine wichtige Rolle dabei gespielt zu haben, seinen Vater unter anderem auf TikTok zu positionieren und gezielt einzusetzen. Eine Plattform, die Trump einst als Präsident verbieten lassen wollte, aufgrund des chinesischen Einflusses. Mit Elon Musk wurde zudem der Eigentümer und Lenker von X zu einem der größten Unterstützer Trumps im Wahlkampf, und Trump besitzt mit Truth Social selbst ein Soziales Netzwerk.

Die Verbreitung der Botschaften Donald Trumps wäre ohne Soziale Netzwerke, also ohne die direkte Ansprache Trumps zu und mit den Menschen, bei Weitem nicht so erfolgreich gewesen. Dazu gehört die tägliche Auswertung von einzelnen Aussagen, Sound Bites und Auftritten Trumps, beispielsweise in Podcasts, die selbst schon eine enorme Verbreitung haben.

Zusätzliche O-Töne viral gehen zu lassen, bringt eine Aufmerksamkeit, die eine Wahlkampagne entscheidend stärken kann.

Auch in Europa sind der Einfluss und die Wirkung von Social Media auf Wahlen immer wieder zu erkennen, zuletzt bei der Präsidentschaftswahl in Rumänien. Der rechtsradikale prorussische Kandidat Calin Georgescu soll es dank TikTok und russischer Einflussnahme auf der Plattform geschafft haben, deutlich mehr Stimmen zu mobilisieren als die anderen Kandidaten, die womöglich auf TikTok benachteiligt wurden. In dem Fall hat sich u. a. die EU-Kommission eingeschaltet, um Daten auf TikTok sichern zu lassen.

Wie verändern Social Media die Berichterstattung über Wahlkämpfe?

Die Botschaften der Kandidatinnen und Kandidaten werden in Wahlkämpfen täglich über die Sozialen Netzwerke verbreitet. Diskussionen entstehen und entwickeln sich ebenfalls dort, manchmal in Form von Shitstorms, oder sie zahlen auf das Image der Kandidaten ein. Die klassischen Medien, ob lineares Fernsehen, Radio oder Print, kommen daran oft nicht vorbei. Das Tempo auf den Social-Plattformen bestimmt häufig auch die Berichterstattung über Wahlkämpfe. Dabei erhalten einzelne Fotos, Videos und Aussagen besondere Wahrnehmung, wenn sie viral gehen und anschließend in Nachrichtenbeiträge der Fernsehsender oder in Moderationen mit einfließen.

Stimmt der Befund von „the People’s Choice“ (Lazarsfeld) heute noch: Sind also Peers, die Kumpels in den Kneipen, etc. wichtiger als die Medien bezogen u. a. auf die Entscheidung, welche Partei oder Person man wählt?

Für die jüngere Generation ist neben dem Austausch in privater Umgebung, in Bars oder



Foto: NDR

Vereinen, die Social-Media-Welt besonders wichtig geworden, um sich eine politische Meinung zu bilden – ob bewusst oder unterbewusst. Damit ist Social Media neben den klassischen Medien deutlich relevanter geworden, in allen Altersgruppen. Die Aufmerksamkeit der älteren Generationen auf den Plattformen steigt schnell.

av **Bis kurz vor der US-Präsidentschaftswahl war von einem Kopf-an-Kopf-Rennen Kamala Harris versus Donald Trump die Rede, dann war das Ergebnis aber tatsächlich rasch sehr deutlich. Welche Umfragen sind entscheidend für die Wahlen?**

Während des Wahlkampfes sind in den USA viele Umfragen veröffentlicht worden, die der Qualität der deutschen Institute nicht entspricht. Zwar wird transparent angegeben, wie viele Menschen in welchem Zeitraum befragt wurden, allerdings ist dabei häufig die Fehlerspanne größer. Da die Präsidentschaftswahlen bundesweit und in den einzelnen Bundesstaaten häufig Ergebnisse hervorbringen mit nur wenigen Prozentpunkten Abstand zwischen den Kandidaten, bewegen sich die Umfrageergebnisse immer wieder innerhalb der Fehlerspanne.

Dabei bringt in den USA der Blick auf die bundesweiten Umfragen nur etwas, um ein Stimmungsbild für das Land insgesamt zu bekommen, weniger für den Ausgang der Präsidentschaftswahl. Dazu muss aufgrund des Wahlsystems auf die Bundesstaaten geschaut werden: Wie groß sind die Abstände zwischen den Kandidatinnen und Kandidaten? Wer ist noch unentschieden? Welche Wählergruppen können und müssen umgestimmt oder mobilisiert werden, um den jeweiligen Bundesstaat für sich zu sichern?

Dabei wählt die große Mehrheit der Bundesstaaten seit Jahrzehnten die jeweils selbe Partei mit deutlicher Mehrheit. Im Fokus stehen daher die sogenannten Swing States, die mal mehrheitlich die Demokraten, mal die Republikaner wählen.

W **Werden in Redaktionen Befunde aus der Politikwissenschaft oder Kommunikationswissenschaft z.B. zu Rechts-Links-Verortungen diskutiert?**

In unserer Redaktion hinterfragen und überprüfen wir immer wieder unsere Arbeit und Berichterstattung – ob wir die richtigen Schwerpunkte gesetzt, unterschiedliche Perspektiven aus unserer Gesellschaft abgebildet oder politisch ausgewogen berichtet haben. Dabei nutzen wir unterschiedliche Wege: Sendungs- und Formatkritik von externen Gästen aus anderen Medienhäusern, aus der Wissenschaft oder von Experten aus bestimmten Bereichen. Auch das Publikum bewertet uns, täglich in Rückmeldungen auf Social Media, per Mail und auch noch per Briefpost. Wir lassen Befragungen durchführen und laden Besuchergruppen ein, von Schulklassen bis zu Verbandsvertretern, die ebenfalls Feedback zu unserem Programm geben.

Ergebnisse aus der Wissenschaft, die unsere Berichterstattung betreffen, werden wahrgenommen und in der Redaktion diskutiert. Wir erfahren häufig allerdings erst aufgrund medienwirksamer Veröffentlichungen davon. Dabei wäre ein Austausch dazu für beide Seiten gewinnbringend. Immer wieder werden wir aber bereits auch während der wissenschaftlichen Arbeit und Durchführung dazu angesprochen oder befragt.

D **Der Blick auf Deutschland: Was sind für die „tagesthemen“ Kernpunkte im jetzt angelaufenen Bundestagswahlkampf bezogen auf die Regeln im Öffentlich-rechtlichen Rundfunk?**

Die „tagesthemen“ sind ein Nachrichten-Magazin, das täglich auf die aktuellen Themen und Diskussionen in Deutschland eingehen muss. Daher kann in einem Wahlkampf, der mehrere Monate dauert, beispielsweise bei Interviews nicht jeden Tag nach Proporz eingeladen werden. Die Aktualität entscheidet. Stattdessen sollten über den Zeitraum eines Wahlkampfes insgesamt die Parteien, Kandidatinnen und Kandidaten angemessen vertreten sein.

Die Fragen stellte Marlis Prinzing

(Un)gute Erfahrungen mit Open Access

Das Thema Open Access bewegt derzeit viele Kollegen und Kolleginnen und die Fachgesellschaft. Mir liegt in diesem Zusammenhang daran, auch über mögliche negative Erfahrungen zu informieren.

Es geht um die englischsprachige Buchpublikation zu meiner Langzeitstudie, die 2019 im Verlag Palgrave MacMillan in der von Andreas Hepp und Uwe Hasebrink herausgegebenen Reihe „Transforming Communications“ erschienen ist: Ingrid Paus-Hasebrink, Jasmin Kulterer & Philip Sinner (2019): „Social Inequality, Childhood and the Media. A Longitudinal Study of the Mediatization of Socialisation“. Die Publikation ist digital unter einer CC-BY-Lizenz als Open Access sowie als Printversion erhältlich.

Bei einer Netzrecherche stieß ich im Herbst zufällig bei dem amerikanischen Buchhändler Porchlight Books auf genau dieses Buch, mit demselben Titel und denselben Autoren – diese aber in umgekehrter Reihenfolge! – und einem neuen Cover. Als Verlag wurde „Saint Philip Street Press“ genannt, als Print on Demand wurde das Buch dort für einen Preis angeboten, der

deutlich über dem der Printversion von Palgrave MacMillan lag. Auch bei einschlägigen anderen Online-Händlern wie Amazon waren beide Versionen erhältlich.

