



JAHRESBERICHT 2018

Editorial

Das Institut für Kommunikationswissenschaft (IfKW) Jena im Jahr 2018

Zu Beginn des Wintersemesters 2018/19 waren am IfKW insgesamt 395 Studierende in einem der beiden Studiengänge eingeschrieben:

- Im Bachelor-Studiengang *Kommunikationswissenschaft* betrug die Zahl der Studierenden 239 (Kernfach) bzw. 94 (Ergänzungsfach). 64 Kernfachstudierende haben 2018 erfolgreich ihr Studium abgeschlossen.
- Außerdem studierten im konsekutiven Master-Studiengang *Öffentliche Kommunikation* 62 Studierende im Wintersemester 2018/19. Im Jahr 2018 haben 20 Masterstudierende erfolgreich ihr Studium abgeschlossen. Um den Master-Studiengang weiterhin attraktiv für Studierende zu gestalten, wird seit Wintersemester 2018/2019 der Schwerpunkt Strategische Kommunikation statt Ökonomie und Organisation der Medien im Master-Studiengang angeboten.
- Die Nachfrage nach unserem MA durch BA-Studiengang aus anderen Universitäten war ausgesprochen hoch. Auf sie entfielen gut zwei Drittel der ca. 100 Bewerbungen. Offensichtlich hat sich herumgesprochen, dass der Master in Jena ein wissenschaftlich hochwertiges Studium mit hervorragender Qualifizierung für das spätere Berufsleben bietet. Nicht alle externen BewerberInnen verfügten aber über die für eine Zulassung erforderlichen methodischen Kenntnisse im Umfang von 20 ECTS-Punkten.

Editorial

Personelles

Forschung und Lehre werden in den angebotenen zwei Studiengängen am IfKW Jena von vier Arbeitsbereichen getragen:

- Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Empirische Methoden (Prof. Dr. Ines Engelmann, Marie Legrand, Simon Lübke und Hanna Marzinkowski)
- Kommunikations- und Medienpsychologie mit dem Schwerpunkt Netzöffentlichkeit und Social Media (Prof. Dr. Tobias Rothmund, Prof. Dr. Wolfgang Frindte, i. R., Vertr.-Prof. PD Dr. Tino G. K. Meitz, Dr. Nicole Haußecker, Kirsten Richter und Stephanie Wohlt)
- Grundlagen der medialen Kommunikation und der Medienwirkung (Prof. Dr. Georg Ruhrmann, Dr. Lars Günther und Dr. Arne Zillich)
- Kommunikationswissenschaft mit dem Schwerpunkt Ökonomie und Organisation der Medien (Prof. Dr. Wolfgang Seufert, Felix Sattelberger, Robert Schlegel und Hagen Schölzel)

Prof. Dr. Tobias Rothmund hat zum 1. Oktober 2018 den Ruf auf die Professur Kommunikations- und Medienpsychologie mit dem Schwerpunkt Netzöffentlichkeit und Social Media angenommen. Die Professur wurde seit April 2017 von PD Dr. Tino G. K. Meitz vertreten. Prof. Dr. Wolfgang Frindte, i. R. blieb dem Arbeitsbereich und dem Institut im vergangenen Jahr weiterhin mit seinem BMBF-Verbund-Projekt „Vielfalt zusammen leben—Miteinander Demokratie lernen“ treu.

Seit Dezember verstärkt Dr. Hagen Schölzel den Arbeitsbereich von Prof. Dr. Seufert und stärkt den Arbeitsbereich insbesondere mit dem Schwerpunkt Strategische Kommunikation. Marie Legrand hat zum 30. September das Institut verlassen. Herr Sattelberger hat das Institut zum 31. März verlassen und arbeitet seit Sommer 2018 als Market Intelligence Manager in einem mittelständischen Unternehmen.

Preise

Simon Lübke wurde auf der AbsolventInnenfeier des Instituts für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der FU Berlin am 16. Februar für seine Masterarbeit zum Thema „Vom viralen Zufallshit zum planbaren Erfolg? Leitfadengestützte Experteninterviews mit Multi-Channel-Netzwerken zum Erfolg auf YouTube“ mit dem Förderpreis des Vereins Freunde der Publizistik ausgezeichnet. Zudem wurde die Arbeit im Rahmen des Gold-media Preises für Abschlussarbeiten im Bereich Medienwirtschaft mit einer Urkunde ausgezeichnet.

Editorial

Ausrichtung der Kommunikationswissenschaft in Jena

Die Kommunikationswissenschaft in Jena hat ein klares Forschungs- und Lehrprofil. Das IfKW vertritt die Kommunikationswissenschaft sowohl in den klassischen Feldern rund um Öffentliche Kommunikation bzw. Massenkommunikation als auch in den fachrelevanten Formen der Individualkommunikation. Diese fachliche Breite korrespondiert in Jena mit einer klaren sozialwissenschaftlichen Ausrichtung, einem starken methodischen Schwerpunkt und einem hohen Empirie-Anteil. Alle vier Professuren sind in der Grundlagenforschung wie auch der anwendungsbezogenen Forschung ausgewiesen. Sie gewährleisten mit ihren MitarbeiterInnen eine wissenschaftlich fundierte, praxisnahe und arbeitsmarktgerechte Lehre. Zudem teilen alle Professuren eine einheitliche wissenschaftstheoretische Perspektive und sind in ihrer Forschung interdisziplinär ausgerichtet – insbesondere zu den angrenzenden Fachdisziplinen der Psychologie, Soziologie, Politikwissenschaft und Ökonomie.

Zum nunmehr 12. Mal dokumentiert der vorliegende Jahresbericht das aktuelle Forschungs- und Lehrprofil der Kommunikationswissenschaft in Jena. Die Breite, Tiefe und Praxisrelevanz unserer Arbeit dokumentieren nicht nur die Drittmittelprojekte, Publikationen, Vorträge und Lehrveranstaltungen, sondern auch die Abschlussarbeiten sowie die laufenden Promotions- und Habilitationsvorhaben.

Editorial

10-jähriges Jubiläum des Jenaer Instituts für Kommunikationswissenschaft

Im vergangenen Jahr beging das IfKW sein 10-jähriges Jubiläum mit zahlreichen ehemaligen Institutsangehörigen und Gästen in den Jenaer Rosensälen. Nach einem Grußwort des Dekans unserer Fakultät, Prof. Dr. Nils Berkemeyer, würdigte Gründungsvater Prof. Dr. Georg Ruhrmann die Entwicklung der Jenaer Kommunikationswissenschaft und des Instituts für Kommunikationswissenschaft, das am 4. Juli 2008 mit vier Arbeitsbereichen an der Fakultät für Sozial- und Verhaltenswissenschaften von Prof. Dr. Wolfgang Frindte, Prof. Dr. Georg Ruhrmann, Prof. Dr. Bertram Scheufele und Prof. Dr. Wolfgang Seufert gegründet wurde. Bei der Jubiläumsfeier stellten alle vier Arbeitsbereiche dem interessierten Publikum jeweils einen Ausschnitt aus ihrer aktuellen Forschung vor. Abschließend reflektierte Prof. Dr. Christiane Eilders von der HHU Düsseldorf über zukünftige Perspektiven der Kommunikationswissenschaft. Der Abend klang bei einer Stadtführung durch Jena und einem gemeinsamen Abendessen aus.



Foto (privat): 10-jähriges Jubiläum des Jenaer Instituts für Kommunikationswissenschaft

Editorial

Abschlussfeier der AbsolventInnen

Am 07. Juli 2018 verabschiedeten das Institut und der Alumni-Verein 68 AbsolventInnen unseres Bachelor- und des Masterstudiengangs persönlich. Anlässlich der Feierlichkeiten würdigte Institutsdirektorin Prof. Dr. Ines Engelmann die Leistungen aller Studierenden, die ihr Studium erfolgreich abgeschlossen haben. Zudem verlieh Prof. Dr. Georg Ruhrmann die Preise für die besten Bachelor- und Masterarbeiten in den vier Arbeitsbereichen. Wir gratulieren allen PreisträgerInnen sehr herzlich:

- Alicia Altvatter: Green Advertising oder Green Washing? Befunde zur Wahrnehmung nachhaltiger Werbung und nachhaltiger Produkte (Bachelor)
- Jenny Bischoff: Mediale Inszenierung von Identität: Eine Analyse des Kommunikationsverhaltens der Identitären Bewegung auf Facebook (Bachelor)
- Nico Hoffmann: Können globale Werbekampagnen erfolgreich sein? Aufarbeitung der aktuellen medienökonomischen Diskussion (Bachelor)
- Charlotte Leikert: Der Einfluss von Berichterstattungsmerkmalen auf die kognitive und affektive Wirkung bei Rezipient*innen (Bachelor)
- Stefanie Holtrup: Gesundheit, self-tracking und Glaubwürdigkeit. Aspekte des Empfehlungsmarketings zu Fitnessarmbändern in digitalen Medien aus Sicht der Konsumentenpsychologie (Master)
- Anne-Kathrin Lotz: Toleranz durch TV-Konsum? Zum Einfluss der Fernsehnutzung auf Einstellungen zu Homosexualität (Master)

Institut und Alumni-Verein begrüßten ca. 140 Gäste bei der Abschlussfeier. Sie haben die AbsolventInnen der kommunikationswissenschaftlichen Jener Studiengänge zum nunmehr 11. Mal in die Rosensäle der Friedrich-Schiller-Universität Jena eingeladen.

Editorial



Foto (privat): Die AbsolventInnen des Abschlussjahrganges 2017/2018

Editorial

Instituts-Homepage

Einen Eindruck unserer neuen Homepage gibt die hier abgedruckte Startseite, auf der sich beispielsweise aktuelle Meldungen aus dem Institut auf einen Blick finden lassen.



Herzlich Willkommen am Institut für Kommunikationswissenschaft!

Auf unseren Internetseiten möchten wir – uns und unsere Arbeit – vorstellen. Neben den einzelnen – akademischen können Sie das – Forschungsprofil kennenlernen sowie Informationen zu den – Studiengängen abrufen. Unser – Institut freuen Sie eines Tages unsere zum IFKW belong. Entdecken Sie die Aktivitäten unseres Alumniwerks gibt es unter – Alumni.

Wenn Sie Fragen oder Kommentare haben, – kontaktieren Sie uns gerne. Wir freuen uns über Ihr Interesse.



Arbeitsbereiche
Forschungs- und Lehrbereiche des IFKW

→ Mehr erfahren



Forschung
Informationen zum Forschungsprofil des IFKW

→ Mehr erfahren



Studium
Informationen zum Studium & Beratung für Studieninteressierte & Studierende

→ Mehr erfahren



Personen
Professoren & Mitarbeiterinnen des IFKW

→ Mehr erfahren



Institut
Inhaltliche Zuständigkeiten & Qualitätsicherung am IFKW

→ Mehr erfahren



Alumni
Informationen zum Alumniwerk & den Absolvierendenforen

→ Mehr erfahren

Aktuelle Meldungen

22.01.2019
VORTRÄGE: BEREICH KOMMUNIKATION UND MEDIENPÄDAGOGIE

Online oder offline: Wo liegt die Zukunft der Kirche?

Prof. Bechtold auf Podiumsdiskussion des Ökumenischen Rates Krieger- und Hochschulen Jena

18.01.2019
PERSONALIEN: INSTITUT

Opening for a professorship at IFKW

Our institute is seeking to appoint a Professor in Communication Science with a focus on Digitalisation and the Public Sphere.

→ Mehr erfahren

18.01.2019
VERANSTALTUNGEN: STUDIENKLUBBE INFORMATION

Vorgestellt: Unser Master

«Örtliche

Kommunikation-

Informationswissenschaft am 28.01.2019

→ Mehr erfahren

<http://www.ifkw.uni-jena.de>

Jena, im Februar 2019

Bachelor und Master

Bachelor-Studiengang *Kommunikationswissenschaft*

Der Bachelor (BA)-Studiengang *Kommunikationswissenschaft* wird in Jena zum einen als Kernfach mit 120 Leistungspunkten (LP) sowie mit 60 LP als Ergänzungsfach angeboten. Den Studierenden wird eine Kombination mit den Ergänzungsfächern Psychologie, Politologie, Soziologie oder Wirtschaftswissenschaften empfohlen. Im Ergänzungsfach (60 LP) wird eine Teilmenge aus dem Gesamtangebot des Kernfachs studiert. Der Studiengang vermittelt Theorien, Modelle und Konzepte der Kommunikationswissenschaft in den Bereichen der medialen Kommunikation und Medienwirkung, der Ökonomie und Organisation der Medien sowie der Kommunikationspsychologie.

Aktuelle Information zum Studiengang finden Sie hier:

https://www.ifkw.uni-jena.de/ba_kommunikationswissenschaft.html

Bachelor und Master

Master-Studiengang *Öffentliche Kommunikation*

Der konsekutive Master (MA)-Studiengang *Öffentliche Kommunikation* ist im Wintersemester 2009/10 gestartet und hat eine forschungsorientierte und interdisziplinäre Ausrichtung. Ziel des Master-Programms ist es, die im Bachelor-Studiengang erworbenen Grundkenntnisse über Theorien, Modelle und Konzepte der öffentlichen Kommunikation in vier zentralen Bereichen des Fachs zu erweitern und zu vertiefen: „Gesellschaftliche Kommunikation und Öffentlichkeit“, „Ökonomie öffentlicher Kommunikation“, „Politische Kommunikation und Öffentlichkeit“ und „Psychologie der öffentlichen Kommunikation“. Die Regelstudienzeit beträgt 4 Semester.



Sechs gute Gründe, *Öffentliche Kommunikation (M.A.)* in Jena zu studieren



Offenheit und Förderung interdisziplinärer Zugänge



Spezialisierung auf zwei Forschungsschwerpunkte



Selbstständige Konzeption und Durchführung von Forschungsprojekten



Vielfältige Berufsperspektiven



Hoher methodischer Standard



Persönlicher Kontakt zu den ProfessorInnen

Aktuelle Information zum Studiengang finden Sie hier:

https://www.ifkw.uni-jena.de/ma_oeffentliche_kommunikation.html

Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Empirische Methoden

MitarbeiterInnen:

Prof. Dr. Ines Engelmann	+49-(0)3641/94 49 39 Ines.Engelmann@uni-jena.de
Marie Legrand, M.A. (bis 30.09.2018)	+49-(0)3641/94 49 43 Marie.Legrand@uni-jena.de
Simon Lübke, M.A.	+49-(0)3641/94 49 54 Simon.Lübke@uni-jena.de
Hanna Marzinkowski, M.A.	+49-(0)3641/94 49 54 Hanna.Marzinkowski@uni-jena.de
Mandy Fickler-Tübel Sekretariat	+49-(0)3641/94 49 30 Mandy.Fickler@uni-jena.de

Forschungsschwerpunkte des Arbeitsbereichs

Der Lehrbereich widmet sich gemäß seiner Denomination der Vermittlung und Weiterentwicklung von Erhebungs- und Auswertungsmethoden, jedoch stets im Wechselspiel mit konkreten empirischen Fragestellungen und der Theoriebildung. In der Forschung und Lehre ergibt sich außerdem ein Schwerpunkt im Bereich der politischen Kommunikation. Unter anderem werden Themen zur Internetöffentlichkeit, zur Darstellung und Qualität von öffentlichen Diskursen sowie zu Entstehungsbedingungen und Merkmalen politischer Partizipation bearbeitet. Darüber hinaus erstrecken sich die Forschungsschwerpunkte von Medieninhalten über Journalismusforschung bis zur Nutzungs- und Wirkungsforschung, hier insbesondere zur Nachrichtenselektion im Journalismus und beim Publikum.

Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Empirische Methoden

Prof. Dr. Ines Engelmann



* 1977, Studium der Kommunikations- und Medienwissenschaft, Russistik und Erziehungswissenschaft an der Universität Leipzig; 2005-2006 Projektmitarbeiterin im Projekt „Qualitätssicherung im Printjournalismus“ an der Universität Leipzig; 2006-2012 Mitarbeiterin und von 2007-2011 zusätzlich Projektmitarbeiterin im DFG-Projekt „Politische Meta-Frames in der Berichterstattung und deren Wirkung im Zusammenspiel mit individuellen und kontextuellen Determinanten des Wahlverhaltens“ an der FSU Jena; 2011 Promotion zum Thema „Alltagsrationalität im Journalismus. Akteurs- und organisationsbe-

zogene Einflüsse journalistischer Publikationsentscheidungen“ an der FSU Jena; 2012-2014 Projektmitarbeiterin im BMBF-Projekt „Analyse von Diskursen in Social Media“ an der LMU München; 10/2014-09/2015 Vertretung der Professur für Empirische Methoden der Kommunikationswissenschaft; seit 10/2015 Projektleiterin im DFG-Projekt „Deliberative Interaktionen in Nutzerkommentaren. Eine Mehr-Ebenen-Analyse verschiedener Einflussfaktoren auf Umfang und Qualität von Diskussionen im Internet.“; seit 10/2016 Professorin für Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Empirische Methoden; Mitglied in DGPuK und ICA; seit 2017 Mitglied im Beirat des Düsseldorfer Instituts für Internet und Demokratie.

Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Empirische Methoden

Marie Legrand, M.A. (bis 30.09.2018)



* 1983, Studium der Medienwissenschaft und Soziologie an der Friedrich-Schiller-Universität Jena; Magisterarbeit zum Thema „Lokal informieren – Global präsentieren?! Eine Struktur- und Nutzungsanalyse ausgewählter Thüringer Lokalfernsehsender im Internet“; 2007-2009 studentische Mitarbeiterin der Thüringer Landesmedienanstalt (TLM) in Erfurt im Arbeitsbereich „Programm, Medienforschung und Medienkompetenz“; 2008-2009 Codiererin im Rahmen der TLM Programmanalysen; 2009-2010 inhaltliche und organisatorische Durchführung des Evaluationsprojektes „Zur Akzeptanz, Nutzung und Weiterentwicklung der Mediathek Thüringen“ der TLM (Thüringer Landesmedienanstalt) unter der Leitung von Prof. Dr. Patrick Rössler; 2010-2012 Promotionsstudentin und Mitglied der Forschergruppe Communication and Digital Media an der Universität Erfurt; 2011-2012 Sprecherin der Forschergruppe Communication and Digital Media an der Universität Erfurt; 2012 wissenschaftliche Hilfskraft: Workshoporganisation und Öffentlichkeitsarbeit bei der HIT – Akademische Personalentwicklungen an Hochschulen in Thüringen; seit 10/2012-09/2018 wissenschaftliche Mitarbeiterin am Arbeitsbereich „Empirische Methoden der Kommunikationswissenschaft“ der FSU Jena; Mitglied in der DGPK.

Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Empirische Methoden

Simon Lübke, M. A.



* 1991, Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft sowie der Politikwissenschaft an der Freien Universität Berlin; 2014 Bachelorarbeit über den Vergleich von Video-on-Demand-Märkten; 2016 Masterarbeit zu Erfolgsfaktoren von YouTube-Kanälen aus Anbieterperspektive; 2016 Auslandsaufenthalt an der Universität Zürich, 2012-2017 studentischer Mitarbeiter und Tutor an der Arbeitsstelle „Kommunikationspolitik/Medienökonomie“ des Instituts für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft sowie in den DFG-Projekten „Mediengenerationen und demografischer Wandel“ (2013-2014) und „Die

Konvergenz von Fernsehen und Internet aus Angebots- und Nutzungsperspektive (2015-2017); 2017 Codierer im Rahmen der Fernsehprogrammmanalyse der SRG SSR/Schweiz; seit 04/2017 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Arbeitsbereich „Kommunikationswissenschaft mit dem Schwerpunkt Empirische Methoden“; Mitglied in der DGPUK und ICA.

Hanna Marzinkowski, M.A.



* 1989, Studium der Politikwissenschaft an der Freien Universität Berlin und der Öffentlichen Kommunikation an der Friedrich-Schiller-Universität Jena; 2014 Bachelorarbeit über den Wandel der Arbeiterpartei in Brasilien; 2016 Masterarbeit zum Einfluss der deliberativen Qualität in Online-Artikeln auf Partizipation und Interaktivität; 2012 Auslandsaufenthalt an der Universität von São Paulo (USP); 2014-2015 Codiererin im BMBF-Projekt „Analyse von Diskursen in Social Media“; 2015-2016 wissenschaftliche Hilfskraft am Arbeitsbereich „Kommunikationswissenschaft mit dem Schwerpunkt

Ökonomie und Organisation der Medien“ sowie im DFG-Projekt „Deliberative Interaktionen in Nutzerkommentaren. Eine Mehr-Ebenen-Analyse verschiedener Einflussfaktoren auf Umfang und Qualität von Diskussionen im Internet.“; von 11/2016-11/2018 wissenschaftliche Mitarbeiterin im oben genannten DFG-Projekt, seit November 2018 wissenschaftliche Mitarbeiterin am Arbeitsbereich „Kommunikationswissenschaft mit dem Schwerpunkt Empirische Methoden“; Mitglied in DGPUK und ICA.

Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Empirische Methoden

Mandy Fickler-Tübel



* 1977, 1997-2000 Ausbildung zur Fachangestellten für Bürokommunikation an der FSU Jena; seit 07/2000 Sekretariat am Arbeitsbereich „Grundlagen der medialen Kommunikation und der Medienwirkung“ (Prof. Dr. Georg Ruhrmann) und seit 10/2006 auch Sekretariat am Arbeitsbereich „Empirische Methoden der Kommunikationswissenschaft“ (Prof. Dr. Ines Engelmann); zudem seit 01/2008 Institutssekretariat; seit 2011 Mitglied der Schwerbehindertenvertretung (SBV) der FSU Jena; zudem seit 10/2016 im Fakultätsrat.

Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Empirische Methoden

Das Jahr 2018 am Arbeitsbereich

- Im DFG-Projekt „Deliberative Interaktionen in Nutzerkommentaren“, das am Lehrbereich angesiedelt ist, ist im Jahr 2018 ein weiterer Großteil der Analyse von Nutzerkommentaren durchgeführt worden. Nach dem ersten Fallbeispiel mit 6000 Kommentaren wurden im zweiten Fallbeispiel auf neun Nachrichtenseiten über 8000 Nutzerkommentare relational codiert. Zudem wurde eine vergleichende Analyse der Kommentarbereiche der Nachrichtenwebsites durchgeführt. Unser Dank gebührt den Codiererinnen und Codierern Lisa Bock, Katharina Regneri, Tim Stottmeier und Laura Wodara für ihre stetige und zuverlässige Arbeit.
- Simon Lübke wurde auf der AbsolventInnenfeier des Instituts für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der FU Berlin am 16. Februar für seine Masterarbeit zum Thema „Vom viralen Zufallshit zum planbaren Erfolg? Leitfadengestützte Experteninterviews mit Multi-Channel-Netzwerken zum Erfolg auf YouTube“ mit dem Förderpreis des Vereins Freunde der Publizistik ausgezeichnet. Zudem wurde die Arbeit im Rahmen des Goldmedia Preises für Abschlussarbeiten im Bereich Medienwirtschaft mit einer Urkunde ausgezeichnet.



Foto (Arne Sattler): Preis für die beste Masterarbeit am Institut für Kommunikationswissenschaft der FU Berlin 2018 für Simon Lübke

Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Empirische Methoden

Das Jahr 2018 am Arbeitsbereich (Fortsetzung)

- Die Masterstudenten Alan Herweg, Simon Lange und Max Schindler stellten beim Düsseldorfer Forum Politische Kommunikation (DFPK) an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf die Ergebnisse ihres einjährigen Forschungsprojektes am Arbeitsbereich vor und diskutierten diese mit dem anwesenden Fachpublikum. In ihrem Projekt beschäftigten sie sich mit dem Zusammenspiel von Sanktionen und Qualität von Nutzerkommentaren. Sie führten eine Inhaltsanalyse von über 4000 Kommentaren auf Facebook und auf Nachrichtenseiten durch.
- Vom 12. bis 16. Februar nahmen MitarbeiterInnen des Arbeitsbereichs an der Konferenz Computational Methods for Communication Science am IJK in Hannover teil. Im Rahmen der Veranstaltung haben Ines Engelmann, Hanna Marzinkowski und Simon Lübke an Methoden-Workshops zu Topic Modeling bzw. Web Scraping teilgenommen und gemeinsam mit FachkollegInnen über Potenziale und Herausforderungen von automatisierten Analysemethoden in der Kommunikationswissenschaft diskutiert.
- Zum Ende des Sommersemesters 2018 beendete Marie Legrand ihre Tätigkeit als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut. Vielen Dank für die langjährige Zusammenarbeit!
- Die Arbeit am Arbeitsbereich und am Institut wäre ohne die Unterstützung unserer Studierenden nicht denkbar. Wir danken den Tutorinnen und Tutoren Klara Langmann, Stefanie Holtrup, Max Schindler, Antonia Weber und Lukas Wesenberg sehr herzlich, die mit den Studierenden Lehrinhalte in den wissenschaftlichen Grundlagen sowie in methodischen und statistischen Fragen sehr motiviert erarbeiten, festigen und üben. Darüber hinaus gilt unser Dank Patrick Zerrer, der uns in vielfältigen Belangen am Arbeitsbereich unterstützt hat.
- Mandy Fickler-Tübel, Sekretärin des Arbeitsbereichs und des Instituts, ist in allen Bereichen des Uni-Lebens zur Stelle, wenn es nichts mehr mit Lehre und Forschung zu tun hat. Es ist gut zu wissen, dass sie dann kompetent und motiviert weiterhilft. Dafür gebührt ihr ein besonderer Dank!

Prof. Dr. Ines Engelmann

Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Empirische Methoden

Drittmittelprojekte

- Engemann, Ines (seit Oktober 2015): „Deliberative Interaktionen in Nutzerkommentaren. Eine Mehr-Ebenen-Analyse verschiedener Einflussfaktoren auf Umfang und Qualität von Diskussionen im Internet.“ (DFG-Förderung: Sachbeihilfe & Personalförderung für Eigene Stelle, EN 1117/1-1).

Steckbrief: „Deliberative Interaktionen in Nutzerkommentaren. Eine Mehr-Ebenen-Analyse verschiedener Einflussfaktoren auf Umfang und Qualität von Diskussionen im Internet.“ (EN 1117/1-1)

Das DFG-Projekt untersucht, wie umfangreich und in welcher deliberativen Qualität Beteiligte in den Diskussionsbereichen auf journalistischen Nachrichtenwebsites miteinander über politische Themen diskutieren. Weiterhin soll erklärt werden, welche Kontextbedingungen deliberative Qualität in politischen Diskussionen fördern oder behindern. Als Kontextbedingungen werden Medienorganisationen (z. B. publizistische und ökonomische Ziele), ihr journalistisches Angebot (Diskursmerkmale wie z. B. Rationalität oder Reziprozität), das Design des Diskussionsbereichs (z.B. Kontroll-, Sanktions- und Interaktionspotenziale) sowie Nutzerkommentare (z. B. politische Haltung und deliberative Qualitätskriterien wie z. B. Begründung von Meinungen und Respekt) einbezogen.

Drittmittelgeber: Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG)
Laufzeit: Oktober 2015 bis Juni 2019
Projektteam: Ines Engemann, Hanna Marzinkowski

Publikationen

Marzinkowski, H., & Engemann, I. (2018). Die Wirkung „guter“ Argumente: Deliberative Qualität in journalistischen Online-Artikeln und das Ausmaß der Nutzerbeteiligung im Kommentarbereich. Publizistik, 63(2), 269-287.

Ausgehend von einer diskursiven Perspektive auf öffentliche Kommunikation wird in diesem Beitrag untersucht, inwiefern deliberative Qualität in der politischen Berichterstattung das Ausmaß der Nutzerbeteiligung auf Nachrichtenwebsites beeinflusst. Den normativ wünschenswerten Diskursansprüchen aus der Theorie der deliberativen Demokratie stellen wir empirisch prüfbare Annahmen gegenüber, die wir mit Erklärungen aus der Theorie der Schweigespirale (Medieninhalt) und

Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Empirische Methoden

Publikationen (Fortsetzung)

aus dem Konstrukt der Selbstwirksamkeit und dem Civic Voluntarism Model (Nutzerverhalten) verknüpfen. Für die Überprüfung der Annahmen führen wir eine Inhaltsanalyse von 400 Online-Zeitungsartikeln auf vier Nachrichtenwebsites durch. Die Befunde lassen sich aus deliberativer Perspektive so bewerten, dass ein Großteil der untersuchten deliberativen Kriterien, insbesondere auftretende Oppositionspolitiker, aufeinander Bezug nehmende und gegeneinander argumentierende Aussagen sowie ein Bezug zur Lebenswelt der Nutzer, das Ausmaß der Nutzerbeteiligung in Kommentarbereichen erhöht. Zugleich sinkt die Beteiligung, wenn der Artikel bereits getroffene politische Entscheidungen behandelt. Diskursrelevante Kriterien sollten folglich in die Erklärung der Entstehungsbedingungen für das Ausmaß der Nutzerbeteiligung an der öffentlichen Meinungsbildung integriert werden.

- Guenther, L., & Marzinkowski, H. (2018). Evidenz und (falsche) Ausgewogenheit in der Berichterstattung über Medizin und Gesundheit: Eine Inhaltsanalyse von Print- und Online-Medien. In P. Stehr, D. Heinemeier, & C. Rossmann (Hrsg.), *Evidenzbasierte / Evidenzinformierte Gesundheitskommunikation* (S. 191-202). Baden-Baden: Nomos.
- Kessler, S. H., & Engelmann, I. (2018). Why do we click? Investigating reasons for user selection on a news aggregator website. *Communications: The European Journal of Communication Research*. doi: <https://doi.org/10.1515/commun-2018-2003>
- Lübke, S., & Dogruel, L. (2018). Erfolgsfaktoren von YouTube-Kanälen - Die Perspektive der Multi-Channel-Netzwerke. *MedienWirtschaft*, 15(1), 12-19.
- Marzinkowski, H., & Engelmann, I. (2018). Die Wirkung „guter“ Argumente: Deliberative Qualität in journalistischen Online-Artikeln und das Ausmaß der Nutzerbeteiligung im Kommentarbereich. *Publizistik*, 63(2), 269-287.
- Scheufele, B., & Engelmann, I. (2018). Mediale Value-Frames – Theoretisches Konzept und methodische Herausforderungen. In A. Ziem, L. Inderelst, & D. Wulf (Hrsg.), *Frames interdisziplinär: Modelle, Anwendungsfelder, Methoden* (S. 123-153). Düsseldorf: dup.

Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Empirische Methoden

Publikationen (Fortsetzung)

Lübke, S., & Dogruel, L. (2018). Erfolgsfaktoren von YouTube-Kanälen - Die Perspektive der Multi-Channel-Netzwerke. *MedienWirtschaft*, 15(1), 12-19.

Durch die Zusammenarbeit mit Multi-Channel-Netzwerken (MCNs) sind erfolgreiche YouTube-Kanäle zunehmend das Produkt professioneller Produktions- und Vermarktungsstrategien. Bestehende Studien zum Erfolg auf YouTube diskutieren allerdings vor allem Erfolgsfaktoren für einzelne Videos, sodass eine Auseinandersetzung mit der strategischen Ebene des YouTube-Kanals bisher fehlt. Auf der Basis von Experteninterviews mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern von MCNs wurden in der vorliegenden Studie zehn Erfolgsfaktoren für YouTube-Kanäle aus Anbieterperspektive identifiziert. Die Ergebnisse zeigen, dass der Kanalerfolg nach wie vor von nicht planbaren Faktoren wie der Authentizität des Kanals und des YouTubers abhängt. Durch die Umsetzung von produkt-, distributions- und kommunikationspolitischen Erfolgsfaktoren können Reichweiten jedoch auch strategisch gesteuert werden. Hierzu zählt insbesondere die Anpassung der Inhalte an den YouTube-Algorithmus (SEO), um die Sichtbarkeit auf der Plattform und die Anzahl der Abrufe zu erhöhen.

Vorträge

- Engemann, I., Kessler, S., & Lübke, S. (2018). Kriterien der Nachrichtenauswahl auf einer News Aggregator Website. Vortrag auf der 63. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik - und Kommunikationswissenschaft (DGPK), 09. bis 11. Mai in Mannheim.
- Engemann, I., & Marzinkowski, H. (2018). Is there a connection between mediated public deliberation and the deliberative quality of subsequent user discussions? Vortrag auf der The Deliberative Quality of Communication Conference 2018, 08. bis 09. November in Mannheim.
- Lübke, S. (2018). Frames in der politischen Kommunikation. Perspektiven, Methoden, Befunde. Vortrag auf der Netzwerktagung Deutsch des Niedersächsischen Landesinstituts für schulische Qualitätsentwicklung (NLQ), 30. November in Bad Salzdetfurth.

Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Empirische Methoden

Vorträge (Fortsetzung)

- Lübke, S. (2018). Frames in der politischen Kommunikation. Beispiele aus aktuellen politischen Diskursen. Vortrag auf der Netzwerktagung Deutsch des Niedersächsischen Landesinstituts für schulische Qualitätsentwicklung (NLQ), 30. November in Bad Salzdetfurth.
- Marzinkowski, H., & Engelmann, I. (2018). Deliberative (dis) similarities in the comment section. Vortrag auf der The Deliberative Quality of Communication Conference 2018, 08. bis 09. November in Mannheim.
- Marzinkowski, H., & Engelmann, I. (2018). The Role of News Coverage for the Willingness to Speak Out Publicly in Comment Sections. Vortrag auf der 68. Annual Conference of the International Communication Association (ICA), 24. bis 28. Mai in Prag/Tschechien.
- Wilhelm, C., & Engelmann, I. (2018). Inhalt oder Umfeld journalistischer Facebook-Posts? – Was über die Nachrichtenauswahl des Publikums in sozialen Medien entscheidet. Vortrag bei der Fachgruppe "Rezeptions- und Wirkungsforschung" der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK), 25. bis 27. Januar in Hohenheim.
- Wilhelm, C., & Engelmann, I. (2018). Content or context characteristics of journalistic Facebook posts? – Predictors of the audience's news selection on social media platforms. Vortrag in der Division Mass Communication auf der 68. Annual Conference of the International Communication Association (ICA), 24. bis 28. Mai in Prag/Tschechien.
- Wilhelm, C. & Engelmann, I. (2018). The Influence of Journalistic Content as well as audience's characteristics on news selection on Facebook. Vortrag auf der World Association for Public Opinion Research (WAPOR), 27. bis 30. Juni in Marrakesch/Marokko.

Abgeschlossene Bachelorarbeiten

- Blüm, Franziska: „Individuelle und mediale Bedingungen für Cyberbullying“
- Gorzitze, Isabel: „E-Campaigning - Die Entwicklung des US-amerikanischen Wahlkampfes in den sozialen Medien am Beispiel der Präsidentschaftswahlen 2008-2016“

Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Empirische Methoden

Abgeschlossene Bachelorarbeiten (Fortsetzung)

- Gutte, Josephine-Anna: „Professionalisierung der politischen Kommunikation in Zeiten von Wahlkämpfen. Eine Analyse anhand der Wahlkämpfe der großen Parteien der Bundestagswahlen 1998 und 2009“
- Hebler, Natalie Maria: „Authentizität in der politischen Kommunikation“
- Leisner, Denise: „Einflussfaktoren auf rechtsextreme Einstellungen von Nutzern in sozialen Medien“
- Rham, Lucas: „Individuelle und mediale Bedingungen für die Verbreitung von Hate Speech“
- Rupp, Hanna: „Hate 2.0 - Wirkungen von Hate Speech Online“
- Seeger, Stephanie G.: „Die Interaktion zwischen Politikern und Bürgern während des Wahlkampfes auf Twitter im internationalen Vergleich“
- Stilck, Laura: „The effects of violent video games on aggressive behavior with the main focus on the Catalyst and General Aggression Models“
- Uhlendorf, Emilia: „Die Kriminalitätsberichterstattung und ihre Wirkung auf Rezipienten“
- Waldhecker, Josepha: „Einfluss von gesellschaftlichen und politischen Akteuren auf journalistische Nachrichtenberichterstattung“

Abgeschlossene Masterarbeiten

- Grund, Alexander Philipp Moritz: „Vergleich der Wahlkampagnen der Parteien auf Wahlplakaten und in Sozialen Netzwerken zur Bundestagswahl 2017“
- Munz, Annika: „Die Wertung von prosozialem Verhalten in der alltäglichen Kommunikationsform Klatsch“
- Stratmann, Dennis: „Die Wirkung von Userkommentaren auf die Meinungsbildung im Internet“
- Wagener, Sven: „Die Berichterstattung staatsfinanzierter Sender über die Ukraine-Krise im Vergleich: Eine Frame-Analyse von *Deutsche Welle* und *Sputnik Deutschland*“
- Wyroslawski, Mike: „Die Botschaftstreue von Bundestagskandidaten im Spannungsfeld der Pateidisziplin und heterogener Wählerschaftsbedingungen“

Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Empirische Methoden

Laufende Promotionen

- Marie Legrand: Videoportale als Agenten politischer Mobilisierung. Nutzung, Wahrnehmung und Funktionen von nutzergenerierten audiovisuellen Abrufangeboten im Internet. (Arbeitstitel)
- Hanna Marzinkowski: Einflussfaktoren auf Ausmaß und Inhalte der Nutzerbeteiligung auf Nachrichtenwebsites. (Arbeitstitel)
- Simon Lübke: Authentizität in der politischen Onlinekommunikation. (Arbeitstitel)

Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Empirische Methoden

Lehrangebote Wintersemester 2018/19

Ines Engelmann

- Methoden und Statistik der Kommunikationswissenschaft I, Teil I (Vorlesung, Bachelor)
- Politische Kommunikation und Öffentlichkeit, Teil I und Teil II (Seminar, Master)
- Analyse politischer Kommunikation und Öffentlichkeit, Teil II (Projektseminar, Master)
- Examenskolloquium

Simon Lübke

- Methoden und Statistik der Kommunikationswissenschaft II, Teil I und Teil II (Seminar, Bachelor)

Hanna Marzinkowski

- Methoden und Statistik der Kommunikationswissenschaft II, Teil I und Teil II (Seminar, Bachelor)

Lehrbeauftragte

- Michael Hofsäss: Praxis der Medienforschung (Schlüsselqualifikation, Bachelor)

Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Empirische Methoden

Lehrangebote Sommersemester 2018

Ines Engelmann

- Methoden und Statistik der Kommunikationswissenschaft I, Teil II (Vorlesung, Bachelor)
- Methoden und Statistik der Kommunikationswissenschaft II, Teil I und Teil II, (Seminar, Bachelor)
- Analyse politischer Kommunikation und Öffentlichkeit, Teil I (Projektseminar, Master)
- Examenskolloquium

Marie Legrand

- Methoden der öffentlichen Kommunikation, Teil II (Seminar, Bachelor)

Lehrbeauftragte

- Michael Hofsäss: Praxis der Medienforschung (Schlüsselqualifikation, Bachelor)

Kommunikations- und Medienpsychologie

MitarbeiterInnen:

Prof. Dr. Tobias Rothmund +49 – (0)3641/94 49 48
Tobias.Rothmund@uni-jena.de

Prof. Dr. Wolfgang Frindte, i. R.
(seit 01.04.2017 im Ruhestand) +49 – (0)3641/94 52 80
Wolfgang.Frindte@uni-jena.de

Vertr. -Prof. PD Dr. Tino G. K. Meitz
(bis 30.09.2018) +49 – (0)3641/94 49 48
Tino.Meitz@uni-jena.de

Dr. Nicole Haußecker +49 – (0)3641/94 49 37
Nicole.Haussecker@uni-jena.de

Stephanie Wohlt +49 – (0)3641/94 52 80
Stephanie.Wohlt@uni-jena.de

Kirsten Richter +49 – (0)3641/94 52 80
Kirsten.Richter@uni-jena.de

Carolin Junold
Sekretariat +49 – (0)3641/94 49 50
Carolin.Junold@uni-jena.de

Kommunikations- und Medienpsychologie

Forschungsschwerpunkte des Arbeitsbereichs von Prof. Rothmund

Im Arbeitsbereich Kommunikations- und Medienpsychologie beschäftigen wir uns mit psychologischen Prozessen und Phänomenen im Kontext von medienvermittelter Kommunikation. Schwerpunkte liegen dabei auf den Themenfeldern der politischen Psychologie sowie der Nutzung und Wirkung sozialer Medien.

Die **Politische Psychologie** widmet sich der Beschreibung, Erklärung und Vorhersage von politischem Verhalten und Erleben auf der Grundlage psychologischer Theorien und Methoden. In unserer Arbeitsgruppe forschen wir zur Entstehung und Struktur politischer Ideologien, zu Vertrauen in politische Eliten, zu interindividuellen Unterschieden im Erleben von Ungerechtigkeit sowie zum politisch motivierten Umgang mit Argumenten und Evidenz.

Unsere Forschung zur **Nutzung und Wirkung sozialer Medien** zielt darauf ab, die Folgen einer veränderten technologisch-vermittelten Form der Massenkommunikation aus sozialpsychologischer Perspektive zu beleuchten. Wir beschäftigen uns mit möglichen positiven und negativen Konsequenzen im Kontext der politischen Kommunikation. Hierzu zählen die Entstehung homogener Informationsumwelten (Echokammern), die Formierung von digitalen Interessengruppen, die Polarisierung und Fragmentierung von Netzöffentlichkeiten sowie die Verrohung politischer Diskurse in digitalen Räumen.

Kommunikations- und Medienpsychologie

Prof. Dr. Tobias Rothmund (seit 01.10.2018)



* 1977, Studium der Psychologie an der Universität Trier; Diplom 2004; 2005-2006 Psychologische Diagnostik und Beratung in einer entwicklungspädagogischen Beratungsstelle der Lebenshilfe Landshut e.V. in Landshut, Bayern; 2006-2010 Wissenschaftlicher Mitarbeiter im DFG-finanzierten Forschungsprojekt „Rezeption und Wirkung gewalthaltiger Videospiele“ an der Universität Koblenz-Landau. 2010 Promotion in Psychologie, (summa cum laude); 2010-2012 Wissenschaftlicher Mitarbeiter (Post-Doc) in der Arbeitseinheit Diagnostik, Differentielle- und Persönlichkeitspsychologie, Methoden und Evaluation (Prof. Manfred Schmitt) an der Universität Koblenz-Landau; 2012 Vertretung der W2-Professur für Forschungsmethoden und Evaluation im Fachbereich 8 der Universität Koblenz-Landau; 2012 dreimonatiger Forschungsaufenthalt bei Prof. Dr. John T. Jost an der New York University (USA); 2013-2018 Juniorprofessur für Politische Psychologie am Institut für Kommunikationspsychologie und Medienpädagogik (IKM) der Universität Koblenz-Landau; 2014-2016 Vertretung der Professur für Psychologische Diagnostik, Evaluation und Intervention an der TU Darmstadt. Seit 10/2018 Professor für Kommunikations- und Medienpsychologie mit Schwerpunkt Netzöffentlichkeit und soziale Medien an der FSU Jena.

Kommunikations- und Medienpsychologie

Forschungsschwerpunkte des Bereichs von Prof. Frindte, i. R.

Die Forschungsschwerpunkte des Fachgebietes von Wolfgang Frindte gruppieren sich um das Rahmenthema „Psychologische Grundlagen der Kommunikation“. Im Einzelnen handelt es sich um folgende Schwerpunkte: Metatheoretische Grundlagen der kommunikativen Konstruktion von Wirklichkeit, Interpersonale Kommunikation und Konfliktlösung, Makro-sozialer Stress und Terrorismusforschung, Digitale Medien und Gewalt, Interkulturelle Kommunikation, Antisemitismus, Rechtsextremismus und Diskriminierung. Enge wissenschaftliche Kontakte pflegt der Bereich mit der University of Haifa (Israel), dem Interdisciplinary Center (IDC) Herzliya in Israel, dem Hadassah Academic College in Jerusalem, der International Academy for Intercultural Research (USA), der University of Warsaw (Polen), der Jacobs University Bremen, dem Verein für Demokratisches Handeln, dem Institut für Demokratie und Zivilgesellschaft – Thüringer Dokumentations- und Forschungsstelle gegen Menschenfeindlichkeit und der International University of Dresden.

Kommunikations- und Medienpsychologie

Prof. Dr. Wolfgang Frindte, i. R. (bis 31.03.2017)



* 1951, Studium der Psychologie an der Friedrich-Schiller-Universität Jena (FSU); Diplom 1974; 1974-1977 Betriebs- und Organisationspsychologie in der Mikroelektronik (Erfurt); 1977-1986 wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Sächsischen Akademie der Wissenschaften; 1981 Promotion an der FSU Jena; 1986-1987 wissenschaftlicher Oberassistent an der Pädagogischen Hochschule Erfurt/Mühlhausen; 1987 Habilitation an der FSU mit dem Thema „Theorie und Experiment in der Sozialpsychologie“; 1987 Berufung zum ordentlichen Professor für Sozialpsychologie an der Friedrich-Schiller

Universität Jena; 1991 Studienaufenthalt mit Lehrtätigkeit in den USA (Colorado State University Fort Collins, Swarthmore College/Pennsylvania); seit 1994 Hochschuldozentur am Institut für Psychologie der Friedrich-Schiller-Universität Jena und Vertretung des Lehrstuhls Sozialpsychologie; 1997 Gründung der Arbeitseinheit Kommunikationspsychologie; 1998-2005 Gastprofessur für Kommunikations- und Medienpsychologie bzw. Angewandte Sozialpsychologie am Institut für Psychologie der Universität Innsbruck; 2/2004-4/2004 Fellow at the Bucerius Institute, University Haifa (Israel), gefördert durch die Bucerius-Zeit-Stiftung; seit 2007 Gastprofessor und wissenschaftlicher Leiter des Studiengangs „Human Communication“ an der Dresden International University; 02/2008 Mitgründung des Instituts für Kommunikationswissenschaft an der Friedrich-Schiller-Universität Jena und Wechsel vom Institut für Psychologie zum neuen Institut; Sprecher des wissenschaftlichen Beirats des Instituts für Demokratie und Zivilgesellschaft. Am 31. März 2017 Beendigung der offiziellen Tätigkeit an der Friedrich-Schiller-Universität Jena und Wechsel in den „Ruhestand“. Gegenwärtig ist Prof. Frindte, i. R. Sprecher des wissenschaftlichen Beirats des Instituts für Demokratie und Zivilgesellschaft (Jena) und wissenschaftlicher Leiter des Studiengangs Human Communication an der Dresden International University.

Kommunikations- und Medienpsychologie

Vertr.-Prof. PD Dr. habil. Tino G. K. Meitz (bis 30.09.2018)



* 1973, 1997-2006 grundständiges Promotionsstudium an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster in der Fächerkombination Kommunikationswissenschaft, Psychologie, Politikwissenschaft und Wirtschaftspolitik; 1999-2003 Tutor und 2003-2006 Wissenschaftliche Hilfskraft am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Münster; 2006 Promotion zur Protologik der Beobachtung; 2006-2008 Postdoktorand und 2008-2009 Dozent an der University of Surrey, Großbritannien; 2009-2013 und 2014-2016 Wissenschaftlicher Assistent am Arbeitsbereich für Empirische Medienforschung, Universität Tübingen; 2013-2014 Vertreter des Lehrstuhls Kommunikationswissenschaft (W3) - Rezeption und Wirkung an der Universität Augsburg; 2015 Habilitation (venia legendi für das Fach Kommunikationswissenschaft) an der Universität Münster: »Informationsverarbeitung und Rezeptionserleben. Zum Stellenwert kognitionspsychologischer Aspekte der Informationsverarbeitung in der kommunikationswissenschaftlichen Medienrezeptions- und Medienwirkungsforschung«; 2016 Senior Researcher am Leibniz-WissenschaftsCampus Tübingen »Bildung in Informationsumwelten«; 2016 Dr. Max Gressly & Dr. Florian Fleck Fund-International Visiting Scholar, Département des sciences de la communication et des médias, Université de Fribourg; Sommersemester 2017 bis Sommersemester 2018 Vertreter der Professur für Kommunikations- und Medienpsychologie an der Friedrich-Schiller-Universität Jena.

Kommunikations- und Medienpsychologie

Dr. Nicole Haußecker



* 1978, Studium der Medienwissenschaft, Psychologie und Soziologie an der FSU Jena und Universität Leipzig; während des Studiums diverse Praktika beim MDR; 2004 Magisterarbeit zum Thema „Zur Berichterstattung über Terrorismus in TV-Nachrichtensendungen“; 2004-2005 Auslandsaufenthalt in Australien; 2006 Doktorandin am Institut für Psychologie, Abteilung Kommunikationspsychologie; 2007-2009 wissenschaftliche Mitarbeiterin im DSF-Projekt „Terrorismus – mediale Konstruktion und individuelle Interpretation: Ein friedenswissenschaftlicher Beitrag zur medien- und sozial-

wissenschaftlichen Analyse und Bewertung terroristischer Bedrohungen in Deutschland“ (Projektleitung: Frindte, Scheufele, Haußecker); seit 2008 Wissenschaftliche Mitarbeiterin am Arbeitsbereich „Kommunikationspsychologie“ am IfKW; Mitglied in DGPUK, ECREA, Kompetenzzentrum Rechtsextremismus der FSU Jena, Forum Friedenspsychologie; 2014 einjährige Förderung im Rahmen des Programms „Drittmittelfähigkeit von Nachwuchswissenschaftlerinnen und Nachwuchswissenschaftlern“ des Prorektorats für Forschung; 2014 Dissertationsschrift mit dem Gert-Sommer-Preis für Friedenspsychologie ausgezeichnet; seit Wintersemester 2014 Lehrbeauftragte an der Universität Erfurt in den Masterstudiengängen „Kommunikationsforschung: Politik & Gesellschaft“ und „Kinder- und Jugendmedien“. Seit 09/2018 wissenschaftliche Mitarbeiterin für das Qualitätsmanagement an der Universität Erfurt.

Kommunikations- und Medienpsychologie

Kirsten Richter, M.A.



* 1988, Duale Ausbildung zur Fotografin (2007-2010); anschließende Berufstätigkeit als Fotografin (2010-2011); BA-Studium der Kommunikationswissenschaft und Psychologie an der FSU Jena (2011-2014); 2014 Bachelorarbeit zum Thema „Ist das sozialpsychologische Konzept der relativen Deprivation als Grundlage für persuasive Kommunikationsstrategien nutzbar?“; MA-Studium der Öffentlichen Kommunikation an der FSU Jena (2014-2017); wissenschaftliche Hilfskraft am Institut für Kommunikationswissenschaft am Arbeitsbereich Kommunikationspsychologie an der FSU Jena (11/2016-11/2017) im

BMBF-Projekt „Studie Interkulturelle Erziehung“; 2017 Masterarbeit zum Thema „Studieren mit Kind – Wahrnehmung und Bewältigung der Doppelbelastung am Beispiel der Friedrich-Schiller-Universität Jena“; seit 12/2017 wissenschaftliche Mitarbeiterin im BMBF-Projekt „ViDem“ in der Teilstudie „Interkulturelle Erziehung“ unter der Projektleitung von Prof. Frindte, i. R.

Kommunikations- und Medienpsychologie

Stephanie Wohlt, M.A.



* 1987, Duale Ausbildung zur Mediengestalterin für Digital- und Printmedien, Fachrichtung Medienberatung (2006-2009); anschließende Berufstätigkeit in der Mediaplanung (2009-2010); BA-Studium der Kommunikationswissenschaft und Psychologie an der FSU Jena (2010-2014); während des Studiums studentische Hilfskraft im DFG-Projekt „Politische Informationsvermittlung und Wissenserwerb in der Online-Welt“; seit 2011 freie Mitarbeit in der studentischen Kommunikationsagentur „Goldene Zwanziger e.V.“; 2012 Auslandsaufenthalt an der Universität Bergen, Norwegen; 2014 Bachelorarbeit zum

Thema „Die Radio- und Internetnutzung im Vergleich – Entwicklungstrends seit 2000 und theoretische Erklärungsansätze“; MA-Studium Öffentliche Kommunikation an der FSU Jena (2014-2017); während des Studiums Praktikum in der Unternehmenskommunikation (04/2015-10/2015); wissenschaftliche Hilfskraft am Arbeitsbereich Kommunikationspsychologie (01/2015-03/2015, 03/2016-11/2017) u. a. im BMBF-Projekt „Studie Interkulturelle Erziehung“ und Bibliothekskraft am IfKW (02/2016-09/2017); 2017 Masterarbeit zum Thema „Flüchtlinge und Terrorismus. Zum Einfluss von Terrorismusberichterstattung, Wertorientierung, sozialer Identität, empfundener Bedrohung und Angst auf die Einstellungen gegenüber Flüchtlingen“; seit 12/2017 wissenschaftliche Mitarbeiterin im BMBF-Projekt „ViDem“ in der Teilstudie „Interkulturelle Erziehung“ unter der Projektleitung von Prof. Frindte, i. R.

Kommunikations- und Medienpsychologie

Carolin Junold



* 1983, 2000-2003 Ausbildung an der Friedrich-Schiller-Universität Jena zur Fachangestellten für Bürokommunikation in Jena; von 06/2003-2007 Sekretariat am Arbeitsbereich „Kommunikationswissenschaft mit dem Schwerpunkt Ökonomie und Organisation der Medien“ und verschiedene Sekretariatsvertretungen in anderen Instituten der FSU Jena; seit 2008 Sekretariat am Arbeitsbereich „Kommunikationswissenschaft mit dem Schwerpunkt Ökonomie und Organisation der Medien“ und Sekretariat am Lehrbereich „Kommunikations- und Medienpsychologie“.

Kommunikations- und Medienpsychologie

Das Jahr 2018 am Arbeitsbereich von Prof. Rothmund

- Zum 01.10. 2018 übernimmt Prof. Dr. Tobias Rothmund die Professur für Kommunikations- und Medienpsychologie mit Schwerpunkt Netzöffentlichkeit und soziale Medien am IfKW.
- In den ersten Monaten unterstützen Anna Maria Klaas, Miriam Milzner und Melanie Loy die Arbeit am Lehrbereich als studentische Hilfskräfte.
- Carolin Junold steht mit wertvollen Hinweisen und Tipps zur Seite. Es ist gut zu wissen, dass sie den Aufbau der neuen Arbeitsgruppe kompetent und motiviert unterstützt. Ihr gebührt ein herzlicher Dank!
- Mit dem Jahreswechsel 2018/2019 wurde unter Beteiligung des Lehrbereichs ein EU-Projekt als Vollantrag eingereicht (Horizon 2020 – Innovative Training Networks).

Prof. Dr. Tobias Rothmund

Das Jahr 2018 am Bereich von Prof. Frindte, i. R.

- Im neuen BMBF-Projekt „Studie zur interkulturellen Erziehung“, das von Prof. Frindte geleitet wird, arbeiten Kirsten Richter und Stephanie Wohlt im Fortsetzungsprojekt als wissenschaftliche Mitarbeiterinnen. Pauline Endler, Mintje Zorn und Max Schindler sind in diesem Projekt als studentische bzw. wissenschaftliche Hilfskräfte tätig.
- Vom 08. bis 10. Juni fand in Heidelberg die 31. Tagung des Forums Friedenspsychologie statt, auf der Kirsten Richter, Stephanie Wohlt und Prof. Frindte, i. R. einen Vortrag zum Thema „Wie hältst Du es mit der Demokratie? – Einstellungen zur Demokratie und politischen Partizipation“ hielten.
- Am 28.08.2019 übergaben Prof. Wolfgang Frindte, i. R. und Dr. Daniel Geschke das Manuskript zum „Lehrbuch Kommunikationspsychologie“ an den Beltz-Verlag. Am Lehrbuch haben auch Nico Dietrich, Dr. Peter Holtz und Johannes von Hoyer (beide Leibniz-Institut für Wissensmedien in Tübingen) mitgearbeitet. Das Lehrbuch ist mittlerweile vom Beltz Juventa Verlag unter dem Titel „Lehrbuch Kommunikationspsychologie“ im Handel.

Prof. Dr. Wolfgang Frindte, i. R.

Kommunikations- und Medienpsychologie

Drittmittelprojekte

- Rothmund, Tobias (seit Januar 2018): „Zur Identifikation struktureller, dynamischer und motivationaler Prozesse im Kontext politischer Online-Diskurse“ (Förderung eines Promotionsstipendiums für Herrn Dominic Burghartswieser durch die Forschungsinitiative RLP).
- Fortsetzungsstudie zur interkulturellen Erziehung. Die Studie ist ein Teilprojekt innerhalb des vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderten Verbundprojekts „ViDem: Vielfalt zusammenleben – Miteinander Demokratie lernen. Ein Entwicklungsprogramm für Integration, Demokratie und Lehrerbildung“ (Projektleitung: Dr. Wolfgang Beutel, Förderverein Demokratisch Handeln e.V.). Übergreifendes Ziel des Verbundprojekts ist es, schulpraktisch wirksame Qualifizierungs- und Trainingsprogramme für Lehrerinnen und Lehrer zur Unterstützung einer integrativ wirksamen demokratiepädagogischen Lernpraxis an Schulen mit Geflüchteten zu etablieren. Mit der von der Abteilung Kommunikationspsychologie verantworteten Studie werden im Rahmen von repräsentativen Befragungen und Fokusgruppen (in drei Bundesländern) die Demokratiekompetenzen von Jugendlichen der Mehrheitsgesellschaft und aus Flüchtlingsfamilien analysiert und die Erwartungen von LehrerInnen erfasst. Verantwortlich für die Studie: Prof. Dr. Wolfgang Frindte, i. R. Mitarbeiterinnen der FSU: Kirsten Richter, M.A. & Stephanie Wohlt, M.A. Das Projekt hat eine Laufzeit bis zum 28. Februar 2019.
- Gemeinsam mit sieben KollegInnen aus Berlin, Dresden, Halle und Zürich arbeitet Prof. Frindte, i. R. in einer von der Deutschen Gesellschaft für Psychologie geförderten Historischen Kommission zur „Aufarbeitung des Missbrauchs der Psychologie im Rahmen der 'operativen Psychologie' der Staatssicherheit der DDR“.
- Prof. Frindte, i. R. ist Sprecher des wissenschaftlichen Beirats des Instituts für Demokratie und Zivilgesellschaft (Jena).

Publikationen

- Frindte, W., & Dietrich, N. (2018). Einstellungen zu Muslimen und zum Islam. In K. Möller & F. Neuscheler (Hrsg.), *„Wer will die hier schon haben?“ Ablehnungshaltungen und Diskriminierung in Deutschland*. Stuttgart: Kohlhammer.

Kommunikations- und Medienpsychologie

Publikationen (Fortsetzung)

- Frindte, W. (2018). "Wir kommunizieren, also bin ich" - Kommunikationspsychologische Reflexionen über das Alltägliche. In Ch. Fischer (Hrsg.), *Kommunikation im Konflikt* (S. 20-27). München: C.H. Beck.
- Frindte, W., & Jacob, S. (2018). Sozialer Konstruktivismus und Sozialpsychologie. In O. Decker (Hrsg.), *Sozialpsychologie und Sozialtheorie* (S. 141-153). Wiesbaden: Springer VS.
- Frindte, W. (2018). Postfaktisches und Utopisches: Empirische Spekulationen. In P. Fauser, & G. Irmert-Müller (Hrsg.), *Vorstellungen bilden* (S. 145-158). Jena: Imaginata.
- Frindte, W., Wohlt, S., Richter, K., & Schindler, M. (im Druck). „Wie hältst Du es mit der Demokratie?“ – Einstellungen von Jugendlichen zur Demokratie und politischen Partizipation – ein Zwischenbericht. *Zeitschrift für politische Psychologie*.
- Hadjar, A., Boehnke, K., Schiefer, D., Frindte, W., & Geschke, D. (2018). Devoutness to Islam and the Attitudinal Acceptance of Political Violence Among Young Muslims in Germany. *Political Psychology*, August 2018 / Vol. 40 (2), 205-222.
- Halmburger, A., Rothmund, T., Baumert, A., & Maier, J. (2018). Trust in Politicians. Understanding and Measuring the Perceived Trustworthiness of Specific Politicians and Politicians in General as Multidimensional Constructs. In E. Bytzek, U. Rosar, & M. Steinbrecher (Hrsg.): *Wahrnehmung - Persönlichkeit - Einstellungen. Psychologische Theorien und Methoden in der Wahl - und Einstellungsforschung* (S. 235-302), Wiesbaden: Springer VS. doi:10.1007/978-3-658-21216-2_8
- Kalch, A., Küchler, C., & Meitz, T. G. K. (2018). Gaining Bystander Responsiveness: Bystander Intervention Against Sexual Assault on University Campus. In R. Kühne, S. E. Baumgartner, T. Koch, & M. Hofer (Hrsg.), *Youth and Media: Current Perspectives on Media Use and Effects* (S. 151-166). Baden-Baden: Nomos.
- Meitz, T. G. K., & Kalch, A. (2018). Intendierte und nicht-intendierte Effekte in der Gesundheitskommunikation. In E. Baumann, M. Hastall, & C. Rossmann (Hrsg.), *Handbuch Gesundheitskommunikation*. Berlin: Springer (online before print).
- Meitz, T. G. K., & Huff, M. (im Druck). Event Perception: Alternative Verfahren zur Beobachtung der kognitiven Informationsverarbeitung audiovisueller Medienangebote. In J. Vogelgesang, J. Matthes, C. Schieb, & T. Quandt (Hrsg.), *Beobachtungsverfahren in der Kommunikationswissenschaft*. Köln: Herbert von Halem.

Kommunikations- und Medienpsychologie

Publikationen (Fortsetzung)

- Richter, K., Wohlt, S., & Frindte, W. (2018). „Wie hältst Du es mit der Demokratie?“ – Einstellungen von Jugendlichen zur Demokratie und politischen Partizipation – ein Werkstattbericht. *Wissenschaft und Demokratie*, Heft 03, 123-133.
- Rothmund, T., Elson, M., Appel, M., Kneer, J., Pfetsch, J., Schneider, F. & Zahn, C. (2018). Does Exposure to Violence in Entertainment Media Make People Aggressive? In E. Sørensen (Hrsg.), *Cultures of Computer Game Concerns. The Child Across Families, Law, Science and Industry* (S. 267-282). Bielefeld: transcript.
- Rothmund, T., Klimmt, C., & Gollwitzer, M. (2018). Low Temporal Stability of Excessive Video Game Use in German Adolescents. *Journal of Media Psychology*, 30, 53-65. <https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000177>
- Stier, S., Bleier, A., Bonart, M., Mörsheim, F., Bohlouli, M., Nizhegorodov, M., Posch, L., Maier, J., Rothmund, T., & Staab, S. (2018). Systematically Monitoring Social Media: The Case of the German Federal Election 2017. *GESIS Papers 2018/04*, 5-24.
- Sørensen, E., Elson, M., & Rothmund, T. (2018). Psychology's Multiple Concerns About Research on the Effects of Media Violence. In E. Sørensen (Hrsg.), *Cultures of Computer Game Concerns. The Child Across Families, La, Science and Industry* (S. 283-294). Bielefeld: transcript.
- Womick, J., Rothmund, T., Azevedo, F., King, L., & Jost, J. (2018). Group-Based Dominance and Authoritarian Aggression Predict Support for Donald Trump in the 2016 U.S. Presidential Election. *Social Psychology and Personality Science*, published online: <https://doi.org/10.1177/1948550618778290>

Vorträge

- Frindte, W. (2018). Myths of anti-Semitism and the Nationalism. Workshop, Haifa University, 01. bis 10. Mai in Haifa/Israel.
- Frindte, W. (2018). Von Barrieren und Chancen der Kommunikation in labilen Zeiten, Workshop Kommunikationsberater, 02. Dezember in Erfurt.
- Frindte, W. (2018). Post-Faktisches, Psycho-Logisches und Pro-Mediales im Zeitalter diversifizierter Bedrohungen, Workshop, 29. Oktober in Weimar.

Kommunikations- und Medienpsychologie

Vorträge (Fortsetzung)

- Huff, M.; Papenmeier, F.; Haußecker, N., Langmann, K., & Meitz, T. (2018). Narratives Verstehen: Modalitätsabhängige Verarbeitung von Brückeninferenzen in Bildergeschichten. Vortrag auf der Jahrestagung der Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK), 25. bis 27. Januar in Hohenheim/Stuttgart.
- Meitz, T. G. K., Meyerhoff, H., & Huff, M. (2018). Perceiving and remembering changes in visual and audiovisual dynamic scenes. Präsentiert auf der 68. Annual Conference of the International Communication Association (ICA), 24. bis 28. Mai in Prag/Tschechien.
- Richter, K., Wohlt, S., & Frindte, W. (2018). „Wie hältst Du es mit der Demokratie?“ Einstellungen von Jugendlichen zur Demokratie und politischen Partizipation – ein Werkstattbericht. 31. Tagung Friedenspsychologie. Universität Heidelberg, 08. bis 11. Juni in Heidelberg.
- Wohlt, S., Frindte, W., Richter, K., & Schindler, M. (2018). Einstellungen von Jugendlichen zur Demokratie und politischen Partizipation. Vortrag auf dem 51. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Psychologie, 15. bis 20. September in Frankfurt a. M.

Rezensionen

- Frindte, W. (2018). Hendrik Hegemann, Martin Kahl: Terrorismus und Terrorismusbekämpfung. Eine Einführung. Springer VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2017.
- Frindte, W. (2018). Annita Kalpaka, Nora Räthzel, Klaus Weber (Hrsg.): Rassismus. Die Schwierigkeit, nicht rassistisch zu sein. Texte Kritische Psychologie. Argument Verlag, Hamburg, 2017.
- Frindte, W. (2018). Samuel Salzborn: Globaler Antisemitismus. Eine Spurensuche in den Abgründen der Moderne. Mit einem Vorwort von Josef Schuster. Beltz Juventa, Weinheim, Basel.
- Frindte, W. (2018). Oliver Decker & Elmar Brähler (Hrsg.), Flucht ins Autoritäre. Rechtsextreme Dynamiken in der Mitte der Gesellschaft. Die Leipziger Autoritarismus-Studie 2018. Psychosozial-Verlag, Gießen.
- Frindte, W. (2018). Yuval Noah Harari: 21 Lektionen für das 21. Jahrhundert. Verlag C.H. Beck, München.

Kommunikations- und Medienpsychologie

Rezensionen (Fortsetzung)

- Frindte, W. (2018). Wilhelm Heitmeyer: Autoritäre Versuchungen. Berlin: Suhrkamp.

Abgeschlossen Bachelorarbeiten

- Altvatter, Alicia: „Green Advertising oder Green Washing? Befunde zur Wahrnehmung ‚nachhaltiger‘ Werbung und ‚nachhaltiger‘ Produkte“
- Berlekamp, Mara Sophia & Vizethum, Hannah: „Arousing Pictures und Multitasking – Beeinflussung der Erinnerungsleistung an eine Nachrichtensendung durch die Höhe des Arousal bei gleichzeitiger Nutzung eines Second Screens“
- Bock, Lisa: „Ich poste, also bin ich – Der Einfluss von Persönlichkeitsmerkmalen und Nutzungsmotiven auf das visuelle Mitteilungsbedürfnis in sozialen Netzwerken“
- Gull, Anna-Lena: „Die Berichterstattung über islamistischen Terrorismus in Paris 2015 – mediale Rezeption und Wirkungspotenziale durch soziale Medien“
- Gumbrecht, Carla: „Narrativ vs. Non-narrativ – ein Studienvergleich im Kontext der Gesundheitskommunikation“
- Hangen, Amelie: „Der Bystander-Effekt auf onlinebasierte Medien. Auftreten und Motive von Bystandern bei Cybermobbing“
- Kaulbach, Lina-Louise: „Der grüne Konsument: Die Macht der grünen Werbung und die Auswirkungen auf den Konsumenten“
- Ost, Luisa: „Die Bedrohungswahrnehmung islamistischen Terrors in Europa“
- Penker, Hannes: „Virtual Reality – Wie die Manipulation eines Avatars in VR sich auf die Akzeptanz des virtuellen Körpers auswirkt“
- Schilling, Alexander: „The great March of Return – Eine Inhaltsanalyse israelischer und palästinensischer Online-Nachrichtenangebote zu Protestbewegungen im Nahen Osten“
- Schüler, Felix: „‘Stell dir vor eine Autobombe explodiert und niemand berichtet‘ – Über die Beziehung von Medien und Terrorismus und wie Social Media den Terrorismus revolutioniert“
- Schneider, Helena: „Product Placement – Befunde zur Wirkung von Produktplatzierungen“
- Symonenko, Vladyslav: „Nachrichtenberichterstattung über Terrorismus“

Kommunikations- und Medienpsychologie

Abgeschlossene Bachelorarbeiten (Fortsetzung)

- Szala Salomé, Renan Rahel: „Ich habe nichts gegen Muslime, aber...‘ – Einfluss der medialen Terrorberichterstattung auf die Einstellungen der deutschen Bürger gegenüber Muslimen und dem Islam – Eine Bestandsaufnahme und Analyse kommunikationswissenschaftlicher Studien“
- Wiesenthal, René: „Aggression durch gewalthaltige Videospiele: Überblick und Bewertung des wissenschaftlichen Erkenntnisstandes der Aggression fördernden Wirkung digitaler Spiele“
- Zacharias, Jessica: „Die Macht von Falschinformationen im Netz. Eine kommunikationspsychologische Analyse der Faktenresistenz gegenüber Korrekturen in sozialen Medien im Kontext der ‚Fake-News‘-Debatte“

Abgeschlossene Masterarbeiten

- de Koster, Lisa: „Informational Utility in der Werbewirkungsforschung. Der Einfluss von Informationen auf die Glaubwürdigkeit Grüner Werbung sowie auf die Einstellung zu und die Auswahl von nachhaltigen Produkten“
- Hach, Stephanie & Wiczorke, Luisa: „Mehr als ein Feigenblatt? Eine experimentelle Untersuchung zur Wirkungsweise nachhaltigkeitsbezogener Werteframes in werblichen Kommunikationsangeboten“
- Kuhnt, Franziskus: „Ereignissegmentierung und Memorierung: Wirkung struktureller Merkmale in der audiovisuellen Sportberichterstattung“
- Nippert, Maximilian: „Arztbewertungsportale – Instrumente zur Transparenzsteigerung oder Werbeplattformen in eigener Sache? Eine Untersuchung zum Einfluss von Arztprofilen auf gesundheitsbezogenes Verhalten“
- Will, Jasmin: „Kognitive Informationsverarbeitung text-basierter Produktinformationen. Encodierungsspezifität unterschiedlicher Humorstile in der Markenkommunikation“

Kommunikations- und Medienpsychologie

Laufende Promotionen am Arbeitsbereich von Prof. Rothmund

- Laurits Bromme: Politische Dispositionen. Ein Ansatz zur Metastrukturierung politischer Einstellungen. (Arbeitstitel)
- Ruth Lachmuth: Bestrafungsziele in Abhängigkeit moralischer Überzeugungen. (Arbeitstitel)
- Dominic Burghartswieser: Zur Konstruktion von Bedrohung in der populistischen politischen Kommunikation. (Arbeitstitel)
- Dominik Hauptvogel: Verfahrensgerechtigkeit als nicht-akkustischer Einflussfaktor auf die Belästigung durch Fluglärm. (Arbeitstitel)

Laufende Promotionen am Bereich von Prof. Frindte, i. R.

- Eva Jahn: Einflussfaktoren auf die Interaktion mit Servicerobotern – Untersuchung der Akzeptanz für den Heim- und Pflegebereich. (Arbeitstitel)
- Vitali Malsam: Institutionelle Diskriminierung als Teil der Sozialen Dominanztheorie, die Aktivierung von Mythen, sowie die Rolle von Makro- und Mikrofaktoren (Arbeitstitel)

Kommunikations- und Medienpsychologie

Lehrangebote Wintersemester 2018/19

Tobias Rothmund

- Psychologische Grundlagen der Kommunikation, Teil I (Vorlesung, Bachelor)
- Psychologie der öffentlichen Kommunikation, Teil I und Teil II (Seminar, Master)
- Examenskolloquium

Tobias Rothmund/Nicole Haußecker

- Differentielle Kommunikationspsychologie, Teil I und Teil II (Seminar, Bachelor)

Lehrbeauftragte

- Daniel Geschke: Organisations- und Personalkommunikation, Teil II (Seminar, Master)
- Tino Meitz: Kommunikationspsychologische Analyse Teil II (Projektseminar, Master)

Kommunikations- und Medienpsychologie

Lehrangebote Sommersemester 2018

Tino Meitz

- Psychologische Grundlagen der Kommunikation, Teil II (Vorlesung, Bachelor)
- Öffentliche Kommunikation, Teil II (Seminar, Bachelor)
- Intergruppen-Kommunikation, Teil I (Seminar, Bachelor)
- Kommunikationspsychologische Analyse, Teil I (Projektseminar, Master)
- Examenskolloquium

Nicole Haußecker

- Intergruppen-Kommunikation, Teil II (Seminar, Bachelor)

Lehrbeauftragte

- Daniel Geschke: Organisations- und Personalkommunikation, Teil I (Seminar, Master)

Grundlagen der medialen Kommunikation und der Medienwirkung

MitarbeiterInnen:

Prof. Dr. Georg Ruhrmann	+49-(0)3641/94 49 30 Georg.Ruhrmann@uni-jena.de
Dr. Lars Günther	+49-(0)3641/94 49 36 Lars.Guenther@uni-jena.de
Dr. Arne Freya Zillich	+49-(0)3641/94 49 35 Arne.Zillich@uni-jena.de
Mandy Fickler-Tübel Sekretariat	+49-(0)3641/94 49 30 Mandy.Fickler@uni-jena.de

Forschungsschwerpunkte des Arbeitsbereichs

Im Zentrum der empirischen Forschungsarbeiten des Lehrstuhls stehen vier Schwerpunkte: Fernsehforschung, Wissenschaftskommunikation und Integration sowie Recherche-, Selektions- und Rezeptionsverhalten im Internet.



Foto (privat): Dr. Arne Freya Zillich und Dr. Lars Guenther präsentieren anlässlich des 10-jährigen Institutsjubiläums die Forschungsschwerpunkte des Lehrstuhls

Grundlagen der medialen Kommunikation und der Medienwirkung

Prof. Dr. Georg Ruhrmann



* 1955, Studium der Biologie und Soziologie an den Universitäten Marburg und Bielefeld, Diplom 1980; wissenschaftlicher Mitarbeiter in Bielefeld (1983-1986), Promotion 1986; 1987-1993 Hochschulassistent am Institut für Publizistik in Münster; Habilitation 1994; Mitglied der European Task Group Public Perception of Biotechnology (ETG-PPB) (1994-2002); 1994-1996 Projektleiter am Duisburger Rhein-Ruhr-Institut für Sozialforschung (RISP); 1995 Auszeichnung mit dem Preis der Schader-Stiftung „Sozialwissenschaften im Praxisbezug“; 1996-1998 Vertretungsprofessuren in Augsburg,

Ilmenau und Jena; 1997 Rufe an die TU Ilmenau (1997 abgelehnt) und an die FSU Jena; Mitglied der DFG-Forschergruppe „Discrimination and Tolerance in Intergroup Relations“ (2002-2008); 2003 Ruf an die Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg (Nachfolge Winfried Schulz) (2004 abgelehnt); 2003-2007 Mitglied in der Versammlung der Thüringer Landesmedienanstalt (TLM) (Entsendende Stelle: Hochschulen); 2009-2010 Mitarbeit am Exzellenzcluster-Antrag der FSU Jena / MLU Halle-Wittenberg; 2008-2010 Projektleiter im DSF-Projekt „Bedrohung auf der Medienagenda“; 2009-2013 Berufung in die Kommission „Risikoforschung und Risikowahrnehmung“ beim Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR); 2009-2016 Projektleiter im DFG-SPP 1409 „Wissenschaft und Öffentlichkeit“; 2012 Berufung in den „Rat für Migration“ (RfM); 2010-2013; 2014-2017; 2018-2021 Berufung in die BfR-Kommission „Risikoforschung und Risikowahrnehmung“ für die drei jeweils vierjährigen Berufungsperioden; seit 2015 Mitglied in der Versammlung der Thüringer Landesmedienanstalt (TLM) (Entsendende Stelle: Thüringer Hochschulen). Mitglied in ICA, PCST, DGS, DGPK und ECREA. Gutachter für die DFG, europäische Forschungsorganisationen und für verschiedene internationale Fachzeitschriften und Stiftungen.

Grundlagen der medialen Kommunikation und der Medienwirkung

Dr. Lars Günther



* 1987, Studium der Medienwissenschaft, Germanistischen Literaturwissenschaft und Neueren Geschichte an der FSU Jena; 2002-2010 Hospitant und freier Mitarbeiter bei mehreren Tages- und Regionalzeitungen, Radio- und Fernsehsendern und der Nachrichtenagentur dpa; 2007-2010 studentische Hilfskraft und Tutor für den Arbeitsbereich „Grundlagen der medialen Kommunikation und der Medienwirkung“ und den Arbeitsbereich „Empirische Methoden der Kommunikationswissenschaft“; Mitarbeit an DFG-Projekten des IfKW Jena und des IKMS der Universität Koblenz-Landau; 09/2010-08/2015 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Arbeitsbereich „Grundlagen der medialen Kommunikation und der Medienwirkung“;

2010-2015 Mitarbeiter in DFG-Projekten zum Thema „Wissenschaft und Öffentlichkeit“; Promotion zum Thema „The coverage of (un)certainty: Science journalists' perceptions and reporting on scientific evidence“; 09/2015-08/2017 Postdoc Stipendiat des Lehrstuhls Science Communication am Centre for Research on Evaluation, Science and Technology (CREST) der Universität Stellenbosch in Südafrika; seit 09/2017 zurück am IfKW; Mitglied in ICA, PCST, DGPK und ECREA.

Grundlagen der medialen Kommunikation und der Medienwirkung

Dr. Arne Freya Zillich



* 1980, Studium der Medienwissenschaft, Politikwissenschaft und Psychologie an der FSU Jena; Stipendiatin der Studienstiftung des Deutschen Volkes; 2003 Studienaufenthalt an der Michigan State University, USA; 2003-2005 Studentische Hilfskraft im BMBF-Projekt „Molekulare Medizin und Fernsehen“; Magisterarbeit zum Thema „Framing am Beispiel der Berichterstattung über Molekulare Medizin“; seit 09/2006 wissenschaftliche Mitarbeiterin am Arbeitsbereich „Grundlagen der medialen Kommunikation und der Medienwirkung“; 2006-2007 Beauftragte für die Bachelor- und Masterumstellung; 2008-2010 Mitarbeit im DSF-Projekt „Bedrohung auf der (Medien-) Agenda – Krisenkommunikation im Nachrichtenprozess“; 2012 Promotion zum Thema „Unterhaltungserleben bei der Fernsehrezeption in der Gruppe“; seit 2014 Leitung des DFG-Netzwerks „Werte und Normen als Forschungsgegenstände und Leitbilder in der Kommunikationswissenschaft“ (ZI 1543/1-1); im Sommersemester 2018 Vertretung der W3-Professur für Kommunikationswissenschaft mit den Schwerpunkten Kommunikationstheorien, Mediensysteme und Kommunikationspolitik an der Ludwig-Maximilians-Universität München; Mitglied in DGPK und ICA.

Mandy Fickler-Tübel



* 1977, 1997-2000 Ausbildung zur Fachangestellten für Bürokommunikation an der FSU Jena; seit 07/2000 Sekretariat am Arbeitsbereich „Grundlagen der medialen Kommunikation und der Medienwirkung“ (Prof. Dr. Georg Ruhrmann) und seit 10/2006 auch Sekretariat am Arbeitsbereich „Empirische Methoden der Kommunikationswissenschaft“ (Prof. Dr. Ines Engelmann); zudem seit 01/2008 Institutssekretariat; seit 2011 Mitglied der Schwerbehindertenvertretung (SBV) der FSU Jena; zudem seit 10/2016 im Fakultätsrat.

Grundlagen der medialen Kommunikation und der Medienwirkung

Das Jahr 2018 am Arbeitsbereich

- Das von der DFG bewilligte wissenschaftliche Netzwerk "Werte und Normen als Forschungsgegenstände und Leitbilder in der Kommunikationswissenschaft. Ein integrativer Forschungsansatz". (Leitung: Dr. Arne Freya Zillich (FSU Jena) und Dr. Claudia Riesmeyer (LMU München) wurde um ein viertes Arbeitsjahr verlängert. 2018 wurde der dritte und letzte Schritt der Inhaltsanalyse durchgeführt.
- Prof. Dr. Georg Ruhrmann wurde vom Präsident der FSU gebeten, die Initiative March for Science im Jahr 2018 weiterzutragen.
- Die Ernst-Abbe-Stiftung und das Präsidium der FSU bewilligten das von Prof. Dr. Georg Ruhrmann und Dr. Lars Guenther beantragte Projekt „Jena March for Science (JMfS) 2018 Kommunikation, Vermittlung und Wirksamkeit“.
- Dr. Lars Guenther führt sein Amt als gewählter Nachwuchssprecher der Fachgruppe Wissenschaftskommunikation der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPuK) im dritten Jahr aus.
- Prof. Dr. Georg Ruhrmann wurde vom Präsident des Bundesinstituts für Risikobewertung (BfR) erneut für vier Jahre (2018–2021) als ordentliches Mitglied in die BfR - Kommission für Risikoforschung und Risikowahrnehmung berufen.
- Auch 2018 wurden wieder peer reviewte Artikel in wichtigen Journals publiziert: u. a. Arne Freya Zillich in „Health Communication“ und „Medien- und Kommunikationswissenschaft“ und Lars Guenther in „Public Understanding of Science“ und „Environmental Communication“.
- Für ihre sehr engagierte Arbeit danken wir unseren studentischen und wissenschaftlichen Hilfskräften Friedrich Bolay, Arne Brücher, Wibke Ehrhardt, Maria Gärtner, Selina Jendrossek, Anne Kraemer, Paul Max, Tessa Penzel, Silva Richter, Ulrike Stoll, Antonia Weber, Natalie Weigelt, Lukas Wesenberg, Mercedes Zaremba, Jessica Zeitz und Tim Zielke.
- Mandy Fickler-Tübel, Sekretärin des Lehrstuhls und des Instituts, hat mit ihrer hervorragenden und stets umsichtigen Arbeit und Organisation diese erfolgreichen und vielfältigen Aktivitäten von uns allen erst möglich gemacht. Ihr gebührt ein ganz besonderer und herzlicher Dank!

Prof. Dr. Georg Ruhrmann

Grundlagen der medialen Kommunikation und der Medienwirkung

Drittmittelprojekte

- Ruhrmann, Georg & Guenther, Lars (seit Dezember 2017): „Jena March for Science (JMfS) 2018 Kommunikation, Vermittlung und Wirksamkeit“ (Ernst-Abbe-Stiftung und Präsidium der Friedrich-Schiller-Universität Jena).
- Zillich, Arne Freya & Riesmeyer, Claudia (seit 2014): „Werte und Normen als Forschungsgegenstände und Leitbilder in der Kommunikationswissenschaft. Ein integrativer Forschungsansatz“ (Wissenschaftliches Netzwerk der DFG; ZI 1543/1-1).

Steckbrief: „Werte und Normen als Forschungsgegenstände und Leitbilder in der Kommunikationswissenschaft. Ein integrativer Forschungsansatz“. Wissenschaftliches Netzwerk der DFG; ZI 1543/1-1)

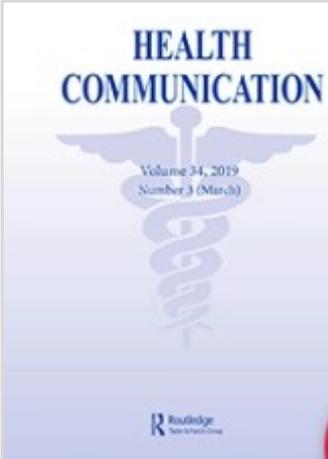
Im Rahmen des wissenschaftlichen Netzwerks tauschen sich zwölf Nachwuchsforscherinnen und zwei Senior Researcher interdisziplinär über Werte und Normen in der Kommunikationswissenschaft aus und entwickeln einen integrativen, multidisziplinären Forschungsansatz. Ziel ist es, Werte und Normen in der Kommunikationswissenschaft zu erfassen, vergleichend zu analysieren und zu systematisieren. Hierzu führen die Netzwerkmitglieder ein systematisches Review internationaler und deutscher kommunikationswissenschaftlicher Zeitschriftenartikel von 1970 bis 2014 durch und arbeiten ihre zentralen normativen Annahmen und Leitbilder heraus. Auf diese Weise lassen sich langfristige Entwicklungen erfassen und Trends in Forschungsfeldern aufzeigen. Indem die in den Publikationen eingesetzten Methoden und Instrumente erfasst werden, leistet das Netzwerk auch einen Beitrag zur methodischen Standardisierung des Fachs.

Drittmittelgeber: Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG)
Laufzeit: Oktober 2014 bis März 2019
Team: Arne Freya Zillich (FSU Jena, Leitung), Claudia Riesmeyer (LMU München, Leitung), Heinz Bonfadelli (Universität Zürich), Stephanie Geise (WWU Münster), Katharina Kleinen-von Königslöw (Universität Hamburg), Ulrike Klinger (Universität Zürich), Melanie Magin (Norwegian University of Science and Technology), Kathrin Friederike Müller (WWU Münster), Cordula Nitsch (HHU Düsseldorf), Liane Rothenberger (TU Ilmenau), Christina Schumann (TU Ilmenau), Annika Sehl (UBW München), Barbara Thomaß (RU Bochum), Cornelia Wallner (LMU München)

Grundlagen der medialen Kommunikation und der Medienwirkung

Publikationen

Kessler, S. H., & Zillich, A. F. (2018). Searching Online for Information About Vaccination: Assessing the Influence of User-Specific Cognitive Factors Using Eye-Tracking. *Health Communication*. doi: 10.1080/10410236.2018.1465793



Sabrina Heike Kessler und Arne Freya Zillich analysierten das Internetsuchverhalten von Nutzenden über das Thema Impfen. Hierzu führten sie eine experimentelle Studie durch, die eine Befragung und eine Beobachtung via Eye-Tracking beinhaltete, welche anschließend inhaltsanalytisch ausgewertet wurde. Die Ergebnisse zeigen, dass sich die Nutzenden mehrheitlich ausgewogenen und vielfältigen Onlineinformationen über Impfen zuwandten. Keiner der analysierten kognitiven Faktoren (Einstellung zum Thema Impfen, Salienz der Einstellung, Vorwissen über Impfen, Need for Cognition, kognitives Involvement) hatte einen Einfluss auf das Suchverhalten über Impfen. Zudem

ließ sich kein Selective Exposure-Effekt nachweisen. Die Befunde legen nahe, dass das Internetsuchverhalten von Nutzenden zum Thema Impfen vergleichsweise stabilen Mustern folgt.

- Guenther, L. (im Druck). Science journalism. In H. Ornebring (Hrsg.), *Oxford Encyclopedia of Journalism*. New York: Oxford University Press.
- Guenther, L. (im Druck). Homeostasis and novelty as concepts for science journalism: A re-interpretation of the selection and depiction of scientific issues in the media. In P. Katz, & L. Avraamidou (Hrsg.), *Stability and change in science education – meeting basic learning needs. Homeostasis and novelty in teaching and learning*. Leiden, Boston: Brill Sense.
- Guenther, L., & Joubert, M. (2018). Support for research in climate change and nuclear energy, but less so for fracking: Born-free South Africans' attitudes towards scientific controversies. *African Journal of Science, Technology, Innovation and Development*, 10(1), 114-124.

Grundlagen der medialen Kommunikation und der Medienwirkung

Publikationen (Fortsetzung)

- Guenther, L., & Marzinkowski, H. (2018). Evidenz und (falsche) Ausgewogenheit in der Berichterstattung über Medizin und Gesundheit: Eine Inhaltsanalyse von Print- und Online-Medien. In P. Stehr, D. Heinemeier, & C. Rossmann (Hrsg.), *Evidenzbasierte / Evidenzinformierte Gesundheitskommunikation* (S. 191-202). Baden-Baden: Nomos.
- Guenther, L., & Weber, A. (im Druck). Science, journalism, and the language of (un)certainty: A review of science journalists use of language in reports on science. In L. C. Walsh, & D. R. Gruber (Hrsg.), *Routledge Handbook of Language & Science*. London: Routledge.
- Guenther, L., & Weingart, P. (2018). Promises and reservations towards science and technology among South African publics: A culture-sensitive approach. *Public Understanding of Science*, 27(1), 47-58.
- Guenther, L., Weingart, P., & Joubert, M. (im Druck). Bridging the gap – mapping science, health and technology coverage in South Africa. In M. Bauer, P. Pansegrau, & R. Shukla (Hrsg.), *The cultural authority of science – Comparing across Europe, India, China, Americas and Africa*. London: Routledge.
- Guenther, L., Weingart, P., & Meyer, C. (2018). Science is everywhere, but no one knows it: Assessing the cultural distance to science of rural South African publics. *Environmental Communication*, 12(8), 1046-1061.
- Kessler, S. H., & Zillich, A. F. (2018). Searching Online for Information About Vaccination: Assessing the Influence of User-Specific Cognitive Factors Using Eye-Tracking. *Health Communication*. doi: 10.1080/10410236.2018.1465793
- Maier, M., Guenther, L., Ruhrmann, G., Barkela, B., & Milde, J. (2018). Kommunikation ungesicherter wissenschaftlicher Evidenz - Herausforderungen für Wissenschaftler, Journalisten und Publikum. In N. Janich, & L. Rhein (Hrsg.), *Unsicherheit als Herausforderung für die Wissenschaft. Reflexionen aus Natur-, Sozial- und Geisteswissenschaften* (S. 93-111). Berlin: Peter Lang.
- Meyer, C., Guenther, L., & Joubert, M. (2018). The Draw-a-Scientist Test in an African context: Comparing students' (stereotypical) images of scientists across university faculties. *Research in Science & Technological Education*. doi: 10.1080/02635143.2018.1447455

Grundlagen der medialen Kommunikation und der Medienwirkung

Publikationen (Fortsetzung)

- Müller, K. F., & Zillich, A. F. (2018). Wie man auf Facebook kommunizieren sollte. Selbstbestimmtes Medienhandeln auf Social Network Sites. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 66, 428-445.
- Ruhrmann, G. (im Druck). Gesellschaftliche Integration und Medienentwicklung. In O. Decker, S. Kailnitz, G. Pickel, A. Röder, & Schulze Wessel, J. (Hrsg.), *Handbuch Integration*. Wiesbaden: Springer VS.
- Ruhrmann, G. (2018). "Integration" und Desintegration. Herausforderungen für die politische Kommunikation. In E. Marks (Hrsg.), *Prävention und Integration. Ausgewählte Beiträge des 22. Deutschen Präventionstages 2017* (S. 245-237). Mönchengladbach: Forum Verlag Godesberg.
- Ruhrmann, G. (2018). Krisenkommunikation. In H. Pöttker (Hrsg.), *Journalistikon. Das Wörterbuch der Journalistik*. <http://journalistikon.de/krisenkommunikation/2018>.
- Ruhrmann, G. (2018). Kommunikationswissenschaft. Migration und Medien. In I. Gogolin, V. Georgi, M. Krüger-Potratz, D. Lengyel, & U. Sandfuchs (Hrsg.), *Handbuch Interkulturelle Pädagogik* (S. 119-125). Bad Heilbrunn: Klinkhardt.
- Ruhrmann, G., & Guenther, L. (im Druck). Risk Communication. In P. Moy (Hrsg.), *Oxford Bibliographies*. New York: Oxford University Press.
- Zillich, A. F. (im Druck). *Konsistenztheorien & Selective Exposure*. Baden-Baden: Nomos.
- Zillich, A. F. (im Druck). Socially shared television viewing. Pre-conditions, processes, and effects of co-viewing and Social TV. In F. Frey, & B. Krämer (Hrsg.), *How we use the media. Strategies, modes, and styles*. Basingstoke: Palgrave.
- Zillich, A. F., Holtrup, S., