

13.- 15. Mai 2015

DARMSTADT DGPuK 2015

VERANTWORTUNG – GERECHTIGKEIT – ÖFFENTLICHKEIT

60. JAHRESTAGUNG DER DGPUK

 /dgpuk2015

www.dgpuk2015.de

 /dgpuk2015



Fachhochschule Köln
Cologne University of Applied Sciences



HOCHSCHULE DER MEDIEN



Schader Stiftung



h_da
HOCHSCHULE DARMSTADT
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Studies in Communication | Media (SC|M)



NEU in der Nomos eLibrary

OPEN ACCESS

SC|M – Studies in Communication | Media

4 Ausgaben pro Jahr

ISSN 2192-4007 | 3. Jahrgang 2014

www.nomos-shop.de/14037



Online-Nutzung unter
www.nomos-elibrary.de
eISBN 2192-4007

Studies in Communication | Media ist das **neue E-Journal** der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPUK) e. V.; es präsentiert Beiträge und Analysen aus allen Forschungsrichtungen der Disziplin.

Ziel ist es insbesondere:

- **empirische wie theoretische Studien** der Medien- und Kommunikationswissenschaft zu veröffentlichen und mit aktuellen Erkenntnissen Impulse zu setzen
- den **internationalen Forschungsstand** zu reflektieren und über neue Entwicklungen und Kontroversen zu informieren
- durch interdisziplinäre Beiträge ein Forum zu schaffen, das **wissenschaftliche Perspektiven** aufzeigt und den Austausch fördert.

„Studies in Communication | Media SC|M“ wurde von der International Communication Association (ICA) zum „ICA Affiliate Journal“ **ernannt**. Damit wird die ICA SC|M auf ihrer Homepage präsentieren und als kommunikationswissenschaftliche Zeitschrift der Fachwelt empfehlen.

ICA Affiliate Journals sollen dazu beitragen, den internationalen Austausch im Bereich der Kommunikationswissenschaften zu fördern. Als Open Access Journal sind die neuesten Forschungsergebnisse, die in der SC|M veröffentlicht werden, weltweit abrufbar. Alle Ausgaben stehen auf der **Nomos eLibrary** frei zur Verfügung.

www.nomos-elibrary.de



www.scm.nomos.de



Nomos

Verantwortung – Gerechtigkeit – Öffentlichkeit

Fragen nach und Debatten über Verantwortung und Gerechtigkeit in der Gesellschaft fallen in die Phase eines andauernden Wandels von Öffentlichkeiten, der maßgeblich durch die Digitalisierung geprägt ist. Die teilweise disruptiven Veränderungen führen dazu, dass normative Ansprüche an (mediale) Kommunikation auf unterschiedlichen Ebenen neu ausgehandelt werden. Diese Diskurse sind eingebettet in mehrere miteinander verschränkte Entwicklungen, die deutlich machen, dass Verantwortung und Gerechtigkeit in Öffentlichkeiten und Journalismus aus mehreren Perspektiven beleuchtet werden können. Viele der möglichen Perspektiven, das zeigt dieses Programmheft, werden bei der Jahrestagung angesprochen und ausgeleuchtet werden. Dazu dienen die erstmalig eingerichteten Gruppenpanel ebenso wie eine Vielzahl an Einzeleinreichungen zum Tagungsthema.

Darüber hinaus bieten offene Panel die Möglichkeit, über Themen abseits des Tagungsthemas zu sprechen und in Sonderfenstern werden Themen, Probleme und Lösungen der wissenschaftlichen Community präsentiert.

Der Dank der Veranstalter geht in erster Linie an die Organisatoren und Unterstützer vor Ort in Darmstadt, an die Schader-Stiftung und an die Hochschule Darmstadt. Und wir danken den Sponsoren, die sich für das Thema interessieren und die zu einer hoffentlich ertragreichen und entspannten Tagung beitragen. Wir Veranstalter freuen uns sehr, Sie zur 60. Jahrestagung der DGPK in Darmstadt begrüßen zu dürfen und wünschen allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern eine anregende, interessante und entspannte Tagung sowie einen schönen Aufenthalt in Darmstadt.

Klaus-Dieter Altmeyen, Thomas Pleil, Lars Rinsdorf, Petra Werner



Nomos





Schickler: Unternehmensberatung für den digitalen Wandel

Die SCHICKLER Unternehmensberatung ist spezialisiert auf die Branchen Medien, E-Business, Telekommunikation und Professional Services und zählt in der Medienbranche zu den führenden Beratungen in der DACH-Region. Unsere Kunden schätzen unsere Expertise im Bereich Digitalisierung genauso wie die Tatsache, dass wir uns intensiv mit unseren Kernzielbranchen und ihren Herausforderungen auseinandersetzen. Wir erarbeiten praktikable und individuelle Lösungen. Unsere Kunden wissen: Es funktioniert.

Bereiche, in denen wir tiefe Expertise haben:

- Effizienzsteigerung in Organisationen
- Benchmarking
- Wachstumsstrategien
- Operational Excellence
- Digital Fitness
- Analyse digitaler Märkte
- Big Data
- Corporate Media

Wir freuen uns darauf, von Ihnen zu hören!



Nachhaltigkeit in der Energieversorgung.

Wir sind der Wegbereiter einer neuen Nachhaltigkeit: ökologisch verantwortungsvoll, wirtschaftlich erfolgreich und weitschauend in der Entwicklung einer innovativen und zukunftsorientierten Energieversorgung.



FACEBOOK

Auf Facebook finden Sie aktuelle Informationen zur Tagung, Statements der Organisatoren sowie alle wichtigen Termine und interessante Themen.

www.facebook.com/dgpuk2015

TWITTER

Folgen Sie der Tagung auf Twitter, um Neuigkeiten und Live-Berichte zu erhalten.

www.twitter.com/dgpuk2015

HOMEPAGE

Die Tagungswebseite liefert Ihnen ausführliche Informationen zur Konferenz, zum Veranstaltungsort, zum Tagungsprogramm und zu den Anmeldemöglichkeiten.

www.dgpuk2015.de

VERANSTALTUNGSORTE

MITTWOCH GANZTAGS UND DONNERSTAG NACHMITTAG

Schader-Stiftung

Goethestraße 2

64285 Darmstadt

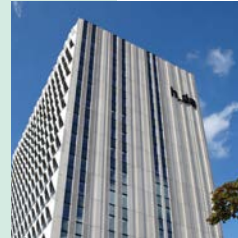


DONNERSTAG VORMITTAG UND FREITAG VORMITTAG

Hochschule Darmstadt

Schöfferstraße 3

64295 Darmstadt



GET TOGETHER, 13. MAI 2015

Brauhaus „Sitte“

Karlstraße 15

64283 Darmstadt



ABENDVERANSTALTUNG, 14. MAI 2015

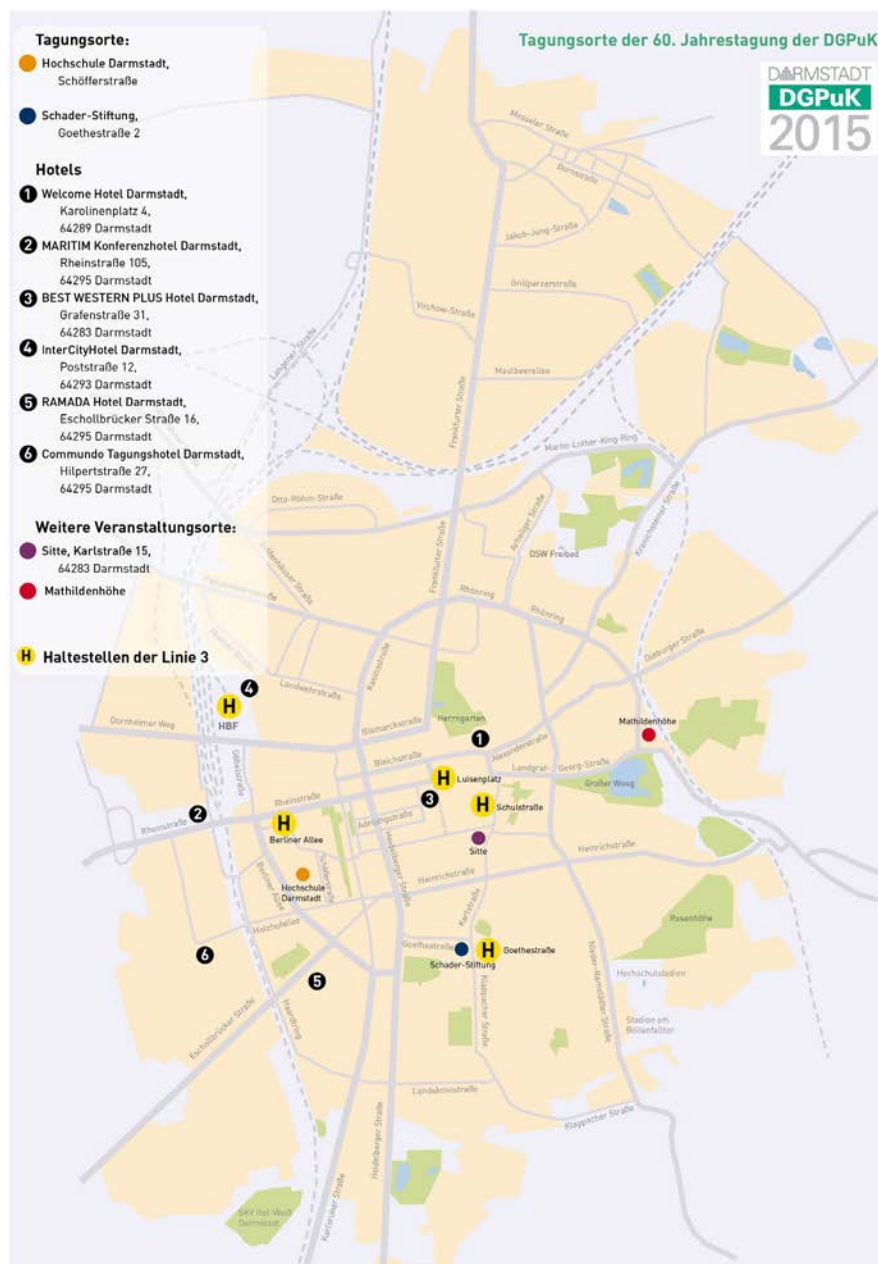
Schader-Stiftung

Goethestraße 2

64285 Darmstadt



LAGEPLAN





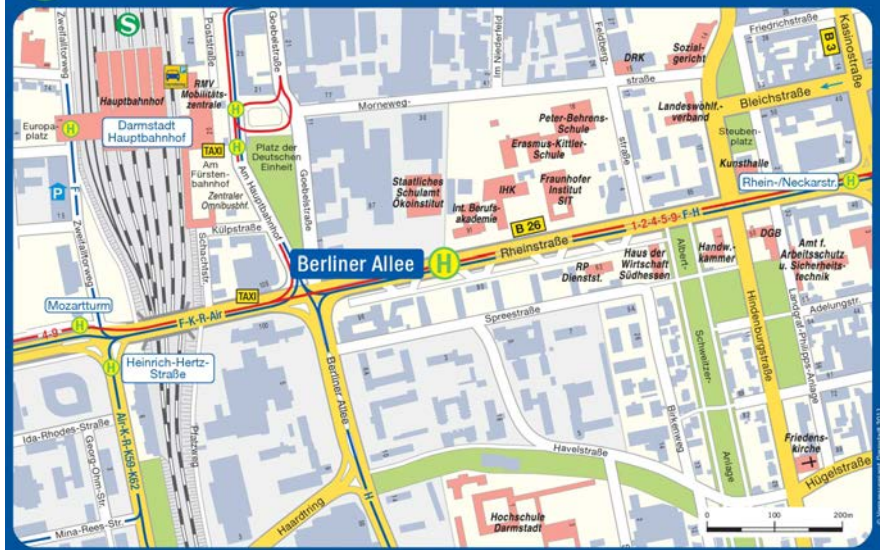
Goethestraße

Umgebungsplan



Berliner Allee

Umgebungsplan



MITTWOCH
13.05.2015

10:00 – 14:30
Schader-Stiftung

SITZUNG: VORSTAND

11:00 – 14:00
Schader-Stiftung

PRE-KONFERENZ:
MENTORING: VERNETZUNG UND FORSCHUNG

Die Pre-Konferenz „Vernetzung und Forschung“ dient dem wissenschaftlichen Austausch zwischen den Teilnehmerinnen des 4. Jahrgangs des DGPuK-Mentoring-Programms und der Weiterbildung der Mentees. Während des ersten Teils der Konferenz werden die Teilnehmerinnen mithilfe von Poster-Präsentationen und Kurzvorträgen ihre Forschungsschwerpunkte vorstellen, um Diskussion und Vernetzung mit an ähnlichen Themengebieten interessierten Wissenschaftlerinnen zu ermöglichen. Im zweiten Teil der Pre-Konferenz werden Prof. Dr. Elizabeth Prommer und Dr. Corinna Lüthje einen Workshop zum Thema „Antragstellung Drittmittel“ mit den Mentees veranstalten. Ziel dieses Workshops ist es, den Teilnehmerinnen im Hinblick auf zukünftige Drittmittelanträge spezifisches Wissen und Handwerkszeug mit auf den Weg zu geben. Eine Teilnahme an der Pre-Konferenz ist nur auf Einladung möglich.

Chair der Sitzung: **Hanne Detel**, Universität Tübingen; **Anne Schulze**, Hans-Bredow-Institut

15:00 – 16:30
Schader-Stiftung

SITZUNG: VORSTAND, FACH - UND AD-HOC-GRUPPEN
SOWIE NACHWUCHS

SITZUNG: HERAUSGEBERGREMIUM PUBLIZISTIK

Chair der Sitzung: **Christiane Eilders**, HHU

15:00 – 16:30
Schader-Stiftung

TAGUNGSANMELDUNG MITTWOCH

15:00 – 19:00
Schader-Stiftung

TAGUNGSERÖFFNUNG UND MITGLIEDERVERSAMMLUNG

17:00 – 19:30
Schader-Stiftung

GET TOGETHER

19:30
Brauhaus „Sitte“

8:30 – 16:00
Tagungsbüro
Hochschule
Darmstadt

TAGUNGSANMELDUNG DONNERSTAG

9:00 – 9:15

**BEGRÜSSUNG UND ERÖFFNUNG
DURCH DIE MODERATOR_INNEN IN DEN PANEL**

9:15 – 10:45
C 19/1 Track A

A1: NORMATIVITÄT IN PUBLIZISTISCHEN DISKURSEN

Tina Heurich, Carolin Hofmann, Verena Lorenz, Jeanette Orminski, Sven Jöckel
Universität Erfurt, ESCP Europe, Universität Leipzig, Zeppelin Universität Friedrichshafen

„Das sehe ich anders!“ Moralische Argumentation in Polittalkshows und deren Verantwortung für die Meinungsbildung

Politische Diskurse sind zunehmend auch moralische Diskurse. Neuere moralpsychologische Perspektiven wie die Moral Foundation Theorie zeigen auf, dass zumindest in den USA die politische Trennlinie zwischen Konservativen und Liberalen auch eine Trennlinie unterschiedlicher moralischer Grundpositionen ist.

Die vorliegende Studie untersucht auf Basis einer Inhaltsanalyse der Argumente politischer Talkshows, inwieweit sich solche moralisch aufgeladenen Argumentationsmuster auch im deutschen Fernsehen finden lassen. Grundlage der Untersuchung sind die Aussagen (N = 3147) von Talkshowgästen von N = 45 thematisch geschichteten politischen Talkshows im deutschen Fernsehen des Jahres 2012. In gut 30 % aller Aussagen finden sich moralische Botschaften im Sinne der fünf Fundierungen der Moral Foundation Theorie. Es zeigen sich dabei Muster die mit dem politischen Diskurs in den USA vergleichbar sind. Die Implikationen für die gesellschaftliche Verantwortung moralischer Diskurse in politischen Talkshows werden diskutiert.

Julia Völker
WWU Münster

Medien in der Kritik? Anwendung und Geltung publizistischer Normen in der Kommunikation über Konflikte

Den Analysen medialer Konfliktberichterstattung liegen oftmals normative Vorannahmen zugrunde, die den Fokus auf bestimmte Aspekte (Lösung oder Regulierung und Zivilisierung von Konflikten) lenken. In

diesem Beitrag wird die Frage erörtert, ob eine andere, nicht normativ dominierte Perspektive Möglichkeiten bietet, den Analyserahmen zu erweitern? Hierzu wird die Systemtheorie gewählt, die den Blick auf die Anwendung und die Geltung publizistischer Normen (Vielfalt, Sachlichkeit, Ausgewogenheit, Unabhängigkeit etc.) verschiebt.

Es wird aufgezeigt, dass eine systemtheoretisch basierte Kritik an einer anderen Stelle ansetzt als normativ dominierte Theorien: Nicht systemexterne Normen, von welcher Position auch immer sie an die Medien herangetragen werden, sondern systeminterne Normen werden beobachtet. Der Fokus der systemtheoretischen Analyse liegt dabei nicht nur auf der Verwendung und den externen Bedingungen geltender Normen, sondern beschreibt auch die Kontingenz des Geltungsbereichs. Sie regt damit zu einer kritischen Reflexion des Wechselspiels zwischen Gültigkeit und Geltung journalistischer Normen an und ermöglicht es, Veränderungsprozesse flexibler zu beobachten.

Janine Greyer, Ada Fehr
FU Berlin

„Is Anyone Responsible?“, Die Attribution von Verantwortung bei asylpolitischen Schlüsselereignissen in der deutschen Printberichterstattung am Beispiel Lampedusa

Die politische Lage in Ländern wie Syrien oder Eritrea führt zu einer steigenden Anzahl an Flüchtlingen und stellt den gesamten europäischen Raum politisch vor eine neue Herausforderung. Gerade nach sog. Schlüsselereignissen wie z.B. die Flüchtlingskatastrophe vor Lampedusa wird die moralisch aufgeladene Asyl- und Flüchtlingspolitik in der Medienberichterstattung öffentlich diskutiert. Medien greifen nicht nur die Ursachen gesellschaftlicher Probleme auf, sondern thematisieren auch, welche Akteure die Verantwortung für welche Ursache und Lösung tragen. Dies ist gerade bei einem europaweiten asylpolitischen Thema von besonderer Relevanz, weil damit politische Entscheidungen verbunden sind.

Das Konzept der öffentlichen Verantwortungsattribution steht in der Kommunikationswissenschaft bisher kaum im Fokus. Lediglich in der Framing-Forschung wird der Verantwortungsbegriff verwendet. Wie Verantwortung im Rahmen asylpolitischer Berichterstattung beschrieben wird, wird in dieser Studie anhand des asylpolitischen Schlüsselereignisses (Flüchtlingskatastrophe vor Lampedusa) analysiert. Für den Zeitraum eines Jahres (03.10.13-02.10.14) wurde die Berichterstattung der beiden reichweitenstärksten Qualitätszeitungen (SZ, FAZ), zweier Regionalzeitungen (Nürnberger Nachrichten, Kölner Stadtanzeiger) sowie zweier Boulevardzeitungen (BILD, Hamburger Abendblatt) mittels einer quantitativen Inhaltsanalyse untersucht (n=237 Artikel). Dazu wurden Akteure als Attributionsender und -adressaten, Attributionsgegenstand sowie die Attributionsart und Bewertung erhoben.

Chair der Sitzung: **Thomas Pleil**, Hochschule Darmstadt

Patricia Müller
TU Ilmenau

Just feeling being informed? – Social Network Sites und tatsächliches und wahrgenommenes politisches Wissen

Der umfassend informierte und sich am politischen Diskurs beteiligende Bürger gilt in demokratischen Gesellschaften normativ als Ideal. Gerade mit dem Internet wurden diesbezüglich Hoffnungen verknüpft. So sind online Informationen zu aktuellen Nachrichten aus aller Welt prinzipiell jederzeit verfügbar. Dazu kommt, dass im Social Web Nachrichten auch aktiv durch die Nutzer selbst distribuiert werden können. Der Beitrag beleuchtet davon ausgehend auf der einen Seite, wie Social Network Sites mit tatsächlichem und wahrgenommenem Wissen zusammenhängen und auf der anderen Seite, inwiefern beides möglicherweise dazu beiträgt, dass SNS von jungen Menschen tatsächlich als „spaces for audiences to share, discuss and contribute to the news“ (Hermida, Fletcher, Korell, & Logan, 2012, S. 817) genutzt werden.

Josephine B. Schmitt
Universität Hohenheim

Subjektive Medienqualität, Selbstwirksamkeit und Wissen. Wie die Beurteilung genutzter Medien beeinflusst, wie gut Jugendliche aus Medien lernen.

Es gibt intensive Diskussionen darüber, wie mit medienpädagogischen Maßnahmen ein sinnvoller Umgang mit der heutigen Informationsvielfalt und damit das politische Wissen von Jugendlichen gefördert werden kann. In dieser Studie wird überprüft, ob subjektive Qualitätsbeurteilung von Medienangeboten sowie medienbezogene und politische Selbstwirksamkeit als treibende Kräfte hinter medienvermittelten Lernprozessen fungieren. Anhand einer medienpädagogischen Intervention wird zudem untersucht, wie die ablaufenden psychologischen Prozesse in der Praxis gefördert werden können. Es wurde eine dreiwellige Panel-Befragung durchgeführt (N = 143). Die Ergebnisse zeigen, dass subjektive Qualitätsbeurteilung von Onlineangeboten, vermittelt durch mediale und politische Selbstwirksamkeit, einen signifikanten Einfluss auf politisches Wissen hat.

Die Studie gibt damit erstmals Hinweise darauf, dass der Fokus der Medienerziehung nicht nur auf der Vermittlung gesellschaftlicher Maßstäbe qualitativ hochwertiger Medienangebote liegen sollte, sondern auch darauf, Jugendlichen ein positives Gefühl gegenüber den von ihnen genutzten Medien zu vermitteln und dadurch deren mediale sowie politische Selbstwirksamkeit und schlussendlich ihr politisches Wissen zu fördern.

Anne-Linda Camerini, Anne-Marie Jeannet, Peter Schulz
Università della Svizzera italiana, Schweiz; Bocconi, Italien

Soziale Ungleichheiten in der Mediennutzung von Kindern im Tessin (Schweiz) und der Einfluss auf ihr sozio-kognitives Wohlbefinden

Die Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen wird zunehmend als potentielles Problem für die öffentliche Gesundheit betrachtet, da es ihr Wohlbefinden negativ beeinflusst. Auf der anderen Seite gibt es jedoch Studien, die belegen, dass die Nutzung elektronischer Medien hilfreich für die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen sein kann. Aufgrund dieser widersprüchlichen Beweislage wird heute von einem „Second-Order Digital Divide“ ausgegangen, bei dem sich soziale Ungleichheiten aus der Nutzung elektronischer Medien ergeben und nicht aus dem Zugang zu ihnen per se. Um diese Annahme empirisch zu testen, wurde zwischen Januar und Juni 2014 eine Befragung unter Schülern und Schülerinnen der 4. Grundschulstufe im Kanton Tessin (Schweiz) und deren Eltern durchgeführt. Die Ergebnisse der Studie belegen die Annahme eines „Second-Order Digital Divide“.

Chair der Sitzung: **Lars Rinsdorf**, DGPuk

C1: NEU-JUSTIERUNG JOURNALISTISCHER NORMEN

Melanie Verhovnik

Studiengang für Journalistik, Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt

Von der Grenze des Erlaubten zur Grenze des Wünschenswerten: Der Praxis-Leitfaden des Deutschen Presserates und seine „Empfehlungen zur Berichterstattung über Amokläufe“ – Vorschlag für eine Überarbeitung

Der Beitrag diskutiert die Empfehlungen zur Berichterstattung über „Amokläufe“, die der Deutsche Presserat in der Folge des School Shootings von Winnenden (2009) herausgegeben hat. Ausgehend von einer Inhaltsanalyse (N=2014) deutscher Leitmedien in Bezug auf die Berichterstattung über School Shootings, werden die Defizite dieser schnell deutlich. Obwohl die Forschung zu diesem Phänomen gezeigt hat, welche große Rolle die mediale Berichterstattung in der Genese von School Shootings spielt, werden von JournalistInnen weitgehend keine neuen Erkenntnisse in ihrer Berichterstattung berücksichtigt.

Auch der Deutsche Presserat, der an dieser Stelle als medienethische Instanz Orientierung bietet, orientiert sich in seinen Empfehlungen lediglich an der Grenze des Erlaubten. Um JournalistInnen und Redaktionen konkrete, auf empirischen Erkenntnissen beruhende Hinweise und Vorschläge zur Berichterstattung über School Shootings geben zu können, müssen die bestehenden Empfehlungen überarbeitet werden. Der Tagungsbeitrag diskutiert hierzu drei Bereiche in Bezug auf Begrifflichkeiten, in Bezug auf den/die Täter und in Bezug auf Opfer und Opferfamilien.

9:15 – 10:45
C 10/11.02 Track C

Sven Engesser, Michael Brüggemann
Universität Zürich, Schweiz

Falsche Ausgewogenheit? Eine journalistische Berufsnorm auf dem Prüfstand

Objektivität gilt als wichtigste Berufsnorm des westlichen Journalismus und eine kritische Reflexion des Objektivitätsbegriffs ist ein zentrales Thema in den Selbstverständigungsdiskursen von Journalisten, unter Medienkritikern und in der Forschung. Hauptbestandteil des journalistischen Objektivitätsverständnisses und Gegenstand zunehmender Kritik ist das Konzept der Ausgewogenheit (Balance), mit dem sich der vorliegende Beitrag auf drei Ebenen theoretisch beschäftigt: erstens als praktische Handlungsanweisung der Journalisten, zweitens als theoretisches Konzept und empirische Messgröße der Wissenschaft und drittens als normative Anforderung der Gesellschaft.

Der Beitrag stellt die Frage, ob die Gültigkeit der Ausgewogenheitsnorm von der US-amerikanischen Parteiberichterstattung auf andere Länder und Bereiche des Journalismus verallgemeinert werden kann. Zudem diskutiert er, inwiefern eine übermäßige Konzentration auf den Teilaspekt der Ausgewogenheit eine theoretische und empirische Verkürzung des Objektivitätskonzepts darstellt. Schließlich präsentiert er mögliche Alternativen zur Ausgewogenheitsnorm wie Faktenbezug, „Weight-of-Evidence“ und Transparenz. Auf diese Weise veranschaulicht der Beitrag die Implikationen normativer Prämissen für die Kommunikationsforschung.

Annika Sehl
Technische Universität Dortmund

Journalistische Qualität: Ein Vergleich zwischen wissenschaftlich-normativen Bewertungen und Leserurteilen

Wirtschaftliche und technische Entwicklungen erzwingen Sparmaßnahmen bei Tageszeitungen. Dabei besteht die Gefahr, dass diese zu Lasten der Qualität gehen. Qualität ist jedoch demokratietheoretisch wesentlich für einen Journalismus, der seine Aufgabe für die Gesellschaft erfüllen soll. Einen Anreiz zur Qualitätssicherung könnten die Leser geben, indem sie vor allem hochwertige Berichterstattung nachfragen. Allerdings ist weitgehend unklar, ob und inwieweit die Leser- und die wissenschaftlich-normativen Qualitätsurteile übereinstimmen. Dieser Frage geht diese Studie erstmals mittels eines Mehrmethodendesigns aus einer Inhaltsanalyse von real in fünf Tageszeitungen erschienen Artikeln und einer jeweils am gleichen Tag stattfindenden Befragung von Lesern dieser Tageszeitungen nach.

Untersucht wurden dabei nicht nur die Übereinstimmungen und Abweichungen in der Qualitätsbewertung, sondern auch der Einfluss verschiedener Beitragsmerkmale auf die Beurteilung. Darüber hinaus wird für diesen großen Datensatz mittels konfirmatorischer Faktorenanalyse geprüft, ob die wissenschaftlich-normativ hergeleiteten Qualitätskriterien sich auch zu den in der Literatur angenommenen Dimensionen bündeln.

Chair der Sitzung: **Petra Werner**, Fachhochschule Köln

D1: NEUE PERSPEKTIVEN DER MEDIENETHIK

9:15 – 10:45
C 10/ 11.03 Track D

Matthias Rath

Pädagogische Hochschule Ludwigsburg

„Wissen, was man soll und warum“ – Grundzüge einer „evidenz-basierten Medienethik“

Die Diskussion in der Medizin um die Handlungslegitimation therapeutischer Entscheidungen und die Frage, nach welchen normativen Prinzipien quantitativ-experimenteller Forschung „handlungslegitimierend“ wäre, beginnt Ende der 1980er-Jahre und begründete die „evidence based medicine“ (Sackett 1996; Goldenberg 2006). Seit den 2000er-Jahren erwuchs daraus der „empirical turn“ in der Bioethik (Goldenberg 2005), und leitete die „Evidenz-Basierung“ angewandter Ethik überhaupt ein. Im Vortrag wird der Frage nachgegangen, wie diese Diskussion um „evidence-based ethics“ (Strech 2008a) für die Frage nach der Praxisrelevanz der Medienethik fruchtbar gemacht werden kann. Nach einer Skizzierung der Grundzüge einer „evidenz-basierten Medienethik“ in Abgrenzung von einer rein deskriptiven „empirical ethics“ (Mertz et al. 2014) wird anhand von Beispielen aus dem Journalismus und der PR-Kommunikation herausgearbeitet, wie „evidenz-basierte Medienethik“ durch „kontext-spezifizierte Prinzipien“ (Strech 2008b) empirische kommunikations- und medienwissenschaftliche Erkenntnisse für normative Dilemmata in medialen Praxen zur begründenden Handlungsorientierung und -legitimation nutzt.

Ingrid Stapf

Universität Erlangen

Verantwortung in mediatisierten Gesellschaften. Ein medienethischer Ansatz für einen zeitgemäßen Kinder- und Jugendmedienschutz orientiert am Kindeswohl

Der Vortrag richtet das Augenmerk auf Kindheit als zunehmend mediatisierte Kindheit im Zuge des Medienwandels. Gerade in diesem Themenfeld wird die Frage nach Verantwortung als „ethischer Schlüsselkategorie“ besonders relevant und bedarf ihrer Untersuchung im Hinblick auf Kindheit als besonders verletzbare Lebensphase. Der bestehende Mangel an Theorie steht im eklatanten Widerspruch zum wachsenden gesellschaftlichen sowie medialen Orientierungsbedarf im Bereich des Jugendmedienschutzes, der derzeit reformiert wird und den ungelösten Fragen des Schutzes von Kindern in medialen Lebensräumen sowie der Qualitätssicherung im (Kinder-)Medienbereich. Der Vortrag behandelt anhand aktueller empirischer Studie die Frage nach Verantwortung in Bezug auf die Förderung kindlicher Autonomie in digitalisierten Lebenswelten und erarbeitet ein medienethisches Modell.

Anja Kalch, Tino Meitz
Universität Augsburg, Universität Tübingen

Fehlende Zivilcourage im Internet? Moralisches Disengagement und konfligierende Wertvorstellungen als Einflussfaktoren für discouragiertes Verhalten potentieller Zeugen

Der vorliegende Beitrag geht der Frage nach, welchen Einfluss konfligierende Wert- und Moralvorstellungen auf zivilcouragiertes Handeln bei kinderpornographischen Normverletzungen im Internet haben und wie dieses durch Kommunikationskampagnen gefördert werden kann. In zwei Studien wird dabei einerseits analysiert, ob sich Onlinenutzer ihrer Verantwortung als Nutzer bewusst sind und andererseits auf Interventionsmöglichkeiten eingegangen, die eine verantwortungsvolle Mediennutzung und zivilcouragiertes Verhalten fördern können. Die Ergebnisse zeigen, dass libertäre Wertvorstellungen zu demokratischen Freiheitsrechten zivilcouragiertes Engagement im Internet verringern. Affektive Kommunikationskampagnen, die sich auf virtuelle Opfer beziehen, können ein engagiertes Onlineverhalten hingegen unterstützen.

Chair der Sitzung: **Lars Rademacher**, Hochschule Darmstadt

9:15 – 10:45
C 10/14.01 Track E

E1: NUTZUNGSSTRATEGIEN UND MEDIENSOZIALISATION

Annekatriin Bock
Georg-Eckert-Institut Braunschweig

Vermittlung und Aneignung digitaler Bildungsmedieninhalte in schulischen Bildungsräumen

Der Vortrag beschreibt zunächst (1) den durch digitale Bildungsmedien angestoßenen Wandel in schulischen Bildungsräumen; definiert (2) zentrale Begriffe wie ‚digitale Bildungsmedien‘, ‚Open Educational Resources‘ sowie ‚Wissensvermittlung bzw. -aneignung‘; präsentiert (3) die zentralen Ergebnisse der Beobachtungs- und Befragungsstudie; setzt (4) die theoretischen Vorüberlegungen und empirischen Befunde in Bezug; und stellt (5) abschließend Fragen zum gesellschaftlichen Wandel von schulischer Wissensvermittlung und -aneignung zur Diskussion.

Markus Seifert, Steffen Lepa
Universität Erfurt, Technische Universität Berlin

Medienmusikalische Sozialisation und genretypische Körperpraktiken: Ergänzende empirische Befunde zu Mechanismen der Audiorepertoiregenese im Jugendalter

Das Forschungsprojekt „Survey Musik und Medien“ hat 2013 sechs in Deutschland dominierende Musikmediennutzungstypen in Form sogenannter „Audiorepertoire-Klassen“ ermittelt.

Die Zugehörigkeit zu diesen gesellschaftsweit verbreiteten Mustern wurde bislang vor allem durch die Generationendynamik und einschlägige Milieuvvariablen (Bildung, Einkommen, Geschlecht, Migration) erklärt.

Welche Rolle aber spielen Prozesse musikalischer Selbst- und Fremdsozialisation im Jugend- und jungen Erwachsenenalter für die biographische Herausbildung individueller Audiorepertoires? Anhand von Ergebnissen einer quantitativen Befragungsstudie mit Studienanfängern sowie der Analyse qualitativer Interviews mit Vertretern zwei zentraler Audiorepertoire-Typen möchten wir einen ergänzenden Beitrag zum Verständnis der Genese individueller Audiorepertoires im Jugendalter auf Basis neuer empirischer Daten und vor dem Hintergrund medienmusikalischer Sozialisationstheorien liefern. In den Ergebnissen wird deutlich, dass insbesondere gemeinschaftliches Musikhören in Kindheit und Jugend, wie auch das (Aus-)Leben jugendlicher Musikgenrevorlieben mit ‚Körperbezug‘ die Affinität zu Audiorepertoire-Typen über die Kohortenzugehörigkeit hinaus erklären können – zumindest in einer studentischen Stichprobe gilt dies jedoch nicht für eigene Musiziererfahrungen oder das Geschlecht.

Elena Link, Helmut Scherer, Daniela Schlütz

Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover

Online-Kommunikation als Mehrwert: Wie Frauen und Männer Krebsforen als Therapiebegleiter nutzen

Bei der vorliegenden Studie handelt es sich um eine explorative Untersuchung des Informationshandelns von Krebserkrankten in Onlineforen hinsichtlich der Auseinandersetzung mit Therapieoptionen. Der Grundgedanke der Studie ist, dass die medienvermittelte Interaktion zwischen Betroffenen die Bewältigung der Krankheit mittels Informationen und emotionaler Unterstützung unterstützen kann. Umfang und Art des Informationsmanagements scheinen jedoch geschlechtsabhängig zu sein. Daher verfolgt der vorliegende Beitrag das Ziel, die Vielfältigkeit des Informationshandelns zu explorieren und dabei insbesondere auf geschlechtsspezifische Unterschiede einzugehen.

Um den Gegenstand der Informationshandlung angemessen zu explorieren, werden innerhalb der gesamten Forschungsstrategie qualitative und quantitative Methoden integriert. Die Identifikation von Informationstypen erfolgte aufbauend auf der qualitativen Inhaltsanalyse mit atlas.ti im Rahmen einer quantitativ-explorativen Datenanalyse (in Form von 4 Clusteranalysen).

Es zeigt sich, dass der Krankheitsverlauf maßgeblich die Informationshandlungen beeinflusst. Zudem können emotions- von wissensorientierten Diskurse unterschieden werden. Im Zuge der Clusterbeschreibung zeigen sich konkrete Geschlechterrollen. Diese werden zusätzlich in Form von geschlechterspezifischen Clusteranalysen näher beschrieben.

