



25 Jahre Kommunikations- wissenschaft

Festschrift

Impressum

Herausgeber: Kommunikationswissenschaft an der Otto-Friedrich-Universität Bamberg,
An der Universität 9, D-96045 Bamberg, Tel.: 0951/863-2158

V. i. S. d. P.: Prof. Dr. Rudolf Stöber, rudolf.stoeber@uni-bamberg.de

Chefredaktion: Dr. Kristina Wied, kristina.wied@uni-bamberg.de

Redaktion: Bianka Morgen, Pamela Reinhold, Tobias Wieland

Layout/Gestaltung: Bianka Morgen, Pamela Reinhold, Dr. Kristina Wied, Tobias Wieland

Druck: LIT-Verlag, Fresnostraße 2, D-48159 Münster

Auflage: 500 Exemplare

Stand: April 2008

Printed in Germany

Alle Rechte vorbehalten

Mit freundlicher Unterstützung von: Franz Steiner Verlag, Medien-campus Bayern e.V.,
Medienhaus Fränkischer Tag und Oldenbourg Wissenschaftsverlag.

Außerdem danken wir dem Verlag Nürnberger Presse Druckhaus Nürnberg, der Sparkasse Bamberg und der Kulmbacher Brauerei.

Kleine, aber feine Adresse

25 Jahre Kommunikationswissenschaft in Bamberg

Jubiläen bieten Gelegenheit über den Jubilar nachzudenken: Die Bamberger Kommunikationswissenschaft war unter den anderen kommunikationswissenschaftlichen Instituten in Deutschland und im deutschsprachigen Ausland immer eine kleine, aber feine Adresse. 15 Jahre bürgte der Name des Journalismus- und Redaktionsforschers Manfred Rühl im In- wie im Ausland für Bambergers Renommee. Ihm standen ab 1986 Kollegen zur Seite, die ihre spezifischen Perspektiven in die Bamberger Kommunikationswissenschaft einbrachten: zunächst Walter Hömberg, später Günter Bentele und seit 1996 Anna Maria Theis-Berglmair.

Mit den heutigen Schwerpunkten strategische und korporative Kommunikation sehen meine Kollegin und ich die Bamberger Kommunikationswissenschaft auch für die nähere Zukunft gut aufgestellt, die eine weitere Ausdifferenzierung und Professionalisierung der Kommunikationsberufe mit sich bringen wird. Mit ihren Forschungsprojekten geht die Bamberger Kommunikationswissenschaft innovative Wege.

Engagierte und interessierte Mitarbeiter – derzeit Dipl.-Soz. Florian Mayer, Dr. Gabriele Mehling und Dr. Kristina Wied – helfen die vielfältigen Aufgaben der kleinen Lehreinheit zu bewältigen. Eine Lehrprofessur für Kommunikationswissenschaft mit dem Schwerpunkt „Empirische Kommunikatorforschung“ wird künftig



Quelle: Kristina Wied

Seit 1986 befindet sich die Kommunikationswissenschaft in den Räumen der U9.

unser Lehrteam und unser Angebotspektrum vergrößern.

So hoffen wir, auch in Zukunft den bisherigen Weg fortsetzen zu können, und wünschen ausnahmsweise einmal uns selbst viel Glück und Erfolg.

Prof. Dr. Rudolf Stöber
Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|----|
| Editorial | |
| Kleine, aber feine Adresse | 1 |
| 25 Jahre Kommunikationswissenschaft in Bamberg | |
| <i>Prof. Dr. Rudolf Stöber</i> | |
| Inhaltsverzeichnis | 2 |
| Grußworte | |
| <i>Prof. Dr. Dr. habil. Godehard Ruppert</i> | 4 |
| <i>Prof. Dr. Friedhelm Marx</i> | 6 |
| Universitäre Ausbildung | |
| Professionalisierung – was sonst? | 8 |
| Mit Kommunikation als Orientierungshorizont | |
| <i>Prof. em. Dr. Dr. Manfred Rühl</i> | |
| Erfolgsstory besonderer Art | 12 |
| Ein zukunftsorientierter Rückblick auf | |
| 25 Jahre Kommunikationswissenschaft in Bamberg | |
| <i>Prof. Dr. Rudolf Stöber u. Prof. Dr. Anna Maria Theis-Berglmair</i> | |
| Sekretariat | |
| „Es war eine gute Zeit“ | 14 |
| Helga Meinhardt über ihre Zeit am Lehrbereich Kommunikationswissenschaft | |
| Neu in der Kommunikationswissenschaft | 17 |
| Claudia Seidel arbeitet seit April im Sekretariat | |
| Professoren und Mitarbeiter | |
| Das wissenschaftliche Personal | 18 |
| Honorarprofessoren | |
| Rundfunk für Jugendliche | 21 |
| Altes, aktuelles Thema: die Mediennutzung junger Menschen | |
| <i>Prof. Dr. Thomas Gruber</i> | |
| Öffentlichkeits-Schizophrenie | 22 |
| Entwicklungen im Medienrecht von 1983 bis 2008 | |
| <i>Prof. Dr. Gero Himmelsbach</i> | |
| Lehrbeauftragte | |
| Wichtigster Parameter: der Mensch | 24 |
| Public Relations in den vergangenen 25 Jahren | |
| <i>Peter Gregor</i> | |
| Übersicht von Wintersemester 2005/06 bis Sommersemester 2008 | 26 |

| | |
|--|----|
| Forschungsprojekte | |
| Aus Bismarcks Schwarzkasse | 28 |
| DFG-Projekt „Digitalisierung der Amtspresse Preußens“ | |
| <i>Prof. Dr. Rudolf Stöber</i> | |
| Weblogs, Wikis und Kontaktplattformen | 29 |
| Aktuelle Forschungsprojekte der FoNK befassen sich mit Web 2.0 | |
| <i>Prof. Dr. Anna Maria Theis-Berglmair</i> | |
| Aktuelle Publikationen | 30 |
| Studierende engagieren sich | |
| Kommunikationswissenschaft angewandt | 32 |
| Studentengruppen setzen ihr Medienwissen in die Praxis um | |
| Studium ehemals und heute ... | |
| Was wurde aus ...? | 36 |
| Der Werdegang Ehemaliger und ihr Blick zurück auf das Studium | |
| Das Jan-Philipp-Betz-Stipendium | 39 |
| Bamberger Absolvent zeigt sich aus Verbundenheit erkenntlich | |
| Der Weg in die Praxis | 40 |
| Studierende und ein Alumnus über Anforderungen an das Studium | |
| Alles in allem zufrieden | 44 |
| Befunde einer Befragung unter Studierenden | |
| Chronik des Fachs | 52 |
| Abschlussarbeiten | |
| Übersicht von Wintersemester 2005/06 bis Wintersemester 2007/08 | 60 |
| Jubiläum | |
| Das muss gefeiert werden | 64 |
| Studierende organisieren Jubiläum der Kommunikationswissenschaft | |
| <i>Leonie Becker u. Sophie Regenhardt</i> | |

Als die Kommunikationswissenschaft im Wintersemester 1982/83 Einzug an der Universität Bamberg hielt, tat sie das in Form zweier singulärer Angebote: Sie prägte den Schwerpunkt Journalismus im Diplomstudiengang Germanistik ebenso wie den Schwerpunkt Kommunikation und Public Relations im Diplomstudiengang Soziologie. Beide Angebote prosperierten über die Jahre hinweg und waren von einer zunehmenden studentischen Nachfrage geprägt. Parallel dazu entwickelte sich die Kommunikationswissenschaft zu einem beliebten Nebenfach in den verschiedenen Magisterstudiengängen. Auch neue Studiengänge wie die Medien- und die Angewandte Informatik gingen Lehr- und Forschungsk Kooperationen mit der Kommunikationswissenschaft ein.

All dies führte dazu, dass die Kommunikationswissenschaft heute zu den am stärksten vernetzten Fächern unserer Universität zählt. Das entspricht durchaus den Vorstellungen, wonach Impulse für Forschung aus dem engen Kontakt der Fächer zueinander entstehen. Aufgrund der räumlichen Nähe ist das in Bamberg besser möglich als an vielen anderen Hochschulstandorten.

Für unsere Absolventinnen und Absolventen verbessert eine interdisziplinäre Ausbildung die komparativen Chancen auf dem Arbeitsmarkt. In dem Maße, in dem kommunikationswissenschaftliche und auch -technische Kompetenzen zu Schlüsselqualifikationen in vielen Tätigkeitsfeldern avancieren, erweist sich die Wahl des Studienfachs Kommunikationswissenschaft häufig als Zünglein an der Waage im Wettbewerb um Berufspositionen.

Quelle: Pressestelle der Universität



Auf diese Weise trägt das Fach Kommunikationswissenschaft in vielfacher Hinsicht zur Profilbildung der Otto-Friedrich-Universität bei. Denn auch diese befindet sich deutlicher als ehemals in einem Wettbewerb um fähige und kreative Studierende. Sie finden hier ein Lehr- und Forschungsklima in einem außergewöhnlichen Ambiente, Fächer und Fächerkombinationen, die an anderen Universitäten in dieser Form nicht möglich sind, und dazu ein kommunikationswissenschaftliches Angebot, das sie nicht von vornherein einschränkt, sondern viele Optionen für die Zukunft offen lässt.

Prof. Dr. Dr. habil. Godehard Ruppert
Präsident der Otto-Friedrich-Universität Bamberg

DIE BAYERISCHE LANDESZENTRALE FÜR NEUE MEDIEN

www.blm.de



Die Aufgaben der BLM

gestalten

- :: Genehmigung privater Rundfunkanbieter
- :: Vielfaltsicherung
- :: Programmebeobachtung
- :: Werberegeln
- :: Jugendschutz
- :: Technische Verbreitung
- :: Kabelbelegung

fördern

- :: Programmförderung
- :: Film- und Fernsehförderung
- :: Aus- und Fortbildung
- :: Medienpädagogik/Medienkompetenz
- :: Technische Infrastruktur

forschen

- :: Mediennutzung
- :: Programmforschung
- :: Medienwirtschaft
- :: Rundfunktechnik

informieren

- :: Bürgeranfragen
- :: Internet
- :: Publikationen
- :: Veranstaltungen

**Die BLM gratuliert der Kommunikationswissenschaft
an der Universität Bamberg zum 25jährigen Bestehen.**



Quelle: Privat

Die Bamberger Kommunikationswissenschaft feiert ihr 25-jähriges Bestehen in Zeiten tiefgreifender Veränderungen sowohl der Universitätsstruktur als auch der Studiengänge unserer Fakultät.

Die Anfänge wurden durch den Studienschwerpunkt Journalistik im Diplomstudiengang Germanistik markiert, der im Zuge des Bologna-Prozesses nach einer Erfolgsgeschichte von 25 Jahren ausläuft. In dieser Zeit ist es den Fachvertretern ungeachtet der dauerhaft großen Arbeitsbelastung und der knappen Ressourcen gelungen, der Bamberger Kommunikationswissenschaft in der scientific community einen Namen zu geben. Herzlichen Dank dafür im Namen der ganzen Fakultät!

An die Stelle der engen, innerfakultären Anbindung an die Germanistik ist seit dem Wintersemester 2006/07 einerseits ein eigenständiger Master-Studiengang Kommunikationswissenschaft getreten. Andererseits ist ein kommunikationswissenschaftliches Exportmodulangebot entstanden, das sich in die BA-Studiengänge sowohl der Fakultät Geistes- und Kulturwissenschaften als auch der Nachbarfakultäten einbinden lässt. Damit hat die

Kommunikationswissenschaft als eines der ersten Fächer unserer Fakultät auf die Herausforderungen der neuen BA- und MA-Studiengänge reagiert. Für das Fach bietet dies die Chance, die Eigenständigkeit in Forschung und Lehre sichtbar zu machen, den neuen Aufgaben des Faches Rechnung zu tragen sowie die für die Bamberger Kommunikationswissenschaft spezifische Vernetzung über die Fakultätsgrenzen hinaus zu erhalten und auszubauen.

Das Jubiläum der Kommunikationswissenschaft fällt darüber hinaus mit einer umfangreichen universitätsinternen Neustrukturierung zusammen, die seit dem Wintersemester 2007/08 u.a. zu Fakultäten neuen Zuschnitts geführt hat. Die Fakultät Sprach- und Literaturwissenschaften, zu der das Fach Kommunikationswissenschaft seit seiner Gründung in Bamberg gehört, bildet nun gemeinsam mit der früheren Fakultät Geschichts- und Geowissenschaften die Fakultät Geistes- und Kulturwissenschaften. Die Fachvertreter haben in dieser Situation für die Zugehörigkeit zu unserer neuen Fakultät votiert, obwohl die Einbindung in den gleichfalls knapp 25 Jahre laufenden Diplomstudiengang Soziologie auch eine andere Option geboten hätte. Die Fakultät dankt dem Fach, das in seiner Ausrichtung auf die zahlreichen Spielarten gesellschaftlicher Kommunikation einen Kernbereich der Geistes- und Kulturwissenschaften markiert, für seine Präsenz und wünscht ihm hier in Bamberg eine erfolgreiche Zukunft.

Prof. Dr. Friedhelm Marx
Dekan der Fakultät
Geistes- und Kulturwissenschaften

25 Jahre Kommunikationswissenschaft in Bamberg.

Wir gratulieren und feiern gerne mit Power.



| **Wir bewegen Bamberg** |
www.stadtwerke-bamberg.de

Stadtwerke Bamberg
Margaretendamm 28
96052 Bamberg
Telefon 0951 77-0

Professionalisierung – was denn sonst?

Mit Kommunikation als Orientierungshorizont



Quelle: Privat

Kommunikation ist das raffinierteste Äußerungsvermögen der Menschheit und der Journalismus wird im 19. Jahrhundert zu einer besonderen kommunikativen Er-rungenschaft. Schon Platon und Aristoteles reflektieren die menschliche Kommunikation, teils konsensuell, teils kontrovers. Doch erst in der Mitte des 20. Jahrhunderts entsteht eine Kommunikationswissenschaft mit einer Journalistik als Teilbereich der Lehre, der Forschung und der Beratung. Anlässlich des zehnjährigen Bestehens der School of Public Relations and Communication der Boston University (1958) zieht Harold D. Lasswell (Yale University) in dem Festvortrag *Communications as an emerging discipline* eine erste Zwischenbilanz:

„No change in the academic world has been more characteristic of the age than the discovery of communication as a field of research, teaching, and professional employment [...]

The university system of the United States is more flexible in adapting itself to new intellectual interests than corresponding institutions abroad [...] One might legitimately ask why the lead was not taken by schools of journalism [...] The answer, I believe, is not difficult. At the time they were trade schools [Berufsschulen, M.R.] in outlook. Although affiliated with universities they were marginal members of the commonwealth of scholars.“

Für ein halbes Jahrhundert waren Schools/Departments of Journalism zuständig für die „praktische Ausbildung“, vergleichbar jener von Technikern, Predigern und Militärs. Sie hatten keine Forschungsverpflichtungen. In der Mitte des 20. Jahrhunderts wurde die Journalism-Education durch die Verbindung mit Communications forschungsfähig. Unter Wilbur Schramms Regie wurden gleich drei Schools of Journalism – die der Universitäten von Iowa, Illinois und Stanford – in forschende Lehrstätten umgebaut. Communications wird universitäres Wachstumsfach. 1960 existierten bereits 20 Schools/Departments of Communication(s). Historisierende Entwicklungsphasen wie die Zeitungs- und Publizistikwissenschaft hat es in den USA nie gegeben.

Im deutschen Sprachraum wurde der kommunikationswissenschaftliche Lehr- und Forschungsbetrieb 1964 an der Universität Erlangen-Nürnberg aufgenommen. Frühe Versuche, an den Universitäten Heidelberg (1895), Zürich (1903)

und Leipzig (1915/16) einen vorwissenschaftlichen Journalismus zu lehren, waren misslungen. Im so genannten „Dritten Reich“ wünschte sich der Reichsminister für Volksaufklärung und Propaganda Joseph Goebbels für einen nationalsozialistisch erzogenen Nachwuchs einen „Neuen Journalisten“, den die zwischen 1935 und 1939 aktive Reichspreseschule nicht auszubilden vermochte.

In der sowjetsozialistischen Diktatur der DDR vollzog die Sektion Journalistik der Karl-Marx-Universität Leipzig („das rote Kloster“) den Parteauftrag, Parteikader zu qualifizieren, im Sinne der Leninschen Pressetheorie als kollektive Propagandisten, Agitatoren und Organisatoren. Das duale Bildungssystem in Deutschland kannte keine journalistischen Lehrberufe. Das Volontariat blieb ein Training-on-the-job mit einem theoretischen Unterricht, der von redaktionseigenen „Volontärsvätern“ am Mittwochnachmittag erteilt wurde. Die Ergebnisse der kommunikationswissenschaftlichen Journalismusforschung hatten noch wenig Einfluss auf die Hochschulpolitik, die anfangs der 1970er Jahre „Journalismus als Beruf“ zum Studienfach erkor. Anders als die frühen School of Journalism suchte man für die ersten Journalismus-Studiengänge an den Universitäten München (1973), Dortmund und Hohenheim (beide 1976) nach einem Gleichklang zwischen „Theorie“ und „Praxis“, weithin orientiert an einem Expertenjournalismus von gestern. Der stellte keine Zukunftsfragen, wie zum Beispiel die Folgende: Kann man Journalismus auf ein Aggregat beruflich Schreibender reduzieren, für die „große Journalisten“ als Idealtypen vorgestellt werden, die bekanntlich empirisch unzugänglich sind?

Seit dem 19. Jahrhundert ist Journalismus als sachlich, sozial und zeitlich dimensioniertes Gesellschaftssystem beobachtbar. Journalismus operiert überwiegend organisationsförmig und ist marktförmig vernetzt mit Prozessen der Industrialisierung, Urbanisierung, Migration, Nationalisierung und Demokratisierung. Kein Journalismus konnte sich je selbst finanzieren. Vielmehr sind Geld und Kredit knappe Ressourcen – genauso Zeit, öffentliche Aufmerksamkeit, Kommunikationsfreiheit, Presse- und Rundfunkrecht, ethische Regelungen und Formen des Vertrauens, die organisations- und marktförmig zu beschaffen und einzusetzen sind. Ob es gefällt oder nicht, Journalismus, Public Relations, Werbung und Propaganda sind weltweit operierende Persuasionssysteme im Wandel. Soll man Studierenden lehren, dass Journalisten „the good guys“, die anderen „the bad guys“ sind, im Bewusstsein eines nicht zu beweisenden Vorurteils?

Wie Daten sind auch Fakten keine natürlichen Funde. Ob journalistisch oder wissenschaftlich ermittelt, Fakten werden in jedem Fall produziert und sind hypothetisch, also vorläufig wahr. Fakten sind somit nicht natürlich gut und sie können nicht für sich selbst sprechen. Zu fragen ist, ob wissenschaftlich erarbeitete Fakten journalistische Aussagen stützen können, und umgekehrt. Viele wirtschafts- und sozialwissenschaftliche Termini (Medien/Mittel, Markt, Organisation, Management, Marketing, Dienstleistung, Anwendung usw.) werden in die Kommunikationswissenschaft importiert, ohne dass geprüft wird, ob sie für kommunikationswissenschaftliche Probleme aussagefähig sind.

