



UNIVERSITÄT
LEIPZIG

Jahresbericht 2018

Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft
an der Universität Leipzig

Impressum

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

www.kmw.uni-leipzig.de

Herausgeber Prof. Dr. Christian Pieter Hoffmann, Geschäftsführender Direktor

Layout Jan Reinholz

Das Institut 2018	5
Berufungen	8
Verabschiedungen	18
Professuren und Juniorprofessuren	21
Buchwissenschaft	21
Digitale Medienkultur	25
Empirische Kommunikations- und Medienforschung	31
Empirische Kommunikations- und Medienforschung mit dem Schwerpunkt Methodologie und Methoden	38
Journalismusforschung	52
Journalistik	62
Kommunikationsgeschichte	64
Kommunikationsmanagement	67
Kommunikationswissenschaft	79
Medienkompetenz und Aneignungsforschung	87
Medienwissenschaft und Medienkultur	93
Online-Kommunikation	98
Strategische Kommunikation	115
Tätigkeiten der Emeriti	133
Tätigkeiten der Honorarprofessuren	140
Promotionen	142
Studiengänge	147
B.A. Kommunikations- und Medienwissenschaft	147
B.A. Wahlfach Crossmedia-Journalismus	154

M.A. Kommunikations- und Medienwissenschaft	156
M.A. Communication Management	158
M.A. Journalistik/M.Sc. Journalismus	164
M.A. Global Mass Communication	168
Leipzig School of Media	171
ZMK – Zentrum für Medien und Kommunikation	174
mephisto 97.6	177
hochschultv.de	180
Karl-Bücher-Gesellschaft e.V.	182
Fachschaftsrat KMW	184

Geleit



Im nun ablaufenden Jahr 2018 durfte unser Institut einige Früchte des letztjährigen Reformeifers ernten. Der Master Kommunikations- und Medienwissenschaft startete im Sommer mit einem überarbeiteten und vereinheitlichten Aufnahmeverfahren, das eine größere Durchlässigkeit des Studiengangs ermöglicht. Den so ausgewählten Studierenden wurden zu Beginn des Wintersemesters die drei möglichen Vertiefungsrichtungen in Übersichtsveranstaltungen präsentiert. Neu steht es ihnen frei, den Master in seiner Breite zu studieren – oder sich auf einen der Themenbereiche Kommunikations- und Medienforschung, Medienkultur und Medienbildung oder Historische Kommunikations-, Medien- und Buchwissenschaft zu fokussieren.

Auch der vollständig neu aufgestellte Master Journalismus erlebte einen sehr erfolgreichen Start. Die zwanzig Studienplätze zum Wintersemester 2018/19 waren um das Fünffache überzeichnet. Aufgrund der hohen Qualität der Bewerbenden wurden schließlich 24 Studierende zugelassen. Erstmals wurde 2018 auch die „Karl-Bücher-Gastprofessur für die Zukunft des Journalismus“ besetzt – gleich zweimal. Das IfKMW freut sich sehr, dass Julia Bönisch, Mitglied der Chefredaktion der Süddeutschen Zeitung, und Constantin Blaß, Chefredakteur des Express (DuMont Mediengruppe), sich in der Journalistenausbildung unseres Instituts engagieren. Im kommenden Jahr wird schließlich das Team des Studiengangs durch die neu geschaffene Juniorprofessur Datenjournalismus ergänzt.

Das noch junge Double Degree Programm M.A. Global Mass Communication/M.Sc. Journalismus in Kooperation mit der Ohio University durfte einen weiteren Jahrgang im feierlichen Rahmen des US Konsulats in Leipzig verabschieden. Auch die verstärkte Verankerung der internationalen Kooperation im Master Communication Management fand Anerkennung: Anlässlich ihrer Festrede zum 50-jährigen Jubiläum

der Hong Kong Baptist University School of Communication hob Carrie Lam, Regierungschefin von Hong Kong, den hohen Wert der Kooperation der HKBU mit der Universität Leipzig und der Ohio University hervor – gemeinsam organisieren diese Universitäten drei „Capstone Classes“ pro Jahr, bei denen Studierende aller drei Standorte unter anderem im Rahmen einer Case Study eng zusammenarbeiten.

Jüngster und letzter Gegenstand der Leipziger Reformwelle ist nun unser Bachelorstudiengang Kommunikations- und Medienwissenschaft. Hier konnte bereits ein vielversprechendes Reformkonzept verabschiedet werden, das es gilt, im kommenden Jahr zu realisieren. Bereits sehr erfolgreich durchgeführt wird das ebenfalls reformierte Wahlfach Crossmedia-Journalismus, das neben dem traditionell stark verankerten Hörfunk auch audiovisuelle sowie digital-vernetzte und mobile Medien in einer praxisorientierten Ausbildung berücksichtigt. Das Leipziger Projekt „Hochschul-TV“ hat so auch eine neue Heimat im Rahmen des Wahlfachs finden können.

Die Erneuerung des Instituts zeigte sich auch dieses Jahr in personellen Entwicklungen. Wir freuen uns sehr, dass Dr. Veronika Karnowski für ein Jahr das Institut durch die Vertretung

der Professur für Online-Kommunikation tatkräftig unterstützt. Dr. Florian Mundhenke hat sich bereiterklärt, nach Leipzig zurückzukehren, um die Professur für Medienwissenschaft zu vertreten – auch dafür vielen Dank. Unser geschätzter Kollege Rüdiger Steinmetz hat sich nach einer freiwilligen Verlängerung seiner Tätigkeit am Institut dieses Jahr nun tatsächlich aus dem Dienst verabschiedet – wie wir hoffen: in den Unruhestand. Den Kolleg/innen Cornelia Wolf und Markus Beiler dürfen wir schließlich zur Ernennung zur außerplanmäßigen Professorin bzw. zum außerplanmäßigen Professor gratulieren.

Ein Höhepunkt des ablaufenden Jahres war zweifellos die erstmals seit vielen Jahren in Eigenregie organisierte Absolventenfeier – das Paulinum der Universität bot einen wunderschönen Rahmen für eine sehr stimmungsvoll-feierliche Verabschiedung der Absolvent/innen unseres Instituts. Anlässlich der Feier konnten wir der Öffentlichkeit auch die neue Alumni-Initiative des Instituts vorstellen: die Karl-Bücher-Gesellschaft e.V. Durch diesen neuen Verein wollen wir künftig die Absolvent/innen unserer Studiengänge enger an das Institut binden, sie über neue Entwicklungen am Institut informieren und vom Erfahrungsschatz unserer Alumnae profitieren.

Wie stets im Falle eines so großen und rührigen Instituts wie dem unsrigen seien damit nur einige wenige Höhepunkte aus dem vergangenen Jahr hervorgehoben. Die folgenden mehr als 100 Seiten geben darüber hinaus Einblick in die vielfältigen und spannenden Forschungsvorhaben der Kolleginnen und Kollegen und dokumentieren die beeindruckende Vielzahl wissenschaftlicher Präsentationen und Publikationen aus Leipzig. Ich für meinen Teil blicke daher mit Stolz auf das Jahr 2018 sowie mit Vorfreude auf das Jahr 2019. Leipzig ist derzeit ganz

zweifellos einer der spannendsten und dynamischen Standorte der Kommunikations- und Medienwissenschaft in Deutschland. Dafür bedanke ich mich sehr herzlich bei allen Kolleginnen und Kollegen, bei unseren Studierenden, allen Lehrbeauftragten, bei unseren Kooperationspartnern – und, nachdem Sie diese Schrift in Händen halten, damit auch bei Ihnen!

Prof. Dr. Christian Pieter Hoffmann
Geschäftsführender Direktor



Die diesjährige Absolventenfeier des Instituts für KMW im Paulinum der Universität Leipzig

Prof. Dr. Cornelia Wolf

Cornelia Wolf zur außerplanmäßigen Professorin ernannt



Prof. Dr. Cornelia Wolf wurde am 18. Mai 2018 von der Rektorin der Universität Leipzig, Prof. Dr. Beate A. Schücking, aufgrund ihrer Leistungen in Forschung und Lehre zur außerplanmäßigen Professorin ernannt.

Seit 2014 ist Cornelia Wolf Juniorprofessorin für Online-Kommunikation (mit Tenure Track) am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft, 2017 wurde sie positiv evaluiert. Aktuelle Forschungsschwerpunkte sind unter anderem Wissenschafts- und Innovationskommunikation von Unternehmen und Nonprofit-Organisationen, crossmediale, digitale und mobile Strategien von Organisationen, Medienwandel und Institutionalisierung digitaler Medien sowie multimediale Darstellungsformen, cross- und transmediales Storytelling für Corporate Media und im Journalismus. Professorin Wolf lehrt am Insti-

tut für Kommunikations- und Medienwissenschaft in den Masterstudiengängen Communication Management und Journalismus sowie im Bachelorstudiengang Kommunikations- und Medienwissenschaft zu Theorie und Praxis der strategischen Unternehmens- und Nonprofit-Kommunikation, der Theorie und Praxis des digitalen Journalismus sowie im Bereich der qualitativen und quantitativen Methoden der empirischen Kommunikationswissenschaft. Seit 2015 verantwortet sie die Internationalisierung und das Erasmus+-Programm des Instituts.

Cornelia Wolf studierte Diplom-Journalistik und Kommunikationswissenschaft mit den Nebenfächern Kultur- und Wirtschaftsgeographie, Politikwissenschaft und Soziologie an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt. Im Rahmen von Hospitanzen und freier Mitarbeit war sie u. a. bei der Abendzeitung Nürnberg, der Nürnberger Zeitung, Geo Saison, Focus Online, dem Bayerischen Rundfunk sowie dem ZDF tätig. Von 2009 bis 2014 arbeitete sie zudem als freie Mitarbeiterin in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie als Textchefin des Corporate Publishing Magazins des Evangelischen Siedlungswerks in Bayern (ESW).

Von 2009 bis 2014 war sie wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft (2009-2010) und am Lehrstuhl für Computervermittelte Kommunikation (2010-2014) der Universität Passau. Im Jahr 2014 promovierte sie an der Universität Passau (Prof. Dr. Ralf Hohlfeld) zur Institutionalisierung von mobilem Journalismus in Deutschland. 2013 erhielt sie den Preis für gute Lehre der Universität Passau sowie wissenschaftli-

che Auszeichnungen (2013) der Mass Communication Division der International Communication Association (ICA) und der Fachgruppe PR und Öffentlichkeitsarbeit der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPuK). Seit 2016 leitet sie die Redaktion von *Aviso*, dem internen Informationsdienst der DGPuK, und ist als Jurymitglied des Deutschen Preises für Onlinekommunikation tätig.

Prof. Dr. Markus Beiler

Markus Beiler zum außerplanmäßigen Professor ernannt



Juniorprofessor Dr. Markus Beiler wurde am 6. Juni 2018 von der Rektorin der Universität Leipzig aufgrund seiner Leistungen in Lehre, Forschung und akademischer Selbstverwaltung zum außerplanmäßigen Professor bestellt.

Prof. Dr. Markus Beiler ist Leiter der Studiengänge Master of Science „Journalismus“ am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig und Master of Arts „New Media Journalism“ an der Leipzig School of Media. Im Dezember 2013 war Mar-

kus Beiler zum Juniorprofessor für Journalismusforschung an der Universität Leipzig berufen worden; 2018 wurde er erfolgreich evaluiert. Von Oktober 2014 bis Februar 2016 hatte er eine befristete Universitätsprofessur für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien inne.

Er forscht empirisch mittels quantitativer und qualitativer Methoden der Kommunikationswissenschaft zu Journalismus und journalistischem Handeln unter den Bedingungen des durch technische Innovationen und

Digitalisierung sowie gesellschaftliche Veränderungsprozesse vorangetriebenen dynamischen Wandels von Medien und Kommunikation. Dies zielt sowohl auf Grundlagenforschung als auch auf aktuell für den Journalismus und die Gesellschaft relevante Fragestellungen und Herausforderungen. Zudem widmet sich Prof. Dr. Markus Beiler der wissenschaftsgeleiteten Weiterentwicklung der hochschulgebundenen Journalistenausbildung und dem Forschungs-Praxis-Transfer.

Federführend war Prof. Dr. Markus Beiler für die grundlegende Reform des journalistischen Masterstudiengangs an der Universität Leipzig verantwortlich: Im Master of Science „Journalismus“ lernen Studierende seit dem Wintersemester 2018/19, den digitalen Wandel des Journalismus zu begleiten, zu erforschen und mitzugestalten. Zum Wintersemester 2015/16 hatte Prof. Dr. Markus Beiler bereits die Lehrredaktion „Campus“ am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft zeitgemäß crossmedial aufgestellt und hierfür einen modernen Newsroom konzipiert und implementiert.

Mit weit über 100 angebotenen Lehrveranstaltungen auf allen curricularen Ebenen an sechs Hochschulen, fast 200 betreuten Abschlussar-

beiten und derzeit neun Promovierenden verfügt Prof. Dr. Markus Beiler über eine breite und langjährige Lehr- und Prüfungserfahrung in der Kommunikationswissenschaft und Journalistenausbildung.

Im Juli 2012 wurde Markus Beiler an der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover mit einer Dissertation zur journalistischen Leistung von Suchmaschinen zum Doktor der Philosophie auf dem Fachgebiet der Kommunikationswissenschaft promoviert. Vor seiner Berufung als Juniorprofessor für Journalismusforschung war er Wissenschaftlicher Mitarbeiter in einem DFG-Projekt des Instituts für Journalistik und Kommunikationsforschung Hannover und der Hochschule Hannover sowie Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig.

Markus Beiler hatte seit 1999 Medienmanagement am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der Hochschule für Musik und Theater Hannover mit dem Hauptfach Medienwissenschaft sowie den Nebenfächern Angewandte Kommunikationsforschung und Geschichte (Leibniz Universität Hannover) studiert und sein Studium 2003 als Diplom-Medienwissenschaftler abgeschlossen.

PD Dr. Veronika Karnowski

Vertretung der Professur für Online-Kommunikation



Das Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft begrüßt PD Dr. Veronika Karnowski, die im Wintersemester 2018/19 die Professur für Online-Kommunikation vertritt. Ihre Schwerpunkte in Forschung und Lehre liegen in den Bereichen der Nutzung und Alltagsintegration mobiler und sozialer Medien in verschiedensten Kontexten von Fragen der Gesundheitskommunikation über die Nachrichtendiffusion in sozialen Medien bis hin zum Stellenwert mobiler Medien im Kontext von Migration und Flucht.

Veronika Karnowski wurde 2008 an der Universität Zürich promoviert, mit einer Arbeit zu symbolischen Modellen der Handyanewinnung, und 2018 an der Ludwig-Maximilians-Universität München habilitiert, zum Thema Weiterentwicklung des Agenda-Setting-Ansatzes und der Diffusionstheorie im Kontext neuer Medienumgebungen. Seit 2002 war sie wissenschaftliche Mitarbeiterin und seit 2008 Studiengangskoordinatorin am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Ludwig-Maximilians-Universität München.

Veronika Karnowski ist seit 2013 Gründungs-Mitherausgeberin der SSCI-gerankten Zeitschrift *mobile media & communication*. Von 2015 bis 2017 war sie Chair der Interest Group *Mobile Communication* und Mitglied des Board of Directors der International Communication Association.

Aktuell arbeitet sie zum einen an Fragen der Nutzung und Aneignung mobiler Medien im Kontext der Gesundheitskommunikation, beispielsweise mit Blick auf das Diabetes-

Selbstmanagement im Rahmen des BMBF-geförderten Kooperationsprojekts „Effects of diabetes app use in chronic disease management – a Singaporean-German collaboration on empowerment for diabetes self-management“ gemeinsam mit Kolleginnen und Kollegen aus Singapur (NTU Singapore) und Deutschland (Universität Erfurt, LMU München). Zum anderen beschäftigt sie sich mit

Fragen der Nachrichtennutzung und -verbreitung in sozialen Medien, insbesondere im Rahmen des von 2014 bis 2018 durchgeführten Teilprojekts „Verbreitung und Austausch von Nachrichteninhalten im Social Web – Interaktion zwischen massenmedialen und interpersonalem Kommunikationsformen“ im Rahmen der DFG-Forschungsgruppe „Politische Kommunikation in der Online-Welt“.

Karl-Bücher-Gast-Professur für die Zukunft des Journalismus

Teil des Reformprogramms der journalistischen Ausbildung am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft ist die Einrichtung der „Karl-Bücher-Gastprofessur für die Zukunft des Journalismus“. Auf dieser lehren ab dem Wintersemester 2018/19 renommierte Journalistinnen und Journalisten aus der Praxis jeweils für ein oder mehrere Semester im neuen Masterstudiengang Journalismus.

Mit der Benennung der Gastprofessur wird der Gründer der Vor-Vorläufereinrichtung des heutigen Instituts für Kommunikations- und Medienwissenschaft geehrt. Der Nationalökonom Karl Bücher (1847-1930) hat im Jahr 1916 nicht nur die institutionalisierte Kommunikationswis-

senschaft im deutschsprachigen Raum begründet, sondern ist der erste Ordinarius, der eine theoretische wie praktische akademische Ausbildung von Journalisten an einer deutschen Universität verwirklicht hat.

Für das akademische Jahr 2018/19 wurden von der Rektorin mit Julia Bönisch und Constantin Blaß gleich zwei Chefredakteure auf die Gastprofessur berufen, die derzeit zu den führenden Gesichtern des digitalen Wandels des Journalismus in Deutschland zählen. Beide sind zudem in ihren Medienhäusern umfassend in der internen Ausbildung von Journalistinnen und Journalisten im Rahmen der Volontariatsprogramme engagiert.

Gastprofessorin Julia Bönisch



Julia Bönisch ist seit Mai 2018 Mitglied der Chefredaktion der Süddeutschen Zeitung in München. Zudem ist sie Chefredakteurin von SZ.de. Sie ist in diesen Funktionen für die digitale Weiterentwicklung von Deutschlands größter überregionaler Qualitätszeitung zuständig. Außerdem verantwortet sie sämtliche publizistische Aktivitäten der 110-köpfigen Onlineredaktion und die Strategieentwicklung und Umsetzung in Zusammenarbeit mit Verlag und Geschäftsführung.

Die Süddeutsche Zeitung erreicht täglich etwa 1,24 Millionen Leserinnen und Leser; die Auflage liegt bei knapp 300.000 Exemplaren. Der Chefredaktion der SZ gehören au-

ßerdem Kurt Kister, Wolfgang Krach und Heribert Prantl an.

Julia Bönisch wurde 1980 in Gelsenkirchen geboren. Sie studierte Diplom-Journalistik und Betriebswirtschaftslehre an der Universität Eichstätt-Ingolstadt und in Indiana, USA. Nach dem Studium reiste sie zwei Jahre lang für eine Entwicklungshilfe-Organisation durch die Welt und kam 2007 zu SZ.de. Dort begann sie als Redakteurin im Ressort Job & Karriere, wurde dann seitenverantwortliche Blattmacherin und im Jahr 2010 auch Chefin vom Dienst. In dieser Funktion betreute sie unter anderem die Implementierung eines neuen Redaktionssystems bei SZ.de.

Im Jahr 2012 wurde sie zur stellvertretenden Chefredakteurin sowie Leiterin des Großressorts Plus (u. a. Panorama, Kultur, Wissen) berufen. Im Januar 2017 wurde sie neben Stefan Plöchinger Chefredakteurin von SZ.de. Nach dessen Weggang zum Spiegel verantwortet sie das Angebot seit Oktober 2017 alleine.

Sie setzt insbesondere auf erklärenden, einordnenden Journalismus und treibt den Wandel der SZ von einem reinen Print-Haus hin zu einer digital denkenden Redaktion engagiert voran. Dabei setzt sie auf gute Schreiber, agile Methoden und dateninformiertes statt datengetriebenes Arbeiten.

Gastprofessor Constantin Blaß



Constantin Blaß ist seit Juni 2017 Chefredakteur des Express in Köln, der zur DuMont Mediengruppe gehört, eines der größten und traditionsreichsten Zeitungshäuser Deutschlands. Der Express betreibt gemeinsam mit dem Kölner Stadt-Anzeiger einen der modernsten digitalen Newsrooms einer deutschen Tageszeitung. Das Portal Express.de ist mit durchschnittlich über 20 Millionen Visits im Monat das reichweitenstärkste regionale Nachrichtenportal Deutschlands.

Constantin Blaß beschäftigt sich insbesondere mit der Weiterentwicklung des EXPRESS zu einer digitalen Marke mit der Arbeitsweise „Digital to Print“. Zudem widmet er sich dem

Ausbau der Kooperation zwischen EXPRESS und Kölner Stadt-Anzeiger (u. a. Entwicklung Newsroom, Change-Prozess, Etablierung Audience Development, Datenjournalismus und Bewegtbild). Hauptantrieb ist für den 37-Jährigen dabei, den Boulevard-Journalismus zukunftsfähig zu machen.

Blaß ist bei DuMont Teil des Projektteams zur Einführung eines datengetriebenen Multichannel-Redaktionssystems, das Inhalte in einem semantischen Netzwerk speichert und sie in einem Content-Hub verwaltet. Weiterhin ist er an der Überarbeitung des Volontärskonzepts der DuMont Mediengruppe beteiligt.

Von Januar 2016 bis Mai 2017 war Constantin Blaß stellvertretender Chefredakteur der Mitteldeutschen Zeitung (MZ) in Halle. 2014 war er als Leiter der Digitalen Redaktion der Mitteldeutschen Zeitung zur DuMont Mediengruppe gekommen. Blaß hat die MZ zum erfolgreichsten digitalen Nachrichtenportal Ostdeutschlands ausgebaut und die digitale Transformation der Medienmarke vorangetrieben.

Aus seiner Zeit bei der Mitteldeutschen Zeitung kennt Constantin Blaß den Ballungsraum Leipzig/Halle mit seinen Medienstudiengängen. Er war als Gastdozent an der Martin-

Luther-Universität Halle-Wittenberg im Masterstudiengang MultiMedia & Autorschaft“ tätig sowie bereits als Gastdozent am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Leipzig im Masterstudiengang Journalistik. Hier hat er ein Forschungsprojekt zur digitalen Entwicklung von Regionalzeitungen durchgeführt. Die Reform des journalistischen Masterstudiengangs hat er beratend unterstützt.

Vor seiner Zeit in Halle war Constantin Bläß gut drei Jahre als Leiter Inhalte Online beim General-Anzeiger in Bonn tätig. Davor war er bei der Nordwest-Zeitung in Oldenburg und den Ruhr Nachrichten in Dortmund im Print- und Digitalbereich beschäftigt und u. a. für die Weiterentwicklung der Redaktion zuständig.

Prof. Dr. Rüdiger Steinmetz

Universität-Professor (em.) für Medienwissenschaft und Medienkultur

Zum 31.03.2018 schied Rüdiger Steinmetz aus dem aktiven Universitätsdienst aus.

Er war 1992 einer der ersten neu-berufenen Professoren des gerade eingerichteten Instituts für Medien- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Leipzig. Er hat sich vielfach und in mehreren Funktionen um das Institut, die Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie und die Universität als Ganzes verdient gemacht. Rüdiger Steinmetz war unter anderem erster Geschäftsführender Direktor des Instituts in den Jahren 1993-1995, er war 1995 Gründer und erster Programmdirektor von *mephisto 97.6*, dem Lokalradio der Universität Leipzig. Darüber hinaus war er zeitweise Direktor des *ZMK – Zentrum für Medien und Kommunikation* und bis 2017 Studiengangverantwortlicher des Master-Studiengangs „New Media Journalism“ an der *Leipzig School of Media (LSoM)*. Darüber hinaus war er Gastprofessor an der Ohio University und der Scripps School of Journalism (Athens, USA) sowie an der University of Otago, Dunedin (Neuseeland). Seit 2010 ist

er gewählter Sachverständiger des Medienrats der *Sächsischen Landesanstalt für Privaten Rundfunk und Neue Medien (SLM)*.

Rüdiger Steinmetz hat mit Blick auf seine gesamte Vita stets angewandte (vor allem journalistisch fundierte) Medienpraxis und theoretisch-systematische Medienforschung auf vielfältige Weise verbunden. Geboren 1952 in Göttingen, war er nach dem Studium in Göttingen zunächst Volontär und dann Redakteur der *Braunschweiger Zeitung/Osteroder Kreis-Anzeiger*. 1979 wechselte er schließlich als Wissenschaftlicher Assistent an die die Hochschule für Fernsehen und Film (HFF) in München, wo er bis 1992 blieb. 1983 wurde er mit einer Arbeit zum „Studienprogramm des Bayerischen Rundfunks“ bei Otto B. Roegele an der LMU München promoviert. Nach einer 1992 abgeschlossenen Habilitation zum Thema „Freies Fernsehen. Kommerzialisierung und Rundfunkfreiheit im Verständnis der Adenauer-Regierungen“ an der Philipps-Universität Marburg wurde er dann im selben Jahr nach Leipzig berufen.

Im Bereich der Praxisanwendung sind vor allem seine zahlreichen Kooperationen zu erwähnen, die immer wieder Türöffner für Studierende gewesen sind, etwa *mephisto* als Sprungbrett für angehende Journalist*innen oder die Kooperation mit dem MDR, in dessen Magazin „kurz & gut“ am Lehrstuhl entstandene Filmarbeiten gezeigt wurden, die nicht selten erste Fingerübungen späterer Film- und Fernseh-Profis waren. Ab 2003 erschienen im Zweitausendeins-Verlag die von ihm konzipierten und umgesetzten Lehr-DVDs „Filme sehen lernen 1-3“, die ein interaktives und mit Beispielen veranschaulichtes Lernen von Filmpraxis und -analyse ermöglichen. Die Reihe wurde 2006 von der Bundesregierung mit dem Medieninnovationspreis honoriert.

Im Bereich der Medienforschung war er Mitinitiator und von 1999 bis 2007 Sprecher der DFG-Forschergruppe „Programmgeschichte DDR-Fernsehen – komparativ“ (Univ. Leipzig, Univ. Halle, HU Berlin, HFF Potsdam-Babelsberg) sowie Leiter des Teilprojekts „Dokumentarische Genres“ und Co-Leiter des Teilprojekts „Kulturpolitische Rahmenbedingungen“. Darüber hinaus hat er ein Projekt zur Erforschung des

Sächsischen Lokalfernsehens in der frühen Wendezeit angeschoben, wobei nach einer Pilotstudie das Unternehmen aktuell mit einer Tiefenstudie fortgesetzt wird. Zuletzt hat er sich intensiv mit dem Wirken des ersten deutschen Filmtheoretikers (und Leipziger Psychologie-Promovenden) Hugo Münsterberg beschäftigt. 2016 fand dazu in Zusammenarbeit mit der *IAMHIST (International Association of Media and History)* eine große internationale Tagung in Leipzig statt, deren Beiträge gerade im Leipziger Universitätsverlag unter seiner Herausgeberschaft erschienen sind („A Treasure Trove. Friend of the Photoplay – Visionary – Spy? New trans-disciplinary approaches to Hugo Münsterberg’s Life and Oeuvre.“) Daneben ist er Herausgeber der Reihe „Media Studien“ im selben Verlag.

Rüdiger Steinmetz ist mit seinen Vorhaben und Projekten stets ein offener Brückenbauer und Innovator gewesen, der journalistische Praxis und Forschung, Filmanalyse und Filmtheorie sowie hermeneutische und sozialwissenschaftliche Methoden kreativ verbunden hat. 2001 hat er in einer Vorlesungsreihe Praktiker*innen des jungen deutschen Films (unter anderem Andreas Dre-

sen und Hans-Christian Schmid) eingeladen und zu ihren Arbeitsweisen befragt. Dies war zugleich auch eine der ersten Leipziger Vorlesungen, die vollständig als Online-Filmreihe zur Verfügung gestellt wurde. Er hat damit Generationen von Studierenden geprägt und darüber hinaus die akademischen Karrieren von Absolvent*innen und Mitarbeiter*innen intensiv begleitet und gefördert. Auf einem Filmfestival äußerte sich einer seiner ehemaligen Studenten, der mittlerweile als Film-

produzent tätig ist, entsprechend: „Ich habe 1997 in Leipzig angefangen, irgendetwas mit Medien zu studieren, und hatte Bock auf Film und Fernsehen, aber wenig Ahnung. Durch die Vorlesungen und Seminare von Herrn Steinmetz wusste ich wenige Jahre später ziemlich genau, was ich machen wollte und auch in etwa wie ich das angehen konnte.“ Ein besseres Lob kann man einem engagierten Hochschullehrer kaum machen!

Buchwissenschaft

Prof. Dr. Siegfried Lokatis

Organisatorisches aus Wissenschaft und Forschung

Prof. Dr. Siegfried Lokatis - Funktionen am Institut: Vorsitzender des Prüfungsausschusses Master (KMW) und Magisterstudiengang; Ordentliches Mitglied der Historischen Kommission des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels; Kuratorium Haus des Buches; Beirat der Teubner-Stiftung; Gutachter der Fr. Thyssen Stiftung, der DFG, der Bundesstiftung zur Aufarbeitung der SED-Diktatur.

Vorbereitung des Bandes „Buchhandelsgeschichte der DDR“ der Historischen Kommission des Börsenvereins des deutschen Buchhandels.

Professur

Prof. Dr. Siegfried Lokatis

Wissenschaftliche Mitarbeiter

Dr. Uwe Maximilian Korn
(ab 01.08.2018)

Martin Hochrein
(M.A.) (01.01.-31.07.2018)

Patricia Blume (M.A.; Elternzeit)

Honorarprofessur

Hon.-Prof. Dr. Thomas Kahlisch

Sekretariat

Janine Hollmann

Doktoranden und Lehrbeauftragte (Drittmittel)

Dewi Yuri Cahyani, M.A., Dep. of Communication Studies, Universitas Udayana, Bali (Indonesien)

Vera Dumont, M.A.

Franziska Galek, M.A.

Kerstin Hohner, M.A.

Eyk Henze, M.A.

Martin Hochrein, M.A.

Xing Kuan. M.A., Beijing Normal University

Carmen Laux, M.A.

Melanie Mienert, M.A.

Karolin Schmahl, M.A.

Jana Weber, M.A.

Johanna Wurth, M.A.

Weitere Lehrbeauftragte

Dr. Thomas Glöß (Historische Satz- und Drucktechniken)

PD Dr. Thomas Keiderling (Buchhandel)

Frank Milschewsky (Jacoby & Stuart, Vertriebsleiter)

Dr. Olaf Schmidt (Feuilletonchef Der Sonntag)

Dr. Berthold Petzinna (Politisches Verlagswesen)

Karin Pietschmann (Grafik und Druckkunst)

Tobias Prüwer (kreuzer)

Dr. Ittai Tamari

Qualifikationen

Insgesamt wurden 8 Bachelorarbeiten und 9 Masterarbeiten abgeschlossen.

Aktuelle Forschungsprojekte

Buchhandel und Verlagswesen der DDR, Börsenverein des deutschen Buchhandels.

Das aschkenasische Buch. Gedruckte Hebraica 1512–1955. Eine

kommentierte typografiehistorische Bibliografie, Leitung Prof. Dr. Siegfried Lokatis und Dr. Ittai Tamari, Direktor des Zentralarchivs zur Erforschung der Geschichte der Juden in Deutschland, Förderung durch die Friede Springer Stiftung (seit 01.10.2017).

Zensurgutachten der DDR. Tagungsprojekt, 18.-20.9.2019 (Bundesstiftung zur Aufarbeitung der SED-Diktatur).

Publikationen (Auswahl)

Monografien und Herausgeberschaften

Sophie Kräußlich, Freya Leinemann, Siegfried Lokatis: Verlagsgeschichte im Prozess. Luchterhand im Dritten Reich. Stuttgart (Hauswedell) 2018.

Eyk Henze (Hrsg.): Flachware 4. Jahrbuch der Leipziger Buchwissenschaft. Stuttgart (Hauswedell) 2018. (u.a. mit Beiträgen von Martin Hochrein, Berthold Petzinna und Karolin Schmahl).

Keiderling, Thomas: Buchstadt im Aufbruch; Modernisierung und Umgestaltung der Buchbranchen; Themenfenster: Leipziger Verlage und Buchhandlungen des Jahres 1860; Buchstadt auf dem Höhepunkt. In: Geschichte der Stadt Leipzig, Band 3: Vom Wiener Kongress bis zum Ersten Weltkrieg, Hg. von Susanne Schötz, [zugl.: Geschichte der Stadt Leipzig. Von den Anfängen bis zur Gegenwart, Ausgabe in vier Bänden], Leipzig 2017, S. 49–55; 262–275; 592–599.

Keiderling, Thomas (Hg.): Lexikon der Medien- und Buchwissenschaft, 3. und letzter Band N–Z, Stuttgart: Hiersemann 2018.

Vorträge

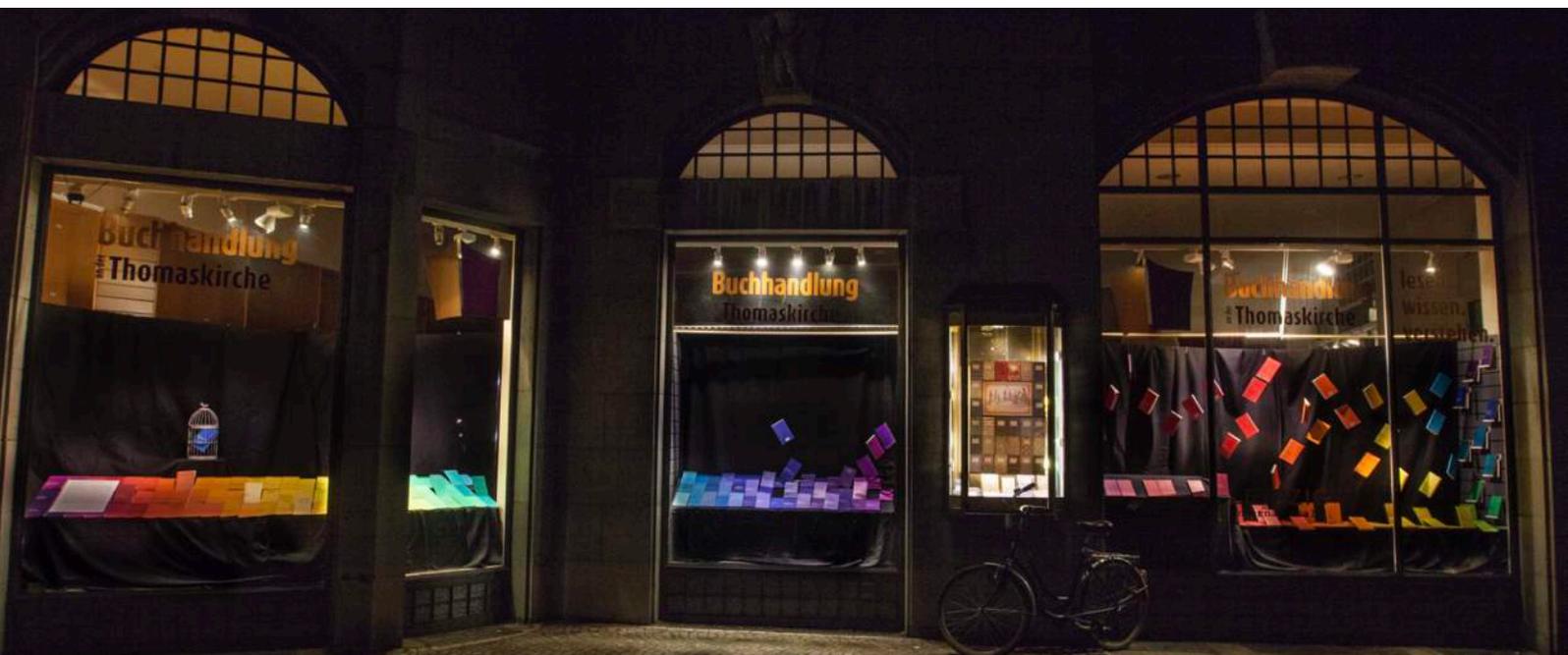
- Prof. Dr. Siegfried Lokatis: Sowjetische Literatur in der DDR. Vortrag im Michail Bulgakow – Museum, Moskau, 9.Juni 2018.
- Prof. Dr. Siegfried Lokatis: Vortrag „Forschungen zur Verlags- und Zensurgeschichte der DDR“, Kolloquium des Lehrstuhls für deutsche und europäische Geschichte des 19. bis 21. Jahrhunderts in Leipzig am 20.11.2018
- Keiderling, Thomas: Der Leipziger Verlag Bernhard Tauchnitz – ein Pionier des modernen Taschenbuches. Vortrag vor dem Leipziger Bibliophilen-Abend e. V. im Haus des Buches/Literaturhaus Leipzig am 04.09.2018
- Keiderling, Thomas: Modernisierungsschübe in den Leipziger Buchbranchen des 19. Jahrhunderts. Vortrag zum Tag der Stadtgeschichte 2018 im Neuen Rathaus Leipzig am 19.10.2018.
- Dr. Ittai Tamari: Im Archiv nicht vergessen. Vortragsreihe im Ariowitsch-Haus. (22.03.2018/21.04.2018)
- Dr. Ittai Tamari: Wegweiser durch das Judentum. Vortragsreihe im Ariowitsch-Haus. (15.10./12.11./10.12.2018)
- Uwe Maximilian Korn: Johann Valentin Andreaes Schriften im Dreißigjährigen Krieg, Konferenz „Der Dreißigjährige Krieg – Ereignis und Narration“, Klagenfurt (22.-23.05.2018)
- Uwe Maximilian Korn: Zu W.G. Sebalds „Nach der Natur“, Konferenz „Forcierte Form. Deutschsprachige Versepike im 20. und 21. Jahrhundert im europäischen Kontext“, 04.09.-06.09.2018
- Uwe Maximilian Korn: Die frühe Kritik an den Rosenkreuzern und ihre Bedeutung für Johann Valentin Andreaes Texte ab 1617, Kolloquium des Herzog-Ernst-Stipendienprogramms Gotha, 28.06.2018

Höhepunkte des Jahres 2018

- 04.01.18: „Leipzig lauscht“, der Rezensionsblog zum Lesefest „Leipzig liest“, ist neuerdings über das ganze Jahr aktiv.
- 09.03.18– 23.06.18: Flachware? Umschlagkunst in der DDR. Ausstellung in der Leipziger Stadtbibliothek.
- 13.03.-15.04.18: BuWision 2018. Bunte Buchwissenschaft. Die City-Ausstellung zur Buchmesse.
- 14.-18.03.18: Leipziger Buchmesse mit 14 Veranstaltungen.

- 24.04.18: Online Auftritt des Projekts: Das aschkenasische Buch. Gedruckte Hebraica von 1512 bis 1955: Eine kommentierte typografiehistorische Bibliographie.
- 16.06.18: Bloomsday im Bibliotop. The Book of Kells.
- 25.06.18: Die Goldene Hochzeit der Buchwissenschaft. 50 Jahre Institut für Verlagswesen und Buchhandel an der Universität Leipzig. Ausstellung und Zeitzeugengespräch mit Prof. Reimar Riese im Bibliotop.
- 27.06.18: Buchpräsentation „Luchterhand im Dritten Reich“ im Fürstenzimmer der Albertina. Die Verleger Georg Reuchlein und Florian Hiersemann im Gespräch mit Sophie Kräusslich, Freya Leinemann und Siegfried Lokatis.
- 11.09.18: BuWi-Abend im Beyerhaus.
- 15.09.-15.10.18: BuWision 2018 (2). Die Inselbücherei. Ausstellung zum Sammlertreff rund um die Nikolaikirche.
- 10.-14.10.18: Präsentation der Buchwissenschaft am Stand „Studium rund ums Buch“, Frankfurter Buchmesse.
- 13.11.18: BuWi-Stammtisch im Beyerhaus
1. bis 24. Dezember: Der Adventskalender der Homepage der Leipziger Buchwissenschaft präsentiert Verlegerbriefe.
- 03.12.2018 (Dies academicus): 75 Jahre Zerstörung des Leipziger Graphischen Viertels. Buchwissenschaftliches Kolloquium zur Erinnerung an die Bombennacht 03.12./04.12.1943: Die kostbaren kriegszerstörten Bände der Inselbücherei. Siegfried Lokatis im Gespräch mit Jens Förster (Bücherinsel) und Prof. Dr. Herbert Kästner.

Farben für den grauen Alltag, Ein Projekt der Leipziger Buchwissenschaft | Buchhandlung an der Thomaskirche (Photo: Ingmar Stange)



Digitale Medienkultur

Jun.-Prof. Dr. Sven Stollfuß



In Forschung und Lehre widmet sich die Juniorprofessur den aktuellen Transformationsprozessen durch digitale und Soziale Medien. Im Fokus stehen dabei die sich verändernden Rahmenbedingungen von Medien und Kommunikation im Zuge vernetzter und vor allem (gemeinschaftlich-)partizipativer Ausprägungsdynamiken. In der Weiterentwicklung theoretischer und methodischer Ansätze verbindet die Juniorprofessur medienkulturwissenschaftliche und sozialwissenschaftliche Perspektiven. Innerhalb der Studiengänge am IfKMW befasst sich J.-Prof. Stollfuß

vornehmlich mit Fragen der Medienkultur und Medienbildung im Kontext der Entwicklungen durch digitale und Soziale Medien sowie der Herausforderungen durch trans- und crossmediale Praktiken und Prozesse. Seit Oktober 2018 gehören die wissenschaftlichen Mitarbeiter Sven Knobloch und Peter Komarowski, die die Abläufe des Lokal- und Ausbildungsradios *mephisto 97.6* sowie das BA-Studienwahlfach „Crossmedia-Journalismus“ betreuen, und die wissenschaftliche Hilfskraft Jessica Rodrian zum Team der Juniorprofessur für Digitale Medienkultur.

Sven Stollfuß ist geschäftsführender Programmdirektor des Leipziger Lokal- und Ausbildungsradios *mephisto 97.6* und verantwortet zudem das Bachelor-Studienwahlfach „Crossmedia-Journalismus“. Ferner ist J.-Prof. Stollfuß gewähltes Mitglied im Vorstand der Gesellschaft für Medienwissenschaft e.V. (GfM), der mit über 1.200 Mitgliedern starken Fachgesellschaft für die Medienwissenschaft im deutschsprachigen Raum. Sven Stollfuß ist zusätzlich Mitglied bei NECS, dem European Network for Cinema and Media

Studies, Co-Sprecher der Arbeitsfachgruppe Partizipations- und Fanforschung in der Gesellschaft für Medienwissenschaft, Mitglieder in den Arbeitsgruppen Daten und Netzwerke sowie Open Media Studies (alle GfM) und koordiniert eine Arbeitsgruppe zu Methoden digitaler Medienforschung innerhalb der Fachgesellschaft für Medienwissenschaft. Überdies ist J.-Prof. Stollfuß Fachgutachter für den Deutschen Akademischen Austauschdienst (DAAD) im Fachbereich Kommunikations- und Medienwissenschaft sowie im PROMOS-Stipendienprogramm für den Bereich Kommunikations- und Medienwissenschaft.

In zwei gegenwärtigen Forschungsvorhaben befasst sich J.-Prof. Stollfuß mit den Auswirkungen digitaler und Sozialer Medien auf das Fernsehen in Deutschland bezüglich neuer Formen von „Social TV“. In einem weiteren Projekt widmet er sich neuen Ausprägungen einer partizipativen Medienkultur im Kontext sich verändernder Angebotsformen einer „Social Media-Unterhaltung“ auf Plattformen wie Facebook, YouTube und Instagram.

Professur

Jun.-Prof. Dr. Sven Stollfuß

Wissenschaftliche Mitarbeiter

Sven Knobloch, M.A. (seit 10/2018)
Peter Komarowski, B.A.
(seit 10/2018)

Wissenschaftliche Hilfskräfte

Thomas Roehl, B.A. (bis 07/2018)
Jessica Rodrian, B.A. (seit 10/2018)

Sekretariat

Katrin Goldmann

Aktuelle Forschungsprojekte

Netzwerk Fernsehen: Social TV, Multiplattform-Umgebungen und partizipative Medienproduktion

In einem seiner Forschungsprojekte befasst sich Sven Stollfuß mit den Auswirkungen digitaler Medien und (gemeinschaftlich-)partizipativer Praktiken im Umfeld neuer Mediennutzungsformen durch Social Software und Web 2.0 in Hinblick auf die damit verbundenen Veränderungen der medienkulturellen Form des Fernsehens in Deutschland. Die zunehmende Verschränkung von TV, Web und Social Media zieht Herangehensweisen nach sich, auf die in Wissenschaft wie Medienpraxis in durchaus unterschiedli-

cher Auffassung mit dem Begriff „Social TV“ reagiert wird. Die Harmonisierung der Logik Sozialer Medien mit der des Fernsehens durch die Zusammenführung von TV-Inhalten mit Plattformen wie Facebook, Twitter, YouTube etc. bedeutet nicht nur Veränderungen für die Distribution und Rezeption, sondern auch – und gerade – für institutionelle und produktionskulturelle Prozesse. Social TV als Teil einer Multiplattform-Medienumgebung läuft auf ein Projekt kollaborativer Gestaltung hinaus, indem das Verhältnis von Producer-Generated Content (PGC) und User-Generated Content (UGC) neu auszuloten ist. Die Studie untersucht diese Verschiebungen (1) unter Maßgabe einer Systematisierung der verschiedenen Erscheinungsweisen von Social TV in Deutschland sowie (2) unter Voraussetzung einer „Kultur partizipativer Medienproduktion“.