Chair der Sitzung: **Klaus-Dieter Altmeppen**, Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt

F1: SOLIDARITÄT UND VERTRAUEN IN DER DIGITALEN KOMMUNIKATION

Das Panel untersucht mit „Vertrauen“ und „Solidarität“ zwei prominente normative Begriffe im Kontext aktueller Entwicklungen in den digitalen Medien. Die Verbindung von Vertrauen und Solidarität liegt insbesondere in ihrem beidseitigen Beitrag zur Herstellung von sozialer Kohäsion. Das Panel analysiert die verschiedenen Ebenen der Gefährdungen von Solidarität und Vertrauen und diskutiert gleichzeitig die Möglichkeiten, sie als gesellschaftliche Leitbegriffe einer medialisierten Gesellschaft und in neuen Kommunikationsverhältnissen neu zu bestimmen und fortzuführen. Mit Beiträgen von Nina Köberer (Ethik der Solidarität 2.0), Marc Sehr (Solidarisierung über Kriegsvideos auf YouTube), Thilo Hagendorff (Vertrauen im Netz) und Tobias Matzner (Identität und Solidarität).

Nina Köberer
Universität Tübingen

Ethik der Solidarität 2.0

Solidarität, verstanden als politisch-ethischer Leitbegriff oder auch als deskriptiv-analytische Kategorie verweist im Kern – trotz unterschiedlicher ideologischer Aufladung des Begriffs – auf bestimmte Formen von Hilfsbereitschaft, Unterstützung und Verantwortung, welche unter Rückbezug auf die Vorstellung eines zu realisierenden „Guten“ bzw. einer zu realisierenden gerechten Ordnung als legitim und verpflichtend angesehen werden. Doch welche Vorstellungen des Guten werden zugrunde gelegt? Was zeichnet eine „Ethik der Solidarität“ aus? Und wie verändert sich solidarisches Handeln unter den Bedingungen digitaler Kommunikation in Bezug auf eine „Ethik der Solidarität 2.0“?

Ein Blick auf aktuelle Entwicklungen der digitalen Gesellschaft zeigt, dass die interaktive Netzcommunication eine gute Möglichkeit ist, auf Probleme und Notlagen aufmerksam zu machen und zu solidarischem Handeln aufzurufen. Dabei werden allerdings nicht nur „positive“, sondern auch „negative“ Solidaritätsbündnisse geschlossen wie bspw. die Solidarisierung mit der Organisation Islamischer Staat. Aus normativer Perspektive ist zunächst zu fragen, was das dahinterstehende „Gute“ ist und wann Solidarisierung als „positiv“ bewertet werden kann. Darüber hinaus werfen neue Formen der digitalen Informationsvermittlung – wie sie bspw. von Organisationen wie CAMPACT oder AVAAZ genutzt werden, um Kampagnen und Petitionen zu organisieren, bei denen man sich via Internet an gesellschaftlichen Debatten beteiligen und solidarisch sein kann – die Frage auf, wer darüber entscheidet, mit wem/welchen Themen man sich solidarisch zeigt und auch, ob es einen Unterschied zwischen „echter, para-sozialer Interaktion“ und „quasi-sozialer Interaktion“ im Sinne solidarischen Handelns 2.0 gibt.

Marc Sehr
Universität Tübingen

Solidarisierung über Kriegsvideos auf YouTube

Solidarität bezeichnet im normativen oder auch appellativen Sinne gemeinschaftsfördernde Formen des Handelns innerhalb bestehender Gruppen wie auch in loseren sozialen Zusammenhängen. Im deskriptiven Sinne kann Solidarität als Indikator für den inneren Zusammenhalt einer Gruppe stehen. Solidarität kann sowohl von Institutionen, Gruppen aber auch Einzelpersonen getragen und/oder adressiert werden. In politischen Theorien wird vor allem die normative oder appellative Begrifflichkeit verwendet,

wenn es darum geht, zu untersuchen, was es heißt, solidarisch mit anderen zu sein. Demgegenüber soll in dem geplanten Beitrag eine deskriptive Perspektive auf Solidarität in Online-Communities eröffnet werden.

Es soll am Beispiel eines noch recht jungen Phänomens sogenannter Veteranen-Communities auf der Video-Plattform YouTube die Solidarisierung und Entsolidarisierung mit ehemaligen und aktiven amerikanischen Soldaten genauer betrachtet werden. Solidarität äußert sich hier unter anderem durch Wertschätzung oder Verteidigung der Taten von Soldaten bei Auslandseinsätzen, die in Videos gezeigt werden. Unter anderem sollen durch eine qualitative Inhaltsanalyse der Kommentare unterhalb entsprechender Videos des Afghanistan-Krieges Formen und Ausprägungen von Solidarität erörtert werden, Fragen danach, ob diese Form der Solidarität auf gemeinsame Werte zurückzuführen sind, oder sich eher durch kurzfristige Affekte begründen lassen, werden genauso betrachtet, wie die Fragen, wem gegenüber sich Kommentatoren in diesen „Communities“ solidarisch verhalten und ob es auch eine Solidarität über die Grenzen der Veteranen-Community in die Zivilgesellschaft hinein gibt.

Thilo Hagendorff
Uni Tübingen

Vertrauen im Netz

Die durch die Snowden-Enthüllungen bedingte, öffentliche Thematisierung bislang geheimer nachrichtendienstlicher Tätigkeiten hat die Vorstellungen darüber, welche Bedeutung das Internet bei der staatlichen Überwachung spielt, drastisch verändert. Es besteht nun ein breites Wissen darüber, dass das technisch Mögliche zur Überwachung und Ausspähung der digitalen Welt weitestgehend ausgeschöpft wird. Dies erwirkt einen Vertrauensverlust innerhalb der Bevölkerung, welcher die Geheimdienste, die Regierungen insgesamt, aber auch die großen Internetkonzerne betrifft. Starke Unsicherheitsmomente entstehen und fördern eine wachsende „Misstrauenskultur“.

Untersucht werden muss nun die Bedeutung von Vertrauen in der Medienkommunikation insgesamt. Nimmt das Niveau des Vertrauens ab, muss es durch andere Absicherungs- oder Ordnungsmedien substituiert werden. Die Vertrauenslücken, welche im Zuge des Bekanntwerdens der globalen Internetüberwachung entstanden sind, werden in erster Linie durch technologisch gelagerte Sicherheitsversprechen und -programme gefüllt. In diesem Zusammenhang geht es um die Implementierung von Datenschutz-, Anonymisierungs- oder Verschlüsselungstechnologien. Es sollen sichere Datenräume und Kommunikationswerkzeuge geschaffen werden. Doch die Aufrüstungsmaßnahmen der technischen Infrastruktur des Internets sind mit hohen Kosten verbunden. Was also ist der Preis des Vertrauensverlusts?

Tobias Matzner
Uni Tübingen

Identität und Solidarität

Soziale Identitäten setzen sich in der Online-Interaktion fort – und umgekehrt. Damit werden auch Brüche, Angriffe und Diskriminierungen, welche mit der Zuschreibung einer sozialen Identität einhergehen, in die digitale Interaktion übertragen. Die als distanziert oder anonym wahrgenommene Situation führt oft sogar zu einer Zunahme von Übergriffen. Die Diskussion solcher Fälle ist meist in einer recht technikzentrierten Sicht auf die Verfolgung der Täter_innen fokussiert. Fragen der Solidarität mit in der Online-Kommunikation Verletzten oder Diskriminierten sowie der Solidarität aufgrund einer gemeinsamen Identität und die daraus hervorgehenden Möglichkeiten der Selbstorganisation und des Widerstandes stehen im Hintergrund. Die im ersten Beitrag angeführten Potenziale der „Solidarisierung 2.0“ werden

auf diese Frage hin thematisiert. Solche Formen der Solidarisierung oder ihr Misslingen verändern auch die betroffenen sozialen Identitäten selbst. Die Forderung oder das Verlangen nach Solidarität stellt somit auch eine Form der politischen Öffentlichkeit dar, die sich von anderen, insbesondere interessenbasierten Vorstellungen von Öffentlichkeit unterscheidet. Umgekehrt bietet die Anonymität der Internets Menschen mit sozial stigmatisierten Problemen oder in stigmatisierenden Situationen die Möglichkeit einer Ansprache und Kontaktaufnahme, welche Solidarisierung ermöglicht – gerade weil sie für die Öffentlichkeit unsichtbar bleibt. Die Frage nach dem Zusammenhang zwischen sozialen Identitäten und Solidarität wirft also auch ein neues Licht auf wichtige Fragen nach dem Verhältnis von Privatheit und Öffentlichkeit oder dem Anspruch auf Anonymität.

Chair der Sitzung: **Jessica Heesen**, Internationales Zentrum für Ethik in den Wissenschaften (IZEW)

9:15 – 10:45
C20/4 Sonderfenster

SF1: 10 JAHRE GERTRUDE-JOCH-ROBINSON MENTORING PROGRAMM: EINE BILANZ

Nach 10 Jahren und mitten im vierten Durchgang wollen wir allen bisherigen und gegenwärtigen Mentees und MentorInnen die Gelegenheit geben, sich zu treffen und Erfahrungen auszutauschen. Vorge stellt werden Ergebnisse von Studien zu Aussteigerinnen aus der Wissenschaft und über Karrierewege bisheriger Mentees.

Chair der Sitzung: **Elizabeth Prommer**, Universität Rostock; **Corinna Lühtje**, TU Dresden

10:45 – 11:15
Foyer
Hörsaalgebäude C20

CVK: NACHWUCHSKAFFEE

Die Fachgruppe Computervermittelte Kommunikation lädt im Rahmen der Nachwuchsarbeit während der DGPUK-Jahrestagung zu einem informellen Treffen für den interessierten Nachwuchs ein. Ziel des Treffens ist es, Fragen von Nachwuchswissenschaftlerinnen und -wissenschaftlern zu beantworten (z. B. zur Arbeit in der Wissenschaft, zur Fachgruppe, zur DGPUK allgemein usw.) und die Vernetzung untereinander zu fördern. Dies soll bei einem kurzen „Kaffeegespräch“ in geselliger Runde gelingen. Eine gesonderte Anmeldung ist nicht erforderlich.

10:45 – 11:15

KAFFEEPAUSE

A2: VERANTWORTUNG IN DER KOMMUNIKATION ÜBER RISIKEN

11:15 – 12:45
C 19/1 Track A

Eva Antl-Wittenberg, Melanie Leidecker
Universität Koblenz-Landau

Framing von Verantwortung im Kontext der Europäischen Finanzkrise. Ein internationaler Vergleich der deutschen und österreichischen Presseberichterstattung (2009-2014)

Die europäische Finanzkrise ist nicht nur ein Thema von gesamtgesellschaftlicher Relevanz, Krisen provozieren auch die Suche nach Verantwortungsträgern seitens der Bevölkerung. Die mediale Darstellung der Krise ist nach wie vor eine zentrale Informationsquelle der europäischen Bürger. Sie beeinflusst ihre Wahrnehmung des Themas und der involvierten politischen Akteure. Die Europäische Union hat im Zuge der Finanzkrise bei den Bürgern der Mitgliedsländer an Zustimmung verloren. Die öffentliche Zuschreibung von Verantwortung ist ein relevanter Faktor zur Beurteilung der Kompetenz und Legitimität politischer Akteure und Institutionen. Vor diesem Hintergrund untersucht das vorliegende Forschungsprojekt das mediale Framing von Verantwortung im zeitlichen Verlauf der Finanzkrise (2009-2014) in einem Land mit europhiler bis moderat euroskeptischer Bürgerschaft (Deutschland) und einem Land mit etabliertem Euroskeptizismus (Österreich). Hierzu führen wir eine quantitative Inhaltsanalyse der politischen Berichterstattung zweier Qualitätszeitungen je Land in den Jahren 2009 (Krisenbeginn), 2011 (Krisenmanifestation), 2013 und 2014 (Managementphase der Krise) durch.

Claudia Bader, Lars Guenther, Georg Ruhrmann
Friedrich-Schiller-Universität Jena

Berichterstattung über Zukunftstechnologien: Wie (in)transparent kommunizieren Journalisten über Unsicherheiten und Risiken?

Für Rezipienten, die zumeist wissenschaftliche Laien sind, sind die Medien die wichtigste und oft auch einzige Quelle wissenschaftlicher Informationen. Normativ betrachtet werden deshalb eine Reihe von Anforderungen an den Wissenschaftsjournalismus gestellt: Er soll Informationen transparent vermitteln, bilden und aufklären und andererseits Ereignisse kontrollieren und gegebenenfalls kritisieren. Ziel ist es oft, eine breite gesellschaftliche Akzeptanz neuer Technologien zu fördern. Eine transparente Kommunikation schließt hierbei auch eine öffentliche Aufklärung über wissenschaftliche Unsicherheiten und Risiken ein. Wenn Wissenschaftsjournalisten dies jedoch nicht abbilden, könnte das ein Beleg für eine eher intransparente Kommunikation sein.

Der vorliegende Beitrag beschäftigt sich mit der Frage, wie angemessen Wissenschaftsjournalisten über Unsicherheiten und Risiken kommunizieren. Im Frühjahr 2014 wurde deshalb eine repräsentative CATI-Befragung unter deutschen Wissenschaftsjournalisten durchgeführt (n = 207). Im Ergebnis entstanden drei Repräsentationsstile. Durch diese lässt sich das Zusammenspiel von wissenschaftlichen Unsicherheiten und Risiken, sowie zwischen Sicherheiten und Chancen rekonstruieren und validieren.

Karin Boczek, Gerret von Nordheim, Lars Koppers, Alejandro Molina
TU Dortmund, Institut für Journalistik, TU Dortmund, Fakultät Statistik

Versagen des Frühwarnsystems aufgrund dominanter Narrative - Eine Diskursfeld-Analyse mittels Latent Dirichlet allocation

Die Verantwortung des Wirtschaftsjournalismus ist es vor allem, auf krisenhafte Entwicklungen frühzeitig aufmerksam zu machen. Die Vorlaufzeit sich aufbauender Krisen generiert jedoch nur sporadisch Ereignisse, die aktualitätsbezogener Berichterstattung entgegenkommen. Krisen werden zumeist von Ungleichgewichten ausgelöst, die sich über Jahre hinweg akkumulieren. Fordert man also einen Journalismus, der seiner Verantwortung des Frühwarnsystems nachkommt, dann fordert man mithin Journalismus, der nicht reaktiv, nicht getrieben von Agenda-Setting und Konsonanzdruck, agiert, sondern unabhängig und unbeeinträchtigt auf Diskursfelder deutet, die im Schatten des medialen Mainstreams liegen. Die Hypothese der vorliegenden Arbeit ist daher, dass das Versagen des Wirtschaftsjournalismus am Vorabend der Krisen nicht etwa durch fehlende Kompetenz oder Einsicht zu begründen ist, sondern vielmehr durch fehlende Emanzipation von Berichterstattungszwängen. Methodisch bedienen wir uns der Text-Mining-Methode LDA. Sie ermöglicht im Sinne des Distant-Reading die „Blickrichtung“ der Massenmedien zu erkennen, also das Diskursfeld zu umreißen, in dem sich zu einem bestimmten Zeitpunkt Aufmerksamkeit fokussiert während andere, vllt. krisenhafte Entwicklungen im Schatten gären. Die Narrative, die jene Diskursfeld-Fokussierungen initiieren, werden in einem zweiten Schritt mit Hilfe klassischer Inhaltsanalysen analysiert.

Chair der Sitzung: **Corinna Lühjtje**, TU Dresden

11:15 – 12:45
C 19/2 Track B

B2: KRITIK UND KOMPETENZ ALS DIMENSIONEN DES MEDIENHANDELNS

Philipp K. Masur, Sabine Trepte
Universität Hohenheim

Privatheitseinstellungen und -verhalten im Zeitverlauf: Eine Analyse repräsentativer Befragungsdaten von 2011 und 2014

Die Forschung zu Privatheit und sozialen Medien hat gezeigt, dass Nutzer sich scheinbar paradox verhalten: Einerseits machen sie sich Sorgen um ihre Privatsphäre, andererseits geben sie eine erhebliche Menge an personenbezogenen Daten im Internet preis. In dieser Studie wurde untersucht, inwiefern sich Privatheitseinstellungen und -verhalten der deutschen Bevölkerung in den letzten vier Jahren verändert haben. Zu diesem Zweck wurde eine repräsentative Befragung (N=3.188) durchgeführt und mit den Daten der Eurobarometer-Studie 2011 (N=1.519) verglichen. Die Ergebnisse zeigen einen starken Anstieg der Privatheitsbedenken. Auch akzeptieren immer weniger Deutsche, dass es keine Alternativen zur Aufgabe der Privatsphäre im Internet gibt. Doch die Diskrepanz zwischen Privatheitseinstellungen und -verhalten erhöht sich ebenso. Trotz dem höheren Bedürfnis nach Privatsphäre, werden

immer mehr personenbezogene Daten preisgegeben. Diskutiert werden auf dieser Basis mögliche Konsequenzen und Implikationen für die weitere Forschung, den rechtlichen Rahmen bzw. gesetzliche Maßnahmen, die Verantwortung einzelne Akteure und Maßnahmen zur Schulung der Privatheits- und Datenschutzkompetenz.

Philipp K. Masur, Doris Teutsch, Sabine Trepte
Universität Hohenheim

Wie kompetent sind deutsche Internetnutzer im Umgang mit Privatheit im Internet? Entwicklung und Validierung der Online-Privatheitskompetenz-Skala

Online-Privatheitskompetenz bildet die Grundlage für informationelle Selbstbestimmung und eine effektive Kontrolle der Privatheit im Internet. Ziel dieser Studie ist es daher eine Skala zu entwickeln und zu validieren, die alle relevanten Dimensionen des Konstrukts erfasst und mit der Online-Privatheitskompetenz objektiv anhand von Wissensfragen getestet werden kann. Gleichzeitig wird die Online-Privatheitskompetenz der deutschen Internetnutzer erstmalig gemessen. Ausgehend von einem Itempool mit 113 Wissensfragen wurde eine Skala mit 24 Items entwickelt, die im Rahmen einer repräsentativen Onlinebefragung (N=1.738; Alter: M=41 Jahre, 48 % weiblich) mit einer Item-Response-Analyse validiert wurde. Die Ergebnisse des Kompetenztests zeigen, dass viele deutsche Internetnutzer über eine relativ geringe Kompetenz im Bereich Online-Privatheit verfügen. Dies ist insofern beunruhigend, da Online-Privatheitskompetenz eine notwendige Voraussetzung für effektiven Selbstschutz ist und deutsche Internetnutzer scheinbar nicht in der Lage sind, diesen umzusetzen.

Sigrid Kannengießer
Universität Bremen

Repair Cafés als Orte konsumkritischen Medienhandelns

Repair Cafés sind Orte, an denen Menschen zusammenkommen, um defekte Alltagsgegenstände, auch Medientechnologien, gemeinsam zu reparieren. In dem Vortrag werden die Ergebnisse einer qualitativen Studie vorgestellt, in der Repair Cafés als Orte konsumkritischen Medienhandelns sowie hier stattfindende kommunikative Vergemeinschaftungsprozesse analysiert wurden.