Auch die Begriffe *professionell*, *Profession* und *Professionalisierung* sind nicht neu. Im Werk der sozialwissenschaftlichen Klassiker Emile Durkheim, Georg Simmel, Max Weber, Robert E. Park, Werner Sombart, Sidney and Beatrice Webb erfahren sie – zusammen mit Arbeit, Beruf, Arbeitsteilung, Ausbildung und Karriere – viel Aufmerksamkeit. Talcott Parsons und andere beobachten Professionen als historisch neuartige Gesellschaftsstrukturen, deren Weisungsbefugnis [authority] aus wissenschaftlich geprüftem Wissen hervorgeht, mit dem sie eigene Berufskulturen zustande bringen, hochgradig am Gemeinwohl orientiert, bereit zur Selbstverpflichtung und zur beruflichen Selbstkontrolle.

Die traditionellen Professionen Medizin, Jurisprudenz und Pädagogik erkennen in Leben, Recht und Erziehung ihre besonderen Gewissheitshorizonte. Für Berufskommunikatoren liegt nahe, die mensch-

liche Kommunikation als Orientierungshorizont zu wählen. Als wir anfangs der 1970er Jahre bundesweit einen Ausbildungsjahrgang von Volontären bei Presse und Rundfunk als künftige „journalistische Rollennehmer“ (Thomas Gruber) untersuchten, stellten wir nur eine geringfügige Sensibilität für Professionalisierung fest. Seither ist im Journalismus das Bewusstsein für das Zusammenspiel von Sinnmachen, Information, Thema, Äußerung, Kommunikationskultur, Lesen und Verstehen gewachsen. Das sind hinreichend abstrakte Schlüsselbegriffe für eine kommunikationswissenschaftliche Grundlagenforschung, die „praxisnäher“ werden kann im Wettbewerb mit anderen Sozialwissenschaften, die in Forschung und Lehre zunehmend mit Kommunikation operieren.

Prof. em. Dr. Dr. Manfred Rühl

Ehemaliger Inhaber des
Lehrstuhls für Kommunikationswissenschaft

Literatur zum Thema

Dernbach, B./Rühl, M./Theis-Berglmair, A. M. (Hg.) (1998): Publizistik im vernetzten Zeitalter. Berufe – Formen – Strukturen. Opladen/Wiesbaden.

Gruber, T. (1975): Die Übernahme der journalistischen Berufsrolle. Eine sozialwissenschaftliche Analyse. Nürnberg.

Lasswell, H. D. (1958): Communications as an emerging discipline. In: *AV Communication Review* Vol. 6: S. 245-254.

Rogers, E. M. /Chaffee, St. H. (1994): Communication and Journalism from „Daddy“ Bleyer to Wilbur Schramm. A palimpsest. *Journalism Monographs*, No. 148.

Rühl, M. (2008): Kommunikationskulturen der Weltgesellschaft. *Theorie der Kommunikations-*

wissenschaft. Wiesbaden.

Rühl, M. (2004): Positioning Journalism Research in World Society. Paper. International Conference „Journalism Research in an Era of Globalization“. July. Erfurt. Als PDF-Dokument online verfügbar unter: http://www.uni-bamberg.de/kowi/personen_einrichtungen/manfred_ruehl_emeritus/

Rühl, M. (1980): Journalismus und Gesellschaft. Bestandsaufnahme und Theorieentwurf. Mainz.

Rühl, M. (1973): Journalism and Journalism Education in the Two Germanies Today. In: *Journalism Quarterly* No. 50: S. 767-771.

Rühl, M. (1972): Zur Professionalisierung von Berufskommunikatoren. Forschungsbericht. Universität Erlangen-Nürnberg.



Diese Einführung bietet zunächst einen Überblick über die zentralen Gegenstände und Begriffe der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Sodann werden die Funktionen

von Medien und Öffentlichkeit erläutert, anschließend die maßgeblichen Methoden und Quellen, ferner die wichtigsten Theorien und Interpretationsmodelle der Disziplin vorgestellt. Ein differenzierter Überblick über Literatur und Hilfsmittel beschließt den Band.

Rudolf Stöber, *Kommunikations- und Medienwissenschaften. Eine Einführung*. 272 Seiten mit 19 Abbildungen und 25 Tabellen. EUR 14,95

C.H.BECK
www.chbeck.de

Eine Erfolgsstory besonderer Art

Ein zukunftsorientierter Rückblick auf 25 Jahre Kommunikationswissenschaft in Bamberg

„Im Jahre 1982/83 kam die Kommunikationswissenschaft als Journalistik nach Bamberg“, vermerkte eine der ersten Informationsbroschüren des Fachs an der Otto-Friedrich-Universität Bamberg. Bereits damals wurde auf Umbrüche im Journalismus und auf neu entstehende Kommunikationsberufe hingewiesen, ebenso auf die besonderen Herausforderungen des jungen Fachs an einer gleichfalls jungen, wiederbegründeten Universität.

Quantitativ wie qualitativ handelt es sich um eine Erfolgsstory besonderer Art: Die Kommunikationswissenschaft avancierte in kürzester Zeit zum begehrtesten Schwerpunktfach in den Diplomstudiengängen Germanistik und Soziologie und zum beliebtesten Nebenfach im Rahmen der Magisterstudiengänge.

Diese Entwicklung mag mit dem Zeitgeist begründbar sein, mit dem „Modefach“ Kommunikationswissenschaft, wie es verschiedentlich heißt: In den 1980er Jahren wurden auch an vielen anderen deutschen Universitäten Studiengänge eingeführt, die die Professionalisierung des Journalismus vorantreiben sollten. Aber wenn es sich tatsächlich um ein bloßes Modefach handelte, so wäre darauf hinzuweisen, dass die Mode schon reichlich lange anhält und die studentische Nachfrage nach dem Fach nach wie vor beträchtlich ist. Das zeigt sich unter anderem im hohen Numerus clausus, der für Vollstudiengänge

an Universitäten (und inzwischen auch Fachhochschulen) durchschnittlich zwischen 1,3 bis 1,6 angesiedelt ist.

Stand bei der Gründung neuer Studiengänge einstmals der Journalismus im Vordergrund des Interesses, so hat sich zwischenzeitlich die Palette der Kommunikationsberufe, die sich zudem immer stärker professionalisieren, deutlich erweitert. Eine im Jahr 2001 durchgeführte Befragung unter den Absolventinnen und Absolventen der Bamberger Kommunikationswissenschaft ergab, dass knapp die Hälfte unserer Studierenden in die klassischen Medien (Zeitungen, Radio, Fernsehen) geht; die anderen finden Beschäftigung in der internen und externen Kommunikation von Unternehmen und anderen Organisationen. Diese Tendenz, die Anfang der 1980er Jahre erst in Umrissen erkennbar war, hat im Verlauf der Entwicklung deutlichere Konturen gewonnen.

Die Kommunikationswissenschaft in Bamberg war insofern gut auf den steten Wandel eingestellt, als die Fachvertreter und -vertreterinnen von Anfang an für eine breite Palette von Kommunikationsberufen ausbildeten. Für die deutsche Kommunikationswissenschaft war dabei keineswegs selbstverständlich, was als typisch Bamberger Charakteristikum Vorbild auch für andere Universitäten werden sollte: die Mischung aus Praxis- und Theorieelementen mit ihren komparativen

Vorteilen auf dem Bewerbungsmarkt für unsere Absolventinnen und Absolventen. Im Hinblick auf die Ausbildung halten wir darum an der Kombination von theoretischen und praxisorientierten Elementen fest, wobei die technische Komponente der Erweiterung in Richtung Multimedia bedarf.

25 Jahre Kommunikationswissenschaft bedeuten permanente Anpassung an neue Gegebenheiten im Mediensektor: Bei der Etablierung des Fachs an dieser Universität gab es noch keinen Privatrundfunk, keine vernetzten Computer, weder WWW noch Multimedia. Darauf mussten und müssen weiterhin Antworten gefunden werden, die im Hinblick auf die theoretische Einbettung der neuen Phänomene sowie hinsichtlich der Ausbildung für die technologisch veränderten oder gar völlig neuen Medien- und Kommunikationsberufe sinnvoll sind.

Die Medientechnologie hat die Kommunikationslandschaft enorm verändert und sie tut es weiterhin. Um die damit einhergehenden wissenschaftlichen Herausforderungen zu bewältigen, werden unter dem Dach der 1998 gegründeten Forschungsstelle für Neue Kommunikationsmedien (FoNK) Forschungsprojekte gebündelt, die sich mit Fragen beschäftigen, die im Zusammenhang mit dem Aufkommen und der Verbreitung neuer Formen technischer Kommunikationsmittel stehen. Komplementäre historisch orientierte Studien und Forschungsprojekte beschäftigen sich mit der Diffusion und Verbreitung neuer Medien über die verschiedenen Jahrhunderte hinweg.

Jenseits von technik- und sonstigen umweltbedingten Herausforderungen muss

sich die Kommunikationswissenschaft auch in den neuen Universitätsstrukturen bewähren. Die Einführung von Bachelor- und Masterstudiengängen würde, so die gängige Meinung, die Universität stärker verändern als jede andere Reform vorher dies getan habe.

Für die Kommunikationswissenschaft an der Otto-Friedrich-Universität gilt dies in mehrfacher Hinsicht: Zum einen geht es um die Frage, welche Fähigkeiten ein universitäres Studium (im Vergleich zu einem Fachhochschulstudium) vermitteln soll; zum anderen darum, welche Rolle die Kommunikationswissenschaft im Fächerspektrum dieser Universität spielt.

Neben Reflexion und handwerklichem Können sollte die Vermittlung der Fähigkeit zur Reflexion des handwerklichen Könnens Aufgabe eines universitären Studiums sein. Das lässt sich in vielen Studiengängen vermitteln. Allerdings entwickeln sich multimediales Ausdrucksvermögen und technisches Know-how anscheinend zu Schlüsselqualifikationen des 21. Jahrhunderts. Bei der Vermittlung dieser Qualifikation wird der Kommunikationswissenschaft im universitären Fächerspektrum eine besondere Rolle zukommen. Das stellt auch nach 25 Jahren täglich noch neue Herausforderungen an die Kommunikationswissenschaft und ihre Lehrenden und Forschenden.

Prof. Dr. Anna Maria Theis-Berglmair
Professur für Kommunikationswissenschaft
Prof. Dr. Rudolf Stöber
Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft

„Es war eine gute Zeit!“

Über zwei Jahrzehnte hat Helga Meinhardt im Sekretariat der Kommunikationswissenschaft für verschiedene Professoren gearbeitet und mehrere Studentengenerationen erlebt

Sie sind 24 Jahre als Sekretärin in der Kommunikationswissenschaft tätig gewesen. Wie hat Ihnen die Arbeit gefallen?

Wenn man 24 Jahre irgendwo arbeitet kann es ja nicht schlecht sein. Ich hatte in meiner Zeit in der Kommunikationswissenschaft insgesamt drei Chefs: Professor Rühl ganz lange, dann im Übergang Professor Blöbaum und jetzt Professor Stöber, der am Anfang aus meiner Sicht etwas gewöhnungsbedürftig war. Er macht zum Beispiel immer seine Tür zu, weil er gern seine Ruhe hat. Bis dahin hatte er noch nie eine Sekretärin und wusste auch gar nicht, was eine Sekretärin macht. Er fragte mich also: „Was machen Sie denn eigentlich den ganzen Tag?“ Ich sagte: „Lassen Sie doch mal Ihre Tür zu Semesterbeginn offen, dann würden Sie mich nicht fragen!“

Alles in allem, war es denn eine eher gute Zeit für Sie?

Ja, es war eine gute Zeit! Ich war vorher 15 Jahre in der Industrie. Dort war es auch gut, aber wahnsinnig stressig. Ich ging dann an die Universität als ich 40 Jahre alt war, weil ich mit 64 so aussehen wollte, wie ich jetzt aussehe (lacht). Das hätte in der Industrie nicht geklappt. Ich habe zwar fast doppelt so viel verdient wie hier. Aber ich habe dann einfach meine Prioritäten anders gesetzt.

Wie sind Sie zu der Stelle an der Uni gekommen?

Die Stelle war im Fränkischen Tag ausgeschrieben. Ich kannte die damalige Sekretärin des Kanzlers und fragte sie, wie das denn hier so ist. Sie war ganz entsetzt, dass ich die gutbezahlte Stelle in der Industrie aufgeben wollte, um im öffentlichen Dienst zu arbeiten. Jedenfalls sagte sie, Professor Rühl sei ein netter Mann und ich solle mir die Arbeit mal anschauen. Und das habe ich getan. Im Nachhinein war es die richtige Entscheidung.

Was hat Ihnen an der Arbeit weniger gut gefallen?

Die Formalisierung. Für alles werden Formulare und Belege gebraucht. Man kann fast nichts selbstständig machen. Man muss immer nach den Vorgaben arbeiten. Das war ich aus der Industrie nicht gewohnt. Dort sind die Arbeitsabläufe ganz anders strukturiert. In der Uni musste man früher, wenn man einen Bleistift gebraucht hat, ein Formular ausfüllen, das dann drei Leute bearbeitet haben. Aber das Arbeitsklima war immer gut. Ich hatte nette Kollegen und mit den anderen Sekretärinnen habe ich mich gut verstanden.

Was ist im Vergleich zu Ihrer Arbeit in der freien Wirtschaft im öffentlichen Dienst anders?

Ich kann nur das bearbeiten, was mir die Professoren geben oder was von der Verwaltung gewünscht wird. Dass man für etwas selbst die Initiative ergreifen kann, gibt es nicht. Vor allem das erste Jahr war schlimm. Mir hat jeder gesagt, wenn man das erste Jahr im öffentlichen Dienst durchhält, dann hat man es geschafft. Hier bezahlen einen die Chefs ja nicht selbst. In der Wirtschaft ist das anders.



Quelle: Bianka Morgen

Helga Meinhardt (l.) mit ihrer Nachfolgerin Claudia Seidel.

Wie war Ihr Verhältnis zu den Studenten?

Zu 99 Prozent immer gut. Bei den Erstsemestern gibt es zwar manchmal ein paar, die glauben, da sitzt so eine Alte am Schreibtisch und ist nur für sie da. Vor allem junge Männer haben dieses Anspruchsdenken (lacht). Aber im zweiten Semester haben sie dann kapiert, dass das nicht so geht. Und dann läuft das schon.

Hat sich die Studentenschaft Ihrer Meinung nach im Laufe der Zeit verändert?

Nein, eigentlich nicht! Ich habe mit 30 Studenten angefangen und jetzt sind es 800. Das ist das Einzige, was sich verändert hat! Dementsprechend hat sich die Arbeit auch geändert. Es gibt nach wie vor spezielle Verhaltens-

weisen bei Studenten. Zum Beispiel rufen manche immer erst mich an, bevor sie selbst nachschauen, wo etwas steht. Oder sie haben keinen Stift dabei, wenn sie etwas aufschreiben sollen. Dann denke ich mir: Ihr wollt doch Journalisten werden. Wie stellt Ihr Euch das ohne Stift vor?

Die Kommunikationswissenschaft war früher in anderen Räumlichkeiten untergebracht.

Ja, wir waren früher in dem Gebäude in der Kapuzinerstraße 22. Dort war das Sekretariat, das Büro von Professor Rühl und ein Raum für den Assistenten. Außerdem hatten wir noch einen kleinen Materialraum. Es gab auch noch eine Ölheizung, die jeden Tag betrieben werden musste. Ich erinnere mich noch, dass es auf den Toiletten immer sehr kalt war, weil sie auf dem Flur lagen. Aber in der Kapuzinerstraße waren wir nur drei Jahre. 1986 sind

wir in die Räumlichkeiten im Gebäude An der Universität 9, kurz U9, gezogen. Später wurde hier auch alles neu möbliert. Professor Stöber hat, als er seine Stelle antrat, neue Möbel bekommen – und ich auch (lacht).

Gibt es ein Ereignis, an das Sie sich besonders erinnern?

An eine lustige Sache erinnere ich mich: Ein Journalist hat mal angerufen und wollte wissen, wie der Lehrstuhlinhaber heißt. Das war damals noch Professor Rühl. Ich fing an ihm den Namen zu buchstabieren: „Richard Übermut...“ „Ach der Richard Übermut!“, sagte der Journalist (lacht). Das werde ich nie vergessen! Vor allem weil Rühl alles andere als ein Übermut war. Er war ein sehr netter Chef und ein Experte auf seinem Gebiet. Aber ein Übermut war er nie.

Haben die Professoren kleine Eigenheiten?

Professor Stöber macht, wie gesagt, immer gern die Tür zu. Ich habe oft das Radio an und er hat lieber seine Ruhe.

Was gehört alles zu Ihren Aufgaben?

Ich kümmere mich um die Diplomarbeiten, tippe die Korrekturen der Professoren nach Band ab. Dann kümmere ich mich um alles, was mit den Leistungsscheinen zu tun hat. Im Moment befassen wir uns mit neuen Scheinformaten.

Außerdem bereite ich die Prüfungen vor, verwalte die Kassenbestände und bestelle Büromaterial. An einem Lehrstuhl mit so vielen Studenten ist eben immer etwas zu tun.

Was haben Sie im Ruhestand vor? Worauf freuen Sie sich?

„Ich habe es nie bereut, an die Uni gegangen zu sein.“

Ich gehe auf Reisen – erst mal für drei Monate nach Indien. Meine Schwester lebt dort und betreibt ein Guesthouse. Am meisten freue ich mich aber darauf, nicht mehr jeden Tag um 7 Uhr aufstehen und zur Arbeit gehen zu müssen. Ich werde allerdings sicher ab und zu an die Zeit an der Uni und in der Kommunikationswissenschaft zurück denken.

Wenn Sie jetzt noch mal vor der Wahl stünden an der Universität zu arbeiten. Würden Sie sich wieder genauso entscheiden?

Schwer zu sagen. Ich hätte vermutlich gleich von Anfang an eine Laufbahn beim Staat eingeschlagen. Das wäre dann auch besser bezahlt gewesen. Ich habe es aber nie bereut, an die Uni gegangen zu sein.

Das Gespräch führten Bianka Morgen, Pamela Reinhold und Tobias Wieland – im Dezember 2007.

Neu in der Kommunikationswissenschaft

Claudia Seidel arbeitet seit April im Sekretariat

Das Sommersemester 2008 ist nicht nur für viele Studierende das erste Semester an der Universität Bamberg, sondern auch für Claudia Seidel. Sie verstärkt seit April das Team der Kommunikationswissenschaft. Als Nachfolgerin von Helga Meinhardt führt sie das Sekretariat. Dabei kann sie auf mehrjährige Berufserfahrung zurückgreifen: 14 Jahre lang hat Claudia Seidel bei E.ON-Bayern in Bayreuth gearbeitet. Nachdem ihre Familie aus beruflichen Gründen nach Bamberg gezogen ist, hat sie hier nach einer neuen Herausfor-

derung gesucht. Freunde empfehlen ihr, sich bei der Universität zu bewerben – mit Erfolg. Nachdem sich Claudia Seidel einen Überblick über die vielfältigen Aufgaben an der Uni verschafft und eingearbeitet hat, freut sie sich besonders auf die Zusammenarbeit mit den Mitarbeitern der Kommunikationswissenschaft und den Kontakt zu den Studierenden. Die Tür des Sekretariats steht für Studenten täglich zwischen 9 und 11 Uhr offen.

Das Festschrift-Team

Anzeige

NEU: KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT



Anna M. Theis-Berglmair
Organisationskommunikation
 Theoretische Grundlagen und empirische Forschungen
 Organisationen der Zukunft werden sich in ihrer Gestaltung von denen unterscheiden, die wir aus der Vergangenheit kennen. Mit den sich abzeich-

nenden Veränderungen der Tätigkeitsarrangements und -kontexte gehen auch veränderte Vorstellungen hinsichtlich der Grenzen, der Identität und der Funktionsweise dieser sozialen Gebilde einher.
 416 S., 22,90 €, br., ISBN 3-8258-6855-9

Anna M. Theis-Berglmair (Hrsg.)
Internet und die Zukunft der Printmedien
 Kommunikationswissenschaftliche und medienökonomische Aspekte
 Das Internet macht traditionellen Medien(-organisationen) in vielfacher Hinsicht zu schaffen. Verlage und andere Medienakteure befinden sich in der Situation, in eine Zukunft investieren zu müssen, deren Konturen erst langsam sichtbar werden.
 264 S., 20,90 €, br., ISBN 3-8258-5522-8

Gesamtübersicht: www.lit-verlag.de

Gesamtverzeichnis und Fachkataloge senden wir Ihnen gerne zu.

LIT Verlag

Berlin – Hamburg – London – Münster – Wien – Zürich

Fresenstr. 2 D-48159 Münster Tel. 0251-62032 22 Fax 0251-9226099 E-Mail: vertrieb@lit-verlag.de

Das wissenschaftliche Personal



Quelle: Kristina Wied

Prof. Dr. Rudolf Stöber

Inhaber des Lehrstuhls für Kommunikationswissenschaft (seit 2002)

Promotion 1990, Heinz-Maier-Leibnitz-Preis 1991, Habilitation 1996

Akademische Stationen:

Universität Göttingen, FU Berlin, Universität Lüneburg, Universität Leipzig, TU Dresden, Universität Zürich

Prof. Dr. Anna Maria Theis-Berglmair

Professur für Kommunikationswissenschaft/
Schwerpunkt Journalistik (seit 1996)

Promotion 1984, Habilitation 1993

Akademische Stationen:

Universität Trier, Internationales Institut für empirische Sozialökonomie Leitershofen, Universität Augsburg, Universität Hamburg, TU Dresden



Quelle: Kristina Wied

PD Dr. habil. Andreas Vogel

Privatdozent für Kommunikationswissenschaft (seit 2005); Gründer und Leiter des Wissenschaftlichen Instituts für Presseforschung und Medienberatung, Köln

Promotion 1989, Habilitation 2004

Akademische Stationen:

WWU Münster, Universität Lüneburg, Universität Mainz



Quelle: Kristina Wied



Quelle: Kristina Wied

Dr. Steffen Blaschke

wiss. Mitarbeiter an der Forschungsstelle „Neue Kommunikationsmedien“, FoNK (seit 2007)

Promotion 2007

Akademische Stationen:

University of Texas, Universität Marburg, Universität Bamberg

Dipl.-Soz. Florian Mayer

wiss. Mitarbeiter am Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft (seit 2008), vorher wiss. Mitarbeiter an der Forschungsstelle „Neue Kommunikationsmedien“, FoNK (seit 2004)

Akademische Stationen:

Universität Bamberg



Quelle: Kristina Wied

Dr. Gabriele Mehling

wiss. Mitarbeiterin am Lehr- und Forschungsbereich Kommunikationswissenschaft (seit 2007)

Promotion 2007

Akademische Stationen:

LMU München, HFF München



Quelle: Kristina Wied



Quelle: Kristina Wied

Dr. Johannes Raabe

beurlaubt, vertritt die Hochschuldozentur für Theorie und Soziologie der öffentl. Kommunikation an der Universität Leipzig; wiss. Assistent (seit 2003), vorher wiss. Mitarbeiter am Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft (seit 2000)

Promotion 2003

Akademische Stationen:

LMU München, Universität Salzburg, Universität Bamberg, Universität Leipzig

Dr. Kristina Wied

Akademische Rätin z.A. (seit 2007), vorher wiss. Mitarbeiterin als Lehrkraft für besondere Aufgaben am Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft (seit 2005)

Promotion 2007

Akademische Stationen:

Universität Dortmund, WWU Münster, Universität Bamberg



Quelle: Martin Hüsener

Rundfunk für Jugendliche

Altes, aktuelles Thema: die Mediennutzung junger Menschen



Quelle: Bayerischer Rundfunk

Seit 2003 gehöre ich als Honorarprofessor zur Bamberger Kommunikationswissenschaft und werde in den Seminaren immer wieder an meine Anfänge beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk erinnert. Wie hat sich das Jugendfernsehen in den vergangenen Jahrzehnten verändert? Wie hat sich die Bedeutung des Fernsehens für Jugendliche verändert? Und wie wird das Mediennutzungsverhalten junger Menschen künftig aussehen? Diesen Fragen gehe ich mit den Studentinnen und Studenten nach.

Einbringen kann ich dabei meine ganz konkreten Erfahrungen: 1984 kam ich als Leiter der Familienredaktion zum Bayerischen Fernsehen und war damit für das kurz zuvor gestartete „Live aus dem Alabama“ verantwortlich. Dies war damals ein sehr innovatives Format. Dass Jugendliche im Fernsehen über „ihre“ Themen diskutieren konnten, gab es in dieser

Form bis dato nicht. Die Sendung wurde ein Erfolg: Sie hatte ein freches und unangepasstes Image und ließ die Jugendlichen selbst zu Wort kommen. Dieser Anspruch an ein gutes Jugendprogramm hat sich nicht geändert. Aber die Mediennutzung der Jugendlichen und die Machart der Sendungen haben sich verändert!

Als Intendant des Bayerischen Rundfunks bin ich heute wieder mit der Frage konfrontiert, wie wir junge Menschen erreichen können. Fragt man Jugendliche, auf welches Medium sie am wenigsten verzichten könnten, dann wird das Fernsehen nur noch an vierter Stelle genannt – hinter Computer, Internet und MP3-Player. Und sieht man sich an, was die Jugendlichen am PC und im Internet tun, dann fallen Stichworte wie Interaktivität, Vernetzung und „user generated content“. Der BR hat diese Entwicklung aufgegriffen und seit Oktober 2007 das neue Jugendmagazin „Südwild“ im Programm, dessen Inhalte von Jugendlichen in Bayern selbst produziert werden, begleitet von einem interaktiven Onlineauftritt.

Von „Live aus dem Alabama“ bis „Südwild“: Dass ich meine (übrigens ebenfalls rund 25 Jahre) Praxiserfahrung in die Arbeit mit den Studierenden einbringen kann, macht mir viel Spaß. Ich freue mich auf die weiteren Lehrveranstaltungen!

Prof. Dr. Thomas Gruber

Intendant des BR, seit 2003 Honorarprofessor für
Medienmanagement und Kulturvermittlung

Öffentlichkeits-Schizophrenie

Entwicklungen im Medienrecht von 1983 bis 2008



Welcher Lehrbeauftragte hat schon das Glück, dass sich seine Rahmenbedingungen laufend ändern und er seinen Studenten deshalb immer neuen Stoff bieten kann? Medienrecht ist ideal: Die Rechtsprechung macht Sprünge, der Gesetzgeber versucht, das kodifizierte Recht der Realität anzupassen (neue Medien, neues Recht) – seit 1996 darf ich das im Seminar „Medienrecht“ in gut verdaubaren Happen Nicht-Juristen servieren. Das sind immerhin 12 von 25 Jahren Kommunikationswissenschaft in Bamberg.

Das erste KoWi-Jahrzehnt war noch recht ruhig: Das Bundesverfassungsgericht entwickelte ein Recht des Bürgers an seinen Daten (Recht auf informationelle Selbstbestimmung) und stellte fest, dass die Veröffentlichung rechtswidrig erlangter Informationen bei Fragen von besonderem öffentlichen Interesse zulässig sein kann („Wallraff“-Fall). Im zweiten Jahrzehnt

ging es dann Schlag auf Schlag: Prinzessin Caroline focht gegen die Unterhaltungsmedien einen Kampf nach dem anderen aus und erreichte damit eine Stärkung des allgemeinen Persönlichkeitsrechts. Das dritte KoWi-Jahrzehnt läutete die streitbare Prinzessin gemeinsam mit dem Europäischen Gerichtshof für Menschenrechte ein. Der urteilte, dass es kein öffentliches Interesse an Fotos aus dem Alltagsleben der bekannten Monegasin gibt. Das führte zu einer Neuorientierung der deutschen Rechtsprechung zum Bildnisschutz.

Der Bundesgerichtshof entwickelte daraufhin 2007 das „abgestufte Schutzkonzept“, das bei Fotoveröffentlichungen auch den Privatbereich Prominenter weitgehend schützt. Die über Jahrzehnte gepflegte Unterscheidung zwischen absoluter Person der Zeitgeschichte (Fotoveröffentlichungen weitgehend erlaubt) und relativer Person der Zeitgeschichte (Fotoveröffentlichung im Zusammenhang mit dem zeitgeschichtlichen Vorgang erlaubt) gehört damit wohl der Vergangenheit an. Das ist ein herber Rückschlag für die Medien. Jedes Foto eines Prominenten, das (auch) privaten Charakter hat, ist nun ein potenzielles Risiko: Fotos von Herbert Grönemeyer und seiner Freundin in Rom – verboten. Olliver Kahn mit Freundin Verena am Strand – verboten. Echte Knüller können also teuer werden.

Auch Satire ist vor den Angriffen dünnhäutiger Prominenter nicht sicher: Das Bundesverfassungsgericht verbot 2005 ei-

ne Fotomontage, die den damaligen Telekom-Chef auf einem bröckelnden „T“ sitzend zeigt. Der Kopf des Managers war auf den Körper montiert worden und dabei im Verhältnis zum Körper um fünf Prozent zu klein geraten.

Ein Lichtblick für die Medien: Im Dezember 2007 stellte das Bundesverfassungsgericht überraschend deutlich fest, dass die Veröffentlichung einer Gegendarstellung in der Regel ein schwer auszugleichender Imageschaden für ein Medium ist. Deshalb gibt es nun keine Gegendarstellungen mehr, die lauten: „Durch die Behauptung xy entsteht der Eindruck, ich hätte ...“. Das geht nur noch dann, wenn sich dieser Eindruck beim Leser geradezu aufdrängt. Die Prognose für künftige Entwicklungen?

Eine Öffentlichkeits-Schizophrenie: Je mehr Menschen sich in der Öffentlichkeit exhibitionieren und je mehr Möglichkeiten v.a. das Internet bietet, Privates öffentlich zu machen, umso mehr werden die Gerichte die Privatheit schützen. Das darf aber nicht so weit gehen, dass nur noch die Promis (mit Hilfe der Gerichte) entscheiden, wann sie die Öffentlichkeit suchen wollen und wann sie die Öffentlichkeit in Ruhe lassen soll. Wer von der Öffentlichkeit lebt, muss die Öffentlichkeit auch dulden. Natürlich nicht unbegrenzt. Aber auch nicht so, wie es gerade selbst gefällt.

Prof. Dr. Gero Himmelsbach

Partner der Sozietät Romatka & Collegen, München
seit 2006 Honorarprofessor für Medienrecht

Anzeige

NEU: KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

Wolfgang R. Langenbucher

Der Rundfunk der Gesellschaft

Beiträge zu einer kommunikationspolitischen Innovation. Herausgegeben von Walter Hömberg

Der Band enthält grundlegende Aufsätze aus gut drei Jahrzehnten. Gemeinsam ist ihnen die Überzeugung, dass eine demokratische Gesellschaft auf öffentlichen Rundfunk nicht verzichten kann.

240 S., 14,90 €, br.,
ISBN 978-3-8258-1024-5

Klaus Siebenhaar (Hrsg.)

Medien im 21. Jahrhundert

Theorie – Technologie – Markt

Wohin führt die Entwicklung der Medien im 21. Jahrhundert? Die hier versammelten Beiträge unterscheiden zwischen drei grundlegenden Dimensionen der Medienentwicklung: meinungs- und öffentlichkeitsbildenden Funktionen von Medien, imaginären Grundlagen kultureller Identitätsmuster und Wertbildungen medialer Prozesse sowie konstitutiven Funktion von Medientechniken.

104 S., 12,90 €, br.,
ISBN 978-3-8258-1073-3

Gesamtübersicht: www.lit-verlag.de

Gesamtverzeichnis und Fachkataloge senden wir Ihnen gerne zu.

LIT Verlag

Berlin – Hamburg – London – Münster – Wien – Zürich

Fresnosir. 2 D-48159 Münster Tel. 0251-62 032 22 Fax 0251-922 60 99 E-Mail: vertrieb@lit-verlag.de

Wichtigster Parameter: der Mensch

Public Relations in den vergangenen 25 Jahren

1993 erhielt ich meinen ersten Lehrauftrag für eine PR-Übung am Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft. Vor nur etwas mehr als der Hälfte der 25 Jahre also, aber doch schon recht lange her. Und nun die Frage an den Berater und gelegentlichen Fachjournalisten, wie sich der PR-Bereich im letzten Vierteljahrhundert verändert hat.

Das Internet fällt mir sofort ein. Es stellt mit seiner Kommunikationskultur Öffentlichkeitsarbeiter vor völlig neue Herausforderungen, bietet aber ebenso viele großartige Chancen. Die Zeiten, in denen man fast treuherzig die relevanten Kommunikationswege mit einigen Pfeilen skizzieren konnte, sind jedenfalls endgültig vorbei.

Auch hat in diesen 25 Jahren die wissenschaftliche Beschäftigung mit PR größtenteils schon ein sehr tragfähiges Fundament geschaffen. Durch die Tatsache, dass dieses Fundament dem tatsächlichen Arbeitsalltag oft weit voraus ist, wird das Bild zwar etwas instabil, aber so ist es Schicksal und Aufgabe aller Wissenschaft – Avantgarde im besten Sinne.

Die Liste der Veränderungen ist noch lang, doch es lohnt sich, den Blick auf etwas zu richten, das sich nicht verändert hat. Den Satz findet man schon in zahllosen drögen Unternehmensleitlinien: „Im Mittelpunkt steht der Mensch.“ – Vor kurzem entdeckte ich ihn auch noch im Schaufenster eines Beerdigungsinstitutes. Wenn man je-



Quelle: Privat

doch den Menschen im Mittelpunkt nicht so sehr als Objekt der Hege und Pflege, sondern als wichtigsten Parameter aller PR begreift, erhält der Satz seine entscheidende Bedeutung.

Wie viele Handlungsempfehlungen lassen sich für die Standort-PR eines Unternehmens allein schon von der gutbürgerlichen Nachbarschaftspflege einer Privatperson ableiten. Sogar das Geschehen an der Börse wird von „Stimmung“ beeinflusst. Das reicht bis zum Börsencrash. So ist es verwunderlich, dass dieser „Parameter Mensch“ nicht noch stärker bei der täglichen Öffentlichkeitsarbeit beachtet wird. Wie kann es passieren, dass Unternehmen von der Reaktion der Konsumenten oder Regierungen vom Verhalten ihrer Bürger überrascht werden? Es bleibt nur abzuwarten, ob in weiteren 25 Jahren der Mensch tatsächlich im Mittelpunkt steht.

Peter M. Gregor
PR-Berater und Fachjournalist

VS Verlag Aus dem Programm Kommunikation

Kristina Wied
**Der Wahlabend
im deutschen
Fernsehen**
Wandel und Stabilität der
Wahlberichterstattung

Barbara Pfetsch /
Silke Adam (Hrsg.)
**Massenmedien als
politische Akteure**
Konzepte und Analysen

Thorsten Quandt / Jeffrey Wimmer /
Jens Wolling (Hrsg.)
Die Computerspieler
Studien zur Nutzung von
Computergames



Kristina Wied

Der Wahlabend im deutschen Fernsehen

Wandel und Stabilität der
Wahlberichterstattung

Wandel und Stabilität der
Wahlberichterstattung von
ARD, ZDF, RTL und Sat.1
am Abend der Bundes-
tagswahlen von 1961 bis
2002 – eine vergleichende
Langzeitanalyse.

**2007. 420 S. (Forschung
Kommunikation)**
Br. EUR 49,90
ISBN 978-3-531-15302-5

Barbara Pfetsch /
Silke Adam (Hrsg.)

Massenmedien als politische Akteure

Konzepte und Analysen

Die Beiträge diskutieren
die Frage, unter welchen
Bedingungen und mit wel-
chen Folgen Massenmedi-
en zu politischen Akteuren
werden.

2008. 286 S. Br. EUR 29,90
ISBN 978-3-531-15473-2

Thorsten Quandt /
Jeffrey Wimmer /
Jens Wolling (Hrsg.)

Die Computerspieler

Studien zur Nutzung von
Computergames

In diesem Band werden
die Nutzer von Computer-
spielen aus einer kommuni-
kationswissenschaftlichen
Perspektive betrachtet.

2008. 339 S. Br. EUR 39,90
ISBN 978-3-531-15085-7



VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN

VS Verlag für Sozialwissenschaften
Abraham-Lincoln-Straße 46
65189 Wiesbaden
Telefon 0611.7878-245
Telefax 0611.7878-420

www.vs-verlag.de

Übersicht von Wintersemester 2005/06 bis Sommersemester 2008

Baumer, Harald, M.A.

Geboren 1962 in Neumarkt; seit 2001 Berlin-Korrespondent der Nürnberger Nachrichten; Dozent an der Bayerischen Akademie der Presse und der Deutschen Richterakademie.

Baumgartner, Paul J.

Geboren 1969 in Deggendorf; seit 1996 Redakteur und Moderator bei Antenne Bayern; Lehrbeauftragter u.a. an der Hörfunkakademie Dortmund sowie Kommunikationstrainer u.a. bei Wrigley.

Betz, Jan Philipp, Dipl.-Germ.

Geboren 1968 in Stuttgart; seit 2008 PR-Berater u.a. für die Dresdner Bank, Schweiz.

Boughey, Jenifer, Dipl.-Germ.

Geboren 1973 in Ebingen; seit 2006 Head of Internal Communications bei Fujitsu Siemens Computers, München.

Evertz, Stefan, Dipl.-Germ.

Geboren 1974 im Hochschwarzwald; Schauspieler, Sprecher, Moderatorentainer, München.

Fromm, Sabine, Dr.

Geboren 1964 in Rosenheim; seit 2005 Mitarbeiterin am Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB).

Fuderholz, Jens, Dipl.-Soz.

Geboren 1974 in Lüdenscheid; 1999 Gründer, seitdem Vorstand der PR-Agentur „TBN Public Relations“, Erlangen.

Geiger, Thomas

Geboren 1961 in Hersbruck; Geschäftsführer und Mitbegründer der Internetdatenbank Photopool.de, Hersbruck.

Gerlach, Thomas

Geboren 1968 in Nürnberg; seit 2001 „Leiter Online“ des Verlags Nürnberger Presse für Nordbayern Infonet, des Onlinedienstes der Nürnberger Nachrichten und der Nürnberger Zeitung, sowie Geschäftsführer der Bay4You Marktplatz KG; Lehrbeauftragter u.a. an der FH Würzburg-Schweinfurt.

Glebke, Michael, Dipl.-Germ.

Geboren 1967 in Bochum; seit 2007 Sales Director Germany/Austria Dow Jones Newswires, Frankfurt.

Gregor, Peter M., M.A.

Geboren 1958 in Nürnberg; Mitbegründer und langjähriger Herausgeber der Fachzeitschrift PR-Forum; selbstständiger PR-Berater und Fachjournalist (PR), Nürnberg.

Holzinger, Marion, M.A.

Geboren 1969 in Frankfurt am Main; seit 2007 Producerin im Hörfunk des NDR, Hamburg; Dozentin an der Akademie für Publizistik, Hamburg.

Kirschnick, Uta, M.A.

Geboren 1981 in Würzburg; Trainerin und Dozentin in mündlicher Kommunikation, Stimm- und Sprechbildung, Regensburg.

Maus, Armin

Geboren 1964 in Beirut/Libanon; Chefredakteur beim Fränkischen Tag, Bamberg.

Mavridis, Thomas, Dipl.-Germ.

Geboren 1971 in Stuttgart; seit 2007 Leiter der PR-Abteilung der Geberit GmbH & Co. KG, Pfullendorf.

Mischel, Roman, Dipl.-Journ.

Geboren 1973 in Detmold; freiberuflicher Videojournalist für TV- und Online-Medien; Mitbegründer von onlinejournalismus.de, Dortmund.

Müller-Jung, Joachim, Dipl.-Bio.

Geboren 1964 in Heidelberg; seit 2003 Leiter des Ressorts Natur und Wissenschaft der Frankfurter Allgemeinen Zeitung mit den Schwerpunkten Medizin, Biowissenschaften, Umweltforschung, Frankfurt am Main.

Rahner, Markus, Dipl.-Germ.

Geboren 1972 in Grünstadt; seit 2000 Redakteur und PR-Berater bei der ecom Betz PR GmbH, Schwäbisch Gmünd.

Sauer, Peter, Dipl.-Pol.

Geboren 1960 in Stuttgart; seit 1995 Redakteur beim Bayerischen Rundfunk (Studio Franken), Leiter der Redaktion Aktuelles, verantwortlicher Redakteur für die Sendung „Bayern Live – Der Norden“, Nürnberg.

Schoene, Bettina-Susanne, M.A.

Geboren 1965 in Bremen; seit 2003 Kommunikationsreferentin in der internen Kommunikation von Siemens Medical Solutions, Erlangen.

Schüren, Jens, Dipl.-Germ.

Geboren 1977 in Lüdinghausen; seit 2003 zunächst Volontär, dann PR-Berater der Agentur „achtung! kommunikation“, Hamburg.

Segler, Daland, Ass.d.L.

Geboren 1950 in Kiel; seit 2003 Leiter der Medienredaktion der Frankfurter Rundschau, Frankfurt am Main.

Ströbele, Brigitte, M.A.

Geboren 1970 in Undingen; seit März 2004 als Redakteurin bei einem Projekt des Kultusministeriums in Stuttgart, zuständig für den Einsatz von digitalen Medien im Unterricht.

Trost, Vanessa, Dipl.-Germ.

Geboren 1969 in Bremen; Marken- und Kommunikationsberaterin, Gründerin und Geschäftsführerin von „021c communication concepts“, Agentur für integrierte Markenkommunikation, New York.

Zdrojewski, Simone, Dipl.-Soz.

Geboren 1976 in Verden/Aller; DFG-Projektmitarbeiterin am Lehrstuhl für Soziologie I der Universität Bamberg und Promotionsstipendiatin im Graduiertenkolleg „Märkte und Sozialräume in Europa“, Bamberg.

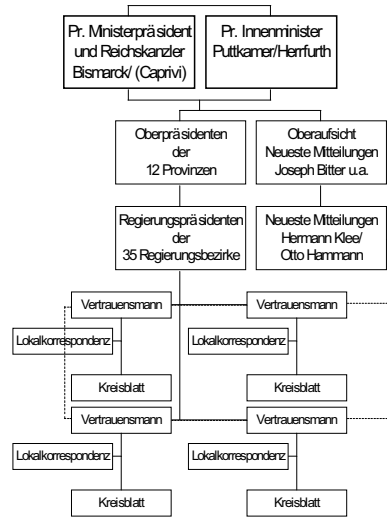
Aus Bismarcks Schwarzkasse

DFG-Projekt „Digitalisierung der Amtspresse Preußens“

Gefördert durch die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) haben die Staatsbibliothek zu Berlin (Dr. Joachim Zeller), die Universität Dortmund (Prof. Dr. Hans Bohrmann) und der Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft an der Universität Bamberg die auflagenstärksten und einflussreichsten politischen Pressekorrespondenzen Preußens im letzten Drittel des 19. Jahrhunderts digitalisiert, systematisch erschlossen und im Internet frei zugänglich gemacht. Kommentierung und Indexierung erfolgte durch den Projektmitarbeiter Albrecht Hoppe, M.A.

Der Online-Auftritt (<http://amtspresse.staatsbibliothek-berlin.de>) präsentiert Bismarcks „Provinzial-Correspondenz“ (1863-1884) und die „Neuesten Mittheilungen“ (1882-1894). Die wichtigen politischen und propagandistischen Quellen der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts galten noch vor einem Jahrzehnt als verschollen. Die Präsentation startete im August 2006 mit knapp der Hälfte aller Texte (circa 6.000 Zeitungsseiten). Jetzt sind alle circa 13.000 Seiten in Volltext und als PDF in Originalansicht verfügbar. Die Inhalte der Korrespondenzen sind kostenlos recherchierbar.

Gesucht werden kann anhand systematischer Inhaltsangaben (Regestenverzeichnis) sowie kommentierter Orts- und Personenindices auf Grundlage einer bio-bibliographischen Datenbank. Neben der systematischen Recherche sind Volltextrecherche und chronologischer Zugriff möglich.



Quelle: Rudolf Stöber

Die „Neue Presseorganisation“ von 1882.

Die wöchentlich in Berlin herausgegebenen Amtsblätter „Provinzial-Correspondenz“ und die „Neueste Mittheilungen“ spielten eine zentrale Rolle für Otto von Bismarcks Pressearbeit und Propaganda. Beide wurden aus geheimen Reptilienfonds finanziert. Die Provinzial-Correspondenz galt als Bismarcks Zentralorgan und wurde weit über Preußen hinaus im Reich und im europäischen Ausland wahrgenommen. Sie und die Neuesten Mittheilungen bieten einen unmittelbaren Zugang zu der gesamten offiziellen Presse Preußens im letzten Drittel des 19. Jahrhunderts.

Prof. Dr. Rudolf Stöber
Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft

Weblogs, Wikis und Kontaktplattformen

Aktuelle Forschungsprojekte der FoNK befassen sich mit Web 2.0

Unter dem Dach der Forschungsstelle „Neue Kommunikationsmedien“ (FoNK) werden seit 1998 Projekte durchgeführt, die sich mit der Institutionalisierung neuer Informations- und Kommunikationstechnologien beschäftigen.

Größere Projekte wurden bzw. werden seitens der DFG und der VW-Stiftung finanziert. Hierbei handelt es sich um Studien, die beispielsweise die Herausforderungen des Internets für Printverlage thematisieren, deren Anpassungsstrategien untersuchen oder die sich mit dem Nutzerverhalten von Bloggern auseinandersetzen. Daneben gibt es einige kleinere, von öffentlichen und/oder privaten Auftraggebern finanzierte Studien zum Einsatz von Kommunikationsmedien in Unternehmen und Organisationen oder zum Nutzungsverhalten spezieller Medien.

Derzeit liegt der Forschungsschwerpunkt im Bereich des Web 2.0, wobei vor allem Weblogs, Wikis und Kontaktplattformen einer näheren Analyse unterzogen werden. Aktuell laufende Forschungsprojekte

thematisieren die „Konstitutionsbedingungen kollaborativer Kommunikationssysteme in Organisationen und im öffentlichen Raum“ (DFG) sowie „Wikis als Innovation in Organisationen“ (VW-Stiftung). Beim erstgenannten Projekt steht die Frage nach den Erfolgsfaktoren öffentlicher und unternehmensinterner Wikis im Vordergrund; das zweite Projekt behandelt Wikis als Innovation in Organisationen und vergleicht unterschiedliche organisationale Einbindungen von Kollaborationssystemen und deren Konsequenzen für den Innovationsprozess.

Neben diesen drittmittelgeförderten Arbeiten beschäftigen sich verschiedene Dissertationen mit ausgewählten Aspekten der Organisationskommunikation, beispielsweise mit Beobachtungsstrategien von Organisationen, mit grenzüberschreitender Organisationskommunikation oder mit organisationalen Entscheidungsprozessen.

Prof. Dr. Anna Maria Theis-Berglmair
Professur für Kommunikationswissenschaft



- Alpar, P./Blaschke, S./Keßler, S. (2007):** Web 2.0: Neue erfolgreiche Kommunikationsstrategien für kleine und mittlere Unternehmen. Wiesbaden.
- Blaschke, S. (2008):** Structures and Dynamics of Autopoietic Organizations: Theory and Simulation. Wiesbaden.
- Blaschke, S. (2008):** Wikis in Organisationen: Von Kommunikation zu Kollaboration. In: Alpar, P./Blaschke, S. (Hg.): Web 2.0: Eine empirische Bestandsaufnahme. Wiesbaden, S. 183-203.
- Blaschke, S./Schoeneborn, D. (2006):** The Forgotten Function of Forgetting: Revisiting Exploration and Exploitation in Organizational Learning. In: Soziale Systeme 12. Jg., Nr. 1, S. 100-120.
- Himmelsbach, G. (2007):** Waffengleichheit im Sauseschritt – Änderungen von Gegendarstellungen im Rechtsstreit. In: Festschrift der Arbeitsgemeinschaft der Verlagsjuristinnen zur 100. Tagung. Baden-Baden.
- Himmelsbach, G. (2006):** Zur Antwortpflicht des Verlages auf ein Abdruckverlangen. In: Archiv für Presserecht, Nr. 5, S. 430-431.
- Himmelsbach, G. (2006):** Kommentar zur Entscheidung des LG Bonn vom 11.4.2006 (Irreführende Werbung mangels deutlicher Lesbarkeit des Fußnotentextes im Werbeprospekt). In: Kommunikation & Recht, Nr. 9, S. 423-426.
- Hoppe, A./Stöber, R. (2006):** DFG-Projekt Digitalisierung der Amtspresse Preußens in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts und Erstellung eines Sachkommentars. In: Jahrbuch für Kommunikationsgeschichte, 8. Jg., S. 220-246.
- Kutsch, A./Böning, H./Stöber, R. (Hg.):** Jahrbuch für Kommunikationsgeschichte. Stuttgart. Erscheint jährlich seit 1999 (8. Jg. 2006, 9. Jg. 2007, 10. Jahrgang in Vorbereitung).
- Mayer, F. L./Mehling, G./Raabe, J./Schmidt, J./Wied, K. (2008):** Leserschaft, Nutzung und Bewertung von BILDblog. Befunde der ersten Online-Befragung 2007. Berichte der Forschungsstelle „Neue Kommunikationsmedien“, Nr. 08-01. Bamberg. Als PDF-Dokument online verfügbar unter: <http://www.uni-bamberg.de/kowi/news/bildblog>
- Mayer, F. L./Schmidt, J. (2007):** Wer nutzt Weblogs für kollaborative Lern- und Wissensprozesse? Ergebnisse der Befragung „Wie ich blogge?!“ 2005. In: Dittler, U./Kindt, M./Schwarz, C. (Hg.): Online-Communities als soziale Systeme. Münster, S. 61-80.
- Mayer, F. L./Schoeneborn, D. (2008):** Wiki Webs in der Organisationskommunikation. In: Stegbauer, C./Jäckel, M. (Hg.): Social Software. Formen der Kooperation in computerbasierten Netzwerken. Wiesbaden, S. 137-154.
- Mehling, G. (2007):** Fernsehen mit Leib und Seele. Eine phänomenologische Interpretation des Fernsehens als Handeln. Konstanz.
- Pürer, H./Raabe, J. (2007):** Presse in Deutschland. 3., völlig überarbeitete und erweiterte Auflage. Konstanz.
- Raabe, J./Stöber, R./Theis-Berglmair, A. M./Wied, K. (Hg.) (2008):** Medien und Kommunikation in der Wissensgesellschaft. Konstanz.
- Raabe, J. (2008):** Fokus: Beruf: Journalist. Zum gegenwärtigen Stand der Journalismusforschung. In: Journalistik Journal, Nr. 1, S. 11-13.
- Raabe, J. (2007):** Journalismus als kulturelle Praxis. Zum Nutzen von Milieu- und Lebensstilkonzepten in der Journalismusforschung. In: Altmeppen, K./Hanitzsch, T./Schlüter, C. (Hg.): Journalismustheorie: Next Generation. Soziologische Grundlegung und theoretische Innovation. Wiesbaden, S. 189-212.
- Raabe, J. (2007):** Kommunikation und soziale Praxis. Chancen einer praxistheoretischen Perspektive für Kommunikationstheorie und -forschung. In: Winter, C./Hepp, A./Krotz, F. (Hg.): Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Grundlegende Diskussionen, Forschungsfelder und Theorieentwicklungen. Wiesbaden, S. 363-381.
- Stöber, R. (2008):** Kommunikations- und Medienwissenschaften. Eine Einführung. München.
- Stöber, R. (2008):** Epochenvergleiche in der Medien und Kommunikationsgeschichte. In: Melischek, G./Seethaler, J./Wilke, J. (Hg.): Medien- &

Kommunikationswissenschaft im Vergleich. Grundlagen, Gegenstandsbereiche, Verfahrensweisen. Wiesbaden, S. 27-42.

Stöber, R. (2008): Innovation und Evolution: Wie erklärt sich medialer und kommunikativer Wandel? In: Hepp, A./Krotz, F./Winter, C. (Hg.): Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Grundlegende Diskussionen, Forschungsfelder und Theorieentwicklungen. Wiesbaden, S. 139-156.

Stöber, R. (2007): Kommunikationsfreiheit und ihre Feinde. Zur Geschichte der Regulierung von Medien und Kommunikation. In: Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik, 37. Jg., Nr. 146, S. 104-119.

Stöber, R. (2007): Vom deutsch-französischen Krieg zum Zweiten Weltkrieg. Kriegsberichterstattung zwischen journalistischen Routinen und politischer Propaganda. In: Medien und Kommunikationswissenschaft, 55 Jg., Nr. 2, S. 204-222.

Stöber, R. (2006): Kontinuität in der politischen Kommunikation. In: Die Politische Meinung, Nr. 439, S. 44-48.

Theis-Berglmair, A. M. (2008): Organizational Communication and Public Relations: A Conceptual Framework for a Common Ground. In: Zerfass, A./van Ruler, B./Sriramesh, K. (Hg.): Public Relations Research. European and International Perspectives and Innovations. Wiesbaden, S. 111-124.

Theis-Berglmair, A. M. (2007): Meinungsbildung in der Mediengesellschaft: Grundlagen und Akteure öffentlicher Kommunikation. In: Piwinger, M./ Zerfaß, A. (Hg.). Handbuch Unternehmenskommunikation. Wiesbaden, S. 123-136.

Vogel, A. (2007): Neue Erlösfelder für Zeitungsverlage durch Nebengeschäfte. Berlin, (Zukunft der Zeitung, H. 5).

Vogel, A. (2007): Perspektiven von Kooperationen und Fusionen bei regionalen Tageszeitungen: Zusammenarbeit in Content-Produkten, Herstellung und Vertrieb. Berlin (Zukunft der Zeitung, H. 4).

Vogel, A. (2007): Der Trend zur Segmentierung

geht dem Ende zu. Die Publikumspresse – gestern, heute, morgen. In: Friedrichsen, M./Brunner M. F. (Hg.): Perspektiven für die Publikumszeitschrift. Berlin/Heidelberg/New York, S. 49-64.

Vogel, A. (2006): Stagnation auf hohem Niveau. Daten zum Markt und zur Konzentration der Publikumspresse in Deutschland im I. Quartal 2006. In: Media Perspektiven, Nr. 7, S. 380-398.

Wied, K. (2008): Kontrastierung, Homogenisierung, Spezialisierung. Zur Entwicklung der Wahlabendsendungen zu Bundestagswahlen im bundesdeutschen Fernsehen von 1961 bis 2005 – Entwurf einer programmgeschichtlichen Periodisierung. In: Rundfunk und Geschichte, 34. Jahrgang, Nr. 1+2 (in Vorbereitung).

Wied, K. (2008): Praktiken der Politikdarstellung. Das Beispiel von Wahlabendsendungen im Fernsehen zu Bundestagswahlen von 1961 bis 2005. In: Arnold, K./Classes, C./Lersch, E./Kinnebrock, S./Wagner, H. (Hg.): Von der Politisierung der Medien zur Medialisierung des Politischen? Zum Verhältnis von Medien und Politik im 20. Jahrhundert. Wiesbaden (in Vorbereitung).

Wied, K. (Hg.) (2007): UNIChron. Geschichte und Geschichten der Gebäude der Otto-Friedrich-Universität Bamberg. Bamberg.

Wied, K. (2007): Der Wahlabend im deutschen Fernsehen. Wandel und Stabilität der Wahlberichterstattung. Wiesbaden.

Wied, K. (2006): Klassisches modern und konsequent gestaltet – zur Darstellung von Wahlabendberichterstattung im Fernsehen. Konzeption und exemplarische Ergebnisse einer Langzeitanalyse der Wahlabendsendungen zu Bundestagswahlen bei ARD, ZDF, RTL und Sat.1. In: Behmer, M./Hasselbring, B. (Hg.): Radiotage, Fernsehjahre. Interdisziplinäre Studien zur Rundfunkgeschichte nach 1945. Münster, S. 125-147.

Wied, K./Schmidt, J. (2008): Weblogs und Qualitätssicherung. Zu Potenzialen weblogbasierter Kritik im Journalismus. In: Quandt, T./Schweiger, W. (Hg.): Journalismus online: Partizipation oder Profession? Wiesbaden (im Druck).

Kommunikationswissenschaft angewandt

Studentengruppen setzen ihr Medien-Wissen in die Praxis um

Viele Studierende der Bamberger Kommunikationswissenschaft engagieren sich in Studierendengruppen, in denen sie das theoretische Wissen aus ihrem Studium direkt umsetzen und so praktische Erfahrungen sammeln können. Engagement ist gefragt bei dem Online-Portal „Feki. de“, dem Internet-Radio „Uni-Vox“ und dem Literaturmagazin „Rezensöhnchen“ sowie der Studentenzeitung „Ottfried“. Hier kommen vier Studentinnen und Studenten zu Wort.

Feki.de – Die Bamberger CommUNITY

Schon seit Beginn meines Studiums vor fünf Semestern engagiere ich mich bei Feki.de, einem studentischen Onlineportal. Als Germanistik-Studentin mit Schwerpunkt Journalistik interessiere mich vor allem die Arbeit in der Redaktion. Aber ich habe auch schon in anderen Bereichen mitgearbeitet: z.B. Werbebanner gebaut, Imagepostkarten entworfen und an diversen anderen Projekten mitgewirkt.

Die Redaktion kümmert sich um die Betreuung der Homepage-Inhalte: Wir halten die Informationsseiten zu Uni-, Studenten- und Bamberg-Themen auf dem neuesten Stand, betreuen die News-Spalte und schreiben den UniGuide, eine Orientierungsbroschüre für die

Erstsemester. Dabei macht den Großteil meiner Arbeit das Onlinestellen aus: Die News und die Pressemitteilungen, die täglich im Posteingang der Redaktion landen, werden nach Themengebieten verteilt. Zu mir kommen alle uni-relevanten Meldungen, die ich dann sortiere, mit dem Programm Dreamweaver in die richtige Form bringe und hochlade. Gelegentlich schreibe ich auch Berichte zu Veranstaltungen. Die Seite ist für Texte aller Art offen.