Partizipative Medienkultur und neue Formen von Social Media-Unterhaltungsangeboten

In einem weiteren Forschungsprojekt, das Sven Stollfuß gegenwärtig vorbereitet, sollen die sich verändernden medienkulturellen Praktiken in der computervermittelten Kommunikation auf Plattformen wie Facebook, Twitter und insbesondere Instagram untersucht werden. Dabei geht es zum einen um die spezifischen Faktoren in der computervermittelten Kommunikation (Editierbarkeit von Inhalten, Kontrollierbarkeit intendierter Adressierungsperspektiven, Zeit- und Aufmerksamkeitsmanagement) und deren Relevanz zwischen partizipativen Praktiken und Unterhaltungsformen in Sozialen Medien. Zum anderen geht es um die spezifischen partizipativen Kommunikationspraktiken innerhalb ausgewählter Communities in sozialen Netzwerken.

Publikationen

Beiträge in Journals, Fachzeitschriften und Bänden

- Stollfuß, S. (2018). Is This Social TV 3.0? On Funk and Social Media Policy in German Public Post-Television Content Production. *Television & New Media*, Online-First, DOI: 10.1177/1527476418755514.
- Stollfuß, S. (2018). Between Television, Web and Social Media: On Social TV, *About:Kate* and Participatory Production in German Public Television. *Participations: Journal of Audience & Reception Studies*, 15(1), 36–59.
- Stollfuß, S. (2018). Zwischen Stigmatisierung und Differenzierung. Krankheit in Filmen und Fernsehserien. *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 68(24), 36–40.
- Stollfuß, S. (2018). Multivariate Wissensorganisation. Zur Popularisierung medizinischen Wissens zwischen Wissenschaft und Populärkultur. In M.S. Kleiner & T. Wilke (Eds.), *Populäre Wissenschaftskulissen. Über Wissenschaftsformate in Populären Medienkulturen* (pp. 129–163). Bielefeld: transcript.
- Stollfuß, S. (2018). Open Access | Open Research | Open Knowledge. *Zeitschrift für Medienwissenschaft (Open Media Studies Blog)*, 11. Juli 2018, Web.
- Stollfuß, S. (forthcoming). *Sense8*, serielle Offenheit und Anschlusskommunikation in Sozialen Medien. In V. Cuntz-Leng, S. Einwächter & V. Fröhlich (Eds.), *Handbuch Serienfragmente*. Marburg: BÜCHNER.
- Zwei englischsprachige Aufsätze zu obigen Forschungsprojekten befinden sich derzeit im Peer Review-Verfahren bei internationalen Journals. Ein weiterer englischsprachiger Aufsatz, der in Vorbereitung auf das Projekt „Partizipative Medienkultur und neue Formen von Social Media-Unterhaltungsangeboten“ verfasst wird, ist in Bearbeitung.

Editionen

Gemeinsam mit J.-Prof. Dr. Judith Ellenbürger (Universität Hamburg), Dr. Kathrin Rothmund (Universität Bayreuth), Tobias Steiner (Universität Hamburg) und Felix Kirschbacher (Evangelische Akademie der Pfalz) hat J.-Prof. Stollfuß das Open Access Journal des Film- und Fernsehwissenschaftlichen Kolloquiums (FFK), *ffk journal* (www.ffk-journal.de), konzipiert. Das im Avinus-Verlag Hamburg erscheinende *ffk Journal* ist eine Fachzeitschrift für den wissenschaftlichen

Nachwuchs zur kritischen Reflexion und Weiterentwicklung film-, fernseh- und medienwissenschaftlicher Forschungsthemen. Die in diesem Jahr erschienene Heftnummer wurde herausgegeben von Dennis Basaldella, Sandra Ludwig, Aileen Pinkert, Henrik Wehmeier und David Ziegenhagen.

Tagungsbeiträge (peer reviewed)

- Stollfuß, S. (2018). *Fernsehen, Social Media und Multiplattformstrukturen*. Workshop Netzwerk Medienstrukturen „Das Konzept Mediensystem in Zeiten von Konvergenz und Digitalisierung“. Leipzig, Oktober 2018.
- Stollfuß, S. (2018). *Social TV und Formen partizipativer Produktion*. Jahrestagung der Gesellschaft für Medienwissenschaft (GfM), Siegen, September 2018.
- Stollfuß, S. (2018). *Television, Social Media and Audience Engagement*. Jahrestagung des European Network for Cinema and Media Studies (NECS), Amsterdam, Juni 2018.

Weitere Vorträge

- Stollfuß, S. (2018). *Dispositivanalyse als methodischer Ansatz zur Untersuchung rezenter Phänomene digitaler Medienkulturen*. Braunschweig, November 2018.
- Stollfuß, S. (2018). *Social TV 3.0. Partizipative Multiplattformproduktionen und Content-Netzwerke im Kontext des öffentlich-rechtlichen Fernsehens*. Leipzig, Januar 2018.

Vorträge / Tagungen

Gemeinsam mit Dr. Marcus Burkhardt (Universität Siegen) und Marie-Luise Shnayien (Universität Bochum) hat J.-Prof. Stollfuß in diesem Jahr den Workshop des „Forums für Digitalisierung und digitalen Kulturen“ der Gesellschaft für Medienwissenschaft e.V. (GfM) vom 06. bis 07. April 2018 an der Universität Leipzig organisiert. Den Auftakt des Workshops bildete ein Impulsvortrag von Prof. Dr. Gloria Meynen zu methodischen Herausforderungen digitaler Medienforschung. Im Anschluss an die damit verbundene Auftakt-diskussion bildeten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer drei Arbeitsgruppen, von denen J.-Prof. Stollfuß die Arbeitsgruppe „Methoden digitaler Medien-

forschung“ koordinierte. Im Zuge der Tätigkeiten über den Workshop hinaus sind weitere Arbeitsschritte besprochen worden (u.a. auf der Jahrestagung der Gesellschaft für Medienwissenschaft in Siegen) und J.-Prof. Stollfuß hat im Kontext der Aktivitäten in der Arbeitsgruppe zu einem methodischen Ansatz einen Vortrag an der HBK Braunschweig gehalten. Für das Jahr 2019 ist ein weiterer Workshop an der Universität Leipzig in Planung.

Empirische Kommunikations- und Medienforschung

Prof. Dr. Alexander Hagen Godulla



Die Professur für Empirische Kommunikations- und Medienforschung II wurde seit ihrer Neubesetzung im Oktober 2017 neu ausgerichtet. Sie versteht sich als interdisziplinär arbeitende Professur, die Themen unabhängig von ihrer Zugehörigkeit zu bestimmten Perspektiven und Ansätzen innerhalb der Kommunikationswissenschaft mit empirischen Fragestellungen verbindet. Einer ihrer aktuellen Forschungsschwerpunkte liegt in der durch Phänomene wie Digitalisierung, Globalisierung, Individualisierung, Mediatisierung und Ökonomisierung vorangetriebenen Transformation öffentlicher Kommunikation, konkreter in der Beschrei-

bung öffentlicher Kommunikation durch Modelle. Hinzu kommt die Betrachtung crossmedialer Strukturen im Journalismus und der strategischen Kommunikation. Weitere Themen bilden das transmediale Storytelling (insbesondere digitale Langformen) sowie Aspekte der visuellen Kommunikation. Das derzeit tätige Team besteht neben Professor Alexander Godulla aus Rosanna Planer und Katlin Maya Hiller. Rosanna Planer koordiniert den internationalen Studiengang Global Mass Communication, der von Professor Godulla geleitet wird. In ihrem Promotionsprojekt vergleicht sie die Produktionsroutinen digitaler Langformen im Journalismus in Deutschland, Großbritannien und den USA. Dabei wird sie von Katlin Maya Hiller unterstützt, deren Promotionsprojekt derzeit fächerübergreifend mit den American Studies (Professor Crister S. Garrett) entwickelt wird. Als Absolventinnen des Double Degree Studienganges bringen sie nicht nur ihre eigenen Erfahrungen von beiden Universitäten in die Programmkoordination mit ein, sondern sind nun auch die ersten Promovendinnen, die das Programm hervorgebracht hat. In der Lehre ist die Professur in allen Studiengängen des IfKMW vertreten.

Professur

Prof. Dr. Alexander Hagen Godulla

Wissenschaftliche Mitarbeiter

Dr. Benjamin Bigl (bis 11/2018)

Rosanna Planer, M.Sc./M.A.

(seit 07/2018)

Wissenschaftliche Hilfskräfte

Daniel Jahn, M.Sc./M.A.

(bis 09/2018)

Katlin Maya Hiller, M.Sc./M.A.

(seit 10/2018)

Lea Waskowiak, B.A.

(seit 10/2018)

Sekretariat

Sylvia Hellmuth

Aktuelle Forschungs-/Lehrforschungsprojekte

Double Degree Programm

Ein zentrales Projekt der Professur für Empirische Kommunikations- und Medienforschung II besteht in der Leitung und Koordinierung des Double Degree Programmes Global Mass Communication. Der Studiengang kooperiert gleichberechtigt mit dem Journalism-Master der E.W. Scripps School of Journalism der

Ohio University in Athens, Ohio und ermöglicht daher den Erwerb eines Doppelabschlusses (Global Mass Communication M.A./Journalism M.Sc.). Im August 2018 traten die vier aktuellen Drittsemester Nhi Le Vu Phung, Thomas Roehl, Sandra Westphal sowie Christoph Schlegelmilch ihr Auslandssemester an der Ohio University an, das sie im Dezember abschließen werden. Rosanna Planer besuchte die Kohorte im Rahmen eines Arbeitstreffens im Oktober. Parallel wurden an der Universität Leipzig zum Wintersemester erneut vier Studierende in das Programm immatrikuliert: Laura Camboni, Dana Abu Dayyeh, Alessandra Brüchner sowie Tugba Soybelli wurden im November gemeinsam mit ihren amerikanischen Kommilitonen Briana Ekanem, Elizabeth Weems, Sundas Zahra, Kyle Saunders und William Edwards im US-Generalkonsulat Leipzig feierlich begrüßt. In diesem offiziellen Rahmen fand zudem eine Zeugnisverleihung statt: Vier US-Studierende sowie drei Studierende der Universität Leipzig haben in 2018 ihre Masterarbeiten erfolgreich verteidigt und somit beide akademische Titel erlangt.



Beim feierlichen Empfang im US-Generalkonsulat in Leipzig erhielten (v.l.n.r.) Daniel Jahn, Lena Wiemer, Rosanna Planer, Peggy Strauchmann sowie Katlin Maya Hiller ihre Masterurkunden der Universität Leipzig sowie der Ohio University von Studiengangsleiter Prof. Dr. Alexander Godulla. Daniel Jahn war bis September 2018 als Wissenschaftliche Hilfskraft an der Professur tätig. Rosanna Planer und Katlin Maya Hiller sind aktuelle Mitarbeiterinnen.

Onlinekommunikation von Startups

Startups sind ein wichtiger Wirtschaftsfaktor und haben eine hohe Relevanz für Deutschland als Innovations- und Wachstumsstandort. Deshalb hat auch die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Startup-Unternehmen in den letzten Jahren deutlich an Bedeutung gewonnen. Insbesondere ökonomische Teilaspekte und unternehmerische Strategien werden dabei regelmäßig aufgegriffen und bearbeitet. Eine vergleichsweise untergeordnete Rolle spielt dagegen – in Wissenschaft wie Praxis – die systematische Analyse der strategischen Kommunikati-

on von Startups. Dabei ist gerade die externe Kommunikation mit Stakeholdern wie Investoren und (potenziellen) Kunden, aber auch die interne Kommunikation in den frühen Stadien der Institutionalisierung (Seed Stage, Startup Stage) sowie in der Wachstumsphase (Growth Stage) von hoher Relevanz für den Erfolg des Unternehmens. Ein gemeinsames Projekt der Professoren Alexander Godulla, Christian Hoffmann, Cornelia Wolf und Ansgar Zerfuß erfasst in einem ersten Schritt die Onlinekommunikation deutscher Start-Ups und untersucht dazu deren Kommunikation auf ihren Webseiten und in sozialen Netzwerken.

Pre-Conference zur DGPUK-Jahrestagung in Mannheim

Im Rahmen der Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPUK) organisierte Professor Godulla gemeinsam mit Professorin Cornelia Wolf und Professor Ralf Spiller (Macromedia Hochschule Köln) im Mai 2018 eine Pre-Conference zum Thema „Neue Theorien (in) der Kommunikationswissenschaft“. Rund 50 Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus Deutschland, Österreich, der Schweiz und Frankreich befassten sich während der eintägigen Konferenz mit der Weiter- und Neuentwicklung von Theorien und Modellen in der Kommunikationswissenschaft.

Strategische Kommunikation von Smart Citys

Selbstfahrende Autos, intelligente Häuser und digitale Bürgerbeteiligung: In vielen Städten werden derzeit Konzepte und Anwendungen für zukunftsfähige Smart Citys entwickelt. Doch die intelligente Stadt wird ohne die Akzeptanz und das aktive Mitwirken der in ihr lebenden Menschen kaum Wirklichkeit werden. Zusammen mit Professorin Cornelia Wolf wird in einem aus mehreren Modulen bestehenden empirischen Projekt untersucht, inwiefern von den verantwortlichen Organisationen strategische Akzeptanzkommunikation für neue Technologien in Städten betrieben wird. In einem ersten Schritt wurden Kenntnisse und Einstellungen von Bürgerinnen und Bürgern der Smart City Leipzig zu neuen Anwendungen erhoben.

Publikationen

Bücher

Planer, R. (2018). Digital Long-Forms: A Qualitative and International Approach to Evaluate the Efficiency of Production Processes of Digital Long-Forms. Unveröffentlichte Masterarbeit im Rahmen des Double Degree Studienganges M.A. Global Mass Communication (Universität Leipzig) und M.Sc. Journalism (Ohio University).

Editionen

- Godulla, A. & Wolf, C. (2018). Postfaktizität – der (neue) Kampf um die Wahrheit und die Kommunikationswissenschaft. Debatte in Aviso – Informationsdienst der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Debattenleitung: Müller, P./Denner, N. In Aviso 33(1), 3-12.
- Wolf, C. & Godulla, A. (2018). Das Ende der Demoskopie? Debatte in Aviso – Informationsdienst der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Debattenleitung: Leidecker-Sandmann, M. In Aviso 33(2), 3-11.

Beiträge in Journals, Fachzeitschriften und Bänden

- Godulla, A. (2018). Die Wahrheit ist niemals genug. 1993 öffnet der amerikanische TV-Sender Fox die X-Akten. In: M. Behmer (Hrsg.), Anno 18. Das Magazin der Medienjubiläen 6(1), 13. Online abrufbar unter https://www.uni-bamberg.de/fileadmin/uni/fakultaeten/split_faecher/kommunikationswissenschaft/Texte/Anno/Anno-18_Gesamt__Stand_2018-07-26_.pdf
- Godulla, A. (2018). Ein Mann macht Druck. Vor 550 Jahren stirbt Johannes Gutenberg in Mainz. In M. Behmer (Hrsg.), Anno 18. Das Magazin der Medienjubiläen 6(1), 156-157. Online abrufbar unter https://www.uni-bamberg.de/fileadmin/uni/fakultaeten/split_faecher/kommunikationswissenschaft/Texte/Anno/Anno-18_Gesamt__Stand_2018-07-26_.pdf
- Godulla, A. (2018). Rezension zu Capurro, R. (2017). Homo Digitalis. Beiträge zur Ontologie, Anthropologie und Ethik der digitalen Technik. In Communicatio Socialis 51(1), S. 97. DOI: 10.5771/0010-3497-2018-1-97
- Godulla, A. (2018). The context verification of digital photographs. In O. Hahn & F. Stalph (Hrsg.), Digital Investigative Journalism. Data, Visual Analytics and Innovative Methodologies in International Reporting. London/New York: Palgrave Macmillan (im Erscheinen).

- Godulla, A. & Wolf, C. (2018). Digitales Storytelling. Nutzererwartungen, Usability, Produktionsbedingungen und Präsentation. In C. Nuernbergk & C. Neuberger (Hrsg.), Journalismus im Internet. Profession – Partizipation – Technik (S. 81-100). 2., aktualisierte und erweiterte Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. DOI: 10.1007/978-3-531-93284-2
- Godulla, A. & Wolf, C. (2018). Future of Food. Transmedia Strategies of National Geographic. In R.P. Gambarato & G. Alzamora (Hrsg.), Exploring Transmedia Journalism in the Digital Age (S. 162-182). Hershey, PA: IGI Global. DOI: 10.4018/978-1-5225-3781-6.ch010
- Wolf, C. & Godulla, A. (2018). Multimediale und selektive Elemente in digitalen Langformen. Erwartungen und Bewertungen der Rezipienten. In L. Blasch, D. Pfurtscheller, & T. Schröder (Hrsg.), Schneller, bunter, leichter? Kommunikationsstile im medialen Wandel (S. 175-191). Germanistische Reihe, Innsbrucker Beiträge zur Kulturwissenschaft. Innsbruck: Innsbruck University Press.
- Wolf, C. & Godulla, A. (2018). Newsgames. In: Journalistikon. Das Wörterbuch der Journalistik. Online abrufbar unter <http://journalistikon.de/>
- Wolf, C. & Godulla, A. (2018). Newsgames im Journalismus. Nutzung von Potenzialen und Beurteilung von Rezipienten. Zugleich erschienen als Newsgames in Journalism. Exploitation of potential and assessment by recipients. In: Journalistik. Zeitschrift für Journalismusforschung 1(2), S. 2-21. Online abrufbar unter http://journalistik.online/wp-content/uploads/2018/06/wolf-newsgames_Journalistik_2-2018_de.pdf.

Tagungsbeiträge (peer reviewed)

- Godulla, A. & Wolf, C. (2018). Smart City Technologies in Everyday Life. Citizens' Information Sources, Knowledge, and Acceptance. Beitrag zur emma 2018 „Media Management in the Age of Big Data and High-tech“. Warschau, Polen, Mai 2018.
- Planer, R. (2018). Boundary-Spanning in the Course of Time: Development of an Integrative Approach of PR and Organizational Communication. Vortrag auf der International History of Public Relations Conference, Bournemouth, United Kingdom, Juli 2018.

- Wolf, C. & Godulla, A. (2018). Co-Creation, Collaboration und Co-opetition in journalism: How media organizations reflect on innovative forms of media production. Beitrag zur emma 2018 „Media Management in the Age of Big Data and High-tech“. Warschau, Polen, Mai 2018.
- Wolf, C. & Godulla, A. (2018). Don't get involved. Politicians' personal Facebook fanpages offer no space for deliberative democracy, but a platform for dialogue between citizens. Beitrag zur Fachgruppentagung der ECREA Organizational and Strategic Communication Section „Corporate Social Responsibility and Citizen's Activism in times of political disruption“. Malaga, Spanien, Februar 2018.

Empirische Kommunikations- und Medienforschung mit dem Schwerpunkt Methodologie und Methoden

Prof. Dr. Anne Bartsch



Die Lehr- und Forschungsschwerpunkte des Lehrstuhls für Empirische Kommunikations- und Medienforschung mit dem Schwerpunkt Methodologie und Methoden liegen in den Bereichen Mediennutzung, Medienwirkung und empirische Methoden. Das Lehrstuhlteam – bestehend aus der Professur, drei wissenschaftlichen Mitarbeiter*innen, fünf drittmittelfinanzierten Projektmitarbeiter*innen, vier Lehrbeauftragten, drei studentischen Hilfskräften und dem

Sekretariat – verantwortet wesentliche Teile der Methodenausbildung im Bachelorstudiengang Kommunikations- und Medienwissenschaft sowie in den Masterstudiengängen Kommunikations- und Medienwissenschaft, Global Mass Communication, Communication Management und Journalismus. Die Forschungsaktivitäten des Lehrstuhlteams umfassen ein breites Spektrum an aktuellen Forschungsthemen in den Bereichen Onlinekommunikation, politische Kommunikation, Medienunterhaltung und Gesundheitskommunikation. Hierzu gehören unter anderem die von der Deutschen Forschungsgemeinschaft geförderten Drittmittelprojekte „Politikvermittlung an der Schnittstelle von Unterhaltung und Information“ und „Eine Untersuchung zum Einfluss formaler Merkmale von audiovisuellen Narrationen auf die empathische Reaktion und das prosoziale Verhalten von RezipientInnen“. Im Fokus der Projekte stehen fiktionale Unterhaltungsangebote, die das Publikum anhand emotional bewegender Einzelschicksale zum Nachdenken über

gesellschaftlich und politisch relevante Themen anregen, das Interesse an Informationsangeboten zum Thema steigern und prosoziales Verhalten motivieren können. Darüber hinaus arbeitet das Team an einer Vielzahl weiterer Forschungsprojekte, die aus der angefügten Übersicht der Projekte, Publikationen und Vorträge hervorgehen.

Professur

Prof. Dr. Anne Bartsch

Wissenschaftliche Mitarbeiter

Dr. Felix Frey

Dr. Freya Sukalla

Andrea Kloß, M.A.

Larissa Leonhard, M.A.

Tess Lankhuizen, M.A.

Dr. Dipl.-Journ. Tobias Höhn

Charmaine Voigt, M.A.

(seit 01.10.2018)

Dipl.-Biol. Marcus Anhäuser

(seit 01.10.2018)

Lehrbeauftragte

Prof. Dr. Hans-Jörg Stiehler

Markus Schubert, M.A.

Tino Roßberg

Gastwissenschaftler

Terron Ferguson (Bundeskanzlerstipendium der Alexander von Humboldt Stiftung)

Wissenschaftliche Hilfskräfte

Vivienne Sommer (seit 15.10.2018)

Studentische Hilfskräfte

Bettina Storch

Antonia Zerres

Nina Kopfmann

Sekretariat

Sylvia Hellmuth

Aktuelle Forschungs-/Lehrforschungsprojekte

DFG- Projekt „Politikvermittlung an der Schnittstelle von Unterhaltung und Information. - Der Einfluss eudaimonischer Unterhaltungserlebnisse auf die Verarbeitung und Wirkung politischer Informationen“

Das Verhältnis von Unterhaltung und politischer Kommunikation wird seit langem kontrovers diskutiert. Können unterhaltende Formen der Politikvermittlung politisch wenig interessierte Publikumssegmente erreichen? Oder lenken sie lediglich von einer ernsthaften Auseinandersetzung mit politischen Inhalten ab? Im Projekt wird ein Modell der Rezeption und Wirkung politischer Informationen im Unterhaltungskontext getestet, das eine differenzierte Neubewertung dieser Kontroverse erlaubt. Das Modell geht davon aus,

dass Unterhaltung für die Rezipienten einerseits hedonische Funktionen erfüllen kann. Das heißt, sie kann zur Verbesserung der Stimmung und zur Ablenkung von Alltagsorgen dienen. Unterhaltung kann andererseits aber auch zur Befriedigung eudaimonischer Bedürfnisse wie Sinn- und Wahrheitssuche, kognitive Herausforderung und Selbstentwicklung dienen. Beispielsweise haben Zuschauer nach einem emotional bewegenden Film- oder Fernseherlebnis oft das Bedürfnis, über die Medieninhalte nachzudenken, mit Anderen darüber zu diskutieren, oder sich weiter zum Thema zu informieren. Durch eine Kombination von experimentellen Studien und repräsentativen Zuschauerbefragungen werden die Modellannahmen zum Einfluss eudaimonischer Unterhaltungsfaktoren auf politisch relevante Ergebnisvariablen systematisch geprüft. Im Fokus stehen dabei Synergieeffekte zwischen fiktionaler Unterhaltung und faktenorientierter Information, die u.a. bei der Konzeption von Themenabenden im Fernsehen genutzt werden. Dieser Ansatz der unterhaltenden Politikvermittlung, der die Vorteile von Unterhaltungs- und Informationsformaten kombiniert, ohne beide Formate zu vermischen, bietet eine Alternative zu vielfach kritisierten Hybridfor-

maten wie Infotainment und Politainment und wird deshalb vor dem Hintergrund des Wirkungsmodells genauer untersucht.

DFG-Projekt „Eine Untersuchung zum Einfluss formaler Merkmale von audiovisuellen Narrationen auf die empathische Reaktion und das prosoziale Verhalten von RezipientInnen“

Audiovisuelle Narrationen haben einen bedeutenden Einfluss darauf, wie Menschen die Welt wahrnehmen und welche Einstellungen sie gegenüber anderen haben. Ein mentaler Prozess, der diesen Einfluss vermittelt, ist Empathie – das Verstehen und Erleben des mentalen Zustands einer beobachteten Person. Empathische Reaktionen tragen dazu bei, RezipientInnen zu prosozialem (Hilfe-)Verhalten zu motivieren, welches wiederum grundlegend für eine funktionierende Gesellschaft ist. Die bisherige Forschung beschäftigt sich mit der Wirkung von Fiktionalität, Narrativität und Inhalt, vernachlässigt aber die Bedeutung formaler Merkmale. Das vorliegende Projekt geht diese Forschungslücke innerhalb einer Kollaboration von Kommunikationswissenschaft, Psychologie und Affective Computing an. Unser Ziel ist es, jene formalen

Merkmale zu identifizieren, die eine präzise Vorhersage des Empathieerlebens und prosozialen Verhaltens von ZuschauerInnen ermöglichen, sowie die moderierenden Einflüsse von empathiebezogenen Persönlichkeitsmerkmalen zu prüfen. Diese ermöglichen es, Botschaften, die einen hohen Einfluss auf Empathie und prosoziales Verhalten haben, effektiver zu gestalten.

„Abbau von Vorurteilen in der Gesundheitskommunikation“

Abbau von Vorurteilen ist ein wichtiges Thema in der Gesundheitskommunikation, da soziale Exklusion und Stigmatisierung die Lebensqualität der Betroffenen stark beeinträchtigen können – zusätzlich zu den primären Einschränkungen und Symptomen. In diesem Zusammenhang arbeiten wir in Lehrforschungsprojekten und internationalen Kooperationen an Studien zum Abbau von Vorurteilen gegenüber Menschen mit körperlichen und psychischen Krankheiten und Behinderungen. Unter anderem wurden zwei Lehrforschungsprojekte zum Abbau von Stigmatisierung und Selbststigmatisierung von Menschen

mit Adipositas sowie Studien zum Abbau von Stigmata durch Medienberichte über psychische Erkrankungen durchgeführt.

„Ernährungskommunikation – Der Kompetenzcluster nutriCARD“

In einem interdisziplinären Verbundprojekt der Universitäten Leipzig, Halle und Jena steht bis 2021 die Ernährungskommunikation im Fokus mehrerer Forschungsprojekte aus den Bereichen Journalismus, Public Relations und empirischer Kommunikations- und Medienforschung. Unter der Leitung von Dr. Tobias D. Höhn werden am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft Qualitätskriterien für Ernährungsjournalismus erarbeitet und eine Berufsfeldstudie durchgeführt. Darüber hinaus werden Informationswege von wissenschaftlichen Aussagen über mediale Botschaften bis hin zum öffentlichen Diskurs analysiert. Dabei interessiert die Kommunikation auf Social-Media-Plattformen ebenso wie Foodblogger/innen und Influencer/innen als Multiplikatoren der Ernährungskommunikation. Angestrebt wird auch eine regionale Sichtbarkeit.

„Empathie für gegensätzliche Charaktere und deliberative Offenheit“

Eine zunehmende Polarisierung der Gesellschaft ist nicht nur in den USA, sondern auch in Deutschland zu beobachten, wie etwa bei den Einstellungen zur Aufnahme und Integration von Geflüchteten. Befunde von Studien legen nahe, dass Personen mit extremen Ansichten dazu tendieren könnten, ihre Überzeugungen noch mehr zu verfestigen,

wenn sie mit Diskursteilnehmern gegenteiliger Ansicht konfrontiert werden. Im Dissertationsprojekt von Andrea Kloß wird untersucht, wie mit Hilfe von unterhaltenden Medien (z. B. Spielfilmen) beim Nutzer das Nachdenken über kontroverse Ansichten und der Diskurs zu gesellschaftlichen Themen angeregt werden kann. Mehrere Online-Experimente, insbesondere zur Rolle der Empathie, wurden durchgeführt und werden gegenwärtig ausgewertet.

Publikationen

Bücher

Schindler, J. & Bartsch, A. (2019). *Vorurteile – Medien – Gruppen. Wie Vorurteile durch Medienrezeption in Gruppen beeinflusst werden*. Wiesbaden: Springer VS.

Beiträge in Journals, Fachzeitschriften und Bänden

Bartsch, A. & Kloß, A. (im Druck). Emotionen in der Gesundheitskommunikation. In C. Rossmann & M. Hastall (Hrsg.), *Handbuch Gesundheitskommunikation*. New York: Springer.

Bartsch, A. & Kloß, A. (in press). Personalized charity advertising: Can personalized prosocial messages promote empathy, attitude change, and helping intentions toward stigmatized social groups? *International Journal of Advertising*. doi:10.1080/02650487.2018.1482098

Bartsch, A., Oliver, M. B., Nitsch, C. & Scherr, S. (2018). Inspired by the Paralympics: Effects of empathy on audience interest in para-sports and on the destigmatization of persons with disabilities. *Communication Research*, 45(4), 525–553. doi:10.1177/0093650215626984

- Frey, F. (2018). The experiential mode of media reception: A holistic framework concept. *Communication Theory*, 28, 487–510. doi:10.1093/ct/qty-010
- Höhn, T. D. & Voigt, C. (in Vorbereitung). Grundeinstellungen und Mediennutzungsverhalten zum Thema Ernährung. *Ernährungs Umschau*.
- Kloß, A. & Bartsch, A. (in press). Simultaneous and successive emotion experiences and health and risk messaging. In R. Parrott (Ed.), *Encyclopedia of health and risk message design and processing*. New York: Oxford University Press.
- Leonhard, L., Karnowski, V. & Kümpel, A. S. (im Druck). Matthäus-Effekt der Nachrichtenrezeption? Zum Einfluss von Persönlichkeitseigenschaften auf die Auseinandersetzung mit beiläufig entdeckten Nachrichteninhalten auf Facebook. In P. Weber, & F. Mangold, M. Hofer & T. Koch (Hrsg.), *Meinungsbildung in der Netzöffentlichkeit. Aktuelle Studien zu Nachrichtennutzung, Meinungs Austausch und Beeinflussung in Sozialen Medien*. Baden-Baden: Nomos.
- Leonhard, L., Rueß, C., Obermaier, M. & Reinemann, C. (im Druck). Perceiving threat and feeling responsible: How severity of hate speech, number of bystanders, and prior reactions of others affect bystanders' intention to counterargue against hate speech on Facebook. *Studies in Communication and Media*.
- Naab, T. & Sukalla, F. (im Druck). Hero or villain? The role of audience beliefs about suspense for their suspense experience. *Studies in Communication and Media*.
- Oliver, M. B., Raney, A. A., Slater, M. D., Appel, M., Hartmann, T., Bartsch, A., Schneider, F. M., Janicke, S. H., Krämer, N., Mares, M.-L., Vorderer, P., Rieger, D., Dale, K. R. & Das, E. (2018). Self-transcendent media experiences: Taking meaningful media to a higher level. *Journal of Communication*, 68(2), 380–389. doi:10.1093/joc/jqx020
- Raupp, J., Bartsch, A., Kamps, K., Neuberger, C. & Scheu, A. M. (2018). Editorial. *Studies in Communication and Media*, 7(1), 1–6. doi: 10.5771/2192-4007-2018-1-1
- Scherr, S. & Bartsch, A. (im Druck). Pathologische Mediennutzung: Von Internetsucht bis Binge-Watching. In C. Rossmann & M. Hastall (Hrsg.), *Handbuch Gesundheitskommunikation*. New York: Springer.

- Scherr, S., Mares, M.-L., Bartsch, A., & Götz, M. (in press). Parents, television, and children's emotional expressions: A cross-cultural multilevel model. *Journal of Cross-Cultural Psychology*. doi:10.1177/0022022118806585
- Scherr, S., Mares, M.-L., Bartsch, A. & Götz, M. (2018). On the relevance of parents and TV as socializers of 6–19 year-olds' expressions of emotion: Representative data from Germany. *Journal of Children and Media*, 12(1), 33–50. doi:10.1080/17482798.2017.1365738
- Schneider, F. M., Bartsch, A. & Oliver, M. B. (in press). Factorial validity and measurement invariance of the Appreciation, Fun, and Suspense scales across US-American and German samples. *Journal of Media Psychology*. doi:10.1027/1864-1105/a000236
- Sukalla F. (im Druck). The use of a lexical decision task to measure counterarguing: An illustrative example of a new approach to post-exposure measurement of media processing. In C. Peter, T. Naab, & R. Kühne (Hrsg.), *Measuring media use and exposure: Recent developments and challenges*. Köln: von Halem.
- Vinney, C., Dill-Shackleford, K., Plante, C. & Bartsch, A. (in press). Development and validation of a measure of popular media fan identity and its relationship to well-being. *Psychology of Popular Media Culture*.
- Weinmann, T., Radon, K., Sukalla, F., Gerlich, J., Barth, S., Nowak, D. & Karnowski, V. (2018). Developing an awareness campaign to reduce second hand smoke among disadvantaged families: A participatory M-Health Approach. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(9), 1945. doi:10.3390/ijerph15091945

Tagungsbeiträge (peer reviewed)

- Angerer, L. & Bartsch, A. (2018, May). *Show me, don't tell me: Synergy effects of entertainment and information programs about organ donation*. Paper presented at the 67th Annual Conference of the International Communication Association (ICA), Prague, Czech Republic.
- Bartsch, A., Scherr, S., Mares M.-L. & Oliver M. B. (2018, May). *Reflective thoughts about violent media content: Scale development, and assessment of measurement invariance across countries and media genres*. Paper presented at the 67th Annual Conference of the International Communication Association (ICA), Prague, Czech Republic.

- Bartsch, A., Sukalla, F. & Schindler, J. (2018, May). *Pity: The ambivalent, patronizing side of empathy?* Paper presented at the 67th Annual Conference of the International Communication Association (ICA), Prague, Czech Republic.
- Frey, F., Kapidzic, S., Neuberger, C., Mirbabaie, M. & Stieglitz, S. (2018, November). *Practicing differences: How journalists, citizens, spokespersons and celebrities tweet about the ‚refugee crisis‘.* Vortrag auf der 7. European Communication Conference der ECREA. 1. November 2018, Lugano (CH).
- Hecht, M., Kloß, A., Bartsch, A. & Oliver, M. B. (2018, May). *Stopping the stigma: How empathy and elaboration can help reduce mental health stigma.* Paper presented at the 67th Annual Conference of the International Communication Association (ICA), Prague, Czech Republic.
- Kapidzic, S., Frey, F., Neuberger, C., Stieglitz, S. & Mirbabaie, M. (2018, November). *How news websites refer to Twitter: A content analysis of source transparency in journalism.* Posterpräsentation auf der 7. European Communication Conference der ECREA. 2. November 2018, Lugano (CH).
- Karnowski, V., Kümpel, A. S., Leiner, D. & Leonhard, L. (2018, Mai). *Artikel- oder Themeneigenschaften: Wie lässt sich die Verbreitung von Nachrichtenartikeln auf sozialen Netzwerkseiten erklären?* Vortrag auf der Jahrestagung der DGPK, Mannheim.
- Kloß, A. (2018, Mai). *Empathie für gegensätzliche Charaktere und deliberative Offenheit.* Vortrag im Rahmen der 63. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik (DGPK), Mannheim.
- Krämer, B. & Frey, F. (2018, Mai). *Theoriearbeit in der Kommunikationswissenschaft. Diagnosen, Chancen, Handwerkszeug.* Vortrag auf der DGPK-Pre-conference „Neue Theorien (in) der Kommunikationswissenschaft“, Mannheim.
- Leonhard, L., Kloß, A., Bartsch, A. & Oliver, M. B. (2018, May). *Long-term effects of single narratives are rare – but not uncommon in individuals’ media biographies.* Paper presented at the 67th Annual Conference of the International Communication Association (ICA), Prague, Czech Republic.
- Leonhard, L., Karnowski, V. & Kümpel, A. S. (2018, November). *Online and (the feeling of being) Informed: Online news usage patterns and their relation to subjective and objective political knowledge.* Vortrag auf der 7. European Communication Conference der European Communication Research and Education Association (ECREA), Lugano.

- Leonhard, L., Karnowski, V. & Kümpel, A. S. (2018, Januar). *Matthäus-Effekt der Nachrichtenrezeption? Zum Einfluss von Persönlichkeitseigenschaften auf die Auseinandersetzung mit beiläufig entdeckten Nachrichteninhalten auf Facebook*. Vortrag auf der Jahrestagung der DGPK-Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung, Hohenheim.
- Schindler, J. & Bartsch, A. (2018, May). *Peers and prejudice: How small groups process outgroup related media messages*. Paper presented at the 67th Annual Conference of the International Communication Association (ICA), Prague, Czech Republic.
- Sukalla, F. (2018, Mai). *Narrative effects are stable – Even when prior attitudes are strong and dissonant*. Vortrag auf der ICA-Preconference "Long-term Effects in Narrative Communication Research", Prag (Tschechische Republik).

Vorträge / Tagungen

- Bartsch, A. (2018, October). *Reflective thoughts about violent media content*. Paper presented at the Symposium Advancing Positive Media Psychology, Nijmegen, The Netherlands.
- Bartsch, A. (2018, May). *Reflective thoughts and meaning-making about violent media content*. Paper presented at the Eudaimonic Stories Workshop, Würzburg, Germany.
- Bartsch, A. & Frey, F.: Organisation der Jahrestagung Tagung des Methodenzentrums für quantitative empirische Sozialforschung (Quantel). 15. Juni 2018, Leipzig.
- Frey, F. (2018, Juni). *Akteursspezifische kommunikative Praktiken auf Twitter*. Vortrag auf der Tagung des Methodenzentrums für quantitative empirische Sozialforschung (Quantel), Leipzig.
- Höhn, T. D. (2018, November). *Ernährung in den Medien: Information, Beeinflussung*. Vortrag auf der #foodporn. 26. Fachtagung der Deutschen Gesellschaft für Ernährung, Sektion Thüringen, Jena.
- Höhn, T. D. (2018, November). *Foodblogger und Lebensmittelmarketing – Wunsch und Wirklichkeit? Impulse für eine strategische Ernährungskommunikation*. Vortrag im Rahmen der simul+-Initiative des Sächsischen Staatsministeriums für Umwelt und Landwirtschaft, Dresden.
- Höhn, T. D. (2018, März). *Ernährungskommunikation*. Vortrag im Rahmen des Symposiums der Kompetenzcluster der Ernährungsforschung, Freising.

- Höhn, T. D. (2018, März). *Mythos gesunde Ernährung: Aufklärung, Verunsicherung, Entertainment*. Vortrag im Rahmen des Forums Unibund auf der Leipziger Buchmesse.
- Höhn, T. D. (2018, März). *Was landet auf dem Teller? Tradition & Innovation; Nachhaltigkeit & Regionalität*. Diskussion auf der Leipziger Buchmesse.

nutriCARD bringt Ernährungskommunikation ans KMW-Institut

Kompetenzcluster bis 2021 bewilligt / Ausbau der Forschung und Einrichtung des Communication Office



Das Kompetenzcluster für Ernährung und kardiovaskuläre Gesundheit (nutriCARD) ist ein vom Bundesministerium für Bildung und Forschung gefördertes Verbundprojekt der Universitäten Halle, Jena und Leipzig.

Ernährung und Medien haben manches gemein – nicht nur die zeitliche Kohärenz zwischen Frühstück und Zeitungsektüre. Bei Medienkonsum wie Ernährungsweise handelt es sich um habituierte Verhaltensweisen. Die Ansprache der Verbraucher erfolgt sowohl bei Ernährungstipps als auch General-Interest-Medien wenig zielgruppenspezifisch. Und die Auswahl der Produkte kann in beiden Feldern zu einem hohen Maße identitätsstiftend wirken („Du bist, was du isst.“ – „Dahinter steckt immer ein kluger Kopf.“)

In dem vom Bundesministerium für Bildung und Forschung finanzierten Kompetenzcluster für Ernährung und kardiovaskuläre Gesundheit (nutriCARD) spielt Kommunikation eine wesentliche Rolle – und wurde im Vergleich zur ersten Förderphase (2015-2018) noch einmal stark

ausgebaut. In den kommenden drei Jahren soll das Themenfeld der öffentlichen Ernährungskommunikation aus unterschiedlichen Fachperspektiven am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft unter der Leitung von Dr. Tobias D. Höhn erschlossen werden.

Dabei wird an die bereits gewonnenen Erkenntnisse aus der ersten Förderphase (2015-2018) – erhoben u.a. in einer Online-Befragung junger Familien und einer Inhaltsanalyse von Ernährungsberichterstattung in Printmedien – angeknüpft. Dabei konnte beispielsweise gezeigt werden, dass die Rezipienten den Medien in punkto Ernährungsberichterstattung nur ein geringes Vertrauen zuschreiben. Das Internet hat sich derweil als Anlaufstelle und vermeintlicher Problemlöser für Ernährungs- und Gesundheitsfragen etabliert.

In einer Berufsfeldstudie sollen daher in nutriCARD 2.0 Journalisten mit dem Arbeitsschwerpunkt Ernährung erfasst und befragt werden, um Ernährungsjournalismus kommunikationswissenschaftlich zu verorten. Darüber hinaus werden Qualitätskriterien für die Berichterstattung erarbeitet, die die Grundlage für eine anschließende Analyse ausgewählter Medienbeiträge über Ernährung sind. Die Ergebnisse werden regelmäßig veröffentlicht und stehen als Lehr- und Lernmaterial (insbesondere für Journalisten, Wissenschaftler und andere Wissenschaftskommunikatoren) sowie zur weiteren Diskussion zur Verfügung.

Ziel dieses Watchdogs ist es, die Qualität der Berichterstattung nachhaltig zu verbessern und die Fachdebatte anzuregen. Damit eng verknüpft ist die Frage der Informationskaskade von der wissenschaftlichen Publikation über Pressemitteilungen und journalistische Berichterstattung bis hin zum öffentlichen Diskurs. Gerade dort genießt eine Gruppe eine hohe Aufmerksamkeit der Nutzer: Foodblogger. Dennoch sind sie als Influencer eine bislang oft vernachlässigte und unterschätzte Zielgruppe in der strategischen Kommunikation. Daher wird nutriCARD diese Gruppe und ihre

Kommunikationsaktivitäten genauer beleuchten.

Wer jetzt auf den Geschmack gekommen ist, kann spätestens 2021 in Leipzig ganz persönlich von nutriCARD profitieren. Gemeinsam mit regionalen Partnern aus Wirtschaft, Tourismus und Kommune soll Leipzig zur Modellstadt für herzgesündere Ernährung werden. Dazu leistet nutriCARD interdisziplinäre Forschungs- und Transferarbeit.

Außerdem wurde am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft im August 2018 das Communication Office angesiedelt. Es steuert die Medienarbeit aller drei in nutriCARD vertretenen Universitätsstandorte und ist Schnittstelle zur Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE) in Bonn.

Der Kompetenzcluster für Ernährung und kardiovaskuläre Gesundheit (nutriCARD) wird vom Bundesministerium für Bildung und Forschung bis Ende Juli 2021 mit rund 5,6 Millionen Euro finanziert. An der Universität Leipzig ist neben der Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie die Veterinärmedizinische Fakultät beteiligt. Dort liegt der Fokus auf der Entwicklung herzgesünderer

Lebensmittel. Ziel der drei Universitäten ist es, die Gesundheit der Bevölkerung nachhaltig zu verbessern. Dafür arbeiten im mitteldeutschen Universitätsverbund rund 40 Wissenschaftler unterschiedlicher Disziplinen sowie zahlreiche Praxispartner an der Entwicklung herzgesunder Lebensmittel, der Erforschung der Mechanismen ernährungs- und altersbedingter Erkrankungen sowie Verbraucherbildung und Ernährungskommunikation. Im Anschluss an die zweite Förderphase wird die Etablierung eines mitteldeutschen Zentrums für Ernährung und Präven-

tion von Stoffwechselkrankheiten angestrebt.

Mitarbeiter

Dr. Tobias D. Höhn (Leiter Kommunikation und Medienforschung)

Charmaine Voigt, M.A. (wissenschaftliche Mitarbeiterin)

Marcus Anhäuser, Diplom-Biologe (wissenschaftlicher Mitarbeiter)

Stephanie Schlobach (Projektsistenz)

Vivienne Sommer (Wissenschaftliche Hilfskraft)

Bettina Storch (Wissenschaftliche Hilfskraft)



Auf der Leipziger Buchmesse zog nutriCARD 2018 mit Vorträgen, Diskussionen und zwei Kochshows mehr als 2000 Besucher an und zeigte, wie vielfältig Ernährungskommunikation sein kann. „Wissenschaft am Kochtopf“ boten Clustersprecher Prof. Dr. Stefan Lorkowski (Uni Jena), Dr. Tobias D. Höhn und Sternekoch Christian Henze (v.l.). Foto: Swen Reichhold.

Die sächsische Wissenschaftsministerin Dr. Eva-Maria Stange und Rektorin Prof. Dr. Beate Schücking informierten sich bei einem Arbeitsbesuch über den Fortschritt von nutriCARD. Dr. Tobias D. Höhn, Dr. Claudia Wiacek und Prof. Dr. Peggy Braun (beide Institut für Lebensmittelhygiene, Veterinärmedizinische Fakultät) standen Rede und Antwort und dankten für die Unterstützung.

Foto: Peter Endig



Dr. Tobias D. Höhn, Prof. Dr. Gabriele Stangl (Uni Halle) und Prof. Dr. Stefan Lorkowski (Uni Jena) eröffnen das Forum des Mitteldeutschen Unibundes auf der Buchmesse 2018.

Foto: Swen Reichhold

Journalismusforschung

Prof. Dr. Markus Beiler

Prof. Dr. Markus Beiler widmet sich am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der integrativen anwendungsbezogenen empirischen Journalismusforschung. Thematische Gegenstände sind Journalismus und journalistisches Handeln unter den Bedingungen des durch technische Innovationen und Digitalisierung vorangetriebenen dynamischen Wandels von Medien und Kommunikation und gesellschaftlicher Veränderungsprozesse.

Die inhaltliche Grundausrichtung zielt sowohl auf Grundlagenforschung als auch auf aktuell für die Gesellschaft relevante Fragestellungen und Herausforderungen. Wichtig sind dabei eine Erforschung mittels quantitativer und qualitativer Methoden der Kommunikationswissenschaft, die Erarbeitung von Lösungsvorschlägen und ein hoher Anwendungsbezug. Zudem widmet sich Prof. Dr. Markus Beiler der wissenschaftsgeleiteten Weiterentwicklung der hochschulgebundenen Journalistenausbildung und dem Forschungs-Praxis-Transfer.

Aktuelle Forschungsschwerpunkte an der Professur für Journalismusforschung beziehen sich derzeit u. a.

auf die redaktionelle Organisationsform des crossmedialen Newsdesks bzw. Newsrooms bei Tageszeitungen und im Rundfunk, auf Strukturen und Arbeitsweisen des Datenjournalismus in Deutschland sowie auf die Herausforderungen der Digitalisierung bei Tageszeitungen (u. a. Paymodelle und Social-Media-Ausspielkanäle).

Im Lehr- und Forschungsbereich Journalismus werden von der Professur für Journalismusforschung die journalistischen Lehr- und Forschungstätigkeiten der akademischen Mitarbeiter für Journalismus und der Karl-Bücher-Gastprofessur für die Zukunft des Journalismus koordiniert. Vom Bereich Journalismus wird der zum Wintersemester 2018/19 gestartete neue Masterstudiengang Journalismus organisiert. Zudem beteiligen sich die Mitarbeiter des Bereichs am neuen Bachelor-Wahlfach Crossmedia-Journalismus.

Prof. Dr. Markus Beiler ist Leiter der Studiengänge Master of Science „Journalismus“ am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig und Master of Arts „New Media Journa-

lism“ an der Leipzig School of Media. Er ist Vorsitzender der Prüfungsausschüsse und stellvertretender Vorsitzender der Studienkommissionen der beiden Studiengänge. Dr. Uwe Krüger wurde vom Deutschen Journalisten-Verband (DJV), Landesverband Sachsen, zum 1. Januar 2018 für zwei Jahre in den Rundfunkrat des Mitteldeutschen Rundfunks (MDR) entsandt.

Dr. Michael Schornstheimer verantwortet als Beauftragter das in die Masterstudiengänge Journalistik bzw. Journalismus integrierte journalistische Volontariat.

Honorarprofessor Ruprecht Eser setzte seine Veranstaltungsreihe „ClubTalk“ im Club International in Leipzig mit den Gästen Wolfgang Bosbach (langjähriger CDU-Bundestagsabgeordneter) und Can Dündar (in Deutschland im Exil lebender ehemaliger Chefredakteur der türkischen Tageszeitung Cumhuriyet) fort.

Die Karl-Bücher-Gastprofessur für die Zukunft des Journalismus wurde für das akademische Jahr 2018/19 mit Julia Bönisch (Mitglied der Chefredaktion der Süddeutschen Zeitung) und Constantin Blaß (Chefredakteur des Express) besetzt. Das Berufungsverfahren für die Juniorprofessur Datenjournalismus läuft derzeit.

Prof. Dr. Markus Beiler (1. von rechts), Dr. Uwe Krüger (1. von links), Ine Dippmann, Vorsitzende des Deutschen Journalisten-Vereins, Landesverband Sachsen (5. von links) und die Studierenden des Masterstudiengangs Journalismus im Hörsaalgebäude (Foto: Elena Boshkovska)



Professur

Prof. Dr. Markus Beiler, Dipl.-Medienwiss.

Karl-Bücher-Gastprofessur für die Zukunft des Journalismus

Constantin Blaß (Chefredakteur, Express, Köln)

Julia Bönisch (Mitglied der Chefredaktion, Süddeutsche Zeitung, München)

Honorarprofessoren

Prof. Ruprecht Eser

(Fernsehjournalismus)

Prof. Wolfgang Kenntemich

(Fernsehjournalismus)

Prof. Dr. Helmuth Neupert

(Medien- und Kommunikationsrecht)

Wissenschaftliche Mitarbeiter

Dr. Johannes Gerstner, Dipl.-Journ.*

Dr. Uwe Krüger, Dipl.-Journ.**

Dr. Michael Schornstheimer**

Lehrkraft für besondere Aufgaben

Dipl.-Sprechwiss.

Christine Bismark**

Lehrbeauftragte

Andreas Lamm, M.A.

Dipl.-Verwaltungswiss. Dimo Rieß

Wissenschaftliche Hilfskräfte

Charlotte Hartungen, B.A.

Florian Irmer, M.A.

Sekretariat

Ingrid Lipfert*

* = personalrechtliche Zuordnung hälftig zur Professur für Journalismusforschung und zum Institut

** = personalrechtliche Zuordnung zum Institut

Aktuelle Forschungs-/Lehrforschungsprojekte

Die Professur für Journalismusforschung bzw. der Lehr- und Forschungsbereich Journalismus widmen sich im Jahr 2018 insbesondere folgenden Projekten der angewandten empirischen Journalismusforschung:

Journalismus unter den Bedingungen des digitalen und gesellschaftlichen Wandels.

Das Forschungsprogramm beschäftigt sich mit den Implikationen des dynamischen Wandels von Journalismus und öffentlicher Kommunikation, der vorangetrieben wird durch technologische Entwicklungen, insbesondere durch die Digitalisierung, sowie soziale und gesellschaftliche Veränderungen, wie z. B. erhöhter Nutzerpartizipation, und ökonomische Kontexte. Schwerpunkte liegen u. a. auf den Gebieten der Strukturen und Arbeitsweisen des Datenjournalismus, den Herausforderungen der Digitalisierung bei Tageszeitungen sowie

der redaktionellen Organisationsform crossmedialer Newsdesk- bzw. Newsroomstrukturen bei deutschen Medien.

Crossmediale Newsroomstrukturen bei deutschen Tageszeitungen.

Crossmedialität ist ein zentrales Symptom des tiefgreifenden Medienwandels. Tageszeitungen nutzen die Möglichkeiten der Medienkonvergenz, indem sie crossmediale Inhalte anbieten. Crossmediale Publikationsstrategien steigern allerdings die Komplexität und erfordern daher komplexitätsreduzierende Organisationsformen, wie die des Newsrooms bzw. Newsdesks. Das Projekt untersuchte, in welchem Ausmaß sich Newsrooms bzw. Newsdesks bei deutschen Tageszeitungen etabliert haben und wie diese strukturiert und organisiert sind. Es ging zudem den Gründen für die Einführung von Newsroom bzw. Newsdesk nach, der Organisation der Arbeitsprozesse, den erzielten Effekten sowie der Bewertung der Strukturen seitens der Redaktion.

Vertrauen in Journalismus und Qualität journalistischer Inhalte.

Das Vertrauen, das Rezipienten in den Journalismus setzen, ist für diesen konstituierend. Es entscheidet

nicht nur über den publizistischen und wirtschaftlichen Erfolg. Vielmehr betrifft es auch die „Institution“ Journalismus insgesamt als wesentliche Säule der Demokratie. Das Forschungsprogramm widmet sich dem schwindenden Vertrauen in den Journalismus und setzt sich insbesondere mit dem Vorwurf der „Lügenpresse“ und „Fake News“ auseinander.

Interaktionsbeziehungen von Journalisten und Politikern (in Kooperation mit der Universität Trondheim, Norwegen).

Politische Berichterstattung erfordert einen regelmäßigen Austausch zwischen Journalisten und politischen Akteuren. Die Interaktionen basieren auf professioneller Vernetzung und stellen eine Verhandlungssituation dar, bei der Politiker versuchen, Einfluss auf die Berichterstattung zu nehmen. Dieser Frage geht das Projekt mittels einer Mehrmethodenstudie am Beispiel des österreichischen Politikjournalismus nach.

Konstruktiver Journalismus: Entwicklungshilfe für entwickelte Gesellschaften in der Krise.

Das Projekt untersucht den relativ jungen Trend des „Konstruktiven Journalismus“ bzw. „lösungsorien-

tierten Journalismus“ theoretisch wie empirisch, um damit sowohl einen Beitrag zu kommunikationswissenschaftlich-soziologischen als auch zu berufspraktisch-journalismusethischen Fragestellungen zu leisten. In westlichen Gesellschaften ist seit Beginn der 2010er Jahre eine kleine Strömung im Journalismus sichtbar geworden, die sich der Berichterstattung über positive Entwicklungen, ermutigende Beispiele und gelingende Problemlösungsaktivitäten bzw. einem hintergründigen Berichten über Problemlösungsversuche (gelingende wie scheiternde) verschrieben hat. Die Journalismusforschung hat sich dieses Trends bisher nur in geringem Umfang angenommen.

Public Value in Europa und Journalismus (in Kooperation mit der FH Wien der WKW).

In dem Projekt geht es darum, wie künftig Public Value in Europa generiert werden und welche Rolle der Journalismus dabei spielen kann. Public Value wird dabei als Mehrwert für die Gesellschaft in dem Sinne aufgefasst, dass Medien einen positiven Beitrag für die Gesellschaft leisten, z. B. durch die Förderung der nationalen Kultur und Identität,

der Demokratie, des Zusammenhalts der Gesellschaft und der Integration von Minderheiten.

ARD-Nachrichtenarche (in Kooperation mit Prof. Dietz Schwiesau).

Die Nachrichtenarche sammelt seit 2003 systematisch Hörfunknachrichten der ARD. Interessierte sollen sich so ein Bild der Hörfunknachrichten vergangener Jahre machen können. Das Projekt ist 2003 von ARD-Nachrichtenchefs in Nürnberg gegründet worden. Seitdem sind über 500 Nachrichtensendungen archiviert worden.

Arbeitsbelastung im Journalismus.

Journalistinnen und Journalisten sind zunehmend durch eine erhöhte Arbeitsbelastung herausgefordert. Diese kann individuelles Leid und Einschränkungen der Funktionstüchtigkeit des journalistischen Systems hervorrufen. Dies betrifft auch medienethische Fragestellungen. Arbeitsbelastung ist in der Journalismusforschung ein Randthema. Das Forschungsprogramm widmet sich der detaillierten Erforschung der Arbeitsbelastung von Journalisten mittels arbeitspsychologischer Instrumentarien.

Publikationen

- Beiler, M. (2018). Kepplinger, Hans Mathias: Totschweigen und Skandalisieren. Was Journalisten über ihre eigenen Fehler denken. Rezension. *Publizistik*, 63(2), 309-311.
- Beiler, M. & Gerstner, J. (2018, im Druck). *Newsroom- und Newsdeskstrukturen zur Reduzierung von Binnenkomplexität im crossmedialen Journalismus. Quantitativ-qualitative Mehrmethodenstudie zur Struktur und Bewertung der Redaktionsform bei den deutschen Tageszeitungen*. In B. Dernbach, A. Sehl & A. Godulla (Hrsg.), *Reduktion von Komplexität im und durch Journalismus* (S. 91-99). Wiesbaden: Springer VS.
- Beiler, M. & Kiesler, J. (2018). „Lügenpresse! Lying press!“ Is the press lying? A Content Analysis Study of the Bias of Journalistic Coverage about ‚Pegida‘, the Movement Behind this Accusation. In K. Otto & A. Köhler (Hrsg.), *Trust in Media and Journalism: Empirical Perspectives on Ethics, Norms, Impacts and Populism in Europe* (S. 155-179). Wiesbaden: Springer.
- Beiler, M. & Krüger, U. (2018). Mehr Mehrwert durch Konstruktiven Journalismus? Idee des Konzepts und Implikationen zur Steigerung des Public Values von Medien. In N. Gonser (Hrsg.), *Der öffentliche (Mehr-)Wert von Medien. Public Value aus Publikumssicht* (S. 167-191). Wiesbaden: Springer VS.
- Beiler, M. & Maurer, P. (2018). Vernetzung zwischen Journalisten und Politikern. Der Einfluss von Vertrauen und politischer Homophilie auf die Agenda und Frames im Politikjournalismus. In C. Eilders, O. Jandura, H. Bause & D. Frieß (Hrsg.), *Vernetzung. Stabilität und Wandel gesellschaftlicher Kommunikation* (S. 42-62). Köln: Herbert von Halem.
- Beiler, M., Maurer, P. & Gerstner, J. (2018, im Druck). Nähe und Vertrauen als komplexitätsreduzierende Faktoren im Politikjournalismus? Eine Studie der Interaktionsbeziehungen von Journalisten und Politikern. In B. Dernbach, A. Sehl & A. Godulla (Hrsg.), *Reduktion von Komplexität im und durch Journalismus* (S. 163-170): Wiesbaden: Springer VS.
- Gerstner, J. (2018). *Print in Motion. Qualität und Mehrwert der Onlinevideangebote deutscher Tageszeitungen*. Wiesbaden: Springer VS.
- Gerstner, J. (2018, im Druck). Kraftlose Bilder. Wie Onlinevideos von Tageszeitungen (nicht) zur Reduzierung von Komplexität beitragen. In B. Dernbach, A. Sehl & A. Godulla (Hrsg.), *Reduktion von Komplexität im und durch Journalismus*. Wiesbaden: Springer VS.

- Irmer, F. (2018). *Best Practice for Data-Journalism Training. Proceedings of the 8th European Investigative Journalism Conference and Dataharvest, Mechelen, 24-27 May*. Online: <https://dataharvest.eu/wp-content/uploads/2018/08/Best-Practice-for-Data-Journalism-Training-Dataharvest-EIJC-2018.pdf>
- Krüger, U. & Meyen, M. (2018). Auf dem Weg in die Postwachstumsgesellschaft. Plädoyer für eine transformative Kommunikationswissenschaft. Ein Beitrag zur Selbstverständnisdebatte im „Forum“. *Publizistik*, 63(3), 341-357
- Krüger, U. (2018). Nachricht; Recherche, journalistische; Reportage; Trennungsgebot. In T. Keiderling (Hrsg.), *Lexikon der Medien- und Buchwissenschaft*, Teil 3. Stuttgart: Anton Hiersemann Verlag.
- Krüger, U. (2018). Lügenpresse. In H. Pöttker (Hrsg.), *Journalistikon – Das Wörterbuch der Journalistik*, <http://journalistikon.de/luegenpresse/>
- Krüger, U. & Seiffert-Brockmann, J. (2018). Die Komplexitätsreduktion der Ohnmächtigen? Verschwörungstheorien á la Lügenpresse aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht. In B. Dernbach, A. Godulla & A. Sehl (Hrsg.), *Komplexität im Journalismus* (S. 79-88). Wiesbaden: Springer VS.
- Krüger, U. (2018). Der neue Strukturwandel der Öffentlichkeit und die German Angst. In G. Hoofacker, W. Kenntemich, & U. Kulisch (Hrsg.), *Die neue Öffentlichkeit. Wie Bots, Bürger und Big Data den Journalismus verändern* (S. 9-25). Wiesbaden: Springer VS.
- Maurer, P. & Beiler, M. (2018). Networking and Political Alignment as Strategies to Control the News. Interactions between journalists and politicians. *Journalism Studies*, 19(14), 2024-2041.
- SchorNSTheimer, M. (2018). *Peter Steinbach: Georg Elser der Hitler-Attentäter. Vortrag im Dokumentationszentrum Topographie des Terrors*. (RBB Kulturradio, Perspektiven, Dokument)
- SchorNSTheimer, M. (2018). *Konferenz von Évian - Historischer Einzelfall oder warnendes geschichtliches Exempel?* Podiumsdiskussion mit Stefanie Schüler-Springorum (Zentrum für Antisemitismusforschung), Roland Bank (UNHCR Deutschland), Franziska Vilmar (Amnesty International Deutschland) und Kerstin DüsCh (Kommissariat der Deutschen Bischöfe – Katholisches Büro in Berlin). Gesprächsleitung Susanne Heim. (RBB Kulturradio, Perspektiven, Dokument)
- SchorNSTheimer, M. (2018). *Norbert Miller: Walter-Höllerer Vorlesung - Utopien des Widerstands: Alfred Döblin, Stanislaw Lem und Thomas Pynchon*. (RBB Kulturradio, Kulturtermin, Dokument)

- Schornstheimer, M. (2018). *Bourel, Dominique: Martin Buber: Was es heißt ein Mensch zu sein. Biografie* Gütersloher Verlagshaus (Rezension, Neue Gesellschaft - Frankfurter Hefte)
- Schornstheimer, M. (2018). *Der Volksgerichtshof – Terror durch „Recht“ Vortrag von Klaus Marxen im Rahmen des Begleitprogramms zur Sonderausstellung der Topographie des Terrors: Justiz als Terrorinstrument.* (RBB Kulturradio, Perspektiven, Dokument)
- Schornstheimer, M. (2018). *Lügen, Leugnen, Täuschen: Vortragsabend der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften mit Manfred Krifka, Wolfgang Klein, Jörg Maibauer und Michael Soiné.* (RBB Kulturradio, Perspektiven, Dokument)
- Schornstheimer, M. (2018). *Holocaust als Kultur - zur Poetik von Imre Kertész. Symposium der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Künste mit László Földényi, Durs Grünbein, Ingo Schulze, Friedrich Christian Delius und Christina Viragh.* (RBB Kulturradio, Perspektiven, Dokument)
- Schornstheimer, M. (2018). *Simon Ings: Triumph und Tragödie - Stalin und die Wissenschaft. Aus dem Englischen von Brigitte Döbert.* Ho & Ca (Deutschlandfunk Kultur, Lesart, Rezension)
- Schornstheimer, M. (2018). *Funktioniert Demokratie noch ohne ein Weltparlament? Diskussion mit Jo Leinen, Andreas Bummel (Democracy without Borders) und Gesine Schwan (Humboldt-Viadrina). Moderation Peter Spiegel.* (RBB Kulturradio, Perspektiven, Dokument)
- Schornstheimer, M. (2018). *Kunst, Kultur und Wissenschaft als Basisressourcen Berlins.* Diskussionsveranstaltung der Stiftung Zukunft Berlin am 9. März im ver.di-Haus. (RBB Kulturradio, Perspektiven, Dokument)
- Schornstheimer, M. (2018). *Angst machen – Koproduzenten eines Gefühls Konferenz des Einstein-Forums Potsdam* (RBB Kulturradio, Perspektiven, Dokument)
- Schornstheimer, M. (2018). *Ist Sprache eine Waffe? Salon Sophie-Charlotte der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften* (RBB Kulturradio, Perspektiven, Dokument Sendung Do 22.02.18)
- Schornstheimer, M. (2018). *Frank: Ohne Glück kein Erfolg, DTV* (Deutschlandfunk Kultur, Lesart, Rezension)
- Schornstheimer, M. (2018). *Münkler, Herfried: Der 30-jährige Krieg; Peter Wilson: Der 30-jährige Krieg; Christian Pantle: Der 30-jährige Krieg* (Sammelrezension, Neue Gesellschaft - Frankfurter Hefte)

Vorträge / Tagungen

- Beiler, M. (2018). *(K)eine Liebesbeziehung zwischen Journalisten und Politikern? Vertrauen und politische Homophilie als Faktoren des Politikjournalismus im digitalen Zeitalter*. Keynote bei der medienpädagogischen Fachtagung „Liebe und Beziehungen im digitalen Zeitalter“, Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft, Leipzig, 31.1.
- Candea, S. & Krüger, U. (2018). *Oligarchization and Data Feudalism in Cross-Border Journalism: A Critical Analysis of Global Non-Profit Investigative Networks*. Paper presented at the DGPuK conference (sections Journalistik/Journalismusforschung and Internationale und Interkulturelle Kommunikation) „Journalism Across Borders – The Production and ‚Producers‘ of News in the Era of Transnationalization, Destabilization and Algorithmization“, Technische Universität Ilmenau, 26.-28.9.
- Krüger, U. & Pfeiffer, J. (2018). *Die neoklassische Ökonomie und der Romantische Konsumismus: Ideologische Bremsklötze einer „Großen Transformation“*. Vortrag auf der Tagung des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft „Ideologien & Ideologiekritik“, LMU München, 29.11.-1.12.
- Krüger, U. (2018). *Constructive Journalism as Development Communication for the „Great Transformation“: A Normative Approach to an Emerging Coverage Pattern*. Paper presented at the conference „New(s) Media? Political Economy, History, and Technology of News Making in Germany, Turkey, and Norway“, University of Tromsø, 11.-13.9.
- Krüger, U. (2018). *Digitalisierung gestalten! Wie neue Kommunikation in den Dienst globaler Nachhaltigkeit gestellt werden kann*. Vortrag im Rahmen der öffentlichen Ringvorlesung „Digitale Transformation“ an der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur (HTWK) Leipzig, 19.12.
- Krüger, U. (2018). *Doppel-moral in den Medien: Strategien für die intellektuelle Selbstverteidigung*. Öffentlicher Vortrag im Rahmen des Allgemeinen Vorlesungswesens der Universität Hamburg, 5.7.
- Krüger, U. (2018). *Konstruktiver Journalismus als Entwicklungskommunikation für die „Große Transformation“*. Vortrag auf der Tagung „forum 1.5“ im Rahmen des Projekts RegioTransform, Universität Bayreuth, 12.-13.10.
- Krüger, U. (2018). *Kriegslügen, Kampagnen-Hoaxes und Kommerz-Fälschungen: Fake-News in den Mainstream-Medien*. Vortrag auf der Tagung „Demokratie und (Des-)Informationsgesellschaft Zur Funktion und Verbreitung von Big Data, Fake News und Verschwörungstheorien“, Universität Salzburg, 26.-27.4.

- Krüger, U. (2018). *Parteilichkeit in der Ukraine-Berichterstattung: Eine Sourcing-Analyse zum Euromaidan 2013/14 in deutschen TV-Abendnachrichten*. Vortrag auf der Tagung der DGPK-Fachgruppe Mediensprache und Mediendiskurse „Medienkritik: Zwischen ideologischer Instrumentalisierung und kritischer Aufklärung“, Universität Trier, 15.-17.2.
- Krüger, U. (2018). *Qualitätsjournalismus als kultureller und demokratiebildender Faktor. Input auf dem MediaQualityWatch-Forum „Neue Öffentlichkeit – Warum Qualität in den Medien neu definiert werden muss“*, Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur (HTWK) Leipzig, 23.9.
- Krüger, U. (2018). *The Problem of Trust in Journalism: Parallels of the Situations in the U.S. and Germany*. Paper presented at the 10th Schuneman Symposium on Photojournalism and New Media, Ohio University, Athens, 10.-11.4.
- Krüger, U. (2018). *Woran man Propaganda erkennt*. Vortrag auf der Tagung „Krieg und Frieden in den Medien“ der Deutschen Sektion der International Association of Lawyers against Nuclear Arms (IALANA), Cross Jugendkulturkirche Kassel, 26.-28.1.

Journalistik mit dem Schwerpunkt internationale Mediensysteme

Prof. Dr. Marcel Machill, MPA (Harvard)

Geisteswissenschaftliches Kolleg der
Studienstiftung des deutschen Volkes

Im Jahr 2018 leitete Prof. Dr. Marcel Machill im Rahmen des Geisteswissenschaftlichen Kollegs der Studienstiftung des deutschen Volkes zwei Wochen die Arbeitsgruppe „Die Ästhetik der medialen Wahrheit“: Ende März eine Woche lang in Bautzen und Ende September eine Woche lang in Berlin gingen die jungen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler zunächst der Dimensionen „Macht“ und dann der Dimensionen „Ignoranz“ nach. Das von Machill entwickelte Programm des Kollegs geht von folgender Prämisse aus: Wir wollen die Wahrheit herausfinden. Und bedienen uns der Medien, um uns ihr zu nähern. Wir lesen Bücher und Zeitungen, schauen TV und hören Radio, surfen im Internet und rezipieren letztlich Inhalte, über die andere Menschen entschieden haben, dass sie dort in dieser Form veröffentlicht werden. Nur Menschen? Oder welche Instanzen, Strukturen und Algorithmen bestimmen, was zur medialen Wahrheit wird? Welcher Mittel bedienen sich Medien, um uns Wahrheit zu vermitteln – und warum scheint diese in den letzten Jahren weniger Menschen zu erreichen?

Wenn wir die Wahrheit herausfinden wollen, müssen wir auch die Mechanismen der Faktenauswahl und Faktenunterdrückung analysieren. Dazu gehören neben billiger Propaganda auch komplexere Abläufe, bei denen die gesellschaftliche Tabuisierung von Themen entsteht. Und es gehört der Faktor Technik dazu: von der Auswahlmacht der Suchmaschine über die Begrenzungsmacht des Twiterräumens bis hin zur Gestaltungsmacht sozialer Räume und Communities im Netz. Wie gestalten wir unsere eigene Wahrheit, wenn wir uns aktiv in diesen Räumen bewegen?

Innerhalb von zwei Jahren – der Gesamtdauer des Kollegs – werden in jeweils einwöchigen Seminarsitzungen vier Dimensionen dieser Thematik ausgeleuchtet:

Dimension 1: Inszenierung

Mit welchen (ästhetischen) Mitteln wird Wahrheit in unterschiedlichen Medien inszeniert?

Dimension 2: Macht

Wer oder was hat die Macht über das, was als Inhalt vermittelt wird? Personen, professionelle Abläufe, Algorithmen, kulturelle Gebräuche...

Dimension 3: Ignoranz

Was verleitet dazu, Fakten zu ignorieren? Warum entstehen Tabuisierungen von Themen und welche gesellschaftlichen Auswirkungen haben diese?

Dimension 4: Narzissmus

Wie stellen wir uns selbst und unsere eigene Wahrheit dar? Profile, Communities, (weltumspannende) Ideale...

Neben seiner Tätigkeit im Geisteswissenschaftlichen Kolleg wirkte Professor Machill auch 2018 als Ver-

trauensdozent der Studienstiftung des deutschen Volkes. Er gehört ferner dem Auswahlausschuss der Fulbright Kommission zur Auswahl von USA-Studienstipendien an. Die deutsch-französische Hochschule mit Sitz in Saarbrücken berief Prof. Machill erneut als Gutachter zur Evaluierung von dt.-frz. Studiengängen. Und die Université Paris II – Panthéon-Assas berief ihn zum Gutachter („rapporteur“) in einem Promotionsverfahren über die Konstruktion der Berufsidentität von französischen und deutschen Journalisten bestellt.



Während der Kolleg-Woche in Berlin hatte Marcel Machill den Singapurischer Kommunikationswissenschaftler Cherian George als Gastdozenten eingeladen. Professor George (Hong Kong Baptist University) arbeitet u.a. zum Phänomen von online verbreiteter Hate Speech – und möglichen Gegenmaßnahmen.

Kommunikationsgeschichte

Jun.-Prof. Dr. Patrick Merziger



Die Kommunikationsgeschichte in Leipzig fragt nach den Effekten von Medien in der Gesellschaft und ihrer Bedeutung für die Entwicklung von Öffentlichkeiten seit dem 18. Jahrhundert. Sie legt einen breiten Medienbegriff zu Grunde, der neben Presse, Rundfunk, Film und Fernsehen auch die „vergessenen Massenmedien“ wie Theater und Buch und „kleine Medien“ wie Plakate, Postkarten, Schallplatten und Demonstrationen einschließt. Dabei wird konsequent vom Publikum hergedacht, so dass immer der Medienverbund als Ganzes in den Blick kommt und populäre Medienangebote im Vordergrund stehen. In den

Seminaren und Vorlesungen diskutieren wir den Zusammenhang von Gesellschaft und Medien, also die Eingriffe der Politik – Zensur und Propaganda, Medienpolitik und Öffentlichkeitsarbeit – aber vor allem die Auswirkungen, die Medien auf Politik, Gesellschaft und unser Bild von der Welt haben.

Professur

Jun.-Prof. Dr. Patrick Merziger

Studentische Hilfskräfte

Luna Ragheb

Aktuelle Forschungs-/Lehrforschungsprojekte

Projekt „Die Konstruktion der Katastrophe. Humanitäre Hilfsaktionen der Bundesrepublik Deutschland 1951-1992“

Das Projekt hinterfragt den selbstverständlich erscheinenden Impuls zur Hilfe und analysiert die Politik und die Kultur, die den humanitären Aktionen im Kalten Krieg zu Grunde lagen. Der Notstand wird dabei als ein mediales und soziales Konstrukt aufgefasst, mit dem negative Ereignisse in der Welt in einer bestimmten Weise wahrgenommen werden,

nämlich als Katastrophen, die humanitäre Hilfe notwendig und unabdingbar machen. Um diese Konstruktion nachvollziehen zu können, braucht es einen breiten Medienbegriff, da unterschiedliche Organisationen und Institutionen an der Produktion des Notstandes beteiligt sind. So werden vier Akteure – neben den Medien im engen Sinn das Militär, die Außenpolitik und die nichtstaatlichen Organisationen – untersucht und auf die jeweilige Logik hin befragt, die sie von 1951 an vermehrt Katastrophen in der Welt

identifizieren ließen. Dieser Organisationsgeschichte wird eine „Geschichte von unten“ gegenübergestellt, die nach den Erfahrungen der Aktiven in diesen Organisationen und mit den medialen Bildern fragt, um zu zeigen, wie der Impuls zur Hilfe in der Gesellschaft entstand. Damit wird ein zentraler Modus der Aushandlung internationaler Beziehungen und der nationalen Selbstverständigung in einer zunehmend transnational organisierten und global denkenden Welt analysiert.

Publikationen

Herausgeberschaften

Jahrbuch für Kommunikationsgeschichte 20 (2018) [zusammen mit Daniel Bellingradt, Rudolf Stöber und Holger Böning].

20 Jahre „Jahrbuch für Kommunikationsgeschichte“. Beiträge zur Frühen Neuzeit und Moderne. 2 Bde., Stuttgart 2018. [zusammen mit Daniel Bellingradt, Rudolf Stöber und Holger Böning].

Aufsätze

Mediatisation of Disasters and Humanitarian Aid in the Federal Republic of Germany, in: Humanitarianism & the Media, 1900-2015, hg. von Johannes Paulmann (New German Historical Perspectives). Berghahn Books: New York 2018, 240-262.

Out of Area. Humanitäre Hilfe der Bundeswehr im Ausland (1959–1991), in: Zeithistorische Forschungen 15,1 (2018), 40-67.

Die Medialisierung der Katastrophe. Begründung und Formierung von Hilfsaktionen der Bundesrepublik Deutschland nach 1945, in: Land unter - Der Mensch vor der Katastrophe. Menschliche Wahrnehmung singulärer hydrologischer Ereignisse, hg. von Harald Schwillus u.a. Halle 2017, 9-17.

Vorträge (Auswahl)

„Tracing the public in entertainment. Community theatre and its interrelation with mass-media in Weimar and National Socialist Germany“, Weizsäcker Conference, 24-25 May 2018, St Antony's College, University of Oxford, European Studies Center (ESC).

„Die Medialisierung der Katastrophe. Initiation und Formation von Katastrophenhilfe in der Bundesrepublik Deutschland bis 1991“, Neuere und Neueste Geschichte, Fachbereich Gesellschaftswissenschaften, Universität Kassel, 11. Juni 2018.

Kommunikationsmanagement

Prof. Dr. Christian Pieter Hoffmann



Auch 2018 konnte das Team der Professur für Kommunikationsmanagement einen Zuwachs verzeichnen: mit Lea Knabben und Ulf Merkel nahmen zwei weitere wissenschaftliche Mitarbeitende ihre Tätigkeit auf. Lea Knabben hat das „Center for Corporate Reporting“-Stipendium für Finanzkommunikation inne und verstärkt das Team des Center for Research in Financial Communication. Ulf Merkel engagiert sich im Forschungsfeld der Beteiligung im Internet und unterstützt das Center for Digital Participation. Mit einem lachenden und einem weinenden Auge verzeichnete das Lehrstuhlteam auch einen Abgang: Christoph Lutz wurde zum Associate Professor

an der BI Norwegian Business School berufen, wozu die Kolleg/innen herzlich gratulierten.

Das Center for Research in Financial Communication beging am 10./11. September 2018 auf Einladung der Deutsche Börse AG in der Alten Börse in Frankfurt am Main den 2. Financial Communication Summit. 40 geladene Gäste – darunter Leiter der Investor Relations und Unternehmenskommunikation aus dem Kreis der DAX- und MDAX-Unternehmen sowie ausgewählte Kommunikationsexperten aus Wirtschaft und Wissenschaft – diskutierten aktuelle Forschungsergebnisse und Herausforderungen sowie Trends der Kapitalmarktcommunication. Im Verlaufe des Jahres präsentierte das Team des Centers vier neue Studien, die sich mit Strategien der Finanzkommunikation, Integrierter Finanzkommunikation, digitaler Finanzkommunikation und mit Crossmedialer Berichterstattung befassen. Am 16./17. August 2018 fand im Rahmen der vierten RIC-Konferenz des Lehrstuhls für Rechnungswesen, Wirtschaftsprüfung und Controlling der HHL ein gemeinsames Doktorandenkolloquium mit dem Center for Research in Financial Communication statt.

Eine neue Initiative der Professur ist das gemeinsam mit Prof. Dr. Anne Bartsch, Prof. Dr. Sonja Ganguin und Jun.-Prof. Dr. Stollfuß initiierte Center for Digital Participation, in welchem die zahlreichen Forschungsaktivitäten der vier Professuren im Themenbereich der digitalen Partizipation gebündelt und vermittelt werden sollen. Im ablaufenden Jahr wurden insbesondere eine Infrastruktur für die Kommunikation des Centers erstellt sowie erste Projektanträge lanciert.

Weitere Forschungsaktivitäten der Professur umfassten den Abschluss des EU Horizon 2020-Projekts „Ps2Share“, die Durchführung letzter empirischer Erhebungen im Rahmen des DIVSI Forschungsprogramms „Beteiligung im Internet“ und diverse Erhebungen sowie Veranstaltungen im Rahmen des durch das Bundesamt für Strahlenschutz geförderten Projekts „Krisenkommunikation im radiologischen und nuklearen Notfallschutz“. Die folgenden Seiten bieten einen Überblick über die zahlreichen daraus erwachsenen Publikationen.

Professur

Prof. Dr. Christian Pieter Hoffmann

Wissenschaftliche Mitarbeiter

Thomas Eichhorn, Dipl. Soz.

Sebastian Jürss, Dipl. Soz.

Lea Knabben, M.A.

(ab 01.09.2018)

Dr. Christoph Lutz (bis 31.07.2018)

Ulf Merkel, M.A. (ab 15.10.2018)

Christina Rueß, M.A.

Sandra Tietz, M.A.

Wissenschaftliche Hilfskräfte

Lena Biberacher, B.A.

(ab 01.11.2018)

Katharina Heger, B.A.

(bis 31.10.2018)

Jan Reinholz, B.A.

Maximilian van Poele, B.A.

(ab 01.11.2018)

Alexander Sasse, B.A.

(bis 31.10.2018)

Jasmin Weber B.A.

(bis 30.11.2018)

Jonathan Winter, B.A.

(bis 31.12.2018)

Sekretariat

Cornelia Böhland

Aktuelle Forschungs-/Lehrforschungsprojekte

Strategien in der Investor Relations und Finanzkommunikation

Die bisherige Forschung im Bereich der Finanzkommunikation untersucht vor allem Umfang oder Frequenz des Einsatzes spezifischer Instrumente; wenig bekannt ist dagegen über die strategische Steuerung der Finanzkommunikation. Das Ziel der Studie des Centers for Research in Financial Communication war daher eine empirische Erhebung zu den Strategien der Investor Relations und Finanzkommunikation unter deutschen Aktiengesellschaften. Im Rahmen einer Online-Befragung wurden die Verantwortlichen für Investor Relations und Finanzkommunikation im Bereich Corporate Communications der 160 größten deutschen börsennotierten Unternehmen (DAX, MDAX, TecDAX, SDAX) angesprochen. Die Ergebnisse wurden im Rahmen diverser Fachtagungen sowie der Jahrestagung der International Communication Association vorgestellt. Eine Zusammenfassung der Studie findet sich auf www.financialcommunication.org.

Integrierte Finanzkommunikation

Die aktuelle Studie „Integrierte Finanzkommunikation“ des Center for Research in Financial Communication beschäftigt sich mit der Kooperation und Koordination zwischen Investor Relations und Corporate Communications beim Thema Finanzkommunikation. Grundlage der Studie ist ein Methodenmix aus 14 qualitativen Experteninterviews mit Unternehmensvertretern aus dem DAX und MDAX sowie einer breit angelegten Online-Befragung der Verantwortlichen für Investor Relations und Finanzkommunikation (auf der Corporate Communications-Seite) der größten börsennotierten Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Die Ergebnisse wurden erstmalig im Rahmen des 2. Financial Communication im September 2018 präsentiert, weitere Veröffentlichungen werden derzeit vorbereitet. Die vollständige Studie findet sich auf www.financialcommunication.org.

Digital Leadership in Investor Relations

Die Studie „Digital Leadership in Investor Relations – Wie digital ist die

Investor Relations in Deutschland?“ entstand im Rahmen des Forschungs- und Transferprojekts des Master Communication Management in Kooperation mit dem DIRK – Deutscher Investor Relations Verband sowie der Deutsche Post DHL Group, Deutsche Telekom, innogy und SAP. Die Ergebnisse aus einer breit angelegten empirischen Untersuchung von börsennotierten Unternehmen in Deutschland zeigen, wie – und auch wie unterschiedlich – Investor Relations-Abteilungen den digitalen Wandel gestalten. Analysiert wurden unter anderem Voraussetzungen, Herausforderungen und

Trends der digitalen Investor Relations. Zudem wurde erhoben, welche digitalen Instrumente in welcher Intensität Anwendung finden. Daraus konnten der State of the Art der digitalen IR-Landschaft in Deutschland abgeleitet sowie vier unterschiedliche Typen im Umgang mit der Digitalisierung im IR-Bereich identifiziert werden. Die Studie wurde im Rahmen der 21. DIRK-Konferenz am 05. Juni 2018 in Frankfurt vorgestellt sowie in Gastbeiträgen in der Börsen-Zeitung und The Reporting Times veröffentlicht. Die vollständige Studie findet sich auf www.financialcommunication.org.



2. Financial Communication Summit im September 2018 in Frankfurt am Main

Crossmediale Geschäftsberichterstattung

Die Studie „Crossmediale Geschäftsberichterstattung | Von Sendern und Empfängern – wie zielgruppengerecht publizieren Unternehmen“ gemeinsam mit MPM Corporate Communication Solutions definiert die Anforderungen an die crossmediale Berichterstattung und liefert fundierte, empirische Erkenntnisse zu den Zielen der Unternehmen und zu den Nutzungsbedürfnissen der Zielgruppe Kapitalmarktteilnehmer. Dazu wurden die Berichtsperspektive von Sendern wie Empfängern gleichermaßen beleuchtet: In einem ersten Schritt wurden publizierende Unternehmen zu ihren Zielen und Zielgruppen im Rahmen der Berichterstattung befragt. Die Sichtweisen von 100 Analysten und Investoren wurden durch vertiefende Expertengespräche und Telefoninterviews eruiert. Die Ergebnisse der Studie wurden auf der 21. DIRK-Konferenz sowie auf der MPM Corporate Reporting Conference vorgestellt. Die vollständige Studie erscheint Anfang 2019.

Kommunikation des Aufsichtsratsvorsitzenden

Während CEO- und Führungskräftekommunikation zu aufstrebenden und anerkannten Teildisziplinen der

Unternehmenskommunikation geworden sind, fehlt es in der Forschung bislang an Ausführungen mit Blick auf den Aufsichtsrat und dessen Vorsitzende. Doch die globalen Finanz- und Wirtschaftskrisen, die veränderte Unternehmensumwelt und die Diskussion um Corporate Governance verändern das traditionelle Rollenverhältnis der Aufsichtsräte im Umgang mit der Öffentlichkeit spürbar. Die Erwartungen der Stakeholder in Bezug auf Transparenz sind allgegenwärtig; der Fokus erweitert sich auf den Aufsichtsrat – insbesondere in der Frage der sachgerechten Kontrolle. Das Dissertationsprojekt von Sandra Tietz beschäftigt sich umfassend mit der Rolle des Aufsichtsratsvorsitzenden im Rahmen der strategischen Unternehmenskommunikation/Investor Relations. Die Relevanz des Themas wurde dieses Jahr u.a. in Beiträgen bei der ECREA-Konferenz in Lugano, dem DPRG-Arbeitskreis Finanzkommunikation und dem Financial Communication Summit diskutiert.

Ps2Share

Das EU-Forschungsprojekt „Ps2Share“ befasste sich mit Unterschieden in der Beteiligung der (europäischen) Internetbevölkerung an der sogenannten Sharing Economy. Darunter werden Internetplattformen verstanden, auf denen private An-

bieter bspw. Wohnraum (Airbnb, Couchsurfing) oder Transportleistungen (Blablacar, Uber) für private Nutzer zur Verfügung stellen. Neben soziodemographischen Unterschieden untersuchte das Projekt die Bedeutung des Schutzes der Privatsphäre sowie Machtunterschieden zwischen Anbietern, Nutzern und Plattformbetreibern. Das Projekt umfasste einen umfassenden Literaturüberblick, Fokusgruppen mit insgesamt 94 Personen an den sechs Standorten der beteiligten Projektpartner sowie breit angelegte quantitative Befragung von insgesamt etwa 6000 Personen in zwölf europäischen Ländern. Das Projekt wurde Anfang des Jahres mit einem Abschlussbericht beendet, der Empfehlungen für diverse Anspruchsgruppen der Sharing Economy herausarbeitete. Ergebnisse der Untersuchungen wurden unter anderem auf der diesjährigen ECREA-Konferenz in Lugano präsentiert.

DIVSI Forschungsprogramm „Beteiligung im Internet“ – Phase 3

Das Forschungsprojekt zur „Beteiligung im Internet“ wird in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI) durchgeführt. Ziel des Projektes ist es, die Beteiligung im Internet zu quantifizieren und einen

genaueren Blick darauf zu werfen, in welcher Form und Quantität sich die Deutschen im Internet beteiligen. Das nunmehr dritte Teilprojekt widmet sich aufbauend auf den Erkenntnissen der vorherigen Arbeiten der Quantifizierung der Beteiligung in den identifizierten Bereichen. In einem zweistufigen Vorgehen wurde zunächst eine umfangreiche Vorbefragung durchgeführt, die der Analyse angemessener Maße für die Untersuchung der Online-Beteiligung in Bereichen wie Bildung, Gesundheit oder Kultur ermöglichen. Die Ergebnisse dieser Vorbefragung wurden schrittweise veröffentlicht („Beteiligungskarte Deutschland“). Der zweite Schritt des Forschungsprojektes umfasste eine breit angelegte Befragung von mehr als 2000 Internetnutzer/innen in Deutschland. Derzeit werden die Ergebnisse dieser Befragung ausgewertet und 2019 der Öffentlichkeit präsentiert.

Krisenkommunikation im radiologischen und nuklearen Notfallschutz

Das Radiologische Lagezentrum des Bundes hat zur Aufgabe, die Strahlenexpositionen durch natürliche und künstliche Strahlenquellen mit entsprechenden wissenschaftlichen Methoden zu ermitteln und überwachen, sowie die Notwendigkeit und Wirkung technischer und

organisatorischer Maßnahmen im Bereich des radiologischen Notfallschutzes einzuschätzen. Hierzu zählt auch die Kommunikation mit relevanten Zielgruppen sowie die Information der Öffentlichkeit. In einem Forschungsvorhaben will die noch neue Einheit des Bundesamts für Strahlenschutz untersuchen, welche Möglichkeiten der Krisenkommunikation insbesondere in digitalen Medien bestehen. Zu diesem Zweck wurden 2018 Repräsentan-

ten der Zielgruppen zu ihren Informations- und Kommunikationsbedürfnissen befragt. Gemeinsam mit der Stiftung Risiko-Dialog wurde ein groß angelegter Expertenworkshop in München durchgeführt, um die Erhebungsergebnisse zu diskutieren und validieren. Ein dritter Untersuchungsschritt in Form einer Evaluation digitaler Kommunikationskanäle erfolgt in Kooperation mit Prof. Dr. Wolf im kommenden Jahr.