Wer sind die Akteure, die an den Repair Cafés beteiligt sind und welche Motivation liegt dem Reparieren ihrer Medientechnologien zugrunde? Welche Bedeutungen hat das Reparieren für die Akteure? Welche gesellschaftliche Relevanz schreiben die Akteure den Repair Cafés zu? Und was bedeutet dieses Handeln für einen nachhaltigen Umgang mit Medientechnologien in einer mediatisierten Gesellschaft?

Anhand zweier Fallbeispiele von Repair Cafés wurden diese Fragen in einer qualitativen Studie mit den Methoden der Beobachtung und qualitativen Interviews untersucht. Damit kann herausgearbeitet werden, welche Motivationen dem konsumkritischen Medienhandeln der Beteiligten zugrunde liegt und welche Bedeutung sie den Repair Cafés zuschreiben.

Chair der Sitzung: **Alexander Filipovic**, Hochschule für Philosophie München

Alexander Rihl, Claudia Wegener
Filmuniversität Babelsberg KONRAD WOLF

Von der Couch ins Fernsehen – Motive partizipativen Medienhandelns

Mit dem Aufkommen des Reality-TV ist es Fernsehzuschauern möglich geworden, von der Rolle des Zuschauers in die des Teilnehmers zu wechseln. Besonders die populären Casting-Formate bieten ein weitflächiges Forum zur Selbstdarstellung und proklamieren selbst, ein Sprungbrett in die (Medien)-Karrieren zu sein. Vielfach ist diskutiert, ob es sich damit um einen Schritt der Egalisierung handelt, der Nutzern die Chance bietet, das Fernsehen für ihre eigenen Interessen zu nutzen oder ob die Anpassung an das System und damit die Unterwerfung gegenüber Spielregeln und medialen Inszenierungsstrategien die Unmündigkeit der Zuschauer nicht vielmehr betont. Während die Rolle der Rezipienten und ihrer Motive inzwischen gut erforscht sind, stellen Untersuchungen zu den Akteuren der Casting-Formate immer noch ein Forschungsdesiderat dar. Die zu präsentierende Studie setzt hier an und fragt nach den Motiven der Teilnehmer ebenso wie nach deren Bewertung des öffentlichen Fernsehauftritts.

Fabian Prochazka, Wolfgang Schweiger, Patrick Weber
Universität Hohenheim

Was bewirken die Trolle? Ausstrahlungseffekte von Nutzerkommentaren auf die wahrgenommene journalistische Qualität von Nachrichtenbeiträgen

Nutzerkommentare auf Nachrichtenwebsites wecken Hoffnungen auf die Verwirklichung deliberativer Diskurse. Häufig sind die Nutzerdiskussionen jedoch weit entfernt vom normativen Ideal; Beleidigungen und Banalitäten sind keine Ausnahme. In den Redaktionen herrscht die Angst, niveaulose Nutzerkommentare könnten die Leser abschrecken und das Ansehen einer Medienmarke beschädigen. Der Beitrag untersucht daher, ob das Vorhandensein von Nutzerkommentaren sowie ihre Qualität die wahrgenommene journalistische Qualität der kommentierten Nachrichtenbeiträge beeinflusst. Diese Frage wurde in einem Online-Experiment untersucht, in dem die Höflichkeit der Kommentare, das Vorhandensein von Begründungen für Meinungsäußerungen und die Medienmarke variiert wurden. Die Ergebnisse zeigen, dass das bloße Vorhandensein von Kommentaren im Durchschnitt die wahrgenommene Qualität des Beitrags sowohl bei bekannten als auch bei unbekannten Medienmarken verschlechtert. Kommentare ohne Begründungen verschlechtern außerdem die wahrgenommene Inhaltsqualität eines Beitrags, allerdings nur bei unbekannten Medienmarken. Unhöfliche Kommentare wirken sich negativ auf die wahrgenommene Vermittlungsqualität eines Beitrags aus, und zwar sowohl bei unbekannten als auch bei bekannten Medienmarken.

Michael Hallermayer
Universität Augsburg

Kommunikatoren in der schulischen Öffentlichkeit – Selbstverständnis, Arbeitsweisen und normative Konflikte der heutigen Schülerpresse

Der Beitrag widmet sich publizistischen Akteuren abseits der traditionellen Kommunikatorforschung, die bisher stark auf Berufsjournalisten ausgerichtet war: Den Redakteuren von Schülerzeitungen, die jeweils eine Schul-Öffentlichkeit herstellen. Dabei wird die bisherige Forschung der 50er bis 70er Jahre wieder aufgegriffen und mit einem explorativen Ansatz das Normen-selbstverständnis, die Arbeitsweisen und die Themen heutiger Schülerzeitungsredakteure analysiert. Ebenso wird auf normative publizistische Konflikte eingegangen, die zwischen Schülerredakteuren und der Schule entstehen. Das Forschungsprojekt revitalisiert die Auseinandersetzung mit der Schülerpresse, die eine schulische Öffentlichkeit konstituiert, normative Selbstbilder möglicher Nachwuchsjournalisten mitprägt und ein Verständnis der Rolle der Medien für die demokratische Meinungsbildung in Miniatur präsentiert.

Chair der Sitzung: **Sven Engesser**, Universität Zürich

D2: NORMATIVITÄT IN DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

11:15 – 12:45
C 10/11.03 Track D

Claudia Auer, Liane Rothenberger
Technische Universität Ilmenau

Normativität in der Kommunikationswissenschaft – eine theoretische Erklärung mit Bourdieus Feld, Habitus und Kapital

Der Vortrag thematisiert die Normativität in der Kommunikationswissenschaft und expliziert, wie und auf welchen Ebenen diese Normen (re-)produziert und welche Funktionen Normen für sie hat. Normen werden definiert als in einer bestimmten Gemeinschaft existierende handlungslenkende Vorstellungen von anzustrebenden Zuständen. Der Vortrag differenziert für die Wissenschaft Normen a) auf einer empirisch-objektbezogenen Ebene – Normen dieser Ebene sind Untersuchungsgegenstand der Kommunikationswissenschaft, b) auf einer theoretisch-konstruktiven Ebene – Normen werden durch die Kommunikationswissenschaft (re-)produziert, und c) auf einer metatheoretischen Ebene – dies sind gesellschaftliche und wissenschaftsintern gesetzte Normen, die den Wissenschaftler beeinflussen. Einen Zugang zu Genese und Funktion von Normen in der Kommunikationswissenschaft ermöglicht die Soziologie Pierre Bourdieus. Für Bourdieu stehen Normen dem Begriff Legitimität nahe – ein Anpassen an das, was als „richtig“ wahrgenommen wird. Dies geschieht über das individuelle Kapital, nämlich die für das Handeln nötigen, im Lauf des Lebens erworbenen Ressourcen, über den Habitus – bestehend aus Wahrnehmungs-, Denk- und Handlungsschemata – sowie das soziale Feld, z.B. die Kommunikationswissenschaften.

Dennis Frieß, Christiane Eilders
Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf

Normative Theorie und empirische Diskursanalyse. Ein forschungsleitendes Modell zur Analyse von Online-Diskussionen

Die Analyse von Online-Diskussionen vor einem deliberativen Theoriehintergrund hat in den letzten Jahren einen prominenten Platz in der Kommunikationswissenschaft eingenommen. Die meisten Studien befassen sich jedoch lediglich mit der Analyse von Deliberativität von Onlinetexten und vernachlässigen die Voraussetzung für und die Folgen von Online-Deliberation. Der Beitrag präsentiert ein forschungsleitendes Modell zur komplexen Analyse von onlinegestützten Diskussionsprozessen. Es differenziert zwischen den idealisierten Voraussetzungen für Deliberation (*institutionellen Inputs*), den normativen Standards deliberativer Kommunikation (*kommunikativen Throughput*) und den Ergebnissen von Deliberation (*produktive Outcomes*). Basierend auf den geteilten Annahmen der deliberativen Theorietradition werden die Zusammenhänge zwischen den Voraussetzungen für Deliberation, dem Kommunikationsprozess und den daraus resultierenden Ergebnissen theoretisch fundiert, für Onlinekontexte angepasst und um Erkenntnisse der empirischen Deliberationsforschung ergänzt. Für alle drei Teile des Modells werden empirische Indikatoren präsentiert, die eine komplette Analyse von Onlinedebatten ermöglichen und den Rahmen für experimentelle und quasi-experimentelle Forschung eröffnen.

Nicole Podschuweit, Stephanie Geise
Universität Erfurt

Das Konstrukt „Negativität“ in der kommunikationswissenschaftlichen Inhaltsanalyse. Eine kritische Bestandsaufnahme des Konstrukts und seiner Operationalisierung.

Medieninhaltsanalysen kommen wiederholt zu dem Ergebnis, die Berichterstattung sei in der Tendenz überwiegend negativ. Der wissenschaftliche Diskurs erweckt vielfach den Eindruck, „Negativität“ bzw. „Negativismus“ sei ein klar definiertes und dimensioniertes Phänomen, das sich empirisch anhand festgelegter und etablierter Indikatoren operationalisieren und intersubjektiv nachvollziehbar messen lässt. Ziel dieses Beitrags ist es zu prüfen, inwieweit dieser Eindruck zutrifft. Im Mittelpunkt der theorie- und methodenkritischen Betrachtung des Konstrukts „Negativität“ in der kommunikationswissenschaftlichen Inhaltsanalyse stehen die Fragen:

- Wie wird Negativität/Negativismus in der kommunikationswissenschaftlichen Forschung definiert? Wie wird das Phänomen theoretisch verortet und konzeptionalisiert?
- Mit welchen Indikatoren bzw. Kategorien wird es in Inhaltsanalysen empirisch operationalisiert?
- Welche Analyseperspektive und welche normative Bewertung liegen den Studien zugrunde, die sich der Analyse des Phänomens Negativität/Negativismus widmen?

Um die Fragen zu beantworten, wurde eine standardisierte Inhaltsanalyse von Untersuchungen medialer Berichterstattung durchgeführt. Die meta-analytische Literaturschau umfasst ein Sample von 148 Artikeln der letzten dreißig Jahre inhaltsanalytischer Forschung.

Chair der Sitzung: **Ingrid Scheffler**, Fachhochschule Köln

**E2: EFFEKTE DER MEDIENNUTZUNG / DGPIK-MITGLIEDER-
BEFRAGUNG ZUR FORSCHUNGSTÄTIGKEIT**

11:15 – 12:45
C 10/14.01 Track E

Sabrina Heike Kessler
Friedrich-Schiller-Universität Jena

Framing-Effekte: Formal-abstrakte Evidenzmuster und deren Wirkung

In TV-Wissenschaftsbeiträgen werden wissenschaftliche Erkenntnisse, wie Ergebnisse aus der Medizin, unterschiedlich evident präsentiert. Drei Muster dargestellter Evidenz lassen sich auf Basis einer standardisierten Inhaltsanalyse ($n = 321$) in den Beiträgen unterscheiden. Jedes Evidenzdarstellungsmuster ist dabei gleichzusetzen mit einem formal-abstrakten Frame, ist also ein nicht-thematischer Bezugsrahmen, von dem aus ein Sachverhalt betrachtet wird. Selektiv werden bestimmte Aspekte, in diesem Fall Evidenzen, unterschiedlich stark betont; dies, so wird in der Forschungsliteratur vermutet, beeinflusst die Überzeugungen von Rezipienten. Untersucht wird, ob die prototypischen Beiträge der Frames, ihren Evidenzmustern entsprechend, auf die Überzeugungen der Rezipienten wirken. In einem Rezeptions-experiment wurden Studierende ($n = 686$) vor und nach einer Stimuluspräsentation schriftlich, standardisiert befragt. Für jeden formal-abstrakten Frame wurden zwei gepretestete Real-Stimuli-Beiträge herangezogen. Die Ergebnisse zeigen, dass sich die Überzeugungen der Rezipienten den präsentierten Evidenzmustern der Beiträge annäherten. Es ist von einem (kurzfristigen) Framingeffekt der formal-abstrakten Frames auf die Überzeugungen der Rezipienten auszugehen.

Anne Schulz, Martin Wettstein, Werner Wirth
Universität Zürich, IPMZ, Schweiz

**Der Induktionsschluss beim Publikum: Empirische Evidenz
für die Extrapolationshypothese im persuasive press inference Modell**

Die Studie stellt eine experimentelle Überprüfung der Extrapolationshypothese vor. Diese ist Teil des persuasive press inference Modells (Gunther 1998) und beschreibt den Schluss vom Eindruck eines tatsächlich rezipierten Mediensamples auf die gesamte mediale Berichterstattung. Die Studie vergleicht die Stärke dieses Extrapolationsprozesses unter zwei experimentell manipulierten Bedingungen: Glaube an eine einseitig-konsonante Medienberichterstattung (Konsonanz) vs. Glaube an eine Sonderstellung des tatsächlich rezipierten Inhaltes (Dissonanz). Der Extrapolationseffekt sollte bei Glaube an einseitig-konsonante Berichterstattung stärker ausfallen. Wird ein Artikel als Einzel- und Sonderfall eingeschätzt, sollte kein Anlass für den Inferenzschluss auf die gesamte Medienlandschaft bestehen. Die angenommenen Zusammenhänge wurden in einem Multigruppen Pfadmodell modelliert. Die Ergebnisse zeigen, dass bei Glaube an einseitig-konsonante Berichterstattung stärker extrapoliert wird als bei Glaube an dissonante Berichterstattung. In der Dissonanz-Bedingung fällt die Extrapolation schwächer aus, bleibt aber vorhanden. Dieser Befund markiert eine unerwartete Dominanz des Extrapolationsprozesses, dem vor dem Hintergrund eines wachsenden Vertrauensverlusts in die Medien große Bedeutung zukommt.

Klaus-Dieter Altmeyden, Annika Franzetti, Tanja Kössler
Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt

Das Fach Kommunikationswissenschaft. Befunde der Mitgliederbefragung zur Forschungstätigkeit 2013

Nach der Mitgliederbefragung zur Forschungstätigkeit innerhalb der Fachgesellschaft 2010 konnte 2013 mit einem inhaltlich und strukturell überarbeiteten Instrument eine neue Onlinebefragung durchgeführt werden. Deren Daten liegen nun ausgewertet vor und zeigen, dank des deutlich differenzierteren Fragebogens, eine facettenreiche Forschungslandschaft und geben überdies Einblick in das Forschungs-, Theorie- und Methodenverständnis des Faches. Der Vortrag soll die zentralen Befunde illustrieren und ein Fundament bilden für einen fachinternen Dialog über die fruchtbare Heterogenität und Dynamik, die die kommunikationswissenschaftliche Forschung auszeichnet.

Chair der Sitzung: **Jens Vogelgesang**, WWU Münster

11:15 – 12:45
C 20/3 Track F

F2: PUBLIZISTISCHE QUALITÄT IM MEDIALEN WANDEL – EINE NORMATIV BEGRÜNDETE STANDORTBESTIMMUNG

Will man – um der Demokratie willen – die Qualität der Medien nicht dem Markt überlassen, braucht es verlässliche Befunde darüber, wie es um sie bestellt ist. Hier kann und muss die Kommunikationswissenschaft als Seismograph fungieren. Normen und Kriterien zur Qualitätsmessung und -bewertung müssen stets aufs Neue diskutiert werden. Gerade die sich rasant wandelnden Medienmärkte erfordern somit eine Vergewisserung über Bedingungen, Kriterien und Möglichkeiten der Messung und Bewertung publizistischer Qualität. Zu einer solchen kritischen Standortbestimmung der kommunikationswissenschaftlichen Qualitätsforschung möchten die Vorträge des Panels anregen.

Beiträge von **Ralph Weiß** (Ist eine normative Theorie publizistischer Qualität noch begründbar), **Birgit Stark & Melanie Magin** (Der Nutzen der Komparatistik – warum eine Qualitätsstudie international vergleichend sein sollte), **Olaf Jandura & Josef Seethaler** (Lässt sich Qualität objektivierbar messen? Optionen der Operationalisierung) und **Sascha Hölig & Uwe Hasebrink** (Orientieren sich die Nutzerinnen und Nutzer an publizistischer Qualität? Zum Wandel von Informationsrepertoires).

Chair der Sitzung: **Birgit Stark**, Johannes Gutenberg-Universität Mainz
Respondent der Sitzung: **Wolfgang Donsbach**, TU Dresden

SF2: FAMILIE UND WISSENSCHAFT

11:15 – 12:45
C 20/4 Sonderfenster

Familie und Wissenschaft vereinbaren – diese Herausforderung stellt sich vielen (Nachwuchs-)WissenschaftlerInnen: Wie flexibel organisiere ich meine Arbeitszeiten mit kleinen Kindern? Wo finde ich eine zuverlässige Kinderbetreuung, auch während Konferenzen? Wie organisieren wir als Familie häufige Ortswechsel oder gar Pendelbeziehungen? Dies sind nur einige der Herausforderungen, die Familien von WissenschaftlerInnen im Alltag meistern müssen. Hinzu kommen arbeitsrechtliche Fragen – etwa zu Elternzeit, Befristungsrecht, Familienklause – mit denen sich junge Eltern auseinandersetzen müssen.

Ziel des Fensters ist es zu prüfen, ob innerhalb der DGPK Interesse an einer engeren Vernetzung von WissenschaftlerInnen mit Familie besteht, und wenn ja, wie sich diese Vernetzung gestalten könnte, um die Organisation von Anliegen rund um das Thema „Familie und Wissenschaft“ zu erleichtern. Das Treffen ist ergebnisoffen und richtet sich an alle Interessierten (mit und ohne Familie).

Organisation: Melanie Magin, Christina Schumann, Annie Waldherr

Chair der Sitzung: **Melanie Magin**, Johannes Gutenberg-Universität Mainz

MITTAGSPAUSE MIT FACHGRUPPENSITZUNGEN

12:45 – 14:00

SITZUNG FG COMPUTERVERMITTELTE KOMMUNIKATION

12:45 – 13:15
C19/1

SITZUNG FG MEDIENSPRACHE – MEDIENDISKURSE

12:45 – 13:15
C20/5



Mike S. Schäfer / Silje Kristiansen /
Heinz Bonfadelli (Hrsg.)

**Wissenschaftskommunikation
im Wandel**

2015, 388 S., 32 Abb., 27 Tab.

EUR(D) 28,50 / sFr. 47,90

ISBN 978-3-86962-108-1



Katharina Lobinger /
Stephanie Geise (Hrsg.)

**Visualisierung - Mediatisierung.
Bildliche Kommunikation und
bildliches Handeln in
mediatisierten Gesellschaften**

2015, 344 S., 21 Abb., 9 Tab., dt./engl.