Die Mitarbeit bei der Feki.de-Redaktion bringt mir einige Vorteile: So bin ich immer über Nachrichten und Veranstaltungen der Uni informiert, habe mit netten Studenten aus allen Jahr- und Studiengängen zu tun und kann mich in die Technik des Online-Journalismus einarbeiten.

Oda Riehmer

Mitglied bei Feki.de seit 2006



Quelle: Feki.de

Feki.de-Mitglieder bei einem Workshop beim Teamwochenende.



Quelle: Ottfried

Bei einem Layout-Wochenende entsteht die neue Ausgabe der Studentenzeitung.

Ottfried. Die Bamberger Studentenzeitung

Ottfried. Die Bamberger Studentenzeitung. Punkt. Was ist Ottfried? Für viele von uns „Ottis“ ist Ottfried ein Gefühl. Das Gefühl, Montag morgen nach wochenlangen Recherchen und einem ganzen Wochenende Redigieren und Layouten unser „Baby“ der Druckerei anvertraut zu haben. Das Gefühl, eine der 3.000 druckfrischen Ausgaben unserer Studentenzeitung in den Händen zu halten. Das Gefühl, es mal wieder gepackt zu haben.

Aber die Arbeit bei der Studentenzeitung ist mehr. Der Ausruf der Studentin vor der Mensa: „Der neue Ottfried! Kriege ich einen?“ Die Kritik eines Interviewpartners: „Das habe ich so nicht gesagt!“ Die gemeinsame Besprechung in der Redak-

tionsrunde: „Was haben wir dieses mal gut hinbekommen? Was lief nicht so gut?“

Woche für Woche treffen sich etwa 25 Bamberger Studierende zur Redaktions-sitzung. Die 19 Jahre alte Erstsemester-Studentin sitzt neben dem mehr als zehn Jahre älteren Altredakteur. Ein Interesse führt uns zusammen: Zeitung machen. Wir schmieden Pläne und überlegen: „Was interessiert die Studierenden? Über was sollten wir im Interesse der Studis berichten?“ Wir alle machen das gerne. Woche für Woche, fünf Mal im Jahr.

Jakob Schulz
Seit 2007 Chefredakteur von Ottfried

Studierende engagieren sich

Quelle: Bianka Morgen



Carolyn Regler ist zwar inzwischen nicht mehr Chefredakteurin, sie liest das Rezensöhnchen aber immer noch gern.

Bei einer Rezension kommt es darauf an, das Interesse des Lesers zu wecken und eine Wertung zu formulieren. Außerdem kann man Interviews mit Autoren führen oder über literarische Themen schreiben. Ich habe durch die Mitarbeit am Rezensöhnchen die Verlagslandschaft besser kennen gelernt und würde gerne in dieser Branche arbeiten. Zwei Semester lang war ich Chefredakteurin und habe so Erfahrungen im Organisieren von Terminen, Korrektursitzungen und Layout-Wochenenden sammeln können.

Carolyn Regler

Ehemalige Chefredakteurin
Rezensöhnchen

Rezensöhnchen

Wer Literatur liebt, ist beim Rezensöhnchen richtig. Auch mir fiel die Literaturzeitschrift in die Hände, und weil mir der Inhalt gut gefiel hat und ich auf der Suche nach lesefreudigen Kommilitonen war, bin ich zu meiner ersten Bestellung gegangen. Bei diesem Treffen sucht sich jeder Rezensent aus den Vorschauen der Verlage ein Buch aus, das ihm gefällt und bekommt es in den Semesterferien als kostenloses Rezensionsexemplar zugeschickt. Anschließend muss er eine Buchbewertung schreiben.

Uni-Vox – Bamberg's Studentradio

Seit dem Sommersemester 2005 kann Uni-Vox, das Bamberger Studentradio, im Internet empfangen werden: unter www.uni-vox.de. Studierende aller Fachrichtungen bereiten dort von Montag bis Donnerstag jeweils ab 18 Uhr unterschiedliche Themen rund um das Uni-Leben auf. Zudem werden den Hörern nützliche Hinweise – wie der wöchentliche Mensaplan oder das Wetter über dem Campus – geboten. Aber nicht alles, was gesendet wird, stammt von Uni-Vox: Im Rahmen einer Kooperation mit der Uni

werden auch regelmäßig Beiträge, Hörspiele oder sogar ganze Sendungen aus den Übungen des Lehrstuhls für Kommunikationswissenschaft virtuell über den Äther geschickt. Im Gegenzug können die studentischen Radiomacher von Uni-Vox die Technik des Lehrstuhls nutzen und an Workshops teilnehmen.

Die Aufgaben, die die Studenten bei Uni-Vox übernehmen unterscheiden sich nicht von denen eines professionellen Radios. Sie reichen von der Musikplanung über die Moderation einer Sendung bis hin zum Produzieren von Radiobeiträgen und zur Durchführung von Werbeaktionen. Neu-Mitglieder absolvieren zunächst eine Art Schnuppermonat, an dessen Ende sie sich für eines der Ressorts Redaktion, Mo-

deration, Musik/Produktion, Comedy, PR/Marketing oder Internetpräsenz/Technik entscheiden.

Die Mitglieder von Uni-Vox treffen sich regelmäßig um sich über die Sendungen und Aktionen der Woche auszutauschen. Interessierte erhalten dabei eine gute Gelegenheit, um sich einen ersten Eindruck von unserer Truppe zu verschaffen. Termin und Ort sowie weitere Informationen gibt es unter www.uni-vox.de oder per E-Mail unter info@uni-vox.de tun.

Oliver Fischer

Seit 2006 Moderator bei Uni-Vox



Quelle: Uni-Vox

Moderator Oliver Fischer im Studio von Uni-Vox, das sich im Universitätsgebäude an der Weide befindet.

Was wurde aus...?

Der Werdegang Ehemaliger und ihr Blick zurück auf das Studium



Quelle: Privat

Prof. Dr. Beatrice Dernbach, Professorin für „Theorie und Praxis des Journalismus“ an der Hochschule Bremen

Beruflicher Werdegang: Studium der Diplom-Germanistik, Schwerpunkt Journalistik; Volontariat im Verlag Nürnberger Presse/Nürnberger Nachrichten; Redakteurin beim Verlag Nürnberger Presse; Lehrbeauftragte an der Universität Bamberg; Wissenschaftliche Mitarbeiterin/Assistentin am Lehrstuhl bei Prof. Dr. Manfred Rühl; Promotion 1998; derzeit Professorin an der Hochschule Bremen

Zum Studium: „Ohne das Studium in Bamberg wäre ich heute nicht da, wo ich bin. Bei Manfred Rühl habe ich gelernt, was Forschung und Wissenschaft ist. An der Fachhochschule Bremen versuche ich, zu vermitteln, dass es zwischen Theorie, Empirie und Praxis keinen tiefen Graben gibt, sondern dass das Eine ohne das Andere nicht existiert.“

Michael Glebke, Sales Director, Dow Jones Newswires

Beruflicher Werdegang: Studium der Diplom-Germanistik, Schwerpunkt Journalistik; Redakteur beim Allgemeinen Deutschen Nachrichtendienst (ADN); Landesdienstleiter ddpADN Mecklenburg-Vorpommern; Chefredakteur ADX Wirtschaftsnachrichten GmbH; Producer und Redaktionsmitglied bei vwd Vereinigte Wirtschaftsdienste GmbH; Geschäftsführer der ddp/Dow Jones Wirtschaftsnachrichten GmbH; Mitglied der Redaktionsleitung der Dow Jones Newswires; derzeit Sales Director



Quelle: Privat

Zum Studium: „Auf den ersten Blick haben die Tätigkeiten in meiner derzeitigen Position mit Journalismus wenig zu tun. Ich wäre jedoch ohne meine journalistische Vergangenheit nicht in der Lage, meine heutigen Aufgaben wahrzunehmen. Es ist sehr hilfreich, bei Kundengesprächen aus eigener Erfahrung zu wissen, wie Nachrichten produziert werden, was möglich ist und was nicht. Die Ausbildung an der Universität Bamberg hat dafür die Grundlagen gelegt. Am Wichtigsten war es aus meiner Sicht zu lernen, analytisch zu denken. Es wurde die Fähigkeit vermittelt komplexe Sachverhalte schnell zu erfassen, Prioritäten zu setzen und dabei selbstständig zu arbeiten. Das hilft mir noch heute sehr.“

Meike Mai, freie Journalistin

Beruflicher Werdegang: Studium der Diplom-Germanistik, Schwerpunkt Journalistik; Freie Mitarbeit bei den Nürnberger Nachrichten in Neumarkt, bei der Main Post in Würzburg bei Jetzt/Süddeutsche Zeitung in München, bei der deutsch-jüdischen Emigrantenzeitung in New York; Korrespondentin im Auslandsbüro von Focus, New York; Volontariat bei Focus und der Deutschen Journalisten Schule; Kino- und Kulturredakteurin bei Gong; derzeit freie Journalistin u.a. für Amica, FAZ, Focus Online.



Quelle: Privat

Zum Studium: „Was mich am Studium der Kommunikationswissenschaft in Bamberg reizte? Die Kombination mit Germanistik, da ich nicht nur Journalistik studieren wollte. Was mir vom Studium in Erinnerung blieb? Schönes Bamberg, die Bierkeller, die gute Betreuung dank kleiner Seminare. Was mir das Studium brachte? Vor allem viel Zeit, durch Praktika schon während des Studiums herauszufinden, was ich später machen will. Die KoWi-Theorie war für meinen späteren Job weniger relevant. Journalistisches Handwerk habe ich später eher auf der Deutschen Journalistenschule gelernt. Meine aktuelle Position? Drei Tage die Woche arbeite ich bei der Frauenzeitschrift Amica als Kulturredakteurin, schreibe Film-, Buch- und Musikrezensionen, interviewe Stars oder schreibe Reportagen. Außerdem schreibe ich als freie Journalistin unter anderem für die FAZ, FAS, SZ oder Focus Online.“



Quelle: Privat

Kai-Uwe Laubach, Redakteur vom Dienst, MDR-Länderzeit sowie Redakteur bei Brisant

Beruflicher Werdegang: Studium der Diplom-Germanistik, Schwerpunkt Journalistik; Moderator, Nachrichtensprecher und Redakteur bei Radio Primavera in Aschaffenburg; Volontariat beim MDR in diversen Hörfunk- und Fernsehredaktionen; Lehraufträge an der Universität Bamberg; Nachrichtenredakteur bei MDR 1 Radio Sachsen-Anhalt; Offsprecher beim MDR-Fernsehen; Nachrichtenredakteur bei MDR-Länderzeit; derzeit Redakteur vom Dienst bei MDR-Länderzeit; Redakteur und Sendungsplanung bei Brisant (ARD)

Zum Studium: „Das Studium allgemein ist ein elementarer Bestandteil meiner Ausbildung; es ergänzt sich mit allen anderen Erfahrungen aus vielen Seminaren, Tätigkeiten und aus dem Leben. Dem Studium der Kommunikationswissenschaft speziell verdanke ich Hintergrundwissen und Verständnis für die Funktion der Medienwelt. Dabei ist die Kombination mit der praktischen Ausbildung im Bamberger Hörfunkstudio nicht zu unterschätzen.“



MEDIEN BERUFE

... nach dem Studium in Bamberg

Der MedienCampus Bayern e.V. ist der Dachverband für Aus- und Weiterbildung in den Medien in Bayern. Wir bieten Informationen zu über 200 Medienberufen, beispielsweise in den Bereichen Print, Hörfunk, Fernsehen, Multimedia, Werbung und PR, Design, Medienmanagement und -technik. Fragen, Antworten und Informationen zu über 65 Bildungseinrichtungen gibt es im Internet unter

www.medien-campus-bayern.de

Adresse: MedienCampus Bayern e.V.
Wagmüllerstraße 16
80538 München
Tel: 089/21 66 91-0
Fax: 089/21 66 91-70
E-Mail: buero@medien-campus-bayern.de

Vorstandsvorsitzender:
Staatsminister Eberhard Sinner
Geschäftsführung:
Prof. Dr. Gabriele Goderbauer-Marchner



Das Jan-Philipp-Betz-Stipendium

Bamberger Absolvent zeigt sich aus Verbundenheit erkenntlich

Derzeit ist viel von Alumni- und Kontaktnetzwerken der Universitäten zu ihren Absolventen die Rede. Fast jede Hochschule greift diese Form der Beziehungspflege, die im anglo-amerikanischen Wissenschaftsraum deutlich ausgeprägter ist, auf.

Während die Absolventen so mancher Universität schon länger Kontaktnetzwerke untereinander pflegen, geht die Initiative in den vergangenen Jahren verstärkt von den Universitäten selbst aus. Diese müssen sich in der Regel überlegen, in welcher Form Absolventen an ihre Heimatuniversität gebunden werden sollen und über welche Ereignisse und Kooperationen das Netzwerk aufrechterhalten werden kann. Hier ist Kreativität gefragt.

Dass die Absolventen selbst oft die besonders kreativen Ideen haben, zeigt sich am

Beispiel des Jan-Philipp-Betz-Stipendiums, das erstmals im Wintersemester 2006/07 zur Verfügung gestellt wurde. Das Stipendium beinhaltet die Finanzierung der Studiengebühren für eine(n) Studierende(n) der Kommunikationswissenschaft und wird nach Leistungs- und sozialen Gesichtspunkten vergeben.

Besonders erfreulich für die hiesige Kommunikationswissenschaft sind die Beweggründe des Stipendiengegers: Weil das Studium der Kommunikationswissenschaft ihm so viele berufliche Möglichkeiten gegeben hat, wollte unser Absolvent sich erkenntlich zeigen. Die Studierenden und die Dozenten hören das gerne und fühlen sich ihrerseits zu Leistungen angespornt.

Prof. Dr. Anna Maria Theis-Berglmair
Professur für Kommunikationswissenschaft

Kurz-Vita

Jan-Philipp Betz

Geboren 1968 in Stuttgart; von 1988 bis 1996 Studium der Kunstgeschichte, Kommunikationswissenschaft und Denkmalpflege in Bamberg; von 2001 bis 2007 Leiter Kommunikation und Pressesprecher der Dresdner Bank AG, Region Nord, Hamburg; berufbegleitendes Studium „Executive Master of Science in Communications Management“ (MScM) an der Universität Lugano; seit 2008 als selbstständiger PR-Berater tätig, u.a. für die Dresdner Bank AG, Schweiz.



Quelle: Privat

Der Weg in die Praxis

Studierende und ein Alumnus über Anforderungen an das Studium

Quelle: Thomas Geiger



Daniel Stahl, 23

Ich studiere Germanistik mit dem Schwerpunkt Journalistik auf Diplom und Europäischer Ethnologie als Nebenfach im vierten Semester.

Warum hast Du Dich für diese Fächerkombination entschieden?

Ein Studienberater vom Arbeitsamt hat mir diesen Studiengang zum ersten Mal vorgestellt. Germanistik war eines von mehreren Studienfächern, die bei der Suche nach einem geeigneten Studienplatz für mich interessant waren. Daneben hatte ich schon vor dem Studium einige Jahre journalistisch gearbeitet und wollte in diese Richtung weiter machen. Und die praktische Ausrichtung mit journalistischen Übungen parallel zum Germanistik-Studium hat mir sofort gefallen.

Was willst Du nach dem Studium machen?

Ich möchte auf jeden Fall journalistisch arbeiten. Im Moment schwebt mir eine Stelle als Redakteur bei einer Tageszeitung vor. Daneben interessieren mich aber auch Medien im Internet. Eine Kombination aus beidem fände ich interessant.

Bist Du neben dem Studium in der Kommunikationsbranche tätig?

Ich arbeite neben dem Studium regelmäßig für die Lokalzeitung bei mir zu Hause – in den Semesterferien häufiger und während der Semesterzeit etwas seltener. Außerdem mache ich eine studienbegleitende Journalistenausbildung beim Institut zur Förderung des publizistischen Nachwuchses (ifp) und absolviere dadurch regelmäßig Praktika bei verschiedenen Medien.

Welchen Eindruck hast Du vom Lehrbereich und von den Dozenten?

Die Bamberger Kommunikationswissenschaft ist klein, aber fein, was sich vor allem an den praktischen Übungen zeigt. In den Übungen kann man in kleinen Gruppen und mit gutem Kontakt zu den Dozenten viel lernen. Immer wieder gibt es außerdem interessante externe Lehrbeauftragte. Aber auch in anderen Seminaren habe ich bisher nur positive Erfahrungen gemacht. Mitarbeiter und Professoren pflegen ein gutes Verhältnis zu den Studierenden. Und obwohl es in Bamberg viele Nebenfächler in der Kommunikationswissenschaft gibt, sind auch die fast alle sehr motiviert.

Vermisst Du etwas am Studium der Kommunikationswissenschaft?

In meinen ersten beiden Semestern hätte ich mir mehr Übungen, oder besser: mehr freie Plätze in Übungen gewünscht. Aber dieser Wunsch ist inzwischen – auch dank der Studienbeiträge – erfüllt.

Die Fragen stellte Bianka Morgen.



Thomas Steinhardt,
24

Ich studiere Musikpädagogik und Musikdidaktik auf Magister im Hauptfach und im Nebenfach

Allgemeine Pädagogik sowie Kommunikationswissenschaft. Derzeit bin ich im sechsten Semester.

Warum hast Du Dich für diese Fächerkombination entschieden?

Durch meine Mitarbeit in einer lokalen Tageszeitung habe ich erste Einblicke in die journalistische Arbeit bekommen. Damit war mein Interesse geweckt und als ich mich für ein Nebenfach entscheiden musste, fand ich, dass die Kombination mit Musikpädagogik gut zusammenpasst. Technisches Verständnis und journalistische Praxis in beiden Fächern ergänzen sich gut.

Was willst Du nach dem Studium machen?

Nach dem Studium gibt es verschiedene Möglichkeiten. An erster Stelle würde ich gern als Instrumentallehrer an einer Musikschule arbeiten. Ich könnte mir auch vorstellen im Bereich Hörfunk tätig zu werden. Wenn eine Kombination aus den Bereichen Musik und Medien möglich wird, wäre das perfekt.

Bist Du neben dem Studium in der Kommunikationsbranche tätig?

Momentan leider nicht, da ich im Moment mehrere Musikschüler unterrichte, die meine gesamte noch freie Zeit in Anspruch nehmen. Jedoch möchte ich in

Zukunft verschiedene Praktika im Hörfunk machen.

Welchen Eindruck hast Du vom Lehrbereich und von den Dozenten?

Das Fach ist in Bamberg klein und dadurch ist das Studieren sehr familiär und übersichtlich. Die Dozenten sind immer offen und beantworten bereitwillig jede Frage in den Seminaren und Übungen. Man fühlt sich gut aufgehoben und gut beraten. In den Übungen hat man sehr viel Kontakt zu den Lehrenden. Die Seminare bieten immer interessante Themen und werden von den Dozenten gut strukturiert.

Vermisst Du etwas am Studium der Kommunikationswissenschaft?

Anfangs war es schwer für Magisterstudenten, in die Übungen reinzukommen. Dies hat sich aber mit den Studienbeiträgen gebessert. Mehr Vorträge beziehungsweise Zusammenarbeit mit Alumni wären toll, damit man sich mit diesen austauschen kann.

Die Fragen stellte Pamela Reinhold.

Quelle: Privat



Konrad Welzel, 22

Ich studiere Politikwissenschaft auf Bachelor im vierten Semester. Als Ergänzungsmodule habe ich Europäisches Gemeinschaftsrecht und Kommunikationswissenschaft gewählt.

Warum hast Du Dich für diese Fächerkombination entschieden?