Publikationen

Beiträge in Journals, Fachzeitschriften und Bänden

- Blank, G., & Lutz, C. (2018). Benefits and Harms from Internet Use – A Differentiated Analysis of Great Britain. *New Media & Society*, 20(2), 618–640. doi: 10.1177/1461444816667135
- Bucher, E., Fieseler, C., Fleck, M., & Lutz, C. (2018). Authenticity and the Sharing Economy. *Academy of Management Discoveries*, 4(3), 294–313. doi: 10.5465/amd.2016.0161
- Eichhorn, T., Jürss, S., & Hoffman, C. P. (in press). To share or not to share: A Digital Divide in the Sharing Economy. In D. Wurk, A. Oberg, & I. Maurer (eds.). *Perspectives on the Sharing Economy*. Cambridge Scholars Publishing.
- Fieseler, C., Maltseva, K., & Hoffmann, C.P. (2018). Hedonic Stakeholder Engagement – Bridging the Online Participation Gap through Gamification, in A. Lindgreen, J. Vanhamme, F. Maon, & R. Watkins (eds.), *Communicating Corporate Social Responsibility in the Digital Era (176-190)*, New York: Routledge.

- Hoffmann, C. P. (2018). Investor Relations Communication. In: Robert L. Heath and Winni Johansen (Ed.). *The International Encyclopedia of Strategic Communication* (online first) Hoboken: Wiley-Blackwell.
- Hoffmann, C. P., & Fieseler, C. (2018). Shareholder Activism and the New Role of Investor Relations. In: A. Laskin (Ed.) *Handbook of Financial Communication and Investor Relations* (179-186). Hoboken: Wiley-Blackwell.
- Hoffmann, C. P., Tietz, S., & Hammann, K. (2018). Investor Relations - a systematic literature review. *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 23(3), 294-311.
- Jürss, S., Borchers, N.S. (2018). Rezension. Hauck, Julia: Vertrauen in serviceorientierten Online-Communitys. *Publizistik*, 63(2), 305-307.
- Köhler, K., & Hoffmann, C. P. (2018). Integrated Reporting: Bridging Investor Relations and Strategic Management. In: A. Laskin (Ed.) *Handbook of Financial Communication and Investor Relations* (209-220). Hoboken: Wiley-Blackwell.
- Lampinen, A., Lutz, C., Newlands, G., Light, A., & Immorlica, N. (2018). Power Struggles in the Digital Economy: Platforms, Workers, and Markets. In *Companion of the 2018 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work and Social Computing*, Jersey City, 3-7 November, 417-423. doi: 10.1145/3272973.3273004
- Leonhard, L., Rueß, C., Obermaier, M., & Reinemann, C. (2018). Perceiving threat and feeling responsible – How severity of hate speech, number of bystanders, and prior reactions of others affect bystanders' intention to counterargue against hate speech on Facebook. *Studies in Communication | Media*, 7(4).
- Lutz, C., & Hoffmann, C. P. (2018). Making Academic Social Capital Visible: Relating SNS-Based, Alternative and Traditional Metrics of Scientific Impact. *Social Science Computer Review*, 36(5), 632–643. doi: 10.1177/0894439317721181
- Lutz, C., & Newlands, G. (2018). Consumer Segmentation within the Sharing Economy: The Case of Airbnb. *Journal of Business Research*, 88, 187–196. doi: 10.1016/j.jbusres.2018.03.019
- Lutz, C., Hoffmann, C. P., Bucher, E., & Fieseler, C. (2018). The Role of Privacy Concerns in the Sharing Economy. *Information, Communication & Society*, 21(10), 1472–1492. doi: 10.1080/1369118X.2017.1339726

- Lutz, C., Newlands, G., & Fieseler, C. (2018). Emotional Labor in the Sharing Economy. Proceedings of the 51st Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS). Waikoloa Big Island, 3-6 January, 636–645. doi: <http://hdl.handle.net/10125/49968>
- Maltseva, K., & Lutz, C. (2018). A Quantum of Self: A Study of Self-Quantification and Self-Disclosure. *Computers in Human Behavior*, 81, 102–114. doi: 10.1016/j.chb.2017.12.006
- Micheli, M., Lutz, C., & Büchi, M. (2018). Digital Footprints: An Emerging Dimension of Digital Inequality. *Journal of Information, Communication & Ethics in Society*, 16(3), 242–251. doi: 10.1108/JICES-02-2018-0014
- Newlands, G., Lutz, C., & Hoffmann, C. P. (2018). Sharing by Proxy: Invisible Users in the Sharing Economy. *First Monday*, 23(11), 1–14. doi: 10.5210/fm.v23i11.8159
- Newlands, G., Lutz, C., & Fieseler, C. (2018). Collective Action and Provider Classification in the Sharing Economy. *New Technology, Work and Employment*, 33(3), 250–267. doi: 10.1111/ntwe.12119

Tagungsbeiträge (peer reviewed)

- Andreotti, A., Anselmi, G., & Hoffmann, C.P. (2018). Sharing Economy Platforms and Reciprocity: A Controversial Relation. Paper presented at the XIX ISA World Congress of Sociology, Toronto.
- Bucher, E., Fieseler, C., Lutz, C., & Newlands, G. (2018). Managing Emotional Labor in the Sharing Economy. Paper presented at the 2018 AOM Annual Meeting, Chicago.
- Eichhorn, T., Jürss, S., Hoffman, C. P. (2018). To share or not to share: A Digital Divide in the Sharing Economy. Paper presented at the 5th International Workshop on the Sharing Economy, Mannheim.
- Felzmann, H., Fosch-Villaronga, E., Lutz, C., & Tamò-Larrieux, A. (2018). How Transparent Is Your AI? Ethical, Legal and Societal Issues of the Transparency Principle in Cyber-Physical Systems. Paper presented at the Amsterdam Privacy Conference, Amsterdam.
- Hoffmann, C. P., & Lutz, C. (2018). Digital Divide(s) in Political Participation: Applying Social Cognitive Theory to the Effect of Socio-Demographics on Online Political Participation. Paper presented at the Political Online Participation and its Effects: Theory, Measurement and Results Workshop, Düsseldorf.

- Hoffmann, C. P., & Tietz, S. (2018). Strategic Investor Relations Management: Insights on planning and evaluation practices among German Prime Standard Corporations. Paper presented at the Annual Conference of the International Communication Association (ICA), Prague.
- Jürss, S., Eichhorn, T., Hoffman, C. P. (2018). Sharing is caring? Sharing Economy Participants between ideals and economic logic. Paper presented at the 5th International Workshop on the Sharing Economy, Mannheim.
- Lutz, C., Ranzini, G., & Hoffmann, C. P. (2018). Powerless and Distrustful, but not Resigned: An Exploration of Privacy Cynicism in Germany. Paper presented at the Amsterdam Privacy Conference, Amsterdam.
- Lutz, C., Schöttler, M., & Hoffmann, C. P. (2018). The Privacy Implications of Social Robots: Systematic Literature Review and Expert Interviews. Paper presented at the Amsterdam Privacy Conference, Amsterdam.
- Newlands, G., & Lutz, C. (2018). Sharing by Proxy: Invisible Users in the Sharing Economy. Paper presented at the 2018 ICA Annual Annual Conference, Prague.
- Newlands, G., & Lutz, C. (2018). User Perceptions of Fairness and Regulation in the Sharing Economy. Paper presented at the 2018 AOM Annual Meeting, Chicago.
- Newlands, G., Lutz, C., & Fieseler, C. (2018). Class Consciousness in the Gig Economy. Paper presented at the 2018 EGOS Colloquium, Tallinn.
- Newlands, G., Lutz, C., & Fieseler, C. (2018). Between Pressure and Flexibility: Algorithmic Management in the Sharing Economy. Paper presented at the 5th International Conference on Management and Organization, Ljubljana.

Forschungsberichte und Studien

- Hoffmann, C., Tietz, S., Fetzer, M. & Winter, J. (2018). Digital Leadership in Investor Relations. Wie digital ist die Investor Relations in Deutschland? Frankfurt: DIRK- Deutscher Investor Relations Verband.
- Andreotti, A., Anselmi, G., Eichhorn, T., Hoffmann, C. P., Jürss, S., & Micheli, M. (2018). Recommendations for the Sharing Economy: Increasing Participation. SSRN. DOI: 10.2139/ssrn.3107584
- Hoffmann, C. & Tietz, S. (2018). Strategien in der Investor Relations und Finanzkommunikation. Leipzig: Center for Research in Financial Communication, Universität Leipzig.

Vorträge / Tagungen

- Fosch-Villaronga, E., Lutz, C., & Tamò-Larrieux, A. (2018). Ethical, Legal, and Social Issues of Healthcare Robots: Consulting Expert Voices. Extended abstract presented at the 2018 ICA Pre-Conference „Communicating with Machines: Theory and Practice“, Prague, 24 May.
- Hoffmann, C. P., Tietz, S. & Hammann, K. (2018). Establishing a dialogue between the supervisory board and investors: empirical insights. Paper presented at the 7th Conference of the European Communication Research and Education Association (ECREA), Lugano, Switzerland.
- Jürss, S., Borchers, N. S. (2018). Entgrenzung im Digitalen Kapitalismus: Die Sharing Economy als Katalysator von Entgrenzungsprozessen. Jahrestagung der DGPK-Fachgruppe „Soziologie der Medienkommunikation, Rostock.
- Jürss, S., Borchers, N.S. (2018). Die Ideologie der Sharing Economy. Jahrestagung des Netzwerks „Kritische Kommunikationswissenschaft“, München.
- Jürss, S., Eichhorn, T., Hoffman, C. P. (2018). Sharing is caring? Sharing Economy Participants between ideals and economic logic. Paper presented at the 7th Conference of the European Communication Research and Education Association (ECREA), Lugano, Switzerland.
- Lutz, C., & Newlands (2018). Choice and Discrimination in the Sharing Economy. Extended abstract presented at the Weizenbaum Symposium, Berlin, 15 May.
- Lutz, C., & Newlands, G. (2018). The Interplay of Algorithmic Management and Perpetual Contact in the Gig Economy. Extended abstract to be presented at the 2018 Association of Internet Researchers (AoIR) Annual Conference, Montreal, 10-13 October.
- Lutz, C., & Newlands, G. (2018). Transparency, Uncertainty, and Vulnerability in Ride-Hailing: Exploratory Results from Focus Groups across Europe. Extended abstract presented at the International Interdisciplinary Seminar: Socio-Technical Aspects on Circular and Collaborative Economy, Tarragona, 16 March.
- Lutz, C., Hoffmann, C. P., & Ranzini, G. (2018). Exploring the Dimensionality and Scope of Privacy Cynicism in Germany. Extended abstract to be presented at the 2018 Association of Internet Researchers (AoIR) Annual Conference, Montreal, 10-13 October.

- Lutz, C., Newlands, G., & Fieseler, C. (2018). Class-Consciousness in the Sharing Economy. Extended abstract presented at the Academy of Management Specialized Conference: Big Data and Managing in a Digital Economy, Guildford, 18-20 April.
- Newlands, G., & Lutz, C. (2018). How Mobile-Friendly is Crowdwork? Mobile Affordances, Perpetual Contact and Inequalities in the Gig Economy. Extended abstract presented at the Reshaping Work in the Platform Economy Conference, Amsterdam, 25-26 October.
- Newlands, G., Lutz, C., & Fieseler, C. (2018). Algorithmic Management in the Sharing Economy. Extended abstract presented at the Academy of Management Specialized Conference: Big Data and Managing in a Digital Economy, Guildford, 18-20 April.
- Newlands, G., Lutz, C., & Fieseler, C. (2018). Regulation and Fairness in the Sharing Economy. Extended abstract presented at the Academy of Management Specialized Conference: Big Data and Managing in a Digital Economy, Guildford, 18-20 April.
- Quan-Haase, A., Gosse, C., Lutz, C., Bronson, Z., & McDougall, A. (2018). Motivations for Engaging in Social and Political Online Campaigns. Extended abstract presented at the 2018 General Online Research Conference, Cologne, 28 February-2 March.

Kommunikationswissenschaft

Prof. Dr. Patrick Donges

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Professur für Kommunikationswissenschaft betrachten den Fokus des Instituts – den Wandel von Kommunikation, Medien und Gesellschaft – vor allem aus einer struktur- und prozessbezogenen Perspektive heraus. Wir interessieren uns für die strukturellen Bedingungen, institutionellen Regeln und gesellschaftlichen Folgen von Kommunikation mit unterschiedlichen Graden von Öffentlichkeit und mittels verschiedener Medien. In Forschung, Lehre und durch Transfermaßnahmen beschäftigen wir uns sowohl theoretisch als auch empirisch mit

- den politischen, ökonomischen, rechtlichen, kulturellen und technischen Rahmenbedingungen von Kommunikations- und Medienstrukturen,
- dem Wandel dieser Strukturen angesichts der Digitalisierung, Konvergenz und Ökonomisierung medialer Kommunikation,
- den Möglichkeiten ihrer Gestaltung, sei es durch staatliche Regu-

lierung als auch Formen von Governance (etwa seitens privater oder zivilgesellschaftlicher Organisationen),

- den Folgen dieses Wandels, wie etwa Veränderungen in Organisationen (v.a. der Politik, der Medien selbst oder der Wissenschaft) sowie gesellschaftlicher Prozesse (wie der Willensbildung in demokratischen Öffentlichkeiten),
- der Analyse und Entwicklung von Normen zur Beurteilung und Gestaltung von Kommunikationsstrukturen und -prozessen,
- der Förderung von Kommunikationsstrukturen und -prozessen, die der gesellschaftlichen Entwicklung in Deutschland und anderen Ländern dienen.

Mit unserer sozialwissenschaftlichen Perspektive entwickeln wir Schnittstellen zu anderen Disziplinen wie der Soziologie, Politikwissenschaft, Ökonomie, (Sozial-)Psychologie, Ethik, den Kulturwissenschaften und dem Medienrecht.

Professur

Prof. Dr. Patrick Donges

Honorarprofessuren und Emeriti

Prof. Dr. Alexander Freys

Prof. Dr. iur. Helmuth Neupert (zusammen mit Journalistik)

Prof. Dr. Karl Friedrich Reimers

Prof. Dr. Karola Wille

Prof. em. Dr. Arnulf Kutsch

Wissenschaftliche Mitarbeiter

Dr. Dirk Arnold

Charlotte Knorr, M.A.

Thomas Rakebrand, M.A.

Fabian Grenz, M.A. (Drittmittel)

Dr. Kefa Hamidi (Drittmittel)

Lehrbeauftragte

Dr. Romy Wöhlert

Wissenschaftliche Hilfskräfte

Alexandra Gerner

Juliane Gerstenberg

Julia Günther

Lara Hildebrand

Sekretariat

Simone Nixdorf

Bibliothekarischer

Handapparat

Birgit Persdorf

Dipl.-Bibl. Manuela Bautze



Aktuelle Forschungs-/Lehrforschungsprojekte

Fachmedien und Fachöffentlichkeiten in der politischen Kommunikation (Deutsche Forschungsgemeinschaft, Prof. Dr. Patrick Donges & Fabian Grenz)

Das Forschungsprojekt befasst sich mit den Bedeutungen von Fachmedien für die Struktur von Fachöffentlichkeiten in der politischen Kommu-

nikation und mit den Unterschieden von Fachmedien und Fachöffentlichkeiten in ausgewählten Politikfeldern. Damit wird die Ebene unterhalb der sonst im Fach stark beachteten allgemeinen Massenmedien und der durch sie hergestellten Medienöffentlichkeit fokussiert.

Reform der akademischen Journalistenausbildung in Afghanistan (Volkswagenstiftung, Prof. em. Dr. Arnulf Kutsch & Dr. Kefa Hamidi)

Publikationen

Beiträge in Journals, Fachzeitschriften und Bänden

Donges, P., & Nitschke, P. (2018). Political Organizations and their Online Communication. *Sociology Compass*, 12(2), e12554. doi: 10.1111/soc4.12554

Donges, P., & Puppis, M. (2018). Kommunikations- und medienpolitische Perspektiven. In W. Schweiger & K. Beck (Hrsg.), *Handbuch Online-Kommunikation* (S. 1-23). Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Grenz, F., & Donges, P. (2018). Fachöffentlichkeiten in der politischen Kommunikation. Erkundungen zwischen Medienöffentlichkeit und Policy-Netzwerken. *SCM Studies in Communication and Media*, 7(3), 392-422. doi: 10.5771/2192-4007-2018-3-392

Nitschke, P., & Donges, P. (2018a). Intentional and emergent strategies: Analyzing the motivational and structural dynamics in online communications of political interest organizations. *Public Relations Inquiry*, 7(3), 225-241. doi: 10.1177/2046147x18794998

Nitschke, P., & Donges, P. (2018b). Motive und Strukturen: Eine Analyse der motivationalen und strukturellen Dynamiken in der Online-Kommunikation politischer Interessenorganisationen. In S. Wehmeier & D. Schoeneborn (Hrsg.), *Strategische Kommunikation im Spannungsfeld zwischen Intention und Emergenz* (S. 253-266). Wiesbaden: Springer Fachmedien.

- Nitschke, P., & Donges, P. (2018c). Online Repertoires of NGOs in the International Arena. *Journal of Information Technology & Politics*, 1-18. doi: 10.1080/19331681.2018.1452090
- Arnold, D. (2018). Medienföderalismus: Geschichte der Auslöser und Auswege für Kompetenzstreite. In M. Eifert & T. Gostomzyk (Hrsg.), *Medienföderalismus. Förderale Spannungslagen und Lösungsansätze in der Medienregulierung* (S. 23-44). Baden-Baden: Nomos.
- Arnold, D. (2018). Das Vertrauensdilemma im Verhältnis zwischen Medien-PR und Medienjournalismus. In O. Hoffjann & R. Seidenglanz (Hrsg.), *Allmächtige PR, ohnmächtige PR. Die doppelte Vertrauenskrise der PR* (S. 175-196). Wiesbaden: Springer VS.
- Knorr, C. (2018). Transitivität in interpersoneller Kommunikation bei sog. small groups nach Leinhardt / Holland (1971). In: Christian Stegbauer, & Boris Holzer (Hrsg.). *Schlüsselwerke der Netzwerkforschung*, Wiesbaden: Springer Verlag.
- Knorr, C. (2018). Man kann nicht nicht kommunizieren? Zum Erleben von Resonanz in digitalen Netzöffentlichkeiten. In: Jubiläumsband zur Vorlesungsreihe vernetzt, WiSe 2015/2016 in Leipzig.
- Hamidi, K. (2018). Man kann nicht nicht kommunizieren? Zum Erleben von Resonanz in digitalen Netzöffentlichkeiten. In: Jubiläumsband zur Vorlesungsreihe vernetzt, WiSe 2015/2016 in Leipzig.

Tagungsbeiträge (peer reviewed)

- Arnold, D. (2018). Konvergenz der Mediensysteme: Dimensionen und Interdependenzen. Tagung „Das Konzept Mediensystem im Zeitalter von Konvergenz und Digitalisierung“ des Netzwerkes Medienstrukturen 19. Oktober 2018 in Leipzig.
- Donges, P. (2018). *Nicht die vernetzten Massen, die Gruppe kehrt im digitalen Strukturwandel der Öffentlichkeit zurück*. Mediensymposium Luzern, 30. November 2018.
- Donges, P. (2018). *Vom Mythencharakter formaler Strukturen zum „institutional work“*. Erträge institutionalistischer Theorien anlässlich eines 40. Geburtstages. DGpuK Pre-Conference „Neue Theorien (in) der Kommunikationswissenschaft“, 9. Mai 2018 Mannheim
- Donges, P., & Grenz, F. (2018). *Fachmedien als System?* Tagung „Das Konzept Mediensystem im Zeitalter von Konvergenz und Digitalisierung“ des Netzwerkes Medienstrukturen, 20. Oktober 2018 in Leipzig.

- Donges, P., & Grenz, F. (2018). *Specialized media and publics in political communication*. ECREA Conference, 3. November 2018 Lugano.
- Donges, P., & Jarren, O. (2018). *Kommunikationswissenschaftliche Perspektiven des Institutionalismus*. Tagung am 16. November 2018 Zürich.
- Donges, P., & Jarren, O. (2018). *Vom Medien- zum Kommunikationssystem?* Tagung „Das Konzept Mediensystem im Zeitalter von Konvergenz und Digitalisierung“ des Netzwerkes Medienstrukturen, 19. Oktober 2018 in Leipzig.
- Dühring, L., & Rakebrand, T. (2018). *Ideologiekritik als Chance und Herausforderung. Anregungen für eine kritische Hochschuldidaktik*. Vortrag im Rahmen der Jahrestagung des Netzwerkes Kritische Kommunikationswissenschaft „Ideologien & Ideologiekritik“, München, 29. November - 1. Dezember 2018
- Hamidi, K. (2018). *Mediensysteme in fragilen Staaten. Fallbeispiel Afghanistan*. Tagung „Das Konzept Mediensystem im Zeitalter von Konvergenz und Digitalisierung“ des Netzwerkes Medienstrukturen, 19. Oktober 2018 in Leipzig.
- Knorr, C. (2018). *Entstehung und Diffusion von Best Practices über intra-organisatorische Netzwerke*. Treffen des Arbeitskreises „Organisatorische Netzwerkforschung“ (DGNet), Jena, 27.-28. September 2018
- Knorr, C. (2018). *Zur Relationalität von medialem Setting und Thematisierungspraktiken*. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Netzwerkforschung (DGNet), Schader-Forum Darmstadt, 3.-4. Dezember 2018
- Sprigath, G., Dühring, L., Rakebrand, T. & Dobmeier, F. (2018). *Wissenschaft als Karriere: Ideologie und Angst*. Workshop im Rahmen der Jahrestagung des Netzwerkes Kritische Kommunikationswissenschaft „Ideologien & Ideologiekritik“, München, 29. November - 1. Dezember 2018

Vorträge / Tagungen

- Organisation des interdisziplinären Workshops „Internet Governance in the Global Condition“ – einer Kooperation der Universitäten Halle-Wittenberg, Jena und Leipzig. Im Rahmen des Forums for The Study of the Global Condition, Universität Leipzig, 1. Dezember 2017
- Organisation der Tagung „Das Konzept Mediensystem im Zeitalter von Konvergenz und Digitalisierung“ des Netzwerkes Medienstrukturen, Universität Leipzig, 19.-20. Oktober 2018

- Organisation des Symposiums „Reform der akademischen Journalistenausbildung in Afghanistan“, Universität Leipzig, 09.-12. Oktober 2018
- Organisation des Konferenz „Wir in den Medien. Kommunikation für eine partizipative Gesellschaft. Reihe Migration, Medien und Partizipation. Universität Leipzig, 07. Dezember 2018
- Arnold, D.: Keynote und Panel auf der Diskussionsveranstaltung zum Internationalen Tag der Pressefreiheit zum Thema „Die Konvergenz der Medien - Braucht Deutschland eine neue Medienordnung?“, Erfurt, 3. Mai 2018
- Donges, P. *Der Medienwandel als Herausforderung für die Wissenschaftskommunikation*. Leibniz-WissenschaftsCampus EEGA 26. September 2018 in Leipzig.
- Donges, P. *Fachzeitschriften und die Folgen der segmentären Differenzierung*. Beitrag zum Workshop des SNF-Fachzeitschriftenprojektes 9. März 2018 Zürich.
- Donges, P. *Öffentlichkeitswandel*. Vitznauer Forum „Medien- und Öffentlichkeitswandel als theoretische und empirische Herausforderung“ 6. April 2018.
- Donges, P. *Partizipative Gesellschaft und fragmentierte Öffentlichkeiten*. Tagung. Tagung „Wir in den Medien. Kommunikation für eine partizipative Gesellschaft!“, 7. Dezember 2018 in Leipzig.
- Hamidi, K. Vielfalt in den Redaktion zur Ausgewogenheit der Berichterstattung. Ein Trugschluss. Bundeskonferenz der Neue Deutsche Medienmacher, 03. November 2018 in Berlin.
- Knorr, C.: Workshop „Konfliktmanagement“ im Rahmen der Wissenstransferkurse am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft, Leipzig, 24. Juli 2018
- Rakebrand, T., & Knorr, C.: Workshop „Unkonferenz Political Correctness“ im Rahmen des Semestertages des Masterstudiengangs, Schwerpunkt Kommunikationswissenschaft. Universität Leipzig, 15. Juni 2018
- Rakebrand, T: Vortrag „Das wird man doch wohl noch posten dürfen! – Hate Speech und Handlungsgrenzen im Netz“ im Rahmen des Podiums „Hass im Netz: Zwischen Meinungsfreiheit und Hetze“. SAEK Görlitz, 4. Dezember 2018
- Rakebrand, T: Workshop „Wie viel Forschungsethik verträgt die Kommunikationswissenschaft? oder: von der Last und Vergessenheit ethischer Grundsätze im Unialltag“ im Rahmen des Semestertages des Masterstudiengangs, Schwerpunkt Kommunikationswissenschaft. Universität Leipzig, 26. Januar 2018

Tagung zum Thema "Das Konzept Mediensystem in Zeiten von Konvergenz und Digitalisierung" vom 19.-20. Oktober 2018 in Leipzig

Vom 19. bis 20. Oktober 2018 veranstaltete der Bereich Kommunikationswissenschaft zusammen mit dem Netzwerk Medienstrukturen eine Tagung zum Thema „Das Konzept Mediensystem in Zeiten von Konvergenz und Digitalisierung“ in Leipzig. Das Netzwerk Medienstrukturen ist eine Plattform für Forschende aus dem deutschsprachigen Raum, die sich mit Medienstrukturen in politischer, historischer, ökonomischer, rechtlicher oder soziologischer Perspektive befassen. Mit der Digitalisierung und der Durchsetzung von Online - Medien sind die Mediensysteme in Bewe-

gung geraten. So sind sie von Konvergenz geprägt, also dem Wegfall bisheriger Grenzen zwischen einzelnen Medien, ihren Anbietern, Angeboten und ihrer Nutzung. Vor diesem Hintergrund befasste sich die Tagung mit der Frage, wie wir das Konzept des Mediensystems unter den gegenwärtigen Bedingungen konstruieren und analysieren müssen. Dabei interessierte, ob und inwieweit die tradierten Mediensystemkonzepte hinreichend sind, um damit heutige Mediensysteme adäquat beschreiben und analysieren zu können, oder welche neuen Konzepte wir benötigen. Im Zentrum der



Tagung standen dreizehn Beiträge in sechs thematischen Blöcken, die sich in theoretischer, methodologischer und empirischer Hinsicht mit den Herausforderungen und Problematiken für die Mediensystemforschung auseinandersetzten. Die Tagung begann mit einer Keynote der Intendantin des Mitteldeutschen Rundfunks, Prof. Dr. Karola Wille, die die Perspektive und die Reaktio-

nen der öffentlichen Rundfunkorganisationen auf die veränderten Rahmenbedingungen in Folge der Digitalisierung und technischen Konvergenz darstellte. Sie zeigte u. a. anhand konkreter Projekte und des MDR-Entwicklungsplans auf, wie sich Aufgaben, Angebote und Struktur des öffentlichen Rundfunks wandeln. Insgesamt waren 30 Teilnehmerinnen und Teilnehmer anwesend.

Medienkompetenz- und Aneignungsforschung

Prof. Dr. Sonja Ganguin



Die Relevanz der Medienpädagogik wächst mit der zunehmenden Bedeutung von Medien für Kinder, Jugendliche und Erwachsene im Alltag, im Beruf und im Kontext von Bildungsprozessen, die aus der zunehmenden medialen Durchdringung ihres Alltags resultiert. Den Kern medienpädagogischer Theorie bildet das selbstbestimmte und kritisch-reflexive Handeln von Subjekten. Dieses wird mit dem Begriff der ‚Medienkompetenz‘ fokussiert, der inzwischen Einzug sowohl in die Richtlinien der Kultusministerien als auch in die Curricula der Weiterbildung erhalten hat.

Die Arbeit an der Professur für Medienkompetenz- und Aneignungsforschung verfolgt in den Bereichen Forschung und Praxis das Ziel, in dem komplexen Bereich Medienpädagogik qualifizierte Arbeitskräfte auszubilden. Die empirische (qualitative und quantitative) Forschung konzentriert sich auf die Felder der Medienkompetenz- und Aneignungsforschung, der digitalen und vor allem mobilen Medien im Alltag von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen sowie des Einsatzes von Medien in Lehr- und Lernprozessen. Kontinuierliches Ziel der Abteilung Medienpädagogik ist es, den Medienkompetenzbegriff auszudifferenzieren und an aktuelle und zukünftige mediale Anforderungen anzupassen. Insbesondere die Implikationen mobiler Medien und ihre Aneignung durch Kinder, Jugendliche und Erwachsene in Bezug auf die Dimensionen von Medienkompetenz sowie auf lebenslange Lernprozesse werden untersucht und ausgelotet. In medienpädagogischen Praxisprojekten, die mit unterschiedlichen Kooperationspartnern durchgeführt werden, erwerben die Studierenden im Kontext unterschiedlicher Zielgruppen (Kinder, Jugendliche, Er-

wachsene, Senioren) und unterschiedlicher medienpezifischer Themen (z.B. mobile Mediennutzung, Computerspiele etc.) medienpädagogische Kompetenzen sowie Medienkompetenz gleichermaßen.

Forschungsschwerpunkte der Professur

- Medienkompetenz- und Aneignungsforschung
- Erforschung digitaler Kindheit und Jugend
- Qualitative und quantitative Medienforschung / Evaluation
- Computerspiele, Serious Games und Gender
- Mobile Medien im Alltag von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen
- E-Learning und Mobile-Learning, z.B. in der Weiterbildung
- Aspekte des Jugendmedienschutzes

Professur

Prof. Dr. Sonja Ganguin

Wissenschaftliche Mitarbeiter

Johannes Gemkow, M.A.

Rebekka Haubold, M.A.

Volker Pankrath, M.A.

Lehrbeauftragte

Julia Henschler, M.A.

Michael Nitsche, M.A.

Wissenschaftliche Hilfskräfte

Julian Kasten, M.A.

Daniel Roß, M.A.

Julia Nickel, B.A.

Studentische Hilfskräfte

Jasmin Röder

Sekretariat

Klaudia Kappmann

Aktuelle Forschungs-/Lehrforschungsprojekte

UniLearn – Entwicklung einer App zur mobilen Wissenskommunikation

Kooperationsprojekt der Instituts für Kommunikations- und Medienwissenschaft (Prof. Dr. Sonja Ganguin) mit dem Institut für Biologie (Prof. Dr. Christian Wilhelm) Gefördert von: Laboruniversität

„Fit for News – Wie informationskompetent sind Sachsens Berufsschüler“

Forschungsprojekt des European Institute for Journalism and Communication Research (EIJCR) unter Mitarbeit von Masterstudentinnen der Medienpädagogik
Projektleitung: Prof. Dr. Michael Haller

„Medienclub Leipziger Löwen“

Seit Anfang 2010 existiert der "Medienclub Leipziger Löwen", eine intergenerationelle Redaktion, die gemeinsam Medienprojekte realisiert. Neben dem Austausch über Generationengrenzen hinweg ist das Ziel des Projektes, die Medienkompetenzen der TeilnehmerInnen zu fördern und sich aktiv und oft auch humorvoll-kritisch über Medien in das Zeitgeschehen einzumischen. Die Mitglieder hinterfragen, kommentieren und gestalten - multimodal und multimedial.

Projektleitung: Carolin Baetge, M.A. & Rebekka Haubold, M.A.

„VISIONALE“ Leipzig

Die „VISIONALE“ ist Sachsens ältester Kinder- und Jugendmedienwettbewerb und wird seit 1991 jährlich vom Arbeitskreis Medienpädagogik der Stadt Leipzig in Zusammenarbeit mit dem Schauspiel Leipzig und der Professur für Medienkompetenz- und Aneignungsforschung der Universität Leipzig veranstaltet. Projektleitung: Volker Pankrath, M.A.



Publikationen

Editionen (Herausgeberschaften)

- Baetge, C. & Ganguin, S. (2018). Games in der Schule. Potenziale und Herausforderungen. In F. von Gross & R. Röllecke (Hrsg.), *Dieter Baacke Handbuch 13. Make, Create & Play: Medienpädagogik zwischen Kreativität und Spiel* (S. 39-45). München: kopaed
- Barth, R. & Ganguin S. (2018). Mobile Gamification. In C. de Witt & C. Gloerfeld (Hrsg.), *Handbuch Mobile Learning* (S. 529-542). Wiesbaden: Springer VS
- Ganguin, S. & Sander, U. (2018). Medienkritik. Zur Genese eines reflexiven Umgangs mit Medien. In Niesyto, H. & Moser, H. (Hrsg.), *Medienkritik im digitalen Zeitalter* (S. 139-150). München: kopaed

Beiträge in Journals, Fachzeitschriften und Bänden

- Ganguin, S. (20.08.2018). Handys in der Schule? Die Realitätsferne des Smartphone-Verbot. *Tagesspiegel Causa*. Zugriff am 11.11.2018. Verfügbar unter <https://causa.tagesspiegel.de/politik/brauchen-wir-ein-smartphone-verbot-in-schulen/die-realitaetsferne-des-smartphone-verbot.html>
- Haubold, R. (2018). Media Pedagogy - just as old as you feel. *Media Education. Journal for Theory and Practice of Media Education, Media literacy as intergenerational project. Skills, norms and mediation* (2018 Special Issue)
- Nitsche, M. & Ganguin, S. (2018). Social Influencing. Zwischen Marketing und Lebenswelt. *Arbeitsmarkt-Informationen*, 54 (1), 9-14.

Vorträge / Tagungen

- Ganguin, S. (2018). Braucht unsere Demokratie einen ÖRR im digitalen Informationszeitalter? Rednerin der Pro-Contra Debatte in Kooperation mit dem MDR, der Universität Leipzig, der Handelshochschule Leipzig und der Leipziger Debattier- & Disputations-Gesellschaft e.V., Leipzig, 24.10.2018.

- Ganguin, S. (2018). Influencer. Zwischen Marketing und jugendlicher Lebenswelt. Fachtagung "Digitale Spuren. Online-Nutzung von Mädchen und Jungen", Landesstelle Jugendschutz Niedersachsen in Hannover, 17.10.2018.
- Ganguin, S. (2018). Jung sein in digitalen Welten - Chancen und Herausforderungen für die pädagogische Arbeit. Fachtagung "Digitale Spuren. Online-Nutzung von Mädchen und Jungen", Landesstelle Jugendschutz Niedersachsen in Hannover, 17.10.2018.
- Ganguin, S./ Hoffmann, C./ Stollfuß, S. (2018). Tinder: Liebe und Beziehungen im digitalen Zeitalter. DGPK Jahrestagung in Mannheim, 11.05.2018.
- Ganguin, S. (2018). Medienkompetenz: früher - heute - morgen? Lehrendenfortbildung zum Thema „Teach your teacher to code“ - Educational robots in der Schule: Ganz einfach Programmieren lernen. Eintägige Fortbildung der KFEDUCATION in Kooperation mit der SLM und Universität Leipzig in Leipzig, 08.06.2018.
- Ganguin, S. (2018). Digital Native oder Digital Naive? Medienkompetenz Jugendlicher. Im Rahmen der Veranstaltung „On/Live 2018, das Theater der Digital Natives“ des Forums Freies Theater (FFT) in Düsseldorf, 20.04.2018.
- Ganguin, S. (2018). Cybermobbing & Hate Speech aus Perspektive der Medienpädagogik. Fachtagung zum Thema „Cybercrime - Gewalt (ist) online“ – Gewalt gegen Mädchen und junge Frauen im digitalen Raum. Veranstaltet vom Landesjugendpfarramt Dresden, in Leipzig, 19.03.2018.
- Gemkow, J. (2018). Mediatisierung und Medienkompetenz. Notwendigkeit und Möglichkeit der Neuakzentuierung von Medienkompetenz am Beispiel digitalisierten Wissens. Vortrag, Information & Media Literacy: Interdisziplinäre Perspektiven auf Bildung und Digitalisierung in der Medien-, Informations- und Wissensgesellschaft (IML-Konferenz), Passau, 24.11.2018.
- Gemkow, J. (2018). Mediatisierung und Medienkompetenz. Notwendigkeit und Möglichkeit der Ausdifferenzierung von Medienkompetenz am Beispiel digitalisierten Wissens. Vortrag, Sektionstagung Medienpädagogik der Deutschen Gesellschaft für Erziehungswissenschaft (DGfE), Bremen, 21.09.2018.

- Haubold, R. (2018). Competence or literacy as well for elderly – Situational media education contexts. 7th European Communication Conference (ECC): Centres and Peripheries: Communication, Research, Translation. Lugano (Schweiz), 03.11.2018.
- Haubold, Rebekka (2018). Situationsanalyse für die Medienpädagogik. Doktorand*innenforum, DGfE Frühjahrstagung Sektion Medienpädagogik, Universität Bremen, 20.09.2018.
- Haubold, Rebekka (2018). Media pedagogy – just as old as you feel. Claudia Riesmeyer/Thorsten Naab, & Ruth Festl: Media literacy as intergenerational project: skills, norms, and mediation. ICA Pre-Conference (DGPuK, Division Media Education), Ludwig-Maximilians-University München, 23.05.2018.

Medienwissenschaft und Medienkultur

PD Dr. phil. habil. Florian Mundhenke, Vertretungsprofessor für Medienwissenschaft und Medienkultur (ab. 01.04.2018)

Prof. Dr. em. Rüdiger Steinmetz (bis 31.03.2018), Universitätsprofessor (em.) für Medienwissenschaft und Medienkultur

Im Zentrum der Forschung der Lehrstuhlvertretung (Dr. Mundhenke) steht die Hybridität in Bezug auf die Produktion, Repräsentation und Rezeption von primär audiovisuellen Massen- und Individualmedien der gegenwärtigen Digitalkultur. Der Fokus liegt dabei auf Konvergenz- und Differenzierungsprozessen. Es geraten so nicht nur technische Felder und solche der Produktion in den Fokus (z.B. in Fragen der Transmedialität), sondern etwa auch neue Darstellungsformen oder die Veränderung von Nutzungsweisen (etwa digitale Interfaces von Augmented und Virtual Reality sowie 360-Grad-Filme). Dazu wird im Moment ein internationales Verbundprojekt mit Kanada und Großbritannien angeschoben, welches die Nutzung digitaler Interfaces dokumentarischer Medien transnational vergleichen will. Zum Thema der Nutzerethik und zum Storytelling interaktiver Webdokumentationen fand im Sommer auf der NECS-Tagung in Amsterdam ein Workshop statt, dessen Beiträger aus Kanada, Großbritannien, Portugal und Deutschland

ihre Forschungsergebnisse in einem Sonderheft des renommierten Fachjournals „New Cinemas“ im Jahr 2019 erstmals der wissenschaftlichen Öffentlichkeit präsentieren werden.

Im Bereich der Lehre im Bereich liegt der Fokus auf fachwissenschaftlichen Grundlagen sowie der Vermittlung von analytischen und kreativen Kenntnisse in Bezug auf Medienpraxis und Medienforschung. Dazu wurde unter anderem das Praxisprojekt *hochschul.tv* zu einer permanenten Videoredaktion des Radiosenders *mephisto 97.6* ausgebaut, um das Projekt dauerhaft zu verstetigen und *mephisto* einen weiteren cross-medialen Ausspielweg zu bieten.

Charmaine Voigt, M.A., hat das Lehrstuhlteam zum 1. Oktober 2018 verlassen, bleibt der Universität aber als Wissenschaftliche Mitarbeiterin für Ernährungskommunikation im interdisziplinären Verbundprojekt *nutriCARD* erhalten.

Professur

PD Dr. Florian Mundhenke

Wissenschaftliche Mitarbeiter

Dr. Judith Kretzschmar (Stellvertretende Vorsitzende „Zentrum für Wissenschaft und Forschung | Medien e.V.“ ZWF, Stellvertretende Vorsitzende „Studienkreis Rundfunk und Geschichte e.V.“ und Redakteurin der Zeitschrift „Rundfunk und Geschichte“; Lehrbeauftragte an der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften, Salzgitter, Institut für Medienmanagement; Lehrbeauftragte an der Universität Erfurt, Philosophische Fakultät, Seminar für Medien- und Kommunikationswissenschaft Charmaine Voigt, MA (seit Oktober 2018 wissenschaftliche Mitarbeiterin für Ernährungskommunikation im interdisziplinären Verbundprojekt nutriCARD an der Universität Leipzig)

Honorarprofessoren

Prof. Olaf Jacobs (Hoferichter & Jacobs Film- und Fernsehproduktionsgesellschaft mbH, Leipzig)
Prof. Dr. Michael Kölmel (u.a. Weltkino Filmverleih GmbH, Leipzig)
Prof. Dietz Schwiesau (Trimedialer Nachrichtenchef MDR Sachsen-Anhalt)

Sekretariat

Katrin Goldmann

Lehrbeauftragte

Amelie Ernst
Bastian Wierzioch
Christiane Wittenbecher
Tino Dallmann

Aktuelle Forschungs-/Lehrforschungsprojekte sowie Mitgliedschaften

PD Dr. Florian Mundhenke

Projektleitung „Digitale Interfaces und interaktives Storytelling dokumentarischer Medien – Wirklichkeitsreflexion im postkinematografischen Zeitalter.“
„Storytelling and interfaces in digital nonfictional media – Documentary in a post-cinematic age.“

Das Projekt untersucht gegenwärtige Interfaces zur Film- und Fernsehrezeption (u.a. VR-Brillen, Augmented-Reality-Angebote und 360-Grad-Filme) hinsichtlich ihrer Bedeutung für die Reflexion und Rezeption dokumentarischer Bedeutungsangebote, vor allem hinsichtlich eines interaktiven Erlebens digitaler Erlebniswelten.

Mitglied des DFG-Forschungsnetzwerks „Genres und Medien: Perspektiven auf Strukturen, Diskurse und Kulturen medialer Genre-Konzepte“, unter der Leitung von Prof. Dr. Ivo Ritzer (Universität Bayreuth)

Mitglied im „dok.art Labor“ (Prof. Dr. Thomas Weber, Universität Hamburg)

Mitglied des „NECS – Network for European Cinema and Media Studies“, der „GfM – Gesellschaft für Medienwissenschaft“ und des „ZWF – Zentrum für Wissenschaft und Forschung e.V.“

Dr. Judith Kretzschmar

Projektleitung „Zeitzeugen des Rundfunks“, Fachgruppe „Rundfunkhistorische Gespräche“ im Studienkreis Rundfunk und Geschichte e.V. (zus.

mit Susanne Hennings, DRA Frankfurt a.M.)

<http://rundfunkundgeschichte.de/zeitzeugen/>

Forschungsprojekt „Unbekannte Bilder der Transformation. Sächsisches Lokalfernsehen in der frühen Nachwendezeit“ (zus. mit Prof. Dr. Rüdiger Steinmetz)

Charmaine Voigt, MA

Reinforcing College Television. Structures, Models and Practices in the U.S. and Germany (laufendes Dissertationsprojekt).

Beiträge in Journals, Fachzeitschriften und Bänden

Mundhenke, Florian (2018): „Propaganda 2.0?! Inszenierungsstrategien von Wahlwerbepots in film- und kulturhistorischer Hinsicht“, in Schicha, Christian: Wahlwerbepots zur Bundestagswahl 2017 – Analysen und Anschlussdiskurse über parteipolitische Kurzfilme in Deutschland. Wiesbaden: Springer VS (Im Erscheinen).

Mundhenke Florian (2018): Hybride Genres. In: Stiglegger, Marcus (Hg.): Handbuch Filmgenre. Springer Reference Geisteswissenschaften. Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-09631-1_11-1

Mundhenke Florian (2018): Gattungen und Genres. In: Stiglegger, Marcus (Hg.): Handbuch Filmgenre. Springer Reference Geisteswissenschaften. Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-09631-1_1-1

Mundhenke, Florian (2018): „Relokalisierung – Repräsentation – Resonanz. Historische, theoretische und ästhetische Prolegomena zum Diskurs über die Korrelation von Film und Raum.“ In: Mundhenke, Florian, Thomas Weber: Kinoerfahrungen. Theorien – Geschichte - Perspektiven. Berlin. S. 37-70.

Kretzschmar, Judith: Lokalfernsehen als audiovisuelles Erbe. Pilotprojekt zu digitaler Sicherung und Erschließung der Bestände. In: Auslöser 4/2018, Filmverband Sachsen e.V.

- Voigt, Charmaine (Rez.): Ute Holfelder, Klaus Schönberger (Hg.): *Bewegtbilder und Alltagskultur(en): Von Super 8 über Video zum Handyfilm. Praktiken von Amateuren im Prozess der gesellschaftlichen Ästhetisierung*. In: *Medienwissenschaft Rezensionen | Reviews*, 2-3 (2018), S. 212-214.
- Voigt, Charmaine (Rez.): Gregory Adamo, Allan DiBiase (Hg.): *College Media: Learning in Action*. In: *Medienwissenschaft Rezensionen*, 2-3 (2018), S. 341-342.