EUR(D) 32,00 / sFr. 53,10

ISBN 978-3-86962-106-7



Katharina Sommer /
Martin Wettstein / Werner Wirth /
Jörg Matthes (Hrsg.)

**Automatisierung
in der Inhaltsanalyse**

*Methoden und Forschungslogik der
Kommunikationswissenschaft, 11*

2014, 184 S., 19 Abb., 13 Tab., dt./engl.

EUR(D) 25,00 / sFr. 41,10

ISBN 978-3-86962-145-6



Werner Wirth / Katharina Sommer /
Martin Wettstein /
Jörg Matthes (Hrsg.)

**Qualitätskriterien
in der Inhaltsanalyse**

*Methoden und Forschungslogik der
Kommunikationswissenschaft, 12*

2015, ca. 312 S.

EUR(D) 29,50 / sFr. 49,60

ISBN 978-3-86962-150-0



Bernhard Pörksen /
Andreas Narr (Hrsg.)

**Die Idee des Mediums.
Reden zur Zukunft des
Journalismus**

edition medienpraxis, 12

2015, 224 S., 9 Abb., Hardcover

EUR(D) 19,80 / sFr. 33,00

ISBN 978-3-86962-146-3



Achim Eschbach / Karl Bühler

Karl Bühler: Sprache und Denken

2015, 386 S.

EUR(D) 28,00 / sFr. 47,10

ISBN 978-3-86962-096-1

Weitere Informationen zu unseren Büchern, Veranstaltungen und Online-Angeboten finden Sie unter <http://www.halem-verlag.de>. Lieferung ab EUR 20,00 Bestellwert versandkostenfrei innerhalb Deutschlands. Viele Bücher sind auch als E-Book erhältlich und können direkt aus unserem Ebook-Shop unter <https://halem-verlag.e-bookshelf.de> heruntergeladen werden.



DOMÄNE BERGSTRASSE

Hessische Staatsweingüter

WEINAUSSCHANK & VINOTHEK



IM REBMUTTERGARTEN

Besuchen Sie unsere neue Vinothek in der Monopollage *Heppenheimer Centgericht*: Mit herrlichem Blick bis hin zum Pfälzer Wald, verkosten Sie im modernen Ambiente des historischen Domänengebäudes unsere Bergsträßer Weinkollektion.

Öffnungszeiten

ganzjährig	Mo – Fr	10 – 19 Uhr
Apr – Okt	Sa, So, Feiertag	10 – 19 Uhr
Nov – März	Sa, So, Feiertag	10 – 16 Uhr

Auch die idyllische Außenterrasse unserer Domäne Bergstraße im ehemaligen Rebmuttergarten lädt zum Verweilen ein: Genießen Sie bei kleinen, regionalen Speisen unsere edlen Tropfen in Deutschlands Frühlingsgarten.

Öffnungszeiten

Apr – Okt	Fr	ab 16 Uhr
	Sa, So, Feiertag	ab 11 Uhr

DOMÄNE BERGSTRASSE, im ehemaligen Rebmuttergarten, 64646 Heppenheim
Darmstädter Straße 133, Telefon +49 (0) 6252 126269 -0, E-Mail: weingut@kloster-eberbach.de
www.kloster-eberbach.de

DONNERSTAG
14.05.2015

12:45 - 13:15
C20/4

**SITZUNG FG METHODEN DER PUBLIZISTIK- UND
KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT**

12:45 - 13:15
C20/3

SITZUNG FG PR UND ORGANISATIONSKOMMUNIKATION

12:45 - 13:15
C19/2

SITZUNG FG SOZIOLOGIE DER MEDIENKOMMUNIKATION

13:30 - 14:00
C19/2

**SITZUNG FG INTERKULTURELLE UND INTERNATIONALE
KOMMUNIKATION**

13:30 - 14:00
C20/3

SITZUNG FG JOURNALISTIK/JOURNALISMUSFORSCHUNG

13:30 - 14:00
C19/1

SITZUNG FG KOMMUNIKATION UND POLITIK

13:30 - 14:00
C20/5

SITZUNG FG MEDIENPÄDAGOGIK

13:30 - 14:00
C 20/4

SITZUNG FG VISUELLE KOMMUNIKATION

TRANSFER VON DER HOCHSCHULE DARMSTADT ZUR SCHADER-STIFTUNG

14:00 – 15:00

Die Nachmittagsveranstaltung und der Abendempfang am Donnerstag finden im Forum der Schader-Stiftung (Goethestr. 2, Darmstadt) statt. Bitte nutzen Sie die öffentlichen Verkehrsmittel zur Fahrt von der Hochschule Darmstadt zur Schader-Stiftung. Bitte tragen Sie Sorge dafür, dass Sie rechtzeitig zur Podiumsveranstaltung (Beginn: 15:00 Uhr) in der Schader-Stiftung sind.

PLENUM UND STEHKONVENTE: IN DER FALLE VON TECHNOLOGIE UND ÖKONOMIE? VERANTWORTUNG, GERECHTIGKEIT UND NEUE MACHTKONSTELLATIONEN IN DER ÖFFENTLICHEN KOMMUNIKATION

15:00 – 18:30
Schader-Stiftung

Podiumsgäste und Moderation der Stehkonvente: **Brigitte Zypries** (MdB, Parlamentarische Staatssekretärin im BM Wirtschaft/Energie); **Barbara Kögler** (Leiterin Software AG, Unternehmenskommunikation); **Alexander Filipovic** (Professor für Medienethik, Hochschule für Philosophie München); **Jürgen Kaube** (Herausgeber FAZ); **Roland Tichy** (Publizist, Vorstandsvorsitzender Ludwig-Erhard-Stiftung, ehemals Chefredakteur Wirtschaftswoche).

Mit der Frage sollen Verantwortung und Gerechtigkeit von Journalismus und Medien und die Macht der neuen Akteure in der öffentlichen Kommunikation diskutiert werden. Zugangsmöglichkeiten zu und Teilhabe an öffentlicher Kommunikation, individuelle, politische und gesellschaftliche Verantwortung der Akteure im Feld der Medien, Sicherheit und Privatheit der Kommunikation, faire Berichterstattung und journalistische Verantwortung sind die Stichworte.

Das Format dieser Veranstaltung besteht aus einem Wechsel von erster Diskussionsrunde im Plenum sowie daran anschliessenden fünf parallelen Stehkonventen, die spezielle Themen vertiefen. Danach wird das Plenum für eine abschließende Runde wieder zusammengeführt. Die Berichterstattung aus den Stehkonventen übernehmen Nachwuchswissenschaftlerinnen und -wissenschaftler der DGPUK.

Chair der Sitzung: **Margreth Lünenborg**, FU Berlin

VERLEIHUNG DER PREISE DER DGPUK

18:30 – 19:00
Schader-Stiftung

ABENDVERANSTALTUNG

19:00
Schader-Stiftung

Christiana Schallhorn, Anne Hempel
Julius-Maximilians-Universität Würzburg

Outing im Profi-Fußball = Eigentor? Eine Inhaltsanalyse der Medienberichterstattung zum Outing von Thomas Hitzlsperger

Obwohl Homosexualität in großen Teilen des alltäglichen Lebens akzeptiert ist (Butterworth, 2006, S. 142), wird im Sport noch immer über Homosexualität geschwiegen (Burstyn, 1999, S. 213). Das Outing von Ex-Nationalspieler Thomas Hitzlsperger Anfang 2014 sorgte für große mediale Aufmerksamkeit in Deutschland. In der vorliegenden Arbeit wurde eine qualitative Inhaltsanalyse zur Berichterstattung über das Outing durchgeführt, um explorativ empirische Erkenntnisse zu erlangen, wie über das Outing und Homosexualität im Profi-Sport berichtet wurde. Untersuchungsmaterial waren die ZEIT, die als erste über das Outing berichtete, und die reichweitenstärksten Qualitätszeitungen SZ und FAZ, sowie die Online-Auftritte der drei Zeitungen. Der Untersuchungszeitraum umfasste 4 Wochen und enthielt 46 Artikel zum Thema. Die in der Berichterstattung angesprochenen Themen ließen sich in drei große Themenblöcke zusammenfassen: 1. Das Coming-Out und die Person Hitzlsperger, 2. Homosexualität im Fußball, 3. Homosexualität in der Gesellschaft. Die weitere Ausdifferenzierung der Ergebnisse erfolgt während des Vortrags.

Elke Grittmann, Tanja Maier
Leuphana Universität Lüneburg, Freie Universität Berlin

Anerkennung durch Bilder: Eine medienethische Perspektive auf visuelle Geschlechterrepräsentationen

Der Beitrag eröffnet über den Begriff der Anerkennung eine medienethische Perspektive auf mediale Geschlechterrepräsentationen. Er schließt an die These von Kannengießer an, dass eine geschlechtergerechte Medienethik dazu beitragen könne, diskriminierende Geschlechterverhältnisse zu beseitigen (vgl. Kannengießer 2011: 334) und bezieht sich insbesondere auf das Feld der visuellen Geschlechterrepräsentationen journalistischer Printmedien. In Bezug auf Geschlechterrepräsentationen ist eine medienethische Begründung erst ansatzweise entwickelt. Gegenwärtig ist das Konzept der „Anerkennung“ in der politischen Philosophie wie in der Moral- und Sozialphilosophie zu einem bedeutenden Ansatz avanciert. An dieses Konzept knüpft der geplante Vortrag an. Er problematisiert die Frage nach Anerkennung in Hinblick auf die visuelle Kommunikation. In dem Vortrag wollen wir einen Entwurf vorschlagen, wie über den moral- bzw. sozialphilosophischen Begriff der Anerkennung eine Bildethik im Sinne einer Anerkennung durch Bilder entwickelt werden kann und zwar insbesondere, wie sich das Konzept der Anerkennung, auf den Bildjournalismus mit Perspektive auf Geschlechtergerechtigkeit anwenden lässt.

Manuel Menke, Susanne Kinnebrock
Universität Augsburg

Würdekonzepte in der aktuellen Berichterstattung über Menschen in hohem Alter und in finalen Lebensphasen

Das Altenbild in der aktuellen Berichterstattung ist ambivalent. Neben positiven Darstellungen von „jungen Alten“ finden sich negative der „alten Alten“. Hochbetagte, Pflegebedürftige und chronisch Kranke werden nicht selten als anonyme Gruppe behandelt, die den Sozial- und Krankenkassen zur Last fällt und aufgrund eines zunehmenden Autonomieverlustes nicht mehr partizipationsfähig ist. Brisant ist, dass Autonomie seit der Aufklärung als konstitutiv für Menschenwürde verstanden wird und demnach Pflegebedürftige sie zunehmend verlieren müssten. Neuere Ansätze der Care-Ethik problematisieren dies und plädieren für ein Verständnis von Menschenwürde, das auf Fürsorge, Verbundenheit und Integration basiert. Mithilfe einer Inhaltsanalyse von Printberichterstattung über Sterbehilfe, wird aufgezeigt, inwieweit das jüngst positivere Altenbild mit neuen care-ethischen Grundsätzen verknüpft wird.

Chair der Sitzung: **Elisabeth Klaus**, Universität Salzburg

B3: INSTANZEN DER POLITISCHEN MEINUNGSBILDUNG

9:00 – 10:30
C19/2 Track B

Ines Engelmann, Manuel Wendelin
FSU Jena, LMU München

Relevanzzuschreibung und Nachrichtenauswahl des Publikums im Internet. Ein faktorieller Survey zum Einfluss von Kommentarzahlen und Nachrichtenfaktoren

Im Beitrag wird der Einfluss von Kommentarzahlen auf die Relevanzzuschreibung und Nachrichtenauswahl von Internetnutzern untersucht und mit der Wirkung von Nachrichtenfaktoren verglichen. Publikumskenntzahlen im Umfeld von Nachrichtenbeiträgen stellen möglicherweise ein Äquivalent zur journalistischen Orientierungsfunktion dar. Dies hätte Konsequenzen sowohl für die normative Bewertung der journalistischen Selektion generell als auch für die Entscheidung darüber, ob solche Webmetriken öffentlich sichtbar sein sollten.

Pablo Jost, Marcus Maurer

Johannes Gutenberg Universität Mainz

Jede Meinung zählt? Zum Einfluss der Argument-Qualität von Nutzerkommentaren in Online-Nachrichtenangeboten auf die Einstellungen der Leser

Indem sie mit ihrer Infrastruktur eine Plattform bieten, eröffnen die Onlinepräsenzen der traditionellen Massenmedien den einst passiven Lesern die Chance auf einen diskursiven Austausch, in dem einzig die Überzeugungskraft der Argumente zählt. Nutzerkommentare ergänzen journalistische Texte, erweitern deren Interpretationsrahmen und bergen das Potenzial, Meinungen und Einstellungen der Leser zu beeinflussen. Offen bleibt, ob bei einer möglichen Einstellungsänderung die Qualität der Argumente Gewicht hat, wie es vor dem Hintergrund eines deliberativen Anspruchs wünschenswert wäre, oder Kommentare als oberflächlicher Schlüsselreiz wirken. In mehreren Experimenten werden die *Tendenz (UV1)* sowie die *Argument-Qualität (UV2)* fiktiver Nutzerkommentare manipuliert und deren Wirkung auf die Einstellungen zum Thema eines neutralen Artikels gemessen. Im ersten Experiment können wir eine Wirkung positiver und negativer Kommentare auf die Einstellung der Probanden nachweisen. Eine höhere Argument-Qualität verstärkt diesen Effekt nur bei stark involvierten Probanden. Ergebnisse derzeit laufender Experimente mit zusätzlichen Variationen der Argument-Qualität werden diskutiert.

Franziska S. Roth, Carina Weinmann, Frank M. Schneider,
Tanja Krämer, Frederic R. Hopp, Peter Vorderer

Universität Mannheim

Politische Talkshows als Instanzen der Politikvermittlung? Drei Studien zur Rolle der Unterhaltungserfahrung in der Einstellungsbildung

Das vorliegende Abstract präsentiert drei Studien zu politischen Talkshows. Davon ausgehend, dass dieses Format im Schnittpunkt von Unterhaltung und Information („Infotainment“) anzusiedeln ist, steht die Frage im Mittelpunkt, welche Rolle die Unterhaltungserfahrung von Zuschauer/-innen bei der politischen Einstellungsbildung durch Talkshows spielt. Theoretisch verknüpfen die Arbeiten das sozialpsychologische Affekt-Infusion-Modell (Forgas, 1995, 2002a, 2002b) mit dem medienpsychologischen Zwei-Prozess-Modell von Unterhaltung (z. B. Vorderer & Reinecke, 2012). Eine explorativ ausgerichtete Telefonbefragung ergab, dass politische Talkshows zwei Formen von Unterhaltung (hedonisch und nicht-hedonisch) ermöglichen. In zwei Experimenten zeigte sich, dass diese beiden Formen sich unterschiedlich auf die Informationsverarbeitung und Einstellungsbildung bei der Rezeption auswirken: Je nach Form des Unterhaltungserlebens variieren sowohl Offenheit als auch Tiefe der Informationsverarbeitung. Die Studien zeigen damit, dass bei der Nutzung von Infotainment-Sendungen eine auf Lernen und Verstehen ausgerichtete Form der Unterhaltung gegenüber einer an purem „Spaß“ orientierten Form im normativen Sinne durchaus positive Folgen haben kann.

Chair der Sitzung: **Klaus Kamps**, Hochschule der Medien Stuttgart

C3: PERSPEKTIVEN AUF ÖFFENTLICHKEIT – FUNKTIONEN UND DISKURSE

9:00 – 10:30
C10/11.02 Track C

Helena Stehle, Klaus Spachmann
Universität Hohenheim

**Funktionen von Journalismus und PR in der Kommunikationswissenschaft.
Ein Vergleich theoretischer „Settings“**

Der Blick, den Forschung und Wissenschaft auf kommunikationswissenschaftliche Handlungsfelder in der Praxis richtet, prägt mit, wie diese wahrgenommen und welche Erwartungen an sie gerichtet werden – von Seiten der Wissenschaft, von Dritten z. B. aus Gesellschaft und Politik und von Akteuren im Handlungsfeld selbst. Die Forschung zu Journalismus und Public Relations (PR) stellt somit ein Bezugssystem, wenn es um die Frage geht, welche Normen und Erwartungen an diese beiden einflussreichen Handlungsfelder herangetragen werden. Dies betrifft vor allem die Frage, welche Rolle Journalismus und PR (implizit oder explizit) zugeschrieben wird.

Der vorliegende Beitrag untersucht, auf welche wissenschafts- und erkenntnistheoretischen Grundlagen, welche Perspektiven und Verständnisse Journalismus- und PR-Forschung zurückgreifen, wenn sie die Funktionalität und Rolle von Journalismus und PR und das Verhältnis zueinander in den Blick nehmen. Dabei betrachtet er gezielt funktionale Denkschulen und Ansätze, die beide Bereiche prägen und enge Bezüge zu ihrem jeweiligen Handlungsfeld aufweisen.

Christian Strippel
Freie Universität Berlin

„Rettungsfolter“ in der Diskussion. Ein Vergleich der öffentlichen und juristischen Kommunikation über Rechtsfragen

Fragen nach Recht und Unrecht stellen sich aus aktuellen Anlässen heraus und ziehen häufig öffentliche Kontroversen nach sich. Vor diesem Hintergrund stellt sich nun die Frage, wie die Diskrepanz zwischen der öffentlichen bzw. veröffentlichten Meinung einerseits und der „herrschenden Meinung“ im Rechtssystem andererseits zustande kommt. Im Vortrag soll dazu auf eine Untersuchung der Diskussion um den Rechtsfall Daschner zurückgegriffen werden. Nach der Entführung und Ermordung eines Kindes im Februar 2002 wurde in Deutschland anhand dieses Falls die Frage nach der Legitimität so genannter „Rettungsfolter“ diskutiert (Lamprecht, 2009). Im Rahmen einer standardisierten Inhaltsanalyse wurden 480 Beiträge aus sechs Tages- und vier Wochenzeitungen sowie 20 Beiträge aus zehn juristischen Fachzeitschriften untersucht.

