

Rezeption Kultur
Sozialisation Integration
Medien Form
Mensch
Politik Inhalt

Medienkultur im Wandel

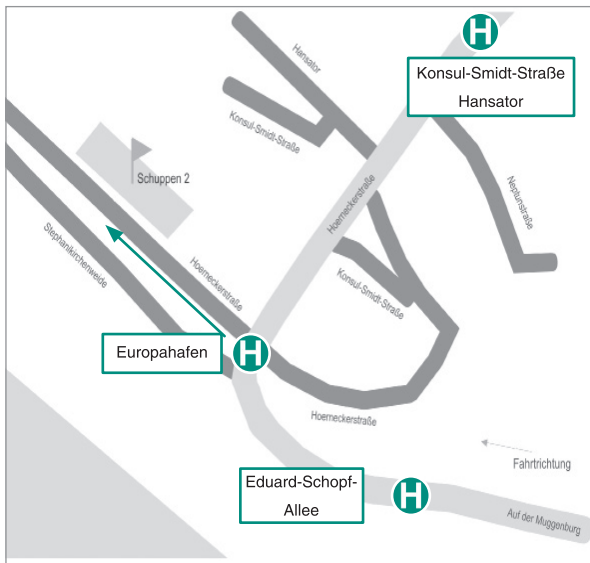
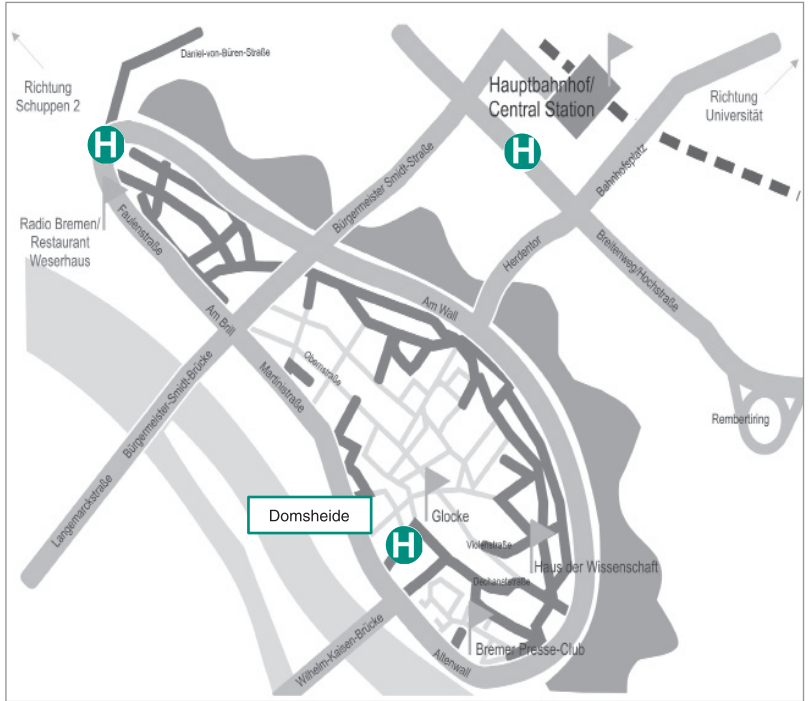
54. Jahrestagung

der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft

Medienkultur im Wandel

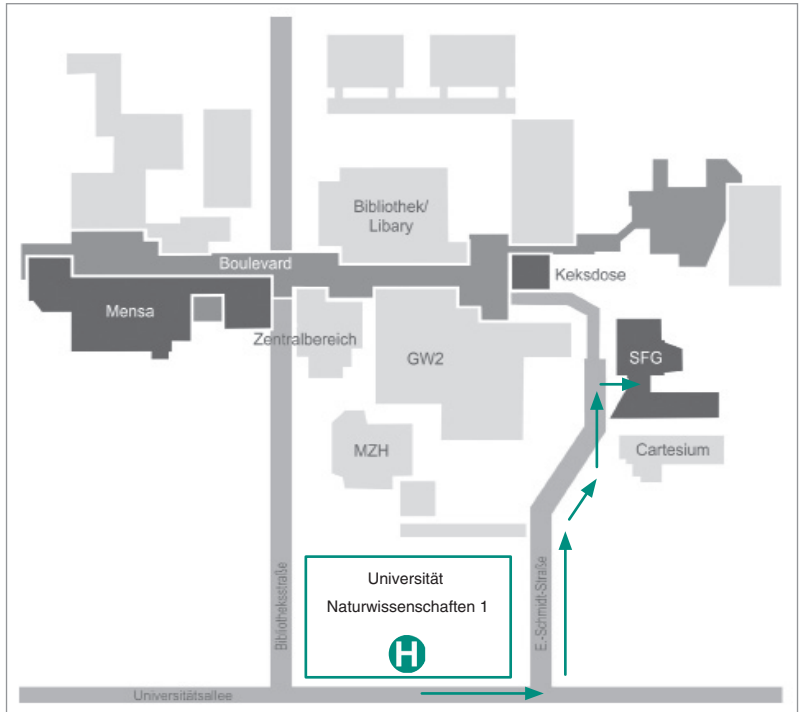
29. April bis 1. Mai 2009
in Bremen

Innenstadt Bremen



Hafen / Schuppen 2

Campus Universität Bremen



1020, 1030, 1040
 2010, 2020, 2030, 2040, 2080
 Großer Saal
 SFG-Cafeteria
 Mensa

SFG, 1. Obergeschoss
SFG, 2. Obergeschoss
Keksdose
SFG Erdgeschoss
Zugang über Boulevard

Straßenbahn

Zur Universität von Bahnhof / Central Station

Richtung Universität, Linie 6

Ausstieg Universität / Naturwissenschaften 1 / Universum

Zu Radio Bremen von Universität Naturwissenschaften 1 / Universum

Richtung Flughafen, Linie 6

Umstieg Domsheide Linie 2/3, Richtung Gröpelingen

Ausstieg Radio Bremen

Zum Schuppen 2 von Universität Naturwissenschaften 1 / Universum

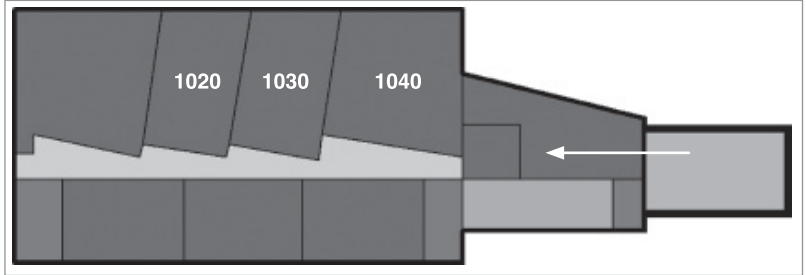
Richtung Flughafen, Linie 6

Umstieg Domsheide Linie 3, Richtung Gröpelingen

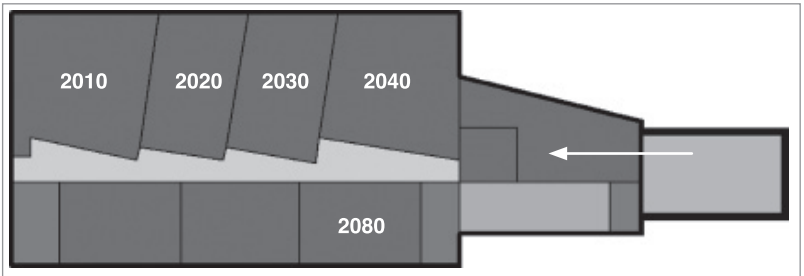
Ausstieg Europahafen

Lageplan | Räumlichkeiten

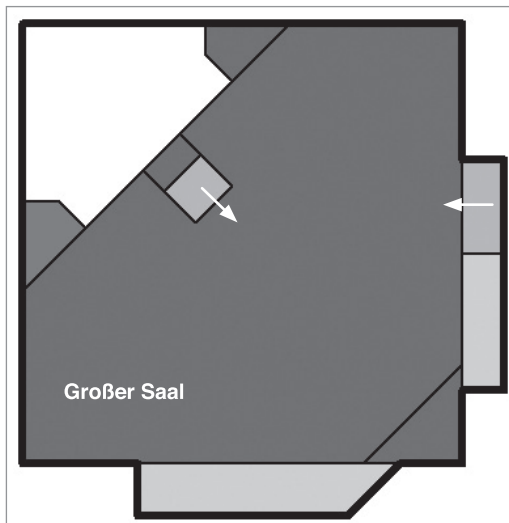
SFG 1. Obergeschoss



SFG 2. Obergeschoss



Keksdose / 2. Obergeschoss



<p>9.30-10.30</p>	<p>Cultures, Changes and Technologies: Contextualist Perspectives</p>
<p>Keksdose Großer Saal</p>	<p>Moderation: Andreas Hepp Universität Bremen David Morley Goldsmiths, University of London</p>
	<p>This paper will outline the principles of a contextualist approach to the study of the cultural significance of contemporary media/technological change. Alternative approaches, focussing more closely on the specifications of the technologies concerned, and on their consequences or effects, will also be reviewed. The significance, in these respects, of some of the key thematic trajectories identified in the conference outline – eg individualisation, globalisation and digitalisation – will be discussed, as will more general issues of ‘futurology’. These matters will be situated temporally, in relation to longer term historical perspectives, and spatially, in relation to the differential geography of media/technological development. Specific attention will be paid here to the significance of cultural studies’ characteristic emphasis on the development of ‘grounded theories’ in the analysis of these phenomena.</p>
<p>11.00-12.00</p>	<p>Power, Media Culture and New Media</p>
<p>Keksdose Großer Saal</p>	<p>Moderation: Andreas Hepp Universität Bremen Robin Mansell London School of Economics and Political Science</p>
	<p>In this keynote, I critically examine claims that there is a sustainable shift in power related to the spread and intensive use of new media. I locate my analysis within ongoing debates about mediation and why it matters. Some argue forcefully that changes in digital media limit the capacities of social groups to contest established power arrangements; others claim a strong link between the spread electronic social networks and empowerment. What should be our position with respect to these claims and counterclaims? How should we assess available evidence and how helpful is it to locate the discussion within a consideration of the specificity of mediated environments? In this presentation I tackle some of these difficult questions, offering a skeptical view of strong claims about the capacity of new media to empower in any straightforward manner.</p>
<p>11.00-12.00</p>	<p>Werte der Aufklärung – Aufklärung der Werte</p>
<p>Keksdose Großer Saal</p>	<p>Moderation: Holger Böning, Michael Nagel Universität Bremen Hans Adler University of Winsconsin-Madison</p>
	<p>Dass die Aufklärung prominenter Bezugspunkt für die modernen Medien ist, ist unbestritten. Unklar ist heute freilich, was denn mit „Aufklärung“ überhaupt gemeint sei. Unser Blick auf „die“ Aufklärung hat sich erheblich gewandelt. Dieser Beitrag geht ein auf das Faktum, dass „Aufklärung“ ein komplexer Leitwert ist, der seinerseits auf Werten aufruh, die historisch veränderlich sind. Die Gleichung: Aufklärung = Rationalismus ist ein Mythos ebenso wie die Annahme, Aufklärung sei transhistorisch und transkulturell gültig. Eine Besinnung auf die historischen Werte der Aufklärung ist deshalb zugleich eine Besinnung auf die Werte, an denen wir uns orientieren. Werte sind nicht ‚gegeben‘, sondern kontext- und systemabhängig. Deshalb kann eine Besinnung auf aufklärerische Werte nicht bloß individuell vollzogen werden, sondern braucht die öffentliche Diskussion. Als Leitfaden für diesen Plenumsvortrag dient die erfolgreichste Preisfrage des 18. Jahrhunderts, die Friedrich II. (der Große) seiner Akademie für das Jahr 1780 aufoktroierte: „Nützt es dem Volke, betrogen zu werden?“</p>

13.00-14.30

SFG 1040

Panel 1: Theorien der Medienkulturforschung

Moderation: Matthias Karmasin | Alpen-Adria Universität Klagenfurt

Irene Neverla | Universität Hamburg

Zeit als Schlüsselkategorie der Medienkultur und ihrer Wandlungsprozesse

Jede Kommunikation vollzieht sich in Zeit und Raum. In der Kommunikationswissenschaft klafft jedoch eine zeittheoretische Lücke. Sozialwissenschaftlich betrachtet ist Zeit ein durch menschliche Interaktion geschaffenes Referenzsystem zur Koordination eben dieser Interaktion. Zeit in der Moderne unterliegt einem permanenten Ökonomisierungs- und damit Beschleunigungsdruck, zu dem sich nun – durch die Verbreitung der neuen digitalen Technologien – auch gegenläufige Ökologisierung- und Entschleunigungsoptionen anbieten. Alles in allem lässt sich dieser widersprüchliche Prozess als ‚polychrone Zeitkultur in der Moderne‘ bezeichnen, was folgerichtig auch eine ‚polychrone Medienkultur‘ impliziert. Denn jede Zeitkultur in jeder Epoche ist den Kommunikationen eingeschrieben, und zwar in Form von ‚Zeitgestalten‘ der Medien und ihrer Rolle als ‚soziale Zeitgeber‘, als auch in den individuellen Kommunikationsformen der Menschen.

Im Vortrag sollen diese Grundüberlegungen auf drei kommunikationswissenschaftliche Felder angewendet und ihr theoretisches und empirisches Potenzial umrissen werden: das Feld der Medienproduktion, insbesondere des Journalismus und seines zentralen Postulats der Aktualität; das Feld der Medien und ihrer Angebote, insbesondere im Hinblick auf die vorgebliche Eliminierung von Zeit durch digitale Technologien; und das Feld der Rezeptions- und Wirkungsforschung, insbesondere im Lichte der Online-Nutzung.

Friedrich Krotz | Universität Erfurt

Kommunikations- und Medienwissenschaft unter den Bedingungen von Medienkultur

In dem Vortrag wird erstens Medienkultur als Kultur behandelt und in Anlehnung an Clifford Geertz als „Bedeutungsgewebe“ charakterisiert, das von den Menschen in ihrem sinnbezogenen Handeln hergestellt wird. Zweitens wird die Transformation von Kultur in Medienkultur diskutiert – diese Entwicklung wird in ihrem Zustandekommen sowie in ihren Auswirkungen auf Kultur und Gesellschaft charakterisiert. Drittens geht es vor diesem Hintergrund um die Anforderungen an eine Kommunikations- und Medienwissenschaft in Medienkulturen und mediatisierter Gesellschaften. Sie muss sich verstärkt mit den kulturellen und historischen Bedingungen von Kommunikation, ihren Formen und den daraus entstehenden Veränderungen von Alltag und Identität, sozialen Beziehungen und Institutionen, Kultur und Gesellschaft beschäftigen. Sie unterscheidet sich dabei von Kommunikationssoziologie etwa in ihrem Menschenbild oder in ihrem Bezug zur Semiotik, über die Bedeutungsgenerierung rekonstruiert werden kann.

Marian Adolf | Zeppelin University Friedrichshafen

Under construction: Media Culture research and its theoretical heritage

Although increasingly in use, media culture – as a concept of theorising and researching contemporary media environments – remains strangely vague. It is often used as a descriptive term for the distinct sensory experience and the social practices that emanate from a certain medium, a certain spatial or temporal mode of mass communication (and reception). Thus, as a concept that both approaches mediated communication and its ramifications from the perspective of culture and emphasizes the way media and its products are always already embedded in the everyday lives of the people, it might exactly be this ambiguity that makes it such an exciting domain of media and cultural studies. In tracing its theoretical roots I try to establish what media culture might have to offer for the study of contemporary media life, placing it within a critical tradition of media and communication studies that seeks to conserve strands of early sociological accounts of media, of the Birmingham tradition relating to more recent attempts of sketching media culture as the study of contemporary media societies.

13.00-14.30

SFG 1030

Panel 2: Diasporische Medienkulturen

Moderation: Barbara Thomaß | Ruhr-Universität Bochum

Caroline Düvel | Universität Bremen

Dimensionen des Medienkulturwandels am Beispiel digitaler Medienaneignung: Kommunikative Vernetzungen russischer Diasporaangehöriger per Internet und Mobiltelefon

Der Beitrag beschäftigt sich mit einer Analyse kommunikativer Vernetzungsprozesse russischer Migranten über digitale Medien. Vor dem Hintergrund zunehmender Mediatisierungsprozesse sind es nicht mehr nur die traditionellen Massenmedien, sondern vielmehr digitale Medien, die Verbindungen zwischen Menschen intensivieren. Die hier ansetzende empirische Studie kann mittels qualitativer Interviews und Netzwerkzeichnungen charakteristische Mehrfachvernetzungen der Diasporaangehörigen aufzeigen, die auf einen vielschichtigen Medienkulturwandel verweisen: Erstens wird ein Wandel kommunikativer Vernetzungspotenziale auf einer lokalen Ebene greifbar, indem die Aneignung digitaler Medien soziale Beziehungen nicht nur lokal intensiviert, sondern gleichzeitig eine Integration in translokale Netzwerke ermöglicht. Zweitens sind kommunikative Vernetzungen längst nicht mehr begrenzt auf ein Medium, sondern werden vielmehr transmedial, über eine Vielfalt von Medien artikuliert. Drittens ist damit eine neue Stabilität von Diasporagemeinschaften verbunden, die als gesellschaftlicher und soziokultureller Wandel erfahrbar wird.

Andreas Hepp | Universität Bremen
Cigdem Bozdag | Universität Bremen
Laura Suna | Universität Bremen

Kulturelle Integration im Wandel: Die kommunikative Vernetzung von Migrationsgemeinschaften

Der Vortrag knüpft an die aktuelle kommunikations- und medienwissenschaftliche Forschung zu Medien und Migration an und diskutiert für die russische, marokkanische und türkische Diaspora in Deutschland die kulturellen Integrations- und Segregationspotenziale von digitalen Medien. Erstens wollen wir die entscheidenden Grundmuster der Vernetzung mittels digitaler Medien rekonstruieren. Zweitens zeigen wir, welchen Stellenwert diese „Mehrfachvernetzung“ für Prozesse der kulturellen (Selbst-)Verständigung hat. Diese empirische Forschung beziehen wir drittens auf die Diskussion von Fragen der kulturellen Integration und digitalen Medien. Unserer Argumentation liegt ein Set von Daten zugrunde (qualitative Interviews, egozentrierte Netzwerkkarten, Beobachtungen, Medientagebücher), die im Rahmen eines DFG-Projekts für je 30 Angehörige der russischen, türkischen und marokkanischen Diaspora-Gemeinschaft in Deutschland erhoben und mit Verfahren der Grounded Theory ausgewertet wurden.