Vorträge / Tagungen

- Mundhenke, Florian: „Die Veränderung von Genres unter digitalen Voraussetzungen“, auf dem Workshop „Genre-Lektüren: Regime und Diskurse der Aneignung von Genres“, Philipps-Universität Marburg (Januar 2018)
- Mundhenke, Florian: Teilnahme am Workshop „Genre-Transmedialität: Genres und medienübergreifende Perspektiven“, Universität Zürich (Juni 2018)
- Mundhenke, Florian: „The Results of Audience Research and the Consequences for Production and Storytelling“, Workshop „Towards an Art of Participation - Aesthetics and Ethics in Collaborative Documentary“ auf der Jahrestagung des *NECS (Network for European Media and Cinema Studies)* mit dem Fokus „Media Tactics and Engagement“, Universiteit van Amsterdam, NL (Juni 2018)
- Mundhenke, Florian: „The Results of Audience Research and the Consequences for Production and Storytelling“, Workshop „Docmedia - Exploring docmedia production through the lens of web-based and virtual reality technology. Challenges, boundaries and possibilities“, Filmuniversität Potsdam-Babelsberg KONRAD WOLF (Juni 2018)
- Mundhenke, Florian: Organisation und Leitung des Workshops „Dokumentarische Praktiken in medialer Transformation“, zus. m. Prof. Dr. Thomas Weber, Universität Hamburg (Juli 2018)
- Mundhenke, Florian: Leitung des Workshops „Das Dokumentarische im Medienwandel – neue methodische, theoretische und thematische Perspektiven“, bei der Jahrestagung der *Gesellschaft für Medienwissenschaft (GfM)* zum Thema „Industrie“ an der Universität Siegen (September 2018)
- Mundhenke, Florian: „Medienmaterialitäten und Interfaces und die Genre-Frage“ beim Workshop „Genre-Globalisierung: Genres und Interkulturalität“, Universität zu Köln (Dezember 2018)

- Kretzschmar, Judith: Materialitäten – An den Schnittstellen von Rundfunk- und Technikgeschichte.
Jahrestagung des Studienkreises Rundfunk und Geschichte in Kooperation mit dem TECHNOSEUM Mannheim.
- Kretzschmar, Judith: Medienhistorisches Forum. Studienkreis Rundfunk und Geschichte e.V. in Kooperation mit NAKOGE, Nachwuchsforum Kommunikationsgeschichte der Fachgruppe Kommunikationsgeschichte der DGPuK, Lutherstadt Wittenberg.
- Voigt, Charmaine: Hochschulfernsehen in Deutschland – Strukturen, Modelle und Praxen. Ein Vortrag zum Auftakt der Sendergründung „Campus TV Bonn“ an der Universität Bonn, 16. Mai 2018.
- Voigt, Charmaine: Challenges of TV Production Education within a Research-Oriented Graduate Program. ECREA Conference „Trial and Error II – Innovation and trends between the classroom and the company“, Universidad de Minho, Braga, Portugal, 10. Mai 2018.

Online-Kommunikation

Prof. Dr. Cornelia Wolf

(seit Juni 2018 in Mutterschutz mit anschließender Elternzeit)

Die Professur Online-Kommunikation forscht und lehrt zu aktuellen Fragen digitaler und crossmedialer Kommunikation von Unternehmen und Nonprofit-Organisationen. Darüber hinaus werden der Medienwandel sowie die Institutionalisierung neuer Technologien, Kommunikationsinstrumente und Darstellungsformen im Kontext von Corporate Media und im Journalismus betrachtet. Ein weiterer Schwerpunkt der Professur liegt im Bereich der Wissenschafts- und Innovationskommunikation. Hier besteht seit 2016 eine Kooperation mit dem Fraunhofer-Zentrum für Internationales Management und Wissensökonomie in Leipzig in mehreren Projekten. Neben Professorin Cornelia Wolf gehören zum Team der Juniorprofessur derzeit Nadja Enke (wissenschaftliche Mitarbeiterin) und Claudia Glawe (Erasmus+-Beratung). In ihrem Promotionsprojekt untersucht Nadja Enke welchen Beitrag strategische Kommunikation in Medienorganisationen leistet. Gemeinsam bringen sie und Professorin Wolf ihre Expertise seit 2015 für die Hochschulkommunikation der Universität Leipzig im Rahmen des

Relaunches von Corporate Design und Internetauftritt ein. Professorin Wolf verantwortet zudem das Erasmus+-Programm des Instituts. Sie lehrt am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft in den Masterstudiengängen Communication Management und Journalismus sowie im Bachelorstudiengang Kommunikations- und Medienwissenschaft.

Professorin Wolf war 2018 zum dritten Mal in Folge Jury-Mitglied des Deutschen Preises für Onlinekommunikation und hatte weiterhin die Redaktionsleitung der Mitgliederzeitschrift der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) inne.

Professur

Prof. Dr. Cornelia Wolf

Wissenschaftliche Mitarbeiter

Nadja Enke, M.A.

Wissenschaftliche Hilfskräfte

Claudia Glawe, B.A. (Erasmus+-Beratung)

Göran Kügler, B.A. (Projektmitarbeit bis 3/18)

Aktuelle Forschungs-/Lehrforschungsprojekte

Ethik strategischer Influencer-Kommunikation

Strategische Influencer-Kommunikation hat sich innerhalb kurzer Zeit zu einem weit verbreiteten Instrument strategischer Kommunikation entwickelt. Influencer können dabei auf verschiedene Art und Weise in strategische Kommunikationsaktivitäten eingebunden oder von diesen adressiert werden. Je nachdem, welche Rolle und Funktion Influencer einnehmen (Content Creator, Multiplikator, Protagonist, Moderator), sehen sich die beteiligten Akteure mit ethischen Grundlagen und Erwartungen verschiedener Kommunikationsdisziplinen konfrontiert (Journalismus, PR, Werbung/Marketing). Das Forschungs- und Transferprojekt „Ethik der strategischen Influencer-Kommunikation“ unter Leitung von Dr. Nils Borchers und Nadja Enke wird zusammen mit dem Bundesverband Influencer-Marketing (BVIM) durchgeführt. Ziel ist es, einen ethischen Orientierungsrahmen für das Feld strategischer Influencer-Kommunikation in Form eines Ethik-Kodexes zu entwickeln. Im ersten Schritt werden bestehende nationale und internationale ethische Grundlagen aus den Kommunikationsdis-

ziplinen PR, Journalismus, Werbung, Marketing und Influencer-Kommunikation analysiert und auf ihre Übertragbarkeit geprüft. Darauf aufbauend werden Influencer, Organisationen und Agenturen zu aktuellen ethischen Problemfeldern und ihren Erwartungen an ethisches Handeln im Feld der Influencer-Kommunikation befragt. Beide Teilschritte fließen in die Entwicklung des Kodex ein. Dieser soll im Frühjahr 2019 vor der Branchenöffentlichkeit präsentiert werden.

Facebook-Kommunikation deutscher Unternehmen

Soziale Medien wie Facebook haben sich als Instrument der Unternehmenskommunikation etabliert. Dennoch zeigen Untersuchungen, dass internet- und plattformsspezifische Potenziale noch immer nicht ausreichend in Anspruch genommen werden, um die kommunizierten Inhalte an die Rezeptionsgewohnheiten der Nutzer anzupassen. Im Rahmen der Langzeitstudie zur Facebook-Kommunikation großer deutscher Unternehmen werden kommunikative Strategien seit 2012 im Abstand von vier Jahren an den Universitäten Passau (Michael Johann) und Leipzig gemeinsam erhoben. Die dritte Erhebungswelle ging Ende 2018 ins Feld und analysiert

das Kommunikationsverhalten auf Seiten- und Postebene von rund 100 Unternehmen.

Krisenkommunikation im radiologischen und nuklearen Notfallschutz

Das Radiologische Lagezentrum des Bundes hat zur Aufgabe, die Strahlenexpositionen durch natürliche und künstliche Strahlenquellen mit entsprechenden wissenschaftlichen Methoden zu ermitteln und überwachen, sowie die Notwendigkeit und Wirkung technischer und organisatorischer Maßnahmen im Bereich des radiologischen Notfallschutzes einzuschätzen. Hierzu zählt auch die Kommunikation mit relevanten Zielgruppen sowie die Information der Öffentlichkeit. In einem Forschungsvorhaben will die noch neue Einheit des Bundesamts für Strahlenschutz untersuchen, welche Möglichkeiten der Krisenkommunikation insbesondere in digitalen Medien bestehen. Zu diesem Zweck werden Repräsentanten der Zielgruppen befragt sowie bestehende Kommunikationsinstrumente evaluiert. Die Professur für Kommunikationsmanagement sowie die Juniorprofessur für Online-Kommunikation kooperieren in diesem For-

schungsvorhaben mit der Stiftung Risiko-Dialog mit Sitz in der Schweiz. Gemeinsam werden Empfehlungen für eine zeitgemäße, digitale Krisenkommunikation zuhanden des Radiologischen Lagezentrums erarbeitet.

Management strategischer Influencer-Kommunikation

Influencer Marketing ist eine der aktuellsten und bedeutendsten neuen Entwicklungen im Bereich der strategischen Kommunikation. 2016 gaben 84 Prozent der US-Unternehmen an, für die kommenden zwölf Monate eine Influencer-Kampagne zu planen (eMarketer, 2016). Die explorative Studie „Management strategischer Influencer-Kommunikation“ von Dr. Nils S. Borchers und Nadja Enke untersucht, wie Unternehmen und Agenturen ihre Influencer-Aktivitäten planen, organisieren und evaluieren. 2018 erschien der Projektbericht zur Studie. In diesem geben die Autoren einen systematischen Überblick über Ziele, Influencer-Rollen und -Typen, Leistungen und Gegenleistungen, Prozessabläufe, Contentproduktions- und distributionsstrategien, Auswahlkriterien, Kontrollmechanismen, KPIs und Messmethoden.

Onlinekommunikation von Startups

Startups sind ein wichtiger Wirtschaftsfaktor und haben eine hohe Relevanz für Deutschland als Innovations- und Wachstumsstandort. Deshalb hat auch die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Startup-Unternehmen in den letzten Jahren deutlich an Bedeutung gewonnen. Insbesondere ökonomische Teilaspekte und unternehmerische Strategien werden dabei regelmäßig aufgegriffen und bearbeitet. Eine vergleichsweise untergeordnete Rolle spielt dagegen – in Wissenschaft wie Praxis – die systematische Analyse der strategischen Kommunikation von Startups. Dabei ist gerade die externe Kommunikation mit Stakeholdern wie Investoren und (potenziellen) Kunden, aber auch die interne Kommunikation in den frühen Stadien der Institutionalisierung (Seed Stage, Startup Stage) sowie in der Wachstumsphase (Growth Stage) von hoher Relevanz für den Erfolg des Unternehmens. Ein gemeinsames Projekt der Professoren Alexander Godulla, Christian Hoffmann, Cornelia Wolf und Ansgar Zerfaß erfasst in einem ersten Schritt die Onlinekommunikation deutscher Start-Ups und untersucht dazu deren Kommunikation auf ihren Webseiten und in sozialen Netzwerken.

Persuasionswissen von Kindern und Jugendlichen zur strategischen Influencer-Kommunikation

Influencer sind die neuen Stars in den Kinder- und Jugendzimmern der Republik. Zusammen mit Musikern führen sie die Liste der beliebtesten Idole nicht nur in Deutschland, sondern auch in den USA an. Nicht zuletzt ihre Popularität macht sie zu begehrten Kooperationspartnern von Unternehmen. Diese hoffen, ihre Markenbotschaften über Influencer an die immer schwieriger zu erreichenden jugendlichen Zielgruppen zu vermitteln. Die explorative Studie „Persuasionswissen von Jugendlichen zur strategischen Influencer-Kommunikation“ von Dr. Nils S. Borchers und Nadja Enke untersucht das Verständnis von und die Einstellungen zu bezahlten Influencer-Kooperationen von Jugendlichen im Alter von elf bis 15 Jahren. Im Rahmen eines umfangreicheren Forschungsprogramms zur Influencer-Kommunikation am Lehrstuhl schließt diese Studie an die Vorjahresuntersuchung zum Management strategischer Influencer-Kommunikation an, die insbesondere Auftraggeber und ihre Agenturen in den Blick genommen hatte.

Pre-Conference zur DGPUK-Jahrestagung in Mannheim

Im Rahmen der Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPUK) organisierte Professorin Wolf gemeinsam mit Professor Alexander Godulla und Professor Ralf Spiller (Macromedia Hochschule Köln) im Mai 2018 eine Pre-Conference zum Thema „Neue Theorien (in) der Kommunikationswissenschaft“. Rund 50 Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus Deutschland, Österreich, der Schweiz und Frankreich befassten sich während der eintägigen Konferenz mit der Weiter- und Neuentwicklung von Theorien und Modellen in der Kommunikationswissenschaft.

Strategische Kommunikation von Smart Citys

Selbstfahrende Autos, intelligente Häuser und digitale Bürgerbeteiligung: In vielen Städten werden derzeit Konzepte und Anwendungen für zukunftsfähige Smart Citys entwickelt. Doch die intelligente Stadt wird ohne die Akzeptanz und das aktive Mitwirken der in ihr lebenden Menschen kaum Wirklichkeit werden. Zusammen mit Professor Alexander Godulla wird in einem aus mehreren Modulen bestehenden empirischen Projekt untersucht, inwiefern von den verantwortlichen Organisationen strategische Akzeptanzkommunikation für neue Technologien in Städten betrieben wird. In einem ersten Schritt wurden Kenntnisse und Einstellungen von Bürgerinnen und Bürgern der Smart City Leipzig zu neuen Anwendungen erhoben.

Ralf Spiller, Cornelia Wolf und Alexander Godulla (v.l.n.r.) diskutierten auf der von ihnen veranstalteten Pre-Conference zur DGPUK-Jahrestagung am 9. Mai in Mannheim 2018 mit rund 50 Teilnehmerinnen und Teilnehmern über Neue Theorien (in) der Kommunikationswissenschaft. Foto: Michael Johann



Publikationen

Editionen

- Godulla, A. & Wolf, C. (2018). Postfaktizität – der (neue) Kampf um die Wahrheit und die Kommunikationswissenschaft. Debatte in Aviso – Informationsdienst der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Debattenleitung: Müller, P./Denner, N. In Aviso 33(1), 3-12.
- Wolf, C. & Godulla, A. (2018). Das Ende der Demoskopie? Debatte in Aviso – Informationsdienst der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Debattenleitung: Leidecker-Sandmann, M. In Aviso 33(2), 3-11.

Beiträge in Journals, Fachzeitschriften und Bänden

- Enke, N., & Borchers, N. S. (2018). Von den Zielen zur Umsetzung: Planung, Organisation und Evaluation von Influencer-Kommunikation. In A. Schach, & T. Lommatzsch. (Hrsg.), Influencer Relations: Marketing und PR mit digitalen Meinungsführern (S. 177-200). Wiesbaden: Gabler.
- Godulla, A. & Wolf, C. (2018). Digitales Storytelling. Nutzererwartungen, Usability, Produktionsbedingungen und Präsentation. In C. Nuernbergk & C. Neuberger (Hrsg.), Journalismus im Internet. Profession – Partizipation – Technik (S. 81-100). 2., aktualisierte und erweiterte Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. DOI: 10.1007/978-3-531-93284-2
- Godulla, A. & Wolf, C. (2018). Future of Food. Transmedia Strategies of National Geographic. In R.P. Gambarato & G. Alzamora (Hrsg.), Exploring Transmedia Journalism in the Digital Age (S. 162-182). Hershey, PA: IGI Global. DOI: 10.4018/978-1-5225-3781-6.ch010
- Krömer, L., Borchers, N. S., & Enke, N. (2018). Own the Follower: Wie lassen sich Influencer erfolgreich in den eigenen Unternehmenskanal einbinden? Eine Untersuchung anhand der YouTube-Kanäle deutscher Beauty-Unternehmen. In Schach, A., & Lommatzsch. T. (Hrsg.), Influencer Relations: Marketing und PR mit digitalen Meinungsführern (S.107-128). Wiesbaden: Gabler.

- Enke, N. & Wolf, C. (2018). Wissenschafts- und Innovationskommunikation im Social Web. Ein Vergleich der Kommunikation und Interaktion von außeruniversitären Forschungseinrichtungen, Universitäten und Unternehmen mit ihren Stakeholdern auf Facebook. In J. Milde, I. Vogel, I., & M. Dern, (Hrsg.), *Intention und Rezeption von Wissenschaftskommunikation*. Köln: Herbert von Halem.
- Wolf, C. & Godulla, A. (2018). Multimediale und selektive Elemente in digitalen Langformen. Erwartungen und Bewertungen der Rezipienten. In L. Blasch, D. Pfurtscheller, & T. Schröder (Hrsg.), *Schneller, bunter, leichter? Kommunikationsstile im medialen Wandel* (S. 175-191). Germanistische Reihe, Innsbrucker Beiträge zur Kulturwissenschaft. Innsbruck: Innsbruck University Press.
- Wolf, C. & Godulla, A. (2018). Newsgames. In: *Journalistikon. Das Wörterbuch der Journalistik*. Online abrufbar unter <http://journalistikon.de/>
- Wolf, C. & Godulla, A. (2018). Newsgames im Journalismus. Nutzung von Potenzialen und Beurteilung von Rezipienten. Zugleich erschienen als *Newsgames in Journalism. Exploitation of potential and assessment by recipients*. In: *Journalistik. Zeitschrift für Journalismusforschung* 1(2), S. 2-21. Online abrufbar unter http://journalistik.online/wp-content/uploads/2018/06/wolf-newsgames_Journalistik_2-2018_de.pdf.
- Wolf, C. & Zeffass, A. (2018). *Mobile Corporate Communications – Potentials and Contemporary Practices*. In S. Duhé (Hrsg.), *New Media and Public Relations* (S. 67-75). New York: Peter Lang.
- Wolf, C. (2018). *Mobiler Journalismus: Produktion, Gestaltung und Vermarktung*. In: C. Nuernbergk, & C. Neuberger (Hrsg.): *Journalismus im Internet. Profession – Partizipation – Technisierung* (2. Auflage) (S. 161-181), Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Tagungsbeiträge (peer reviewed)

- Borchers, N. S. & Enke, N. (2018). „Viele machen das ja auch auf Anfrage von Fans, mal zeigen, was sie benutzen“: Das Persuasionswissen älterer Kinder und Jugendlicher zur strategischen Influencer-Kommunikation. Beitrag zur Jahrestagung der Fachgruppe Digitale Kommunikation der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPK). Erfurt, November 2018.

- Borchers, N. S. & Enke, N. (2018). #sponsored: Von Entgrenzungen im Influencer Marketing und der Verantwortung der Kommunikationswissenschaft. Beitrag zur Jahrestagung der Fachgruppe Soziologie der Medienkommunikation der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPK). Rostock, Oktober 2018.
- Borchers, N. S. & Enke, N. (2018). Deploying social media influencers to foster dialogue: The role of authenticity in strategic influencer communication. Beitrag zur International Communication Association (ICA) Pre-Conference Diverse Voices: Authentic Communication, Trust, Dialogue, and Society. Prag, Mai 2018.
- Enke, N. & Borchers, N. S. (2018). Influencer Communication: Managing new voices in strategic communication. Beitrag zur 68th Annual Conference of the International Communication Association (ICA). Prag, Mai 2018.
- Enke, N. & Borchers, N. S. (2018). Wenn Selbstbestimmung freiwillig aufgegeben wird: Social-Media-Influencer-Kommunikation als neues Phänomen der strategischen Kommunikation. Beitrag zur 63. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPK). Mannheim, May 2018.
- Godulla, A. & Wolf, C. (2018). Smart City Technologies in Everyday Life. Citizens' Information Sources, Knowledge, and Acceptance. Beitrag zur emma 2018 „Media Management in the Age of Big Data and High-tech“. Warschau, Polen, Mai 2018.
- Wolf, C. & Godulla, A. (2018). Co-Creation, Collaboration und Co-opetition in journalism: How media organizations reflect on innovative forms of media production. Beitrag zur emma 2018 „Media Management in the Age of Big Data and High-tech“. Warschau, Polen, Mai 2018.
- Wolf, C. & Godulla, A. (2018). Don't get involved. Politicians' personal Facebook fanpages offer no space for deliberative democracy, but a platform for dialogue between citizens. Beitrag zur Fachgruppentagung der ECREA Organizational and Strategic Communication Section „Corporate Social Responsibility and Citizen's Activism in times of political disruption“. Malaga, Spanien, Februar 2018.

Forschungsberichte und Studien

Enke, N. & Borchers, N. S. (2018). Management strategischer Influencer-Kommunikation: Projektbericht. Leipzig: Universität Leipzig. Verfügbar unter: www.slideshare.net/communicationmanagement/management-strategischer-influencer-kommunikation-ergebnisbericht-2018

Vorträge / Tagungen

Enke, N. (2018). Nicht Alles, was glänzt, ist Journalismus:

Social Media Kommunikation des Öffentlich-Rechtlichen Rundfunks zwischen redaktionellen Inhalten und strategischer Kommunikation. Vortrag auf Einladung des Mitteldeutschen Rundfunks (MDR) anlässlich des Marketing-Schulterblicks 2018. Leipzig, Juni 2018.

Liefeith, Florentina, Enke, N., & Wolf, Cornelia (2018). Die (gesellschaftliche) Leistung des MDR in jungen Bevölkerungsgruppen: Eine Kommunikationskonzeption. Vortrag auf Einladung des Mitteldeutschen Rundfunks (MDR) anlässlich des Marketing-Schulterblicks 2018. Leipzig, Juni 2018.

Liefeith, Florentina, Enke, N., & Wolf, Cornelia (2018). Die (gesellschaftliche) Leistung des MDR in jungen Bevölkerungsgruppen: Eine Kommunikationskonzeption. Vortrag auf Einladung des Mitteldeutschen Rundfunks (MDR) vor der Programmdirektion Halle. Halle, Juni 2018.

Wolf, C. (2018). Akzeptanzkommunikation für neue Technologien – Aktuelle Herausforderungen. Vortrag auf der Konferenz Refresh – das Forum für Kommunikationsmanagement an der Universität Leipzig, Leipzig, Mai 2018.

Wolf, C. (2018). Blattkritik – Verbesserungspotenziale für den Jahresbericht des Fraunhofer IMW. Vortrag auf Einladung des Fraunhofer Zentrum für Internationales Management und Wissensökonomie, Leipzig, Februar 2018.

Praxisbeiträge

Borchers, N. S., & Enke, N. (August 2018). Durchblick im Zielschngel der Influencer-Kommunikation. Futurebiz. Verfügbar unter: www.futurebiz.de/artikel/durchblick-ziele-influencer-kommunikation

Vertretung der Professur für Online-Kommunikation

PD Dr. Veronika Karnowski



Die Forschungsprojekte und Kooperationen von PD Dr. Veronika Karnowski bewegen sich schwerpunktmäßig in zwei einander ergänzenden Bereichen: Nutzung und Aneignung mobiler Medien sowie Nachrichtennutzung und Verbreitung über soziale Medien.

Die Rolle der *Nutzung und Aneignung mobiler Medien* im Alltag der Nutzerinnen und Nutzer ist bereits seit dem Beginn ihrer akademischen Karriere wichtiger Bestandteil des Forschungsprofils von PD Dr. Karnowski. Dabei stand und steht die theoretische Konzeptualisierung im Mittelpunkt, welche 2018 gemeinsam mit Lee Humphreys (Cornell U, USA) und Thilo von Pape (Université de Franche-Comté, Frankreich) in

einem im *International Journal of Communication* publizierten theoretischen Beitrag zur Konzeptualisierung der Nutzung mobiler Metamedien mündete. Ausgehend von diesen theoretischen Überlegungen widmete sich PD Dr. Karnowski der Rolle mobiler Medien im Alltag der Nutzer im vergangenen Jahr insbesondere im Bereich der Gesundheitskommunikation (mHealth).

Mit der *Nachrichtennutzung und Verbreitung über soziale Medien* befasst sich PD Dr. Karnowski seit 2014 im Rahmen des Teilprojekts „Verbreitung und Austausch von Nachrichteninhalten im Social Web – Interaktion zwischen massenmedialen und interpersonalen Kommunikationsformen“ der DFG-Forschungsgruppe „Politische Kommunikation in der Online-Welt“. Darüber hinaus beschäftigte sie sich jedoch auch mit klassischen Fragestellungen der Nachrichtendifusionsforschung, wie beispielweise dem Stellenwert verschiedener Kommunikationskanäle bei der Verbreitung von Nachrichten über unerwartete Ereignisse von großer Bedeutung.

Neben ihrer Tätigkeit als Mitherausgeberin der seit 2018 SSCI-gerankten Fachzeitschrift *mobile media &*

communication und als Gutachterin für nationale und internationale Fachzeitschriften und Institutionen der Forschungsförderung engagierte sich PD Dr. Karnowski im vergangenen Jahr auch als Mitorganisatorin des sehr erfolgreichen gemeinsamen Doktorandenworkshops der ICA-Divisions *Communication and Technology* und *Mobile Communication* im Vorfeld der ICA-Jahrestagung in Prag.

Professur

PD Dr. Veronika Karnowski

Aktuelle Forschungs-/Lehrforschungsprojekte

Mapping the Niches Structuring Smartphone Use

Basierend auf den theoretischen Überlegungen zur Nutzung mobiler Medien, welche sich nicht mehr durch eine fokussierte Betrachtung einzelner Nutzungsarten untersuchen lassen, sondern vielmehr als Metamedien mit theoretisch unbegrenzten Freiheitsgraden der Nutzung konzeptualisiert werden müssen, widmet sich dieses Projekt zum einen der theoretischen Modellierung dieses Phänomens und zum anderen seiner empirischen Untersuchung. Die theoretische Modellie-

rung wurde 2018 in einem mit Lee Humphreys (Cornell U, USA) und Thilo von Pape (University de Franche-Comté, Frankreich) im *International Journal of Communication* publizierten theoretischen Beitrag vorgestellt. Dieser theoretische Rahmen soll in den nächsten Jahren in spezifischen Kontexten weltweit empirisch angewandt werden. Erste Überlegungen für die empirische Umsetzung konnten im Rahmen eines von der Bayerische Forschungsallianz geförderten zweiwöchigen Forschungsaufenthalts von PD Dr. Karnowski an der Cornell University (USA) im August 2018 entwickelt werden. Ein auf diese Überlegungen und Vorarbeiten aufbauender Projektantrag gemeinsam mit Kolleginnen aus Nordamerika, Afrika und Asien befindet sich derzeit in der Begutachtung.

DIAPPOWER

Die Rolle mobiler Medien im Selbstmanagement chronischer Krankheiten, speziell Diabetes, steht im Mittelpunkt dieses BMBF-geförderten Kooperationsprojekts „Effects of diabetes app use in chronic disease management – a Singaporean-German collaboration on empowerment for diabetes self-management“. Gemeinsam mit Kolleginnen und Kollegen aus Singapur

(NTU Singapore) und Deutschland (Universität Erfurt, LMU München) wurde in Leitfadeninterviews mit Patientinnen und Patienten die Rolle mobiler Medien im Diabetes-Selbstmanagement beleuchtet. Dabei zeigten sich vielfältige Aneignungsmuster, welche weit über die Nutzung spezifischer Diabetes-Apps hinausgehen und vielmehr das vollständige Ökosystem mobiler Medien und Endgeräte der Patientinnen und Patienten umfassen. Die Ergebnisse dieses Projekts bilden die Grundlage, um sich in den kommenden Jahren im Rahmen weiterer Kooperationsprojekte umfassender mit dem Prozess der Aneignung mobiler Medien im Selbstmanagement chronischer Krankheiten zu befassen.

Verbreitung und Austausch von Nachrichteninhalten im Social Web – Interaktion zwischen massenmedialen und interpersonalen Kommunikationsformen

Im Zentrum dieses Teilprojektes der DFG-Forschungsgruppe „Politische Kommunikation in der Online-Welt“ standen Nachrichteninhalte und die Frage, wie sich diese in und über soziale Medien verbreiten und welche Rolle den Nutzern in diesem

Prozess zukommt. Die durchgeführten Studien fokussierten dabei auf die Einflüsse von Inhalts-, Kontext- und Nutzermerkmalen und deren wechselseitige Verstärkung. Die Ergebnisse der Studien ermöglichen die Beantwortung einer Reihe kommunikationswissenschaftlich relevanter Forschungsfragen, wie beispielsweise: Welche Nachrichteninhalte werden in den Angeboten der Sozialen Medien rezipiert, diskutiert und ausgetauscht? Welche Rolle kommt in diesen Prozessen formalen und inhaltlichen Merkmalen der Nachrichten zu, wie interagieren diese mit Merkmalen der Nutzer und welcher Einfluss geht von Social-Web-exklusiven Kontextmerkmalen aus? Zeigen sich bei bestimmten, in Nachrichtenbeiträgen verhandelten, Ereignissen spezifische Verbreitungsmuster?

Die zentrale theoretische Basis dieser Fragen und des Teilprojektes insgesamt lieferten die Tradition der Agenda-Setting-Forschung sowie der Diffusionsforschung. Ergänzt wurden diese durch Ansätze, anhand derer Aussagen zu den vielschichtigen Wechselbeziehungen zwischen Inhalts-, Kontext- und Nutzermerkmalen gemacht werden können – so etwa der dynamische-transaktionale Ansatz.

Publikationen

Beiträge in Journals, Fachzeitschriften und Bänden

- Haas, A., Karnowski, V. & Peter, C. (2018). Hans-Bernd Brosius und die deutschsprachige Kommunikationswissenschaft: Autoren der Beiträge in Publizistik, Rundfunk und Fernsehen und Medien & Kommunikationswissenschaft 1983 bis 2016. In P. Rössler & C. Rossmann (Hrsg.), *Kumulierte Evidenzen Replikationsstudien* in der empirischen Kommunikationsforschung. Ein Band für Hans-Bernd Brosius (S.225-244). Wiesbaden: Springer VS.
- Humphreys, L., Karnowski, V., & von Pape, T. (2018). Smartphones as Metamedia. A Framework to Identify the Niches Structuring Smartphone Use. *International Journal of Communication*, 12, 2793–2809.
- Karnowski, V. (2018). Die Bedeutung der Diffusionsforschung für die Gesundheitskommunikation. In Constanze Rossmann & Matthias Hastall (Hrsg.), *Handbuch Gesundheitskommunikation*. Springer Reference Sozialwissenschaften, https://doi.org/10.1007/978-3-658-10948-6_29-1.
- Karnowski, V. & Sukalla, F. (2018). Zeit- und kosteneffiziente Evidenzgenerierung? Ein Scoping Review zum Methodeneinsatz in der deutschsprachigen, kommunikationswissenschaftlichen Forschung zur Gesundheitskommunikation. In Paula Stehr, Dorothee Heinemeier & Constanze Rossmann (Hrsg.), *Evidenzbasierte | evidenzinformierte Gesundheitskommunikation* (S. 61-72). Wiesbaden: Nomos Verlagsgesellschaft.
- Karnowski, V., Leonhard, L. & Kümpel, A. (2018). Why Users Share the News: A TRA-based Study on the Antecedents of News Sharing Behavior. *Communication Research Reports*, 35(2), 91-100. doi: 10.1080/08824096.2017.1379984.
- Naab, T., Karnowski, V., & Schlütz, D. (2018). Reporting Mobile Social Media Use: How Survey and Experience Sampling Measures Differ. *Communication Methods & Measures*.

Weinmann, T., Radon, K., Sukalla, F., Gerlich, J., Barth, S., Nowak, D. & Karnowski, V. (2018). Developing an Awareness Campaign to Reduce Second Hand Smoke Among Disadvantaged Families—A Participatory M-Health Approach. *The International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(9), 1945. doi: 10.3390/ijerph15091945

Tagungsbeiträge (peer reviewed)

Karnowski, V. & Reifegerste, D. (2018, November). *Lifestyle, Präventionserfolg oder Optimierungszwang? Chancen und Risiken der Gesundheitssozialisation Jugendlicher durch Selftracking-Apps*. Poster präsentiert auf der Jahrestagung der DGpuK-Fachgruppe Gesundheitskommunikation, 15.-17.11.2018, Augsburg.

Leonhard, L., Karnowski, V., & Kümpel, A. (2018, November). *Online and (the Feeling of Being) Informed: Online News Usage Patterns and their Relation to Subjective and Objective Political Knowledge*. Vortrag gehalten auf der 7. European Communication Conference (ECREA), 31.10.-03.11.2018, Lugano, Schweiz.

Weinmann, T., Radon, K., Sukalla, F., Gerlich, J., Barth, S., Nowak, D. & Karnowski, V. (2018, September). *Use of social media to reduce second hand smoke among disadvantaged families - a participatory m-health approach*. Poster präsentiert auf der 18. Jahrestagung der SRNT Europe "Smoking and Disease", 6.-8. September 2018, München.

Naab, T., Karnowski, V., & Schlütz, D. (2018, Mai). *Retrospective Overreporting: How In-Situ and Ex Post Measures on Mobile Social Media Use Differ*. Vortrag gehalten auf der 68. Jahrestagung der International Communication Association (ICA) „Voices“, 24.-28.5.2018, Prag, Tschechien.

Rossmann, C., Riesmeyer, C., Brew-Sam-N., Karnowski, V., Joeckel, S., Chib, A., & Ling, R. (2018, Mai). *Appropriation of mHealth for Diabetes Self-Management: Lessons from two qualitative studies*. Vortrag gehalten auf der 68. Jahrestagung der International Communication Association (ICA) „Voices“, 24.-28.5.2018, Prag, Tschechien.

- Karnowski, V., Kümpel, A. S., Leiner, D. & Leonhard, L. (2018, Mai). *Artikel- oder Themeneigenschaften: Wie lässt sich die Sichtbarkeit von Nachrichtenartikeln auf sozialen Netzwerkseiten erklären?* Vortrag gehalten auf der 63. Jahrestagung der DGPK „Selbstbestimmung in der digitalen Welt“, 9.5.-11.5.2018, Mannheim.
- Knöpfle, M. & Karnowski, V. (2018, Januar). *Breaking News im TV oder eher Pushnachricht aufs Smartphone? Zur Bedeutung von Endgeräten und uni- und bidirektionalen Kommunikationskanälen im Nachrichtendiffusionsprozess.* Vortrag gehalten auf der Jahrestagung der DGPK-Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung, 25.-27.01.2018, Hohenheim.
- Leonhard, L., Karnowski, V. & Kümpel, A. S. (2018, Januar). *Matthäus-Effekt der Nachrichtenrezeption? Zum Einfluss von Persönlichkeitseigenschaften auf die Auseinandersetzung mit beiläufig entdeckten Nachrichteninhalten auf Facebook.* Vortrag gehalten auf der Jahrestagung der DGPK-Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung, 25.-27.01.2018, Hohenheim.

Statistische Zugänge zu Sprache

Institut richtete Jahrestagung des Quantel aus

Wie lassen sich sprachliche Strukturen methodisch kontrolliert erfassen und statistisch auswerten? Und wie lassen sich anhand solcher Daten Aussagen über Kompetenzen, Wissen oder Einstellungen von Menschen sowie über soziale Phänomene treffen? Mit diesen Fragestellungen beschäftigte sich die Jahrestagung des Zentrums für quantitative Methoden der empirischen Sozialforschung (Quantel) am 15. Juni, die in diesem Jahr von Anne Bartsch und Felix Frey organisiert wurde.

Das Zentrum für quantitative Methoden der empirischen Sozialforschung versammelt Angehörige verschiedenster Fakultäten und Institute, die sich in Forschung und Lehre mit quantitativer Methodik befassen. Es bietet eine Plattform für den Austausch über die Anwendung und Weiterentwicklung, aber auch über die Lehre und Vermittlung dieser Methoden. Unter den Mitgliedern des Methoden zentrums finden sich Forschende aus der Kommunikations- und Medienwissenschaft, Soziologie, Politikwissenschaft, Psychologie, Erziehungswissenschaft, aber auch aus Philosophie und Sprachwissenschaft.

Quantel veranstaltet etwa einmal pro Jahr eine Tagung zu einem aktuellen Schwerpunktthema. Auf der

diesjährigen Tagung in der Villa Tillmanns präsentierten und diskutierten sechs Vortragende mit etwa 30 Teilnehmern quantitativ-statistische Zugänge zu Sprache. Tatsächlich sind quantitativ-statistische Verfahren inzwischen für die wissenschaftliche Beschäftigung mit Sprache von essenzieller Bedeutung: Neuronale Netzwerke sind Grundlage für Sprachsynthese und -erkennung, Verfahren des Text Minings sind für Korpus- und Varietätenlinguistik inzwischen unabdingbar, Spracherwerb, Sprachverstehen und -produktion werden in Entwicklungspsychologie und Psycholinguistik mit quantitativen Studien untersucht und die Kommunikationswissenschaft analysiert die sprachliche Ebene medienvermittelter Kommunikation mittels manueller oder automatisierter Inhaltsanalysen. Die Tagung hatte zum Ziel, den interdisziplinären Austausch über diese Methoden zu fördern und Schnittstellen verschiedener statistischer Zugänge zu Sprache aufzuzeigen.

Berit Streubel und Josefine Klein von der Erziehungswissenschaftlichen Fakultät stellten in Forschungsprojekten entwickelte Verfahren zur Untersuchung des Emotionswortschatzes von Kindern bzw. zur Messung sprachlicher Kompetenzen vor.

Eckehard Olbrich vom Max Planck-Institut für Mathematik in den Naturwissenschaften berichtete über erste Zwischenergebnisse bei der Entwicklung eines Verfahrens zur statistischen Modellierung politisch-ideologischer semantischer Räume anhand großer Twitter-Datensätze. Felix Frey präsentierte Befunde aus einem DFG-Projekt zu unterschiedlichen Twitter-Praktiken von Journalisten, Bürgern, Repräsentanten und Prominenten. Julia Rohrer vom Institut für Psychologie reflektierte in ih-

rem Vortrag methodische Stolpersteine bei der statistischen Analyse von Sprachdaten und Andreas Niekler vom Institut für Informatik berichtete über den Leipzig Corpus Miner, ein Analysetool, das mehrere Verfahren der statistischen Auswertung großer Textmengen integriert. Die äußerst lebhaften Diskussionen wurden am Abend bei einem gemeinsamen Essen in der Rennbahn Gastronomie am Scheibholz fortgesetzt.

Strategische Kommunikation

Prof. Dr. Ansgar Zerfuß

Organisatorisches aus Wissenschaft, Forschung und Lehre

Mit tatkräftiger Unterstützung aller Teammitglieder konnten im Jahr 2018 konnten zahlreiche Projekte umgesetzt und verschiedene Impulse für die internationale Forschung zur Strategischen Kommunikation und Unternehmenskommunikation gegeben werden. An erster Stelle ist die Ausweitung der Studienserie „Global Communication Monitor“ zu nennen, die 2007 in Leipzig initiiert wurde und inzwischen als weltweit größte, regelmäßige Erhebung zu Status Quo und Trends des Kommunikationsmanagement gilt. Der im Frühjahr 2018 erstmals in den USA und Kanada durchgeführte North American Communication Monitor ergänzt den European, Asia-Pacific und Latin-American Communication Monitor und weitet die Datenerhebung auf über 80 Länder aus. Auf sehr große Resonanz in Wissenschaft, Praxis und Medien stießen außerdem unsere Studien zu Influencer-Kommunikation, zu Management-Tools für die Unternehmenskommunikation, zur Strategiekommunikation sowie zur Rolle von Kommunikationsabteilungen in agilen Organisationen. Als Beitrag zur

Theorieentwicklung wurde unter dem Titel „Future Directions of Strategic Communication“ eine Publikation veröffentlicht, in der die Konturen des Forschungsfelds neu vermessen und eine neue Definition der Strategischen Kommunikation vorgeschlagen wird. Begonnen haben die Arbeiten an der dritten Auflage des „Handbuch Unternehmenskommunikation“ beim Verlag Springer Gabler, das mit über 1,75 Millionen Downloads zum Bestseller unter den betriebswirtschaftlichen Fachbüchern geworden ist, und an ergänzenden Handbüchern zur Mitarbeiterkommunikation, Finanzkommunikation und Politischen Kommunikation von Organisationen.

Erneut konnten zwei Mitarbeiter des Lehrstuhls ihre Dissertationen fertigstellen und sich damit persönlich weiter qualifizieren. Mehrere Auszeichnungen für Aufsätze und Tagungsbeiträge belegen, dass die Leipziger Forschung im Themenfeld international auf Resonanz stößt. Damit geht auch die Verantwortung für die weitere Entwicklung des Fachs einher, die wir durch die Mitwirkung in Fachverbänden unterstützen. Im Berichtsjahr wurde Nils S. Borchers zum Sprecher der Fachgruppe Werbekommunikation der Deutschen Gesellschaft für Publizistik

und Kommunikationswissenschaft (DGPuK) gewählt. Ansgar Zerfaß wurde von den Mitgliedern der International Communication Association (ICA) zum Vice Chair und künftigen Vorsitzenden der Public Relations Division gewählt. Impulse im regionalen Umfeld geben wir durch ein Projekt zu innovativen Wegen der Fachkräfterekrutierung über mobile Medien und durch einen neuen Fokus auf die Kommunikation von Start-Ups und Entrepreneuren im Verbund mit anderen Professoren des Instituts und der Universität.

Personalia

Für ihre engagierte Mitarbeit insbesondere in der Bachelor-Ausbildung bedanken wir uns sehr bei Luisa Georgi M.A., die den Lehrstuhl nach Vertragsablauf im Herbst 2018 verlassen hat. Luise Marzahl, geb. Müller, ist in Elternzeit gegangen. Neu im Team ist Jens Hagelstein, M.A. Der Absolvent des Masterstudiengangs Kommunikations- und Medienwissenschaft des Instituts bringt Kompetenzen im Bereich der Werbe- und Rezeptionsforschung ein.

Mit großer Trauer mussten wir uns von einem ehemaligen Mitarbeiter des Instituts und des Vorgängerlehrstuhls für Öffentlichkeitsarbeit/PR verabschieden, der sich hier habilitiert hatte: Professor Dr. Stefan Wehmeier, Professor für Organisationskommunikation an der Universi-

tät Greifswald, ist allzu früh im Februar 2018 nach schwerer Krankheit verstorben. Unsere Anteilnahme gilt seiner Familie.

Auszeichnungen

Professor Ansgar Zerfaß wurde Ende September 2018 von der European Public Relations Education and Research Association (EUPRE-RA), Brüssel, zum „Distinguished Scholar in Public Relations“ ernannt. Die Auszeichnung würdigt nach Angaben der Laudatoren den herausragenden Beitrag des Lehrstuhlinhabers für Strategische Kommunikation für die Forschung und Ausbildung im Berufsfeld Public Relations auf internationaler Ebene. Besonders hervorgehoben wurden seine intensive Publikationstätigkeit und die erfolgreiche Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses. Mehrfach wurden von ihm betreute Absolventen mit Preisen für die beste Masterarbeit in Deutschland oder Europa ausgezeichnet. Der Preisträger sagte: „Die Würdigung ist eine Auszeichnung für unser ganzes Institut und insbesondere für mein Team, das mit großem Engagement den Wandel der Medien begleitet und drängende Fragen nach Handlungsmöglichkeiten für Unternehmen und andere Organisationen sucht. Wir verstehen das als Ansporn, unsere internationale Forschung weiter zu verstärken und dies ganz eng mit

der Ausbildung vor Ort zu vernetzen“. Die EUPRERA ist der europäische Verband von Forschungsinstituten und Forschern im Bereich der strategischen Kommunikation mit rund 500 Mitgliedern aus 40 Ländern. Die Auszeichnung als Distinguished Scholar wird an Wissenschaftler vergeben, die einen außerordentlichen Beitrag zur Forschung und Ausbildung in der Disziplin mit internationaler Wirkung geleistet haben. Die Vergabeentscheidung bedarf eines einstimmigen Beschlusses des Vorstands der EUPRERA aufgrund eines Vorschlags aus dem Kreis der Mitglieder.

Der Journal-Beitrag „Creating business value through corporate communication: A theory-based framework and its practical application“ von Ansgar Zerfaß und Christine Viertmann wurde im Frühjahr dem Emerald Literati Award 2018 als bester Artikel im letzten Jahrgang des renommierten Journal of Communication Management ausgezeichnet. Der Beitrag erläutert den Communication Value Circle als ein Management-Tool zur ganzheitlichen Identifikation und Darstellung des Wertbeitrags von Unternehmenskommunikation.

Eine weitere Auszeichnung ging an unsere Alumna Karolin Köhler, M.A.

(Beiersdorf AG, Hamburg) und an Ansgar Zerfaß. Ihr gemeinsamer Beitrag „Communicating the Corporate Strategy: An International Benchmark Study in the United Kingdom, the United States“ erhielt bei der EUPRERA-Konferenz 2018 an der Universität Aarhus in Dänemark den Professional Impact Award für die Forschung mit der größten Bedeutung für die Unternehmenspraxis. Der Preis stützt sich auf die Bewertung in einem zweistufigen, doppelt blinden Begutachtungsverfahren.