Die offene CC-BY-Lizenz erlaubt kommerzielle Nachdrucke. Davon wird offensichtlich auch Gebrauch gemacht, wie die große Zahl der allein unter dem Verlagsnamen „Saint Philip Street Press“ angebotenen Titel zeigt. Wie Gespräche mit Kolleginnen und Kollegen deutlich gemacht haben, ist diese Form der Weiterverwertung von Open Access-Publikationen allerdings nicht allgemein bekannt. Im Hinblick auf die Umkehrung der Autorenreihenfolge haben mich aber eigene Recherchen darin bestärkt, dass diese nicht von der Lizenz abgedeckt ist – angesichts der Bedeutung korrekter Literaturangaben in der Wissenschaft erscheint mir diese Vorgehensweise nicht akzeptabel. Die von „Saint Philip Street Press“ angebotenen Publikationen



Foto: privat

Free Delivery by Amazon

Free Shipping by Amazon to eligible destinations

Department

Books

- Social Sciences
- Law
- School & Studies
- Textbooks & Study Guides
- Teachings & Wisdoms
- Business & Careers

Customer Review

★★★★★ & Up

★★★★☆ & Up

★★★☆☆ & Up

★★☆☆☆ & Up

Price (price)

Up to 5 EUR

10 to 20 EUR

€Min €Max Go

Book Language

German


Book Format

Paperback

Condition

New

Learn about these results.



Social Inequality, Childhood and the Media: A Longitudinal Study of the Mediatization of Socialisation (Transforming Communications – Studies in Cross-Media Research) (English Edition)

English edition | by Ingrid Paus-Hasebrink, Jasmin Kulterer, et al. | 16 Jan 2019

Kindle Edition

€0⁰⁰

Available instantly

Hardcover

€35⁰⁹

Only 1 left in stock.

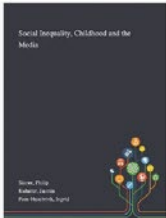
More buying choices

€10.80 (12 used & new offers)

Paperback

€6⁴⁸

Only 1 left in stock.



Social Inequality, Childhood and the Media

English edition | by Philip Sinner, Jasmin Kulterer, et al. | 8 Oct 2020

Hardcover

€110⁹⁶

FREE delivery 1 - 22 Mar

More buying choices

€77.05 (5 new offers)

weisen in der Mehrzahl Änderungen der Autorensreihenfolge auf.

Unter dem Namen „Saint Philip Street Press“ ist im Internet und in internationalen Verlagsverzeichnissen kein Verlag zu finden; erst nach langen und mühsamen Recherchen war es möglich, einen Kontakt zu den Verantwortlichen herzustellen. Der Hinweis eines englischen Kollegen und Recherchen bei der internationalen Agentur zur Vergabe von ISBN-Nummern führte schließlich zu der E-Mail-Adresse des CEO einer Firma mit dem Namen „Creative Media Partners“ mit Sitz in Charleston, South Carolina (<https://support.creativemedia.io/>). Eine erste Aufforderung, zumindest die Autorensreihenfolge zu ändern, blieb ohne Ergebnis. Erst auf eine weitere, deutlich schärfer formulierte Mail sicherte der CEO zu, das Buch aus den Vertriebslisten zu streichen; er beteuerte, es müsse sich

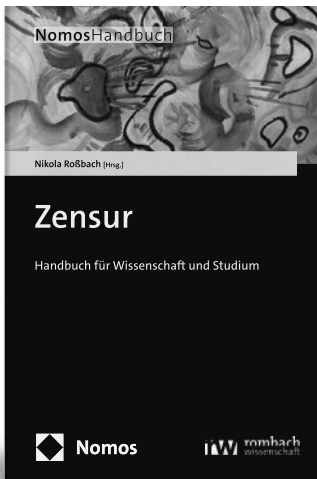
bei der veränderten Autorensreihenfolge um einen Irrtum handeln – dies ist angesichts der vielen anderen Fälle, in denen diese Umkehrung auftritt, offensichtlich nicht der Fall. Seit der Ankündigung des CEO ist das nachgedruckte Buch in den Angebotslisten der Online-Buchhändler zwar weniger leicht zu finden, aber bis heute nicht ganz verschwunden.

Den freien Zugang zu wissenschaftlicher Literatur zu ermöglichen, ist zweifellos ein Fortschritt in der Publikationskultur, auch für unser Fach. Um diese Vorteile zu nutzen und gleichzeitig, wie in meinem Fall, negative Erfahrungen zu vermeiden, bedarf es aber einer sorgfältigen Auseinandersetzung mit den verschiedenen Lizenzen – und offenbar auch des entschiedenen Einspruchs gegen Verletzungen der Lizenzregeln.

Ingrid Paus-Hasebrink

Anzeige

Zensur – interdisziplinär, transhistorisch und global betrachtet



Zensur

Handbuch für Wissenschaft und Studium

Herausgegeben von Prof. Dr. Nikola Roßbach

2024, 611 S., brosch., 59,- €

ISBN 978-3-8487-8588-9

E-Book 978-3-7489-3003-7

(NomosHandbuch)

Zensur ist hochaktuell. Sie scheint gegenwärtig – im Kontext globaler Krisen, erodierender Demokratien und erstarkender Autokratien und Diktaturen – sogar noch an Aktualität zu gewinnen. Das vorliegende Handbuch präsentiert erstmals den Stand der Zensurforschung aus einer interdisziplinären, transhistorischen und globalen Perspektive.

 Nomos
eLibrary nomos-elibrary.de

Bestellen Sie im Buchhandel oder
versandkostenfrei online unter nomos-shop.de

Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer



Nomos

AUS DEN FACHGESELLSCHAFTEN



Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e.V.

Aufruf zum diskriminierungsfreien Diskurs

Mitte dieses Jahres haben Vorstand und Mittelbauvertretung ein Positionspapier verfasst, welches zum diskriminierungsfreien Diskurs aufruft (siehe <https://www.dgpuk.de/de/empfehlungenarbeitspapiere>). Im Kontext einer (damals wie heute) komplexen und aufgeladenen gesellschaftspolitischen Lage bot eine Umfrage zu Anfeindungen öffentlich sichtbarer Wissenschaftler:innen den aktuellen Anlass. In dem Papier sprechen wir uns ausdrücklich für einen diskriminierungsfreien Diskurs aus, der auch und gerade in Krisenzeiten freie Meinungsäußerung zulässt – dabei aber ausdrücklich den Rahmen der Zivilitätsnormen beibehält. Wichtig ist dabei, alle diskriminierungsfreien Positionen zuzulassen. Das heißt auch, den agonalen Charakter solcher gesellschaftspolitischen Auseinandersetzungen auszuhalten.

Ohne gegenseitige Kritik ist es kaum möglich, voneinander zu lernen, vielleicht sogar die eigenen Überzeugungen anzupassen und kooperativen Problemlösungen näher zu kommen. Dafür bedarf es allerdings einer gemeinsamen Grundintention, es braucht einen Konsens über die Bedeutung und den Wert eines solchen rationalen Diskurses. Dessen Kern besteht unserer Ansicht nach in der Bereitschaft aller Beteiligten zu gegenseitigem Respekt und einer allgemeinen Haltung der Toleranz. Das schließt ein, keine Perspektive systematisch zu exkludieren, Diskursräume offen zu halten, aktiv gegen die Angriffe der Intoleranz zu verteidigen und die wissenschaftlichen und auch gesellschaftlichen Auseinandersetzungen auf den Prinzipien einer freiheitlich demokratischen Grundordnung aufzubauen. Mit dem Positionspapier wenden wir uns damit gegen alle, die diesen Diskurs explizit angreifen oder gänzlich ablehnen, denn: Anfeindungen jeglicher Art, nicht nur gegenüber Wissenschaftler:innen, sind einer aufgeschlossenen Diskussionskultur abträglich und können mittelfristig zur Erosion des gesellschaftlichen Vertrauens in die Wissenschaft beitragen.