Christine Horz | Universität Erfurt

Diasporische Öffentlichkeiten: Offene Kanäle in Deutschland und die TV-Produktionen von Migranten.

Eine exemplarische Analyse der iranischen TV-Produzenten und ihrer Sendungen

In komplexen Industriegesellschaften verwirklicht sich Öffentlichkeit fast ausschließlich in den institutionalisierten Medien. Während in Deutschland über die Partizipation von Migranten in der Öffentlichkeit noch unter dem Begriff der „Integration“ diskutiert wird, öffnet die internationale Diskussion um Medien und Diaspora den Blick für mehrdeutige Kommunikationsstrukturen, welche sich festen Kategorien wie „Kultur“ und „Nation“ entziehen. Bürger- und Community Medien spielen dabei eine bisher unterschätzte Rolle. Diese Überlegungen bilden den theoretischen Kern für eine Untersuchung der TV-Produktionen von Migranten in Offenen Kanälen. Qualitative Interviews sowie hermeneutische Inhaltsanalysen geben dabei Auskunft über Intentionen, Schwierigkeiten und kommunikative Strategien am Beispiel der iranischen Diaspora in Deutschland. Die Präsentation beinhaltet Ergebnisse, möchte aber auch auf strukturelle Barrieren aufmerksam machen, um einen konstruktiven Beitrag zur Debatte zu leisten.

13.00-14.30

SFG 1020

Panel 3: Web 2.0 im Medienalltag von Jugendlichen

Moderation: Claudia Lampert | Hans-Bredow-Institut Hamburg
 Kommentar: Philippe Gröschel | schülerVZ

Jan-Hinrik Schmidt | Hans-Bredow-Institut Hamburg

Regeln und Code – Praktiken jugendlicher Nutzer einer Netzwerkplattform

Technische Innovationen im Bereich der computervermittelten Kommunikation wie Facebook, Wikipedia, YouTube oder Weblogs verändern die Art und Weise des onlinebasierten Identitäts-, Beziehungs- und Informationsmanagements. Dieser Beitrag untersucht am Beispiel der Netzwerkplattform „schülerVZ“, welche Praktiken jugendliche Nutzer anwenden, um sich online zu präsentieren und soziale Beziehungen abzubilden und zu pflegen, sowie welche Konsequenzen sich daraus für das Verhältnis von Öffentlichkeit und Privatsphäre ergeben. Ihm liegt eine Perspektive zugrunde, derzufolge sich Nutzungspraktiken im Bereich des Social Web 2.0 als Wechselspiel von technischen Vorgaben und kollektiv geteilten Routinen und Erwartungen beschreiben lassen. Als Konsequenz dieser Praktiken entstehen auf Netzwerkplattformen „persönliche Öffentlichkeiten“, in denen Nutzer in unterschiedlichen Arenen persönlich relevante Informationen mit einem eingeschränkten Publikum teilen können.

Ingrid Paus-Hasebrink | Universität Salzburg

Social Web im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen – Qualitative Befunde

Social Web-Angebote bieten sich Jugendlichen und jungen Erwachsenen in vielfältiger Weise als Foren zur Selbst- Sozial- und Sachauseinandersetzung an. Vor diesem Hintergrund geht der Vortrag der Frage nach, welche Bedeutung(en) Jugendliche zwischen zwölf und 17 Jahren sowie junge Erwachsene zwischen 18 und 24 Jahren Social Web-Angeboten, wie etwa SchülerVZ bzw. StudiVZ, YouTube oder Myspace, im Alltag beimessen und in welcher Weise sie diese im Rahmen ihrer Identitätsgenese nutzen. Empirische Grundlage des Vortrags ist eine im Rahmen eines Projekts für die Landesanstalt für Medien (LfM) durchgeführte qualitative Studie, die Gruppendiskussionen (n= 12) sowie Einzelinterviews (n= 28) in einer Großstadt sowie auf dem Land umfasste. Die qualitative Studie war Teil einer groß angelegten Untersuchung (Angebotsanalysen sowie eine Repräsentativerhebung); im Vortrag werden daher Bezüge zu den anderen Beiträgen dieses Panels vorgestellt und diskutiert.

Uwe Hasebrink | Hans-Bredow-Institut Hamburg

Nutzungsmuster und Lebensstile. Das Web 2.0 in den Medienrepertoires von Jugendlichen

Der Vortrag behandelt die Frage, wie Jugendliche und junge Erwachsene verschiedene Online-Kommunikationsdienste und insbesondere die dem Social Web zuzurechnenden Angebote mit anderen Medienangeboten kombinieren und welche Rolle damit einzelnen Diensten im Rahmen übergreifender Medienrepertoires zukommt. Anhand der Zusammensetzung dieser Repertoires werden Nutzergruppen identifiziert; auf diese Weise lassen sich die aktuellen Verschiebungen zwischen öffentlicher, gruppenbezogener und individualisierter Kommunikation sowie zwischen Rezeption und Produktion differenziert beschreiben. Empirische Grundlage ist eine im Rahmen eines Projekts für die Landesanstalt für Medien (LfM) durchgeführte telefonische Repräsentativbefragung unter Online-Nutzern zwischen 12 und 24 Jahren (n=650); die Feldzeit war im Oktober 2008. Diese Befragung war eng mit den Untersuchungsschritten verknüpft, die Gegenstand der beiden anderen Vorträge dieses Panels sind, so dass sich Bezüge herstellen lassen.

13.00-14.30

SFG 2020

Panel 4: Medienkultur und Religion

Moderation: Walter Hömberg | Katholische Universität Eichstätt

Veronika Krönert | Universität Bremen

Glaube(n) im Medienalltag. Eine transkulturell vergleichende Untersuchung zum Wandel individualisierter Alltagsreligiosität in Medienkulturen

Religion tritt in heutigen Medienkulturen zunehmend als mediatisierte Individualreligiosität in Erscheinung, für die Medien zentrale Vermittlungsinstanzen darstellen. Der Beitrag zeigt, dass sich diese Entwicklung nicht auf den Bereich der spirituellen Bewegungen beschränkt, sondern tief in die christlichen Kirchen hinein reicht.

Ausgehend von Aneignung der Medienberichterstattung über den katholischen Weltjugendtag 2005 durch junge Katholiken aus Deutschland und Italien werden die Wechselbeziehungen zwischen Medien- und Religionswandel ausgeleuchtet und damit verbundene konzeptionelle Herausforderungen diskutiert. Transkulturell vergleichend wird dabei deutlich, dass sich jugendliche Religiosität in mediatisierte Erfahrungsräume verlagert, die von populärkulturellen Ausdrucksformen geprägt sind und sich häufig deterritorial in Abgrenzung zur Kirche als Institution konstituieren.

Carmen Koch | Universität Zürich

Urs Dahinden | Universität Zürich

Wie Medien über Religionsgemeinschaften berichten.

Eine quantitative Inhaltsanalyse von Schweizer Radio- und Fernseh- sendung zur Darstellung von Religion

Immer mehr unterschiedliche Religionen prägen die modernen Gesellschaften. Medien spielen dabei eine wichtige Rolle beim Aufbau oder auch bei der Zerstörung von Verständnis und Toleranz. Sie prägen das Bild unterschiedlicher Glaubensrichtungen in der Öffentlichkeit entscheidend mit. Es ist deshalb von grosser Relevanz, die Berichterstattung über Religion auch empirisch zu beschreiben und festzuhalten. Möglichkeiten dazu, sollen im Rahmen der Präsentation auf Grund von empirischen Daten diskutiert werden. Die vorgestellte Inhaltsanalyse hat den Anspruch, die Darstellung Verzerrung von Religionen in den Medien aus einer theorieorientierten Perspektive zu untersuchen. Die folgenden zwei Theoriestränge werden im Sinne einer gegenseitigen Ergänzung parallel operationalisiert: Erstens soll das Konzept des Framings verwendet werden. Zweitens gelangen Narrationstheorien zum Einsatz, deren besondere Stärke in der vertieften Analyse der Strukturen der Berichterstattung liegt.

Carola Richter | Universität Erfurt

Die Kommunikationsstrategien der Muslimbruderschaft und ihre Resonanz in der ägyptischen Öffentlichkeit

Der Vortrag zeigt am Beispiel der Muslimbruderschaft in Ägypten, wie politisch marginalisierte soziale Bewegungen durch den Einsatz spezifischer Kommunikationsstrategien ihre Themen und Diskurse in die Öffentlichkeit zu lancieren versuchen.

Auch in autoritären Staaten wie Ägypten sind es zunehmend die Massenmedien, die die Wahrnehmung politischer Prozesse und Akteure prägen. Die Lancierung von Reform-, Protest- und mobilisierenden Diskursen in die Massenmedien und damit in die breitere Öffentlichkeit muss also ein wesentliches Element der politischen Strategie einer konfliktfähigen Gruppe sein. Die Resonanz auf diese Strategien ist kennzeichnend für einen Wandel in der massenmedialen Öffentlichkeit Ägyptens.

Analysiert werden das Hauptkommunikationsorgan der Muslimbrüder ikhwanonline.com und seine Produzenten im Abgleich mit verschiedenen ägyptischen Massenmedien und deren Protagonisten.

13.00-14.30

SFG 2030

Panel 5: Ökonomisierung der Medienkultur

Moderation: Carsten Winter | Hochschule für Musik und Theater Hannover

Indira Yakovenko | Nice Sophia-Antipolis University

The Russian film production confronted by globalisation: the case study of Russian films and Ukrainian movie theatres

Our research deals with the contemporary Russian film production represented at MIPTV, MIPCOM and Film market in Cannes. We analyse the affect of globalisation on the film aesthetics changes and the promotion of new Russian films through the answers of Russian, Ukrainian and foreign producers and distributors attending these markets.

Our research is based on the analysis of 15 Russian films produced between 2000 and 2005. We have examined 15 semi-directive interviews of film professionals and passed a closed questionnaire to 159 participants from 33 countries.

In new Russian films, we can observe the process of re-evaluating of historic events and taboos revealing. The common points with American or European cinema are the importance of order and characters having the „Age of narcissism“ features. A new national character remains more complex than a Hollywood hero.

The globalisation is seen as Americanisation. Interviewees consider also this process as international success of low budget films and the coming of independent producers. Contemporary Russian films represent the cocktail of Hollywood, Soviet and Indian models.

Matthias Gerth | Universität Zürich

Patrick Rademacher | Universität Zürich

Gabriele Siegert | Universität Zürich

Die Ökonomisierung der Medien als Prozess des aktuellen Medienkulturwandels – braucht es eine Entzauberung der Theorie?

Die Ökonomisierung der Medien wird in der kommunikationswissenschaftlichen Literatur als ein zentraler übergreifender Prozess des aktuellen Medienkulturwandels angesehen. Die Konsequenzen dieser Ökonomisierung werden dabei oftmals dezidiert pessimistisch beurteilt – so lautet die zentrale Annahme, dass sich die Zusammenstellung und Ausrichtung der redaktionellen Inhalte immer weniger an publizistischen Kriterien und immer mehr an ökonomischen Richtgrößen orientiert, und es infolge dessen u.a. zu einer Entpolitisierung der Medieninhalte kommt. Theoretisch lassen sich also gut begründbare pessimistische ‚Trendspektionen‘ und ‚starke Dysfunktionalitäts-Thesen‘ herleiten. Systematische empirische Studien, die diese Annahmen einem Realitätstest unterziehen, sind allerdings kaum vorhanden. Der Vortrag leistet einen Beitrag zur Schließung dieser Forschungslücke. Dazu werden Ergebnisse einer empirischen Studie vorgestellt, die vorhandene Dysfunktionalitäts-Thesen im Hinblick auf politische Berichterstattung widerlegen.

Christine Barth | Technische Universität Ilmenau

Jens Köster | Technische Universität Ilmenau

Jenseits der Ideen – Eine Untersuchung zur Adaption von deutschen non fiktionalen Kinderwissensformaten auf Importmärkten am Beispiel „Wissen macht Ah!“ und Norwegen

Diese Forschungsarbeit hat die Gestaltung non fiktionaler Kinderfernsehwissensformate für eine potentielle Adaption auf Importmärkten zum Gegenstand.

Erhoben wurde, wie deutsche non fiktionale Kinderwissensformate gestaltet sein sollen, damit sie auf einem Importmarkt adaptiert werden. Dazu wurde im Jahr 2007 eine Selbstselektionsstichprobe von vier Produzenten non fiktionaler Kinderfernsehformate generiert. Die Produzenten, die bei öffentlich rechtlichen Sendern arbeiten, wurden mittels eines Leitfadens befragt (mündliches Interview).

Es zeigte sich, dass die spezielle Gestaltung bestimmter inhaltlicher Elemente von non fiktionalen Kinderwissensformaten (z.B. mehr Off-Text als On-Text, Gestaltung der Moderation, allgemeine Themen) dazu beitragen kann, das Format für eine länderübergreifende Übernahme transparenter zu machen.

Die herausgearbeiteten Handlungsempfehlungen sind als Grundlage für eine weitere differenzierte Betrachtung der Gestaltungselemente zu verstehen und eröffnen weitere Forschungsmöglichkeiten.

13.00-14.30

SFG 2040

Panel 6: Medienkultur, Konflikt und Distinktion

Moderation: Patrick Rössler | Universität Erfurt

Kurt Imhof | Universität Zürich

Medienkulturen und Konfliktkulturen

Der Beitrag konzentriert sich auf die sozialwissenschaftliche Konfliktrenaissance, erarbeitet eine Konfliktypologie und macht diese für die Kommunikationswissenschaft fruchtbar.

Auf dieser Basis lässt sich eine Phänomenologie des politischen Konflikts vor und nach dem neuen Strukturwandel der Öffentlichkeit erstellen. Die für die Konfliktanalyse wichtigsten Effekte ergeben sich über die Veränderungen der medienvermittelten Kommunikation. Wichtig sind dabei gewachsene Resonanzchancen nicht-etablierter Akteure, erhöhte Chancen für Charismaträger, eine große Bedeutung moralischer Devianz, kognitiven Versagens und personalisierbaren Konflikts, eine Entwertung der Legislativen zu Gunsten der Exekutive und eine gesteigerte intermediale Themenresonanz.

Stig Hjarvard | University of Copenhagen

The Media Dynamics of the Mohammed Cartoon Crisis

The case of Jyllands-Posten's Mohammed cartoons has amply demonstrated the ability of modern media to create political and cultural change. Through global networks of both new and old media the crisis spread and became recontextualized into new political and cultural settings around the world. However, this was not just a case of the media demonstrating their power; it was also a display of an increased presence of religion in the political sphere.

In this paper this increased interplay between media, religion, and politics will be illuminated from three perspectives. Firstly, the increased politicisation of the printed press in Denmark must be considered. Secondly, globalization has created a new media structure which is changing the conditions for political communication, freedom of speech and freedom of religion. Finally, I will discuss some of the problems raised when religion gains access to the political public sphere.

Helmut Scherer | Hochschule für Musik und Theater Hannover

Hannah Schmid | Hochschule für Musik und Theater Hannover

Distinktion in Zeiten des medialen Wandels – Der Kinobesuch als Mittel zur sozialen Abgrenzung

Der Einsatz bestimmter Medien oder Geräte, kann als Mittel zur sozialen Distinktion dienen. Laut Bourdieu lassen sich Unterschiede in den Geschmacksurteilen auf differierende Kapitalausstattungen zurückführen. In postmodernen Gesellschaften mit hohem Lebensstandard wird besonders das kulturelle Kapital zur Abgrenzung immer wichtiger. Die bewusste Nutzung bestimmter Medien kann dabei zum einen als Arbeit angesehen werden, um das kulturelle Kapital zu erhöhen. Zum anderen kann die Entscheidung für ein bestimmtes Medienangebot als auf der Kapitalausstattung beruhendes Geschmacksurteil erklärt werden.

Anhand einer schriftlichen Befragung (N=354) werden diese Annahmen Bourdieus am Beispiel des Kinobesuchs untersucht und Besucher eines Programmkinos (distinguiertere kulturelle Praktik) mit denen eines Mainstream-Kinos verglichen. Die Ergebnisse der Studie bestätigen die Annahmen Bourdieus und zeigen, dass Personen mit einem hohen kulturellen Kapital die speziellere und distinguiertere Form des Programmkinobesuchs wählen und die damit vollzogene Abgrenzung betonen.

13.00-14.30

SFG 2080

Panel 7: Offenes Panel I

Moderation: Markus Maurer | Johannes-Gutenberg-Universität Mainz

Sven Engesser | Ludwig-Maximilians-Universität München

Annika Rechmann | Ludwig-Maximilians-Universität München

Interdependenzen zwischen Mediensystemen und politischen Systemen: Ergebnisse eines Mehr-Staaten-Vergleichs

Die Interdependenz zwischen Mediensystemen und politischen Systemen ist in den Sozialwissenschaften weitgehend unumstritten. Dennoch gibt es wenige empirische Erkenntnisse über das Zusammenspiel der Systeme. International vergleichende Untersuchungen können diese Forschungslücke füllen, indem sie eine Makroperspektive einnehmen und aggregierte Daten heranziehen.

Die quantitative Studie, die in diesem Vortrag vorgestellt wird, gründet sich auf vier Vergleichsdimensionen (Freiheit, Vielfalt, Zentralität, Tradition), welche für jedes System operationalisiert werden. Diese methodologische Herangehensweise wird an sieben Staaten (China, Deutschland, Japan, Mexiko, Niederlande, Russland, USA) getestet. Den theoretischen Bezugsrahmen bildet ein pragmatischer Ansatz der Systemtheorie. Insgesamt stellt der Vortrag ein Untersuchungsdesign vor, das ein tieferes Verständnis der Interdependenzen zwischen Mediensystemen und politischen Systemen zulässt und das überdies für weitere international vergleichende Studien aus Makroperspektive dienen kann.

Markus Lehmkuhl | Freie Universität Berlin

Science in TV and Radio in Europe

Der Beitrag bietet eine vergleichende Strukturanalyse von 650 Wissenschaftssendungen in Radio und Fernsehen in 12 Europäischen Staaten, die zwischen 2007 und 2008 ausgestrahlt wurden. Die Sendungen wurden bezogen auf zwei Unterscheidungen klassifiziert: Aktualitätsbezug und Wissenschaftsbezug. Herausgestellt wird die Sonderrolle, die Deutschland in diesem Programmsegment im Vergleich zu anderen Ländern im Sample spielt.

15.00-16.30

SFG 1040

Panel 8: Theorien der Journalismuskultur

Moderation: Christoph Neuberger | Westfälische Wilhelms-Universität Münster

Tamara Witschge | Goldsmiths, University of London

All that remains is change? News journalism cultures and new media technology

The practices of news journalism have changed significantly due to the introduction of new media technologies. Through interviews and ethnographies in regional and national journalism in the UK, I investigate the way in which technological changes reconfigure news journalism. There is a

general consensus among journalists that journalism has to have an online manifestation and that resources should be shifted to this platform. It is contested, however, which position this platform should take within the online news field. In this paper, I tease out the different discourses that exist on the position of journalism in the online mediascape: the ‚traditionalists‘ who believe the profession will survive given its history and those who believe everything will change for the better due to new media technologies. The paper also looks into how management aims to reconcile and accommodate the different discourses by trying to create a middle ground and moves to a convergence of the newsrooms.

Thomas Hanitzsch | Universität Zürich

Zur Verortung von professionellen Milieus im journalistischen Feld: Befunde einer internationalen Studie

Ziel des Vortrags ist es, anhand von Befragungsdaten aus 18 Ländern journalistische Milieus clusteranalytisch zu identifizieren und mittels multipler Korrespondenzanalyse auf das journalistische Feld abzubilden. Grundlage der Analyse sind 1800 Interviews mit Journalisten sowie Informationen über die jeweiligen Redaktionen und Medienbetriebe. Eine Clusteranalyse identifizierte insgesamt vier professionelle Milieus: Detached disseminator, Activist mobilizer, Populist observer sowie Opportunist facilitator. Über eine multiple Korrespondenzanalyse wurden die professionellen Milieus in Beziehung zur Struktur des journalistischen Feldes gesetzt. Dabei zeigt das Milieu des Populist observer die stärkste Markt-orientierung und Abhängigkeit von Werbeeinahmen, wohingegen der Detached disseminator durch hohe Autonomie und geringe Abhängigkeit von Werbung gekennzeichnet ist.

Christian Nuernbergk | Westfälische Wilhelms-Universität Münster

Der Metadiskurs über Weblogs und Journalismus

Die Aneignung neuer Medien wird mitbestimmt durch die Kommunikation, die darüber geführt wird. Insbesondere das Internet, dessen Gebrauch kaum reguliert ist, bedarf der Orientierung über mögliche Nutzungspraktiken und die Identität sich herausbildender Formate. Der Metadiskurs hierüber kann die Institutionalisierung neuer Internetanwendungen beeinflussen. Am Beispiel des Formats „Weblog“ soll dieses Phänomen nachvollzogen werden. Der Diskurs findet sowohl in traditionellen Medien als auch in der „Blogosphäre“ statt. Häufig lassen sich Vergleiche zum Journalismus beobachten, die der Identifikation oder Abgrenzung dienen. Auch wird über die Deutungs-hoheit in der Internetöffentlichkeit gestritten, da Repräsentanten alter und neuer „Medienwelten“ aufeinandertreffen. Wie thematisieren Blogger und Journalisten sich gegenseitig? Welches Selbst- und Fremdbild zeichnen sie in ihren Beiträgen? Hierzu werden Befunde einer Inhaltsanalyse und das Netzwerk der beteiligten Aussageträger vorgestellt.

15.00-16.30

SFG 1030

Panel 9: Politische Diskurskulturen im internationalen Vergleich

Moderation: Silke Adam | Universität Hohenheim, OSI Berlin

Kommentar: Christine Eilders | Universität Augsburg

Andreas Hepp | Universität Bremen

Michael Brüggemann | Jacobs University Bremen

Katharina Kleinen-von Königsłow | Jacobs University Bremen

Swantje Lingenberg | Jacobs University Bremen

Johanna Möller | Jacobs University Bremen

Mehrfachsegmentierte Europäische Öffentlichkeit: Gemeinsamkeiten und Differenzen politischer Diskurskulturen

Europäische Öffentlichkeit gilt als unabdingbar für die demokratische Legitimation der EU. Die Befunde unserer komparativen Inhaltsanalyse von Zeitungen in sechs europäischen Ländern (D, GB, F, A, DK, PL, 1982-2008) zeigen, dass sich eine europäische Öffentlichkeit im Sinne einer stärkeren Thematisierung der EU entwickelt, nicht aber im Hinblick auf eine intensivere horizontale Vernetzung der Debatten. Die unterschiedlichen Zeitungen weisen darüber hinaus stabile spezifische Muster von Europäisierung aus. Den sich daraus ergebenden Befund einer Mehrfachsegmentierung europäischer Öffentlichkeit erklärt der Vortrag mit Hilfe des Konzepts politischer Diskurskulturen und präsentiert erste Ergebnisse der empirischen Erforschung von Diskurskulturen: Redaktionsbeobachtungen und Journalisteninterviews zeigen sowohl unterschiedliche kulturelle Produktionsspezifika in den untersuchten Redaktionen als auch einige Gemeinsamkeiten, die womöglich das Fundament einer entstehenden europäischen Diskurskultur bilden.

Frank Nullmeier | Universität Bremen

Jennifer Gronau | Universität Bremen

Martin Nonhoff | Universität Bremen

Steffen Schneider | Universität Bremen

Diskurskulturen und die Legitimation (inter)nationaler politischer Ordnungen: Mediale Legitimationsdiskurse in vier westlichen Demokratien

Die Legitimität westlicher Demokratien gilt heute als bedroht. Ob internationale Regimes in der Öffentlichkeit als legitimationsbedürftig (und -fähig) wahrgenommen werden, bleibt unklar. Unsere vergleichende Medieninhaltsanalyse zur Schweiz, Deutschland, Großbritannien und den USA untersucht Diskurse zur Legitimität dieser vier nationalen politischen Systeme, der EU und der G7/8. Wir fragen, ob Legitimität heute noch in national spezifischer Art und Weise (re)produziert wird oder ob Legitimationsdiskurse zunehmend konvergieren. Wir fragen außerdem, ob Diskurse zu den drei untersuchten Regime-Ebenen sich unterscheiden oder ähnliche, jeweils v.a. durch nationale Diskurskulturen geprägte Strukturen

aufweisen. Grundlage des Beitrags ist ein Korpus von Presseartikeln der Jahre 1998 bis 2007. Unser Material legt nahe, dass sich der Urteilstenor der analysierten Diskurse sowohl nach Ländern wie auch mit Bezug auf die drei ins Visier genommenen Ebenen weiterhin deutlich unterscheidet.

Hartmut Wessler | Universität Mannheim

Maria Röder | Universität Mannheim

Politische Diskurskulturen im interkulturellen Vergleich. Das Beispiel arabischer und westlicher Talkshows

Der Beitrag nimmt den Begriff des politischen Diskurses wörtlich und fokussiert auf die massenwirksamste Form der medienvermittelten politischen Debatte: die politische TV-Talkshow. Um Unterschiede in Diskurskulturen möglichst deutlich herausarbeiten zu können, werden Talkshows aus der arabischen Welt und aus Deutschland miteinander verglichen. Das Phänomen eines echten, öffentlich ausgetragenen Meinungsstreits ist in der arabischen Welt relativ neu und vor dem Hintergrund einer Liberalisierung der Diskurskultur durch transnational verfügbare Angebote wie Al Jazeera zu sehen. Ebenso ist die politische Talkshow in der interkulturell vergleichenden Forschung bislang kaum systematisch untersucht worden. Der Beitrag betrifft insofern Neuland. Der Fokus der Untersuchung liegt auf der Akteursstruktur, dem Gesprächsverlauf und der Deliberativität sowie der Konstruktion von Gemeinschaftlichkeit. Es handelt sich um eine explorative Inhaltsanalyse, deren Befunde diejenigen Dimensionen kartieren, auf denen politische Fernseh-Talkshows in der arabischen und der westlichen Welt variieren und gibt Hinweise auf die Art der Unterschiede.

15.00-16.30

SFG 1020

Panel 10: Nachrichtenkultur im Wandel

Moderation: Beatrice Dernbach | Hochschule Bremen

Matthias R. Hastall | Universität Erfurt

Helena Bilandzic | Universität Erfurt

Susanne Kinnebrock | Universität Wien

Nachrichten im Wandel: Narrative versus klassische Nachrichtenformate und ihre Rezeption

Durch die Öffnung hin zu den Kulturwissenschaften hat die Beschäftigung mit narrativen und ästhetischen Textmerkmalen verstärkt Eingang in die Kommunikationswissenschaft gefunden. Auch die Journalismusforschung widmet sich zunehmend narrativen Nachrichtenformaten. Aufbauend auf theoretischen Annahmen der Exemplification Theory, Ansätzen zur Verarbeitung narrativer Medieninhalte (z. B. Transportation) und Informationsverarbeitungstheorien zielen die beiden hier vorgestellten Studien darauf ab, theoretische Widersprüche aufzulösen und herauszufinden, wie sich Selektion, Bewertung und Behalten von Informationen aus Nachrichten in Abhängigkeit von ihrer Darstellungsform (Geschichte vs. Fallbeispiel vs. faktischer Text) verändern und welche Rolle dabei das narrative Erleben spielt. Die Befunde

zeigen u. a., dass narratives Erleben – das subjektive Gefühl des Lesers, in einen Text versunken zu sein – der wichtigste Faktor für die Erinnerung an Artikelinformationen darstellt; die Darstellungsform selbst ist weniger relevant.

Sophie Bonk | Westfälische Wilhelms-Universität Münster

Anne Karthaus | Westfälische Wilhelms-Universität Münster

Annika Kutscha | Westfälische Wilhelms-Universität Münster

Bernd Blöbaum | Westfälische Wilhelms-Universität Münster

Journalismus im Wandel. Wie sich Inhalte und Formate von Qualitätsmedien ändern und anpassen.

Der Vortrag fokussiert Wandlungsprozesse bei Qualitätsmedien in der Dimension der Programme: Wie haben sich Inhalte, Formate und Darstellungsformen gewandelt und wie nehmen Journalisten diese Veränderungen wahr?

Dazu wurden u.a. folgende Medien mit einem Mehrmethodendesign (Inhaltsanalyse, Redaktionsbeobachtung, Befragung) analysiert: Süddeutsche Zeitung, taz, Spiegel und Zeit, Spiegel-Online, Tagesthemen, RTL aktuell sowie Deutschlandfunk. Vorgestellt werden ausgewählte Ergebnisse der Inhaltsanalyse sowie der Befragung.

Der Wandel des Journalismus erweist sich als Anpassung an Umweltänderungen und zugleich als systeminterne Anpassung an Wünsche/ Bedürfnisse des Publikums. Die im Fach geläufigen Prozessbegriffe (Dramatisierung, Emotionalisierung etc.) lassen sich durch die empirische Analyse für Qualitätsmedien näher qualifizieren und quantifizieren.

Sonja Kretzschmar | Westfälische Wilhelms-Universität Münster

Juliane Kirchner | Universität Erfurt

Patrick Rössler | Universität Erfurt

Nachrichtenkultur im Minutentakt – ein Medienformat für das 21. Jahrhundert? Eine vergleichende Studie deutscher Informationsprogramme im Fernsehen

Medienkulturen wandeln sich weltweit, und damit auch die Spartensender im News-Bereich. Entsteht hier eine neue Nachrichtenkultur, und wie sieht diese aus? Unsere Untersuchung des News-Segments in Deutschland vergleicht die bereits länger bestehenden privaten Sender n-tv und N24 mit dem öffentlich-rechtlichen Sender EinsExtra, dessen Programm im Jahr 2008 ausgeweitet und neu konzipiert wurde. Basis des Mehrebenen-Designs ist erstens die Beschreibung der Programmstruktur von fünf Sendern (zusätzlich ZDFinfo und Phoenix) an fünf Tagen (36.000 Sendeminuten). Zweitens wurde eine Stichprobe von jeweils 200 Programmminuten pro Sender inhaltsanalytisch ausgewertet. Drittens war ein Top-Thema der Woche Gegenstand einer Fallstudie, und begleitende Leitfaden-Interviews mit Verantwortlichen aller Sender des Samples reflektierten zusätzlich unsere Ergebnisse. Diese zeichnen ein differenziertes Bild der News-

Berichterstattung in Deutschland und zeigen crossmediale Entwicklungsperspektiven auf, die auch auf internationaler Ebene relevant sein werden.

15.00-16.30

Panel 11: Netzkulturen

SFG 2040

Moderation: Maren Hartmann | Universität der Künste, Berlin

Christian Pentzold | Technische Universität Chemnitz

Wikipedia als Gemeinschaft. Eine explorative Studie zur Vergemeinschaftung in der Online-Enzyklopädie

Thema des Vortrages ist die kommunikative Konstruktion des deterritorialen Vergemeinschaftungsnetzwerkes Wikipedia. Methodisch orientiert sich die qualitative Studie an der Kodierpraxis der Grounded Theory, um die in der Kommunikation relevanten Konzepte zu ermitteln. Dieses Vorgehen basiert auf der Annahme, dass so die in den Kommunikaten ausgedrückte gemeinsame Sinnorientierung, welche die Vergemeinschaftung begründet, ermittelt werden kann.

Die Analyse der kommunikativen Konstruktion der Vorstellung einer Wikipedia-Gemeinschaft basiert auf der archivierten Mailingliste Wikipedia-I mittels Grounded Theory Kodierschritten. Der Grund für diese Wahl ist, dass dieses Vorgehen die datennahe Entwicklung von Konzepten erlaubt, da so die Texte schrittweise kondensiert und auf allgemeine Kerne verdichtet werden. So wurde es möglich, die semantische Ebene der Vergemeinschaftung zu untersuchen.

Daniela Pscheida | Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg

Sascha Trültzsch | Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg

„That’s me!“: Zur neuen Kultur der Freizügigkeit in internetbasierten sozialen Kontakt Netzwerken

Der Beitrag beschäftigt sich mit dem kulturellen Wandel, der gegenwärtig durch neue Internettechnologien und -anwendungen ausgelöst wird. Im Zentrum steht die These der Veränderung der Konzepte von Privatheit und Öffentlichkeit bzw. einer Verschiebung der Grenzziehung zwischen beiden Bereichen im Kontext der zunehmend beliebter werdenden sozialen Kontakt Netzwerke (Social Networks) des sogenannten ‚Web 2.0‘. Dabei gilt der Bedeutung bildlicher Kommunikation für diesen Wandel hin zu einer bisher ungekannten ‚Kultur der Freizügigkeit‘ besonderes Augenmerk. Der Beitrag diskutiert das Phänomen einer uneingeschränkten öffentlichen Zugänglichmachung privater respektive intimer Informationen am Beispiel der insbesondere von Jugendlichen und Studierenden genutzten Plattform StudiVZ. Ausgehend von einer kulturhistorischen und medientheoretischen Betrachtung der wesentlichen Grundlagen des Phänomens ‚veröffentlichter Privatheit‘, werden die Ergebnisse einer quantitativen Inhaltsanalyse von 200 Profilsseiten und der dort durch die NutzerInnen selbst eingestellten Fotos vorgestellt. Abgeglichen mit ersten Erkenntnissen einer noch laufenden

qualitativen Befragung erhärten diese die Annahme einer medial bedingten Transformation der Wahrnehmung von sowie des Umgangs mit Privatheit.

Christian Hensen | Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf

Medienkultur im digitalen Wandel. Autorschaft im Web 2.0

Bis heute stehen Literaturwissenschaftler und Medienwissenschaftler gleichermaßen vor dem Problem, die Bedingungen und Facetten von Autorschaft fachübergreifend zu formulieren. Durch eine Gegenüberstellung der wohl prominentesten Autorfrage Michel Foucaults "Was ist ein Autor?" mit der von Verleger Tim O'Reilly „Was ist Web 2.0?“ soll ein interdisziplinärer Zugang zum Autorbegriff gewonnen werden. Die dadurch erzielte Neudefinition des Autorbegriffs trägt dem gegenwärtigen Wandel der Medienkultur in besonderem Maße Rechnung, weil sie nicht nur eine digitale Schreibumgebung berücksichtigt und differenziert, sondern auch die historischen Bedingungen von Autorschaft reflektiert. Gleichzeitig wird auf diese Weise der vorwiegend aus Marketing-Kreisen bekannte Begriff "Web 2.0" erstmalig einer kulturwissenschaftlichen Analyse unterzogen. Anhand konkreter Web 2.0-Plattformen wie Weblogs, Wikis, Videoportale und soziale Netzwerke wird eine Typologie des Autors entwickelt und so der Theoriediskurs mit der Medienpraxis konfrontiert. Dabei werden wichtige Web 2.0-Praktiken wie Verlinkung, Indexierung und Ranking berücksichtigt.

15.00-16.30

SFG 2030

Panel 12: Kommunikative Mobilität und mobile Kommunikationskulturen

Moderation: Jutta Röser | Leuphana Universität Lüneburg

Corinna Peil | Leuphana Universität Lüneburg

Orte und Räume der Mobilkommunikation: Mobile Medienkultur in Japan

Im Zentrum des Beitrags steht die Auseinandersetzung mit der Aneignung und Nutzung mobiler Kommunikationstechnologien im japanischen (Medien-)Alltag, die darauf zielt, einen kulturwissenschaftlich orientierten Theoriebeitrag zum Verständnis von Mobilkommunikation zu leisten. Ausgehend von der Annahme, dass sich die Bedeutung eines mobilen ‚Allround-Mediums‘ wie dem Handy nur im Kontext des gegenseitigen Konstitutionsverhältnisses von Kultur und Medien erfassen lässt, wird eine Analyse der ebenso vielfältigen wie lebendigen mobilen Medienkultur in Japan vorgenommen. Den Schwerpunkt dabei bilden Fragen des Raums und dessen Transformation durch Mobilkommunikation. Am Beispiel Japans wird deutlich gemacht, wie Fragen des Raums und die Nutzung mobiler Medien- und Kommunikationstechnologien miteinander interagieren, wie also das Mobiltelefon als Werkzeug eingesetzt wird, um räumliche und symbolische Grenzen zu verschieben, Räume zu verändern oder neu zu konstituieren.

Thilo von Pape | Universität Metz

„Arenen“ des Aushandelns mobiler Kommunikationskulturen: Befunde einer Netzwerkanalyse in Jugendgruppen

Die Entwicklung von Medienkulturen ist dann besonders schwer vorhersagbar, wenn mobile und netzwerkbasierte Technologien im Spiel sind. Hier können neue Impulse gleichermaßen ausgehen von innovativen Anbietern und von kreativen Nutzern, sie können übernommen werden aus den Massenmedien oder aus Subkulturen – und wenn sich einmal eine neue Entwicklung verbreitet, so in einer komplexen Dynamik aus Diffusion und Aneignung.

Die Studie betrachtet das Aushandeln neuer Nutzungsformen auf der Ebene lokaler Nutzergruppen im Lichte einer Verbindung von dreierlei Ansätzen, nämlich Diffusion neuer Kommunikationsdienste, Aneignung von Medieninnovationen und Analyse Sozialer Netzwerke. Eine Skala zur Aneignung von Mobilkommunikation macht dafür Tendenzen zur Meinungsführerschaft und zur Homogenisierung von Aneignung innerhalb von Jugendgruppen quantitativ mess- und damit vergleichbar.

Empirische Basis der Studie ist eine Panelbefragung unter den Schülern 16 deutscher Schulklassen.

Theresa K. Naab | Hochschule für Musik und Theater Hannover

Helmut Scherer | Hochschule für Musik und Theater Hannover

Anne Wüstehube | Hochschule für Musik und Theater Hannover

Media Goes Mobile – Nutzung und Nutzer mobiler Endgeräte

Technisch ist Mediennutzung längst nicht mehr stationär, mobile Endgeräte erlauben eine ortsunabhängige Zuwendung. Zwei Faktoren dürften die Nutzung determinieren: Persönlichkeit und Soziodemografie einerseits und die Nutzungssituation andererseits. In einer Experience Sampling Befragung (Daten zur Verfügung gestellt durch die ADVANCED TECHNIQUES GROUP) machten Probanden auf einem PDA stündlich Angaben zu ihrem Aufenthaltsort, ihrer Mediennutzung sowie Nebentätigkeiten. Mit Ausnahme des Handys sind mobile Endgeräte noch weit vom Status der erfolgreich eingeführten Alltagstechnik entfernt. Entsprechend ihrer Ortunabhängigkeit werden sie vornehmlich außer Haus genutzt. Fünf Nutzungstypen können unterschieden werden: Mobil-Zurückhaltende, Mobil-Trendige, Notebook-Nutzer, Handy-Onlys und Normalos. Ausgehend von den Merkmalen der bereits Nutzenden, wird ein Fazit über das Marktpotenzial mobiler Endgeräte gezogen, welches die Gratifikationspotenziale der Angebote betrachtet. Ihre tatsächliche Durchsetzung ist nicht nur von personenspezifischen Bedürfnissen, sondern auch von situativen Anforderungen abhängig.

15.00-16.30

SFG 2020

Panel 13: Blockbuster Culture

Moderation: Rüdiger Steinmetz | Universität Leipzig

Kommentar: Helena Bilanzic | Universität Erfurt

Michael Wedel | University of Amsterdam

Elizabeth Prommer | Universität Hamburg

Film Culture, Media Convergence and the Blockbuster Experience

Recent attempts to relate the industrial, cultural and aesthetic phenomenon of the blockbuster to critical concepts of cinematic modes of address suggest the “big movie” cuts across traditional genre formations. “High concept” blockbuster movies are, as a rule, based on pre-sold material. They are accompanied by merchandising items, tie-ins, spin-offs and product placement joint-ventures. Finally, a blockbuster’s life cycle stretches well beyond theatrical exhibition in first- and re-run cinemas, involving home video distribution and retail, DVD-releases, and TV-premieres. Conglomerate ownership of talent and material across a wide range of media has played a crucial role in this cross-fertilisation and multi-media exploitation. The paper aims to provide insight into the cultural logic and significance of the movie blockbuster within contemporary entertainment, both in relation to the conglomeration of production and marketing and in respect to trans-national patterns of reception and audiences.

Susanne Eichner | Hochschule für Film und Fernsehen Potsdam

Jesko Jockenhövel | Hochschule für Film und Fernsehen Potsdam

Massively played Games – Videogames as Blockbusters

Videogames are often seen as part of the film industry’s “high concept” strategy, many blockbuster movies such as Spiderman, Lord of the Rings, or Matrix are accompanied by games. In this sense, a videogame is just one of many products in the chain of economic exploitation of blockbuster movies. As side products of films they address the original audience, the film viewers. On the other hand “stand alone” games such as Tomb Raider or The Sims address a specific game audience. Although intertextual relations are drawn to cross-media elements such as the adventure genre, they provide a “world in itself” for the player with no direct relation to an original template. Typically, successful games are reproduced in divers spin-offs and/or issued as serials. In this way, videogames have reached the state of blockbusters, with spin-offs, cross-media marketing (e.g. filmic version of a game) and serialization. This paper aims to examine the process of serialization and the aesthetics of successful games with a focus on the modes of pleasure that is provided for its gamers.

Lothar Mikos | Hochschule für Film und Fernsehen Potsdam

Claudia Töpfer | Hochschule für Film und Fernsehen Potsdam

The Global Appeal of Visual Attraction – VFX and SFX as Blockbuster Strategies

The attraction of visual and special effect-generated sensational spectacle is one important structure of blockbuster's textuality. The paper will describe the development of VFX and SFX elements in the past decade and discuss whether visual attraction has an universal appeal to different audiences in different local contexts or visual attractions are part of a specific aesthetic reading formation according to blockbusters that work globally. Apart from the indispensable star appeal provided by the featuring of first rate celebrities, the production of spectacular qualities via the use of special effects is a element that looms large in this respect. Blockbusters provide a variety of spectacle. From Stars Wars (1977) to Titanic (1997), Pearl Harbour (2001) and the heavily pretrailed Lord of the Rings trilogy (2001, 2002, 2003), epics of fantastic events are designed to play strongly to the audio-visual qualities of the theatrical experience.

15.00-16.30

SFG 2010

Panel 14: Offenes Panel II

Moderation: Olaf Jandura | Ludwig-Maximilians-Universität München

Anna Maria Theis-Berglmaier | Universität Bamberg

Die Unentscheidbarkeit von Entscheidungen. Strategien der Entparadoxierung und Legitimierung von Nachrichtenselektion in Redaktionsweblogs

Redaktionelle Selektionsprozesse werden in der Kommunikationswissenschaft primär mit Nachrichtenfaktoren und Entscheidungsprogrammen in Verbindung gebracht. Aus der Perspektive der Organisationskommunikation eröffnen sich aber weitere Analysemöglichkeiten. Unter der Prämisse, dass Entscheidungen die für Organisationen typische Kommunikationsform darstellen und im Prinzip gar nicht entschieden werden können, rücken Prozesse der Entparadoxierung und der Legitimierung von Entscheidungen in den Blickpunkt. Inwiefern sich solche Prozesse (d.h. kommunikative Ereignisse) in Redaktionsweblogs beobachten lassen, wird am Beispiel von „blog.tageschau.de“ dargelegt. Öffentliche Begründungen getroffener Entscheidungen rücken einige Weblog-Beiträge in die Nähe von Public Relations-Maßnahmen, die sich als kommunikative Verpackung einer nicht lösbaren Paradoxie organisationaler Entscheidungsprozesse entpuppen, von der Redaktionen ebenso betroffen sind wie andere Organisationen auch.

Michael Scharkow | Universität der Künste Berlin

Jens Vogelgesang | Universität Hohenheim

Is there a Place for Bayesian Statistics in Communication Research?

Statistical inference in communication research has been dominated by the frequentist theory of statistics for decades. The alternative Bayesian approach to statistical inference promises to give a more appropriate statistical answer by incorporating a prior state of scientific knowledge. Although the Bayesian approach is rapidly gaining popularity in the American social sciences, communication scholars have not (yet) made much use of it. In this paper, we address the benefits of Bayesian statistics for applied research, focussing on methodological and empirical rather than purely statistical issues. We present findings of a short case study where we examined the handling of prior scientific knowledge by German communication scholars. We conclude with a rather personal view of the future of Bayesian statistics in the discipline of communication research.

9.00-10.30

SFG 1040

Panel 15: Journalismuskulturen in Europa

Moderation: Josef Seethaler | Österreichische Akademie der Wissenschaften

Birgit Stark | Österreichische Akademie der Wissenschaften

Susanne Kinnebrock | Universität Wien

Melanie Magin | Österreichische Akademie der Wissenschaften

Nationale Journalismuskulturen und die mediale Konstruktion von Geschlecht. Eine komparative Analyse der Printberichterstattung in Deutschland, Österreich und der Schweiz

Die von der dekonstruktivistischen Geschlechterforschung inspirierte Untersuchung will klären, wie Männlichkeit und Weiblichkeit heute in den und durch die Massenmedien konstruiert werden. Um sowohl nationen-übergreifende als auch differente Muster identifizieren zu können, wird die Berichterstattung von Tageszeitungen inhaltsanalytisch vergleichend in drei deutschsprachigen Ländern (Österreich, Deutschland, Schweiz) betrachtet. Das breit angelegte Mediensample umfasst die nationalen Marktführer in den Segmenten der Boulevard-, Regional- und überregionalen Qualitätszeitungen.

Die Studie betritt Neuland, indem sie einerseits sich nicht wie sonst üblich auf eine bestimmte Akteursgruppe (z.B. PolitikerInnen) beschränkt, sondern alle wichtigen Ressorts in Tageszeitungen und damit Akteure aus sehr unterschiedlichen Themenbereichen erfasst. Andererseits wird auch auf die Messung von Attributen in dichotomisierter Form (wie z.B. in Polaritätenprofilen) verzichtet. Vielmehr gilt es, mannigfaltige und facettenreiche Geschlechterkonstruktionen zu erfassen, die sich aus traditionell weiblichen wie auch traditionell männlichen Attributen neu zusammensetzen lassen.

Matthias Karmasin | Alpen-Adria Universität Klagenfurt

Cultures Consequences: Journalismuskulturen in Österreich und Deutschland im Spiegel der Berufsrollenselbstbilder

Daß nicht mehr nur die individuellen Prädispositionen der Aktanten, sondern auch die sozialen Strukturen (Redaktionskulturen) und die kulturellen Umfelder in die sie eingebettet sind, über die journalistische Berufsauffassung entscheiden, scheint in der Kommunikatorforschung common knowledge zu sein. Auch wenn es naiv wäre von Zustimmungen zu idealisierten Berufszielen direkt auf das journalistische Handeln zu schließen, wollen wir - vor diesen Hintergründen- Ergebnisse einer Studie, die repräsentativ für österreichische Journalisten und Journalistinnen 2008 (n= 500) erhoben wurde, im Vergleich zu deutschen Journalisten und Journalistinnen diskutieren. Interessant sind die Differenzen vor allem aus einer medienkulturellen Perspektive, da sie bei ähnlicher medienökonomischer Organisation, bei ähnlicher ordnungspolitischer Regulation und bei einem ähnlichen politischen System signifikant sind. Neben der Präsentation empirischer Daten will der Beitrag vor allem den heuristischen und praktischen Wert einer medienkulturellen Analyse deutlich machen und die historische und aktuelle Dimension dieser Differenzen schärfen.

Vinzenz Wyss | Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften

Guido Keel | Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften

Schweizer Journalismuskulturen im sprachregionalen Vergleich. Eine quantitative Längsschnittuntersuchung zu Strukturmerkmalen und Einstellungen

Dieser Beitrag geht der Frage nach, wie sich innerhalb der Schweiz sprachregionale Journalismuskulturen unterscheiden und inwiefern Unterschiede bzw. Gemeinsamkeiten zwischen bestimmten Untersuchungsobjekten mit den Kontextbedingungen des Sprachraumes oder mit anderen – organisationalen – Variablen erklärt werden können. In theoretischer Hinsicht folgt der Beitrag den Prinzipien der komparativen Journalismusforschung. Im Beitrag werden die Ergebnisse aus einer umfassenden quantitativen Längsschnittuntersuchung (schriftliche Befragung von Journalisten; Primäranalyse) vorgestellt. In der Längsschnittstudie werden Daten aus den Jahren 1998 und 2008 miteinander verglichen. Die journalistische Berufsgruppe wird in vier verschiedenen Dimensionen (Soziodemographie, Ausbildung, medienbezogene Strukturmerkmale und subjektive Einstellungsindikatoren) über die Sprachregionen hinweg verglichen.

9.00-10.30

SFG 1030

Panel 16: Nationale Medienkulturen im Wandel

Moderation: Christian Steininger | Universität Salzburg

Ulrike Rohn | Friedrich-Schiller-Universität Jena

Nationale Medienkulturen im Wandel? Auswirkungen der Globalisierung auf Inhalte, Formate und Prozesse

Der Vortrag widmet sich den Ergebnissen einer empirischen Studie, in welcher die Eintrittsstrategien westlicher Medienkonzerne in China, Indien und Japan untersucht wurden. Es wird argumentiert, dass sich nationale Medienkulturen mit drei Begriffen erfassen lassen – Inhalte, Formate und Prozesse –, und dass sich diese Elemente einer nationalen Medienkultur unterschiedlich stark durch die Globalisierung verändern. So beinhalten die zunehmend internationalen Aktivitäten von Medienunternehmen weniger den Export von Medieninhalten als den Export von Medienformaten und des Know-Hows in Prozessen der Produktion, des Managements und der Vermarktung von Medien. Auch wenn sich Formate und Prozesse über Ländergrenzen hinweg angleichen, so weisen nationale Medienkulturen weiterhin landesspezifische Medieninhalte auf. Der Vortrag veranschaulicht dies durch konkrete Beispiele aus den Fallstudien und durch Aussagen von Repräsentanten von Medienunternehmen, die im Rahmen der Studie interviewt wurden.

Linards Udris | Universität Zürich

Jens Lucht | Universität Zürich

Wandel der öffentlichen Kommunikation? Empirische Zugänge und Ergebnisse

Die entscheidende Frage, die sich vor dem Hintergrund des empirisch beobachtbaren Wandels der Medienstrukturen ergibt, ist: Wie wirken sich diese Veränderungen auf die Medieninhalte aus? Was sind Indikatoren und Analyseebenen auf der Seite der Medieninhalte, um diese Frage zu beantworten?

Studien, die Strukturwandels-Indikatoren verwenden, liefern oftmals ambivalente Ergebnisse. Dies liegt nicht zuletzt an den unterschiedlichen Zugängen. Um ein möglichst valides und vollständiges Bild eines postulierten Wandels der Medieninhalte zu erhalten, ist – neben der diachronen und ländervergleichenden Perspektive – eine breite Auswahl des inhaltlichen Untersuchungsgegenstandes (u.a. Konflikt- und Routinephasen), der Analyseebene (z.B. Beiträge und Kommunikationsereignisse) und des Mediensamples zwingend. Der Beitrag wird dazu inhaltsanalytische Ergebnisse, u.a. aus fünf westeuropäischen Ländern, präsentieren können.

Thomas Birkner | Universität Hamburg

Zwischen Macht und Markt: Differenzierung und Entdifferenzierung des Journalismus im 20. Jahrhundert

Am Anfang war die Anzeige. Sie erst ermöglichte es den aufkommenden Massenmedien, sich am Beginn des 20. Jahrhunderts vom Staat zu emanzipieren. Die Entdifferenzierung der Medien gegenüber dem Wirtschaftssystem schuf die Basis dafür, dass sich der Journalismus aus dem politischen System ausdifferenzieren konnte und so zur Instanz der gesellschaftlichen Selbstbeobachtung wurde.

Ziel des Beitrages ist es, die Forschung zu derzeitigen Wandlungsprozessen der Medien um eine historische Dimension zu erweitern. Deshalb wird der geschichtliche Prozess der Ökonomisierung der Medien und seine Auswirkungen auf den Journalismus nachgezeichnet und ein Gleichgewicht von Differenzierungs- und Entdifferenzierungsprozessen skizziert, welches die Grundlage für den modernen Journalismus bildet. Seither war dieses meist durch Übergriffe der Politik, zum Beispiel der Nationalsozialisten, als alles ‚völkisch‘ wurde, auch der Beobachter, bedroht. Heute dagegen scheint es die fortschreitende Ökonomisierung zu sein, welche den Journalismus aus dem Gleichgewicht bringt.

9.00-10.30

SFG 1020

Panel 17: Diffusion und Bedeutungswandel von Themen im Langzeitverlauf. Fallanalysen zu Interaktionen sozialer Gruppen mit Medien

Moderation: Uwe Hasebrink | Hans-Bredow-Institut Hamburg

Kommentar: Christiane Eilders | Universität Augsburg

Irene Neverla | Universität Hamburg

Mediale Konstruktion des Klimawandels. Vom wissenschaftlichen Randthema über nationale Politisierung zur globalen Trivialisierung der Klimadebatte

Dieser Beitrag befasst sich mit der medialen Darstellung von Klima und Klimawandel seit den 1980er Jahren in Deutschland und vergleichsweise in anderen Ländern der westlichen Hemisphäre. Ziel ist es erstens an Hand von empirischen Daten zu zeigen, wie die Diffusion dieses Themas erfolgte, das heißt die Verbreitung vom relativ geschlossenen Wissenschaftsfeld der Klimaforschung in die Politik und in die breite Öffentlichkeit hinein, wie lange diese Diffusion brauchte und welche Mechanismen hierbei wirkten. Zweitens soll gezeigt werden, inwiefern im Zuge dieses Diffusionsprozesses ein Bedeutungswandel des Themas stattfand. Drittens sollen theoretische Erklärungen aus Kommunikationswissenschaft sowie Wissens- und Kultursoziologie für diesen Diffusionsprozess erläutert und diskutiert werden.

Corinna Lütjhe | Universität Hamburg

Öffnung von Elitenkultur durch Themendiffusion: Klassische Musik im Radio

Die Verbindung von Massenmedien und Elitenkultur ist an sich paradox. Eliten sind „geschlossene Gesellschaften“, deren Mitglieder sich über bestimmte Symbole und kulturelle Praktiken von anderen Gruppen abgrenzen. Das Thema klassische Musik ist durch die Einordnung in den Bereich der Hochkultur Teil einer Elitenkultur. „Klassik“ ist in der deutschen Gesellschaft noch immer ein wichtiges Distinktionssymbol, mit dem sich die konservative Bildungselite (die traditionell auch die Deutungshoheit über die Bedeutung von Klassik beansprucht) von dem Rest der Gesellschaft abgrenzt. Massenmedien hingegen sind durch ihre prinzipielle Publizität das Gegenkonzept zu Elite. In dieser Fallstudie wird die Öffnung von Elitenkultur durch massenmediale Verbreitung von klassischer Musik thematisiert: Welchen Beitrag leistet der privat-kommerzielle Radiosender Klassik Radio einerseits zu Verbreiterung des Klassikpublikums und welche Folgen hat andererseits diese Öffnung für das Verständnis von Klassik und die Praxis des kulturellen Konsums?

9.00-10.30

SFG 2020

Panel 18: Mediendiskurse

Moderation: Hans-Jürgen Bucher | Universität Trier

Bernhard Pörksen | Universität Tübingen

Von der Hinterbühne auf die Vorderbühne. Impression Management in politischen Interviews

Das Print-Interview ist eine variantenreiche Gattung, die mehrere Autoren hat, die öffentlichkeitsbezogene Aushandlungsprozesse und Inszenierungshandlungen bedingt: Zuerst formt die journalistische Seite auf der Basis des Transkripts den Dialog – und der Befragte wird dann, zumindest ist dies im deutschsprachigen Raum üblich, gebeten, den Text noch einmal gegenzulesen und zum Druck freizugeben, ihn zu autorisieren – und damit das Geschriebene als das Gesprochene abzusegnen. Im Autorisierungsprozess geschieht, so die zentrale These des Vortrags, eine Art Inszenierungsabgleich, eine häufig von gegenläufigen Interessen geleitete Ko-Inszenierung im Interaktionsfeld von Medien und politischer Prominenz, die bisher kaum untersucht wurde. Hier werden Inszenierungshandlungen vorgenommen – und wieder rückgängig gemacht, von den eigentlichen Akteuren selbst, aber auch von ihren Managern, Pressesprechern, mitunter auch von Anwälten. Das heißt in der Konsequenz: Es wird, wenn es gelingt, den Autorisierungsprozess im Detail zu rekonstruieren, der Blick auf die Hinterbühne der Inszenierung und die Sphäre des in der Regel unbeobachtbaren Kommunikationsgeschehens frei.

Annie Waldherr | Universität Hohenheim

Komplexität und Dynamik moderner Mediendiskurse: Theoretisches Konzept und methodische Konsequenzen

Das wellenförmige Auf und Ab des öffentlichen Interesses und die kurze Zeitspanne öffentlicher Aufmerksamkeit sind häufig genannte Kennzeichen moderner Medienkulturen. Den Idealtypus solcher Themenkarrieren haben Luhmann (1970) und Downs (1972) in ihren Themenzyklusmodellen beschrieben. Seither haben zahlreiche Forscher solche Zyklen empirisch nachgewiesen und mögliche Faktoren isoliert, die den Aufschwung von Themen erklären können. Wie genau diese Faktoren und Mechanismen miteinander interagieren, ist jedoch noch nicht geklärt, und stellt die zentrale Fragestellung dieses Beitrags dar. Zunächst werden zentrale Konzepte der Komplexitätstheorie vorgestellt, die sich zur Beschreibung und Erklärung medialer Themenkarrieren eignen. Dann wird gezeigt, wie diese Konzepte mit Hilfe der agentenbasierten Modellierung in einem Simulationsmodell umgesetzt werden können.

Esther Kamber | Universität Zürich

Kurt Imhof | Universität Zürich

Kulturen der außenpolitischen Berichterstattung in Qualitätsmedien

Die Auslandberichterstattung ist eine Kernkompetenz der als Qualitätsmedien reputierten Zeitungen und ein wesentlicher Teil der öffentlichen Wissensvermittlung in modernen Demokratien. Ein Wandel in der öffentlichen Wissensvermittlung zeigt sich in der Verschiebung von einer kognitiv-normativen zu einer moralisch-affektiven Dimension der Berichterstattung. Diese These eines Wandels in der Medienkultur wird in dem hier vorgeschlagenen Beitrag anhand der Auslandberichterstattung von Qualitätsmedien empirisch geprüft. Im synchronen und diachronen Vergleich der Auslandsressorts von Qualitätsmedien interessiert erstens die Frage, inwiefern sich politische Inhalte und Diskurse von ‚nationalen‘ Medienkulturen unterscheiden und zweitens inwiefern „nationenübergreifende Muster der Wandels“ festzustellen sind.

9.00-10.30

SFG 2030

Panel 19: Die „Fremdheit“ von Frauen im Migrationsdiskurs

Moderation: Martina Thiele | Universität Salzburg

Kommentar: Tanja Maier | Universität Siegen

Elisabeth Klaus | Universität Salzburg

Susanne Kassel | Universität Salzburg

Ricarda Drüeke | Universität Salzburg

Der Schleier als identitätsstiftendes Symbol in medialen Räumen Europas

Die Schaffung von nationaler oder transnationaler Identität geht mit der Festlegung von äußeren und inneren Grenzen, mit Inklusion des „Eigenen“

und Exklusion des „Fremden“ einher. Der Beitrag zeigt anhand von Darstellungen verschleierte Frauen und den Kopftuchdebatten in verschiedenen europäischen Ländern, wie „Fremdheit“ in Medien ihren Ausdruck findet. Schleier und Kopftuch, die eng an Orientalismus und Islamdebatte geknüpft sind, tauchen häufig in Migrationsdiskursen auf und dienen der Markierung kultureller Differenz. Der Beitrag fragt danach, wie kulturelle Identitäten und Bedeutungen anhand der verschleierten Frau produziert, reproduziert, modifiziert oder verworfen werden. Im theoretischen Teil wird zunächst das Konzept medialer Identitätsräume vorgestellt. Im zweiten Teil des Beitrages werden Studien aus Deutschland, Großbritannien und Frankreich vergleichend gegenüber gestellt. Dadurch zeigt sich, wie in unterschiedlichen nationalen Debatten spezifische, unterscheidbare Identitätsräume entstehen.

Margreth Lünenborg | Freie Universität Berlin

Annika Bach | Freie Universität Berlin

Migrantinnen in Deutschland, Medien im Wandel? Repräsentationen von Geschlecht und Ethnizität in der deutschen Tagespresse

In der Forschung zu Medien und Migration dominiert der Blick auf Migration als einem oberflächlich geschlechtsunbestimmten und damit implizit männlichen Phänomen, das medial als ‚Bedrohung‘ inszeniert wird. In diesem Beitrag wird deshalb Ethnizität mit Geschlecht in Verbindung gebracht und zentral danach gefragt, in welcher Weise Geschlecht und Ethnie im medialen Diskurs Relevanz erlangen. Wie also berichten Medien über Migrantinnen und Migranten? Wo werden Stereotype bedient und wo eröffnen sich dabei auch Spielräume für diversity und damit vielfältige Identitäten, die im medialen Diskurs der Einwanderungsgesellschaft sichtbar werden? Auf welche kulturellen Wandlungsprozesse verweisen die Medienbilder? Der Beitrag untersucht zunächst die theoretischen Kategorien Geschlecht und Ethnizität. Im zweiten Schritt werden diese empirisch angewendet. Anhand von Beispielen aus der Tagespresse kann gezeigt werden, welche Facetten der Migration sich in der Printberichterstattung über Migrantinnen wieder finden.

Assimina Gouma | Universität Salzburg

Transnationale Medienkulturen: Mediale Begegnungen und Entgegnungen von MigrantInnen zum Thema Migration

Medien, Publika und Aussagen sind in Bewegung und schaffen transnationale Räume, die Alltagspraktiken und Identifikationsprozesse verändern. In qualitativen Interviews mit griechischen MigrantInnen in Österreich werden so grenzüberschreitende Medienkulturen deutlich, die nationale Diskurse und Identitäten herausfordern.

Die Frage nach einer migrantischen Identität rückt ebenso wie die Auseinandersetzung mit den unterschiedlichen medialen Migrationsdiskursen, z.B. im Niederlassungs- und Herkunftsland, in den Mittelpunkt. Zentral da-

bei sind die entgegengesetzten Positionen der Befragten als BeobachterInnen aber auch als Gegenstand der medialen Thematisierung von Migration. Der Blick auf die eigene Position im Migrationsdiskurs wird daher neben einer umfangreichen kulturellen Produktion rund um die griechische Diaspora mit diskriminierenden Medienberichten über MigrantInnen in Griechenland und Österreich konfrontiert. Im Rahmen der Analyse werden sowohl Strategien der MigrantInnen wie die Verneinung des Migrationsprojekts als auch alternative Konzepte dazu diskutiert.

9.00-10.30

SFG 2040

Panel 20: Protest Cultures

Moderation: Jeffrey Wimmer | Universität Bremen

Sigrid Baringhorst | Universität Siegen

Veronika Kneip | Universität Siegen

Johanna Niesyto | Universität Siegen

Anti-corporate campaigns on the web: Changing protest and media cultures

Grounded on the diachronous and synchronous analysis of virtualized Anti-Corporate Campaigns interrelations between changing media and protest cultures are explored. The qualitative historical comparison of campaigns from the 1960s, 1990s and today reveals that current web based campaign communication creates multiplex forms of (counter) publics being nurtured by its predecessors. While corporate public relations and advertising strive to distribute images in mass media publics, the transition to multimedia societies and in particular the technical possibilities of the Internet enable Anti-Corporate Campaigns offering individualized collective action through consumerist protest repertoires and forms of issue and social networking. In a second step collected data of current transnational Anti-Campaigns addressing German speaking publics is used to systematize campaigns along dimensions of technical tools and social practices. In doing so, it is argued – in line with the historical analysis – that political protest transforms itself by drawing on old and new elements of media use, cultural expressions and political aims as well as by appropriating online and offline spaces at the same time.

Virginia Melián | Stockholm University

New media and civil protest in hybrid societies: the case of 'Yes to life No to the paper mill' website

The relationship between new social movements, specially those located in the global South, and their online media has been often discussed in terms of empowerment via a newly achieved global reach and subsequent extended networking capabilities. Less frequent is the analysis of conditions for potential empowerment within the locality, in societies with hybrid and unequal economic, social and political patterns where digital access is limited. In this paper I explore the ways in which the website of a new social

movement opposed to the installation of two mega paper mills on the border between Argentina and Uruguay from 2005 until 2007 organizes the tensions between the local, the national and the global through forms of civic engagement that involve both the representation of online transnational civic engagement as cyber protest actions and also forms of offline civic engagement within the locality. This paper argues that the analysis of the relationship between new social movements in developing societies and its online media cannot be fully assessed by merely focusing on the global reach and networking power of the Internet. The exploration of the represented tensions and interplay between local, national and global forms of protest helps to analyse the conditions and limitations of potential local empowerment of non-dominant voices.

Michael Daubs | University of Western Ontario

**Television and new media aesthetics:
Remediation and the challenge to independent user/producers**

Advances in the technical capabilities of personal computers, combined with the increasing ubiquity of Internet access, allow the personal computer to become a single site for the production, dissemination, and reception of media texts. This ability, contend scholars such as Peter Lunenfeld, allows for alternative forms of media production. Yet it is often assumed that the transformation of a „passive“ audience into active „user/producers“ allows for greater independence – a break from television’s hegemonic control over cultural production. If true, why do television producers actively engage with and assimilate new media aesthetics? Using semiotic analysis, this paper decodes the aesthetics of user-produced web sites and entertainment texts such as webcam videos and Flash cartoons, and posits how television’s appropriation of this new visual culture illuminates issues of control, democratisation and the relationship/rivalry between media corporations and independent user/producers.

9.00-10.30

SFG 2010

Panel 21: Offenes Panel III

Moderation: Heinz Bonfadelli | Universität Zürich

Christian Schäfer | Johannes-Gutenberg-Universität Mainz

Gregor Daschmann | Johannes-Gutenberg-Universität Mainz

Welche Theorien werden praktisch genutzt? Eine Inhaltsanalyse deutschsprachiger kommunikationswissenschaftlicher Periodika im Vierteljahrhundert 1983-2007

Zur Selbstvergewisserung des Fachs gehört das Wissen um die in ihm verwendeten Theorien. Welche das sind, ist zwar bekannt, aber nur selten Gegenstand der Forschung. Welche Theorien werden also in der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft in der Praxis wie genutzt?

Nach einer quantitativen Inhaltsanalyse der drei wichtigsten Fachperiodika (Stichprobe aus Publizistik, MuK und den DGPK-Tagungsbänden; Zeit-

raum: 1983-2007) ist zu erkennen, dass Theorien im Zeitverlauf immer häufiger genutzt, oft aber nur genannt oder paraphrasiert wurden. Angeführt von der Systemtheorie bestand der theoretische Kern des Fachs in dieser Zeit aus sechs US-amerikanischen Theorien, die sowohl am häufigsten als auch am intensivsten genutzt wurden und von denen keine jünger als 35 Jahre ist. Unterschiede in der Theoriennutzung wurden auch mit Blick auf einzelne Forschungsteilgebiete (nach der Lasswell-Formel), beim Forschungsdesign (quantitativ/qualitativ) und bei den untersuchten Periodika deutlich.

Silke Adam | Freie Universität Berlin

Michaela Maier | Universität Koblenz-Landau

**Personalization of politics – towards a future research agenda.
 A critical review of the empirical and normative state of the art**

In this paper, we seek to critically review the state of art regarding personalization of politics and develop an agenda for future research. Thereby, we proceed in four steps: First, we clarify the propositions of the personalization hypothesis and define our object of investigation. Second, we critically discuss the normative standard on which most studies on personalization of politics are based. Third, we systematically summarize the empirical state of the art regarding personalization, concentrating on quantitative results and on comparisons across time. We show that the assumed negative consequences of personalization are not proven empirically and are based on a standard that must be challenged on theoretical grounds. In the last part of the paper we argue that future research needs to overcome methodological weaknesses, to systematically use comparative research in order to understand personalization as an independent variable, and to develop research questions from more than one normative theory.

Patrick Rössler | Universität Erfurt

**Wir zerstreuten uns zu Tode: Formen und Funktionen der
 Medialisierung des Politischen in illustrierten Zeitschriften der NS-Zeit**

Gesellschaftliche Umbrüche wie die faschistische Machtübernahme, und Umbrüche im Bildjournalismus, die auf Fortschritten in Foto- und Drucktechnik beruhten, beeinflussten massiv die Entwicklung der illustrierten Massenpresse Deutschlands in der Zwischenkriegszeit. Anhand von sechs exemplarischen Zeitschriften wird der Zusammenhang zwischen Form und Funktion bei ihrer spezifischen Art der Medialisierung des Politischen verdeutlicht. Das Spektrum spannen zunächst zwei extreme Pole auf: die parteinahe vs. die Exil-Illustrierte, die sowohl vor als auch nach 1933 erschienen. In einem zweiten Block verdeutlichen zwei weitere Fallbeispiele, wie sich in den Jahren zwischen 1933 und 1939 unterschiedliche populäre Medien der Aufgabe der Politikvermittlung gestellt haben – von der Indoktrination bis zur Pflichtaufgabe. Abschließend greifen zwei Illustrierten-Konzepte aus der Kriegszeit mit ihrer inhaltlichen und künstlerischen Gestaltung bereits weit in die fünfziger Jahre vor.

14.00-15.30

SFG 1030

Panel 22: Mediendiskurse und kulturelle Integration von Minderheiten

Moderation: Hans-Jürgen Weiß | Freie Universität Berlin

Anne Kaun | Södertörn University

In Streit geeint? Mediatisierter Konflikt als Motor einer Annäherung zwischen ethnischer Minderheit und Majorität? – Fallstudie Estland

Mediatisierte Konflikte können potentiell als Motor einer Annäherung zwischen verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen auf Basis einer gemeinsamen Öffentlichkeit verstanden werden. Ziel des Beitrags ist es das integrative Potential von Konflikten für den speziellen Fall der estnischen Gesellschaft theoretisch zu erläutern und empirisch auf den Prozess der Bewusstmachung durch Medienöffentlichkeit zu rekurrieren. In Estland kann seit dem Niedergang der Sowjetunion und der Re-etablierung eines eigenständigen estnischen Staates von einem Dauerkonfliktzustand mit heißen und kalten Phase aufgrund der besonderen ethnischen Bevölkerungszusammensetzung gesprochen werden. Mit Hilfe einer quantitativen Inhaltsanalyse der zwei größten estnischsprachigen Tageszeitungen soll das integrative Potential von heißen und kalten Phasen des Konflikts näher analysiert werden.

Barbara Thomaß | Ruhr-Universität Bochum

Die Rolle der Medien in einer multiethnischen Gesellschaft – am Beispiel der Canadian Broadcasting Corporation

Der vorgeschlagene Beitrag geht der Frage nach, welche Rolle Medien bei der Integration von Migrationsgesellschaften spielen können. Aufgrund der Möglichkeit, öffentlich verantworteten und finanzierten Rundfunk in normative Ziele einzubinden, ist public service broadcasting Gegenstand der Analyse. Die Frage, welche Rolle öffentlich verantworteter und finanzierter Rundfunk bei der Integration von Migrationsgesellschaften spielen kann, wird beantwortet, indem beispielhaft die Regulierungsmaßnahmen eines Landes ausgewertet werden, das sich seit seiner Gründung als Einwanderungsland versteht und als erstes und einziges Land in der Welt offiziell Multikulturalismus als Grundlage seiner Gesellschaft benennt: Kanada. Zentrale Hypothese des Beitrages: Medienintegration ist ein kontingenter Prozess, der normative Vorgaben voraussetzt, die wiederum auf einen gesellschaftlichen Konsens rekurrieren. Umgekehrt kann ein gesellschaftlicher Konsens hinsichtlich des Zieles von Integration durch Medien gefördert werden. Medienintegration muss strukturell abgesichert werden und die Interdependenzen von Personalpolitik, Produktion und Inhalt berücksichtigen.

Cornelia Wallner | Universität Wien

Petra Herczeg | Universität Wien

Oliver Gruber | Österreichische Akademie der Wissenschaften

Integrationsdiskurse als gesellschaftlicher Selbstverständigungsprozess

Öffentlichen, massenmedial vermittelten Diskursen kommt in Medienkulturen ein zentraler Stellenwert für gesellschaftliche Selbstverständigungsprozesse zu und sie sind somit auch für Integrationsprozesse essentiell. Über die Analyse öffentlicher Diskurse wird es möglich, gesellschaftliche Muster im Umgang mit Migration und Integration herauszuarbeiten. Dadurch wird erkennbar, von welchen Bedeutungsmustern im Zusammenhang mit Integration ausgegangen wird. In unserem Beitrag stellen wir zentrale Ergebnisse einer quantitativen Inhaltsanalyse vor, welche die gegenwärtige Situation in Österreich darstellen. Anhand eines Fallbeispiels wurde analysiert, wie gesellschaftliche Integrations- und Identitätsprozesse in und über die Medien transportiert werden. Anhand ausgewählter Ergebnisse wird u.a. gezeigt, dass der nationale gesellschaftliche Selbstverständigungsprozess stark elitendominiert ist und die Ausverhandlung von Integration vor allem rechtliche, strukturelle Dimensionen beinhaltet.

14.00-15.30

SFG 1020

Panel 23: Gender und Medienkultur

Moderation: Elisabeth Klaus | Universität Salzburg

Tanja Thomas | Leuphana Universität Lüneburg

Perspektiven kritischer Medienkulturtheorie und -forschung

Der Vortrag plädiert für ein Verständnis von „Medienkultur“, das a) keine Gegenüberstellung, sondern eine integrative Vorstellung des Verhältnisses von Medien und Kultur berücksichtigt b) die Prozesshaftigkeit medial vermittelter Deutungsproduktion betont sowie c) „Medienhandeln“ im Zusammenhang mit den damit verbundenen alltagskulturellen (Deutungs-)Praktiken im Rahmen von und mittels Medien gestalteter Wirklichkeiten betrachtet. So wie „das Soziale“ losgelöst von seiner kulturellen Aneignung nicht vorstellbar ist, so ergibt auch eine Theoretisierung „des (Medien)Kulturellen“ nur im Rahmen des Sozialen Sinn. Vor diesem Hintergrund werden Perspektiven für eine gesellschaftstheoretisch fundierte, kritische Medienkulturforschung skizziert, die danach fragt, in welcher Form und mit welchen Logiken Symbolisches und Materielles aufeinander verwiesen sind und wie Hierarchien und Asymmetrien gesellschaftlicher Verhältnisse in mediatisierten Prozessen, d.h. Phänomenen, Diskursen und Praktiken geprägt, verfestigt, aber auch verändert werden können.

Kathrin Friederike Müller | Leuphana Universität Lüneburg

Geschlechtsgebundene Medienkultur als gelebte Alltagskultur: Frauenzeitschriftenrezeption im Kontext von Biografie, Alltag und Doing Gender

Im Zentrum des Vortrags steht die Aneignung von Frauenzeitschriften als geschlechtsgebundenes Medienhandeln. Die Studie, deren Befunde präsentiert werden, fragt nach dem Ineinandergreifen lebensgeschichtlicher, gesellschaftlicher und individueller Faktoren bei der Rezeption der klassischen Frauenzeitschrift Brigitte. Den Cultural Media Studies folgend wird die Aneignung als produktives Handeln begriffen, währenddessen neue Bedeutungen hervor gebracht werden. Die Frauenzeitschriftenrezeption ist demnach eine kulturelle Praxis, innerhalb derer eine Auseinandersetzung mit Realitätserfahrungen von Frauen und eine Teilhabe an einer geschlechtsgebundenen Alltagskultur möglich ist; sie erscheint als prädestiniert für eine Analyse von Doing Gender-Prozessen. Die Befunde aus 19 qualitativen Interviews verdeutlichen, dass die Rezeption von gesellschaftlichen Lebensbedingungen geprägt wird: Frauenzeitschriften dienen in Medienkulturen zur Aushandlung geschlechtsgebundener Erfahrungen und geschlechtlicher Identität.

Christine Dietmar | Universität Erfurt

Medienalltag in Paarbeziehungen – Eine qualitative Studie medienkultureller Praktiken von Paaren

Die Studie beschäftigt sich mit Kommunikation und Medien im Alltag von Paaren. Vor dem Hintergrund eines Metaprozesses der Mediatisierung kommunikativen Handelns (Krotz 2001) und unter Berücksichtigung der Kennzeichen enger sozialer Beziehungen in einer Medienkultur zielt die Arbeit auf eine Erfassung der Aneignung von Medien und Medienrepertoires ab. Die empirische Studie beinhaltet eine Analyse von Interviews mit zehn Paaren, von Kommunikationstagebüchern sowie von Einzelgesprächen mit den Partnern. Die Ergebnisse verdeutlichen umfassende Momente einer Medienkultur sowie der Mediatisierung auf verschiedenen Ebenen des Alltags in intimen Beziehungen sowie bei Prozessen der paarspezifischen Identitätskonstruktion. Die mediatisierte Kommunikation der Paare ist von Koordinierung, Habitualisierung sowie Ritualisierung des Alltagslebens gekennzeichnet. Paare nutzen Medien für die alltägliche Verschränkung ihrer Lebensführung, wobei diese wiederum durch Medien strukturiert wird.

14.00-15.30

SFG 2020

Panel 24: Organisationskulturen und Kommunikation

Moderation: Anna Maria Theis-Berglmair | Universität Bamberg

Franziska Weder | Alpen-Adria Universität Klagenfurt

Organisationskultur als selbstorganisiertes Kommunikationsnetzwerk

In der heutigen Organisationsgesellschaft sind Organisationen nicht mehr operational abgegrenzt von einer Umwelt zu erfassen sondern können vielmehr als ‚netzwerkartige Figuration‘ bzw. als ‚organisationales Feld‘ verstanden werden. Dieser Begriff beschreibt die wechselseitigen – hier von besonderem Interesse: kommunikativen – Beziehungen in einem eine Organisation übergreifenden Zusammenhang. Ein organisationales Feld umfasst also auch die Umwelt, insbesondere die ‚kulturelle Umwelt‘ einer Organisation (z.B. die Wertesysteme der Anspruchs-, Bezugsgruppen bzw. Stakeholder). In dem Vortrag wird Organisationskultur als über Prozesse – insbesondere Kommunikationsprozesse – konstituiert und ‚gelebt‘ verstanden. Damit wird die Organisation selbst zur Kultur und Organisationskommunikation zur ‚kulturstiftenden Praxis‘.

Stefan Jarolimek | Freie Universität Berlin

Juliana Raupp | Freie Universität Berlin

Die Kulturabhängigkeit der Kommunikation gesellschaftlicher Verantwortung von internationalen Unternehmen

Angesichts der zunehmenden länderübergreifenden Verflechtung der Wirtschaft gewinnt die aktive Gestaltung der Unternehmenskultur immer mehr an Bedeutung: Sie dient der Erkennbarkeit nach außen und der Identifikationsmöglichkeit nach innen. Gleichzeitig wird von großen, international agierenden Unternehmen erwartet, dass sie sich im Hinblick auf gesellschaftliche Anforderungen legitimieren, d.h., dass sie in CSR-Aktivitäten investieren. Die Unternehmen stehen hier neuen nationalen Öffentlichkeiten, die an Unternehmen Erwartungen hinsichtlich der Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung haben. Was darunter verstanden wird und welche Aktivitäten als angemessen empfunden werden, ist jedoch historisch gewachsen und vom jeweiligen nationalen Kontext geprägt.

Vor diesem Hintergrund gehen wir von der Annahme aus, dass es zu einem Spannungsverhältnis zwischen Unternehmenskultur einerseits und nationaler Kultur andererseits kommen kann, was die Kommunikation gesellschaftlicher Verantwortung anbelangt. Dies untersuchen wir beispielhaft an zwei international tätigen Unternehmen und deren Internetpräsenzen in Deutschland, Großbritannien, Russland, in den USA sowie der jeweiligen ‚Global Site‘.

Jo Reichertz | Universität Duisburg-Essen

„Das ist ein Geben und Nehmen“: Die Produktion von Innerer Sicherheit in der Blaulichtredaktion – Redaktionskulturen im Wandel

In dem Vortrag werden ersten Ergebnisse des DFG-Projekts, Die Bedeutung der Medien beim öffentlichen Kampf um die Erreichung und Erhaltung von ‚Innerer Sicherheit‘ vorgestellt. Aus kultursoziologischer Perspektive wird die Bedeutung der Medien bei dem öffentlichen ‚Kampf‘ um die ‚richtige‘ Politik des Polizierens untersucht. Denn was wichtig für die Innere Sicherheit ist und wie diese herzustellen ist, darüber berichten die Medien nicht nur, sondern sie greifen immer öfter und nachhaltiger in diesen Diskurs mit einer eigenständigen Position ein.

Betrachtet wird das Mit- und Gegeneinander von Pressestellen der Polizei und der Feuerwehr auf der einen Seite und lokalen (öffentlichen wie privaten) Blaulichtredaktionen auf der anderen. Welche Aktionen unternehmen die Blaulichtreporter selbst, welchen Standpunkt vertreten sie und wie stimmen sie sich mit ihren Konkurrenten ab.

14.00-15.30

SFG 2030

Panel 25: Regulation von Medienkulturen

Moderation: Gabriele Siegert | Universität Zürich

Manuel Puppis | Universität Zürich

Matthias Künzler | Universität Zürich

Leen d'Haenens | University Leuven

Thomas Steinmaurer | Universität Salzburg

Size Matters: How Media Regulation Contributes to Preserving the Media Cultures of Small Media Systems

What is the role of media regulation in preserving small states' distinct media cultures? On the one hand, it is proposed that small states tend to interventionist regulation because achieving diversity through competition is no option. On the other hand, it is suggested that small states with giant neighbors sharing the same language tend to subordinate media diversity to protectionism. The presentation is structured as follows: First, we focus on structural peculiarities of small media systems and the problems these create for the preservation of a distinct media culture. Second, we discuss the propositions by comparatively analyzing media regulation in several European small states. Third, based on the analysis, we conclude that size alone cannot explain media regulation. Rather, characteristics of the political system have to be considered as well. Thus, we present a combination of the small states perspective with Hallin and Mancini's seminal typology of media and politics.

Jim Rogers | Dublin City University

Copyright and the Shaping of Media and Cultural Forms from Gutenberg's Printing Press to Digital Music

The chief aim of this paper is to outline the conceptual basis of copyright and to briefly trace the development of international copyright policy as it has come to shape the contemporary music industry. While 'collective management' societies were initially formed in the interests of composers, the rise and dominance of global entertainment corporations has eroded those 'founding' principles. This paper serves to illustrate how copyright trends have increasingly grown to serve the interests of these established copyright owners. Crisis rhetoric regarding the music industry has grown increasingly common over the past decade. Digital innovations, particularly file-sharing internet technologies are most commonly offered as the cause of this crisis. However, the paper emphasises that if we understand copyright as the key currency with which the music industry operates, then new revenue streams that have opened up to the music industry in the digital era offer an alternative picture to crisis. Thus, this paper illustrates how copyright sustains the worlds of culture and entertainment, and shapes the technologies that carry the potential to radically alter these worlds.

14.00-15.30

SFG 2040

Panel 26: Digitale Spielkulturen

Moderation: Sabine Trepte | Universität Hamburg

Anita Borch | SIFO Oslo (National Institute for Consumer Research)

Ardis Storm-Mathisen | SIFO Oslo (National Institute for Consumer Research)

Contextualising adolescents' egaming – the regulatory practices of everyday life

Adolescents' consumption and problems related to playing and gambling on electronic devices like tv, pc and the internet, here labelled egaming, are increasing. This paper reports from an empirical study that seeks to map and contextualize adolescents' egaming activities and problems. The study is based on data from (i) a strategic survey among pupils in secondary and highschoools in Norway and (ii) conversational interviews of adolescents and parents in households with and without identified egaming problems. The paper presents preliminary findings on regulatory practices and logics surrounding adolescents' egaming in households without identified problems. It will delineate how egaming regulation is accounted for by the playing adolescents, their parents and local peers, point at patterns and variations, and discuss social processes and mechanisms involved in the regulation of egaming in everyday life. The analysis is based on domestication theory, Wittgenstein's concept 'language game', gift theory and Foucault's perspective on 'discipline' and 'governmentality'.

Christoph Klimmt | Johannes-Gutenberg-Universität Mainz

Hannah Schmid | Hochschule für Musik und Theater Hannover

Sabine Feierabend | SWR

Tim-Christopher Hemker | Hochschule für Musik und Theater Hannover

Unterhaltungskultur im Wandel? Online-Computerspiele als Konkurrent des Fernsehens

Das Fernsehen nimmt die dominante Stellung in der Landschaft der Unterhaltungsangebote ein. Dies ist vor allem dadurch begründet, dass es eine Vielzahl an Formaten ausstrahlt, die unterschiedliche Modi des Unterhaltungserlebens hervorrufen können. Die mittlerweile sehr populären Computerspiele könnten diese prägende Rolle allerdings in Frage stellen. Sie unterscheiden sich von Fernsehangeboten vornehmlich durch ihre Interaktivität. Einige Erfahrungsqualitäten sind jedoch durchaus mit dem Rezeptionsvergnügen des Fernsehens vergleichbar. Gerade bei jüngeren Publika ist eine immense Verbreitung von Computerspielen zu beobachten. Eine Sekundäranalyse der telefonischen Repräsentativumfrage „JIM“ mit 12- bis 19jährigen Jugendlichen untersucht deshalb die Frage, ob bei Jugendlichen eine Konkurrenzbeziehung zwischen der Nutzung von Online-Computerspielen und der Nutzung des Fernsehens besteht. Dabei zeigt sich zunächst kein komplementärer Zusammenhang. Eine Detailanalyse zeigt jedoch, dass für unterschiedliche Personengruppen spezifische Nutzungsmuster bestehen.

14.00-15.30

SFG 2010

Panel 27: Offenes Panel IV

Moderation: Werner Wirth | Universität Zürich

Anja Obermüller | Technische Universität Dresden

Gibt es wirklich einen Second-Person Effekt? Theoretische und empirische Betrachtung eines neuen Konzeptes

Dieser Beitrag erläutert in einem knappen Literaturüberblick den Third- und den First-Person Effekt, um aufbauend darauf den so genannten Second-Person Effekt, wie er von Neuwirth und Frederick (1999, 2002) eingeführt wurde, vorzustellen. Dieser wurde in der Forschung bisher kaum beachtet. Als eine Sonderform der Third-Person Wahrnehmung suggeriert er, dass Menschen keine Diskrepanz zwischen sich und anderen wahrnehmen wenn es um die Einschätzung von Medienwirkungen geht, sondern eher eine Ähnlichkeit. Darüber hinaus zeigten Neuwirth & Frederick, dass die Second-Person Wahrnehmung die Verhaltenskomponente besser erklären konnte. Der Effekt wird bezüglich seiner Terminologie, dem theoretischen Konzept und der Methode, die bisher angewendet wurde, kritisch hinterfragt. Zuletzt werden die Implikationen der theoretischen Betrachtung auf Daten einer empirischen Studie angewendet, um die Schwierigkeiten und potentiellen Lösungen bezüglich der Messung näher zu betrachten.

Helmut Scherer | Hochschule für Musik und Theater Hannover

Teresa K. Naab | Hochschule für Musik und Theater Hannover

Brenya Adjei | Hochschule für Musik und Theater Hannover

Julia Niemann | Hochschule für Musik und Theater Hannover

Sag mir lieber nicht, was du gerne im Fernsehen siehst, sonst riskierst du, dass ich dich nicht mag. Eine empirische Untersuchung zur Wirkung von Impression Management

Mediennutzung ist Ausdruck persönlichen Geschmacks und kann dazu genutzt werden Impression Management zu betreiben. Die Studie fragt nun, ob und unter welchen Umständen Mediennutzung das Potenzial hat, die Sympathiebewertung über eine Person tatsächlich positiv zu beeinflussen. In einem Fragebogenexperiment bewerteten 562 Probandinnen die fiktive Studentin Anna auf Basis eines Online-Profiles, in dem variierende Informationen über Annas Fernsehgenrepräferenzen gegeben wurden. Je nach kommunizierten Medienvorlieben unterscheidet sich die Sympathiezuschreibung. Die Kommunikation von Soap-Rezeption wirkt in der Gruppe der jungen, hoch gebildeten Frauen negativer als die von Politik. Sind Kommunikator und bewertende Person hinsichtlich ihrer Medienvorlieben unähnlich, führt dies zu einer Abwertung, was Beeindruckungsversuche durch Medien riskant erscheinen lässt.

15.45-17.15

SFG 1030

Panel 28: Öffentlichkeit, politische Diskurskulturen und nationale Integration

Moderation: Frank Marcinkowski | Westfälische Wilhelms-Universität Münster

Stephanie Schwab | Universität Zürich

Patrick Donges | Universität Zürich

Politische Kommunikationskultur im Wandel – Das Beispiel Schweiz

Am Sitz von Regierung und Parlament sind sich Politik und Journalismus besonders nah. Nähe führt, so Blumler/Gurevitch (1995), zu einer „emergent shared culture“, in der sich Normen und Rollenverständnisse angleichen. Für die Schweiz hat Saxer 1992 ein symbiotisches Verhältnis zwischen Politik und Journalismus im Bundeshaus festgestellt, das im Widerspruch zu Normen der Distanz und Unabhängigkeit stehe. Der Vortrag stellt die Frage, ob und wie sich die politische Kommunikationskultur in der Schweiz verändert hat. Hierzu werden die Ergebnisse einer Studie zur „Political Communication Culture in Western Europe“ von 2008 mit Befunden der 20 Jahre älteren Saxer-Studie „Bericht aus dem Bundeshaus“ verglichen. Nach Pfetsch (2003) wird die „politische Kommunikationskultur“ empirisch anhand der Orientierungen der Akteure aus Politik und Journalismus aufgezeigt, u. a. zum Einfluss der Medien auf die Politik, den Kontakten zwischen den Akteuren sowie ihren jeweiligen Rollenverständnissen.

Katharina Kleinen-von Königslöw | Jacobs University Bremen

Die nationale Integration der politischen Diskurskultur – am Beispiel der politischen Öffentlichkeiten Ost- und Westdeutschlands

Die Grenzen einer politischen Diskurskultur und der zu ihr gehörigen Öffentlichkeit werden meist mit den Grenzen einzelner Nationen gleichgesetzt. Der Vortrag hinterfragt diese häufig unterstellte Kongruenz von Diskurskultur, Öffentlichkeit und Nation einerseits theoretisch, in dem er ein mehrdimensionales Modell der Arenen-Integration nationaler Öffentlichkeiten entwickelt. Andererseits überprüft er sie empirisch mittels einer Untersuchung der politischen Öffentlichkeit(en) Ost- und Westdeutschlands in neun regionalen und nationalen Medien im September 2006. Auf Basis einer themenübergreifenden Inhaltsanalyse und zwei themenspezifischen Fallstudien stellt der Vortrag dar, inwieweit die analysierten Medienarenen genügend normative Anforderungen erfüllen, um als Teil der arenen-integrierten nationalen Öffentlichkeit und damit als Teil einer gemeinsamen nationalen Diskurskultur zu gelten.

André Donk | Westfälische Wilhelms-Universität Münster

Anne Friedemann | Westfälische Wilhelms-Universität Münster

Martin Herbers | Westfälische Wilhelms-Universität Münster

Fragmentierung politischer Öffentlichkeit: Theoretische Fundierung und empirische Konzeption

In den vereinzelten kommunikations- und medienwissenschaftlichen Forschungsanstrengungen zur Fragmentierung von politischer Öffentlichkeit wird oftmals entweder die Expansion der Medienkanäle oder des Medienangebotes und die jeweils daraus resultierende Segmentierung des Publikums perspektiviert. Ein umfassendes Konzept des Phänomens der Fragmentierung politischer Öffentlichkeit sowie daraus ableitbare eindeutige empirische Belege fehlen daher bislang. Um diesem Desiderat zu begegnen wird in einem ersten Schritt die bisherige theoretische Auseinandersetzung mit dem Phänomen der Fragmentierung gesichtet und systematisiert. Anschließend an die derart geleistete theoretische Fundierung wird ein umfassendes, empirisch gehaltvolles Konzept entwickelt, das zum einen soziale Metatrends als Ursachen für die Segmentierung von Publika und die Pluralisierung von Angeboten berücksichtigt und zum anderen in Bezug auf die mediale Sphäre technische, sachliche und soziale Dimensionen integriert.

15.45-17.15

SFG 1020

Panel 29: Internetaneignung im alltagskulturellen Kontext

Moderation: Jens Wolling | Technische Universität Ilmenau

Julia Ahrens | Leuphana Universität Lüneburg

Internet and everyday life in Australia and Germany

The Internet has become a normal part of many households – having it at home is nowadays nothing unusual. But what does this actually mean for the everyday life of its owner? A qualitative research design was employed to study to what extent the Internet has been integrated into everyday domestic life of heterosexual couples. Based on in-depth interviews in Germany and Australia, two countries with a slightly different stage of the diffusion of the Internet were chosen. In this presentation I will focus on the following questions:

1. How does the integration of the Internet into everyday life look like in Australia and Germany. I will focus on two dimensions of integration: time and content. How is the Internet use integrated into the time structure of the daily life? How is the Internet integrated concerning daily tasks and activities?
2. Is the Internet integration into everyday domestic life different or similar between females and males?

Jutta Röser | Leuphana Universität Lüneburg

Corinna Peil | Leuphana Universität Lüneburg

Die Domestizierung des Internets 1997-2007: Befunde zum Wandel häuslicher Medien und Alltagskulturen

Der Vortrag präsentiert Forschungsergebnisse zum Einzug und zur Integration des neuen Mediums Internet in häusliche Medien und Alltagskulturen und leistet einen Beitrag, qualitative Aspekte des Diffusionsprozesses über ein Jahrzehnt (1997-2007) zu rekonstruieren. Die Befunde, erhoben im Rahmen eines DFG-Projekts, basieren auf 24 ethnographisch orientierten Haushaltsstudien mit 48 Personen, mittels derer die Anschaffung, Aneignung und Bedeutung des Internets im Kontext des Zuhauses und der Paarbeziehung untersucht wurden. Theoretisch wird Bezug genommen auf den Domestizierungsansatz, der im Projekt anhand des Internets systematisch empirisch umgesetzt wird. Dabei wird gezeigt, wie sich der allgemein beschriebene Diffusionsprozess konkret ausgestaltet: einerseits in Bezug auf sich wandelnde Motive und Impulse bei der Anschaffung des Internets, andererseits mit Blick auf Formen der Integration in den häuslichen Kontext, etwa indem das Internet mit räumlichen Arrangements und Interaktionsformen zusammenspielt und diese verändert.

Ines Braune | Universität Leipzig

Internet-Alltag in Marokko: Zwischen inhaltlicher Befreiung und struktureller Begrenzung

Internet ist in Marokko von großer Bedeutung. Nach den neuesten Schätzungen (ITU 2007) nutzen über ein Viertel der marokkanischen Bevölkerung das Internet und die Zahl ist weiter steigend. Internetnutzung ist in Marokko jedoch ein urbanes Phänomen und findet maßgeblich in öffentlichen Internetcafés statt. Im Zentrum dieses Beitrages steht die Frage, welchen Einfluss dies nun auf den Alltag der Internetnutzenden in Marokko hat. Wie gestaltet sich der Internet-Alltag in Marokko? Welchen Teil des global verfügbaren im Internet machen sich die marokkanischen Nutzer zu eigen?

Es wird herausgearbeitet, welche Freiräume sich die Nutzer mit Hilfe des Internets eröffnet haben und wo sie an Grenzen stoßen, die sie nicht bearbeiten können. In der inhaltlichen Befreiung wird so oftmals die eigene strukturelle Begrenzung sichtbar.

15.45-17.15

SFG 2040

Panel 30: Kulturwandel der politischen Kommunikation

Moderation: Hartmut Wessler | Universität Mannheim

Marco Dohle | Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf

Gerhard Vowe | Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf

Subjektive Mediatisierung der Politik. Ergebnisse einer Befragung zur vermuteten politischen Bedeutung von Medien

In der Forschung zur politischen Kultur ist bislang die Frage wenig untersucht worden, welchen Stellenwert die Medien in den subjektiven Sichtweisen von Politik haben: Welche Macht wird Medien attribuiert? In einer Befragung von Journalisten, politisch aktiven Personen und Studierenden (n=1206) wurde daher überprüft, welcher politische Einfluss den Medien zugeschrieben wird und wie dies in sachlicher, sozialer und zeitlicher Hinsicht differiert. Den theoretischen Hintergrund bildet das Konzept der „Mediatisierung“, wonach Veränderungen in der Politik mehr als früher und mehr als im Vergleich zu anderen Faktoren darauf zurückzuführen sind, dass sich Politik an der Medienlogik orientiert. Ergebnisse sind u.a.: Den Medien wird ein deutlich größerer politischer Einfluss zugeschrieben als den Bürgern – nach Ansicht der meisten Befragten mit wachsender Tendenz. Als zu groß empfinden den medialen Einfluss vor allem die politisch Aktiven.

Ingrid Lehmann | Universität Salzburg

Political Culture and the Development of International Media Scandals from Kurt Waldheim to Kofi Annan

The paper examines two incidents in a 20 year time span during which prominent international figures, former UN Secretary-General Kurt Waldheim and UN Secretary-General Kofi Annan were the subject of critical media reporting. The author seeks to determine if – and to what extent - changing media and political cultures in the United States and Europe impacted reporting and perceptions about these two leaders. The author's main thesis is that a transatlantic media and opinion divide could be observed in each case: the discovery of Waldheim's Nazi past in 1986 was exposed both in Austria and the United States, but perceived very differently in those two countries. The scandalization of Kofi Annan by US neoconservative politicians with the active assistance of some media between 2003 and 2006 was closely linked to his critique of the Iraq war and the transatlantic media and opinion divide over that issue.

Caja Thimm | Universität Bonn

“It takes Technology to make a President” – New Media Cultures in the US Presidential Campaign 2008

In his quest for the American Presidency, Barack Obama has as much as revolutionized direct campaigning and the use of online technologies. In the paper, three of his main strategies will be discussed.

Blogger Activism: An in-depth analysis of three selected A-blogs will illustrate the part of those bloggers, which were particularly important for the campaign.

Online Grass Rooting: Millions of people were addressed by direct mailing using email, text messaging or twitter, informing them personally and creating the feeling of belonging and closeness among the followers.

Reaching out for special interest online communities; The Obama campaign additionally staked out special interest groups, which linked him to the younger voters. Most noteworthy, student blogs, gamers and visitors of the virtual world “second life”.

It will be argued that this concept of online campaigning changed the role of online media for political communication beyond short lived election goals.

15.45-17.15

SFG 2030

Panel 31: Populärkulturen und Medienidentität

Moderation: Guido Zurstiege | Universität Wien

Laura Suna | Universität Bremen

Populärkulturelle Medienkulturen als Artikulationskontext von Medienidentitäten

Wenn man die Identitätsbildung Jugendlicher analysiert, dann sind in Anlehnung an die medien- und kommunikationswissenschaftliche Diskussion (vgl. Hoffmann/Mikos 2007; Krotz 2003, Hepp 2006) zur Mediensozialisation insbesondere drei Aspekte zu betonen. Erstens beziehen Jugendliche einen Teil ihrer Identitäten aus medienvermittelten Ressourcen. Zweitens nutzen Jugendliche digitale Medien als Kommunikationsräume der Identitätskonstitution und Identitätsartikulation. Drittens bilden populärkulturelle Medienkulturen den Artikulationskontext von Medienidentitäten. Bezugnehmend auf solche Überlegungen betrachtet der Beitrag erstens die Selbstsozialisation Jugendlicher in populärkulturellen Gemeinschaften und zweitens die in diesen Gemeinschaften artikulierten Gruppenidentitäten wie bspw. Musikgeschmack. Die empirische Grundlage bildet dabei eine qualitativ angelegte Fallstudie zur Mediennutzung russisch- und lettischsprachiger Jugendlicher in Lettland. Die Datenbasis beträgt 27 Leitfadeninterviews und offene Medientagebücher.

Orly Soker | Sapir College Jerusalem

Nelly Elias | Ben-Gurion University of the Negev

Minority-majority divide in the Ambassador Reality Show in Israel

In recent years, reality shows have become one of the most popular television genres, amongst other things, due to their relative openness to a more varied representation of ethnic, religious and other minorities, in compared with traditional media formats. The present study examined this assumption in the case of immigrants' participation in the show. For this purpose, we have analyzed a popular Israeli reality show, The Ambassador, broadcasted during 2005. The findings indicate that the pluralistic nature of the reality shows is limited a priori by the hegemonic forces. Though the hegemonic discourse in the show was disguised and more sophisticated in compared with other television genres, the sense of equality and pluralism that the program inspired constitutes an even more powerful mechanism of exclusion and, therefore, cultural domination. As such, reality shows can be seen as a television genre whose primary strength lies in its ability to create a false sense of pluralism, aimed at hiding the power relations in society.

15.45-17.15

SFG 2020

Panel 32: Die kulturelle Realität virtueller Welten

Moderation: Thorsten Quandt | Universität Hohenheim

Kommentar: Jan-Hinrik Schmidt | Hans-Bredow-Institut Hamburg

Friedrich Krotz | Universität Erfurt

Online-Rollenspiele als Figurationen im Prozess der Zivilisation

Für die Analyse der kulturellen und gesellschaftlichen Bedeutung von Online-Rollenspielen kann man sinnvoll auf die Kategorien und Konzepte zurückgreifen, die Norbert Elias im Hinblick auf seine Analyse des Zivilisationsprozesses verwendet hat: Figurationen als Interdependenzverhältnisse, in denen Menschen leben und handeln, die situativ oder situationsübergreifend sein können, und in denen sich die Soziogenese, also die Entwicklung von Gesellschaft ausdrückt und abspielt. Menschen müssen zudem als Teil von Figurationen spezifische Kenntnisse, Fähigkeiten und Persönlichkeitsmuster entwickeln, für die Elias den Begriff der typischen Persönlichkeitsformation bzw. des Habitus verwendet, und in der sich Psychogenese ausdrückt: Der Prozess der Zivilisation ist dementsprechend aus Sozio- und Psychogenese zusammengesetzt.

Der Vortrag beschäftigt sich damit, diese Konzepte zu erläutern und für die Analyse von Computerspielen fruchtbar zu machen.

Jeffrey Wimmer | Universität Bremen

“The world’s first cyber game festival“?

Eine empirische Fallstudie zu den World Cyber Games 2008 in Köln

Digitale Spiele und ihre Spielkulturen sind Teil eines gewaltigen Veränderungsprozesses, den der Mediatisierung, Individualisierung und Ökonomisierung von Alltag und Gesellschaft. Mehr noch: Sie sind nicht nur idealtypische Manifestationen sondern vielmehr Antreiber ebendieser Metaprozesse.

Exemplarisch und konkret empirisch umgesetzt wird dieser theoretische Analyserahmen mit Hilfe eines Mehrmethodendesigns am besonderen Beispiel der World Cyber Games (WCG), die vom 4. bis 9. November 2008 in Köln stattgefunden haben. Daten zu den verschiedenen Artikulationsebenen der Spielkultur wurden entlang der an diesem (Medien-)Event beteiligten internationalen Akteursgruppen erhoben und mit dem Verfahren der Grounded Theory ausgewertet.

Die Analyse zeigt, dass die Spielkultur im Rahmen der WCG zugleich nationalen wie globalen Charakter besitzt – was schon im Selbstverständnis der Veranstalter ostentativ angelegt ist. Die Erfahrung des individuellen Spiels in einem lokalen und alltäglichen Kontext wird hier allerdings strukturell an ein transnationales und dabei höchst kommerzialisiertes Spielsystem gebunden. Das Ansehen der WCG als authentischer Ort der Spielkultur hat bei den Gamern allerdings kaum an der offensichtlichen und zunehmenden Ökonomisierung der E-Sport-Szene gelitten. Im Gegenteil: für viele ist dieser Prozess ein Zeichen gesellschaftlicher Anerkennung.

17.30-19.00

SFG 1040

Panel 33: Kulturelle Rollenbilder und Berufssozialisation

Moderation: Romy Fröhlich | Ludwig-Maximilians-Universität München

Björn von Rimscha | Universität Zürich

Gabriele Siegert | Universität Zürich

Orientierungen und Rollenselbstbilder von Unterhaltungsproduzenten

Produzenten von TV-Unterhaltung wird – anders als Journalisten – häufig unterstellt, sie orientierten sich bei ihrer Arbeit allein am Markt, also der Einschaltquote. In der Präsentation werden Ergebnisse einer quantitativen Befragung von Unterhaltungsproduzenten im deutschsprachigen Raum vorgestellt, die zeigen, dass das Rollenselbstbild der Produzenten wesentlich differenzierter ist. Zwar ist die Marktorientierung etwas stärker ausgeprägt als die Gemeinwohlorientierung; beide werden jedoch deutlich von einer Kreativitätsorientierung dominiert. In der Kreativitätsorientierung kann somit ein Korrektiv gesehen werden, das analog zu Professionalitätsstandards im Journalismus den Markteinfluss bis zu einem gewissen Grad begrenzen kann.

Bernd Blöbaum | Westfälische Wilhelms-Universität Münster

Irgendwas mit Medien. Zur Sozialisation von Journalisten, PR-Praktikern und Werbern

Berufsbiographien spiegeln individuelle Lebensgeschichten und -verläufe in einer sich wandelnden Gesellschaft. In ihnen wird sichtbar, wie Individuen mit sozialen, technischen und organisatorischen Veränderungen umgehen. Um zu analysieren, welcher Zusammenhang zwischen sozialen Wandlungsprozessen (Makroebene) und Lebensgeschichten (Mikroebene) besteht, wurden berufsbiographische Interviews mit 36 Journalisten, PR-Praktikern und Werbern geführt.

Die Untersuchung der Lebensverläufe berücksichtigt die verschiedenen Sozialisationsphasen derjenigen, die in und für Medien arbeiten (vorberrufliche und berufliche Sozialisation), und die Sozialisationsinstanzen. Die explorative Studie vermittelt einen Einblick in Medienbiographien durch die Darstellung und Reflexion von individuellen Lebensläufen und den darin auftretenden Entscheidungen.

Die Biographien der Befragten haben zahlreiche Gemeinsamkeiten (z.B. Arbeit für Schülermedien, fließende Übergänge von der (akademischen) Ausbildung in berufliche Tätigkeiten).

Claudia Riesmeyer | Ludwig-Maximilians-Universität München
**Traumjob oder Albtraum? Selbstverständnis und
 Arbeitszufriedenheit deutscher Auslandskorrespondenten
 im Zeitalter von Internet und Globalisierung**

Auslandskorrespondent galt lange Zeit als ein prestigeträchtiger Traumjob. Fernab der Heimatredaktion hatten die Korrespondenten einen Exklusivstatus und Freiräume im Arbeitsalltag. Doch in den vergangenen Jahren haben sich die Rahmenbedingungen sehr verändert (Stichworte: Medienkrise, technologischer Wandel, Internetboom). Rezipienten und Kollegen in Deutschland können sich über das Internet jederzeit informieren und Neues aus aller Welt erfahren. Der Vortrag setzt sich mit dieser Entwicklung auseinander. Er fragt nach den Arbeitsbedingungen von Auslandskorrespondenten im Zeitalter von Internet und Globalisierung und ihrem Selbstverständnis. Der theoretische Rahmen für die Analyse ist die Feldtheorie Pierre Bourdieus, die den einzelnen Akteur in den Vordergrund rückt. Wie die Journalisten agieren (können), hängt von ihrem Besitzkapital und ihrer Verortung im journalistischen Feld ab. Die methodische Grundlage bilden mehr als 70 Leitfadenterviews mit Korrespondenten (u.a. USA, Brüssel, Japan, China, Israel). Sie erklären, welchen Regeln Auslandsberichterstattung heute unterliegt und beantworten so die Frage, ob Auslandskorrespondenz noch immer ein Traumjob ist oder ob heute vielmehr einem Albtraum gleicht.

17.30-19.00

SFG 1030

Panel 34: Kulturelle Muster der Mediennutzung

Moderation: Udo Göttlich | Universität Duisburg-Essen

Dorothee Hefner | Hochschule für Musik und Theater Hannover
 Christoph Klimmt | Johannes-Gutenberg-Universität Mainz
 Marlies Komorowski | Hochschule für Musik und Theater Hannover
**Grenzgänger der Medienkulturen? Die Mediennutzung
 Deutscher in den Niederlanden**

Mediennutzung und kulturelle Identität beeinflussen sich gegenseitig. Doch gelten die bekannten Zusammenhänge zwischen Integration und Medienkultur auch für „moderne“ Auswanderungsgruppen? 324 in den Niederlanden lebende Deutsche wurden dazu befragt, wobei sich drei Gruppen ergaben: die Arbeitsgäste, die berufsbedingt für begrenzte Zeit in die Niederlande ziehen; die Gastarbeiter, die berufsbedingt für unbegrenzte Zeit Deutschland verlassen, und die Auswanderer, die aus privaten Gründen und für unbegrenzte Zeit wegziehen. Während die Arbeitsgäste die deutschen Medien am intensivsten und die Auswanderer am wenigsten nutzen, verhält es sich für die niederländischen Medien umgekehrt. Alle Gruppen wählen aus dem doppelten Medienangebot gemäß ihrer spezifischen Bedürfnisse. Die Zukunftsperspektive beeinflusst diese Bedürfnisse, weil über holländische Medien mehr Verbundenheit mit der Wahlheimat gesucht wird, die Nutzung deutscher Medien dagegen die Bindung in die Heimat aktualisiert.

Olaf Jandura | Ludwig-Maximilians-Universität München

Michael Meyen | Ludwig-Maximilians-Universität München

Warum sieht der Osten anders fern? Eine Studie zum Einfluss sozialer Faktoren auf Alltag und Rezeption in Medienkulturen

Warum ist Deutschland in Sachen Mediennutzung fast 20 Jahre nach der Wiedervereinigung immer noch ein geteiltes Land? Kommunikationswissenschaft und Fernsehforschung haben relativ früh begonnen, nach den Ursachen zu suchen. Die Unterschiede in den Mediennutzungsgewohnheiten ließen sich weder mit der Soziodemographie und der Sozialstruktur noch mit der Mediensozialisation oder den Einstellungen zu Politik und Gesellschaft erklären und auch nicht über die Inhalte oder mit Hilfe der Empfangssituation. Basierend auf den Arbeiten von Bourdieu wird im Vortrag danach gefragt, ob sich die Unterschiede in der Mediennutzung zwischen Ost- und Westdeutschland erklären lassen, wenn die Position des Rezipienten in der gesellschaftlichen Hierarchie und damit sein Kapitalbesitz (ökonomisches, kulturelles, soziales und symbolisches Kapital) berücksichtigt werden. Die Datenbasis des Vortrages ist eine deutschlandweite repräsentative telefonische Bevölkerungsbefragung aus dem Jahr 2008.

17.30-19.00

SFG 1020

Panel 35: Historische Dimensionen von Medienkultur

Moderation: Jürgen Wilke | Johannes-Gutenberg-Universität Mainz

Dörte Hein | Freie Universität Berlin

Erinnerungskulturen als Medienkulturen. Produktion, Inhalte und Rezeption von Online-Angeboten zu Nationalsozialismus und Holocaust

Ausgehend von der Relevanz, die der medialen Vermittlung der NS-Vergangenheit zukommt, stellt der Vortrag die Analyse von Online-Erinnerungskulturen ins Zentrum. Am Beispiel thematischer Websites zu Nationalsozialismus und Holocaust wird der Produktion, den Inhalten und der Nutzung von Erinnerungsanlässen nachgegangen. Dies ist als Defizit der bisherigen Forschung anzusehen, die sich zwar mit Büchern und Filmen, kaum aber mit dem World Wide Web als einem Gedächtnismedium auseinandersetzt. Im Vortrag werden die theoretischen Hintergründe, die das WWW als Bestandteil kommunikativer Erinnerungsprozesse beschreiben, knapp skizziert und Einblicke in das Untersuchungsdesign und die Befunde der Studie gegeben. In dieser wurden leitfadengestützte Experteninterviews, die Analyse ausgewählter Online-Inhalte und standardisierte Nutzerbefragungen kombiniert und so medienanalytische und kommunikationsbezogene Betrachtungen integriert. Die Ergebnisse dienen der Einordnung erinnerungskultureller Angebote im Online-Bereich in das Ensemble traditioneller Vermittlungsmedien und stützen u. a. die Vermutung, dass das WWW vor allem für jüngere Zielgruppen als Medium der gezielten Recherche neben die gedruckte Fachliteratur getreten ist.

Susann Trabert | Justus-Liebig-Universität Gießen

Alles schon im Rahmen? Die mediale Thematisierung der ersten Ballonfahrten (1783-1785) in Zeitungen und Bildflugblättern

In der Kommunikationsgeschichte wird der Framing-Ansatz bisher kaum rezipiert, obwohl er doch neue Möglichkeiten der Quellenanalyse von historischen Medieninhalten eröffnen und somit zu neuen Erkenntnissen über diese verhelfen könnte. Deshalb hat der Vortrag das Ziel, den Framing-Ansatz hinsichtlich seiner Brauchbarkeit für die Analyse unterschiedlicher historischer Medienkulturen zu prüfen. Dabei stehen folgende Fragestellungen im Vordergrund des Vortrages: Lässt sich der Ansatz auf historisches Material übertragen? Welche Methoden aus der gegenwärtigen Forschungsliteratur sind dabei zur Identifizierung der Frames am besten geeignet? Und kann der Ansatz auch medien- und kulturübergreifend angewendet werden? Mittels einer Untersuchung über mediale Thematisierungen der ersten Ballonfahrten (1783-1785) in Zeitungen und Bildflugblättern aus Großbritannien, Frankreich und Deutschland, soll aufgezeigt werden, inwieweit der Ansatz für die Analyse historischer Medieninhalte anwendbar ist.

Elizabeth Prommer | Universität Hamburg

Lothar Mikos | Hochschule für Film und Fernsehen Potsdam

Medien(kultur)generationen: Alterskohorte und Mediennutzung

In unserem Vortrag wollen wir einen anderen Blick auf die Mediennutzung einnehmen, als nur die Altersperspektive, wir schlagen den Begriff ‚Mediengeneration‘ vor. So könnte es sein, man Generationen am besten über ihre spezifischen Muster der Mediennutzung beschreiben kann, wie es Ingrid Volkmer (2006) vorschlägt, und wie David Buckingham und Rebecca Willet ihr Buch ‚Digital Generations‘ (2008) betiteln. Über Generationen zu sprechen bedeutet dann, den Kontext der Mediennutzung verschiedener Altersgruppen dahingehend zu untersuchen, mit welchen Medien diese Generation aufwuchs, wie die Medienumgebung aussah, was die dominanten Strukturen waren und wie Realität vermittelt wurde. Kern der Präsentation ist eine repräsentative empirische Studie, die die Mediennutzung Jüngerer und Älterer vergleicht. Die Ergebnisse zeigen signifikante Unterschiede in der Bedeutung der jeweiligen Medien und vor allem deutlich unterschiedliche Nutzungsmuster aufzudecken.

17.30-19.00

SFG 2020

Panel 36: Mediensozialisation und Kultur

Moderation: Ralph Weiß | Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf

Senta Pfaff-Rüdiger | Ludwig-Maximilians-Universität München

Zwischen Kulturtechnik und Hochkultur. Kulturelle Normen und kulturelle Praxis in der Lesesozialisation

Ziel des Vortrages ist es, den Ko-Konstruktionsprozess der Lesesozialisation, bei dem die Familie zwischen kulturellen Normen (Makro-Ebene) und der kulturellen Praxis des kindlichen Lesens (Mikro-Ebene) vermittelt, nachzuzeichnen. Drei Normen prägen heute das Lesen in der Familie: Lesen zur Bildung, Lesen zur Persönlichkeitsentwicklung und Lesen als Erlebnis. Den kulturellen Normen steht die kulturelle Praxis der Kinder gegenüber. Diese lässt sich durch die alltäglichen (Lese-)Routinen und die Lesemotivation der Kinder beschreiben. Kinder wollen beispielsweise mit ihrer Lektüre die eigene Fantasie anregen, suchen einen tieferen Sinn, möchten sich mächtiger fühlen oder durch das Lesen Anerkennung erhalten. Der Vortrag zeigt anhand von je 40 qualitativen Interviews mit Kindern (10 bis 14 Jahre) und deren Eltern auf, dass eine bestimmte Norm meist eine spezifische kulturelle Praxis hervorruft. Der Übergang von der Makro- auf die Mikro-Ebene wird dabei vor allem davon beeinflusst, ob die Eltern sich selbst an die von ihnen vertretene Norm halten.

Iren Schulz | Universität Erfurt

„Sono ergo sum?!“ – Mediatisierte Kommunikation und der Wandel von Beziehungs- und Alltagspraktiken im Sozialisationsprozess. Ergebnisse einer qualitativen Intervention

Der Beitrag beschäftigt sich mit mediatisierten Kommunikationspraktiken in Beziehungsnetzen Jugendlicher. Vor dem Hintergrund theoretischer Überlegungen zu sozialen Netzwerken und Sozialisation mit Medien sowie mit Hilfe einer ethnographisch eingebetteten, qualitativ angelegten Intervention werden drei Dimensionen des Wandels von Beziehungsnetzen herausgearbeitet. Erstens verändern sich die Organisation von und das Erleben von Integration in Beziehungen. Zweitens zeichnet sich eine Veränderung der Persönlichkeitsentwicklung (soziales Selbst) ab, die über die Mediatisierung von Beziehungspotenzialen zum Ausdruck kommt. Drittens wandelt sich die Organisation und Gestaltung des sozialen Alltags, der einen wesentlichen Kontext von Beziehungen darstellt. Die auf allen drei Dimensionen stattfindende Mediatisierung kommunikativer Praktiken verändert den Prozess und das Ergebnis von Sozialisation im Jugendalter grundlegend und trägt damit auch zu neuen Formen von Vergesellschaftung bei.

Thorsten Schroll | Johannes-Gutenberg-Universität Mainz

Nicole Gonser | Hochschule für Musik und Theater Hannover

Helmut Scherer | Hochschule für Musik und Theater Hannover

„[...] Es ist Teil meines Lebens: Fernsehen, Rundfunk.“

Eine qualitative Analyse der Mediennutzung im Lebensverlauf

Die Veränderung der Medienumwelt stellt eine lebenslange Herausforderung für Rezipienten dar. Der Umgang damit ist ein aktiver und produktiver Prozess. Die konkrete Ausprägung der Mediennutzung wird durch die Sozialisation des Rezipienten, Ressourcen, Motive, Weltvorstellungen und Einstellungen bestimmt. Schlüsselereignisse und Lebenswendepunkte können hierauf ebenfalls Einfluss ausüben.

Die durchgeführten zehn Leitfadeninterviews zeigen, dass Veränderungen in der Mediennutzung durch ein vielschichtiges Wechselspiel der theoretisch bestimmten Dimensionen entstehen. Primäre Sozialisationsinstanzen haben als Vermittler grundlegender Interpretations- und Legitimationsstrategien eine entscheidende Bedeutung. An Lebenswendepunkten verändert sich vor allem das strukturelle Verhältnis von Ressourcen, Bedürfnissen und Einstellungen. Der Umgang mit Medien wird nicht nur durch gesamtgesellschaftliche Normen bestimmt, sondern entfaltet sich spezifisch im individuellen Lebenszyklus des Einzelnen.

17.30-19.00

SFG 2030

Panel 37: Mediennutzung und kulturelle Integration von Minderheiten

Moderation: Oliver Zöllner | Hochschule der Medien Stuttgart

Joachim Trebbe | Université de Fribourg

Hans-Jürgen Weiß | Freie Universität Berlin

Annett Heft | Freie Universität Berlin

Medienkulturen russischstämmiger und türkischstämmiger junger Erwachsener in Deutschland

Massenmedien können in Kulturations- und Integrationsprozessen in zweifacher Weise bedeutsam sein: Erstens kann man sie als Vermittlungsinstanz für das gesellschaftlich notwendige Wissen begreifen und zweitens sind sie selbst Objekt der Kulturation. Diese Kulturationsperspektiven schlagen sich kommunikationswissenschaftlich in zwei inzwischen stark entwickelten Forschungstraditionen nieder – der Medienkompetenz- und Mediensozialisationsforschung sowie der Forschung zu Massenmedien, Migration und Integration.

In dem hier vorgeschlagenen Beitrag soll eine Studie vorgestellt werden, die im Spannungsfeld dieser zwei Traditionen angesiedelt ist und beide Forschungsfelder verbinden will. Die zentrale Fragestellung lautet: Welche Rollen spielen milieuspezifische Medienwelten und -kulturen bei der sozialen Integration von Kindern und Jugendlichen mit Migrationshintergrund?

Kathrin Kissau | Universität Lausanne

Die Rolle des Internet für die Integration von Migranten in Deutschland

Migranten und Personen mit Migrationshintergrund in Deutschland nutzen regelmäßig das Internet, wie kürzlich die repräsentative Sonderauswertung des (N)Onlineratlas 2008 ergeben hat. Dabei stellt sich die Frage, wie bzw. ob sich der Integrationsprozess dieser Bevölkerungsgruppe durch ihre Internetnutzung verändert? Bisherige Ansätze der sozialen Integration durch Medien erweisen sich als unzureichend für die komplexen Prozesse der im Internet möglichen Individual- und Massenkommunikation. Vor diesem Hintergrund erscheint die Entwicklung eines neuen Modells notwendig, welches adäquate Aspekte vorhandener Ansätze medialer Integration aufgreift und gleichzeitig auf die Besonderheiten dieses Mediums eingeht. Das von der Autorin konzipierte Triavis-Modell beruht auf einem dynamischen Verständnis von Integration durch kommunikative Vernetzung und strukturiert die vielfältigen Anwendungsbereiche des Internet in diesem Prozess. Es baut auf folgenden drei Elementen auf: der Integration durch Information, der Integration durch Kommunikation und der Integration durch Partizipation.

Sara Signer | Universität Zürich

Die Rolle der Medien im kulturellen Integrationsprozess. Darstellung von Migranten in den Schweizer Medien und Einschätzung zum Integrationspotential der Schweizer Medien für Migranten

Vor dem Hintergrund des Leistungsauftrags der SRG (Schweizerischen Rundfunkgesellschaft) zur gesellschaftlichen Integration nicht nur der verschiedenen Sprachregionen innerhalb der Schweiz, sondern gerade auch zur Integration der Ausländer in der Schweiz, sollten besonders die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten Beiträge zu, mit und für Migranten ausstrahlen. Das BAKOM-Projekt „Migration, Medien und Integration. Der Integrationsbeitrag des öffentlich-rechtlichen, kommerziellen und komplexen Fundfunks in der Schweiz“ untersucht die Integrationsleistung von Schweizer Rundfunkmedien für MigrantInnen in der Schweiz. Im Vortrag werden Daten präsentiert zu programminhaltlichen Fragen wie der Wertung von Beiträgen zu Migrantenthemen, den Artikulationschancen von Migranten, Framing von Migrationsbeiträgen etc.. Zum anderen wird der Medienumgang von MigrantInnen untersucht und ihre Einschätzung zu den Integrationsleistungen von Schweizer Radio- und Fernsehprogrammen dargestellt und das Ganze in Beziehung zu kürzlich abgeschlossenen anderen europäischen Studien gesetzt.

17.30-19.00

SFG 2040

Panel 38: Digitale Medienkulturen, soziale Netzwerke und Vergemeinschaftungswandel

Moderation: Jan-Hinrik Schmidt | Hans-Bredow-Institut Hamburg

Christina Schumann | Technische Universität Ilmenau

Sven Jöckel | Hochschule für Musik und Theater Hannover

Jens Wolling | Technische Universität Ilmenau

Freundschaft, Gleichheit und Gerechtigkeit durch Gilden und Clans?! Eine interkulturelle Analyse über die Wertorientierungen in den jugendkulturellen Medienszenen der virtuellen Spielergemeinschaften

Die aktuelle Shell-Jugendstudie zeigt, dass Werte für Jugendliche ein wichtiges Thema sind, dass sie aber auch wenig Stabilität im Wertesystem der sie umgebenden Realität sehen. Gleichzeitig erfreut sich bei Jugendlichen vernetztes Computerspielen in virtuellen Spielergemeinschaften, wie z.B. Clans und Gilden, großer Beliebtheit. Es wird davon ausgegangen, dass die Jugendlichen innerhalb solcher Gruppen alternative Lebensweisen erproben können. Der Beitrag widmet sich der Frage: Welcher Zusammenhang besteht zwischen der Gestaltung des Zusammenlebens in (virtuellen) Spielergemeinschaften und den realweltlichen Wertorientierungen von Jugendlichen? Die Ergebnisse beruhen auf einer interkulturellen Befragungsstudie (Deutschland/ Ungarn) mit 14-18-jährigen Schülern. Im Vortrag wird gezeigt werden, welche typischen Organisationsformen von Spielergemeinschaften festzustellen sind, und wie der Zusammenhang zwischen den Wertvorstellungen und diesen Organisationsmustern ausgestaltet ist.

Maren Hartmann | Universität der Künste Berlin

Mediating and domesticating public places and spaces: WiFi cafés, public viewing and more

It is nowadays no news anymore to claim that public spaces and places are increasingly suffused with media – and with media use. Next to urban screens, we see mobiles, laptops and other devices being constantly used in public. Especially the mobile has indeed been widely researched. Other media have found their way into research less. Additionally, instead of a media-centric view, the question should be how public spaces and places are changing thanks to a normalisation of media use therein. The presentation takes the two frameworks of mediatization and domestication as theoretical starting points. It aims to provide an 'update' of these, based on research that has been conducted in the field. The first study semi-ethnographically looked at WiFi cafes in Berlin. The second project dealt with the rise of public viewing places in Berlin during the European Football Championship 2008. Overall, the presentation aims to add to an up-to-date account of how media are used, perceived and embedded in public places.

Jan-Hendrik Passoth | Universität Bielefeld

Matthias Wieser | Alpen-Adria Universität Klagenfurt

Technische Netzwerke und soziotechnische Konnektivitäten

Aktuelle Medienentwicklungen stellen Theorie und Forschung der Medien- und Kommunikationswissenschaft vor neue Herausforderungen. Doch entgegen der Tendenz diese mittels diffuser Metaprozesse wie „Globalisierung der Medienkommunikation“ und „Mediatisierung“ zu überdecken, schlagen wir unter Rückgriff auf die Actor-Network Theory einen Perspektivwechsel vor, der die soziotechnischen Transformationen zum eigentlichen Gegenstand der Forschung macht.

Dafür diskutieren wir zunächst die o.g. Ansätze und den in ihre Analysen eingebauten textualistischen Kulturbegriff. Dann skizzieren wir Elemente eines alternativen Konzepts, welches Kultur als materialisierte Praxis versteht, womit es möglich wird, die tatsächlichen „Konnektivitäten, Netzwerke und Flüsse“ konkret zu untersuchen. Schließlich zeigen wir wie eine solche Perspektive interessante Einblicke in ganz unterschiedliche traditionelle wie aktuelle Themen der Medienforschung ermöglicht von der Publikumsforschung bis zu Social Software.

VS Verlag für Sozialwissenschaften



Beatrice Dembach |
Thorsten Quandt (Hrsg.)
**Spezialisierung im
Journalismus**
2009, 242 S. Br.
EUR 24,90
ISBN 978-3-531-16255-3



Andreas Hepp | Friedrich
Krotz | Tanja Thomas (Hrsg.)
**Schlüsselwerke der
Cultural Studies**
2009, 328 S. Geb.
EUR 34,90
ISBN 978-3-531-15221-9



Klaus Schönbach
Verkaufen, Flirten, Führen
Persuasive Kommunikation –
ein Überblick
2009, 152 S. Br.
EUR 14,90
ISBN 978-3-531-16595-0



VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN

vs verlag für sozialwissenschaften
Abraham-Linklin-Straße 46
65189 Wiesbaden
Telefon 0611.7878-245
Telefax 0611.7878-420

www.vs-verlag.de

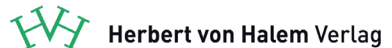


EUROPÄISCHE UNION:
Investition in Ihre Zukunft
Europäischer Fonds für
regionale Entwicklung



BRASILHAUS

GfG/Gruppe für Gestaltung GmbH



Bremische
Landesmedienanstalt



Routledge
Taylor & Francis Group



Nomos
Edition Reinhard Fischer



UVK Verlagsgesellschaft mbH