Professur

Prof. Dr. Ansgar Zerfaß

Honorarprofessoren

Prof. Dr. Bernd Schuppener

Prof. Dr. Werner Süß

Prof. Dr. Christof E. Ehrhart

Wissenschaftliche Mitarbeiter/ innen

Dr. Nils S. Borchers

Dr. Lisa Dühning, M.A. *

Luise Georgi, M.A. (bis Sept. 2018)

Jens Hagelstein, M.A. *
(ab Okt. 2018)

Lisa Marzahl, M.A. *

(seit März 2018 in Elternzeit)

Sophia Charlotte Volk, M.A.

Dr. Markus Wiesenberg

Luisa Winkler, M.A. *

Wissenschaftliche Hilfskräfte

Jana Brockhaus, B.A. *
Carina Lichte, B.A. *
(bis Feb. 2018)
Kerstin Lustig, B.A. *
(bis Sept. /2018)
Daniela Kühn, B.A. *
(ab Sept. 2018)
Felix Vierheller, B.A.
(ab März 2018)
Daniel Ziegele, B.A. *

Sekretariat

Cornelia Böhland

**Geschäftsstelle Günter-Thiele-
Stiftung für Kommunikation &
Management**

Karen Berger, M.A. *
Katrin Witthoff *

* Drittmittelstellen

Doktorandenkolloquium der Lehrstühle Strategische Kommunikation und Kommunikationsmanagement im April 2018 in Großbothen



Gremientätigkeiten

Ansgar Zerfaß wirkt neben seiner Aufgabe in Leipzig u.a. als Professor in Communication and Leadership (Adjunct) an der BI Norwegian Business School, Oslo, sowie als Herausgeber des International Journal for Strategic Communication (Routledge Publishers), Philadelphia, USA. Er ist Plank Scholar am Plank Center for Leadership in Public Relations an der University of Alabama, USA, sowie wissenschaftlicher Beirat des Corporate Communication Cluster Vienna, Österreich, und der Communication Benchmarking Initiative in Deutschland. Er leitet die Jury des Integrated Communications Award des F.A.Z.-Instituts. Er ist Mitglied des Kuratoriums der Günter-Thiele-Stiftung für Kommunikation und Management und dort verantwortlich für die Geschäftsführung der Akademischen Gesellschaft für Unternehmensführung & Kommunikation als Zusammenschluss von 40 globalen Konzernen und sieben Universitäten.

Nils S. Borchers ist seit Mai 2018 Sprecher der Fachgruppe Werbekommunikation der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft. Er war bis November 2018 zudem Nachwuchssprecher der Arbeitsgruppe Advertising Research der European

Communication Research and Education Association, Brüssel.

Markus Wiesenberg ist Auditor der European Public Relations Education and Research Association, Brüssel.

Sophia Charlotte Volk ist seit Mai 2018 Student and Early Career Representative (SEC) der Public Relations Division der International Communication Association (ICA) und außerdem Mitglied des ICA SEC Advisory Committee, das sich für die Belange von jüngeren Forschern in der ICA einsetzt. Darüber hinaus ist sie Nachwuchssprecherin der DGPK-Fachgruppe Public Relations und Organisationskommunikation (naprok).

Berufungen auf Fachhochschul-Professuren

Bereits zum vierten Mal in kurzer Zeit ist ein ehemaliger Mitarbeiter von Professor Zerfaß auf eine Professur berufen worden. Dr. Felix Krebber ist seit März 2018 neuer Professor für Unternehmenskommunikation im Masterstudiengang Corporate Communication Management an der Hochschule Pforzheim. Der Absolvent des Studiengangs Communication Management an der Universität Leipzig unterrichtet dort an der international renommierten Business School Pforzheim. Sein

Forschungsschwerpunkt ist die gesellschaftliche Akzeptanz unternehmerischen Handelns.

Berufen wurden in letzter Zeit zudem Professor Dr. Peter Schmiedgen, Professor für Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Marketing und Eventmanagement, Fachhochschule Dresden (Absolvent Master Communication Management, wiss. Hilfskraft bei Prof. Zerfaß; Promotion an der TU Dresden; Ernennung im Januar 2018); Professor Dr. Evandro Oliveira, Professor für Unternehmenskommunikation an der Hochschule für Medien, Kommunikation und Wirtschaft Berlin (wiss. Mitarbeiter bei Prof. Zerfaß; Promotion in Leipzig und Braga; Ernennung im Oktober 2017) sowie Professor Dr. René Seidenglanz, Professor für Kommunikationswissenschaft an der Quadriga Hochschule Berlin (Absolvent des hiesigen Studiengangs Kommunikations- und Medienwissenschaft; wiss. Mitarbeiter bei Prof. Bentele und Prof. Zerfaß; Promotion in Leipzig; Ernennung im Dezember 2015).

MobilErecruit – Initiative für die Region Leipzig

Viele Unternehmen in der Region suchen händeringend nach Arbeitskräften. Dabei stoßen sie immer öfter auf das Problem, dass klassische

Stellenanzeigen in Zeitungen und im Internet nicht mehr wirken. Jüngere Menschen sind fast nur noch mobil auf Smartphones erreichbar und wollen auf ungewöhnliche Weise angesprochen werden. Große Konzerne setzen deshalb auf mobile Recruiting-Tools und aufwendige Kampagnen mit Unterstützung teurer Agenturen – ein Weg, der kleineren Unternehmen und Startups bislang versperrt bleibt. Der Lehrstuhl hat daher im Juli 2018 gemeinsam mit dem hiesigen Startup Innovailably das von der der Fachkräfteallianz Leipzig geförderte Projekt „mobilErecruit“ auf den Weg gebracht, das neue Wege zur Sicherung des Fachkräftebedarfs im Wirtschaftsraum beschreitet. Professor Dr. Thomas Lenk, Prorektor für Entwicklung und Transfer der Universität Leipzig, erläuterte die Bedeutung des Projekts wie folgt: „Die Entwicklung einer mobilen Plattform zur Bewerberansprache in der Region unterstreicht die Anstrengungen der Universität Leipzig, neuestes Wissen zeitnah in die regionale Wirtschaft zu transferieren. Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit mit einem aus unserer Hochschule hervorgegangenen Startup und den Partnern aus der Fachkräfteallianz, insbesondere der Industrie- und Handelskammer, der Handwerkskammer und der Wirtschaftsförderung der Stadt Leip-

zig, und starken Partnern wie dem Bundesverband Mittelständischer Wirtschaft“. Gemeinsam gehe es darum, die Zukunftsfähigkeit der Region zu unterstützen. Das Projekt wird von Markus Wiesenberg betreut. Mehr Infos: www.mobilerecruit.de.

Forschungsprojekte von Professor Zerfaß und Mitarbeitern

Theoretische Grundlagen der Strategische Kommunikation

Einen Überblick zum aktuellen Stand der weltweiten Forschung zur Strategischen Kommunikation, Beiträge zu den theoretischen Konzepten und zahlreiche Impulse einschließlich einer neuen Definition und Abgrenzung des Forschungsfelds bietet die im August 2018 erschienene Sonderausgabe „Future Directions of Strategic Communication“ des International Journal of Strategic Communication (Routledge Publishers, USA). Herausgeber sind die Professoren Howard Nothhaft (Universität Lund, Schweden), Dejan Vercic (Universität Ljubljana, Slowenien), Kelly Page Werder (University of South Florida, Tampa, USA) und Ansgar Zerfaß (Universität Leipzig). Der 176-seitige Band enthält Beiträge von Forschern aus aller Welt, die

im doppelt-blinden Begutachtungsverfahren beurteilt und ausgewählt wurden. Die Beiträge stehen für eine begrenzte Zeit bis Ende Dezember 2018 unter <https://bit.ly/2MM-h0Gt> frei zum Download zur Verfügung.

Agilität in der Unternehmenskommunikation

Agilität ist derzeit eines der meist diskutiertesten Konzepte in der Kommunikationsbranche und stellt verschiedene Strategien in den Fokus, wie Unternehmen und deren Kommunikationsabteilungen flexibler und schneller werden können. Diese Anforderungen kommen u.a. durch die digitale Transformation auf die Wirtschaft zu. Die Akademische Gesellschaft für Unternehmensführung & Kommunikation fördert ein auf insgesamt drei Jahre angelegtes Verbundprojekt zwischen den Universitäten Leipzig (Prof. Dr. Ansgar Zerfaß, Dr. Lisa Dühring), Münster (Prof. Dr. Ulrike Röttger, Dr. Christian Wiencierz) und Wien (Prof. Dr. Sabine Einwiller, Dr. Jens Seiffert-Brockmann), das die Bedeutung verschiedener Aspekte von Agilität und deren Auswirkungen auf die Unternehmenskommunikation analysiert. Nach Abschluss der theoretischen Konzeptionalisierungsphase in 2017 startete 2018 die Feldphase

mit 40 explorativen Interviews mit Kommunikationschefs deutscher Großunternehmen und daran anschließenden mehrtägigen Fallstudien in ausgewählten Großkonzernen, in den einzelne Aspekte vertieft wurden und werden. Aus dem Projekt heraus sind bereits verschiedene Publikationen und internationale Konferenzvorträge entstanden. Das Projekt wird von Lisa Dühring und Karen Berger betreut und durch Jana Brockhaus unterstützt. Mehr unter: www.akademische-gesellschaft.com.

Management-Tools in der Unternehmenskommunikation

Durch die steigende Komplexität und Aufgabenvielfalt der Unternehmenskommunikation wird der Einsatz standardisierter Management-Tools für Kernprozesse wie Planung, Umsetzung und Analyse der Kommunikation unverzichtbar. In der weltweit ersten Studie zum Thema haben Ansgar Zerfaß und Sophia Charlotte Volk gemeinsam mit der Unternehmensberatung Lautenbach Sass (Frankfurt am Main) insgesamt 383 Kommunikatoren in Leitungsfunktion befragt. Neun von zehn Kommunikationschefs sind der Meinung, dass Tools ein Teil des Wissens und Könnens von Kommunikatoren sein sollten. Die Praxis sieht bislang jedoch ganz anders aus –

es gibt große Wissenslücken. Schwerpunkte liegen bei operativen Verfahren; Methoden aus dem strategischen Management oder dem Marketing sind dagegen wenig verbreitet. Mit der im Berufsfeld und in der wissenschaftlichen Fachwelt viel beachteten Studie wurde eine Diskussion zur Relevanz der kommunikationswissenschaftlichen Forschung und Ausbildung angestoßen, die in der Betriebswirtschaftslehre und Managementforschung seit längerem geführt wird. Das Projekt wird von Sophia Charlotte Volk geleitet und von Daniel Ziegele unterstützt. Der Ergebnisbericht der Studie ist verfügbar unter <http://bit.ly/tools-uk> (deutsch) bzw. <http://bit.ly/tools-cc> (englisch).

Der Umgang von Jugendlichen mit bezahlten Influencer-Posts

Influencer sind die neuen Stars in den Kinder- und Jugendzimmern der Republik. Zusammen mit Musikern führen sie die Liste der beliebtesten Idole nicht nur in Deutschland, sondern auch in den USA an. Nicht zuletzt ihre Popularität macht sie zu begehrten Kooperationspartnern von Unternehmen. Diese hoffen, ihre Markenbotschaften über Influencer an die immer schwieriger erreichbaren jugendlichen Zielgruppen zu vermitteln. Die explorative Studie „Persuasionswissen von Jugendli-

chen zur strategischen Influencer-Kommunikation“ von Nils S. Borchers und Nadja Enke hat das Verständnis von und die Einstellungen zu bezahlten Influencer-Kooperationen von Jugendlichen im Alter von 11 bis 15 Jahren untersucht. Im Rahmen eines umfangreicheren Forschungsprogramms zur Influencer-Kommunikation am Lehrstuhl schließt diese Studie an die Vorjahresuntersuchung zum Management strategischer Influencer-Kommunikation an, die insbesondere Auftraggeber und ihre Agenturen in den Blick genommen hatte. Die Studie wird von der Günter-Thiele-Stiftung für Kommunikation und Management gefördert.

Neue Fragestellungen des Kommunikations-Controllings

Sophia Charlotte Volk organisierte bei der Jahrestagung der International Communication Association (ICA), der führenden Organisation der Kommunikationswissenschaft mit mehr als 4.500 Mitgliedern, im Mai 2018 in Prag ein Panel „New voices in PR evaluation: Innovative approaches and new research avenues for a field in stasis“, bei dem neuartige Fragestellungen und methodische Herangehensweisen zur Erfolgsmessung von Kommunikation mit internationalen Kollegen aus insgesamt sechs Ländern diskutiert wurden. Ausgewählte Beiträge werden im nächsten Jahr in der Special

Issue eines renommierten internationalen Journals in Großbritannien veröffentlicht.

European Communication Monitor 2018

Die Ergebnisse der diesjährigen Erhebungswelle der weltweit größten Studie zur strategischen Kommunikation basiert auf knapp 3.100 Befragten aus 48 europäischen Ländern. Neben wesentlichen Trends wie Fake News und dem Umgang damit, untersuchte das europäische Forscherteam unter Leitung von Ansgar Zerfaß u.a. das Arbeitsumfeld für Kommunikationsverantwortlichen in Europa. Stress und Engagement am Arbeitsplatz, Jobzufriedenheit und die Treiber dafür sowie der Status von Führungskräften in Kommunikationsabteilungen und in Agenturteams standen im Zentrum. Der ausführliche Report liefert Einblicke für 22 europäische Länder. Trotz der anhaltenden Debatte über Fake News in Europa (die von 55,8 Prozent der Befragten im eigenen Land wahrgenommen wird), erscheint dies nur für ein Viertel der Kommunikationsverantwortlichen (24,4 Prozent) von Relevanz für ihre tägliche Arbeit, weil sie zumeist selbst davon betroffen waren (22,5 Prozent). Besonders stark betroffen von Fake News sind Regierungsorganisationen, der öffentliche Sektor

sowie politische Organisationen wie Parteien (44,6 Prozent waren 2017/2018 mindestens einmal davon betroffen). Mehr als die Hälfte der Kommunikationsfachkräfte aus Russland (53,2 Prozent) berichten, dass ihre Organisation mindestens einmal von Fake News betroffen war, gefolgt von Serbien, Slowenien und Polen (jeweils mehr als 40 Prozent). Deutschland liegt mit 20 Prozentpunkten eher im Mittelfeld. Das ECM-Projekt wird am Lehrstuhl seit Oktober 2018 von Jans Hagelstein betreut; zuvor war Markus Wiesenberg verantwortlich. Der Ergebnisbericht der Studie ist verfügbar unter www.communicationmonitor.eu.

Strategische Kommunikation der deutschen Großkirchen

Die Legitimation der deutschen Großkirchen (römisch-katholisch und

evangelisch) wurde lange Zeit ebenso wenig hinterfragt wie ihre Kommunikationspolitik. Angesichts der schwindenden Legitimation der Kirchen stellt das im Frühjahr 2018 abgeschlossene Dissertationsprojekt von Markus Wiesenberg die Frage, wie strategische Kommunikation innerhalb der Großkirchen heute ausgeprägt sein kann und wie sie empirisch institutionalisiert ist. Die kommunikationswissenschaftlich und religionssoziologisch inspirierte Theoriearbeit wird durch eine innovative Mehrebenenstudie der Organisationskommunikation mit Befragungen von der Pfarrer- und Priesterschaft, der Dekanate, Landeskirchen und Bistümer, sowie der EKD und der Deutschen Bischofskonferenz ergänzt. Mehr dazu in der Rubrik „Promotionen“.



Verleihung des Distinguished Scholar Awards an Professor Zerfaß durch EUPRERA-Präsident Prof. Dr. Ralph Tench, Leeds Beckett University

Publikationen von Prof. Zerfaß und Mitarbeitern

Bücher

- Kiesenbauer, J. (2018). *Kompetenzmanagement für die Unternehmenskommunikation. Grundlagen der Professionalisierung und Personalentwicklung im Kommunikationsmanagement*. Wiesbaden: Springer VS.
- Wiesenberg, M. (2019). *Strategische Kommunikation deutscher Großkirchen: Von kirchlicher Publizistik zur strategischen Kirchenkommunikation*. Wiesbaden: Springer VS (erscheint Ende 2018).

Beiträge in Journals, Fachzeitschriften und Büchern

- Borner, M., & Zerfass, A. (2018). The power of listening in corporate communications: Theoretical foundations of corporate listening as a strategic mode of communication. In S. Bowman, A. Crookes, Ø. Ihlen & S. Romenti (Eds.), *Public relations and the power of creativity: strategic opportunities, innovation and critical challenges* (pp. 3-22). Bingley: Emerald.
- Enke, N., & Borchers, N. S. (2018). Von den Zielen zur Umsetzung: Planung, Organisation und Evaluation von Influencer-Kommunikation. In A. Schach & T. Lommatzsch (Hrsg.), *Influencer Relations: Marketing und PR mit digitalen Meinungsführern* (S. 177-200). Wiesbaden: Springer Gabler.
- Krömer, L., Borchers, N. S., & Enke, N. (2018). Own the Follower: Wie lassen sich Influencer erfolgreich in den eigenen Unternehmenskanal einbinden? Eine Untersuchung anhand der YouTube-Kanäle deutscher Beauty-Unternehmen. In A. Schach & T. Lommatzsch (Hrsg.), *Influencer Relations: Marketing und PR mit digitalen Meinungsführern* (S. 107-128). Wiesbaden: Springer Gabler.
- Lautenbach, C., & Zerfaß, A. (2018). Der Werkzeugkasten der Unternehmenskommunikation: Studie zu Management-Tools identifiziert Handlungsbedarf in Kommunikationsabteilungen. *Kommunikationsmanager*, 15(4), 34-38.
- Macnamara, J., Zerfass, A., Adi, A., & Lwin, M. (2018). Capabilities of PR professionals for key activities lag: Asia-Pacific study shows theory and practice gaps. *Public Relations Review*, 45, <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2018.10.010>.

- Macnamara, J., Zerfass, A., Lwin, M. O., & Adi, A. (2018). PR and communication management in Asia-Pacific: Trends, growth and gaps. *Communication and Media in Asia-Pacific*, 1(1), 1-16.
- Navarro, C., Moreno, A., & Zerfass, A. (2018). Mastering the dialogic tools: Social media use and perceptions of public relations practitioners in Latin America. *Journal of Communication Management*, 22(1), 28-45.
- Nothhaft, H., Werder, K. P., Verčič, D., & Zerfass, A. (2018). Editors' Introduction. *International Journal of Strategic Communication*, 12(4), 329-332.
- Nothhaft, H., Werder, K. P., Verčič, D., & Zerfass, A. (2018). Strategic Communication: Reflections on an Elusive Concept. *International Journal of Strategic Communication*, 12(4), 352-366.
- Schneider, L., & Zerfass, A. (2018). Polyphony in corporate and organizational communications: Exploring the roots and characteristics of a new paradigm. *Communication Management Review*, 3(2).
- Tench, R., & Zerfass, A. (2018). Information provision and leadership – core components of communication excellence? *Communication Director*, 13(3), 26-30.
- Verhoeven, P., Zerfass, A., Verčič, D., Moreno, A., & Tench, R. (2018). Public relations and the rise of hypermodern values: Exploring the profession in Europe. *Public Relations Review*, 44(4), 471-480.
- Volk, S. C., & Zerfass, A. (2018). Alignment: Explicating a key concept in strategic communication. *International Journal of Strategic Communication*, 12(4), 433-451.
- Volk, S. C., & Zerfaß, A. (2018). Was leisten Kommunikationsabteilungen? Das Communications Contributions Framework als Management-Tool für die Unternehmenskommunikation. *PR Magazin* 49(6), 72-79.
- Werder, K. P., Nothhaft, H., Verčič, D., & Zerfass, A. (2018). Strategic communication as an emerging interdisciplinary paradigm. *International Journal of Strategic Communication*, 12(4), 333-351.
- Wiesenberg, M. (2018). Strategische Kommunikation und die Unberechenbarkeit der Taktik: Die Rolle der Rezipientinnen und Rezipienten in der Strategischen Kommunikation. In: S. Wehmeier & D. Schoeneborn (Hrsg.), *Strategische Kommunikation im Spannungsfeld zwischen Intention und Emergenz* (S. 119-137). Wiesbaden: Springer VS.

- Wiesenberg, M., & Weigelt, D. (2018). Anreize und Grenzen der Macht. Herausforderungen für angehende Praktiker in der Strategischen Kommunikation. In K. Liesem & L. Rademacher (Hrsg.), *Die Macht der Strategischen Kommunikation. Medienethische Perspektiven der Digitalisierung* (S. 89-107). Baden-Baden: Nomos.
- Winkler, L., Volk, S. C., Borner, M., & Zerfaß A. (2018). Zwischen Intention und Emergenz. Mittelstandskommunikation im Spannungsfeld kontroverser Strategieparadigmen. In S. Wehmeier & D. Schoeneborn (Hrsg.), *Strategische Kommunikation im Spannungsfeld zwischen Intention und Emergenz* (S. 215-232). Wiesbaden: Springer VS.
- Zerfass, A. (2018). Management Tools for Communicators. *Communication for Leaders*, 5(1).
- Zerfass, A. (2018). 战略传播的测量、评估和控制 [Measurement, evaluation and controlling of strategic communication]. In X. Chen (Ed.), *中国公共关系学 [Public relations theories for contemporary China]* (pp. 390-410). Beijing: Communication University of China Press.
- Zerfass, A., & Dühring, L. (2018). The agile way. *Communication Director*, 13(2), S. 42-44.
- Zerfaß, A., & Köhler, K. (2018). Strategy communication – a missed opportunity? *The Reporting Times*, 13, 26.
- Zerfass, A., Verčič, D., Nothhaft, H., & Werder, K. P. (2018). Strategic communication: Defining the field and its contribution to research and practice. *International Journal of Strategic Communication*, 12(4), 487-505.
- Zerfass, A., & Volk, S. C. (2018). How communication departments contribute to corporate success: The communications contributions framework. *Journal of Communication Management*, 22(4), 397-415.
- Zerfaß, A., Volk, S. C., Chen, R. & Zhan, M. (2018). Shared Value als Chance für die Unternehmenskommunikation. Studie zur Akzeptanz von CSR- und CSV-Aktivitäten in Deutschland, China und den USA. *PR Magazin*, 49(8), S. 72-78.

Forschungsberichte und Studien

- Enke, N., & Borchers, N. S. (2018). *Management strategischer Influencer-Kommunikation*. Leipzig: Universität Leipzig. Verfügbar unter <http://bit.ly/msik2018>.
- Zerfass, A., Dühring, L., Berger, K., Brockhaus, J. (2018). *Fast and flexible. Corporate communications in agile organizations* (Communication Insights, Issue 5). Leipzig, Germany: Academic Society for Management & Communication. Available at www.academic-society.net
- Zerfaß, A., Lautenbach, C., Sass, J., Jakubowitz, M., & Zimmer, V. (2018). *Communication Benchmarking 2017 – Vergleich von Strukturen, Ressourcen und Handlungsfeldern der Unternehmenskommunikation. Teil 1 – Gesamtauswertung; Teil 2 – Interviews mit Kommunikationsleitern*. Leipzig: Günter-Thiele-Stiftung für Kommunikation und Management (vertraulicher Bericht für die Benchmark-Unternehmen).
- Zerfaß, A., Liebert, T., & Fechner, R. (2018). *Image- und Vertrauensstudie Deutsche Rentenversicherung 2013 bis 2017. Eine systematische Medieninhaltsanalyse zum Image der gesetzlichen Altersvorsorge in Deutschland unter besonderer Berücksichtigung der Dimension Vertrauen – Langzeituntersuchung seit 1989*. Leipzig: Universität Leipzig (Vertraulicher Bericht für die Deutsche Rentenversicherung Bund).
- Zerfass, A., Tench, R., Verhoeven, P., Verčič, D., & Moreno, A. (2018). *European Communication Monitor 2018. Strategic communication and the challenges of fake news, trust, leadership, work stress and job satisfaction. Results of a survey in 48 Countries*. Brussels: EACD/EUPRERA, Quadriga Media Berlin. Available at www.communicationmonitor.eu
- Zerfass, A., Volk, S. C., Lautenbach, C., & Jakubowitz, M. (2018). *Management tools for corporate communications – Relevance, benefits and experiences. Results of an empirical study in communication departments*. Leipzig, Frankfurt: University of Leipzig / Lautenbach Sass. Available at <http://bit.ly/tools-cc>.
- Zerfaß, A., Volk, S. C., Lautenbach, C., & Jakubowitz, M. (2018). *Management-Tools für die Unternehmenskommunikation: Bedeutung, Nutzung und Erfahrungen. Ergebnisse einer empirischen Studie in Kommunikationsabteilungen*. Leipzig, Frankfurt am Main: Universität Leipzig / Lautenbach Sass. Verfügbar unter <http://bit.ly/tools-uk>.

Tagungsbeiträge (peer-reviewed)

- Borchers, N. S. (2018). *Online Review Literacy: Grundlegende Kompetenzen im Umgang mit Online-Bewertungen als neuer Form des Wissensaustauschs*. Beitrag zur Jahrestagung der Fachgruppe Digitale Kommunikation der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPK). Erfurt, November 2018.
- Borchers, N. S. (2018). *Schöne neue Werbewelt: Drei Thesen zu den gesellschaftlichen Folgen der Digitalisierung der Werbung*. Beitrag zur Tagung des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft. München, November 2018.
- Borchers, N. S., & Enke, N. (2018). „Viele machen das ja auch auf Anfrage von Fans, mal zeigen, was sie benutzen“: *Das Persuasionswissen älterer Kinder und Jugendlicher zur strategischen Influencer-Kommunikation*. Beitrag zur Jahrestagung der Fachgruppe Digitale Kommunikation der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPK). Erfurt, November 2018.
- Borchers, N. S., & Enke, N. (2018). *#sponsored: Von Entgrenzungen im Influencer Marketing und der Verantwortung der Kommunikationswissenschaft*. Beitrag zur Jahrestagung der Fachgruppe Soziologie der Medienkommunikation der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPK). Rostock, Oktober 2018.
- Borchers, N. S., & Enke, N. (2018). *Deploying social media influencers to foster dialogue: The role of authenticity in strategic influencer communication*. Paper presented at the Annual Conference of the International Communication Association (ICA), Pre-Conference 'Diverse Voices: Authentic Communication, Trust, Dialogue, and Society'. Prague, May 2018.
- Buhmann, A., & Zerfass, A. (2018). *Understanding the dynamics of (non)standardization in communication measurement and evaluation*. Paper presented at the Annual Conference of the International Communication Association (ICA), Panel 'New Voices in PR Evaluation'. Prague, May 2018.
- Dühring, L. (2018). *Beyond media relations. The effects of mediatization, digitalization, and datafication on organizations and the implications for public relations theory*. Paper presented at the Annual Conference of the International Communication Association (ICA), Pre-Conference 'Theories in Public Relations'. Prague, May 2018.

- Dühring, L. (2018). *Kritische Perspektiven in der Strategischen Kommunikation*. Beitrag zur Tagung des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft. München, November 2018.
- Dühring, L., & Rakebrand, T. (2018). *Ideologiekritik als Chance und Herausforderung. Anregungen für eine kritische Hochschuldidaktik*. Beitrag zur Tagung des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft. München, November 2018.
- Dühring, L., & Volk, S. C. (2018). *Agility in strategic communication research: Historical roots, conceptual specification, and implications for theory and practice*. Paper presented at Bledcom 2018 – International Public Relations Research Symposium. Bled, Slovenia, July 2018.
- Dühring, L., & Zerfass, A. (2018). *Coping with agility: Towards a framework for corporate communications in dynamic organizations*. Paper presented at the EUPRERA 2018 Annual Congress. Aarhus, Denmark, September 2018.
- Enke, N., & Borchers, N. S. (2018). *Influencer Communication: Managing new voices in strategic communication*. Paper presented at the Annual Conference of the International Communication Association (ICA). Prague, May 2018.
- Enke, N., & Borchers, N. S. (2018). *Wenn Selbstbestimmung freiwillig aufgegeben wird: Social-Media-Influencer-Kommunikation als neues Phänomen der strategischen Kommunikation*. Beitrag zur Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPK). Mannheim, Mai 2018.
- Jürss, S., & Borchers, N. S. (2018). *Die Ideologie der Sharing Economy*. Beitrag zur Tagung des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft. München, November 2018.
- Jürss, S., & Borchers, N. S. (2018). *Entgrenzung im Digitalen Kapitalismus: Die Sharing Economy als Katalysator von Entgrenzungsprozessen?* Beitrag zur Jahrestagung der Fachgruppe Soziologie der Medienkommunikation der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPK). Rostock, Oktober 2018.
- Lwin, M. O., Adi, A., Macnamara, J., Tench, R., Moreno, A., & Zerfass, A. (2018). *Missed opportunities? The rise of social media and the lack of dialogic competencies across three continents*. Paper presented at the Annual Conference of the International Communication Association (ICA), Pre-Conference 'Diverse Voices: Authentic Communication, Trust, Dialogue, and Society'. Prague, May 2018.

- Moreno, A., Wiesenberg, M., Kochhar, S., Zerfass, A., & Fuentes, C. (2018). *Big data and automation: Challenges and opportunities for communication management – A comparative study between European and Latin American professionals*. Paper presented at the Annual Conference of the International Communication Association (ICA). Prague, May 2018.
- Volk, S. C. (2018). *Contemporary deadlocks in PR evaluation and measurement research*. Paper presented at the Annual Conference of the International Communication Association (ICA). Prague, May 2018.
- Volk, S. C. (2018). *Looking ahead: Ideas for future debates and research*. Paper presented at the EUPRERA 2018 Annual Congress, Panel 'New Voices in PR Evaluation'. Aarhus, Denmark, September 2018.
- Volk, S. C., & Zerfaß, A. (2018). *Zur Relevanz der PR/OK-Forschung: Eine Studie zur Nutzung von Kommunikationsmanagement-Tools aus einer Practice-Perspektive*. Beitrag zur Jahrestagung der Fachgruppe Public Relations / Organisationskommunikation der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPK). Stuttgart, November 2018.
- Wiesenberg, M. (2018). *Authentic church membership communication in times of religious transformation and mediatization*. Paper presented at the Annual Conference of the International Communication Association (ICA), Pre-Conference 'Diverse Voices: Authentic Communication, Trust, Dialogue, and Society'. Prague, May 2018.
- Wiesenberg, M. (2018). *Beyond organizational centrality in strategic communication: Lessons learned from organized religion*. Paper presented at the EUPRERA 2018 Annual Congress. Aarhus, Denmark, September 2018.
- Wiesenberg, M. (2018). *Strategic church communication in times of religious pluralism in Western Europe*. Paper presented at Bledcom 2018 – International Public Relations Research Symposium. Bled, Slovenia, July 2018.
- Wiesenberg, M., & Tench, R. (2018). *Computational propaganda and social bots – An old dog with new tricks*. Paper presented at Bledcom 2018 – International Public Relations Research Symposium. Bled, Slovenia, July 2018.

Vorträge und Tagungen

Prof. Zerfaß hielt 2018 neben den oben genannten Vorträgen zahlreiche Vorträge bei Branchenkonferenzen im In- und Ausland. Unter anderem hielt er Keynotes bei COM IMPACT 2018 – Schweizerische Fachtagung Communications Controlling und beim DPRG-Zukunftsforum 2018 in Hamburg (mit Sophia C. Volk). Er wirkte in der Executive Weiterbildung an der RSM Rotterdam School of Management und BI Norwegian Business School, sprach auf Einladung bei zahlreichen Veranstaltungen und leitete mehrere interne Workshops für Partner des Lehrstuhls. Qualifikationen

Promotionen und Abschlussarbeiten

Im Jahr 2018 wurde das Promotionsverfahren von Dr. Markus Wiesenberg erfolgreich abgeschlossen (mehr dazu in der entsprechenden Rubrik in diesem Jahresbericht). Die Dissertation von Lisa Marzahl wurde eingereicht und positiv begutachtet; die Verteidigung und der Abschluss des Verfahrens sind für Anfang 2019 geplant. Professor Zerfaß betreut derzeit vier weitere Doktoranden und im Jahr 2018 über 30 Master- und Bachelorarbeiten.

Delegation der Public Relations Society of China mit Präsidentin Prof. Dr. Xianhong Chen (Bildmitte) zu Besuch am Institut im Mai 2018 (mit Prof. Hoffmann, Bentele und Zerfaß; hintere Reihe)



Tätigkeiten der Emeriti

Prof. Dr. Günter Bentele

Forschungsprojekte

Berufsfeldstudie Kommunikationsmanagement 2018 (zus. mit R. Seigenglanz und R. Fechner). Drittmittelgeber: Bundesverband deutscher Pressesprecher (BdP). Download unter https://www.bdp-net.de/sites/default/files/studie_kommngt_2018_gesamt_web.pdf

Das pr-museum.de (<https://pr-museum.de>), das von der Günter Thiele-Stiftung geförderte pr-museum.de (Deutsches Online-Museum zur Geschichte von Public Relations und Kommunikationsmanagement), wurde im Frühjahr 2018 der Öffentlich-

keit vorgestellt. Es enthält bislang über 40 Einträge zu Akteuren, Organisationen und Instrumenten/Verfahren im PR-Bereich.

Projekt: Geschichte der Unternehmenskommunikation von Hapag-Lloyd, Hamburg. Von Hapag-Lloyd drittmittelgefördertes PR-historisches Forschungsprojekt.(2017-1019)

Projekt: 60 Jahre Geschichte der eigentümergeführten Kommunikationsagentur Schulze van Loon. Drittmittelgefördertes, PR-historisches Forschungsprojekt (2018-2019)

Publikationen

Monographien

Bentele, G. (2017), R. Seigenglanz, R. Fechner (2018). Kommunikationsmanagement 2018. Vermessung eines Berufsstandes. Berlin: Helios.

Avenarius, Horst (2018): Nachdenken über Public Relations. Aufsätze, Reden und Gespräche eines PR-Menschen. Hrsgg. von Günter Bentele Bentele. Wiesbaden: Springer VS.

Website

Bentele, G. (Hrsg.) (2018 ff.) pr-museum.de (Download unter <https://pr-museum.de>)

Beiträge in Journals und in Büchern

- Bentele, G., & René Seidenglanz (2018). 信任和可信度：传播管理的社会机制和前提 [Trust and credibility: Social mechanisms and prerequisites for communication management]. In X. Chen (Ed.). In X. Chen (Ed.), 中国公共关系学 [Public relations theories for contemporary China] (pp. 180-202). Beijing: Communication University of China Press.
- Bentele, G. (2018). PR-Ethik? PR-Ethik! Einige (alte) Fragen und einige (neuere) Antworten nach mehr als 25 Jahren. In: PR-Magazin 1 S. 80-87
- Bentele, G. (2018). Wie man den Tod (nicht) kommuniziert. In. Pressesprecher, Nr. 2/2018. Online unter: <https://www.pressesprecher.com/nachrichten/wie-man-tod-nicht-kommuniziert-9705628310>
- Bentele., G. (2018). Kommunikationsmanagement 2018. Zufriedenheit im Beruf. In: presssprecher 12 (2018).
- Drabner, G., G. Bentele & T. Liebert G. (2018). Franz Ronneberger. In: Bentele. G. (Hrsg.) Deutscher Online-Museum für Public Relations. Online unter <https://pr-museum.de/personen/pr-praktiker-forscher/franz-ronneberger> (Abruf am 10.04.2018).
- Bentele, G. (2018). Nachruf Stefan Wehmeier (5.04.1968-13.02.2018). In: Publizistik, 63, 2, S. 293-295.

Tagungsbeiträge (peer-reviewed)

- 8.-10.6.2018 Präsentation „Trust and Dialogue as Prerequisites for Communication Management“ auf dem 14. World Congress der International Federation of Scholarly Associations of Management (IFSAM) in Shanghai, China.
- 12.6.2018 „Organizational Transparency, Public Communication and Trust“ auf Herrnhäuser Konferenz der Volkswagen-Stiftung: „Transparency and Society – Between Promise and Peril“ an der Berlin Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften zu Berlin.
- 10.-13.07.2018 „History of PR Education“ und „Political public relations in the German Empire from 1894-1918: The „Hammann System““ auf der 9th International History of Public Relations Conference 2018 in Bournemouth, UK.

Vorträge

Weitere Vorträge zum Thema Wissenschaftskommunikation auf dem „Fachtag Wissenschaftskommunikation“ am 16.4. 2018 in Halle/Saale; zum Thema „Fake News, Hate Speech und Lügenpresse. Zur Moral und Ethik öffentlicher Kommunikation.“ am 15.5. 2018 in der Landesbibliothek Stuttgart, zum Thema „Public Trust“ auf dem „PRResidents Panel auf der PR-Conference in Bled (5.-6. Juli), zum Thema „Kommunikationsmanagement 2018 – Ein Berufsstand wird vermessen auf dem Kommunikationskongress des Bundesverbandes der deutschen Pressesprecher in Berlin (27.8. 2018), zum Thema „Fake News, Propaganda und Hassbotschaften“ auf dem 2. Fuldaer Marketingtag (2. November 2018), zum Thema „Kommunikation in Zeiten medialer und gesellschaftlicher Globalisierung. Zur Entwicklung der Unternehmenskommunikation bei Hapag und Hapag-Lloyd.“ auf dem 1. Albert Ballin-Forum der Hapag-Lloyd in Hamburg (6. November 2018), zum Thema „Moral und Ethik des Kommunikationsmanagement“ an der Hochschule Gelsenkirchen (26. November 2018) und zum Thema

„Fake News, Propaganda and Hate Speech: Data and Reflections on Morality and Ethics of Organizations“ an der Hochschule für Medien, Kommunikation und Wirtschaft (HMKW) in Berlin (28. November 2018).

Weitere Aktivitäten

Professor Bentele wirkt u. a. als Mitglied im Deutschen Rat für Public Relations, dem Selbstkontrollgremium der Branche, Prof. Bentele ist Mitglied im Stiftungsrat der Medienstiftung der Sparkasse Leipzig und Mitglied der Akademischen Leitung der Akademischen Gesellschaft für Unternehmensführung und Kommunikation. Im Kuratorium der Günter Thiele-Stiftung übernahm Prof. Bentele 2018 die Position des Stellvertretenden Leiters. In beratender Funktion ist er als Mitglied des Sustainability Advisory Council (SAC) für die Deutsche Post tätig und er wirkte als Jurymitglied beim Liberty Award von Reemtsma und bei der Vergabe der Albert-Ballin- Forschungspreise beim 1. Albert Ballin-Forum 2018 mit. Als Vorsitzender leitet er die Jury des Günter-Thiele-Preises für wissenschaftliche Abschlussarbeiten der Universität Leipzig.

Prof. Dr. phil. habil. Rüdiger Steinmetz

Emeritus seit 1.4.2018

Lehrstuhl Medienwissenschaft und Medienkultur (1.10.1992 - 31.3.2018)

Der Lehrstuhl wird seit 1.4.2018 vertreten durch Prof. Dr. phil. habil. Florian Mundhenke.

WS 1992/93 – WS 2017/18:
Lehrstuhl für Medienwissenschaft
und Medienkultur an der Universi-
tät Leipzig. WS 91/92 und SS
92: Lehraufträge am FB Kommuni-
kations- und Medienwissenschaft-
ten der Universität Leipzig

1979-92: Wissenschaftlicher Assis-
tent an der Hochschule für Fernse-
hen und Film (HFF), München.

1978/79: Redakteur Braunschwei-
ger Zeitung/Osteroder Kreis An-
zeiger

Erster Geschäftsführender Direktor
(GD) des Instituts für Kommunika-
tions- und Medienwissenschaft
(1993 - 95). Danach mehrfach
GD.

1994/95 Gründung und erster Pro-
grammdirektor (bis einschließlich
2009) „mephisto – das Lokalradio
der Universität Leipzig“.

Zeitweise Direktor des ZMK – „Zen-
trum für Medien und Kommunika-
tion“.

Bis 2017 Studiengangs-Verantwortli-
cher für den Master-Studiengang

New Media Journalism an der
Leipzig School of Media (LSoM).

Mehrfach Gastprofessor an der
Ohio University, Athens (OH,
USA), Scripps School of Journal-
ism sowie an der University of
Otago, Dunedin (Neuseeland):
Faculty of Humanities: Department
of Languages and Cultures und
Department Media, Film and
Communication (MFCO).

Seit 2010, vom Landtag wiederge-
wählt 2016 (bis 2022): Sachver-
ständiger des Medienrats der
Sächsischen Landesanstalt für Pri-
vaten Rundfunk und Neue Medien
(SLM).

Mitglied des Kuratoriums des Hauses
des Dokumentarfilms, Stuttgart.

Gutachter für internationale Pro-
gramme des DAAD/PROMOS.

Seit 1995 Herausgeber der wissen-
schaftlichen Buchreihe „Media
Studien“ im Leipziger Universitäts-
verlag.

Mitgliedschaften

Studienkreis Rundfunk und Geschichte; DGPK; Gesellschaft für Medienwissenschaft (GfM); IAMHIST – International Association for Media and History; German Studies Association.

Aktuelle Forschungsprojekte

„Unbekannte Bilder der Transformation. Sächsisches Lokalfernsehen in der frühen Nachwendzeit“ (zusammen mit Dr. Judith Kretzschmar)

Hugo Münsterberg: früher Theoretiker des neuen Mediums Film (1916) und tragische Figur zwischen den USA und dem Deutschen Kaiserreich

Experimentallabor: Vergleich der Rezeption von 2D- und 3D-Spiel- und Dokumentarfilmen.

Wissenschaftliche Publikationen

Herausgeber: A Treasure trove. Friend of the Photoplay – Visionary – Spy? New trans-disciplinary Approaches to Hugo Münsterberg's Life and Oeuvre. Leipzig: Universitätsverlag 2018.

Beiträge darin:

A Spy of the Emperor? Or a Bridge Builder? Hugo Münsterberg's partly disturbing Dialectics (S. 239-264):

Münsterberg's Academic Milestones: Wilhelm Wundt and William James. A Reconstruction of their Relationships, based on their Letter Exchange (S. 285-306).

App-Entwicklung für Lehr- und Lernzwecke: *Filme sehen lernen* (Fortsetzung)DFG-Forschungsprojekt, 2018 abgeschlossen

Cinéphilie unter der Diktatur. Europäische Filmkultur zwischen 1955 und 1975 am Beispiel Spaniens und der DDR. Projekt-Durchführender: Dr. Fernando Ramos Arenas (jetzt: Professor an der Universität Complutense, Madrid, Abteilung Historia del Arte).

Lehr-Forschungsprojekt im WS 2017/18

Reihe *CinéVisionen*. Neue technische, ästhetische und stilistische Entwicklungen der filmischen Narration, gemeinsam mit der Mitteldeutschen Medienförderung (MDM) und den Passage-Kinos, Leipzig.

Interview

Wer bekommt wie viel? Kulturelle Filmförderung durch die SLM. Themen&Frequenzen 02/2018.

Vorträge

Wissenschaft im Diskurs (SLM): Unbekannte Bilder. Sächsisches Lokalfernsehen in der frühen Nachwendezeit (mit Frank Richter und Studierenden des Instituts für KMW). 29. Mai 2018 in der Sächsischen Landesvertretung, Berlin.

Kommission

Mitglied einer internationalen Review-Kommission zur Begutachtung des Department of Media, Film & Communication (MFCO) an der University of Otago, Dunedin (New Zealand).

Betreuung besondere herausragender Abschlussarbeiten Bachelor

Sophie Kaupp: „Dial M for Murder“. Ein Vergleich der Zuschauerrezeption und -wirkung des Hitchcock-Klassikers in 2-D und 3-D.

Master

Emilie Langer: Migration und Religion im Spiegel der Netzöffentlichkeit: Islam-Stereotype auf „Zeit Online“ und „El Pais“ am Beispiel des Nizza- und Berlin-Attentats

Lisa Schneider: Immersion durch stilistische und ästhetische Mittel im stereoskopischen Film im Vergleich zum 2D-Film. Eine vergleichende Analyse zur Wirkung und Akzeptanz mit Hilfe der Eyetracking-Methode, am Beispiel des Films *Life of Pi*

Carina Castrovillari: Der Einfluß des Phänomens „Fake News“ auf das Informationsverhalten von Digital Natives und Digital Immigrants in der vernetzten Mediengesellschaft. Eine qualitativ-interpretative Untersuchung.

Prof. Dr. Hans-Jörg Stiehler

Vortrag

Football is Coming Home? Inszenierungen in der Sportberichterstattung“; Jahrestagung der DGPK-Fachgruppe Sportkommunikation und Mediensport; Salzburg 26-28.9.18

Edition

Horky, T., Stiehler, H.-J., Schierl, T.: Die Digitalisierung des Sports. Köln: von Halem Verlag 2018 (= Sportkommunikation, Bd. 13)

Publikationen

Friedrich, J.A., Stiehler, H.-J., Ihle, H.: Mit Routine und Innovation: Eine vergleichende Analyse der Inszenierungsmuster des Champions-League-Finales von 2015 in fünf europäischen Ländern. In: Schramm, H., Schallhorn, C., Ihle, H., Nieland-Jörg-Uwe (Hrsg.): Großer Sport, große Show, große Wirkung? Empi-

rische Analysen zu Olympischen Spielen und Fußballgroßereignissen. Köln: von Halem Verlag 2018, S. 198-227

Stiehler, H.-J., Horky, T.: Die Digitalisierung des Sports in den Medien: Anforderungen und Herausforderungen. In: Horky, T., Stiehler, H.-J., Schierl, T. (Hrsg.): Die Digitalisierung des Sports. Köln: von Halem Verlag 2018, S. 9-16 (= Sportkommunikation, Bd. 13)

Sonstiges

Co-Herausgeber der Reihe Sportkommunikation im von Halem Verlag Köln

Co-Herausgeber des Journals für Sportkommunikation und Mediensport (Online, Open Access)

Betreuung von vier Doktoranden/-innen und mehreren Abschlußarbeiten im BA und MA KMW (bzw. MA GMC)

Tätigkeiten der Honorarprofessuren

Prof. Christof Ehrhart

Vorträge und Tagungen

Prof. Ehrhart hat an Universitäten und auf Fachkongressen zahlreiche Vorträge gehalten. So sprach er unter anderem auf Einladung der Ludwig-Maximilians-Universität München und der Technischen Universität Hamburg über Fragen des globalen Kommunikations- und Nachhaltigkeitsmanagements. Vor dem High-Level Panel on Decarbonisation der EU-Kommission trug er in

Brüssel zu Perspektiven der Emissionsreduktion durch Digitalisierung vor. Anlässlich des Kommunikationskongress / Berlin beteiligte er sich an einer Diskussionsrunde zu Maßstäben exzellenter Unternehmenskommunikation. Fragen der Disruption des klassischen Verständnisses von Corporate Communications behandelte unter anderem beim 12. Deutschen Marken-Summit in Frankfurt und beim Global Communication Summit von Ambrosetti in Mailand.

Publikationen

Beiträge in Journals und Büchern

Ehrhart, C. (2018). Reputationsmanagement bei Deutsche Post DHL Group. In: Harvard Business manager (Sonderdruck Faktenkontor): *Reputation von CEOs. Wer stolz sein kann – und warum*, (S. 18-21).

Praxisbeiträge

Prof. Ehrhart publiziert kontinuierlich auf dem Blog www.futureproofingpr.com zu den wissenschaftlichen und praktischen Perspektiven von Kommunikations- und Nachhaltigkeitsmanagement. Im Fachmagazin >kommunikationsmanager veröffentlicht er eine regelmäßige Kolumne zum Brückenschlag zwischen Theorie und Praxis der Unternehmenskommunikation.

Prof. Wolfgang Kenntemich

Media Quality Watch

Wie Medien und ihr Publikum sich über Qualität in der digitalen Welt verständigen können

Im Projektzeitraum von September 2017 bis August 2018 entwickelten das EIQ Europäisches Institut für Qualitätsjournalismus und die Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur – HTWK Leipzig – unter der Projektbezeichnung Media Quality Watch eine interaktive Plattform zur Verifizierung und Sicherung von Qualitätsstandards in der digitalen Medienwelt. Dank der Finanzierung durch die Friede Springer Stiftung entstand ein bereits online verfügbarer Internetauftritt unter den Domains www.mediaqualitywatch.de und www.mediaqualitywatch.eu.

Im Fördervertrag vom August 2017 wurden folgende Ziele formuliert: „Mit ‚Media Quality Watch‘ soll eine internetbasierte interaktive Plattform für Qualitätsjournalismus entwickelt werden. Geplant ist eine digitale Pinnwand, ein permanentes Forum zur Evaluierung von Qualität in den Medien. Mit der Erarbeitung allgemein verbindlicher Standards, einer fundierten professionellen Medienbeobachtung sowie mit der

Etablierung von Qualitätssiegeln soll über mehr Transparenz und interaktiven Dialog zwischen Machern und Rezipienten Vertrauen in die Medien zurückgewonnen werden und es soll die Bedeutung der demokratiebildenden Funktion der Medien hervorgehoben werden.“

Das fünfköpfige Projektteam entwickelte unter der Leitung von Prof. Wolfgang Kenntemich Möglichkeiten zur inhaltlichen Umsetzung und zur technischen Realisierung des Vorhabens. Auf der Basis intensiver interner und externer Diskussionen entstanden so Architektur und Anwendungsweise der o.a. Plattform. Sie wurde Ende August 2018 einem ausgewählten Fachpublikum in Leipzig vorgestellt. Wesentliche Bestandteile sind informative, faktenbasierte Angebote zum Thema Qualität in den Medien, eine Pinnwand sowie die auf Algorithmen basierende Diskussionsplattform. Letztere soll nach einer weiteren internen Testphase mit ausgesuchten Teilnehmergruppen voraussichtlich Anfang 2019 freigeschaltet werden. Dazu bedarf es vor allem aber einer regelmäßigen redaktionellen Betreuung, deren Finanzierung bisher nicht gesichert ist.

Promotionen

Dr. Paula Nitschke



Interessenorganisationen in der Onlinewelt. Die Institutionalisierung von Onlinekommunikation als soziale Praktik.

Dr. Paula Nitschke schloss im Juli 2018 ihre Promotion im Fach Kommunikationswissenschaft an der Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie der Universität Leipzig erfolgreich ab. Ihre Dissertation behandelt das Thema, wie politische Interessenorganisationen auf die Durchsetzung und Verbreitung von Onlinekommunikation reagieren. Diese Reaktionen werden sowohl innerhalb der Organisationen als auch in ihrem kommunikativen Handeln nach außen betrachtet. Die Ar-

beit verfolgt die Fragestellung, wie sich Onlinekommunikation als soziale Praktik institutionalisiert und damit zum dauerhaften Bestandteil des Handelns und der Strukturen von Interessenorganisationen wird. Während in der Kommunikationswissenschaft vor allem die Produkte der Onlinekommunikation von Organisationen analysiert werden (Newsletter, Webseiten, Facebook-Auftritte, Tweets etc.), und dies auch häufig in „Ausnahmefällen“ wie Wahlkampagnen, thematisiert Frau Nitschke ihre Entstehung im „Normalbetrieb“ politischer Interessenorganisationen. Sie wendet sich dabei vielfältigen (organisations-)soziologischen Theorien zu (angefangen bei Schütz und dem Institutionalismus), mit denen Onlinekommunikation als soziale Praktik und eben nicht als reines PR-Instrument betrachtet werden kann. Dieser Zugriff ist innovativ und liefert sowohl in theoretischer als auch empirischer Hinsicht neue Erklärungen für das Handeln in und von Organisationen in der Onlinewelt. Die Dissertation von Frau Nitschke führt dabei Theoriestränge zusammen, die sonst unverbunden bleiben, etwa die Frage nach den unterschiedlichen Handlungslogiken in Organisationen oder der Datafizie-

rung als Folge digitaler Kommunikation. Damit liefert die Arbeit in den Forschungsfeldern Organisationskommunikation und politische Kommunikation wertvolle Impulse. Die empirische Exploration des entwickelten Modells bedient sich mit der teilnehmenden Beobachtung einer aufwändigen und in der Kommunikationswissenschaft wenig eingesetzten Methodik. Die Ergebnisse der Beobachtungsstudien zeigen aber, dass sich dieser Aufwand gelohnt hat. Der Blick in die soziale Praxis der Organisationen liefert Erklärungen für ihr kommunikatives Handeln.

Die Dissertation von Paula Nitschke entstand im Rahmen der von der

DFG finanzierten Forschergruppe „Politische Kommunikation in der Online-Welt“. Betreuer der Dissertation war Professor Dr. Patrick Donges, Leiter des Teilprojektes „Politische Organisationen in der Online-Welt“ dieser Forschergruppe. Mit ihm war Paula Nitschke im April 2016 von Greifswald nach Leipzig gewechselt. Zweitgutachterin war Professorin Dr. Barbara Pfetsch von der Freien Universität Berlin. Nach ihrer Dissertation und dem Auslaufen des Projektes wechselte Paula Nitschke als Wissenschaftliche Mitarbeiterin an das Institut für Medien, Wissen und Kommunikation der Universität Augsburg.

Dr. Markus Wiesenberg



Strategische Kommunikation deutscher Großkirchen: Von kirchlicher Publizistik zur strategischen Kirchenkommunikation

Dr. Markus Wiesenberg wurde von der Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie der Universität Leipzig im Juli 2018 zum Dr. rer. pol. promoviert. Die Dissertationsschrift wurde von Professor Dr. Ansgar Zerfaß betreut. Zweitgutachter war Professor Dr. Gert Pickel von der Abteilung Religions- und Kirchensoziologie der Theologischen Fakultät Leipzig.

In seiner Dissertation leistet Markus Wiesenberg einen wesentlichen Beitrag zur Theoriebildung der strategischen Kommunikation und Organisationskommunikation, indem er die spezifischen Zielhorizonte und Kommunikationsaufgaben von Kirchen rekonstruiert und eine Theorie der Kirchenkommunikation entwickelt. Davon ausgehend und diese prüfend untersucht er auf Grundlage eines selbst entwickelten analytischen Bezugsrahmens mit einem empirischen Mehrmethodendesign den Institutionalierungsgrad strategischer Kommunikation in deutschen Großkirchen auf nationaler, regionaler und lokaler Ebene. Mit den Ergebnissen der vergleichenden Mehrebenenuntersuchung zeichnet der Verfasser ein vielschichtiges Bild von der Praxis der strategischen Kommunikation in deutschen Großkirchen. Er vermittelt insofern nicht nur einen facettenreichen Einblick in den Status Quo, die Herausforderungen und Einflussfaktoren der Kirchenkommunikation in Deutschland, sondern eröffnet mit dem Design seiner empirischen Studie vielversprechende Wege für die Forschung im Bereich der Organisationskommunikation insgesamt.

Die übergeordnete Forschungsfrage nach der Institutionalisierung strategischer Kommunikation in den deutschen Großkirchen wird explizit in

den Kontext der religiösen Transformation (Säkularisierung, Individualisierung des Religiösen, Pluralisierung) und des Wandels öffentlicher Kommunikation (Mediatisierung) gestellt. Damit ist die Studie einerseits von hoher Aktualität, andererseits von großer Reichweite und Prognosefähigkeit. Der interdisziplinäre Brückenschlag zwischen Religionssoziologie und Kommunikationswissenschaft liefert darüber hinaus einen zentralen Gewinn für beide Forschungstraditionen und befruchtet den interdisziplinären Austausch zwischen den Disziplinen. Die Studie erscheint demnächst als Monografie im Verlag Springer VS (Wiesbaden).

Markus Wiesenberg ist seit 2013 als Research Associate am Lehrstuhl für Strategische Kommunikation der Universität Leipzig tätig. Dort betreute er primär das Projekt „European Communication Monitor“. Neben seiner Lehrtätigkeit und dem Dissertationsprojekt veröffentlichte er mehrere Journal-Aufsätze und Buchkapitel. Der Absolvent des Magisterstudiengangs Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Alpen-Adria Universität Klagenfurt arbeitete zuvor in der Wissenschaftskommunikation sowie im Bereich Marketing und als freier Journalist. Er wird weiterhin als Post-Doc am Institut tätig sein.

Dr. Ronny Fechner



Intereffikation von Journalismus und Presse- bzw. Medienarbeit als integraler Bestandteil von Organisationskommunikation. Analyse, Operationalisierung und Erweiterung eines Kommunikationsmodells.

Dr. Ronny Fechner wurde im Februar 2018 von der Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie der Universität Leipzig zum Dr. phil. promoviert. Seine Arbeit entwickelt das Intereffikationsmodell weiter, das in den 1990er Jahren maßgeblich von Günter Bentele entwickelt wurde. Die Beziehungen der Presse-/Medienarbeit zweier Verkehrsunternehmen mit dem Journalismus werden im Rahmen einer umfassenden empirischen Fallstudie betrach-

tet. Betreuer der Dissertationsschrift waren die Professoren Dr. Günter Bentele und Dr. Hans-Jörg Stiehler. Wie entstehen Nachrichten? Auf diese für die Agenda-Building-Forschung zentrale Fragestellung gibt es keine einfache Antwort. Soziale Realität ist extrem vielschichtig; deren Beobachtung und Verarbeitung eine Mammutaufgabe. Mit der Ausdifferenzierung von Public Relations bzw. Organisationskommunikation (PR/OK) auf der einen und Journalismus auf der anderen Seite hat die Gesellschaft eine – notwendigerweise – komplexe Lösung zur Reduktion eben dieser Vielschichtigkeit parat. Die facettenreichen Interaktionen von PR/OK und Journalismus lassen sich auf Grundlage des Intereffikationsansatzes analytisch beschreiben und machen so die im Zusammenhang mit der Nachrichtengesehe stehenden Prozesse nachvollziehbar. Die Dissertation konkretisiert das Modell auf der Makro-, Meso- sowie Mikro-Ebene und integriert dafür Elemente der System- und Strukturtheorie sowie die Vorstellung einer Akteur-Struktur-Dynamik. Sie systematisiert die insgesamt vier Dimensionen zugeordneten Intereffikationsbeziehungen als Induktionen (Einflussnahmen bzw. -versuche) und Adaptionen (Anpassungsverhalten).

Zwei Fallstudien kombinieren eine vierwöchige Beobachtung mit der inhaltsanalytischen Auswertung von mehreren tausend Fällen (Presseinformationen, redaktionellen Beiträge etc.) und 18 Experteninterviews. Ein besonderes Augenmerk gilt dem gesellschaftlichen Wandel (Digitalisierung der Kommunikation, Ökonomisierung des Journalismus, Professionalisierung von PR/OK) und den daraus resultierenden Implikationen für den Intereffikationsansatz.

Die Erkenntnis: Das im Verlauf der Arbeit weiter entwickelte Modell ermöglicht eine fokussierte Betrachtung der Genese journalistischer Nachrichten – angefangen bei klassischen Print- bis hin zu sozialen On-

line-Medien. Indem es soziologische Theorien integriert, eröffnet es eine fruchtbare Perspektive, die verständlich macht, warum die beteiligten Akteure unter den gegebenen strukturellen Rahmenbedingungen des 21. Jahrhunderts die mediale Agenda so und nicht anders gestalten. Die Dissertationsschrift ist inzwischen im Verlag Springer VS als Monografie erschienen.

Ronny Fechner ist Absolvent des Magisterstudiengangs Kommunikations- und Medienwissenschaft des Instituts und heute als Gesellschafter der Analyse & Transfer UG aktiv. Er unterstützt als Researcher verschiedene Forschungsprojekte des Lehrstuhls Strategische Kommunikation.

Studiengänge

Bachelor Kommunikations- und Medienwissenschaft

Der Bachelorstudiengang Kommunikations- und Medienwissenschaft bereitet die Studierenden auf die berufliche Tätigkeit in Kommunikations- und Medienberufen sowie auf die Aufnahme eines weiterführenden Studiums (Masterstudium) vor. Er folgt dem Leitbild einer forschungsbasierten Berufsorientierung. Dies bedeutet: Wir vermitteln unseren Studierenden zum einen das für den Einstieg in verschiedene Kommunikationsberufe und für weiterführende Studiengänge notwendige Wissen und die entsprechenden Kompetenzen. Durch den Wandel von Technologien, Märkten sowie Wertvorstellungen und Präferenzen der Menschen verändern sich die Anforderungen an Kommunikationsberufe jedoch ständig; die dynamische Entwicklung der Medienlandschaft und die umfassenden Veränderungen moderner Öffentlichkeiten stellen Wissenschaft und Praxisberufe vor immer neue Aufgaben. Darum erhalten unsere Studierenden zum zweiten die Kompetenz, den Wandel in Medien, Organisationen und Gesellschaft verstehen, erklären und gestalten zu können. Dafür liefern die Theorien, Methoden und empirischen Befunde unserer Forschung die notwendige Orientierung. Wir

qualifizieren für attraktive Berufswege in dynamischen Zukunftsbranchen, für die Verwirklichung eigener Ideen in kreativen Start-Ups und für selbstbestimmte Karrieren in Forschung und Lehre an Forschungsinstituten, Fachhochschulen und Universitäten.

Der Studiengang befindet sich momentan in einem Reformprozess, der dieses Leitbild der der forschungsbasierten Berufsorientierung noch stärker als bisher akzentuiert. Die geplanten Änderungen sind momentan auf dem Gremienweg und sollen bis zur Einschreibung für das Wintersemester 2019/20 umgesetzt werden.

Die geplanten Änderungen betreffen vor allem die Modulstruktur im Kernfach KMW. Dadurch soll eine flexiblere Modulstruktur geschaffen werden, die den Studierenden ein gewisses Maß an Wahlpflichtoptionen und Mobilität ermöglicht und gleichzeitig die frühzeitige Vermittlung grundlegender theoretischer und methodischer Studieninhalte sicherstellt. Durch eine Optimierung des Studienverlaufs soll darüber hinaus die systematische Vorbereitung der Studierenden auf die Bachelorarbeit verbessert werden. Ein weiteres Ziel der Änderung ist es,

die Qualifikation der Studierenden für die konsekutiven Masterstudiengänge des Instituts sowie für einen möglichen Berufseinstieg in Bereich der Kommunikationsberufe zu verbessern.

Durch kleinere Modulgrößen mit gemischten Lehrformen sollen die Studieninhalte flexibilisiert und inhaltlich besser integriert werden. In den neu geplanten Einführungs- und Grundlagenmodulen werden jeweils Vorlesungen und Seminare zu aufeinander bezogenen Themen kombiniert, um die inhaltliche Integration von Veranstaltungen mit Überblicks- und Vertiefungscharakter zu verbessern. Im Grundlagenmodul I wählen die Studierenden 2 aus 3 Modulen (Journalistik, Communication Management, Mediensystem und Medienstrukturen). Im Grundlagenmodul II wählen die Studierenden 1 aus 3 Modulen (Medienwissenschaft, Medienpädagogik, Buchwissenschaft).

Ein weiteres Ziel der Änderung ist die Optimierung des Studienverlaufs in Bezug auf die Integration von Methoden-, Forschungs- und Anwendungsmodulen, um die Studierenden systematisch auf die selbständige Bearbeitung aktueller Forschungsthemen in der Bachelorarbeit vorzubereiten. Die Methodenmodule sind

im Studienverlauf frühzeitig eingeplant (1. und 2. Fachsemester) und beinhalten sowohl qualitative als auch quantitative Forschungsmethoden. Im Anschluss erhalten die Studierenden in den Forschungs- und Anwendungsmodulen die Möglichkeit, ihr Theorie- und Methodenwissen auf konkrete Fragestellungen anzuwenden (3. und 4. Fachsemester). Dabei durchlaufen Sie unter Anleitung den gesamten Forschungsprozess von der theoretischen Konzeption über das methodische Studiendesign bis hin zur Datenerhebung, Datenauswertung und Ergebnispräsentation im Forschungsbericht.

Im 5. Fachsemester ist ein Mobilitätsfenster mit Wahlbereichs- und Schlüsselqualifikationsmodulen eingeplant. In den SQ-Modulen können alle SQ-Angebote der Universität Leipzig als Wahlpflichtoptionen belegt werden, einschließlich des SQ-Moduls der Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie, das bislang als Pflichtmodul vorgesehen war. Im SQ-Bereich ist zudem ein berufsfeldorientierendes Praktikum vorgesehen. Das Mobilitätsfenster im 5. Fachsemester bietet den Studierenden gleichzeitig die Möglichkeit, nach Abschluss der Forschungsmodule ihre Bachelorarbeitsthemen zu planen und mit den Be-

treuenden abzustimmen, so dass der Prozess der Themenfindung bereits vor Beginn des 6. Fachsemesters abgeschlossen werden kann und die Studierenden zum Semesterbeginn gut vorbereitet in den Bearbeitungszeitraum für die Bachelorarbeiten starten können.

Die geplante Änderung orientiert sich am Leitbild einer forschungsba- sierten Berufsfeldorientierung in der Lehre, wie sie im Lehrprofil des IfKMW verankert ist. Einen Einstieg in die Berufsfeldorientierung bieten die Grundlagenmodule (1.-3. Fach- semester). Das Grundlagenmodul I (Journalismus, Communication Ma- nagement, Mediensystem und Me- dienstrukturen) vermittelt Grund- kenntnisse zum Mediensystem und zu den klassischen Berufsfeldern Journalismus und Öffentlichkeitsar- beit. Das Grundlagenmodul II (Me- dienwissenschaft, Medienpädagog- ik, Buchwissenschaft) vermittelt zu- sätzliche Einblicke in attraktive Be- rufsfelder im Bereich der Kultur- und Bildungseinrichtungen und Verlage. Im Anschluss (4. Fachsemester) er- halten die Studierenden im Anwen- dungsmodul Gelegenheit, Anwen- dungs- und berufsfeldorientierte Pra- xisprojekte unter Anleitung durchzu- führen. Dabei wird die Fähigkeit zum Wissenstransfer zwischen Theorie und Praxis systematisch ge-

stärkt. Im Rahmen des Praktikums steht der eigenständige Wissens- transfer im Vordergrund. Durch die verbesserte thematische Integration der Grundlagenmodule und die op- timierte Abfolge von Grundlagen- und Anwendungsmodulen im Studi- enverlauf trägt die geplante Ände- rung dazu bei, Prozesse des Wis- senstransfers und der forschungsba- sierten Berufsfeldorientierung bei den Studierenden systematisch zu unterstützen.

Durch die geplante Änderung soll nicht zuletzt die Qualifikation der Studierenden für die Masterstudien- gänge am IfKMW verbessert wer- den. Durch die Integration von For- schungs- und Berufsfeldorientierung im BA Kommunikations- und Medi- enwissenschaft qualifiziert der Ba- chelorstudiengang sowohl für die stärker forschungsorientierten Mas- terstudiengänge Kommunikations- und Medienwissenschaft und MA Global Mass Communication als auch für die stärker berufsfeldorien- tierten Masterstudiengänge MA Communication Management und M.Sc. Journalismus. Durch die Wahlpflichtoptionen im Bereich der Grundlagenmodule sowie der For- schungs- und Anwendungsmodule erhalten die Studierenden bereits im Bachelorstudiengang die Möglich- keit, eine erste Schwerpunktsetzung

Reformkonzept BA KMW (Stand 22.08.)

1. FS WiSe	Einführungsmodul I VL Einführung in die KMW I (2) Propädeutikum (1) PL: Klausur	Grundlagenmodul Ia (WP*) Journalistik/KM/Medienystem Vorlesung (2) Vorlesung/Übung (2) Seminar (2) PL: Portfolio	Methodenmodul I VL Methoden (2) VL Statistik (1) S Statistik (2) PL: Klausur
2. FS SoSe	Einführungsmodul II VL Einführung KMW II (2) S Theorien der KMW (2) PL: Klausur + Hausarbeit	Grundlagenmodul II (WP**) MeWi/BuWi/Medienpädagogik Vorlesung I (2) Vorlesung II (2) Seminar (2) PL: Portfolio	Methodenmodul II S Datenerhebung quantitativ (2) S Datenerhebung qualitativ (2) PL: Portfolio
3. FS WiSe	Wahlbereich (optionale Kernfachaufstockung durch Grundlagenmodul I)	Grundlagenmodul Ib (WP*) Journalistik/KM/Medienystem Vorlesung (2) Vorlesung/Übung (2) Seminar (2) PL: Portfolio	Forschungsmodul I (WP***) Projektseminar (2) Seminar (1) PL: Projektbericht
4. FS SoSe	Wahlbereich (optionale Kernfachaufstockung durch Anwendungsmodul)	Anwendungsmodul (WP***) Projektseminar (1) Seminar (1) PL: Projektarbeit	Forschungsmodul II (WP***) Projektseminar (2) Seminar (1) PL: Projektbericht
5. FS WiSe	Wahlbereich	SQ-Praktikum	SQ-Modul Uni
6. FS SoSe	Bachelorarbeit 10 ECTS (doppelt gewichtet)	Kolloquium (1x24) 10 ECTS (unbenotet)	SQ-Modul Uni

* **Grundlagenmodule I a/b: Journalistik / Communication Management / Medienystem und Medienwandel:**

Wahlpflicht 2 aus 3 (im 1. und 3. Fachsemester)

- **Journalistik** (VL Journalistik, VL Medienrecht, S Journalistisches Arbeiten)
- **Kommunikationsmanagement** (VL Kommunikationsmanagement, Ü Strategische Kommunikation)
- **Medienystem und Medienwandel** (VL Medienystem und Medienwandel, S Medienystem)

** **Grundlagenmodul II: Medienwissenschaft / Buchwissenschaft / Medienpädagogik:**

Wahlpflicht 1 aus 3 (im 2. Fachsemester)

- **Medienwissenschaft** (VL Medien- und Buchwissenschaft, VL MedPäd, S Medienwissenschaft)
- **Buchwissenschaft** (VL Medien- und Buchwissenschaft, VL MedPäd, S Buchwissenschaft)
- **Medienpädagogik** (VL 1 Medienpädagogik, VL MeWi/BuWi, S Medienpädagogik)

*** **Anwendungsmodul, Forschungsmodul I und II:**

Wahlpflicht 1 aus 7 (FM I) bzw. 1 aus 8 (AM und FM II) (im 3. bzw. 4. Fachsemester)

- **Medienrezeption und Medienwirkung**
- **Kommunikationsmanagement**
- **Journalistik**
- **Medienwandel und Gesellschaft**
- **Medienwissenschaft**
- **Buchwissenschaft**
- **Medienpädagogik**
- **Entrepreneurship und Startup-Kommunikation** (wir nur im AM und FM II angeboten, nicht im FM I)

vorzunehmen und ihre Qualifikation für den persönlich angestrebten Masterstudiengang zu optimieren. Neu ist insbesondere die Qualifikationsmöglichkeit für den M.Sc. Journalismus, die nach der geplanten Änderung durch das Wahlfach Crossmedia-Journalismus sowie alternativ durch den Besuch von Grundlagen-, Forschungs- und Anwendungsmodulen und ein Praktikum im Bereich Journalismus gewährleistet wird.

Die Ausarbeitung der Änderungsvorschläge erfolgte durch eine vom

Institutsrat eingesetzte Kommission, die aus Prof. Dr. Anne Bartsch (Vorsitz), Prof. Dr. Christian Hoffmann, Prof. Dr. Patrick Donges, Prof. Dr. Ansgar Zerfaß, Prof. Dr. Sonja Ganguin, Prof. Dr. Siegfried Lokatis, Prof. Dr. Macel Machill, Jun.-Prof. Sven Stollfuß, Dr. Victoria Reinhardt, Dr. Felix Frey, Dr. Dirk Arnold, Dr. Freya Sukalla, Dr. Nils Borchers, Dr. Johannes Gerstner, Charlotte Knorr, Thomas Rakebrand, Nadia Enke sowie Adrian Breda und Lilly Schubert als Vertreter_innen der Fachschaft bestand.

Tutorium B.A. KMW | Modul 1001

Das B.A.-Modul 1001 dient einer breit angelegten Grundlagenbildung der Studierenden im ersten Semester, welches fünf Vorlesungen und ein Orientierungsseminar beinhaltet. Dies wird zum Semesterende mit einer Modulklausur abgeschlossen. Die Vorlesungen umfassen die Bereiche

- Empirische Forschung
- Theorien der Kommunikationswissenschaft
- Theorien der Medienwissenschaft / Buchwissenschaft
- Journalistik
- Kommunikationsmanagement

Die Durchführung von modulbegleitenden Tutorien ist dabei ein bereits mehrjährig durchgeführtes Angebot am Institut und somit ein fester, ergänzender und fakultativer Bestandteil des Studieneinstiegs für die große Mehrheit der Studierenden.

Das Konzept des Tutoriums sieht vor, sowohl Präsenzelemente in Seminarstruktur als auch Online-Elemente der Lehre und der Lernprozesse zu arrangieren und diese zu verzahnen (Blended Learning).

Den organisatorischen Rahmen und die didaktische Ausbildung sowie Betreuung der TutorInnen übernahm wie auch in den Vorjahren die Mo-

dulverantwortliche, Prof. Ganguin, gemeinsam mit einer wissenschaftlichen Hilfskraft, Julian Kasten und in Kooperation mit der Tutoreninitiative der erziehungswissenschaftlichen Fakultät. Es handelt sich also um ein mehrstufiges Peer-to-peer-Konzept. Die TutorInnen werden an der Konzeption des Tutoriums von Anfang an beteiligt und tauschen sich das ganze Semester lang wiederholt über Methoden, Inhalte und Ziele aus, was einen hohen Qualitätsstandard gewährleistet.

Die diesjährigen Tutor*innen sind: Johanna Honsberg, Florian Finke und Namduy Nguyen.

Die Tutorien wenden verschiedene möglichst innovative Methoden an, die selbstgesteuertes Lernen ermöglichen und anregen sollen. Online-Medien können dabei als strukturierte Unterstützung sowie zur Vor- und Nachbereitung der Präsenzsitzungen dienen.

Dabei wird Wert darauf gelegt, dass das selbstgesteuerte Lernen der TeilnehmerInnen in Wechselseitigkeit zwischen Eigeninitiative, Gruppenarbeit und externer Strukturierung und Betreuung durch TutorInnen im Sinne einer akademisch adäquaten Lernkultur gefördert wird.

Zusätzlich ermöglichten die Tutorien-
engruppen mit einem Betreuungsschlüssel von jeweils unter 20 Erstsemesterstudierenden pro TutoriumsleiterIn eine gezielte Betreuung und Förderung sowie einen sozial gut funktionierenden Einstieg in das Studium.

Die Tutorien wurden in den letzten Jahren auf gleichbleibend hohem Niveau durchgeführt, dokumentiert und evaluiert und waren aus der Struktur des Einführungsmoduls 1001 sowohl für Lehrende als auch für die Studierenden kaum wegzudenken.

Wahlfach Crossmedia-Journalismus (B.A.)

Verantwortung: J.-Prof. Dr. Sven Stollfuß (J.-Professur für Digitale Medienkultur)
Koordination: Sven Knobloch, M.A.; Peter Komarowski, B.A. (wissenschaftliche Mitarbeiter)



(Bild: Peter Komarowski 2017)

Das IfKMW setzt sich für die Ausbildung von Journalistinnen und Journalisten seit jeher zum Ziel, den sich rasant ändernden Bedingungen der journalistischen Arbeit mit einem zukunftsfähigen, innovativen und attraktiven Studienangebot zu begegnen. Gerade angesichts der Transformationen des Journalismus unter Bedingungen einer digitalen und vernetzten mobilen Medienkultur hat das IfKMW den Anspruch, Studierenden ein universitäres Studium anzubieten, das den heutigen Herausforderungen in angemessener Art und Form Rechnung trägt.

Im Zusammenhang mit der Modernisierung der Ausbildung im Master-Studiengang Journalismus (M.Sc.) ist

zum WS 2018/19 auch des Bachelor-Wahlfach Crossmedia-Journalismus zugelassen worden, welches das alte Wahlfach Hörfunk ablöst. Die Reform des Wahlfachs wurde durch J.-Prof. Dr. Sven Stollfuß koordiniert und vorangetrieben. Das Wahlfach Crossmedia-Journalismus ist strukturell eng verknüpft mit dem Leipziger Lokal- und Ausbildungsradio *mephisto 97.6*. Die Schwerpunkte des Studiums bilden dabei die grundständigen journalistischen Arbeitsweisen und Darstellungsformen sowohl in der Radiopraxis wie auch in den erweiterten crossmedialen Arbeitsfeldern von Journalistinnen und Journalisten unter Berücksichtigung audiovisueller sowie digital-vernetzter und mobiler Medien.

So verbindet das Wahlfach die über Jahrzehnte gewachsene qualitativ hochwertige Ausbildung im Umfeld der professionellen redaktionellen Abläufe bei *mephisto 97.6* mit den veränderten Bedingungen der crossmedialen journalistischen Praxis. Das Wahlfach bietet den Studierenden aller geistes- und sozialwissenschaftlichen Bachelor-Studiengänge an der Universität Leipzig die Möglichkeit, im Rahmen der Kombi- nierbarkeit im frei gestaltbaren Wahlbereich journalistische Kompetenzen zu erwerben, die die Studierenden für einen berufspraktischen Einstieg (etwa in Online- und Radio-redaktionen, Nachrichtenagenturen oder Pressestellen), aber auch für einen weiterführenden Masterstudien- gang qualifizieren.

Die angebotenen Seminare vermitteln theoretische und methodische Ansätze der medien- und kommunikationswissenschaftlichen Forschung und verknüpfen diese mit journalistischer Praxis. Über die berufspraktische Arbeit hinaus geht es im Wahlfach um die Weiterentwicklung journalistischer Formate, Praktiken und Prozesse, d.h. cross- und multimediale Inhalte, Podcasts und Social Media-Formen. Studierende können außerdem Leitungsfunktionen für

mindestens ein Semester im Sender übernehmen, um redaktionelle Abläufe auf allen Ebenen erleben und selbst gestalten zu können. Über ressortbezogene Veranstaltungen ist auch eine fachjournalistische Spezialisierung (etwa im Bereich Kulturjournalismus) möglich. Die Ausbildung im „Wahlfach Crossmedia-Journalismus“ erfolgt durch eine kontinuierliche, individuelle Betreuung durch Dozentinnen und Dozenten aus Praxis und Wissenschaft sowie durch ständiges Feedback innerhalb der redaktionellen Arbeit bei *mephisto 97.6*.

Der Studienverlauf gliedert sich in drei Module: (1) Grundlagen des Crossmedia-Journalismus, (2) Arbeitsfelder des Crossmedia-Journalismus und (3) Formate des Crossmedia-Journalismus. Im dritten Modul bildet das CrossmediaLab den zentralen Ausbildungskern. Angeboten werden dort neue und innovative Veranstaltungen aus der journalistischen Praxis wie „Mobile Reporting“ oder „360-Grad-Journalismus“. Im WS 2018/19 konnte das IfKMW eine außerordentlich hohe Nachfrage nach den Veranstaltungen im Wahlfach Crossmedia-Journalismus verzeichnen.

Master Kommunikations- und Medienwissenschaft

Der Masterstudiengang Kommunikations- und Medienwissenschaft (MA KMW) startete im Oktober 2018 in einer reformierten Form. Die Reform folgt dem 2018 verabschiedeten Leitbild des Instituts, in der Lehre eine forschungsbasierte Berufsorientierung zu bieten. Das Ziel des MA KMW ist die Kompetenz, den Wandel von Kommunikation, Medien, Organisationen und Gesellschaft verstehen, erklären und gestalten zu können. Er qualifiziert damit für attraktive Berufswege in dynamischen Zukunftsbranchen, die Verwirklichung eigener Ideen in kreativen Start-Ups sowie selbstbestimmte Karrieren in Forschung und Lehre an Forschungsinstituten, Fachhochschulen und Universitäten. Die Studierenden erwerben Kenntnisse über Strukturen, Prozesse, Inhalte, Gestaltung, Wirkungen und die Geschichte von medialer, öffentlicher und interpersonaler Kommunikation und können Forschungsergebnisse in der Kommunikations- und Medienwissenschaft einschätzen, für die Lösung von praktischen Problemen nutzen und selbstständig Forschung durchführen.

Mit der Reform das Masters wurde zum einen die Anzahl der Schwerpunkte von fünf auf drei reduziert.

Die Schwerpunkte orientieren sich nicht mehr an der Organisation des Instituts, sondern wurden inhaltlich definiert als

1. Kommunikations- und Medienforschung
2. Medienkultur und Medienbildung
3. Historische Kommunikations-, Medien- und Buchwissenschaft

An jedem Schwerpunkt sind mindestens zwei Professuren beteiligt, und die meisten Module werden von Dozentinnen und Dozenten aus mehreren Schwerpunkten geleitet. Ferner gibt es eine Einführungsphase in den MA KMW, in der sich Studierende anderer Standorte in Leipzig orientieren können. Den Studierenden steht es zukünftig frei, ob sie sich auf einen Schwerpunkt konzentrieren (der dann auch im Abschlusszeugnis steht) oder Angebote mehrerer Schwerpunkte nutzen wollen. Sie müssen sich auch nicht mehr mit der Bewerbung auf einen Schwerpunkt festlegen, das Verfahren zur Eignungsfeststellung wurde entsprechend geändert.

Ferner werden im reformierten Master einzelne Module ohne Notenvergabe abgeschlossen. Die Prüfungsformen wurden durch Portfolio-

Prüfungen erweitert. Semesterübergreifende Forschungsmodule sind möglich, sie wurden jedoch so ausgestaltet, dass die Auslandsmobilität gesichert ist.

Für bereits eingeschriebene Masterstudierende ist sichergestellt, dass das Studium nach bisheriger Ordnung oder durch Wechsel in die neue Struktur abgeschlossen werden kann.

	Schwerpunkt Kommunikations- und Medienforschung	Schwerpunkt Medienkultur und Medienbildung	Schwerpunkt Historische Kommunikations-, Medien- und Buchwissenschaft
1 WS	Einführung in den Masterstudiengang Kommunikations- und Medienwissenschaft		
	Kommunikation, Medien, Gesellschaft		
	Methodenmodul I		
2 SoSe	Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft		
	Methodenmodul II	Lehrpraxisprojekt	Forschungsfelder, Methoden und Quellen der Kommunikationsgeschichte
	Forschungsmodul I: Datenerhebung in der Medieninhalts- und Wirkungsforschung	Forschungsmodul I: Medienkultur und Medienbildung	Forschungsmodul Historische Buchwissenschaft
3 WS	Forschungsmodul II: Datenauswertung in der Medieninhalts- und Wirkungsforschung	Forschungsmodul II: Medienkultur und Medienbildung	Forschungsmodul Kommunikationsgeschichte
	Strukturbezogene Kommunikations- und Medienforschung	Digitale Medien, Kultur und Bildung	Kultur- und geschichtswissenschaftliche Perspektiven auf die Mediengesellschaft
	Anwendungen und Praxisfelder der Kommunikations- und Medienwissenschaft		
	4 SoSe	Kolloquium	Masterarbeit

Master Communication Management

Aktuelles aus dem Studiengang

Die jüngste Ausgabe der größten deutschen Berufsfeldstudie im Bereich Kommunikationsmanagement / Public Relations hat die Spitzenposition des Master-Studiengangs Communication Management bestätigt. Im Ranking der Universitäten mit PR-Ausbildungsangeboten liegt die Universität Leipzig weiterhin – wie schon bei allen früheren Erhebungen seit Start des hiesigen Studiengangs – an erster Stelle. Die 1.553 in der Studie „Kommunikationsmanagement 2018“ befragten Branchenvertreter empfehlen folgende Universitäten: 1. Universität Leipzig; 2. Ludwig-Maximilians-Universität München; 3. Universität Hohenheim, Stuttgart; 4. Universität Münster; 5. Universität Mainz. Bei den Fachhochschulen liegt die private Quadriga Hochschule Berlin an erster Stelle, gefolgt von der Hochschule der Medien Stuttgart und der Hochschule Osnabrück. Insgesamt wurden 20 Hochschulen abgefragt. Die Bewertung des Lehrangebots durch die Studierenden ist durchgehend positiv. Die Vollevaluation aller Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2017/18 und Sommersemester 2018 resultierte in einem Mittelwert von 5,0 für die Zufrie-

denheit mit den Kursen und von 5,3 für die Kompetenz der Dozenten (auf einer Skala von 1-6).

In diesem Jahr haben sich 162 Studierende für einen Studienplatz ab Herbst 2018 beworben, davon fünf ausländische Bachelor-Absolventen. Die in einem mehrstufigen Auswahlverfahren zugelassene Masterclass 2018 setzt sich aus 22 Studentinnen und 4 Studenten zusammen, die ihren ersten kommunikationswissenschaftlichen Studienabschluss an 15 unterschiedlichen Hochschulen erworben haben und nun dem Ruf nach Leipzig gefolgt sind. Leider haben erneut einige Bewerberinnen einen Studienplatz angenommen und dann kurzfristig vor Semesterbeginn wieder abgesagt, so dass trotz des Nachfrageüberhangs letztlich nicht alle Plätze belegt werden konnten – die formaljuristischen Vorgaben und Abläufe im Nachrückverfahren setzen hier Schranken.

Lehrende im SS 2018 und WS 2018/19

Prof. Dr. Ansgar Zerfaß
Prof. Dr. Christian P. Hoffmann
Prof. Dr. Alexander Godulla
Prof. Dr. Günter Bentele (em.)
Prof. Dr. Bernd Schuppener
Prof. Dr. Werner Süß
Dr. Nils S. Borchers

Dr. Markus Wiesenberg
Dr. Freya Sukalla
Nadja Enke, M.A.
Sophia Charlotte Volk, M.A.

Lehrbeauftragte

Dr. Phoebe Kebbel, HeringSchuppe-
ner, Frankfurt am Main
Peter Königsfeld, Johanssen + Kret-
schmer Strategische Kommunikation,
Berlin
Dr. Jan Dietrich Müller, MAN Energy
Solutions SE, Augsburg
Gesine Schöps, Klartext Kommunika-
tion, Leipzig
Dietrich Schulze van Loon, Orca van
Loon, Hamburg

Forschungstransprojekte mit namhaften Partnern

Ein besonderes Merkmal des Studi-
engangs sind die Forschungsprojekte
im dritten Fachsemesters, bei denen
in Zusammenarbeit mit namhaften
Kooperationspartnern reale Aufga-

benstellungen aus der Praxis des
Kommunikationsmanagements bear-
beitet werden. Im vergangenen Win-
tersemester ging es u.a. um die digi-
tale Transformation der Investor Rela-
tions (Partner: DIRK), den Public Va-
lue des öffentlich-rechtlichen Rund-
funks (Partner: MDR) sowie die Ent-
wicklung und Umsetzung eines Au-
dit-Konzepts für Integrierte Kommu-
nikation (Partner: EnBW Energie Ba-
den-Württemberg). In einem Projekt
zum Kompetenzmanagement in glo-
balen Kommunikationsabteilungen
(Partner: Bayer AG) wurde von den
Studierenden u.a. eine weltweite
quantitative und qualitative Erhe-
bung in englischer Sprache bei über
600 Bayer-Kommunikatoren durch-
geführt. Die Ergebnisse stießen beim
Partner auf große Resonanz – um so
mehr, als der gemeinsame Abschluss
beim Bundesligaspiel RB Leipzig –
Bayer Leverkusen leider zugunsten
des Werksclubs aus dem Westen
ausging.



Projektabschluss in der Red Bull Arena:
Forschungstransferprojekt mit der Bayer
AG

Förderung interkultureller Kompetenz

Im Rahmen der Capstone Classes im März 2018 in Hong Kong (Dozenten: Christian Hoffmann, Werner Süss, Julia & John Agnone, Jessie Ko) und im September 2018 in Athens, Ohio (Dozenten: Christian Hoffmann, Werner Süss, Craig Davis, Chuck Borghese, Rose Luqiu) konnten jeweils acht Studierende des Masterstudiengangs interkulturelle Erfahrungen durch gemeinsame Projektarbeit mit Kommilitonen aus den USA und China sammeln. In gemischten Teams wurden Fallstudien zu Problemen der internationalen Kommunikation bearbeitet und darüber hinaus Lehrveranstaltungen an den Gastuniversitäten besucht. Vom

18. bis 22. Juni 2018 wurde erstmals eine solche Capstone Class in Leipzig durchgeführt. Für die Organisation zeichnete Sophia-Charlotte Volk verantwortlich. Zahlreiche Leipziger Studierende stellten Übernachtungsplätze für ausländische Kommilitonen zur Verfügung. Insgesamt 16 Studierende aus Athens, Hong Kong und Leipzig nahmen an dem von Werner Süss, Christian Hoffmann, Raymond Li und Chuck Borghese geleiteten Programm teil. Neben dem akademischen Programm standen Ausflüge zum MDR, in die Baumwollspinnerei, zur Sternburg-Brauerei und in das Stasi-Museum ‚Runde Ecke‘ auf dem Programm. Ermöglicht wurde dies durch eine großzügige Unterstützung der Günter-Thiele-Stiftung für Kommunikation und Management.

Intensive Arbeit und viel Spaß: Capstone Class 2018 in Hong Kong



REFRESH 2018 – Plattform für Wissenstransfer und Alumnitreffen

Die Tagung REFRESH lud Anfang Mai 2018 im Vortragssaal der Bibliotheca Albertina dazu ein, aktuelle praxisrelevante Studienergebnisse zur strategischen Kommunikation kennenzulernen und sich mit den Forschern des Lehrbereichs auszutauschen. Am Puls der Zeit bleiben, neue Impulse erhalten, Wissen auffrischen – das ist das Ziel dieses jährlichen Formats, das von den Professoren Ansgar Zerfaß, Christian P. Hoffmann und Cornelia Wolf organisiert und von den Studierenden des LPRS e.V. unterstützt wird. Inhaltlich ging es u.a. um Influencer-Kommunikation, Kommunikation in der digitalen Transformation, Finanzkommunikation und Akzeptanzkommunikation für neue Technologien. Knapp 90 Kommunikationsverantwortliche in Unternehmen, Nonprofit-Organisationen, Verbänden und anderen Organisationen sowie in Beratungen und Agenturen aus ganz Deutschlands hatten sich angemeldet, darunter überwiegend Absolvent/innen des Masterstudiengangs Communication Management, für die die Teilnahme kostenlos war. Die nächste Auflage der Veranstaltung wird am 3. Mai 2019 stattfinden.

Master-Studierende gewinnen DPRG-Junioraward 2018

Jana Brockhaus und Daniel Ziegele, Studierende im Master-Studiengang Communication Management, wurden Ende April bei der Gala zur Verleihung des Deutschen PR-Preis 2018 der Deutschen Public Relations Gesellschaft mit dem diesjährigen Junior-Award für Studierende ausgezeichnet. Der Preis ist mit 1.000 Euro dotiert und wird vom schwäbischen Technologieunternehmen Voith gestiftet. Alle Bewerber hatten die Aufgabe, ein Kommunikationskonzept für die Deutsche Fernsehlotterie zu entwickeln, die sich für ein junges Publikum öffnen will. Die besten Einreichungen wurden nominiert. Die ausgewählten Kandidaten konnten dann live vor der Jury präsentieren und mussten so auch persönlich überzeugen. In einer parallelen Kategorie gingen Young Professionals an den Start, die weniger als drei Jahre als Trainees oder Berufseinsteiger in der Kommunikationsbranche arbeiten. Sie mussten die gleiche Aufgabe bearbeiten. Siegerin wurde hier die Leipziger Master-Absolventin Melanie Raudszus gemeinsam mit ihrer Kollegin Marit Jensen von der Kommunikationsagentur JP KOM in Frankfurt.

Beste Masterarbeit in Europa: Thought Leadership

Die Leistungsfähigkeit der forschungsbasierten Ausbildung im Studiengang Communication Management wird immer wieder durch Auszeichnungen für Masterarbeiten unterstrichen. Bereits zum dritten Mal wurde eine Leipziger Absolventin mit dem EUPRERA Master Thesis Award for Excellence in der Kategorie „Theoretical Impact“ ausgezeichnet: Der Preis wird vom europäischen Verband der PR-Forscher jährlich an hervorragende Absolventen einschlägiger Studiengänge vergeben. Luisa Bißwanger, M.A., die inzwischen als Consultant bei Hering Schuppener in Frankfurt arbeitet, erhielt den Preis für ihre Masterarbeit „Value Creation through Thought Leadership. Theoretical fundamentals and empirical framework“ (Erstbetreuer: Ansgar Zerfaß). Die Juroren waren beeindruckt von den Ambitionen der Autorin, ein eigenes konzeptionelles Modell zu entwickeln, das auf einer engagierten und fundierten theoretischen Diskussion über das Verhältnis von Thought Leadership und Kommunikationswert basiert und die Perspektive des Kommunikationsmanagements mit einem spezifischen Fokus auf das Agenda Setting kombiniert.

Günter-Thiele-Preis 2018

Der Günter-Thiele-Preis 2018 für herausragende studentische Abschlussarbeiten an der Universität Leipzig ging an Karolin Köhler und Paulo Govinda Thelen. Paulo Thelen fokussierte in seiner Bachelorarbeit „Influencer Marketing: Das Persuasionswissen jugendlicher Konsument/innen“ (Erstbetreuer: Nils S. Borchers) ein relativ junges Feld der Kommunikationswissenschaft. Er analysierte hierbei das Influencer-Marketing aus Sicht der Rezipienten. Karolin Köhler widmete sich in ihrer Masterarbeit unter dem Titel „Kommunikation von Unternehmensstrategien. Eine internationale Benchmarkanalyse von börsennotierten Konzernen“ (Erstbetreuer: Ansgar Zerfaß) der Strategiekommunikation großer Konzerne und untersuchte inhaltsanalytisch die Websites von börsennotierten Unternehmen in Deutschland, den USA und Großbritannien. Sie entwickelte hierzu ein Kategoriensystem, das auch für vergleichbare Fragestellungen verwendet werden kann, und identifizierte Best-Practices für einzelne Dimensionen der Strategiekommunikation im Internet.

Die mit Geldpreisen dotierten Auszeichnungen wurden bei der Tagung REFRESH 2018 vom Juryvorsitzenden Professor Dr. Günter Bentele und Jurymitglied Dr. Christine Viertmann übergeben.



Günter-Thiele-Preis 2018: Dr. Christine Viertmann, Preisträgerin Karolin Köhler M.A., Prof. Dr. Günter Bentele

M.Sc. Journalismus/M.A. Journalistik

Mit dem Anspruch „Innovativ und digital“ ist der neue Studiengang Master of Science Journalismus am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft im Wintersemester 2018/19 erfolgreich gestartet. Aufgrund der hohen Qualität der Bewerberinnen und Bewerber waren sogar 24 statt der geplanten 20 Studienplätze vergeben worden, die fünffach überbucht waren.

Die Universität Leipzig hat mit dem neuen Masterstudiengang Journalismus auf die großen digitalen Herausforderungen für Medien und Gesellschaft reagiert. Mit einer zeitgemäßen journalistischen Ausbildung nimmt sie eine Vorreiterrolle ein. Studierende lernen, den digitalen Wandel des Journalismus zu begleiten, zu erforschen und innovativ mitzugestalten.

Dazu verknüpft der Master Journalismus wissenschaftliches Studium mit systematischer beruflicher Orientierung. In dem interdisziplinären Master werden eine vertiefende journalistische Ausbildung mit informatikwissenschaftlichen Kompetenzen und Kenntnissen angewandter Journalismusforschung systematisch zusammengeführt. Das Studium dauert drei Jahre – einschließlich eines einjährigen Volontariats. Zu dem Studiengang steuern auch das

Institut für Soziologie und die Fakultät für Mathematik und Informatik (Institut für Informatik) zielgerichtet Inhalte bei, die für eine zeitgemäße universitäre Journalistenausbildung erforderlich sind.

Verantwortet wird der Masterstudiengang Journalismus von Prof. Dr. Markus Beiler. Mit Studiengangsstart wurde die durch das Rektorat der Universität neu geschaffene „Karl-Bücher-Gastprofessur für die Zukunft des Journalismus“ erstmals besetzt. Im akademischen Jahr 2018/19 lehren Julia Bönisch (Mitglied der Chefredaktion Süddeutsche Zeitung, München) und Constantin Bläß (Chefredakteur, Express, Köln) als Gastprofessorin bzw. Gastprofessor in dem Studiengang. Die ausgeschriebene Juniorprofessur Datenjournalismus, die den Studiengang weiter personell und inhaltlich stärken soll, befindet sich derzeit im Besetzungsverfahren.

Der neue Studiengang Master of Science Journalismus folgte nach einem einjährigen Immatrikulationsstopp und umfassenden Reformarbeiten unter Leitung des Studiendekans der Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie, Prof. Dr. Thomas Kater, dem Studiengang Master of Art Journalistik, den das Institut nach der Bologna - Reform

eingeführt hatte und in den von 2007/08 bis 2016/17 zehn Jahrgänge bzw. 285 Studierende immatrikuliert worden sind. Gleichzeitig mit dem reformierten journalistischen Masterstudiengang ist am Institut das neue Wahlfach „Crossmedia-Journalismus“ gestartet, das von Studierenden aller geistes- und sozialwissenschaftlichen Bachelorstudiengänge der Universität belegt werden kann und mit seiner grundständigen journalistischen Ausbildung ein Zugangsweg zum Master Journalismus darstellt.

Forschungsbasierte Berufsorientierung

Der M.Sc. Journalismus bereitet auf journalistische und publizistische Tätigkeitsfelder in Medienredaktionen und -unternehmen unter den Bedingungen sich fortwährend dynamisch wandelnder digitaler und gesellschaftlicher Kommunikationsprozesse vor. Mit seinem Konzept stößt der Studiengang zielgenau in eine Lücke der akademischen Qualifizierung für das Berufsfeld Journalismus.

Der Masterstudiengang vermittelt auf der Basis von Kenntnissen des journalistischen Handwerks angewandtes projektorientiertes, kreatives journalistisches Arbeiten, die empirische Erforschung journalisti-

scher Phänomene sowie Fertigkeiten zur Begegnung technologischer Entwicklungen, die den Journalismuswandel fortwährend vorantreiben. Hier liegt der Fokus auf Aspekten der digitalen Kommunikation, u. a. die Befähigung zum Umgang mit Daten und Algorithmen.

Insbesondere sollen die Studierenden befähigt werden, als Redakteure und in leitender Funktion in Medienunternehmen und -redaktionen auf Basis wissenschaftlicher Methoden und Erkenntnisse projekt- und teamorientiert den digitalen Wandel von Journalismus zu gestalten. Dazu sind sie in der Lage, kreativ innovative Lösungen für permanent neu entstehende Herausforderungen zu erarbeiten.

Inhalte und Aufbau des Studiums

Der dreijährige Masterstudiengang Journalismus besteht aus drei inhaltlich zielführend miteinander verzahnten Säulen:

- Die erste Säule vertieft theoretische und praktische Kenntnisse journalistischer Arbeitsweisen. Hier werden auch Kompetenzen zur Organisation und Entwicklung des digitalen Journalismus sowie zu rechtlichen und ethischen Normen vermittelt.

- In der zweiten Säule erlangen die Studierenden grundlegende informatikwissenschaftliche Kenntnisse, ohne die zeitgemäßer Journalismus heute nicht mehr möglich ist.
- Die dritte Säule vermittelt Kompetenzen der angewandten Sozial- und Journalismusforschung. Studierende erlernen hier, wie aktuelle Phänomene des Journalismus nach wissenschaftlichen Methoden empirisch untersucht werden.

Phase	FS SWS	Säule 1 Grundlagen und Anwendungsfelder des Journalismus	Säule 2 Informatikwissenschaftliche Grundlagen des digitalen Journalismus	Säule 3 Angewandte empirische Sozial- und Journalismusforschung
Grundlagenphase	1. FS 21 SWS	06-005-0001 Grundlagen des digitalen Journalismus (5 LP, 4 SWS) V „Einführung in digitalen Journalismus“ (2 SWS) S „Wandel der öffentlichen Kommunikation“ (2 SWS)	10-201-2001-1 Algorithmen und Datenstrukturen 1 (5 LP, 3 SWS) V „Algorithmen und Datenstrukturen I“ (2 SWS) Ü „Algorithmen und Datenstrukturen I“ (2 SWS)	06-005-0003 Grundlagen der Sozialforschung (5 LP, 4 SWS) V „Methoden der empirischen Sozialforschung“ (2 SWS) S „Theoretische Grundlagen der Sozialforschung“
	2. FS 19 SWS	06-005-0002 Arbeitsweisen des Journalismus (5 LP, 4 SWS) S „Recherchieren“ (2 SWS) Ü „Darstellungsformen“ (2 SWS)	10-201-2005-1 Modellierung und Programmierung 1 (5 LP, 3 SWS) V „Modellierung und Programmierung I“ (2 SWS) Ü „Modellierung und Programmierung I“ (2 SWS)	06-005-0004 Analyseverfahren 1 (5 LP, 3 SWS) V „Einführung in die Statistik 1“ (1 SWS) Ü „Einführung in die Statistik 1“ (1 SWS)
Projektphase	3. FS 19 SWS	06-005-0005 Organisation und Entwicklung im digitalen Journalismus (10 LP, 6 SWS) V „Medienökonomie/-management“ (2 SWS) S „Redaktions-/Projektmanagement (2 SWS) S „Formatentwicklung“ (2 SWS)	06-005-0006 Narrativität im Journalismus (5 LP, 3 SWS) S „Storytelling“ (2 SWS) Ü „Visuelles Storytelling“ (1 SWS)	06-005-0007 Erhebungsverfahren (5 LP, 4 SWS) S „Empirische Erhebungsmethoden 1“ (2 SWS) S „Empirische Erhebungsmethoden 2“ (2 SWS)
	4. FS 8 SWS	06-005-0009 Innovationsprojekt (10 LP, 6 SWS) PS „Journalismus im Digitalen“ (6 SWS)	10-201-2211 Datenbanksysteme I (5 LP, 3 SWS) V „Datenbanksysteme I“ (2 SWS) Ü „Datenbanksysteme I“ (2 SWS)	06-005-0008 Analyseverfahren 2 (5 LP, 3 SWS) V „Einführung in die Statistik 2“ (1 SWS) Ü „Einführung in die Statistik 2“ (1 SWS)
Praxisphase	5. FS	06-005-0010 Forschungsprojekt 1 (5 LP, 4 SWS) PS „Forschungsprojekt 1“ (4 SWS)		
	6. FS	06-005-0011 Normen des Journalismus (5 LP, 4 SWS) V „Medienrecht“ S „Journalistische Ethik“		
Praxisphase	5. FS	MA Masterarbeit (20 LP) 23 Wochen Bearbeitungszeit		
	6. FS	06-005-0012 Forschungsprojekt 2 (5 LP, 4 SWS) PS „Forschungsprojekt 2“ (4 SWS)		
Praxisphase	5. FS	06-005-0013/Volo Volontariatspraktikum (60 LP, 9-12 Monate) Vorbereitungs- und Begleit-/Betreuungsseminar (WS und SoSe mit je 1 SWS)		
	6. FS			

Die drei Säulen kulminieren im zentralen Modul „Innovationsprojekt“. Hier wenden die Studierenden die erworbenen Kompetenzen projektorientiert und im Team ganzheitlich an. Im Mittelpunkt der Innovationsprojekte steht die kreative und innovative (Weiter-)Entwicklung eines journalistischen Angebots, Produkts oder Formats vor dem Hintergrund des dynamischen medialen und gesellschaftlichen Wandels, für den der Journalismus immer wieder neue Lösungen anbieten muss. Projekte visieren insbesondere die Bereiche Crossmedia-, Online-, Social Media- oder Mobil-Journalismus an sowie den Umgang mit und den Einbezug von Daten und Algorithmen, z. B. auch Datenjournalismus.

Das Studium gliedert sich in drei Abschnitte: eine Grundlagenphase im ersten Jahr, eine Projektphase im zweiten Jahr (einschließlich der studienbegleitenden Masterarbeit) und eine Praxisphase mit journalistischem Volontariat im dritten Jahr, für das das Institut mit rund 40 Medienhäusern bzw. Redaktionen in ganz Deutschland kooperiert.

Zugangsvoraussetzungen und Auswahlverfahren

Der Masterstudiengang Journalismus ist offen für Absolventinnen und Absolventen sämtlicher Studiengänge ohne jegliche fachliche Einschränkungen. Eine Bewerbung ist auch möglich, wenn zuvor ein journalistischer oder kommunikations- und medienwissenschaftlicher Studiengang abgeschlossen wurde.

Fachliche Bewerbungsvoraussetzung sind grundlegende journalistische Vorerfahrungen, die es erlauben, weitgehend selbstständig journalistisch zu arbeiten. Dazu müssen Kenntnisse der journalistischen Informationsbeschaffung und -verarbeitung sowie der journalistischen Darstellungsformen vorhanden sein. Die journalistischen Vorkenntnisse können über Praktika in Medienredaktionen im Umfang von sechs Monaten oder in einem Bachelorstudium im Umfang von 30 Leistungspunkten sowie beliebigen Kombinationen erworben sein.

Die 20 Studienplätze pro Jahr werden in einem Auswahlverfahren vergeben. Bewerbungen sind jeweils vom 2. bis 31. Mai für das kommende Wintersemester möglich. Die Auswahlgespräche finden in der Regel Ende Juni statt.

Double Degree Programm M.A. Global Mass Communication/ M.Sc. Journalismus

Aktuelles

Das Double Degree Masterprogramm M.A. Global Mass Communication/M.Sc. Journalismus startete im Wintersemester 2018/2019 in sein viertes Jahr. Der Studiengang ist geprägt von einer engen Zusammenarbeit mit dem Projektpartner Ohio University in Athens, Ohio (USA). Maßgeblich sind dabei jährliche Auslandsaufenthalte der Studierenden an beiden Universitäten. Dadurch werden neben theorie- und berufsbezogenem Wissen auch interkulturelle Kompetenzen aufgebaut. Auf dieser Grundlage konnten im Sommer 2018 die ersten Masterarbeiten erfolgreich verteidigt werden. Die Absolventinnen und Absolventen erhielten sowohl einen Master of Arts der Universität Leipzig als auch einen Master of Science der Ohio University.

Zwei der Absolventinnen des Programms verfolgen ihre wissenschaftliche Laufbahn weiter und sind derzeit als Promovendinnen an der Universität Leipzig tätig: Rosanna Planer aus Deutschland forscht in ihrem Dissertationsprojekt zu digitalem Storytelling im Online-Journalismus. Katlin Hiller aus den USA

erarbeitet derzeit das Exposé ihres Promotionsprojekts. Dabei kooperiert das Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft mit dem Institut für Amerikanistik.

Profil

Der integrierte Double-Degree-Studiengang „Global Mass Communication“ ist ein von der Universität Leipzig sowie der Ohio University in Athens, Ohio gemeinsam konzipierter und getragener forschungsorientierter konsekutiver Studiengang mit obligatorischem Auslandssemester an der renommierten E.W. Scripps School of Journalism der Ohio University (OU) bzw. am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft (IfKMW) der Universität Leipzig (UL). Der Studiengang richtet sich an in besonderem Maß qualifizierte Absolventinnen und Absolventen kommunikations- und medienwissenschaftlicher Erststudiengänge und bietet die Möglichkeit der Vertiefung im Bereich der Theorien, Methoden und Forschungsfelder des Faches unter dem spezifischen Fokus der Medienstrukturen sowie der Medienkultur des Partnerlandes. Durch das integrierte Curriculum und den Doppel-

abschluss erwerben deutsche Studierende interkulturelle und fachsprachliche Kompetenzen sowie die entsprechende zertifizierte Qualifikation, die sie auf Leitungsaufgaben in global agierenden Medienunternehmen sowie auf international forschende und publizierende Tätigkeiten in der Kommunikations- und Medienforschung vorbereiten. Das integrierte Auslandssemester bietet Einblicke in die unterschiedlichen Mediensysteme und wird mit dem fachspezifischen Studium verknüpft. Thematisch abgestimmte Lehrveranstaltungen, Kurse zur Förderung interkultureller Kompetenzen und Sprachvorbereitungskurse bieten eine optimale Vorbereitung des Auslandsstudiums.

Besonderheiten

Jeweils zum Wintersemester werden fünf ausgewählte Studierende in Leipzig immatrikuliert, die dank der DAAD-Förderung des Programms ein Stipendium für die Lebenshaltungskosten während ihres Auslandssemesters in Athens, Ohio Semester erhalten. Außerdem entfallen für sie die Studiengebühren an der OU gemäß dem von beiden Instituten unterzeichneten Kooperationsvertrag. Ebenfalls zum Wintersemester besuchen außerdem fünf Studierende der Ohio University Kurse und Seminare an der Universität Leipzig.

Somit findet der Austausch kohortenübergreifend im dritten Semester statt und ermöglicht phasenweise ein gemeinsames Studium. Ein solches Studiengangmodell ist im kommunikations- und medienwissenschaftlichen Bereich in Deutschland einmalig.

Studienverlauf

Die Struktur des Curriculums des Doppelabschlussstudienganges ist darauf ausgelegt, dass sich die Studierenden aus verschiedenen Blickwinkeln mit interkultureller öffentlicher Kommunikation auseinandersetzen: von spezifischen (Online-) Forschungsmethoden über die Besonderheiten spezifischer Mediensysteme bis hin zu praktischen Forschungsprojekten.

Im ersten Semester belegen die Studierenden Module zu Theorien und Methoden der KMW, die ihnen kommunikationstheoretische und -soziologische (Forschungs-)Kompetenzen sowie spezielle Methodenkompetenzen vermitteln. Außerdem werden in englischsprachigen Projektseminaren aktuelle Forschungsprojekte des Instituts bearbeitet; hier stoßen die amerikanischen Studierenden (drittes Fachsemester) zu ihren deutschen Tandempartnern (erstes Fachsemester) hinzu. Im zweiten Semester werden innerhalb von Pro-

jektseminaren die notwendigen Kompetenzen in quantitativen und qualitativen Methoden sowie der statistischen Datenauswertung vermittelt. Weiterhin lernen die Studierenden medienökonomische Aspekte von Spiel- und Dokumentarfilmen sowie die nationale und internationale Distribution von Medien kennen. Ein Modul des American Studies Institute bereitet darüber hinaus auf den Auslandsaufenthalt im dritten Semester vor, in dem die Studierenden an der OU gemeinsam mit ihren Tandempartnern aus dem dortigen ersten Fachsemester Module zu Medientheorien und Medienrecht sowie erweiterten Methoden belegen. Weiterhin belegen sie das Seminar „Thesis Proposal“, in dem Themenfindung und Methode der Masterarbeit individuell begleitet werden. Gleichzeitig absolvieren die Studierenden ein Forschungspraktikum im Rahmen der laufenden Forschungsprojekte der OU. Das vierte Semester ist der Masterarbeit vorbehalten, die in Kooperation mit den Partnern betreut wird. Entsprechend der individuellen Studienplanung kann dafür auch das Auslandsstudium verlängert werden.

Studiengangsleitung

Der Studiengang wird von Prof. Dr. Alexander Godulla geleitet. Studiengangskoordinatorin ist M.A./M.Sc. Rosanna Planer, die das Programm selbst erfolgreich absolviert. Außerdem ist M.A./M.Sc. Katlin Maya Hiller als Wissenschaftliche Hilfskraft im Rahmen des Doppelabschlussprogramms tätig.

Zugangsvoraussetzungen

Fachspezifische Zugangsvoraussetzungen in Leipzig sind der Abschluss des Bachelorstudiengangs KMW der UL oder eines vergleichbaren fachlich einschlägigen Studiengangs der Kommunikationswissenschaft, Medienwissenschaft oder Publizistik mit wenigstens 180 Leistungspunkten, der Nachweis über Kenntnisse in Englisch mit einem gültigen TOEFL-Test in Höhe von mindestens 100 (iBT) Punkten sowie das Verfassen eines wissenschaftlichen Exposés zu einem selbstgewählten, relevanten Forschungsthema im deutsch-amerikanischen/internationalen Kontext. Zusätzlich zu den allgemeinen und fachspezifischen Zulassungsvoraussetzungen findet eine Auswahlprüfung statt.

Leipzig School of Media

M.A. New Media Journalism

Zum Wintersemester 2018/19 startete der zehnte Jahrgang des viersemestrigen weiterbildenden Masterstudiengangs „New Media Journalism“ mit zehn Studierenden. Inhaltliche Schwerpunkte des Studiums sind zeitgemäße digitale Techniken des Recherchierens, multimediales und konvergentes Produzieren, Medienwirtschaft und Medienmanagement sowie Medienrecht und Medienethik.

Der berufsbegleitende und gebührenpflichtige Studiengang wird in Kooperation zwischen dem Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig und der Leipzig School of Media angeboten. Dabei ist die Universität Leipzig für die Regelung der Lehrinhalte über die Prüfungs- und Studi-

enordnungen zuständig und die Leipzig School of Media für die Durchführung des Lehrbetriebs. Studiengangsverantwortlicher und Prüfungsausschussvorsitzender ist Prof. Dr. Markus Beiler.

Der Studiengang New Media Journalism ist europäisch vernetzt: Studienorte sind neben Leipzig auch Hamburg, Salzburg in Österreich und Luzern in der Schweiz. Kooperationspartner sind die Akademie für Publizistik (Hamburg), das Kuratorium für Journalistenausbildung/die Österreichische Medienakademie (Salzburg und Wien) sowie das MAZ – Die Schweizer Journalistenschule (Luzern).

<http://www.leipzigschoolofmedia.de/masterstudiengaenge/new-media-journalism>

M.A. Corporate Media

Wissenschaftlich und berufsbegleitende Weiterbildungsangebote sind nach Sächsischem Hochschulfreiheitsgesetz eine Pflichtaufgabe für die sächsischen Hochschulen. Der berufsbegleitende Masterstudiengang Corporate Media ist ein dreisemestriger, berufsbegleitender Masterstudiengang, der seit 2009

in Kooperation zwischen dem Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaften der Universität Leipzig und der Leipzig School of Media angeboten wird. Er richtet sich an alle Interessenten mit einem berufsqualifizierenden Erststudiums-Abschluss mit Praxiserfahrung von mindestens einem Jahr, speziell an

Berufstätige, die in Kommunikations, PR- und Marketingabteilungen von Unternehmen, Verbänden, Parteien und Verwaltungen, in Agenturen und Medienhäusern die Kommunikation gestalten und hierbei Verantwortung z.B. für die Handlungsfelder Corporate Publishing, Content-Marketing und Öffentlichkeitsarbeit tragen.

Die Kooperation zwischen der Universität und der Leipzig School of Media und mehreren Weiterbildungsstudiengängen wurde von Seiten der Universität Leipzig zum Jahr 2019 gekündigt. Vereinbart wurde, dass im Studiengang Corporate Media der letzte Studiengang noch im Jahr 2018 immatrikuliert werden konnte. Die Kooperationspartner werden ab 2019 wechseln, die Studiengangsleitung wird Prof. (em.) Dr. Günter Bentele 2019/2010 niederlegen, der designierte neue Studiengangsleiter ist Prof. Dr. Gunter Janssen, Fakultät Medien der HTWK. Insgesamt sind seit 2009 im Studiengang 87 Studierende immatrikuliert worden. Die Zahl der aktuellen Bestandsstudierenden beläuft sich auf 37. Im Oktober 2018 immatrikulierte die Leipzig School of Media 10 Studierende im Studiengang Corporate Media, was das – trotz Jahresschwankungen - anhaltend große Interesse an diesem Studiengang und seinen Inhalten zeigt. Zu den Dozierenden gehören re-

nommierte WissenschaftlerInnen (u.a. Universität Leipzig, HTWK Leipzig, HHL, HS Hannover, TU Dresden), aber auch erfahrene PraktikerInnen z.B. von Siemens, Audi, Porsche oder von erfolgreiche Kommunikationsagenturen), die in ihrem jeweiligen Wissensgebiet der Corporate Media zu den führenden ExpertInnen gehören und die Themen ihrer Lehre zeitgemäß gestalten.

Im Jahr 2018 wurden elf Masterarbeiten eingereicht. Die Themen waren „Vergleichendes Content Marketing. Analyse einsetzbarer Strategien am Beispiel deutscher sowie italienischer crossmedialer Projekte in der Bekleidungsbranche: Otto, Eterna, Tory Burch, Timberland und Bulgari“, „Female Recruiting 2.0 - Arbeitgeberkommunikation zur Gewinnung weiblicher Young Professionals“, „Anforderungen und Erwartungen des Endverbrauchers an das Newsletter Marketing am Beispiel der Aquaristik-Branche“, „Social Media in der Öffentlichkeitsarbeit von Krankenhäusern. Theoretische Analyse und empirische Befragung von Kliniksprechern“, „PR-Arbeit in der gesetzlichen Krankenversicherung und ihr Einfluss auf den Journalismus. Das Intereffikationsmodell am Beispiel der AOK-Gemeinschaft nach der Bundestagswahl 2017“, „Öffentliches Vertrauen in den Volkswagen-Konzern. Eine

inhaltsanalytische Betrachtung der VW-Kommunikation und der Medienberichterstattung während des Dieselskandals“, „Organisationskommunikation und Image. Eine empirische Fallstudie am Beispiel des Fraunhofer Zentrums für Internationales Management und Wissensökonomie IMW“, „Megatrend Individualisierung: Relevanz und Auswirkungen in der Kundenkommunikation“, „Instagram Stories als Cor-

porate Media Instrument“, „Evaluierung der "Kroschke-News" als Corporate Media Instrument in der internen Kommunikation“ sowie „Öffentliche Kommunikation in der „Post-Truth Era“ – Ein (re-)konstruktivistisches Kommunikationsmodell“.

Weitere Informationen unter:

<https://www.leipzigschoolofmedia.de/masterstudiengaenge/corporate-media.html>

ZMK – Zentrum für Medien und Kommunikation

Das Zentrum für Medien und Kommunikation der Universität Leipzig ist eine zentrale, ausbildungs- und praxisorientierte medientechnische Serviceeinheit der Universität Leipzig. Inhaltlich ist das ZMK mit dem IfKMW verbunden. Das ZMK hat aktuell 12 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Direktorin des ZMK ist Prof. Dr. Sonja Ganguin, Geschäftsführer ist Volker Pankrath.

Aufgaben des ZMK

1. Als zentraler Dienstleister unterstützt das ZMK die Einrichtungen der Universität Leipzig bei der Konzeption, Anwendung und (Post-)Produktion audio-visueller und digitaler Medien. Insbesondere unterstützt das ZMK die Einrichtungen der Universität Leipzig hinsichtlich ihrer Aufgaben in Lehre und Forschung sowie bei der internen und externen Kommunikation.

2. Das ZMK gewährleistet den technischen Sendebetrieb des Lokalradios der Universität Leipzig, mephisto 97.6.

3. Ferner berät das ZMK die Einrichtungen der Universität Leipzig bei Fragen zur Beschaffung, Nutzung und Wartung mobiler und sta-

tionärer Medientechnik. Dies schließt auch die fachliche Beratung des Rektorats und die Abstimmung mit den universitären Einrichtungen bezüglich medientechnischer Aspekte bei Rekonstruktionsmaßnahmen und Neubauten der Universität Leipzig ein.

4. Das ZMK unterstützt den E-Learning-Service bei der Konzeption und Evaluation innovativer audiovisueller Lehr- und Lernformate.

In diesem Jahr konnten die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des ZMK alle Projekte erfolgreich durchführen. Durch Entwicklungen von neuen Technologien in der Videoübertragung wurde das Konzept zum Aufbau einer digitalen Medieninfrastruktur an der Universität Leipzig neu konzipiert und wird schrittweise in die Praxis überführt. Zunehmend wird das ZMK für Einrichtungen der UL bei der Einführung von digitaler Vorlesungsaufzeichnung beratend tätig.

Der kontinuierliche Sendebetrieb von mephisto 97.6 wurde sichergestellt. Gleichzeitig begann für alle eine revolutionäre Herausforderung. Zusätzlich zu den 4 Stunden Live-Programm wochentags über UKW,

startete mit dem 31.01.18 hybridartig auch das digital zu empfangende 24-Stunden Programm über einen lokalen DAB+-Multiplex-Sender für Leipzig. Diesem erfolgreichen Sendestart ging eine umfangreiche Phase mit Planung, technischen Umbauten, Investitionen und Schulungen voraus. Die Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM) fördert für dieses Projekt befristet den Sender bezüglich der erforderlichen Übertragungstechnik und der Sendeleitungs- und Sendebetriebskosten. Das Projekt UKW-Multiplex-Sendeleitung für RADIO mephisto 97.6, welches außer dem Audiosignal, zusätzlich die TA-Verkehrsfunksteuerung und dynamische RDS-Daten per Internet überträgt, wurde vom Leitungsanbieter Media Broadcast mehrfach nachgebessert und konnte auch Anfang 2018 erfolgreich abgeschlossen werden. Ein kontinuierlicher Punkt in jedem Kalender war die Leipziger Buchmesse, von der RADIO mephisto 97.6 erfolgreich immer live von der Neuen Messe sendete. Neu dabei - das erweiterte

Live-Programm über DAB+ mit zusätzlich 6 Std. wochentags und 8 Std. an den beiden Wochenenden.

Besondere Projekte 2018

Standort: mephisto 97.6 (Hörsaalgebäude)



- Start Projekt DAB+
- Leipziger Buchmesse
- Besuch von Technikern aus Lodz
- Start der Videoredaktion

Tontechnische Fremdleistungen für öffentlich-rechtliche Hörfunksender wie DLF, DLF Kultur, WDR, SWR, HR, BR, Radio Bremen, rbb kulturradio, aber auch ORF Wien

Standort Zentraler Studiobereich (Seminargebäude)



Aufzeichnung, Produktion und Livestreaming im Auftrag der verschiedensten Fakultäten, Instituten und Einrichtungen der Universität Leipzig. Schwerpunkte bildeten beispielsweise:

- Sportwissenschaftliche Fakultät
- Medizinische Fakultät
- Erziehungswissenschaftliche Fakultät
- Philologische Fakultät
- Wilhelm-Ostwald-Institut für Physikalische und Theoretische Chemie
- Institut für Philosophie
- Institut für Meteorologie
- Hochschuldidaktisches Zentrum Sachsen
- Stabsstelle Universitätskommunikation
- Universitätsbibliothek
- Gleichstellungsbüro
- Studium Universale
- LaborUniversität
- Academic Lab

Standort Ausbildungsbereich (Emil-Fuchs-Straße 1)



- zweiwöchige Aufzeichnung und Streaming der Sommeruni 2018 (Veranstaltungsreihe aus dem Bereich Digital Humanities)
- Anfertigung von Impressionsclips für Jugend forscht (Regional- und Landeswettbewerb)
- Aufzeichnung und Streaming der Zeugnisübergabe des Internationalen Trainerkurses „ITK“
- Aufzeichnung der Veranstaltungsreihe "Nitzsche now!" vom Studium universale
- Erneuerung der Studiotechnik Programmierarbeiten

mephisto 97.6 – Das Jahr der großen Veränderungen

Das Jahr 2018 war in vielerlei Hinsicht ein Jahr der Veränderungen für mephisto 97.6 - und eines der aufregendsten der 23-jährigen Sendergeschichte. Zum einen haben sich die aktuellen gesellschaftlichen Debatten um #metoo in der inhaltlichen und sprachlichen Ausrichtung widergespiegelt. Zum anderen hat sich mephisto 97.6 mit der Integration von Hochschul TV den aktuellen Trends wie Medienkonvergenz und Crossmedialität in der Medienausbildung angepasst.

Wie bei einer Nachricht: das Neueste zuerst. Seit Oktober 2018 ist die bisher eigenständige Redaktion von Hochschul TV Teil von mephisto 97.6. Die technische Infrastruktur wurde in die Studioräume im Hörsaalgebäude überführt. Die ehemaligen Hochschul-TV-RedakteurInnen Finn Sasse und Clara Otto sind nun die Ressortleitenden der neuen mephisto 97.6-Videoredaktion. Aufgabe der Videoredaktion wird sein, journalistische Nachrichtenfilme, Reportagen und Webclips für den mephisto 97.6-Youtube-Kanal zu produzieren. Begeleitet wurde die Startphase durch eine Workshop-

und Produktions-Woche Ende Oktober im Rahmen der DOK Leipzig. Durch diese neue Redaktion kann mephisto 97.6 nun endlich konsequent crossmedial ausbilden. Dies soll auch dem neu eingerichteten Wahlfach Crossmedia-Journalismus zu Gute kommen. Ein großer Dank gilt an dieser Stelle auch Charmaine Voigt, die Hochschul TV aufgebaut hat und den Übergangsprozess maßgeblich mit gesteuert hat.

Außerdem hat sich mephisto 97.6 im Jahr 2018 intensiv mit dem Thema gendergerechte Sprache beschäftigt. Seit Januar 2018 verwenden die RedakteurInnen von mephisto 97.6 in den Artikeln auf der Webseite das Gender-Sternchen und genderneutrale Begriffe. Zudem gab es im Mai 2018 eine Testphase, in der geschlechtsneutrale Sprache auch On Air eingesetzt wurde. Nach dieser Testphase wurde in einer redaktionsinternen Abstimmung beschlossen, dies nun dauerhaft zu tun. Inhaltlich begleitet wurde diese Entwicklung mit einer herausragenden Themenwoche zum Thema Diskriminierung im Juni 2018. Die Erfahrungen von mephisto 97.6 mit

dem Einsatz geschlechtsneutraler Sprache im Hörfunk stoßen auf großes Interesse. So haben sowohl der ARD-Hörfunk, als auch der Deutschlandfunk bereits Expertisen und Erfahrungsberichte angefordert. Die Programmdirektion ist sehr stolz, dass sich engagierte RedakteurInnen diesem wichtigen Zukunftsthema im Journalismus und auch in der Gesellschaft so konsequent gewidmet haben.

Das dritte Großprojekt markiert zugleich den wohl größten Umbruch, den das Lokalradio der Universität Leipzig je erlebt hat. Seit Januar 2018 sendet mephisto 97.6 zusätzlich zum täglich vierstündigen UKW-Angebot auch digital auf DAB+. Das Besondere: Unser Programm läuft dort rund um die Uhr. Statt wöchentlich 20 Stunden gilt es seitdem, 168 Stunden Sendezeit zu bespielen. Um das gewährleisten zu können, braucht es einerseits eine neue technische Infrastruktur, für die sich das ZMK erfolgreich eingesetzt hat. mephisto 97.6 ist nun technisch in der Lage, einen Großteil des Programms aus einer Rotations-Software zu senden. Die Musikrotation wird allerdings weiterhin per Hand gepflegt. Die Rotation von Beiträgen und Sendungen wird zum Teil tagesaktuell, zum Teil wochenaktuell von RedakteurInnen betreut. So ist

es der Redaktion gelungen, den Charakter von mephisto 97.6 als tagesaktuelles Lokalradio auch bei teilweise automatisiertem Programm zu erhalten. Zum anderen sieht das neue Programmkonzept auch Raum für Experimente und Live-Sondersendungen vor. Erprobt wurde dies bereits im Rahmen der Leipziger Buchmesse. Außerdem gingen verschiedene Podcast-Formate On Air. Damit ist mephisto 97.6 durch die neue Sendezeit bei den Ausbildungsmöglichkeiten noch näher an die realistischen Bedingungen einer großen Sendeanstalt herangerückt. Die Programmdirektion dankt allen Beteiligten an diesem Mammutprojekt von ganzem Herzen!

Zum Sender: mephisto 97.6 ist das Lokalradio der Universität Leipzig und das bundesweit erste Universitätsradio mit eigener Lizenz. Es sendet seit 1995 ein werktäglich vierstündiges Hörfunkprogramm mit einem Wortanteil von 40 Prozent im Ballungsraum Leipzig/Halle auf UKW 97.6 (technische Reichweite: über eine Million Personen), im Kabelnetz auf 93,6 MHz und per Livestream auf mephisto976.de. Voraussichtlich ab 2018 sendet mephisto 97.6 zudem im Digitalradio DAB+ und im Livestream rund um die Uhr. In klassischen Magazinsendungen bietet mephisto 97.6



eine aktuelle und kritische Berichterstattung aus der Leipziger Politik, Kultur, Wirtschaft, Wissenschaft, Gesellschaft und Sport. Darüber hinaus finden im Programm täglich lange Radioformen wie Themen-, Interview-, Hörspiel-, Feature- und Satiresendungen statt. Der Programmbetrieb ist teilweise in die JournalistInnenenausbildung des Instituts für

Kommunikations- und Medienwissenschaft an der Universität Leipzig integriert. Die Redaktion ist nach professionellen Kriterien strukturiert; die studentischen ReporterInnen, ModeratorInnen, NachrichtensprecherInnen, MusikredakteurInnen, RvDs/CvDs und ChefredakteurInnen arbeiten ehrenamtlich.

Hochschultv.de

Praktischer Teil von Hochschultv.de geht zu mephisto97.6

Im Zuge der crossmedialen Umstrukturierung des Radiosenders der Universität Leipzig mephisto 97.6 wird die Redaktionstätigkeit zum Wintersemesters 2018/19 durch eine Videoredaktion erweitert. Die ehrenamtlichen Studierenden des medi-

enpraktischen Projekts Hochschultv.de arbeiten gemeinsam mit dem Sender an einer aktiveren audiovisuellen Umsetzung des Tagesprogramms. Bisher war Hochschultv.de räumlich und strukturell am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig angegliedert. Das Netzwerk besteht weiterhin fort und wird zukünftig von der wissenschaftlichen Mitarbeiterin Charmaine Voigt koordiniert.

(v.l.n.r.) Lena-Sophie Költzsch, Alejandro Lopez Roldan, Sarah Berendt, Anna Luise Mosig, Laura Streuber, Antonia Zerres, Farid Alhomsy, Finn Sasse, Iuliia Botvinnik, Charlotte Siemoneit, Toni Voß, Anneke Elsner, Lydia Binkenstein, Rasmus Janke, Alexandra Boger



Bachelorstudierende produzieren letzte Folge „Hörsaal-Flimmern“

Im Sommersemester 2018 haben 15 Studierende im Rahmen eines Anwendungsseminars im Bachelorstudiengang KMW die elfte Folge „HörsaalFlimmern“ unter der Leitung von Charmaine Voigt konzipiert und produziert. Highlight der Sendung zum Thema „Sport im urbanen Raum“ war der Dreh mit einer Drohne. Die 15-minütige Sendung lief eine Woche lang im Satelliten-Programm des Kooperationsenders Leipzig Fernsehen und kann auf dem YouTube Channel/Hörsaal Flimmern abgerufen werden. Aufgrund von personellen Veränderungen am Lehrstuhl für Medienwissenschaft/Medienkultur musste die Pro-

duktion des Hochschulmagazins nach vier Jahren nun eingestellt werden.



Dreh einer Anmoderation auf der Leipziger Festwiese.

Karl-Bücher-Gesellschaft e.V.

Alumni, Freunde und Förderer des Instituts für Kommunikations- und Medienwissenschaft

Die Karl-Bücher-Gesellschaft e.V. hat sich zum Ziel gesetzt, Bildung und Forschung am renommierten Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft (IfKMW) der Universität Leipzig sowie den internationalen Studierendenaustausch zu unterstützen und zu fördern.

Als Vereinigung der aktuellen und ehemaligen Angehörigen sowie der Freunde und Alumni des Instituts möchte die Gesellschaft den Austausch pflegen, die Vernetzung fördern und die Sichtbarkeit des ältesten kommunikations- und medienwissenschaftlichen Instituts in

Deutschland und seiner aktuellen Aktivitäten erhöhen.

Ein jährlicher Höhepunkt der Vereinsarbeit ist die Absolventenfeier des Instituts, auf der Absolventinnen und Absolventen aller Studiengänge in einem würdevollen Rahmen das Studium beenden. Sie bietet die Gelegenheit, mit Dozierenden sowie mit Ehemaligen ins Gespräch zu kommen und damit das persönliche und berufliche Netzwerk zu pflegen und erweitern. Erstmals konnte die Karl-Bücher-Gesellschaft im abgelaufenen Jahr die Absolventenfeier des Instituts, abgehalten im Paulinum der Universität, unterstützen.



Durch Förderpreise und Stipendien sollen künftig die Leistungen hervorragender Studierender honoriert und sichtbar gemacht werden. Gezielt sollen Projekte unserer Studierenden unterstützt sowie der Austausch mit unserem Partnerinstitut, der E.W. Scripps School an der Ohio University in Athens, Ohio (USA), gefördert werden.

Als Förderverein lebt die Karl-Bücher-Gesellschaft von Ihren Ideen und Ihrer Unterstützung – sowohl materiell als auch ideell. Wir freuen uns daher über Ihre Mitgliedschaft! Weitere Informationen finden sich unter karl-buecher-gesellschaft.de.

Fachschaftsrat KMW

Das zurückliegende Jahr haben wir vom Fachschaftsrat KMW mit großer Motivation begonnen. Wir konnten uns nicht nur über zahlreiche neue und aktive Interessent*innen freuen, sondern haben uns selbst nach einer ausgiebigen Reflektionsrunde neue Ziele gesteckt, die es in die Tat umzusetzen galt.

Ein erster Schritt war die Wiederbelebung des KMW Talenteabends, der nicht nur von uns schmerzlich vermisst wurde. Die vielen Anfragen von allen möglichen Stellen unseres Institutes ließen uns auch quasi keine andere Wahl mehr. Dank angewachsener Wo*Manpower fand sich schnell ein Team innerhalb des FaRa, das die Organisation dieses Projektes übernahm. So konnte am 12. Juni der Talenteabend nach zweijähriger Abwesenheit endlich



wieder stattfinden - und das sehr erfolgreich. An dieser Stelle möchten wir uns noch einmal bei allen Teilnehmer*innen für ihre Beiträge bedanken und hoffen im nächsten Jahr erneut auf einen regen Zuspruch.

Für unser "Tagesgeschäft" bedeutete der Zuwachs an Aktiven eine große Erleichterung. Neue Motivation bei den gewählten Mitgliedern und frischer Wind von den Neulingen



schafften neue Kapazitäten für mehr Veranstaltungsangebote. Neben der bewährten Semesterabschlussparty im Februar konnten wir daher in den frühen Sommermonaten beinahe monatlich zum gemeinsamen Grillen einladen. In lockerer Atmosphäre boten wir eine schöne Plattform für den Austausch der Studierenden verschiedener Semester untereinander und mit uns, besonders umschwärmt waren aber teilweise anwesende Dozent*innen und Professor*innen, die sich bereitwillig von den Studierenden mit Fragen löchern ließen.

Nach der vorlesungsfreien Zeit galt es dann wieder die ankommenden Erstsemester zu begrüßen und bei der turbulenten Einstiegszeit in den

akademischen Alltag mit Rat und Tat zu unterstützen. Neben informativen Angeboten gehört zu einer richtigen Einführungswoche natürlich ebenfalls eine Party, die auch in diesem Jahr zahlreich besucht wurde. Den Abschluss unseres Einführungsprogramms bildete die Erstfahrt, die uns wieder - beinahe traditionsgemäß - ins Bungalowdorf geführt hat.

Vieles was wir uns vorgenommen haben konnten wir im vergangenen Jahr umsetzen und mit Beginn des neuen Semesters erneut viele Interessent*innen dazugewinnen, die sich an der Arbeit des Fachschaftsrates beteiligen möchten. Insgesamt können wir daher zufrieden auf das Jahr 2018 zurückblicken und 2019 positiv gestimmt beginnen.



Januar 2019



UNIVERSITÄT
LEIPZIG