Räume für den Austausch öffnen

Das ist die Theorie. Aber unsere Fachgesellschaft öffnet natürlich auch zahlreiche Räume für die diskursive Praxis: Zum einen ist dieses Heft zum Thema „Kommunikation in aktuellen Wahlkämpfen“ sowie dessen Verlängerung ins Digitale (<https://www.dgpuk.de/de/forum>) ein Austauschforum. Zum anderen – und darauf freuen wir uns ganz besonders – bietet die kommende Jahrestagung vielfältige Gelegenheiten zum persönlichen Austausch. Die 70. DGPK-Jahrestagung beginnt am Mittwoch, den 19.03.2025 mit einem Get Together im Haus des Rundfunks in Berlin (siehe www.dgpuk2025.de). Bis Freitagabend ist dann Gelegenheit, in unterschiedlichen Formaten und Konstellationen über „Öffentlichkeit(ein) und ihre Werte“ zu diskutieren – ein Thema, welches aktueller kaum sein könnte. Zum Ausklang ist die Farewell Party ein wunderbarer Anlass, alle Meinungsverschiedenheiten bei einem oder auch zwei Getränken beizulegen.

Wir danken dem Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der FU Berlin und dem Weizenbaum-Institut ganz herzlich für diese Gelegenheit und freuen uns auf einen anregenden Austausch mit und unter den Mitgliedern.

Umstellung des Review-Systems

Ein Wort noch zur Jahrestagung: Wie Sie dem Rundbrief bereits entnehmen konnten, haben wir unser bisheriges Review-System umgestellt. Ziel ist eine Entlastung aller Beteiligten durch eine stärkere Automatisierung einerseits und den Einbezug einer (noch) größeren Anzahl Mitglieder andererseits. Wir bedanken uns herzlich für Ihre und Eure Kooperation!

Für den Vorstand, Daniela Schlütz



Österreichische Gesellschaft für
Kommunikationswissenschaft

Liebe Kolleg:innen, wir hoffen, Sie kommen gut durch die terminreiche Vorweihnachtszeit! Wie in der letzten Aviso-Ausgabe bereits angekündigt, möchten wir Sie dieses Mal über Neuigkeiten zum Medien Journal im neuen Format informieren: Mit großer Freude dürfen wir verkünden, dass das Medien Journal seit der aktuellen Ausgabe 1/2024 Open Access und ausschließlich scholarly-led erscheint. Dieser bedeutende Schritt ist das Ergebnis eines langen und intensiven Prozesses. Im Folgenden geben wir kurz ein paar Einblicke dazu. Für eine Langfassung des Textes dürfen wir Sie auf das Editorial des aktuellen Medien Journals verweisen.

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

Medien Journal nun Open Access

Wir, die Vorstandsvorsitzenden und Geschäftsführerin der Österreichischen Gesellschaft für Kommunikationswissenschaft (ÖGK), in deren Namen das Medien Journal seit 1977 erscheint, sind noch nicht lange genug dabei, um den gesamten Werdegang unserer Fachzeitschrift aus eigener Erfahrung nachzuvollziehen. Die Herausgabe des Medien Journals durch den Facultas Verlag ab 2015 markierte in jedem Fall einen bedeutenden Meilenstein und hat die letzten Jahre maßgeblich geprägt – nicht zuletzt durch eine deutliche Verbesserung der Sichtbarkeit und Professionalität des Journals. Nun war es an der Zeit eigenständiger zu agieren – vor allem, um Open Access zu ermöglichen und auf diese Weise an Attraktivität zu gewinnen.

Der Weg zur nun vorliegenden Ausgabe 1/2024 war lang und arbeitsintensiv. Vor anderthalb Jahren formierte sich eine engagierte Arbeitsgruppe, bestehend aus der langjährigen Chefredakteurin Petra Herczeg und ihrem Mitstreiter Daniel Nölleke sowie weiteren Kolleg:innen von verschiedenen kommunikations- und medienwissenschaftlichen Instituten in Österreich – Andreas Enzminger, Jörg-Uwe Nieland, Corinna Peil und Matthias Wieser. Erfreulicherweise stehen für das sogenannte Journal Flipping mittlerweile umfangreiche Ressourcen online zur Verfügung, wie etwa

das Open Access Network. In regelmäßigen Online-Treffen wurde dieser Transformationsprozess dann Schritt für Schritt umgesetzt – angefangen beim Finden eines geeigneten Hostings, das wir dankenswerterweise in der Universitätsbibliothek der Universität Klagenfurt gefunden haben, über die Entscheidung für geeignete Creative Commons Lizenzen (siehe Informationen dazu auf der neuen Website des Medien Journals https://netlibrary.aau.at/medienjournal/wiki/oa_policy), bis hin zur Erstellung von Websitetexten und der Gewinnung von Beiratsmitgliedern.

Während das übergeordnete Ziel darin bestand, den Zugang zu kommunikations- und medienwissenschaftlicher Forschung zu erweitern, war es auf praktischer Ebene vor allem wichtig, den Einreich- und Publikationsprozess so ressourcenschonend wie möglich zu gestalten. Ohne die finanzielle und personelle Infrastruktur eines Verlags – das ist kein Geheimnis – war und ist eine präzise Kalkulation notwendig, um den erheblichen Arbeitsaufwand für die Herausgabe einer wissenschaftlichen Fachzeitschrift zusätzlich zu den regulären Tätigkeiten an einer Universität unentgeltlich zu bewältigen. Die Zusammenarbeit der Kolleg:innen erwies sich hierfür als ein wertvoller Lernprozess, der sich bis heute fortsetzt. Denn das Flipping-Team bleibt dem Medien Journal vorerst als erweiterte Redaktion erhalten.

Wir freuen uns, wenn die mit dieser Ausgabe gestartete Open-Access-Offensive des Medien Journals zu einer verstärkten Wahrnehmung in der Fachcommunity beiträgt. Englischsprachige Einreichungen sind ebenso willkommen wie deutschsprachige Beiträge. Schicken Sie Ihre Vorschläge für Special Issues oder Einzelbeiträge an medienjournal@aau.at. Wir wünschen viel Freude mit dem Medien Journal neu!



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

Rückblick auf ein halbes Jahrhundert

Die 24. Jahrestagung der Schweizerischen Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft (SGKM/SSCM) fand vom 17. bis 19. April 2024 an der Universität Neuenburg statt und markierte gleichzeitig das 50-jährige Jubiläum der SGKM. Neben spannenden wissenschaftlichen Beiträgen zum Tagungsthema „Nachhaltigkeit und Resilienz in Kommunikation und Medien“ standen dem Jubiläum gewidmete Panels zu Geschichte, Tradition und Zukunft der SGKM auf dem Programm. Ein besonders wichtiger Aspekt der Jahrestagung ist traditionell auch die Verleihung der zentralen Preise der SGKM sowie der Fachzeitschrift *Studies in Communication Sciences* (SComS).

SGKM-Dissertationspreis 2024

Der Preis für die beste Dissertation wurde an Tobias Rohrbach für seine Arbeit zum Thema „Media-based Mechanisms of Gendered Evaluations of Politicians“ verliehen. Die Dissertation entstand im Rahmen eines Doppelbetreuungsverfahrens an der Universität Fribourg-Freiburg und der Universität Amsterdam. Die Jury zeigte sich beeindruckt von der hervorragenden Qualität der Dissertation, die sich mit Geschlechterstereotypen in der Medienberichterstattung über Frauen in der Politik und deren Einfluss auf Wahlentscheidungen befasst.



Foto: privat / SGKM

Tobias Rohrbach

Die Dissertation zeichnet sich durch ihre ausgezeichnete theoretische Konzeptualisierung, ihre innovative empirische Herangehensweise, ihre hohe methodische Genauigkeit sowie durch ihren klaren praktischen Beitrag aus. Eine Zusammenfassung dieser spannenden Arbeit wird in der Ausgabe 2024 (2) der Zeitschrift *SComS* erscheinen.

Mit dem Dissertationspreis honoriert die SGKM exzellente wissenschaftliche Forschung. Die Jury des Dissertationspreises 2024 setzte sich unter dem Vorsitz von Colin Porlezza (USI, Università della Svizzera italiana) aus Matthias Künzler (FH Graubünden und FU Berlin),

Alexandra Feddersen (Universität Fribourg-Freiburg), Sophia Volk (Universität Zürich) und Florence Van Hove (SGKM-Vizepräsidentin; Universität Fribourg-Freiburg) zusammen.

Förderpreis der Ulrich-Saxer-Stiftung 2024 (Best Presentation Award)

Die jährliche Verleihung des Best Presentation Award, gestiftet von der Ulrich-Saxer-Stiftung, ist eine Anerkennung für herausragende wissenschaftliche Forschung. Die Bewertung erfolgt zu gleichen Anteilen anhand der Ergebnisse des Begutachtungsverfahrens der Tagungseinreichungen und anhand der Beurteilungen der Vorträge durch eine von der SGKM-Geschäftsleitung ernannte Jury.

Dieses Jahr ging der Preis an Catherine Quiroga von der Universität Toulouse III – Paul Sabatier (Frankreich) für ihren ausgezeichneten Beitrag „Résilience infocommunicationnelle des publics marginalisés en contexte de controverse“.

SComS Best Paper Award

Lena Würzler und Annik Dubied (Universität Neuenburg) wurden mit dem SComS Best Paper Award 2023 für ihren Artikel „Performing Investigative Identities: How Print Journalists Establish Authority Through Their Texts“ ausgezeichnet. Die Jury lobte die Arbeit dafür, dass sie eine bedeutende Forschungslücke im Bereich des investigativen Journalismus und der journalistischen Professionalität beleuchtet. Gewürdigt wurde außerdem die vorbildliche Anwendung eines lokal situierten qualitativen Ansatzes mit akribischer analytischer Präzision. Ein großer Dank geht an die Juror:innen Hannah Früh (HAW Hamburg), Werner A. Meier (Universität Zürich), Maija Ozola-Schade (TU Ilmenau), Lilian Suter (ZHAW Zürich) und Tobias Rohrbach (Universität Bern) für ihren wertvollen Review-Beitrag sowie an unseren SComS-Redakteur Thilo von Pape und Dominique Wirz (Universität Amsterdam), die die Vorauswahl und Bewertung koordinierten.

TAGUNGEN

Fachgruppen: Digitale Kommunikation & Methoden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Thema der Tagung: Datafizierte Kommunikation und Wissenschaft: Theorien, Methoden und Herausforderungen

Mitveranstalter: Lokale Gastgeber:innen:

Julia Niemann-Lenz (DZHW) und Tim Schatto-Eckrodt (Uni Hamburg)

Datum der Tagung: 18.-20.09.2024

Veranstaltungsort: Universität Hamburg

Teilnehmendenzahl: 67

Anzahl der Vorträge: 39

Weitere Informationen zur Tagung unter: <https://www.wiso.uni-hamburg.de/fachbereich-sowi/ueber-den-fachbereich/fachgebiete/fachgebiet-journalistik/tagung-digikomm>

Tagungsfazit:

Datafizierung betrifft immer mehr Lebensbereiche und bringt die Fachgruppen Digitale Kommunikation und Methoden quasi natürlicherweise zusammen. Das zeigte sich in Hamburg inhaltlich an vielen Panels, bei denen kaum zu unterscheiden war, ob es sich um ein „Methoden“- oder „DigiKomm“-Panel handelte. Auch die Stimmung war hervorragend, und es wurde lebhaft über die Forschung zu datafizierter Kommunikation und die Daten, die Forschenden zur Verfügung stehen, diskutiert. Ein Schwerpunktthema waren Large Language Models, z.B. für die Inhaltsanalyse von Social Media. Deutlich wurde aber auch, wie schnell die Entwicklung voranschreitet und die



Foto: FG

Freude herrscht: Mit forsa /Lazarsfeld-Stipendien für herausragende studentische Arbeiten wurden ausgezeichnet: Henrieke Kotthoff (WWU Münster), Antonia Elvert, Anna Kesper, Alina Liermann, Gregor Protze, Johanna Schneider, Alina Schumann und Kim Zimmermann (Uni Erfurt) sowie Nadezhda Ozornina (LMU München). Mit im Bild: Die lokale Gastgeberin Julia Niemann-Lenz.

Forschung vor Herausforderungen hinsichtlich Aussagekraft und geeigneter Anwendungsfelder stellt. Ein Themenheft zu Datafizierung wird 2025 in Medien & Kommunikationswissenschaft erscheinen.

In schöner Tradition der Methoden-Fachgruppe wurden auch in diesem Jahr die forsa / Lazarsfeld-Stipendien für herausragende studentische Arbeiten vergeben. Ausgezeichnet wurden Henrieke Kotthoff (WWU Münster), Antonia Elvert, Anna Kesper, Alina Liermann, Gregor Protze, Johanna Schneider, Alina Schumann und Kim Zimmermann (Uni Erfurt) sowie Nadezhda Ozornina (LMU München). Außerdem feierte die Fachgruppe Methoden ihr 25-jähriges Bestehen. Herzlichen Glückwunsch!

Berichtende: Merja Mahrt & Julia Niemann-Lenz

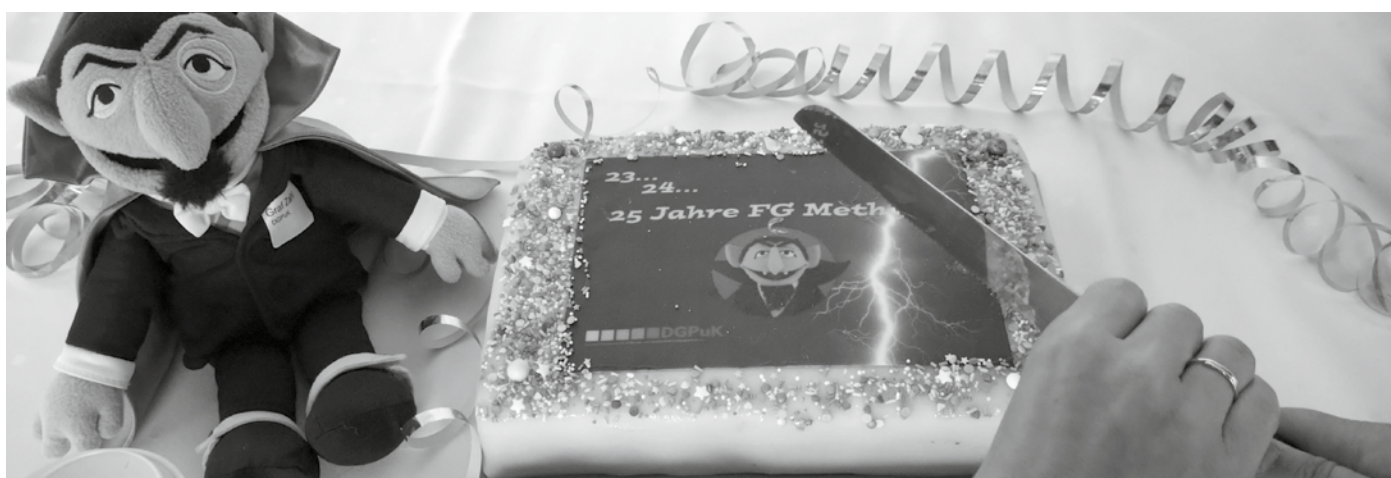


Foto: Steffen Lepa

Zum 25sten der Fachgruppe Methoden gab es einen besonderen Geburtstagskuchen.

Fachgruppen: Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht & Journalistik/Journalismusforschung

Thema der Tagung: Diversität und Geschlecht im Journalismus: Intersektionale Perspektiven auf Berufsfeld und Berichterstattung

Mitveranstalter: keine

Datum der Tagung: 11.-13. September 2024

Veranstaltungsort: Berlin, Freie Universität und DeutschlandRadio

Teilnehmendenzahl: 120

Anzahl der Vorträge: 35

Weitere Informationen zur Tagung unter: https://www.polsoz.fu-berlin.de/kommwiss/institut/aus_dem_institut/2024/Tagung-Diversitaet-und-Geschlecht-im-Journalismus-am-IfPuK/index.html

Tagungsfazit:

1.) Was sind die zentralen Ergebnisse/Erkenntnisse der Tagung?

Wie kann Diversität gemessen, erfasst und beschrieben werden? Und in welchem Verhältnis stehen diese Fragen zu traditionellen Forderungen nach Diversität von Quellenvielfalt, Meinungen oder Darstellungsformen etc.? Mit diesen und weiteren Fragen beschäftigte sich die Tagung in Berlin, die neben zwei Fachgruppen Praxis und Wissenschaft zusammenbrachte – und dabei unterstrich, wie viel Forschungsbedarf hier noch besteht.

2.) Inwiefern gab es spannende Kontroversen?

Diskutiert wurde u. a. die Bedeutung von Perspektivenvielfalt in Redaktionen bei der Berichterstattung zum

aktuellen Krieg in Gaza durch Journalist:innen deutscher Medien wie z. B. NDR und taz. Diese beurteilten die journalistischen Leistungen der deutschen Berichterstattung durchaus kontrovers. Auch die Umsetzung von Diversität in der Lehre wurde im Rahmen eines Workshops konstruktiv debattiert.

3.) Welche Impulse lieferte die Tagung für die künftige wissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Tagungsthema?

Diversität in der Berichterstattung wie auch in der personellen Zusammensetzung von Redaktionen ist ein Gütekriterium für die gesellschaftliche Anerkennung von Journalismus und für seine epistemologische Legitimation. Entsprechend lohnt es sich, Diversitäts- und Qualitätsforschung zusammenzudenken. Dabei sollten Impulse von content creators außerhalb des institutionalisierten Journalismus aufgegriffen werden. Dort lässt sich erhebliche Dynamik beobachten, während in den traditionellen journalistischen Organisationen die Beharrungskräfte oftmals dominieren.

Berichtende: Margreth Lünenborg und Miriam Siemon



Keynote-Speakerin Isabel Awad.



Die Preisträger:innen der Best Student Paper Auszeichnung.

Fotos: Justus Zimmermann

Fachgruppe: Mediensprache – Mediendiskurse

Thema der Tagung:

Verstehen und Verständigung im digitalen Raum

Mitveranstalter: keine

Datum der Tagung: 29.02.-01.03.2024

Veranstaltungsort: Karlsruher Institut für Technologie,
Karlsruhe

Teilnehmendenzahl: 40

Anzahl der Vorträge: 17

Weitere Informationen zur Tagung unter:

<https://www.dgpuk.de/de/fachgruppen/mediensprache-mediendiskurse>; <https://www.wmk.itz.kit.edu/4395.php>

Tagungsfazit:

Die Aushandlung von Verstehen und Verständigung nimmt durch die Omnipräsenz digitaler Kommunikation einen immer größeren Stellenwert ein – und stellt diese vor

neue Herausforderungen: Wie gelingt es, einen Common Ground, eine gemeinsame Gesprächsbasis, herzustellen, wenn die Kommunikationspartner:innen sich nicht direkt wahrnehmen können und mithin nicht einmal sicher sein können, ob sie mit Menschen interagieren? Auch die Frage, wie kontroverse Themen in der Anonymität des digitalen Raumes sachlich diskutiert werden können, ist nicht einfach zu beantworten.

Bei der Tagung wurden diese und weitere Themen aus kommunikationswissenschaftlichen, linguistischen und rhetorischen Perspektiven beleuchtet. Dabei wurde deutlich, dass dieses Zusammenspiel von Disziplinen einen fruchtbaren Diskurs ermöglicht, in dem etwa der Entwurf einer rhetorischen Epistemologie des digitalen Raumes neben den Potenzialen einer qualitativen digitalen Linguistik und den Bedingungen der Verständigung in Krisensituationen diskutiert werden konnte.

Berichtende: Monika Hanauska

Fachgruppe: Medienpädagogik

Thema der Tagung: Digitalität | Daten | Deutungen.

Zukünfte der Medienpädagogik

Mitveranstalter:innen: in Kooperation mit dem Medienkompetenzzentrum Vechta

Datum der Tagung: 9.-11. Oktober 2024

Veranstaltungsort: Universität Vechta

Teilnehmendenzahl: 32

Anzahl der Vorträge: 16 Vorträge, 3 Workshops sowie 4 Vorträge im Doktorand:innen-Kolloquium

Weitere Informationen zur Tagung unter:

<https://www.uni-vechta.de/dgpuk-mpaed2024>

<https://www.dgpuk.de/de/fachgruppen/medienpaedagogik>

Tagungsfazit:

Welche medienpädagogischen Zukünfte sind angesichts der Dynamik technologischer Entwicklungen und der immer zentraleren Rolle digitaler Medien in der Bildung denk- und vorstellbar? Und welche Erkenntnisse und Perspektiven bieten die medienpädagogische Forschung und Praxis für diese Zukunftsdiskurse? Diese Fragen beschäftigten uns auf der Jahrestagung in Vechta, die von Prof.in Dr.in Annekatriin Bock, Prof. Dr. Franco Rau und Julia Schreiber-Kehrhahn, M. A. ausgerichtet wurde. Im Doktorand:innen-Kolloquium wurden 4 spannende Dissertationsprojekte (u. a. Critical



Zusammen arbeiten: Interaktiver Workshop zum Serious Game „Graveler“.

Media Literacy von Jugendlichen, schulische Transformationsprozesse) vorgestellt und mit Peers und Expert:innen diskutiert. In 4 Panels wurden dann Datafizierung, technische Zukünfte sowie politische Bildung in virtuellen Handlungswelten thematisiert und Praxisprojekte reflektiert. In der interaktiven Keynote von Prof.in Dr.in Nina Grünberger erkundeten die Teilnehmenden gemeinsam „unsichtbare“ Barrieren, Wissens- und Handlungsordnungen im medienpädagogischen Kontext. Wir bedanken uns herzlich bei den Veranstalter:innen!

Berichtende: Ada Fehr und Jessica Kühn

Fachgruppe: Medienökonomie

Thema der Tagung: Alles rational? Der menschliche Faktor in Medienorganisationen

Mitveranstalter: keine

Datum der Tagung: 25.09.2024 – 27.09.2024

Veranstaltungsort: Johannes Gutenberg-Universität Mainz
(Die Tagung wurde analog durchgeführt)

Teilnehmendenzahl: 60

Anzahl der Vorträge: 20 Vorträge plus ein Praxis-Panel

Weitere Informationen zur Tagung unter:

<https://www.dgpuk.de/de/fachgruppen/medienoekonomie> bzw. <https://www.medienwirtschaft.uni-mainz.de/fg-medienoekonomie-tagung-2024/>

Tagungsfazit:

Die Tagung beschäftigte sich mit der Annahme, dass Medienorganisationen rein zielorientiert handeln – sei es im Sinne eines gesellschaftlichen Auftrags oder der Gewinnmaximierung. Akteuren wird oft rationales Verhalten unterstellt, auch wenn in der Praxis Abweichungen auftreten.

Die Beiträge beleuchteten das Zusammenspiel von Rationalität und individuellen Entscheidungen. In sieben Panels wurden Perspektiven auf Rationalität thematisiert und dabei die Rolle von Handlungsmotiven, Plattformlogiken und Technologien erörtert.

Im Kontext des Medienwandels werden bestehende Vorstellungen von Rationalität neu verhandelt. Beispielfhaft



Foto: FG

Wer schaut, wer klickt – und was tun wir damit? Das Praxis-Panel bot wertvolle Einblicke in Publikumsanalysen mit Hilfe von Metriken (v.l.n.r.: Bjørn von Rimscha, Robin Riemann, Stefan Müller [ZDF] und Katharina Petermeier [VRM]).

hierfür sind die Bedeutungszunahme von subjektivem Journalismus oder Mitarbeitende des ÖRR, die Strukturen hinterfragen und Prozesse neu denken. Die Digitalisierung fördert diese Dynamik und prägt Rationalitätserzählungen durch Quantifizierung. Dies zeigte sich auch im Praxispanel, in dem Vertreter:innen von ZDF und VRM über die Rolle und Grenzen von Daten für strategische und operative Entscheidungen diskutierten.

Berichtende: Gianna Ehrlich, Bjørn von Rimscha, Robin Riemann



Foto: FG

Im Vorfeld der Tagung hat auch dieses Jahr wieder ein Promovierenden-Workshop stattgefunden. Darüber hinaus wurde erstmalig das Karriere-Format „Pizza und Perspektiven“ angeboten.



Und los geht's ...

Fachgruppe: Soziologie der Medienkommunikation

Thema der Tagung: Gesellschaftstheorien in der Kommunikations- und Medienwissenschaft

Mitveranstalter: keine

Datum der Tagung: 18.09.-20-9.2024

Veranstaltungsort: Universität Rostock

Teilnehmendenzahl: 38

Anzahl der Vorträge: 16

Weitere Informationen zur Tagung unter:

<https://gesellschaftstheorienkmw.com/>

Tagungsfazit:

Der Fokus der diesjährigen Tagung lag auf Gesellschafts- und Sozialtheorien, womit an das die Tagung der Gruppe vor 20 Jahren zum Thema Theorien angeknüpft wurde. In den Vorträgen kristallisierte sich heraus, dass vor allem die theoretische Neudefinition des Kommunikationsbegriffs im Zuge des Aufkommens von Künstlichen Intelligenzen viele Kolleg:innen beschäftigt. Weitere Schwerpunkte lagen auf theoriebezogener Kritik an Gesellschaft sowie Praxistheorien. Es wurde reflektiert, wie im Fach Theorien entwickelt und gebraucht werden und eigene Theorieentwürfe vorgestellt. Im Vergleich zum Tagungscall wurde ein stärkeres Augenmerk auf Praxistheorien gelegt, während das Thema der medialen, normativen Medienfunktionen, wie Integration, Orientierung und Partizipation nur am Rande behandelt wurde. Ebenso spielten Sozialtheorien eine größere Rolle als vorab antizipiert wurde.

In einer interaktiven Diskussionsrunde am Ende der Tagung wurde darauf hingewiesen, dass das Fach einen sehr starken Theoriebezug braucht und in den Theorien eine Trennung von Medialität und Sozialität häufig ungenau ist. In der Theorieentwicklung besteht laut den Teilnehmenden ein Bedarf nach weniger Theoriedogmatismus und stärkerer globaler und interdisziplinärer Bezüge.

Berichtende: Franziska Thiele



Spürbar: Die Bedeutsamkeit der Pausengespräche.

Fachgruppe: Mediensport und Sportkommunikation

Thema der Tagung: Zwischen Künstlicher Intelligenz, Automatisierung, Hybridisierung und Virtualisierung: Die Zukunft der Sportkommunikation

Mitveranstalter: Hochschulsport Hamburg

Datum der Tagung: 18. bis 20. September 2024

Veranstaltungsort: Hochschule Macromedia Hamburg

Teilnehmendenzahl: 38

Anzahl der Vorträge: 18

Weitere Informationen zur Tagung unter:

<https://tagung-sportkommunikation.de/>

Tagungsfazit:

Die „Zukunft der Sportkommunikation“ ist jetzt. So beleuchteten 18 Vorträge aus dem In- und Ausland die Themenfelder „Repräsentation in sozialen Netzwerken“, Automatisierung, Virtualisierung“, „Sportverbände und Politik“, „Live-Kommentierung und Wahrnehmung“ sowie „Sportjournalismus und Sportverbände“. Siegfried Weischenberg und Wiebke Loosen spannten in einer gemeinsamen Keynote den Bogen von den Anfängen der Sportkommunikationsforschung in die Gegenwart und Zukunft. Zudem gab Carsten Nillies, Leiter Kommunikation und Presse bei den Rhine-Ruhr 2025 FISU World University Games, eine Vorschau auf dieses

größte Multisport-Event in Deutschland seit München 1972. Abgerundet wurde das inhaltliche Programm mit einer Podiumsdiskussion im New Work Pier zur Baller League, der Bedeutung von Streaming und der Entwicklung und Vermarktung neuer Sportformate. Auf dem Workshop für den wissenschaftlichen Nachwuchs stellten fünf Kandidat:innen ihre Promotions- und Masterprojekte vor und erhielten Feedback von Thomas Horky, Jörg-Uwe Nieland und Philip Sinner. Die Fortsetzung folgt 2025 in Frankfurt am Main.

Berichtender: Dr. Philip Sinner

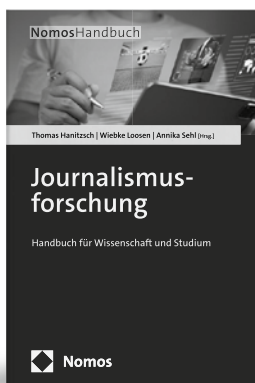


Foto: Philip Sinner

Die 7. Jahrestagung der Fachgruppe Mediensport und Sportkommunikation war an der Hochschule Macromedia in Hamburg.

Anzeige

Das neue Standardwerk zur Journalismusforschung



Journalismusforschung

Handbuch für Wissenschaft und Studium

Herausgegeben von Prof. Dr. Thomas Hanitzsch, Prof. Dr. Wiebke Loosen und Prof. Dr. Annika Sehl

2024, ca. 650 S., geb., ca. 98,- €

ISBN 978-3-8487-8954-2

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

(NomosHandbuch)

Erscheint ca. Dezember 2024

Das Handbuch bietet einen Einblick in die Vielfalt der Forschung zu Journalismus in seinen gesellschaftlichen Bezügen. In den Blick genommen werden u. a. Akteure, Organisationen und Institutionen sowie Nachrichten, ihre Entstehung und Nutzung. Der Band spiegelt dabei die thematische, theoretischen und methodische Vielstimmigkeit der Forschung.

 Nomos
eLibrary nomos-elibrary.de

Bestellen Sie im Buchhandel oder
versandkostenfrei online unter nomos-shop.de

Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer

 **Nomos**

NEU ERSCHIENEN

Redaktion: Stefan Weinacht

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

Brink, Stefan; Grimm, Petra; Henning, Clarissa; Keber, Tobias O.; Zöllner, Oliver (2024) (Hg.). Das Recht der Daten im Kontext der Digitalen Ethik. Reihe: Daten – Recht – Digitale Ethik, Bd. 1. Baden-Baden: Nomos. 197 S.

Carpentier, Nico & Wimmer, Jeffrey (2024). Democracy and Media in Europe. A Discursive-Material Approach. Routledge. 140 S.

Fischer, Heinz-Dietrich (2024). A Century of Pulitzer Prize Russia Press Coverage 1922-2022. Award-winning American Newspaper Articles and Caricatures as media-historical Documents. Münster: LIT. 272 S.

Fischer, Heinz-Dietrich (2024). Pioneering Female Foreign Correspondents obtain 20th Century Pulitzer Prizes. Winners and Works of the Coveted International Reporting Awards 1937-2000. Münster: LIT. 268 S.

Fischer, Heinz-Dietrich (2024). Pulitzer Prizes for a World News Agency. Award-winning International Topics of the Associated Press 1938-2020. Münster: LIT. 284 S.

Herbers, Martin R. (2024). Post-publics. Rekonstruktion einer Theorie der Öffentlichkeit, Köln: von Halem, 312 S.

Hooffacker, Gabriele & Bigl, Benjamin (2023) (Hg.). Science MashUp: Green Games. Wiesbaden: Springer VS. 150 S.

Hooffacker, Gabriele (2024). Warum wir die Medien nicht verstehen – und sie uns nicht. Wiesbaden: Springer VS. 36 S.

Hooffacker, Gabriele; Kenntemich, Wolfgang & Kulisch, Uwe (2024) (Hg.). Neue Plattformen - neue Öffentlichkeiten. Wiesbaden: Springer VS. 152 S.

Katzenberger, Vera (2024). Zwischen Anspruch und Wirklichkeit. Kompetenzen und Ausbildung für professionellen Journalismus, Köln: von Halem, 344 S.

Kiefer, Markus (2024). Mittelstandskommunikation. Beiträge zu Kommunikationsstrategien, Markenkommunikation und Führungskräftekommunikation. Rechtsverlag. 48 S.

Meier, Klaus; García-Avilés, Jose A.; Kaltenbrunner, Andy; Porlezza, Colin; Wyss, Vinzenz; Lugschitz, Renée & Klinghardt, Korbinian (2024) (Hg.). Innovations in Journalism. Comparative Research in Five European Countries. London: Routledge. 308 S.

Prinzing, Marlis; Seethaler, Josef; Eisenegger, Mark & Ettinger, Patrik (2024) (Hg.). Regulierung, Governance und Medienethik in der digitalen Gesellschaft. Wiesbaden: Springer VS, 307 S.

Pollack, Elisa (2024). Getrennte Medienwelten. Medienutzung in Ost- und Westberlin nach der Wende, Köln: von Halem, 392 S.

Riedl, Andreas A. (2024). Nachrichtenqualität als journalistischer Prozess. Demokratietheoretisch fundierte Performanz zwischen Wollen, Sollen und Können, Köln: von Halem, 464 S.

Szyszka, Peter & Rademacher, Lars (2024) (Hg.). PR-Perspektiven. Reflexionen zur Theorie der Praxis. Wiesbaden: Springer VS. 166 S.

Weder, Franzisca; Rademacher, Lars & Schmidpeter, René (2023) (Hg.). CSR Communication in the Media. Media Management on Sustainability at a Global Level. Springer. 250 S.

Selbstwirksamkeit spüren, über den eigenen kulturellen Tellerrand hinausblicken – 9 Fragen an Univ. Prof. Dr. Thomas Hanitzsch



Foto: privat

1 Was hat Sie ursprünglich dazu bewogen, Journalist zu werden, und warum sind Sie dann doch in die Wissenschaft gegangen?

Das Kino. Ich habe als Teenager Mitte der 80er Nick Nolte als unerschrockenen Auslandsreporter in „Under Fire“ gesehen. Nach der Wende habe ich dann ein Volontariat absolviert und ging später nach Leipzig zum Studium der Journalistik und Arabistik. Gegen Ende des Studiums habe ich dann die Professoren dort mit Forschungsideen belagert. Martin Löffelholz, damals Vertretungsprofessor, ließ sich darauf ein. Er holte mich einige Jahre später aus Indonesien an die TU Ilmenau. Und innerhalb kurzer Zeit wusste ich, dass die Wissenschaft mein Ding ist.

2 Wie hat Ihr Studienaufenthalt an der Universitas Gadjah Mada in Indonesien Ihre Perspektive auf die internationale Kommunikationswissenschaft geprägt?

Tatsächlich ist mir in dieser Zeit mit bewusst geworden, wie sehr wir bei der Betrachtung kommunikations-

wissenschaftlicher Forschungsobjekte in der westlich geprägten Erfahrung verbleiben. Die unkritische Übertragung dieser Perspektive auf Länder des globalen Südens hat zu einem Wissenschaftspaternalismus geführt. Aber die Diagnose, wonach Journalismus in manchen Ländern anders funktioniert, heißt ja nicht automatisch, dass er sich für unsere Maßstäbe erst noch „qualifizieren“ muss. Es genügt die schlichte Feststellung, dass Journalismus global einfach vielfältig ist.

3 Wie hat sich Ihre Zeit als Editor-in-Chief bei „Communication Theory“ auf Ihre Sicht auf das wissenschaftliche Publizieren ausgewirkt?

In der Zeit sind uns, denke ich, vor allem zwei Dinge gelungen: Erstens haben wir Communication Theory thematisch breiter aufgestellt. Zweiten haben wir als Early Adopters das Modell der Associate Editors (die jeweils bestimmte thematische Bereiche abdecken) bei den ICA-Zeitschriften erfolgreich etabliert.

4 Als langjähriges Mitglied und Vorsitzender von vielen Forschungsprojekten – welche Strategien haben Sie entwickelt, um internationale Forschungszusammenarbeit erfolgreich zu gestalten?

Erfolgreiche Projekte werden schrittweise aufgebaut. Um einen Nukleus von Forschenden, die bereits gut zusammenarbeiten, kondensiert mit der Zeit ein wachsendes Netzwerk. Wichtig war mir immer kollektive Mitsprache; alle Beteiligten sollten die Erfahrung machen, dass sie bei wichtigen konzeptionellen und methodischen Entscheidungen mitreden dürfen. In der Worlds of Journalism Study haben wir deshalb frühzeitig damit begonnen, Führungspositionen im Netzwerk demokratisch durch Wahlen zu besetzen. Dies hat den Vorteil, dass Entscheidungswege transparent und schwierige Entscheidungen, die ja auch getroffen werden müssen, legitimiert sind.

5 Welche konkreten Reformen des Wissenschaftssystems streben Sie als Präsident bei der ICA an?

Der Begriff „Reform“ ist hier vielleicht etwas zu vermessen. Dazu hat ein ICA-Präsident zu wenig Einflussmöglichkeiten. Ich setze mich bei der ICA vor allem für den Bereich des „professional and academic development“ ein, für den es im Deutschen keine wirklich gute Entsprechung gibt. Im Kern geht es darum, Wissenschaftler:innen auf den verschiedenen Karrierestufen Hilfestellungen bei ihrer akademischen Entwicklung zu geben, Probleme zu adressieren, Lösungsstrategien zu identifizieren und konkrete Angebote zu machen. Ich bin froh, dass die ICA hierfür jetzt eine Task Force eingesetzt hat.

6 Wie möchten Sie als ICA-Präsident die von Ihnen angesprochenen globalen Ungleichheiten in der Wissenschaft adressieren?

Ich verstehe Ungleichheit nicht nur regional, sondern vor allem auch als intersektionales Problem. Hinsichtlich der regionalen Ungleichheiten hat die ICA durchaus Fortschritte gemacht. Die zunehmende Internationalität der Mitgliedschaft schlägt sich auch in der Besetzung der Gremien nieder. Natürlich können wir da noch mehr tun. So geht unser symbolisches Kapital – ICA Awards und die Ernennung von Fellows – freilich immer noch fast ausschließlich nach Nordamerika, Westeuropa und Australien.

Ganz generell finde ich, dass Fragen von Ungleichheit in unserem meritokratischen System nicht angemessen berücksichtigt werden. Das gilt vor allem für die Anerkennung von Forschungsleistung. Wir gehen implizit davon aus, dass miteinander konkurrierende Wissenschaftler:innen mit denselben Privilegien ausgestattet sind und unter ähnlichen Bedingungen arbeiten. Dies trifft jedoch nicht zu. Fragen wir uns mal, wer bessere Chancen auf den prestigeträchtigen Early Career Scholar Award der ICA hat: die alleinerziehende Mutter mit hoher Belastung in Lehre und Verwaltung, die an einer unterfinanzierten, mit Literatur schlecht ausgestatteten und wenig bekannten Hochschule im globalen Süden tätig ist und daher nur sporadisch internationale Konferenzen besuchen kann – oder ihr Kollege an einer renommierten, finanziell gut aufgestellten Forschungsuniversität in Nordamerika, der bei geringer Lehrbelastung fast 24/7 Forschung betreiben und Publikationen in seiner Muttersprache verfassen kann?

7 Welche Strategien haben Sie entwickelt, um der zunehmenden Output-Orientierung im Wissenschaftsbetrieb entgegenzuwirken?

Ich könnte jetzt sagen, dass wir alle einfach weniger publizieren und uns mehr Zeit für einzelne Projekte geben sollten. Aus der Perspektive eines arrivierten Professors, der ja von dem überhitzten Publikationswesen profitiert hat, ist das natürlich immer auch etwas wohlfeil. Und natürlich sind die Ursachen, die zu besagter Output-Orientierung geführt haben, systemischer Natur. Es muss sich insgesamt etwas daran ändern, wie wir Wissenschaft betreiben. Aber genau darin liegt die Crux. Zum einen befinden sich viele Stellschrauben – wie Hochschulfinanzierung, Wissenschaftszeitvertragsgesetz etc. – außerhalb unserer Reichweite. Zum anderen hat das einzelne Individuum nur begrenzte Einflussmöglichkeiten.

Und so bleibt mir letztlich nur, immer wieder auf das Problem und die damit verbundenen Konsequenzen hinzuweisen. Der Druck auf Nachwuchswissenschaftler:innen nimmt weiter zu – mit den bekannten Folgen für die Gesundheit der Beschäftigten und die Wissenschaft als Ganzes. Es ist vermutlich kein Zufall, dass empirische Evidenz aus der bibliometrischen Forschung darauf hinweist, dass die massive Zunahme von Publikationen auch in den Sozialwissenschaften einzig auf den Zuwachs von sogenannter konsolidierender Forschung zurückzuführen ist. Disruptive Forschung, die neue Wege geht und bestehende Paradigmen hinterfragt („revolutionäre“ Wissenschaft bei Thomas Kuhn), ist zahlenmäßig kaum verändert. Anders gesagt: Wir waren nie so „produktiv“ wie heute – generieren aber nicht notwendigerweise auch qualitativ mehr Wissen.