Politikwissenschaft wollte ich schon lange studieren. Mittlerweile tendiere ich in die journalistische Richtung und da bietet sich Kommunikationswissenschaft an. Für mich ist diese Kombination die perfekte Mischung aus einer eher allgemeinen Ausbildung in der Politikwissenschaft, den kommunikationswissenschaftlichen Grundlagen und der Spezialisierung im Europäischen Recht.

Hast Du schon eine Vorstellung was Du später mit Deinem abgeschlossenen Studium anfangen willst?

Insbesondere Printjournalismus finde ich interessant. Ich versuche, neben dem Studium so viele Erfahrungen wie möglich zu sammeln und über Praktika heraus zu finden, in welche Richtung ich gehen will. Ich bin wirklich froh, dass ich als Student die Möglichkeit habe, viele verschiedene Dinge auszuprobieren und mich noch nicht festlegen muss.

Bist Du neben dem Studium in der Kommunikationsbranche tätig?

Neben Praktika und freier Mitarbeit bei Tages- und Unizeitungen und der Nach-

richtenagentur dpa versuche ich, mich auch selbst zu verwirklichen. Im Moment liegt meine Konzentration daher auf einem besonderen Projekt: mein Online Magazin www.backview.eu. Ich denke, wenn man in den Print-Journalismus will, sollte man einfach so viel wie möglich schreiben – ganz egal für welches Medium.

Wie ist Dein erster Eindruck vom Fach Kommunikationswissenschaft in Bamberg?

Mein erster Eindruck ist – ehrlich gesagt – nicht besonders gut. Ich habe allerdings bisher nur die Einführungsvorlesung besucht. Die Seminare und Übungen klingen deutlich interessanter. Wegen diesen Kursen habe ich mich auch für Kommunikationswissenschaft entschieden. Die Vorlesung sehe ich deshalb einfach nur als kleine Hürde, um zum spannenden Teil des Fachs zu kommen.

Gibt es etwas, was Du im Bereich der Kommunikationswissenschaft in Bamberg vermisst?

Da ich ja gerade erst mit dem Fach begonnen habe, fällt es mir schwer, diese Frage zu beantworten. Außerdem habe ich keinen Vergleich zu anderen Universitäten, um etwas vermissen zu können.

Die Fragen stellte Tobias Wieland.



Peter Sauer, 48

Ich habe Politikwissenschaft mit Kommunikationswissenschaft als Hauptnebenfach in Bamberg studiert. Derzeit leite ich beim Bayerischen Rundfunk die Aktuelle Redaktion von Studio Franken in

Welche Fächerkombination halten Sie für am geeignetsten um später in einem Kommunikationsberuf Fuß zu fassen? Wenn Sie noch einmal studieren könnten, was würden Sie wählen?

Die Medienbranche braucht immer mehr Mitarbeiter mit breiter Qualifikation. Ohne souveränen Umgang mit PC, digitalen Video- und Fotokameras, Bildbearbeitungs- und Videoschnittsystemen möchte ich heute nicht mehr als Berufsanfänger meine erste Arbeitsstelle im Mediengewerbe suchen. Deswegen würde ich einen Mix aus klassischer Kommunikationswissenschaft, Informatik und den eher handwerklichen Aspekten eines Fotografen, Kameramanns und Videocutters wählen.

Was war Ihr Berufswunsch zu Beginn Ihres Studiums?

Zunächst wollte ich in der Erwachsenenbildung tätig werden. Während meines Grundstudiums habe ich das Hauptnebenfach gewechselt, weil die Fachrichtung Kommunikationswissenschaft eingeführt wurde. Das war optimal für mich, denn wie Prof. Dr. Manfred Rühl sagt: „Kommunikation ist das raffinierteste Äußerungsvermögen der Menschheit.“

Waren Sie neben dem Studium in der Kommunikationsbranche tätig?

Ab dem zweiten Semester war ich freier Mitarbeiter bei meiner Heimatzeitung, „Main Echo“ in Aschaffenburg, dort habe ich später während der Semesterferien als Urlaubsvertretung für Redakteure mein Geld verdient. Danach habe ich für den „Fränkischen Tag“ in Bamberg geschrieben. Ab 1995 war ich Hörfunkreporter beim Studio Franken des Bayerischen Rundfunks in Nürnberg.

Was am Lehrstuhl/welcher Dozent ist Ihnen besonders in Erinnerung geblieben?

Ganz eindeutig Professor Rühl. Der klassische deutsche Professor, nicht eingebildet aber breit gebildet. Ein Mann, der mir imponiert, der mich geprägt hat. Ein Studium bei ihm damals hat das Denken entwickelt – ohne jede elektronische Hilfsmittel, ohne „copy and paste“. Dafür bin ich dankbar.

Was muss ein Studium der Kommunikationswissenschaft unbedingt enthalten?

Die Absolventen müssen immer noch Wissenschaftler im klassischen Sinne sein. Deswegen dürfen aus dem Ausbildungskatalog wichtige theoretische Aspekte nicht gestrichen werden. Jedoch sollten Kommunikationswissenschaftler auch mit praktischen Fähigkeiten versehen sein. Deswegen müsste ein moderner Studiengang auf der Grundlage universitärer Bildung auch das Campusradio, den Uni-Fernsehsender und einen aktuellen Teil des Onlineauftrittes der Hochschule kontinuierlich gestalten. Das sichert die Zukunftschancen der Studierenden.

Die Fragen stellte Bianka Morgen.

Alles in allem: zufrieden

Befunde einer Befragung unter Studierenden

Geburtstage bieten stets eine gute Gelegenheit, inne zu halten, die Vergangenheit zu reflektieren und davon ausgehend die Zukunft zu planen. Aus Anlass des 25-jährigen Bestehens sind daher die Studentinnen und Studenten der Bamberger Kommunikationswissenschaft im Wintersemester 2007/08 befragt worden, warum sie hier studieren, wie zufrieden sie mit verschiedenen Aspekten ihres Studiums in Bamberg sind und in welchem Bereich sie künftig arbeiten möchten.

Für Studierende der Kommunikationswissenschaft hat bei der Wahl ihres Studienortes vor allem die Möglichkeit einer „ansprechenden Fächerkombination“ für Bamberg den Ausschlag gegeben (Abb. 1). Mit etwas mehr als 30 Prozent fallen die meisten Antworten auf die Frage, was die entscheidenden Gründe für ein Studium

in Bamberg gewesen seien, auf diese Ausprägung. Auch die überschaubare Größe der hiesigen Universität spielt mit rund 14 Prozent eine wichtige Rolle bei der Entscheidung für ein Studium in Bamberg. Weitere entscheidende Gründe, ein Studium in Bamberg zu beginnen, sind für die Befragten der Reiz dieser Stadt sowie die Nähe zum Heimatort. Beides macht jeweils rund ein Zehntel der Antworten aus. Ebenfalls ein Zehntel der Antworten entfällt auf die Kategorie „Absage von anderen Hochschulen/Ausbildungsstätten“ – Für einige Studierende kam der Universität Bamberg also gar nicht die erste Priorität zu. Eine noch etwas geringere Bedeutung bei der Wahl von Bamberg als Studienort kommt der beruflichen Perspektive und der Empfehlung von Freunden/Bekanntem mit je circa sieben Prozent zu.

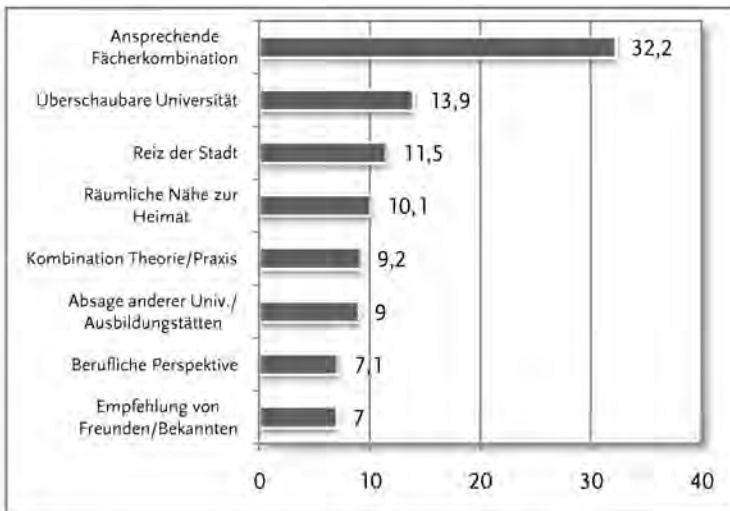


Abb. 1: Entscheidende Gründe für die Wahl des Studienortes

Angaben in Prozent, N=546 Antworten wurden gegeben; Mehrfachantworten waren möglich

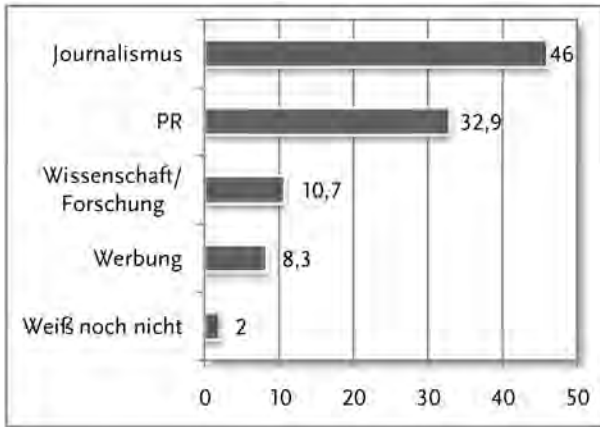


Abb. 2: Angestrebte berufliche Tätigkeit

Angaben in Prozent, N=252 Antworten wurden gegeben; Mehrfachantworten waren möglich

Von der beruflichen Tätigkeit, die sie nach dem Studium anstreben, haben nur ganz wenige Studierende – nämlich lediglich zwei Prozent der Befragten – noch keine Vorstellung (Abb. 2). Die überwiegende Mehrheit von denjenigen, die schon wissen, in welchem Bereich sie später gerne arbeiten möchten, gibt Journalismus als anvisiertes Berufsfeld an. Fast die Hälfte aller Befragten favorisiert eine journalistische Tätigkeit. Von den Studierenden der Diplom-Germanistik mit Schwerpunkt Journalistik wollen sogar mehr als zwei Drittel später im Journalismus arbeiten. Eine Beschäftigung im Bereich der Public Relations strebt rund ein Drittel aller Befragten an; in der Werbung möchten später circa acht Prozent arbeiten. Etwa ein Zehntel der Befragten nennt als Berufsziel eine Tätigkeit in Wissenschaft und Forschung.

Mit der Kommunikationswissenschaft sind die befragten Studierenden alles in allem recht zufrieden (Abb. 3). Dabei sollten

sie ihr Urteil in Form eines Polaritätenprofils auf einer sechs-stufigen Skala (von 1 = „sehr zufrieden“ bis 6 = „überhaupt nicht zufrieden“) abgeben. Etwa ein Zehntel der Befragten wählte die Option „sehr zufrieden“, etwa die Hälfte der Teilnehmer entschied sich für die Stufe 2 und zeigte sich damit insgesamt „zufrieden“. Rund ein Drittel der Befragten votierte für die Option 3 und „eher zufrieden“. Die Stufen 5 und 6 kreuzten nur insgesamt fünf der mehr als 200 Studierenden an, die befragt wurden; damit äußerten sie

deutlich ihre Unzufriedenheit mit dem gewählten Studiengang. Mit einem Anteil von zwei Prozent bleiben diejenigen, die nicht oder überhaupt nicht zufrieden sind, jedoch klar in der Minderheit.

Erhebung

Der Befragungszeitraum erstreckte sich von Mitte Dezember 2007 bis Mitte Januar 2008. Der standardisierte Fragebogen wurde in zahlreichen Lehrveranstaltungen der Kommunikationswissenschaft ausgeteilt und direkt wieder von dem jeweiligen Dozenten eingesammelt – stets mit dem Hinweis, jeder Studierende solle den Bogen nur einmal ausfüllen. Vorbereitet wurde die Befragung von Studentinnen und Studenten, die in der von Dr. Kristina Wied geleiteten Übung „Projektmanagement“ die 25-Jahr-Feier organisiert haben. Auch die Auswertung und Aufbereitung der Daten erfolgte größtenteils durch Studierende.

Studium ehemals und heute

Zudem wurden die Studierenden gebeten, einzelne Aspekte ihres Studiums mit Schulnoten von 1 („sehr gut“) bis 6 („unge-nügend“) zu beurteilen. Im Detail ergibt sich dabei folgendes Bild (Tab. 1): Zufrieden sind die befragten Studierenden vor allem mit den wissenschaftlichen Inhalten ihres Studiums; hierfür ergibt sich ein Mittelwert von 2,13. Auch die Dozenten der Bamberger Kommunikationswissenschaft werden relativ gut bewertet (Mittelwert: 2,29).



Etwas weniger, aber immer noch zufrieden zeigen sie sich mit dem Anteil an praktischer Ausbildung sowie mit der technischen und der räumlichen Ausstattung. Die Mittelwerte für diese Aspekte liegen bei rund 2,8 und 2,9.

Abb. 3: Allgemeine Zufriedenheit
Angaben in Prozent, N=232

Betrachtet man sich die Mittelwerte getrennt nach dem Geschlecht an, zeigt sich, dass es keine signifikanten Unterschiede zwischen Männern und Frauen gibt.

| | Dipl.-Germ. (Schwerpunkt Journalistik) | Magister NF Kowi | Fach- semester ≤ 5 | Fach- semester > 5 | Gesamt |
|-------------------------------------|--|---------------------|--------------------------|--------------------------|-------------|
| Wissenschaftliche Inhalte | 2,09 | 2,20 | 2,10 | 2,16 | 2,13 |
| Praxisanteil | 2,62 | 3,29 | 2,77 | 2,85 | 2,84 |
| Dozenten | 2,27 | 2,25 | 2,39 | 2,18 | 2,29 |
| Technische Ausstattung | 3,37 | 2,55 | 2,50 | 3,13 | 2,83 |
| Räumliche Ausstattung | 3,27 | 2,85 | 2,65 | 3,23 | 2,93 |
| Allgemeine Zufriedenheit | 2,49 | 2,62 | 2,35 | 2,60 | 2,50 |

Tab. 1: Beurteilung einzelner Aspekte des Studiums

Angegeben sind die Mittelwerte auf einer Skala von 1 bis 6, N=variierend

Anders sieht es bei der Betrachtung nach der Zahl der Fachsemester aus: Hier ergeben sich für die „technische Ausstattung“ und die „räumliche Ausstattung“ signifikante Differenzen. Je höher das Fachsemester, desto schlechter werden beide Aspekte bewertet. Zumindest in Bezug auf die Technik lässt sich als eine mögliche Erklärung anführen: Obwohl sich mit der Einführung der Studienbeiträge die technische Ausstattung verbessert hat, haben Studierende aus höheren Fachsemestern diese Verbesserung eventuell nicht mehr

selbst erfahren. Vor allem dann nicht, wenn sie bereits alle praktischen Pflichtübungen absolviert haben.

Interessant ist weiterhin, dass es signifikante Unterschiede in der Bewertung des Praxisanteils, der technischen und räumlichen Ausstattung zwischen Magister-Studenten und Studierenden der Diplom-Germanistik/Journalistik gibt. Während Erstere den Praxisanteil insgesamt mit 3,3 bewerten, vergeben Letztere insgesamt die Note 2,6. Die Vermutung liegt nahe, dass

Sample

Zur Auswertung lagen 232 Fragebögen vor. Diese Zahl weicht deutlich von der tatsächlichen Zahl der Studierenden der Kommunikationswissenschaft in Bamberg ab (Abb. 4). Dies liegt unter anderem darin begründet, dass eine Vielzahl von Lehrveranstaltungen in Form von Blockseminaren stattfindet, die von externen Lehrbeauftragten geleitet werden. In diesen Kursen wurde den Studierenden kein Fragebogen vorgelegt. Außerdem ist Kommunikationswissenschaft das beliebteste bzw. am häufigsten gewählte Nebenfach im Rahmen der Magisterstudiengänge der Universität Bamberg. Studierende, die sich im vergangenen Wintersemester auf ihr Hauptfach konzentriert haben, wurden deshalb nicht erfasst. Auch die zahlreichen Studentinnen und Studenten, die sich in einem Auslands- oder einem Praxissemester befunden haben, wurden bei der Erhebung nicht berücksichtigt.

Von den 232 Studierenden, die an der Umfrage teilnahmen, sind 161 weiblich und 67 männlich. Vier Teilnehmer gaben

über ihr Geschlecht keine Auskunft. Die überwiegende Mehrzahl der Studierenden befand sich zur Zeit der Befragung im ersten Fachsemester (insgesamt 52). Nur sehr wenige der Teilnehmer der Befragung studierten im elften oder einem noch höheren Fachsemester (insgesamt waren es 11).

Hinsichtlich der Studiengänge zeigt sich: Der Großteil der Befragten studiert Diplom-Germanistik mit Schwerpunkt Journalistik (78) und Kommunikationswissenschaft als Nebenfach im Rahmen der Magisterstudiengänge der Universität (insgesamt 74). 26 Studierende der Diplom-Soziologie im Schwerpunkt „PR und Kommunikation“ nahmen an der Befragung teil, ebenso wie 20 Studierende die im Rahmen diverser Diplom-Studiengänge Kommunikationswissenschaft als Wahlpflichtfach belegen. Auch Master-Studierende und Bachelor-Studentinnen und -Studenten mit Nebenfach Kommunikationswissenschaft wurden erfasst (3 bzw. 25). Es befinden sich ebenfalls einige Erasmus-Studierende im Sample (6).

die Magister-Studierenden, die von ihnen bei der abschließenden offenen Frage geäußerte Benachteiligung bei der Platzvergabe für praktische Übungen, in die Bewertung einfließen ließen.

Demgegenüber beurteilen die Magister-Studenten die technische und räumliche Ausstattung mit 2,6 und 2,9 deutlich besser als die Studierenden der Diplom-Germanistik mit Schwerpunkt Journalistik, die für diese Aspekte insgesamt die Note 3,4 und 3,3 vergeben. Eine Erklärung insbesondere hinsichtlich der technischen Ausstattung könnte sein, dass die Studierenden mit Ziel Magister-Abschluss nicht in dem gleichen Maße mit der Technik in Berührung kommen wie die Journalistik-Studenten, da sie Übungen nicht verpflichtend belegen müssen und aus diesem Grund oftmals auch keinen Platz in praktischen Kursen erhalten.

Am Ende des Fragebogens wurde den Studierenden mit der offenen Frage „Möchtest Du noch etwas zum Studium der Kommunikationswissenschaft in Bamberg anmerken?“ die Gelegenheit gegeben, sich allgemein zum Fach Kommunikationswissenschaft in Bamberg zu äußern. Einige der Befragten loben den Einsatz der Studienbeiträge und das enge Verhältnis zwischen Studierenden und Dozenten.

Dagegen bemängeln insbesondere Magister-Studierende, dass sie in der Vergangenheit nur selten an Übungen teilnehmen konnten, da medienpraktische Kurse nicht zu den Pflichtveranstaltungen im Magisterstudiengang gehören. Magister-Studierende können dementsprechend nur dann Übungen wahrnehmen, wenn dort nicht alle Plätze von Studierenden be-

legt sind, die medienpraktische Kurse verpflichtend absolvieren müssen. Diese Situation hat sich jedoch seit Einführung der Studienbeiträge verbessert.

Weiterhin finden einige Studierende die Einstellung des Studiengangs Diplom-Germanistik mit Schwerpunkt Journalistik und des Schwerpunktes „PR und Kommunikation“ im Studiengang Diplom-Soziologie sowie insgesamt die Umstellung der Studiengänge auf Bachelor-/Master-Abschlüsse bedauerlich. Im Zuge der Umstrukturierung an der Universität Bamberg wurde mit dem Master Kommunikationswissenschaft allerdings auch ein neuer Studiengang geschaffen. Angestrebt wird zudem die Einrichtung eines Bachelor-Studiengangs im Hauptfach Kommunikationswissenschaft – was sich in der Befragung ebenfalls zahlreiche Studierende wünschen.

Kommunikationswissenschaft kann bereits zum jetzigen Zeitpunkt als so genanntes Exportmodul gewählt werden. Dabei handelt es sich um Ergänzungsangebote, die die Kommunikationswissenschaft für BA-Studiengänge anderer Fächer bereit stellt. Betrachtet man die universitätsweite Fachstatistik, wird deutlich, dass Kommunikationswissenschaft – wie seit langem bei den Magisterstudiengängen – jetzt auch schon bei den Bachelor-Studiengängen das beliebteste bzw. das am häufigsten gewählte Nebenfach ist.

Tobias Wieland, Dr. Kristina Wied

Jahrbuch für Kommunikationsgeschichte

INHALT BAND 9/2007

Aufsätze:

- **Johannes Valentin Schwarz:** „Der Gegenstand böte genügend Attraktion“: Ein Forschungsüberblick zur Geschichte der jüdischen Presse des 18. bis 20. Jahrhunderts im deutschen Sprach- und Kulturraum
- **Flemming Schock:** Zur Kommunikation von Wunderzeichen in der ersten populärwissenschaftlichen Zeitschrift Deutschlands („Relationes Curiosae“, 1681–1691)
- **Annett Volmer:** Journalismus und Aufklärung: Jean Henri Samuel Formey und die Entwicklung der Zeitschrift zum Medium der Kritik
- **Holger Zaunstöck:** Populäre Musikkultur im 18. Jahrhundert? Die Genese popkultureller Praxis im Spannungsfeld von Aufklärung und Stadtraum
- **Patrick Rössler:** Vielfalt in der Gleichschaltung – die „domestizierte Moderne“ am Kiosk: Eine Lifestyle-Illustrierte zwischen Bauhaus-Avantgarde und NS-Propaganda: ‚die neue linie‘ 1929–1943
- **Silke Fengler / Stefan Krebs:** Das Schöne und der Krieg: Zur filmischen Ästhetisierung des Ersten Weltkrieges gestern und heute

Miszelle:

- **Klaus-Dieter Herbst:** Der Kalenderschatz im Stadtarchiv Altenburg
- Buchbesprechungen → Bibliografie → Register



Herausgegeben von
Holger Böning
Arnulf Kutsch
Rudolf Stöber

Jährlich 1 Band mit etwa
320 Seiten.
Jahresabonnement 2008:
€ 82,-, einzeln: € 93,-
ISSN 1438-4485

Franz Steiner Verlag

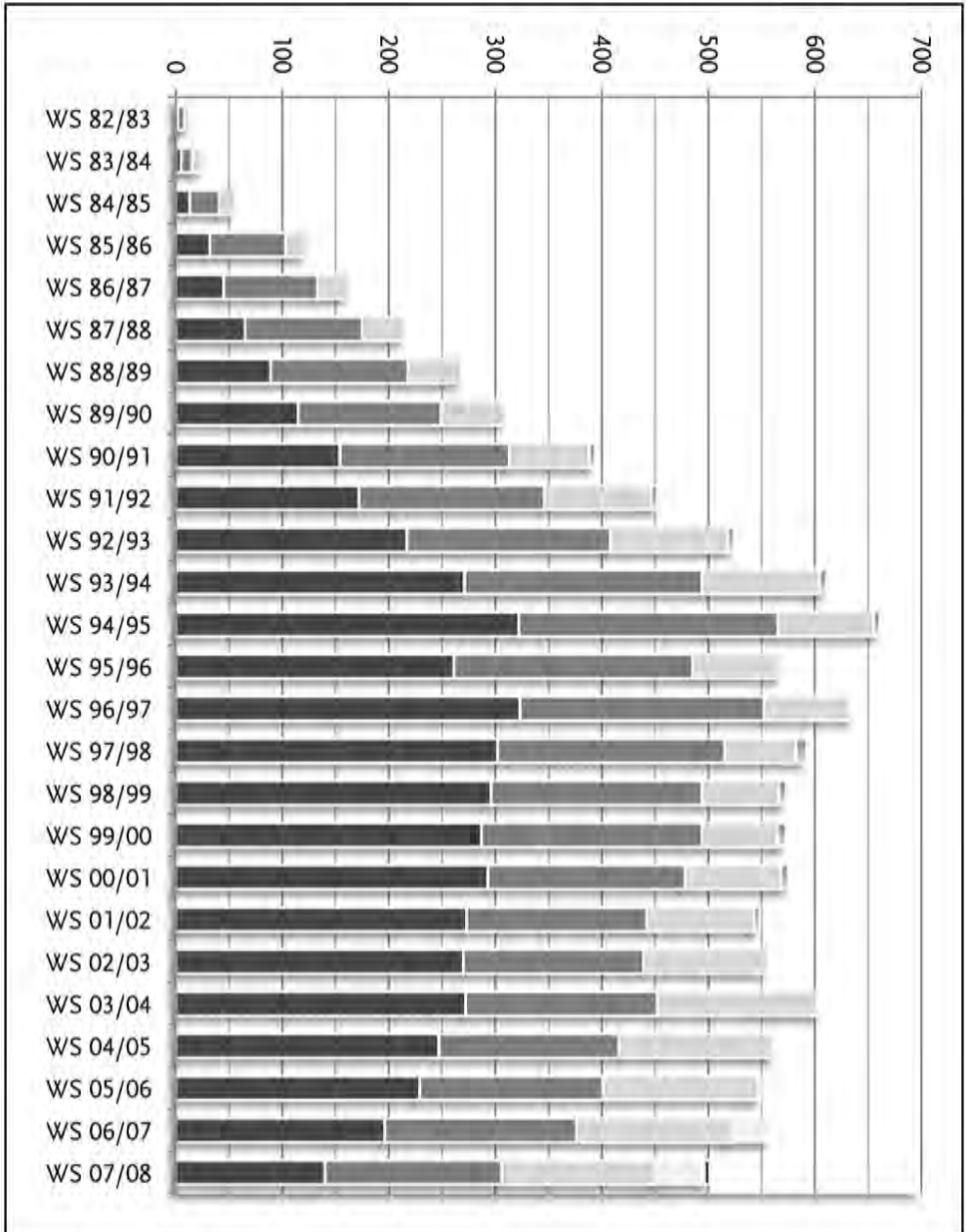
Kommunikationsgeschichte



Postfach 101061, 70009 Stuttgart
www.steiner-verlag.de
service@steiner-verlag.de

Studium ehemals und heute

Abb. 4: Immatrikulationsstatistik Kommunikationswissenschaft von Wintersemester 1982/83 bis Wintersemester 2007/08



Immatrikulationsstatistik

Die nebenstehende Immatrikulationsstatistik für die vergangenen 25 Jahre macht nicht nur die Entwicklung der Studierendenzahlen im Fach Kommunikationswissenschaft in Bamberg deutlich, sondern zeigt auch, wie beliebt Kommunikationswissenschaft als Wahlpflicht-,Schwerpunkt-, und Nebenfach ist.

Die Werte für die Diplom-Studiengänge Soziologie und Politologie mit Schwerpunkt Kommunikationswissenschaft sind Schätzwerte. Sie basieren auf Erfahrungswerten, wonach etwa 25 Prozent der Studierenden dieser Fächer sich für Kommunikationswissenschaft als Wahlpflichtfach entscheiden.

Vorsichtig geschätzt sind die Zahlen der Bachelor-Studierenden im Exportmodul Kommunikationswissenschaft. Darunter versteht man die Ergänzungsangebote, die die Kommunikationswissenschaft für BA-Studiengänge anderer Fächer liefert. Sie beruhen auf ersten Daten zu den Bachelor-Studiengängen der Fakultät GuK, innerhalb derer Kommunikationswissenschaft mit 30 bis 45 ECTS-Punkten studiert werden kann. Zur Wahl der Kommunikationswissenschaft in den BA-Angeboten der Fakultäten SoWi und WIAI liegen bislang keine Zahlen vor.

Nicht berücksichtigt wurden in dieser Statistik sowohl Promovierende als auch Studierende mit Wahlpflichtfach in diversen Diplom-Studiengängen wie Medieninformatik oder Orientalistik. Ebenfalls unberücksichtigt sind die zahlreichen Austauschstudenten geblieben.

- *Masterstudiengang KoWi
(seit WS 2006/07)*
- *Bachelor Exportmodul KoWi
(seit WS 2006/07)*
- *Ergänzungsstudiengang
Journalistik*
- *Diplom-Soziologie, Diplom-
Politologie/Schwerp. KoWi*
- *Nebenfach KoWi im
Magisterstudiengang*
- *Diplom-Germanistik/
Schwerp. Journalistik*

Chronik des Fachs

WS 1982/83

Beginn des Lehr- und Forschungsbetriebs im Fach Kommunikationswissenschaft/Journalistik. Vertretung des Lehrstuhls durch Dr. Heinz-Werner Stuibler (Nürnberg).

SS 1987

Erste Promotion im Fach Kommunikationswissenschaft von Kurt R. Hesse zum Dr. phil.

WS 1984/85

Besetzung der Sekretärinnenstelle mit Helga Meinhardt. Umbenennung des Lehrstuhls in „Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft/Schwerpunkt Journalistik“.

WS 1985/86

Berufung von Dr. Walter Hömberg auf die Professur für Journalistik.

WS 1986/87

Erste Veranstaltung des „Journalistischen Kolloquiums“, eines Diskussionsforums mit Gastreferenten aus der Praxis.

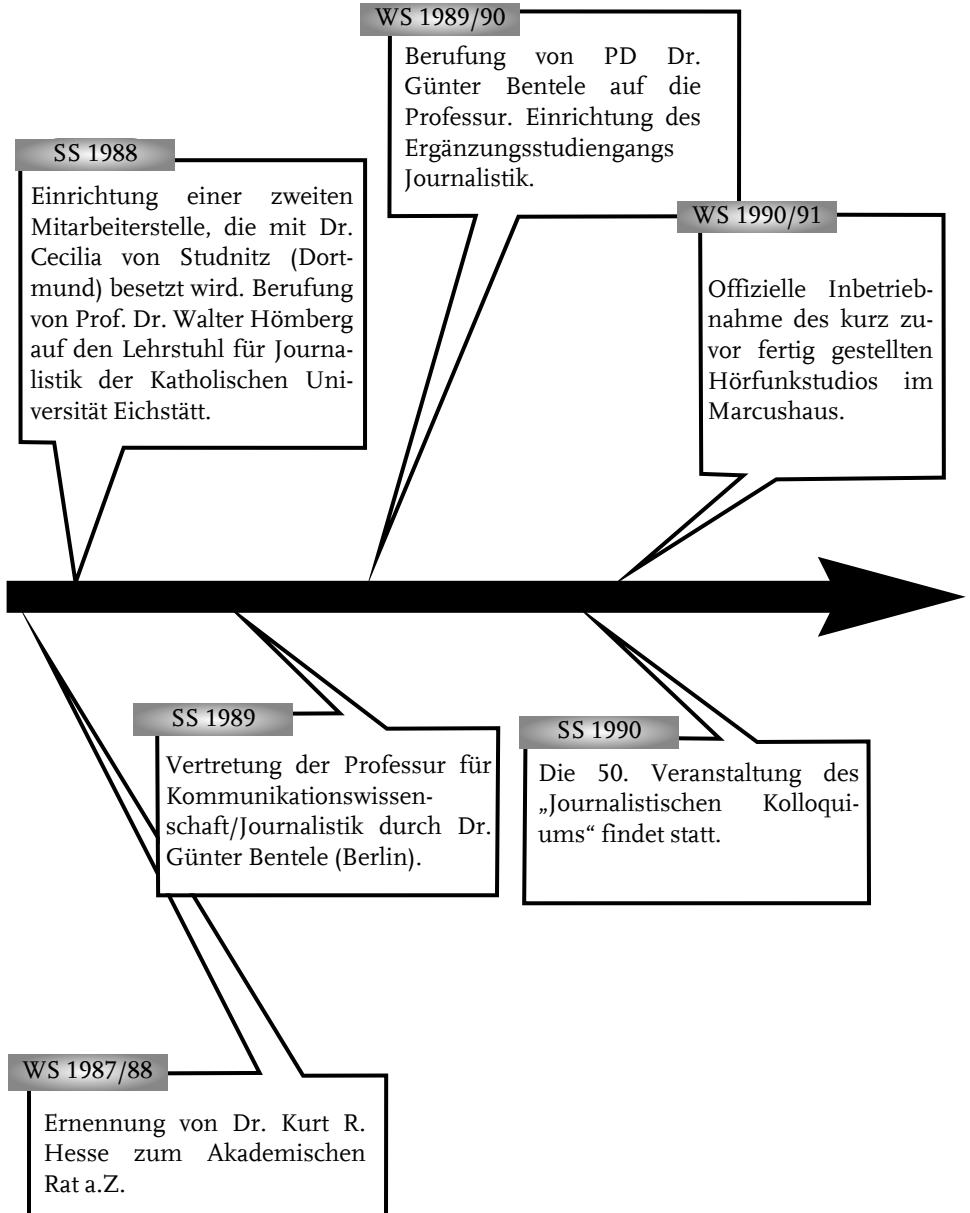
WS 1983/84

Berufung von Dr. Dr. Manfred Rühl (Stuttgart-Hohenheim) auf den Lehrstuhl Journalistik. Besetzung der Assistentenstelle mit Kurt R. Hesse, M.A. (Nürnberg).

SS 1986

Umzug des Lehrstuhls von der Kapuzinerstraße 22 ins renovierte Turmgebäude am Burgershof (U9).

Chronik des Fachs



Chronik des Fachs

WS 1993/94

Dipl.-Germ. Beatrice Dernbach (Bamberg) wird Neue wissenschaftliche Mitarbeiterin .

WS 1998/99

Etablierung der „Forschungsstelle für Neue Kommunikationsmedien“ (FoNK) mit dem Forschungsprojekt „Institutionalisierung von Computernetzen“. Wissenschaftlicher Mitarbeiter wird Dr. Joachim Höflich. Offizielle Verabschiedung von Prof. Dr. Dr. Manfred Rühl.

SS 1994

Berufung von Prof. Dr. Günter Bentele an die Universität Leipzig. Vertretung der Professur für Kommunikationswissenschaft/Journalistik durch Dr. Karin Böhme-Dürr (Berlin).

SS 1996

Neubesetzung der Professur für Kommunikationswissenschaft/Journalistik mit Prof. Dr. Anna Maria Theis-Berglmair (Augsburg).

SS 1991

Die Bamberger Kommunikationswissenschaft ist Gastgeber der Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK).

Chronik des Fachs

WS 1997/98

Promotion von Dipl.-Germ. Beatrice Dernbach zum Dr. phil.

WS 1999/00

Emeritierung von Prof. Dr. Dr. Manfred Rühl. Vertretung des Lehrstuhls durch PD Dr. Bernd Blöbaum (Dortmund). Berufung von Dr. Beatrice Dernbach auf eine Professur an der Hochschule Bremen. Vertretung der Mitarbeiterstelle durch Dipl.-Germ. Simone Richter (Bamberg). Dipl.-Soz. Jan Schmidt folgt Dr. Joachim Höflich nach, der eine Professur an der Universität Erfurt antritt.

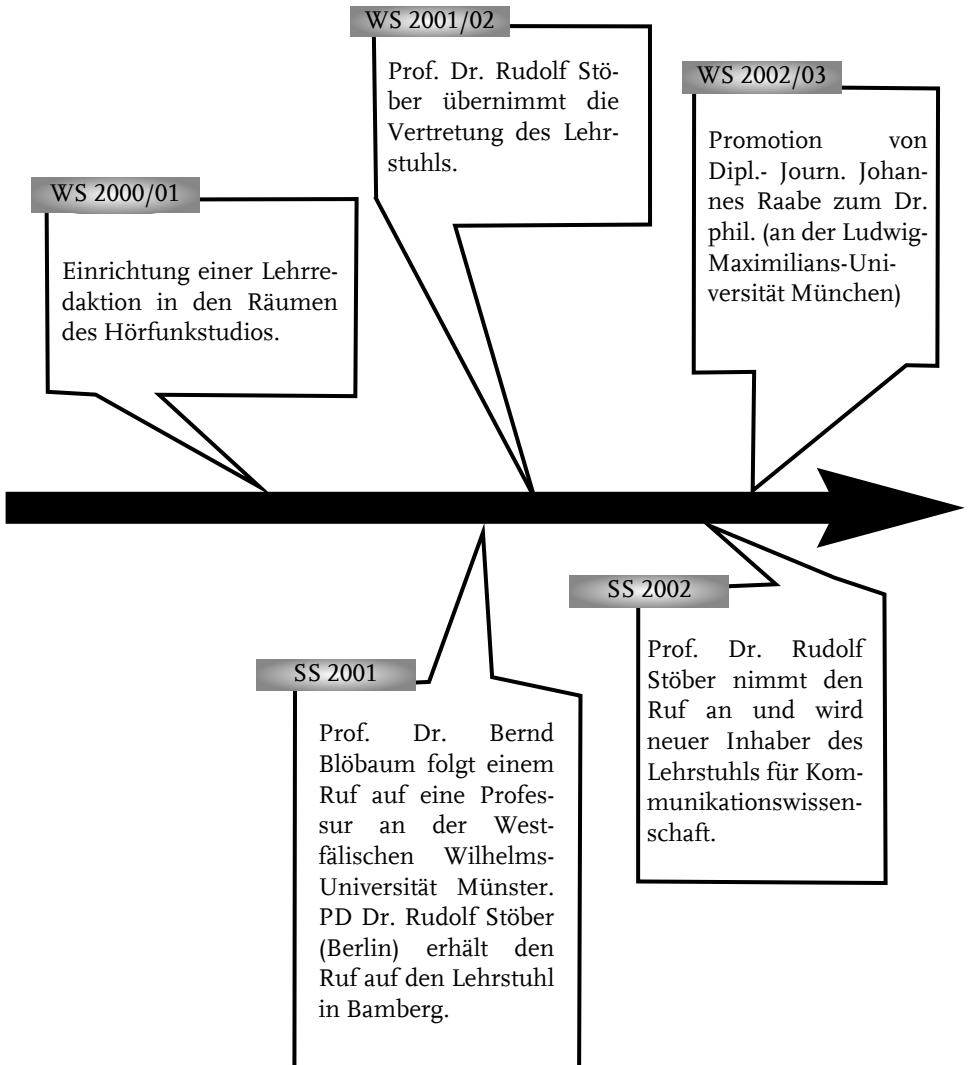
SS 2000

Dipl.-Journ. Johannes Raabe (München) wird wissenschaftlicher Mitarbeiter des Lehrstuhls.

SS 1999

Vertretung des Lehrstuhls für Kommunikationswissenschaft/ Schwerpunkt Journalistik durch den bisherigen Inhaber Prof. Dr. Dr. Manfred Rühl.

Chronik des Fachs



WS 2003/04

Antrittsvorlesung von Prof. Dr. Thomas Gruber zum Thema „Journalismus als Dienst an der Gesellschaft“.

SS 2005

Dipl.-Journ. Kristina Wied (Münster) wird Nachfolgerin von Dr. Cecilia von Studnitz. PD Dr. Andreas Vogel nimmt die Lehre in der Kommunikationswissenschaft auf.

SS 2003

Dr. Thomas Gruber, Intendant des Bayerischen Rundfunks, erhält eine Honorar-Professur für Medienmanagement und Kulturvermittlung.

WS 2004/05

Dr. Cecilia von Studnitz geht in den Ruhestand. Habilitation von Dr. Andreas Vogel. Promotion von Dipl.-Soz. Jan Schmidt zum Dr. rer. pol. Start des DFG-Projekts „Digitalisierung der Amtspresse Preußens in der 2. Hälfte des 19. Jahrhunderts“.

Chronik des Fachs

WS 2006/07

Start des DFG-Projekts „Wikis in Organisationen versus im öffentlichen Raum – Konstitutionsbedingungen virtueller Kollaborationssysteme“; wissenschaftlicher Mitarbeiter wird Dipl.-Soz. Florian L. Mayer (Bamberg). Promotion von Dipl.-Journ. Kristina Wied zum Dr. phil. (an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster). Einrichtung des Master-Studiengangs „Kommunikationswissenschaft“, Start des Ergänzungsmoduls Kommunikationswissenschaft für BA-Studiengänge anderer Fächer. In einem Projekt entsteht das Magazin „UNIChron“. Start der Vortragsreihe „Journalismus und Web 2.0“.

SS 2006

Rechtsanwalt Dr. Gero Himmelsbach (München) wird zum Honorar-Professor für Medienrecht ernannt

WS 2005/06

Start des DFG-Projekts „Praktiken des onlinegestützten Netzwerkes – Stellenwert und Konsequenzen von ‘social software’ für die Strukturierung interpersonaler Kommunikation“; Dr. Jan Schmidt finanziert so seine eigene Stelle.

WS 2007/08

Prof. Dr. Gero Himmelsbach hält seine Antrittsvorlesung zum Thema „Presse, Richter, Prominente – Wer bestimmt das öffentliche Interesse?“ Dr. Kristina Wied wird zur Akademischen Rätin z.A. ernannt. Promotion von M.Sc. Steffen Blaschke zum Dr. rer. pol. (an der Philipps-Universität Marburg). Dr. Jan Schmidt wechselt an das Hans-Bredow-Institut nach Hamburg.

SS 2008

Dipl.-Soz. Florian L. Mayer vertritt Dr. Johannes Raabe, der an der Universität in Leipzig eine Hochschuldozentur wahrnimmt.

SS 2007

Die Bamberger Kommunikationswissenschaft ist erneut Gastgeber der Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPK). Einrichtung einer aus Studienbeiträgen finanzierten zusätzlichen Mitarbeiterstelle, die mit Dr. Gabriele Mehling (München) besetzt wird. Steffen Blaschke, M. Sc., wird Mitarbeiter der FoNK im Projekt der VW-Stiftung „Wikis in Organisationen: Von der Erfindung zur Innovation“.

Übersicht von Wintersemester 2005/06 bis Wintersemester 2007/08

Wintersemester 2007/08

Apel, Dörte:

Zwischen Trabi-Ostalgie und Stasi-Kritik: Die filmische (Re-)Konstruktion der DDR im deutschen Nachwendekino. Eine Analyse der Filme „Sonnenallee“, „Good Bye Lenin“ und „Das Leben der Anderen“.

Bartel, Stefanie:

Film- und Fernsehproduktionsstätten in Deutschland, den USA und Osteuropa.

Gerstung, Hendrik:

„Movers and Shakers“ aufgepasst – Die Markteinführung der VANITY FAIR in Deutschland.

Glockmann, Tina:

Trendsetter – Trendentdecker? Der Umgang von PR-Agenturen mit künftigen Umwelten.

Grimminger, Julia:

Mediale Öffentlichkeit. Aushandlungsprozesse und wechselseitiger Einfluss zwischen politischer PR und Mediensystem.

Hämmerling, Ina:

Zwischen Legitimation und Quote – Ein organisationstheoretischer Blick auf das Bildungsfernsehen als Institution.

Hausmann, Katrin:

Die TIME-Industrie: (Neue) Akteurskonstellationen und Herausforderungen.

Holzmann, Britta:

Klinsman(n)ie – Euphorie und Verdammnis. Analyse der Berichterstattung zu DFB-Bundestrainer Jürgen Klinsmann von seiner Ernennung bis zu seinem Abschied.

Klaunig, Nadine:

Die Bambi-Verleihung – Aufmerksamkeitsökonomische und systemtheoretische

Analyse eines Medienereignisses.

Krell, Judith:

Weblogs. Potenziale und Risiken eines neuen Kommunikationskanals für die externe Unternehmenskommunikation.

Rostoshvili, Tamara:

Die Konstruktion des postsowjetischen Georgiens in der deutschen überregionalen Presse.

Schenk, Katrin:

Gesellschaft – Auto – Museum. Das Firmenmuseum als Ausdruck des gesellschaftlichen Transformationsprozesses.

Sommersemester 2007

Bauer, Carolin:

Die (Selbst-)begrenzung von Medien in der Gesellschaft – dargestellt am Beispiel der Berichterstattung des ZDF über ausgewählte Fälle in der journalistischen Praxis.

Borgmann, Friederike:

Intranet statt Mitarbeiterzeitschrift? Eine vergleichende Analyse von Medien der internen Kommunikation in einem multinationalen Unternehmen, dargestellt am Beispiel der Deutschen Bank.

Dapper, Nicole:

Crossing borders in Communications: Intercultural Encounters between British and Asians in Literature and Film.

Eglseder, Isabel:

Die PR-Arbeit der adidas AG. Eine Medienresonanzanalyse am Beispiel der Fußball-Weltmeisterschaft 2006.

Forro, Barbara:

Israel im Fokus deutscher Medien. Die Berichterstattung über den Libanon-Krieg 2006 in ausgewählten Printmedien.

Freund, Clarissa:

Werbung in offline- und online-Medien. Ein Vergleich der Werbung in den Print- und online-Zeitschriften „Der Spiegel“, „Eltern“ und „Fit for fun“.

Hanisch, Sebastian:

Der polnische EU-Beitritt in der deutschen Presse am Beispiel der Frankfurter Allgemeinen Zeitung und der Süddeutschen Zeitung.

Jeske, Ines:

Von der Enthüllung zur Empörung – Politische Skandale und Skandalberichterstattung am Beispiel der BND-Bespitzelungsaffäre.

Kaun, Jana:

Kirchliche Ereignisse als „Event“: Der Papstbesuch in Bayern.

Krieger, Christina:

Corporate Identity. Eine theoretische Analyse unter besonderer Berücksichtigung der internen Wirkung.

Kob, Stefanie:

Kino und sein Publikum: Veränderung der Nutzungsweisen eines Mediums.

Kugel, Ira:

Investigative Recherche im deutschen Journalismus – Chance zur Durchbrechung redaktioneller Routineprogramme.

Lechner, Carina:

In Bayern stept der Braunbär. Der Einfluss von Nachrichtenfaktoren und Frames auf die Berichterstattung über „JJ1“.

Müller, Kurt:

Personenbezogene PR-Strategien dargestellt am Beispiel des Leiters einer Kinder- und Jugendpsychiatrischen Einrichtung.

Osel, Johann:

Stefan Heyms journalistische Prosa.

Pätzold, Mareike:

Der Einfluss der „Neuen Medien“ auf den Hörfunk – Vergangenheit und Zukunft des Radios.

Sauter, Simone:

IPTV – Fernsehen im Umbruch. Wie Unternehmen mit dieser Innovation umgehen.

Seitz, Ulrike:

Der Offene Kanal in Deutschland – Möglichkeit für Bürgerbeteiligung oder obsoletes Modell in einer digitalen Welt? Eine Analyse für den Hörfunkbereich am Beispiel eines freien Lokalradios und eines digitalen Studentenradios.

Stifter-Moquenco, Isabell:

Vom Leser zum „Produser“. Über die Einbindung von User-Generated Content am Beispiel Neon.de.

Wintersemester 2006/07

Richter, Simone:

Joseph Goebbels – der Journalist. Darstellung seines publizistischen Werdegangs 1923 bis 1933. (Dissertation)

Armah, Agnes:

Die Ausländerberichterstattung in der überregionalen deutschen Tagespresse.

Geißdörfer, Esther:

Erfolgsrezept Telenovela? Eine deskriptive und analytische Untersuchung des Genres in den Ländern Mexiko und Deutschland.

Herrmann, Martina:

Die Übernahme von Radio Berlin International durch die Deutsche Welle.

Huber, Stefanie:

Jugendangebote in Tageszeitungen – dargestellt am Beispiel der Verlagsgruppe

„Straubinger Tagblatt/Landshuter Zeitung“.

Kötter, Katharina:

Die Funktionen und Rahmenbedingungen der deutschsprachigen Presse in Prag seit 1989 – eine Medienlandschaft im Kontext der Transformation.

Landmann, Anne-Karina:

„Provisorische Bestimmungen hinsichtlich der Presse“ – Die Berichterstattung des Fränkischen Merkurs vor, während und nach den Karlsbader Beschlüssen von 1819.

Löhr, Sabrina:

Konfliktkommunikation – Eine Fallstudie am Beispiel des Automobilzulieferers FTE automotive GmbH.

Müller, Holger:

Media and Mediaevalism. Arthurian Audio Drama.

Neupert, Marc:

Die Berichterstattung zur EU-Osterweiterung in „Der Spiegel“ und „Focus“.

Pflug, Inga:

Löwenzahn. Ein Wissensmagazin für Kinder im Fernsehen und als Print-Ausgabe.

Prechtl, Kathrin:

Krisenkommunikation bei der MAN Nutzfahrzeuge AG: Die Routinisierung des Unerwarteten.

Scholz, Simone:

Silvio Berlusconi versus Rupert Murdoch: Eine vergleichende Analyse der Berichterstattung in der Überregionalen Presse.

Ulrich, Dirk-Claas:

Netzbaasierte Kommunikation. Ein Vergleich systemtheoretischer und netzwerktheoretischer Ansätze zur vernetzten Kommunikation.

Sommersemester 2006

Bernmüller, Verena:

Videojournalismus und seine Auswirkungen auf die Redaktionsstrukturen – dargestellt am Beispiel der aktuellen Fernsehredaktion des BR-Studio Franken.

Dommer, Anja:

Event-Marketing als imagebildender und identitätsfördernder Faktor im Rahmen der integrierten Kommunikation.

Fittrang, Peter Götz Herbert:

Die Darstellung von George W. Bush und John F. Kerry in den deutschen Nachrichtenmagazinen Spiegel und Focus.

Kammerer, Anja:

Die kommunikationspolitische Diskussion um die geplante Novellierung des Pressefusionskontrollgesetzes.

Kirsch, Stefan:

Terrorismus als Kommunikationsstrategie. Die Terrorberichterstattung in FAZ und SZ.

Langer, Christian:

Das Internet als Wissens- und Informationsmedium. Eine kritische Analyse des Konzepts der digitalen Spannung.

Lommatzsch, Stefan:

Kultur und Gesellschaft. Die Transformation des Kulturbegriffs.

Maier, Dominik Xavier:

Politische Kommunikation in der Mediendemokratie: Institutionelle Herstellung und mediale Darstellung von Politik.

Peer, Michael:

Wege aus der Gratisfalle. Geschäftsmodelle und Refinanzierungsstrategien von Online-Zeitungen regionaler und lokaler Zeitungshäuser.

Schmiedel, Sabine:

Funktionen einer Modezeitschrift. Eine empirische Untersuchung zur Mediennutzung, dargestellt am Beispiel InStyle.

Seemüller, Angelika:

Die NSDAP und die Presse in Bamberg.

Seger, Natascha:

NEON – Zwischen Polit- und Lifestylemagazin. Die Positionierung einer neuen Zeitschriftenidee.

Wintersemester 2005/06

Alsheimer, Caroline:

Ohren auf – Die Umsetzung des Bildungsauftrags im öffentlich-rechtlichen Hörfunk unter besonderer Berücksichtigung der Stiftung Zuhören.

Bogenreuther, Kathrin:

Funktionsauftrag und Selbstverständnis des öffentlich-rechtlichen Fernsehens – 20 Jahre nach der Einführung des dualen Rundfunksystems.

Feneberg, Barbara:

Zeitschriften für die Zielgruppe der Älteren.

Geiger, Boris:

„Evolution der Television?“ Die Verwendung von Unterhaltungselementen in Informationsprogrammen als adaptive Konsequenz.

Herzog, Claudia:

Konstruktion und mediale Vermittlung von Stereotypen in der US-amerikanischen Cartoon-Serie „South Park“.

Kropfeld, Kerstin:

Online contra Print? Das Online-Engagement der Frankfurter Allgemeinen Zeitung und der Süddeutschen Zeitung – Eine Fallstudie zum Rieplschen Gesetz.

Loher, Karin:

Der Einfluss der Politik auf die Entwicklung des Privatfernsehens. Ein Vergleich zwischen Italien und Deutschland.

Mergner, Corinna:

Strategien des Imagewandels von Sanitätshäusern: Der PR-Service von medi Bayreuth.

Prinz, Annekathrin:

Pseudo-Dokumentarismus: Ein neues Phänomen?

Sandner, Ulrike:

Sportsponsoring in der Unternehmenskommunikation. Analyse und Bewertung zweier Strategien.

Schreckenberg, Bernd:

Der Weg zur modernen deutschen Satire. Satire in der Selbstreflexion ausgewählter deutscher Satiriker des 20. Jahrhunderts.

Spohn, Davina:

Die Selbstbeschreibung von Unternehmen via Homepage im Hinblick auf Agenda-Mainstreaming.

Das muss gefeiert werden

Studierende organisieren Jubiläum der Kommunikationswissenschaft

Seit etwa zehn Jahren haben Studierende der Kommunikationswissenschaft in Bamberg die Möglichkeit, in der Übung „Projektmanagement“ unter weitgehend realen Bedingungen Veranstaltungen zu organisieren. Ziel der Übung ist jeweils die Konzeption, Planung und Durchführung eines Organisationsprojekts. Das Projekt wird von den Studierenden in der Regel selbst gewählt – von einigen Ausnahmen abgesehen. Eine dieser Ausnahmen ist die Übung, die im vergangenen Herbst begonnen und die in diesem Sommersemester weitergeführt wurde. Ihr Thema war: „25 Jahre Kommunikationswissenschaft an der Otto-Friedrich-Universität Bamberg“.

Unter der Leitung von Dr. Kristina Wied arbeiten seit Oktober 2007 etwa 20 Studentinnen und Studenten an der Umsetzung der Jubiläumsfeierlichkeiten zum 25-jährigen Bestehen der Bamberger Kommunikationswissenschaft – stets in enger Absprache mit den Lehrenden.

Um ein intensives, zielorientiertes Arbeiten garantieren zu können, wurden die Studierenden in vier verschiedene Teams eingeteilt: Das „Koordinationsteam“ kümmerte sich um finanzielle Fragen, suchte nach Sponsoren und stellte einen Kostenplan auf. Auch Öffentlichkeitsarbeit gehörte zu den Aufgaben dieses Teams. Das „Eventteam“ sorgte für die Gestaltung des Festakts, machte Vorschläge zum Ablauf des Festprogramms und holte Angebote von Caterern ein. Das „Festschriftteam“ konzipierte die vorliegende Publikation,

betreute sie redaktionell und setzte das Layout um. Das „Alumni-Team“ war schließlich damit betraut, einen Alumni-Verein für die hiesige Kommunikationswissenschaft zu gründen.

Um dieses umfangreiche Projekt auf die Beine zu stellen, umfasste die Übung nicht wie sonst üblich ein, sondern zwei Semester. So blieb genügend Zeit, auf Basis theoretischer Grundlagen die praktische Arbeit gezielt anzugehen und umzusetzen.

Neben den zahlreichen praktischen Erfahrungen, die die Studierenden in der Übung „Projektmanagement“ sammeln können, erhalten sie nach erfolgreichem Abschluss des Projekts ein Zeugnis als Nachweis ihrer Tätigkeiten.

Unser Dank gilt ganz besonders unserer Projektleiterin Dr. Kristina Wied für die gute Zusammenarbeit und die fachliche Unterstützung. Ebenso bedanken wir uns bei Dr. Monica Fröhlich, Leiterin des Dezernats „Kommunikation & Alumni“ der Otto-Friedrich-Universität, sowie ihrer Mitarbeiterin Ulrike Fleischer für ihre Hilfestellungen. Nicht vergessen dürfen wir Claudia Seidel, die Sekretärin der Kommunikationswissenschaft, die stets ein offenes Ohr für unsere Anliegen hatte und uns tatkräftig bei den organisatorischen Abläufen unterstützte.

Leonie Becker und Sophie Regenhardt
Assistenz der Projektleitung

NEU: KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT



Michael Schaffrath (Hrsg.)

Traumberuf Sportjournalismus

Ausbildungswege und Anforderungsprofile in der Sportmedienbranche

Das Buch „Traumberuf Sportjournalismus“ bietet einen konkreten Einblick in sämtliche Berufsfelder der Sportmedienbranche – vom Fernsehen und Hörfunk über Zeitung und Zeitschrift bis zu Presseagentur und das Internet. Praktiker beschreiben die Praxis. Prominente Sportchefs stellen die jeweiligen Ausbildungswege, Anforderungsprofile und Arbeitsmarktchancen dar. Nachwuchsredakteure illustrieren Startschwierigkeiten und typische Anfängerprobleme.

368 S., 19,90 €, br., ISBN 978-3-8258-0139-7



Sandra Reimann (Hrsg.)

Werbung hören

Beiträge zur interdisziplinären Erforschung der Werbung im Hörfunk

Im Mittelpunkt des Symposiums „Werbung hören“ im April 2006 an der Universität Regensburg standen Vorträge und Kleingruppen-workshops zur wissenschaftlichen Analyse, Produktion und Rezeptionsforschung sowie zum Stand der Hörfunkwerbung und zur Zukunft des Hörfunks. Neben der Präsentation der wichtigsten Ergebnisse dieser Zusammenarbeit von Theorie und Praxis erfolgt ein weiterführender Blick in die sprachwissenschaftliche Analyse von Hörfunkwerbung.

192 S., 19,90 €, br., ISBN 978-3-8258-0525-8

Christian Klenk

Ein deutscher Papst wird Medienstar

Benedikt XVI. und der Kölner Weltjugendtag in der Presse

Im Zusammenhang mit dem Tod Johannes Pauls II., der Papstwahl, dem Kölner Weltjugendtag und der Bayernreise von Benedikt XVI. haben deutsche Medien in einem bis dahin nicht erlebten Ausmaß über die Institution Katholische Kirche, Glaube und Religion berichtet. Die Studie analysiert am Beispiel der Presseberichterstattung über den Weltjugendtag 2005, wo die Schwerpunkte bei der Themenwahl lagen und wie einzelne Aspekte bewertet wurden.

248 S., 19,90 €, br., ISBN 978-3-8258-0930-0

Gesamtübersicht: www.lit-verlag.de

Gesamtverzeichnis und Fachkataloge senden wir Ihnen gerne zu.

LIT Verlag

Berlin – Hamburg – London – Münster – Wien – Zürich

Fresnostr. 2 D-48159 Münster Tel. 0251-62 032 22 Fax 0251-922 60 99 E-Mail: vertrieb@lit-verlag.de