Nicole Podschuweit, Thomas Roessing
Universität Erfurt, Johannes Gutenberg-Universität Mainz

Haustürwahlkampf in Deutschland. Eine empirische Analyse am Beispiel des Wahlkampfes zur Thüringer Landtagswahl 2014

Während des Bundestagswahlkampfes 2013 hat der – in den USA schon lange übliche und gut erforschte – Haustürwahlkampf in Deutschland besondere Aufmerksamkeit erregt. Das nimmt die vorliegende Studie zum Anlass, empirisch fundierte Antworten auf grundlegende Fragen zum Haustürwahlkampf in Deutschland zu geben. Die Untersuchung beruht auf zwei Teilstudien: einer qualitativen Befragung mit den Landesgeschäftsführern von CDU, SPD, Linken, Grünen und FDP im Vorfeld der Landtagswahl 2014 in Thüringen und einer quantitativen Online-Befragung von am Haustürwahlkampf beteiligten Direktkandidaten und freiwilligen Helfern der Parteien. Die Befunde zeigen, dass die Parteien, zum Teil gestützt auf wissenschaftliche „Wählerpotenzialanalysen“ recht erfolgreich Menschen zuhause kontaktieren. Dabei begegnen speziell die freiwilligen Helfer besonders oft ihnen bereits bekannten Personen, was – bereits seit The People's Choice bekannt – die Persuasionswirkung deutlich erhöht. Insgesamt ermöglichen die beiden Studien einen Vergleich der Erwartungen der Parteien mit der Praxiserfahrung der Haustürwahlkämpfer.

Chair der Sitzung: **Simone Huck-Sandhu**, Hochschule Pforzheim

9:00 – 10:30
C10/11.03 Track D

D3: VERANTWORTUNG IN DER STRATEGISCHEN KOMMUNIKATION

Anne Linke, Stefan Jarolimek
Universität Leipzig, Johannes Gutenberg-Universität Mainz

Interdependente Moralen – Verantwortungsrelationen zwischen Kommunikator und Rezipient, zwischen Individuum, Organisation und Gesellschaft

Der Begriff „Verantwortung“ nimmt in der PR-Wissenschaft und -Praxis eine zentrale Rolle ein, nicht zuletzt in der Debatte um gesellschaftliche unternehmerische Verantwortung oder CSR. Theoretisch fundiert wird er dabei selten, was nicht zuletzt an dessen Komplexität scheitert. Aufbauend auf einigen wenigen bereits vorliegenden Modellen und theoretischen Beschreibungen aus anderen Fachdisziplinen zu Verantwortungsdimensionen, rückt dieser Beitrag die Verantwortungsrelationen zwischen Individuum, Organisation und Gesellschaft in den Vordergrund. Es wird argumentiert, dass es zwischen diesen Ebenen wichtige Interdependenzbereiche gibt, die sowohl zu Rollenwechseln zwischen Verantwortungsobjekt und -subjekt als auch zu widerstreitenden Interessen führen. Ziel der Autoren ist es dabei, einen

medienethisch begründeten Referenzrahmen im Sinne eines Mehrebenenkonzeptes für die Verantwortungskommunikation von Unternehmen und ihren Umwelten auf den Mikro-, Meso- und Makro-Ebene zu entwickeln.

Jens Seiffert
Universität Leipzig

Die Diffusion von Verantwortung im öffentlichen Diskurs – Parasitismus als organisationale Überlebensstrategie

Unter Verantwortung wird gemeinhin die Verpflichtung verstanden, für etwas Geschehenes einzustehen. In der modernen Organisationsgesellschaft (vgl. Schimank 2001) stößt die Zuschreibung von Verantwortung – wer also für Geschehenes die Verantwortung zu tragen hat – allerdings an eine systemische Grenze. Organisationen sind in der Lage im Rahmen des öffentlichen Diskurses die Verantwortung für Fehlentwicklungen auf Personen abzulenken. Der vorliegende Beitrag zeigt anhand einer systematischen Inhaltsanalyse der Zeitungs- und Zeitschriftenberichterstattung über zwölf ausgewählte DAX-30-Konzernen zwischen 2007 und 2010, wie diese die Verantwortungszuschreibung in öffentlichen Vertrauenskrisen auf Personen – vor allem ihre eigenen Mitglieder – ablenken. Der Untersuchung liegen 185.000 Zeitungs- und Zeitschriftenartikel zugrunde, die im Rahmen einer Vollerhebung auf Vertrauensfaktoren im Sinne der Theorie des öffentlichen Vertrauens hin untersucht wurden.

Ulrike Röttger
WWU Münster

Strategische Kommunikation als Agent der Befähigung?! Potenziale des Capability-Ansatzes für die kommunikationswissenschaftliche Forschung zu strategischer Kommunikation

Bislang hat sich die deutschsprachige Kommunikationswissenschaft im Allgemeinen und die Forschung zur strategischen Kommunikation im Speziellen nur am Rande mit dem Thema Gerechtigkeit befasst. Dies verwundert insofern, als dass Fragen der Verteilungs- und Beteiligungsgerechtigkeit eng mit der Legitimierungsfunktion des Kommunikationsmanagements verbunden sind.

Um diese Lücke zu schließen, wählt der vorliegende Beitrag als zentralen Referenzpunkt den prominenten, auf Fragen der Gerechtigkeit ausgerichteten Capability Approach (CA) (Sen 1993; Nussbaum 1999 u. 2006) und geht der Frage nach, inwieweit Capabilities ein Grundbegriff einer kommunikationswissenschaftlichen Forschung zu strategischer Kommunikation, die sich explizit mit Fragen der Gerechtigkeit im Kontext der Her- und Bereitstellung von Kommunikationsangeboten im Kontext öffentlicher Kommunikation befasst, darstellen können.

Chair der Sitzung: **Swaran Sandhu**, Hochschule der Medien

David Johann, Katharina Kleinen-von Königslöw, Sylvia Kritzinger, Kathrin Thomas
Universität Wien, Österreich

Der Einfluss der Medien- und Parteienkommunikation auf Wechselwähler

Lange Zeit hat die internationale Wahlforschung der Kommunikation im Wahlkampf recht wenig Bedeutung beigemessen, statt dessen galten Parteiidentifikation, soziale Gruppenzugehörigkeit und politische Prädispositionen als Schlüsselvariablen für die Erklärung der Wahlentscheidung. Angesichts einer wachsenden Zahl von Wählerinnen und Wählern, die ihre Parteipräferenz nicht nur von Wahl zu Wahl, sondern auch im Laufe einer einzigen Wahlkampagne ändern, geraten jedoch zunehmend kurzfristige Einflussfaktoren wie die Parteien- und Medienkommunikation in den Blick. Der vorgeschlagene Beitrag überprüft daher den kurzfristigen Einfluss von Medien- und Parteienkommunikation auf Parteipräferenzen mit einem integrativen Design, indem er eine standardisierte Inhaltsanalyse der Medienberichterstattung mit einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung im Rolling-Cross-Section-Panel-Design verknüpft. Auf diese Weise kann er am Fall der letzten österreichischen Nationalratswahl 2013 zeigen, dass insbesondere die direkte Parteienkommunikation Wählerinnen und Wähler dazu bewegt hat, innerhalb des Wahlkampfes zu einer bestimmten Partei zu wechseln.

Judith Lohner
Universität Hamburg

Europäisierte Erinnerung, europäisierte Öffentlichkeit? Die journalistische Berichterstattung zum 20. Jubiläum der „Europäischen Wende“

Der Beitrag befasst sich mit der theoretischen wie empirischen Analyse von Formen, Entstehungsbedingungen und Entwicklungsgraden europabezogener bzw. europäisierter journalistischer Erinnerung als bislang in der Forschung vernachlässigte Dimension europäisierter Öffentlichkeiten und Identitäten. Vorgestellt wird ein theoretisches Analysemodell, das die Europäisierung von Erinnerungsöffentlichkeiten – und der journalistischen Erinnerung als ein Teil davon – als kontext- bzw. ereignisabhängigen, pluralen, graduellen Prozess innerhalb der übergeordneten Europäisierung von Öffentlichkeit beschreibt und vier Dimensionen von kommunikativen Verdichtungen unterscheidet. Darauf aufbauend präsentiert der Vortrag Ergebnisse einer standardisierten Text- und Bildinhaltsanalyse, die den derzeitigen Europäisierungsgrad der journalistischen Berichterstattung zum 20-jährigen Jubiläum der „Europäischen Wende“ (d.h. der demokratischen Umbruchbewegungen in den Staaten des Warschauer Pakts in den Jahren 1989-1991) in deutschen und französischen Qualitätstageszeitungen untersucht.

Matthias Berg
Universität Bremen

Die Mediatisierung sozialer Beziehungen – Muster kommunikativer Vernetzung bei berufsbedingter Mobilität

Die diesem Vortrag zugrundeliegende Studie betrachtet den Arbeitsmarkt als eine zentrale Triebfeder alltäglicher wie außeralltäglicher Mobilitäten. Aus der daraus resultierenden geografischen Verstreuung von Heimat-, Lebens- und Arbeitsorten ergibt sich eine Vielzahl von Herausforderungen – in kommunikativer Hinsicht insbesondere was den Erhalt sozialer Beziehungen (z. B. Partnerschaft, Familie, Freunde) angeht. Im Zentrum steht demnach die Frage nach spezifischen Mustern der Aneignung digitaler Medien wechselseitiger Kommunikation zur Aufrechterhaltung sozialer Beziehungen in von beruflicher Mobilität geprägten Lebensphasen.

Die Präsentation der Ergebnisse dieser qualitativen Untersuchung von 22 berufsmobilen Personen erfolgt entlang von vier grundlegenden Dimensionen: 1) der systematischen Beschreibung von Mobilitätsformen (Umzugs-, Vari- und Pendelmobilität), 2) Strukturen und 3) Praktiken kommunikativer Vernetzung sowie 4) Prozess- bzw. Transformationsmustern kommunikativer Mobilität. Insgesamt wird so deutlich, dass lokale Mobilität im Sinne physischer Bewegung und kommunikative Mobilität im Sinne translokaler Konnektivität als auf einer Ebene befindlich betrachtet werden müssen.

Chair der Sitzung: **Andrea Czepek**, Jade Hochschule Wilhelmshaven / Oldenburg / Emsfleth

F3: WERTE UND NORMEN ALS FORSCHUNGSGEGENSTÄNDE UND LEITBILDER

9:00 – 10:30
C20/3 Track F

Die Kommunikationswissenschaft versteht sich als empirisch-analytische Wissenschaft, die dem Postulat der Werturteilsfreiheit verpflichtet ist. Diese Wissenschaftsperspektive übersieht jedoch leicht, dass Werte und Normen die Kommunikationswissenschaft durchaus und unvermeidlich prägen. So ist z.B. das Konzept der Öffentlichkeit seit jeher stark normativ aufgeladen. Das Panel adressiert daher Normativität in der Kommunikationswissenschaft aus theoretischer und methodischer Perspektive, zeigt die Relevanz einer Analyse der expliziten und impliziten Verweise auf Werte und Normen auf und diskutiert die Möglichkeiten eines Praxistransfers.

Mit Beiträgen von Kathrin F. Müller, Liane Rothenberger & Annika Sehl (Zur Bedeutung und Relevanz von Werten und Normen: Zugänge und Theoriebezüge), Stephanie Geise, Katharina Kleinen-von Königslöw, Cordula Nitsch & Christina Schumann (Normativität auf der Spur: Methodische Herausforderungen bei der Analyse von Werten und Normen in der Kommunikationswissenschaft), Senta Pfaff-Rüdiger, Claudia

FREITAG
15.05.2015

Riesmeyer, Cornelia Wallner & Arne Freya Zillich (Werte normen, Normen werten? Werte und Normen theoretisch und praktisch relevant in der Kommunikationswissenschaft) und Ulrike Klinger & Melanie Magin (Über Netzwerke und Forschungspraxis).

Chair der Sitzung: **Barbara Thomaß**, Ruhr-Universität Bochum

9:00 – 10:30
C20/4 Sonderfenster

SF3: VOLLVERSAMMLUNG NACHWUCHS

Die Nachwuchsvollversammlung ist das oberste beschlussfassende Organ des kommunikations- und medienwissenschaftlichen Nachwuchses. Sie tagt einmal jährlich und dient dem Austausch über die Nachwuchsarbeit in der DGPK. Nachwuchssprecher/innen und Nachwuchskommission berichten und diskutieren dort mit den Teilnehmer/innen über bisherige und geplante Aktivitäten. Die diesjährige Vollversammlung dient unter anderem zur Vorbereitung der bevorstehenden Neuwahl der Nachwuchssprecher/innen. Vorschläge zur Tagesordnung können alle Interessierten im Vorfeld per Mail an die NachwuchssprecherInnen schicken. Zur Vollversammlung sind alle Nachwuchswissenschaftler/innen eingeladen, unabhängig davon, ob sie Mitglied der DGPK sind oder nicht.

Chairs der Sitzung: **Melanie Magin**, Johannes Gutenberg-Universität Mainz; **Sven Engesser**, Universität Zürich

10:30 – 12:00

KAFFEEPAUSE MIT FACHGRUPPENSITZUNGEN

10:40 – 11:10
C19/2

SITZUNG FG KOMMUNIKATIONS- UND MEDIENETHIK

10:40 – 11:10
C20/4

SITZUNG FG MEDIEN, ÖFFENTLICHKEIT UND GESCHLECHT

SITZUNG FG MEDIENÖKONOMIE

10:40 – 11:10
C20/3

SITZUNG FG REZEPTIONS- UND WIRKUNGSFORSCHUNG

10:40 – 11:10
C19/1

**BEGRÜSSUNG DER NEUEN MITGLIEDER DURCH DEN
VORSTAND**

Traditionell begrüßt der Vorstand alle seit der Mitgliederversammlung 2014 aufgenommenen neuen Mitglieder. Neben dem Kennenlernen werden bei diesem Treffen weitere Informationen gegeben und Fragen der Neumitglieder beantwortet.

11:00 – 11:30
Foyer
Hörsaalgebäude C20

SITZUNG AHG GESUNDHEITSKOMMUNIKATION

11:20 – 11:50
C20/3

SITZUNG AHG SPORTKOMMUNIKATION

11:20 – 11:50
C20/5

SITZUNG AHG WISSENSCHAFTSKOMMUNIKATION

11:20 – 11:50
C20/4

SITZUNG FG KOMMUNIKATIONSGESCHICHTE

11:20 – 11:50
C19/1

SITZUNG FG WERBEKOMMUNIKATION

11:20 – 11:50
C19/2

Peter Schuhmacher
Hochschule Darmstadt

Gerechtigkeit durch Kommunikation: Normativität in der indigenen comunicación propia in Cauca, Kolumbien

Die Aneignung von kommunikativen Ausdrucksmitteln spielt eine zentrale Rolle für die Selbstbehauptung und Identitätsstiftung indigener Gemeinschaften in Lateinamerika. Am Beispiel der im CRIC (Consejo Regional Indígena del Cauca) organisierten indigenen Gemeinschaften im Süden Kolumbiens lässt sich zeigen, in welchem normativen Rahmen eigene Formen der Kommunikation (comunicación propia) tradiert und weiter entwickelt werden. Anhand des Ansatzes von Christians et al. (Christians u. a. 2009) zu einer normativen Theorie der Medien wird geprüft, inwieweit westliche Konzepte von (alternativer) Kommunikation hier anwendbar sind. Grundlage der Untersuchung ist ein ethnografisches Vorgehen mit Interviews, Dokumentenanalyse und teilnehmender Beobachtung. Ansatzpunkt ist der Start des Studiengangs Comunicación propia intercultural an der vom CRIC betriebenen Universidad Autónoma Indígena Intercultural (UAIIN) in Popayán, bei dessen Entwicklung sich die beteiligten Gemeinschaften auch über die normativen Grundlagen ihrer Kommunikationspraxis verständigen mussten.

Marlen Bartsch
Freie Universität

Gleichberechtigung kultureller Werte durch EU-Rundfunkquoten? Ein deutsch-französischer Vergleich

Die EU-Rundfunkquoten der Audiovisuellen Mediendienste-Richtlinie zielen auf die Förderung der kulturellen Werte Europas und die Stärkung europäischer Produzenten. Der alle zwei Jahre veröffentlichte Bericht der Europäischen Kommission geht auf die erreichten und nicht erreichten Anteile der Mitgliedstaaten ein. Wie lässt sich jedoch ermitteln, ob das Ziel der Förderung der kulturellen Vielfalt erreicht wird?

Die Untersuchung analysiert mittels Dokumentenanalysen und Experteninterviews die Messung, Überprüfung und Erläuterung gegenüber der EU-Kommission der deutschen und französischen Rundfunkquoten. Ein Vergleich deutscher und französischer Akteure und Prozesse erweist sich insbesondere vor dem Hintergrund der annähernd gleichen Rundfunkquoten und unterschiedlichen medienpolitischen Systeme (zentral vs. föderal; verpflichtende Quoten vs. Soll-Bestimmung; Frankreich als Verfechter der „kulturellen Ausnahme“) als aufschlussreich. Die Ergebnisse weisen darauf hin, dass unterschiedliche Auslegungen der Begriffsbestimmungen zu statistischen Verzerrungen führen. Zudem tragen die Rundfunkquoten weniger zu einer kulturellen Vielfalt als vielmehr einer Förderung des nationalen Kulturguts bei. US-amerikanische Sendungen prägen in beiden Ländern das nicht-europäische Programmangebot.

Martin Krieg, Melanie Magin, Franziska Pröll

ZDF Digital Medienproduktion GmbH Mainz, Johannes Gutenberg-Universität Mainz

Verräter, Held, Familienmensch. Mediale Wertevermittlung am Beispiel der Gedenktagsberichterstattung über das Hitler-Attentat vom 20. Juli 1944 – eine Langzeitanalyse (1954-2014)

Medien spiegeln bis zu einem gewissen Grad die in der jeweiligen Gesellschaft vorherrschenden Wertvorstellungen wider. Die vorliegende Studie untersucht wie das Hitler-Attentat vom 20. Juli 1944 über die vergangenen 60 Jahre hinweg in der deutschen Presse dargestellt wurde (1). Zudem wird den Fragen nachgegangen, ob es Hinweise auf einen Zusammenhang zwischen der Berichterstattung über den 20. Juli 1944 und dessen Wissensstand (2) sowie seine Bewertung durch die Bevölkerung (3) gibt? Um diese Annahmen zu prüfen, geht die vorliegende Mehrmethodenstudie in zwei Schritten vor: Den ersten Schritt bildet eine quantitative Inhaltsanalyse der Berichterstattung in sechs Zeitungen jeweils einer Woche vor und nach dem 20. Juli 1944 in den „runden“ Gedenkjahren. Im zweiten Schritt werden den inhaltsanalytischen Befunden Umfragedaten des Instituts für Demoskopie Allensbach gegenübergestellt, die Auskunft darüber geben, wie stark der 20. Juli 1944 in den vergangenen 60 Jahren im Bewusstsein der Bevölkerung verankert war und wie er bewertet wurde. Auf dieser Basis lassen sich zwar keine Kausalitäten, wohl aber Zusammenhänge zwischen Medieninhalten und Bevölkerungswissen bzw. -bewertungen untersuchen.

Chair der Sitzung: **Thomas Birkner**, Universität Münster

Claudia Wilhelm
Universität Erfurt

„Das macht doch jeder.“ – Die Einstellung zu digitaler Piraterie und die Nutzung von Online-Videoplattformen

Der Beitrag präsentiert Ergebnisse einer empirischen Studie zum Zusammenhang zwischen wahrgenommener Verbreitung digitaler Piraterie, Einstellungen zu digitaler Piraterie und Medienindustrie, Nutzungsfaktoren und der Zahlungsbereitschaft für Online-Video-Angebote. Es wird angenommen, dass sowohl Kosten-Nutzen-Erwägungen als auch subjektive Normen und Einstellungen die Wahl von Online-Video-Angeboten beeinflussen. Zur empirischen Prüfung wurde im Rahmen einer Online-Befragung (n = 292) ein Choice-Based-Conjointdesign zur Ermittlung der Zahlungsbereitschaft mit einer direkten Abfrage der Einstellungs- und Nutzungsvariablen kombiniert. Die auf dieser Datenbasis geschätzten Strukturgleichungsmodelle zeigen u.a., dass eine positive Einstellung die Zahlungsbereitschaft negativ beeinflusst, während häufige Parallelnutzung zu einer Erhöhung der Zahlungsbereitschaft führt.

Teresa K. Naab
Universität Augsburg

„Das gehört verboten!“ Einflüsse auf die Bereitschaft zur Regulierung von Medieninhalten bei Facebook-Nutzerinnen und -Nutzern

In den Sozialen Medien können die (Prod-) User Verantwortung durch ihre Beteiligung an einer normativen Selbstregulierung der Medieninhalte übernehmen. Dadurch bekommen die Einschätzungen von Nutzenden Relevanz, die keine institutionalisierte Ausbildung über die Bedeutung der Meinungsfreiheit und ihre Grenzen erhalten haben. Sie sind es, die über extreme, rechtlich fragwürdige oder schlicht unliebsame Kommunikationsinhalte mitentscheiden. In einer standardisierten Befragung von 265 Facebook-Usern wurde untersucht, welche Merkmale und Einstellung beeinflussen, ob User eigene Regulierungsmaßnahmen gegen einen Facebook-Inhalt unternehmen würden und eine Kontrolle von anderen Stellen erwarten. Die Mechanismen hinter der Zustimmung zu Regulierungsmaßnahmen für unliebsame Inhalte auf Facebook – und evtl. grundsätzlich in den Sozialen Medien – scheinen andere zu sein als die Forschung zu traditionellen Medien nahelegt. Auch scheinen die Mediennutzenden Unterschiede zu machen, je nachdem wer sich für die Regulierung verantwortlich zeichnet. Damit zeigt der Beitrag ein neues Forschungsfeld auf, dessen Ergebnisse Einfluss auf die aktuelle Debatte über die Potenziale nutzerseitiger Selbstregulierung nehmen.

Ulrike Roth
Westfälische Wilhelms-Universität Münster

Teilhabe verwirklicht – Arbeitsteilung bestätigt. Digitale Teilhabe und Geschlechterverhältnisse im Alltag von heterosexuellen Paaren

Im Zentrum des Vortrags steht die Frage nach digitaler Teilhabe und Gerechtigkeit. Dabei wird argumentiert, dass der (häusliche) Alltag einen bedeutenden Kontext für die Entstehung und Aushandlung digitaler Teilhabe darstellt und daher in der Forschung stärker in den Blick genommen werden muss. Zwar lassen sich heute zwischen Männern und Frauen kaum noch Unterschiede in Häufigkeit und Dauer der Internetnutzung feststellen. Dies bedeutet allerdings nicht, dass Geschlechterverhältnisse für die Internetnutzung irrelevant geworden sind. Anhand empirischer Befunde aus einer qualitativen Panelstudie zur Internetaneignung von (heterosexuellen) Paaren wird gezeigt, wie über die Integration des Internets in den (häuslichen) Alltag einerseits Teilhabe entsteht. Andererseits ist insbesondere der Alltag von Paaren mit Kindern von einer überraschend deutlichen geschlechtsgebundene Arbeitsteilung geprägt, die sich auch in ihrer Internetnutzung widerspiegelt. Der Vortrag nimmt die sozialen Herstellungsprozesse von Geschlecht im Zusammenhang mit der Aneignung des Internets in den Fokus und diskutiert deren Bedeutung für digitale Teilhabe.

Chair der Sitzung: **Carsten Winter**, HMTM Hannover

C4: GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG VON MEDIEN UND JOURNALISMUS

12:00 – 13:30
C10/11.02 Track C

Hardy Gundlach, Martin Gennis
Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Fakultät Design, Medien, Information

Wer sind die Gatekeeper der Konvergenzmedien?

Der Beitrag geht der Frage nach, ob die Medienkonvergenz neue Gatekeeper schafft und falls ja, welche Meinungsmacht oder welchen Einfluss die neuen Gatekeeper auf die Meinungsbildung haben. Deshalb werden im Rahmen des Beitrags vermeintlich meinungsmächtige Unternehmen der Konvergenzmedien untersucht; dies sind z. B. die relativ jungen Konzerne der Internetwirtschaft wie Google Inc., Apple Inc., Facebook Inc. oder Amazon.com Inc., aber ebenso die etablierten Medienkonzerne z. B. des Rundfunks und der Presse. Ziel ist eine wissenschaftliche Klassifizierung und Datenbasis, die über den potenziellen Einfluss der Unternehmen auf die freie, individuelle und öffentliche Meinungsbildung in der Demokratie Auskunft gibt. Die Klassifizierungen und Daten sollen eine kontinuierliche Berichterstattung zum qualitativen Beitrag sowie zu den Macht- und Risikopotenzialen der Konvergenzmedien innerhalb der freien, individuellen und öffentlichen Meinungsbildung ermöglichen. Welche Daten dafür relevant sind, darüber soll der Beitrag der Autoren Auskunft geben.

Philipp Weichselbaum
Johannes Gutenberg-Universität Mainz

Durchsetzungsformen politikjournalistischer Macht

Der Diskurs um journalistische Verantwortung findet seine Ursache in den potenziellen Wirkungen journalistischer Berichterstattung. Unter den Stichworten Macht, Einfluss, oder vierte Staatsgewalt ist sie wiederholt Gegenstand einschlägiger Literatur gewesen. Trotzdem hat es bislang keine nachhaltige Diskussion über die Verantwortung des politischen Journalismus gegeben. Das liegt daran – so die These des Beitrags – dass es an einem Narrativ fehlt, vor dessen Hintergrund Einzelfälle wie auch Facetten des Einflusses im allgemeinen diskutiert werden können. Ein solches Narrativ bietet eine Macht-Theorie des politischen Journalismus. Unter Bezugnahme auf den Tagungs-Schwerpunkt journalistische Verantwortung wird diese Theorie-Lücke aufgegriffen und am Beispiel des Politikjournalismus eine Theorie der Durchsetzungsformen politikjournalistischer Macht entwickelt. Das erfolgt mit Bezug auf Heinrich Popitz' soziologischer Studie Phänomene der Macht (1992). Im Gegensatz zu den Macht-Theorien Hannah Arendts, Michel Foucaults und anderer, bietet Popitz' Theorie den für den vorliegenden Zusammenhang sinnvollsten Ausgangspunkt, nämlich die Frage, wie sich Macht – hier: politikjournalistische Macht – durchsetzen kann.

Isabel Winkler
Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt

Gesellschaftliche Verantwortung deutscher Medienunternehmen: Selbstbild und Fremdwahrnehmung in der öffentlichen Kommunikation

Bisher liegen nur vereinzelt Erkenntnisse über die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung von Medienunternehmen vor. Mit diesem Beitrag sollen die Ergebnisse eines Projektes präsentiert werden, mit dem die Maßnahmen und Instrumente von Corporate Social Responsibility (CSR) und Corporate Citizenship (CC) in fünf deutschen Medienunternehmen eruiert wurden (Wahrnehmung von Verantwortung), diese Maßnahmen und Instrumente auf ihre Darstellung in CSR-Berichten und Pressemitteilungen überprüft wurden (Selbstbild) und untersucht wurde, welches Fremdbild durch die journalistische Berichterstattung über die Maßnahmen dieser Medienunternehmen geschaffen wurde (Kommunikation von Verantwortung).

Theoretisch basierte die Untersuchung auf der Unterscheidung der zwei Organisationssysteme Medien und Journalismus und der daraus resultierenden Differenzierung der Aufgaben und Verantwortungen sowie der Strukturierungstheorie von Giddens, um die Zusammenhänge, die auf (Mikro-), Meso- und auf Makroebene bestehen, empirisch handhabbar zu machen. Dabei wurde triangulativ gearbeitet, Dokumentenanalyse und Leitfadengespräche sowie Inhaltsanalysen wurden sachlich und zeitlich aufeinander bezogen. Es können erste Ergebnisse präsentiert werden.

Chair der Sitzung: **Marco Dohle**, TU Dortmund

D4: INDIVIDUUM UND GESELLSCHAFT – HEURISTIKEN UND WERTVORSTELLUNGEN

12:00 – 13:30
C10/11.03 Track D

Silke Fürst
Universität Fribourg, Schweiz

Die gesellschaftliche Moralisierung der Mediennutzung

Medien prägen nicht nur unsere gesellschaftlichen Moral- und Wertvorstellungen, sondern sind selbst mit Moral- und Wertvorstellungen belegt. Zum einen gibt es mit der Einführung jedes neuen Mediums einen öffentlichen Diskurs darüber, welche Angebote wertvoll oder im Gegenteil schädlich sind (vgl. etwa die Beiträge in Kümmel et al. 2004). Zum anderen gibt es auch bei den Rezipienten eine „Ordnung der Medien“ (Jarren 2008, S. 332), die als Alltagsheuristik wichtige von weniger wichtigen Medien unterscheidet und zum kollektiv geteilten Wissen einer Gesellschaft gehört. Jarren nimmt an, dass dieses Wissen „unabhängig von einer konkreten Nutzung bei Einzelnen oder Gruppen“ vorhanden ist, betont aber zugleich, dass es zur genaueren Erschließung dieser Ordnung empirischer Forschung bedürfe (ebd.).

Dieser Beitrag führt die bestehende Forschung zu gesellschaftlichen Wertvorstellungen bezüglich Medien und Mediennutzung systematisch zusammen (1.), zeigt deren Bedeutung und Anschlussfähigkeit an bestehende Problemstellungen auf (2.) und wirft abschließend Fragen für die weitere Forschung auf (3.).

Carina Weinmann, Peter Vorderer
Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, Universität Mannheim

Der normative Wert politischer Unterhaltung: Ein Modell zur Verbindung deliberativer Demokratietheorie und medienpsychologischer Unterhaltungstheorie

Der vorliegende Beitrag widmet sich der theoretischen Verknüpfung deliberativer Demokratietheorie und medienpsychologischer Unterhaltungstheorie im Kontext politischer Mediennutzung. Im Hinblick auf Deliberation in den Medien und auf Seiten von Mediennutzer/-innen stützt sich das vorgeschlagene theoretische Modell dabei auf die Forschung zu medienvermittelter Deliberation sowie „deliberation within“ (Goodin, 2000, 2003), einem neueren Konzept zu deliberativen Denkprozessen innerhalb eines Individuums. Zur Konzeptualisierung der Unterhaltung bei der Nutzung (politischer) Medienangebote werden Zwei-Prozess-Modelle herangezogen. Diese unterscheiden zwei verschiedene Formen von Unterhaltungserleben, welche jeweils mit unterschiedlichen Informationsverarbeitungsweisen assoziiert sind (z. B. Vorderer & Reinecke, 2012). Im Kontext der vielfach beschriebenen fortschreitenden Entertainisierung politischer Berichterstattung eröffnet das vorgeschlagene Modell theoretische wie empirische Perspektiven für die beiden bislang getrennt existierenden Forschungsbereiche von Deliberation und Unterhaltung.

Caroline Roth-Ebner
Alpen-Adria-Universität Klagenfurt, Österreich

Der effiziente Mensch und die „Technologien des Selbst“

Der Beitrag beschäftigt sich mit der durch digitale Medien geprägten Arbeitswelt und deren Einfluss auf das soziale Handeln der Arbeitenden. Aus den Ergebnissen einer eigenen Studie kristallisierte sich der Idealtypus des „effizienten Menschen“ heraus. Dieser strebt nach einer effizienten Gestaltung seiner Arbeit, um ein Maximum an Aufgaben bewältigen zu können, und richtet sein Handeln und Tun danach aus. Digitale Medien sind seine Werkzeuge, um Arbeit effizient zu planen, zu koordinieren bzw. zu organisieren, zu evaluieren und zu archivieren. Dieser Idealtypus entspricht auch den Merkmalen des „unternehmerischen Selbst“ (Bröckling 2007), das die alleinige Verantwortung für sein Tun übernimmt und sich scheinbar freiwillig den Mechanismen des Marktes unterwirft. Der Beitrag diskutiert die (Selbst-)Regierung dieses effizienten Menschen im Sinne des Konzeptes der Gouvernamentalität (Foucault 1996) und wirft die Frage auf, wer außer dem Subjekt die Verantwortung für die Ökonomisierung des Selbst zu übernehmen hat.

Chair der Sitzung: **Sabine Trepte**, Universität Hohenheim

12:00 – 13:30
C10/14.01 Track E

E4: POLITIKVERMITTLUNG DURCH SATIRE

Katharina Emde, Helmut Scherer
Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover

Die „Tagesschau“ in satirischer Verpackung? Eine vergleichende Inhaltsanalyse zur Themenselektion der politischen Nachrichtensatire „heute Show“

Im Setting einer Nachrichtensendung liefert politische Nachrichtensatire wie die heute-Show eine satirische Auseinandersetzung mit aktuellen Ereignissen, und simuliert damit klassische Informationsangebote optisch wie inhaltlich. Vor diesem Hintergrund analysiert die vorliegende Studie die Selektionskriterien politischer Nachrichtensatire und prüft insbesondere mögliche Intermedia-Agenda-Setting-Effekte durch klassische Nachrichtenangebote. Die quantitative Inhaltsanalyse von heute-Show und Tagesschau belegt mittlere bis starke Überschneidungen zwischen den thematisierten Issues beider Formate, die sich auf Intermedia-Agenda-Setting durch die Tagesschau zurückführen lassen. Dabei greift die heute-Show in erster Linie Themen auf, die sich durch die Nachrichtenfaktoren Personalisierung, hohen institutionellen Einfluss und Deutschland als Ereignisort auszeichnen. Die Befunde deuten unter anderem darauf hin, dass politische Nachrichtensatire bevorzugt Issues thematisiert, für die aufgrund der Etablierung von Thema und Akteuren von ausreichendem Vorwissen beim Rezipienten ausgegangen werden kann. Dies ist nicht zuletzt deshalb hochgradig plausibel, da Satire ohne thematisches Vorwissen für den Zuschauer nur in begrenztem Maße funktionieren kann.

Patrick Rössler, Mira Schielke, Maximilian Hofer, Katharina Badenhausen, Katharina Ratzmann, Maxime Steuer
Universität Erfurt

Können Watchdogs gerecht sein? Sollen sie es? Von der Verantwortung politischer Satire für die Einstellungsbildung zur Politik – Eine Studie zur „heute-show“

Der Satiresendung „heute-show“ des ZDF wird häufig vorgeworfen, sie trage durch die negative Darstellung des politischen Geschehens zur Politikverdrossenheit der Zuschauer bei, womit sie Verantwortung dafür tragen würde, dass sich die Einstellungen zu Politik zum Schlechteren wenden. Andererseits besteht eine Rolle der heute-show genau darin, durch eine satirische Darstellung aktueller Ereignisse zur Kontrolle des politischen Systems beizutragen, ganz im Sinne einer „Watchdog“-Funktion des Journalismus. Der Vortrag widmet sich diesem Spannungsfeld anhand theoretischer Vorüberlegungen und einer empirischen Mehrmethodenstudie, die Zuschauer und Macher gleichermaßen in den Blick nimmt. Den Ergebnissen eines Prolonged-Exposure-Experiments zufolge bewerteten junge Erwachsene nach einer regelmäßigen Rezeption der heute-show die dargestellten Politiker negativer als zuvor. Da dieses Phänomen nicht für Institutionen und politische Strukturen beobachtet wurde, kann weniger von einer Förderung der Politikverdrossenheit, sondern eher einer Politikerverdrossenheit die Rede sein. Interviews mit den Machern verdeutlichten die sensible Balance des Spannungsfeldes aus „Watchdog“-Funktion und Unterhaltungsanliegen.

Tim Belke, Lea Meike Dabbert, Katarina Klingner, Juliane Lipp, Katja Walter, Philip Zengel, Jan Zesewitz, Sven Jöckel
Universität Erfurt, Westfälische Wilhelms-Universität Münster, Deutsche Sporthochschule Köln

Nichts zu lachen? – Kognitive Dissonanz bei Parteimitgliedern bedingt durch seriöse und satirische Kritik

Der vorliegende Beitrag untersucht Mechanismen der Reduktion von kognitiver Dissonanz bei der Konfrontation mit satirischer politischer Kritik im TV im Vergleich zu Reaktionen bei seriöser politischer Kritik. Im Vordergrund stehen dabei die Reaktionen von Parteimitgliedern, da gerade bei Parteimitgliedern eine hohe Parteineigung bzw. -identifikation angenommen werden kann, die eine wichtige Grundlage für die Entstehung kognitiver Dissonanz bildet. Empirische Grundlage der Studie bilden zwei Teilstudien mit Mitgliedern der SPD (N = 168) und der CDU (N = 145). Beide Studien wurden als zwei-Wellige Online-Erhebungen mit einfaktoriellem (satirisch-kritisch-seriös-kritisch-neutral) Experimentaldesign durchgeführt. Ergebnisse weisen auf ähnliche Reduktionsmechanismen bei satirischer wie auch bei seriöser Kritik hin.

Chair der Sitzung: **Gerhard Vowe**, Universität Düsseldorf

12:00 – 13:30
C20/3 Track F

**F4: ETHISCHE HERAUSFORDERUNGEN DER
KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFTLICHEN FORSCHUNG –
ANWENDUNGSFELDER, ANWENDUNGSRELEVANZ
UND PERSPEKTIVEN**

Gesellschaftlicher und medialer Wandel erzeugen neue forschungsethische Herausforderungen, mit denen sich die Kommunikationswissenschaft als Fach auseinander setzen muss. Im Gegensatz zu anderen Disziplinen besitzt unser Fach bislang weder festgeschriebene Leitlinien zum ethisch angemessenen Umgang mit Proband/innen und sensiblen Daten noch existieren prozedurale Bestimmungen. Daher ist es bislang kaum möglich, kommunikationswissenschaftliche Forschungsvorhaben aus ethischer Sicht begutachten zu lassen. Für die Professionalisierung des Faches ist dies aber unabdingbar. Im Panel wird daher diskutiert, in welchen Kontexten forschungsethische Fragen im Fach relevant sind und welche Kriterien und Vorgehensweisen sich zu ihrer Überprüfung und Sicherung formulieren lassen.

Beiträge von Katrin Döveling & Denise Sommer (Kommunikationswissenschaftliche Forschungsethik im digitalen Zeitalter: Fragen, Probleme, Lösungsansätze), Daniela Schlütz & Wiebke Möhring (Ethische Aspekte standardisierter (Online-)Befragungen), Nicole Podschuweit & Stephanie Geise (Ethische Maßstäbe verdeckter Beobachtungen) und Thomas Roessing (Sozialwissenschaftliche Experimente: Ethische Aspekte am Beispiel von Furcht erzeugenden Stimuli).

Chair der Sitzung: **Katrin Döveling**, Universität Leipzig

13:30

TAGUNGSENDE

Mittwoch	Schader-Stiftung
10:00 - 14:30	Sitzung: Vorstand
11:00 - 14:00	Pre-Konferenz: Mentoring: Vernetzung und Forschung
15:00 - 16:30	Sitzung: Vorstand, Fach- und Ad-hoc-Gruppen sowie Nachwuchs
	Sitzung: Herausgebergremium Publizistik
15:00 - 19:00	Tagungsanmeldung Mittwoch
17:00 - 19:30	Tagungsöffnung und Mitgliederversammlung
19:30	Get together im Brauhaus „Sitte“

ÜBERSICHT ZEITPLAN

Donnerstag	C19/1	C19/2	C10/11.02 mit * in C20/5	C10/11.03	C10/14.01	C20/3	C20/4
08:30-16:00	Tagungsanmeldung Donnerstag im Tagungsbüro der Hochschule Darmstadt						
09:00-09:15	Begrüßung und Eröffnung des Tagungsprogrammes durch die Moderator_innen in den Panel						
09:15-10:45	A1: Normativität in publizistischen Diskursen (Track A)	B1: Lernen aus Medien - Wissenszuwachs und Qualitätswahrnehmung (Track B)	C1: Neu-Justierung journalistischer Normen (Track C)	D1: Neue Perspektiven der Medienethik (Track D)	E1: Nutzungsstrategien und Mediensozialisation (Track E)	F1: Solidarität und Vertrauen in der digitalen Kommunikation (Track F)	SF1: 10 Jahre Gertrude-Joch-Robinson Mentoring Programm: eine Bilanz
10:45-11:15	Kaffepause und CvK: Nachwuchskaffee im Foyer Hörsaalgebäude C20						
11:15-12:45	A2: Verantwortung in der Kommunikation über Risiken (Track A)	B2: Kritik und Kompetenz als Dimensionen des Medienhandelns (Track B)	C2: Partizipatives Medienhandeln (Track C)	D2: Normativität in der Kommunikationswissenschaft (Track D)	E2: Effekte der Mediennutzung / DGPUK-Mitgliederbefragung zur Forschungstätigkeit (Track E)	F2: Publizistische Qualität im medialen Wandel - eine normativ begründete Standortbestimmung (Track F)	SF2: Familie und Wissenschaft
12:45-13:15	Sitzung FG Computervermittelte Kommunikation	Sitzung FG Soziologie der Medienkommunikation	Sitzung FG Mediensprache - Mediendiskurse*			Sitzung FG PR und Organisationskommunikation	Sitzung FG Methoden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
12:45-14:00	Mittagspause mit den Fachgruppensitzungen						
13:30-14:00	Sitzung FG Kommunikation und Politik	Sitzung FG Interkulturelle und Internationale Kommunikation	Sitzung FG Medienpädagogik*			Sitzung FG Journalistik/Journalismusforschung	Sitzung FG Visuelle Kommunikation
14:00-15:00	Transfer von der Hochschule Darmstadt zur Schader-Stiftung						
15:00-18:30	Plenum und Stehkonvente: In der Falle von Technologie und Ökonomie? Ort: Schader-Stiftung						
18:30-19:00	Preisverleihungen, Ort: Schader-Stiftung						
19:00	Abendveranstaltung, Ort: Schader-Stiftung						

ÜBERSICHT ZEITPLAN

Freitag	C19/1	C19/2	C10/11.02 mit * in C20/5	C10/11.03	C10/14.01	C20/3	C20/4
09:00-10:30	A3: Ethische Aspekte der medialen Repräsentation (Track A)	B3: Instanzen der politischen Meinungsbildung (Track B)	C3: Perspektiven auf Öffentlichkeit - Funktionen und Diskurse (Track C)	D3: Verantwortung in der strategischen Kommunikation (Track D)	E3: Mobilität und Transformation (Track E)	F3: Werte und Normen als Forschungsgegenstände und Leitbilder (Track F)	SF3: Vollversammlung Nachwuchs
10:30-12:00	Kaffeepause mit Fachgruppensitzungen						
10:40-11:10	Sitzung FG Rezeptions- und Wirkungsfor- schung	Sitzung FG Kom- munikations- und Medienethik				Sitzung FG Me- dienökonomie	Sitzung FG Medi- en, Öffentlichkeit und Geschlecht
11:00-11:30	Begrüßung der neuen Mitglieder durch den Vorstand im Foyer Hörsaalgebäude C20						
11:20-11:50	Sitzung FG Kommunikati- onsgeschichte	Sitzung FG Werbekommuni- kation	Sitzung AHG Sportkommuni- kation*			Sitzung AHG Gesundheitskommuni- kation	Sitzung AHG Wissenschafts- kommunikation
12:00-13:30	A4: Wertever- mittlung durch Medien (Track A)	B4: Aushandlung von Normen bei der Aneignung digitaler Medien (Track B)	C4: Gesell- schaftliche Verantwortung von Medien und Journalismus (Track C)	D4: Indivi- duum und Gesellschaft. Heuristiken und Wertvorstellun- gen (Track D)	E4: Politikver- mittlung durch Satire (Track E)	F4: Ethische Her- ausforderungen der kommunikations- wissenschaftlichen Forschung (Track F)	
13:30	Tagungsende						

NEU: KOMMUNIKATION UND MEDIEN



Rolf F. Nohr

Nützliche Bilder

Bild, Diskurs, Evidenz

Was ist ein *nützliches Bild*? Es zeichnet sich durch seine Medialität, seine diskursive Eingebundenheit und seine Funktionalität aus. Nützliche Bilder sind Bilder in Zirkulation. Es sind Bilder, die in einer spezifischen Weise als ‚wahr‘ verstanden werden. Diesen *Abdruck von Wahrheit*, ihre spezifische Evidenz, gewinnen sie auch durch ihre Herkunft. Nützliche Bilder eint ihre ursprüngliche *Entstehung* als und in epistemologischen Plausibilisierungen.

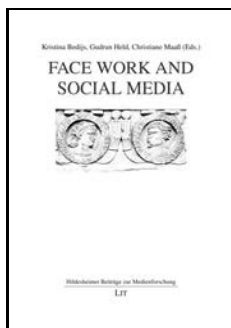
Medien'welten, Bd. 23, 2014, 496 S., 34,90 €, br., ISBN 978-3-643-12598-9

Alex Demeulenaere; Florian Henke;
Christoph Vatter (Hrsg.)

Interfaces franco-allemandes dans la culture populaire et les médias. Deutsch-französische Schnittstellen in Populärkultur und Medien

Dispositifs de médiation interculturels et formes de perception de l'Autre. Interkulturelle Vermittlungsprozesse und Fremdwahrnehmung

Populäre Kultur und Medien, Bd. 10, Herbst 2013, ca. 408 S., ca. 39,90 €, br., ISBN 978-3-643-12959-8



Kristina Bedijs; Gudrun Held;
Christiane Maaß (Eds.)

Face Work and Social Media

On platforms such as Facebook and Twitter, on message boards, in blogs and commentaries, in short: in the Social Media, users interact as if they knew each other personally. Malicious verbal behaviour is found next to clapping and kissing emoticons, both indicative of users' relational work strategies. This book presents seventeen papers on face work in Social Media – theoretical reflections as well as corpus-based studies – thus opening the way to rethink linguistic pragmatics in computer-mediated communication.

Hildesheimer Beiträge zur Medienforschung, vol. 2, 2014, 480 pp., 29,90 €, pb., ISBN-CH 978-3-643-90435-5

Petra Weber

Kulturjournalismus

Macher, Medien, Ausbildungswege

Journalismus: Theorie und Praxis, Bd. 20, Herbst 2013, ca. 200 S., ca. 19,90 €, br., ISBN 978-3-643-12097-7

LIT Verlag Berlin – Münster – Wien – Zürich – London

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

Der Unterschied beginnt beim Namen

wir sind den **Menschen** verpflichtet:
50 Millionen Kunden mit **50 Millionen** unterschiedlichen
Bedürfnissen. Deshalb verkaufen wir nicht einfach Finanzprodukte, sondern
erklären sie so, dass jeder sie versteht. Da, wo unsere Kunden
sind, da sind auch wir zu Hause. Deshalb bieten wir nicht
nur Sicherheit
für ihr Geld, sondern

Unterstützung für die ganze **Region**.

Als Finanzierungspartner Nr.1 fördern wir das Wachstum des
Mittelstands und einen Großteil der Existenzgründungen
in Deutschland: Das sichert Arbeitsplätze. Wir entwickeln
die **Lösungen**
von morgen, weil wir

an Sie und die **Zukunft** glauben. Schon heute haben wir
zum Beispiel die meistgenutzte **Finanz-App**. Erleben
Sie den Unterschied. Bei Ihrer Sparkasse vor Ort und
auf **www.sparkasse.de**

Wenn's um Geld geht - Sparkasse

Entdecken Sie mehr Unterschiede auf
www.sparkasse-darmstadt.de



Sparkasse
Darmstadt



60 Jahre Publizistik

Vierteljahreshefte für Kommunikationsforschung

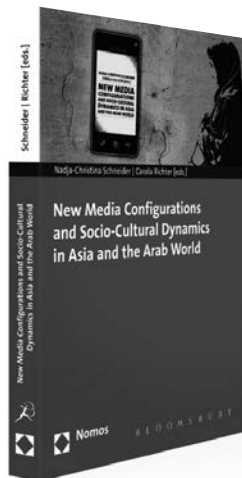
Die Zeitschrift Publizistik veröffentlicht Beiträge aus Theorie und empirischer Forschung zu allen Feldern der Kommunikationswissenschaft. Im Mittelpunkt stehen die Produktions-, Verarbeitungs- und Rezeptionsprozesse der durch die Massenmedien vermittelten Kommunikation. Die Konvergenz von Technik, Angeboten und Nutzung hat es mit sich gebracht, dass die verschiedenen Formen der computervermittelten Kommunikation und damit die Verschränkung von Massen- und Individualkommunikation an Bedeutung für das Fach gewonnen haben und entsprechend ihren Niederschlag in der Zeitschrift finden. Die Publizistik ist offen für alle theoretischen Ansätze und alle Forschungsmethoden.

60. Jahrgang 2015 – 4 Hefte jährlich. Ein kostenloses Probeheft erhalten Sie beim Verlag.

Springer VS
Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH
PUBLIZISTIK - Vierteljahreshefte für
Kommunikationsforschung
Abraham-Lincoln-Straße 46
65189 Wiesbaden

Springer Customer Service Center GmbH
Zeitschriften
tel +49 (0)6221 / 345 – 4303
fax +49 (0)6221 / 345 – 4229
springervs-service@springer.com
www.publizistik-digital.de

Aktuell bei Nomos



In cooperation with
**Bloomsbury
Academic**

New Media Configurations and Socio-Cultural Dynamics in Asia and the Arab World

Herausgegeben von Nadja-Christina
Schneider und Carola Richter

2015, ca. 250 S., geb., ca. 65,- €
ISBN 978-3-8487-1293-9

Erscheint ca. Juni 2015

www.nomos-shop.de/22622

Der Band untersucht sozio-kulturellen Wandel in Asien und der arabischen Welt vor dem Hintergrund von Mediatisierungsprozessen. Der Fokus der Beiträge liegt auf der Aneignung von Medien(technologien) innerhalb kontextspezifischer Strukturen, für die jeweils die lokalen Besonderheiten, aber auch die trans-lokalen Vernetzungen aufgezeigt werden.



Digitale Dämmerung

Die Entmaterialisierung
der Medienwirtschaft

Herausgegeben von Harald Rau

2014, 328 S., brosch., 59,- €
ISBN 978-3-8487-1149-9

(Reihe Medienökonomie, Bd. 7)

www.nomos-shop.de/22262

Der Tagungsband der Fachgruppe Medienökonomie in der DGPK nimmt mit der Entmaterialisierung die ebenso zentrale wie ungelöste Herausforderung aktuellen Marktgeschehens in den Blick. Enthalten sind Beiträge, die sich theoriegetrieben oder anwendungsorientiert mit dem Phänomen auseinandersetzen.

Bestellen Sie jetzt telefonisch unter 07221/2104-37.

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

Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer



Nomos



Jessica Einspänner-Pflock; Mark Dang-Anh; Caja Thimm (Hrsg.)

Digitale Gesellschaft – Partizipationskulturen im Netz

Im Zuge der Mediatisierung unserer alltäglichen Lebenswelt ergeben sich neue Möglichkeiten der Partizipation an gesellschaftlichen Prozessen. Insbesondere digitale Medien begünstigen das gemeinsame Aushandeln, Mitbestimmen und Gestalten unseres Alltags, der Politik, Wirtschaft und Kultur. Die Autorinnen und Autoren in diesem Band gehen der Frage nach, welche spezifischen Partizipationskulturen sich in den einzelnen Bereichen wie der Unternehmenskommunikation, dem Journalismus, der Politik oder bei Jugendlichen herausbilden und auf welche Weise sich diese Tendenzen als kennzeichnend für eine digitale Gesellschaft beschreiben lassen.

Bonner Beiträge zur Onlineforschung,
Bd. 4, 2014, 256 S., 24,90 €, br.,
ISBN 978-3-643-12109-7

Thomas Hensel; Britta Neitzel;
Rolf Nohr (Hrsg.)

„The cake is a lie“

Polyperspektivische Betrachtungen des Computerspiels am Beispiel von „Portal“
Medien'welten, Bd. 26, 2015, 384 S.,
34,90 €, br., ISBN 978-3-643-12996-3



Petra Weber

Hörfunkpraxis: Texte & Töne

Eine Anleitung

Es gilt das gesprochene Wort! Beiträge für den Rundfunk sind ausgerichtet auf den Vortrag, müssen der Dramaturgie des Hörens folgen, Texte mit Tönen verknüpfen, Information durch Beschreibung vermitteln. Dann entscheidet die Stimme über die Wirkung beim Publikum. Ein Handbuch, das journalistische Methoden mit Erkenntnissen aus Sprech- und Schauspiel Ausbildung kombiniert. Die Regeln des Radio-Berichts werden vermittelt zusammen mit Übungen für die Zwerchfellatmung. Das Nachrichtenschreiben wird mit der richtigen Betonung trainiert. Die Entwicklung des Stimm-ausdruckes hilft beim Verfassen von Kommentaren und Reportagen. Mit einer Einführung in die Tontechnik und Tipps für den Onlineauftritt. Empfehlenswert für angehende und fortgeschrittene Rundfunkjournalisten.

Red Guide, Bd. 10, 2014, 104 S., 9,90 €, br., ISBN 978-3-643-12096-0

Heinz-Dietrich Fischer Zentren und Peripherien der Kommunikations-Historie

Aspekte, Befunde und Interpretationen
Medien: Forschung und Wissen-
schaft, Bd. 36, Herbst 2013, ca. 248 S.,
ca. 39,90 €, br., ISBN 978-3-643-12852-2

LIT Verlag Berlin – Münster – Wien – Zürich – London

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

DARMSTADT **DGPuK** 2015

KONTAKT TAGUNGSPROGRAMM

Klaus-Dieter Altmeyden, Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt

Thomas Pleil, Hochschule Darmstadt

Lars Rinsdorf, Hochschule der Medien Stuttgart

Petra Werner, Fachhochschule Köln

Handbücher bei Springer VS

R. Fröhlich, P. Szyszka,
G. Bentele (Hrsg.)
Handbuch der Public Relations
Wissenschaftliche Grundlagen
und berufliches Handeln.
Mit Lexikon

3. überarb. u. erw. Aufl. 2015.
900 S. Geb.
ca. € (D) 79,99 | ca. € (A) 82,23 |
ca. *sFr 84,50
ISBN 978-3-531-17438-9



- Umfassender Überblick über den Stand der Forschung
- Mit Lexikonteil zur Erläuterung zentraler Begriffe
- In der 3. Auflage grundlegend überarbeitet und erheblich erweitert

A. Hepp, F. Krotz, S. Lingenberg,
J. Wimmer (Hrsg.)
**Handbuch Cultural Studies
und Medienanalyse**
Reihe: Medien • Kultur •
Kommunikation

2015, VIII, 453 S. Geb.
€ (D) 49,99 | € (A) 51,39 |
*sFr 53,00
ISBN 978-3-531-18347-3



- Medienanalyse: Zentrale Themenfelder und Begriffe im Überblick
- Entwicklung und Ertrag der Cultural Studies
- Kritische Reflexion grundlegender Positionen

G. Siegert, W. Wirth, P. Weber,
J. Lischka, Universität Zürich
(Hrsg.)
Handbuch Werbeforschung
2016. Etwa 510 S. Brosch.
ca. € (D) 49,95 | € (A) 51,35 |
* sFr 62,50
ISBN 978-3-531-17426-6



- Systematischer Überblick über das gesamte Forschungsfeld
- Renommierter Herausgeber und Autoren
- Gebrauchsanweisungen für die akademische Forschungspraxis

€ (D) sind gebundene Ladenpreise in Deutschland und enthalten 7% MwSt. € (A) sind gebundene Ladenpreise in Österreich und enthalten 10% MwSt.
Die mit * gekennzeichneten Preise sind unverbindliche Preisempfehlungen und enthalten die landesübliche MwSt. Preisänderungen und Irrtümer vorbehalten.

Jetzt bestellen: springer-vs.de