8 Wie hat sich die Journalismusforschung seit Ihrem Berufseinstieg verändert?

Die Forschung hat nach dem Ende des Kalten Krieges einen enormen Internationalisierungsschub durchlaufen. Die Journalismusforschung ist heute zudem viel weniger monotheoretisch (vor 30 Jahren führte kein Weg an der Systemtheorie vorbei!) und hat sich methodisch enorm weiterentwickelt. Vor allem aber ist sie unglaublich vielfältig geworden: Die thematische und methodische Breite der Journalismusforschung ist von einer Einzelperson heute kaum noch zu überblicken.

9 Wenn Sie auf Ihren bisherigen akademischen Werdegang zurückblicken – was war Ihre persönlich wichtigste Erfahrung?

Die Gründung der Journalism Studies Division bei der ICA, die ich 2003 gemeinsam mit Martin Löffelholz und David

Weaver in Gang gesetzt habe. Dabei konnte ich nicht nur sehr viele wichtige Kontakte knüpfen, sondern erlebte mich als Wissenschaftler mit Selbstwirksamkeit. Meine Lehre daraus: Wir können oft mehr bewegen als wir zunächst annehmen – auch als so-genannte „Nachwuchswissenschaftler:innen“.

Das Interview führte Petra Herczeg, die Beantwortung erfolgte schriftlich.

Zur Person: Prof. Dr. Thomas Hanitzsch ist seit 2010 Professor für Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Journalismusforschung an der LMU München und leitet dort das Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung. 2023 wurde er zum Präsidenten der International Communication Association (ICA) gewählt. Nach einem Redaktionsvolontariat in Dresden studierte er von 1992 bis 1999 Journalistik und Arabistik an der Universität Leipzig sowie der Universitas Gadjah Mada in Yogyakarta, Indonesien. Seine wissenschaftliche Laufbahn begann er als Graduiertenstipendiat in Thüringen (2000-2002), gefolgt von einer Stelle als wissenschaftlicher

Mitarbeiter an der TU Ilmenau (2002-2006), wo er 2004 promovierte. Als Oberassistent an der Universität Zürich (2006-2009) schloss er 2010 seine Habilitation ab. Seine Forschungsschwerpunkte umfassen Journalismus, Krisen- und Kriegsberichterstattung sowie internationale Kommunikationsforschung. Von 2011 bis 2015 war er Chefredakteur von *Communication Theory*. Als Gründer leitete er die Journalismus-Abteilung der ICA (2004-2006) und stand der Journalismus-Sektion der European Communication Research and Education Association vor (2010-2014). Er leitet u. a. die *Worlds of Journalism Study* und ist Autor zahlreicher Fachpublikationen und gefragter Gutachter.

PERSÖNLICHES

Prof. Dr. Ulrike Klinger übernimmt zum 01. Februar 2025 die Position als Full Professor for Political Communication & Journalism an der Universität von Amsterdam.

Dr. Thomas Wiedemann (Institut für Medienforschung, Technische Universität Chemnitz) habilitierte sich an der Ludwig-Maximilians-Universität München und es wurde ihm am 3. Juli 2024 die Lehrbefähigung für das Fach Kommunikationswissenschaft zuerkannt. Seine Habilitationsschrift mit dem Titel „Deutscher Kinospießfilm. Akteurskonstellationen und Wirklichkeitskonstruktion im Zeichen des Filmfördersystems“ geht den Fragen nach, wie die Architektur der Filmförderung das heimische Filmschaffen beeinflusst und was das für den filmischen Diskurs bedeutet.

Impressum

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

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


Anschrift der Redaktion: Hochschule Macromedia
University of Applied Sciences
Lehrstuhl Kommunikationswissenschaft und Journalistik
Prof. Dr. Marlis Prinzing
Brüderstrasse 17, 50667 Köln

Layout und Gestaltung: Marlis Prinzing & Petra Herczeg
Anzeigenakquise: Stefan Weinacht
Erscheinungsweise: Zweimal jährlich
Druck: Print Media Group, Hamm (Auflage: 1330)



CHRISTINA ELMER / LORENZ MATZAT (Hrsg.)
Handbuch Daten und KI im Journalismus
Praktischer Journalismus, 112
 2024, 386 S., 62 Abb., Broschur
 ISBN (Print) 978-3-7445-2102-4
 ISBN (PDF) 978-3-7445-2103-1



ANDREAS A. RIEDL 
Nachrichtenqualität als journalistischer Prozess.
Demokratiethoretisch fundierte Performanz zwischen Wollen, Sollen und Können
 2024, 464 S., 13 Abb., 33 Tab., Broschur
 ISBN (Print) 978-3-86962-662-8
 ISBN (PDF) 978-3-86962-661-1



ELISA POLLACK
Getrennte Medienwelten.
Mediennutzung in Ost- und Westberlin nach der Wende
 2024, 392 S., 3 Abb., 4 Tab., Broschur
 ISBN (Print) 978-3-86962-681-9
 ISBN (PDF) 978-3-86962-682-6



KATHARINA SCHMIDT
Der Wundermann Ludwig Erhard.
Mythos, Selbstdarstellung und Öffentlichkeitsarbeit
Öffentlichkeit und Geschichte, 14
 2024, 628 S., 47 Abb., Broschur
 ISBN (Print) 978-3-86962-680-2
 ISBN (PDF) 978-3-86962-679-6



MARTIN R. HERBERS
Post-publics.
Rekonstruktion einer Theorie der Öffentlichkeit
Forschungsfeld Kommunikation, 40
 2024, 312 S., 29 Tab., Hardcover (Faden)
 ISBN (Print) 978-3-7445-2096-6
 ISBN (PDF) 978-3-7445-2097-3



MELANIE MALCZOK
Die Konstitution von Relevanz in Organisationen
Organisationskommunikation, 4
 2024, 272 S., 5 Tab., Broschur
 ISBN (Print) 978-3-86962-712-0
 ISBN (PDF) 978-3-86962-713-7



ERNST TRADINIK (Hrsg.)
Inklusive Medienarbeit.
Menschen mit Behinderung in Radio, Journalismus, Moderation und Film
 2024, 440 S., 71 Abb., Broschur
 ISBN (Print) 978-3-86962-676-5
 ISBN (PDF) 978-3-86962-678-9
 ISBN (ePub) 978-3-86962-677-2



VERA KATZENBERGER
Zwischen Anspruch und Wirklichkeit.
Kompetenzen und Ausbildung für professionellen Journalismus
 2024, 344 S., 33 Abb., 30 Tab., Broschur
 ISBN (Print) 978-3-86962-668-0
 ISBN (PDF) 978-3-86962-669-7



VOLKER LILIENTHAL (Hrsg.)
»Sagen, was ist«.
Journalismus für eine offene Gesellschaft – Rudolf Augstein zum 100. Geburtstag
 2024, 264 S., Broschur m. Klappe
 ISBN (Print) 978-3-86962-698-7
 ISBN (PDF) 978-3-86962-699-4
 ISBN (ePub) 978-3-86962-700-7

Schriften zur Rettung des öffentlichen Diskurses



SEBASTIAN TURNER / STEPHAN RUSS-MOHL (Hrsg.)
Deep Journalism.
Domänenkompetenz als redaktioneller Erfolgsfaktor
 2023, 316 S., Broschur
 ISBN (Print) 978-3-86962-660-4
 ISBN (PDF) 978-3-86962-658-1
 ISBN (ePub) 978-3-86962-659-8



HERMANN VON ENGELBRECHTEN-ILOW
Was läuft da schief im Journalismus?
Warum es mit den Medien bergab geht und wie man ihnen aufhelfen kann
 2023, 290 S., 30 Abb., Broschur
 ISBN (Print) 978-3-86962-672-7
 ISBN (PDF) 978-3-86962-673-4
 ISBN (ePub) 978-3-86962-674-1



THOMAS PETERSEN
Das Gesicht des Totalitären.
Woran man radikales Denken erkennt
 Herbst 2024, 172 S., 13 Abb., Broschur
 ISBN (Print) 978-3-86962-695-6
 ISBN (PDF) 978-3-86962-696-3
 ISBN (ePub) 978-3-86962-697-0



koelner-mediengesprache.de

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

BLexKom

blexkom.halem-verlag.de
 BIOGRAFISCHES LEXIKON DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT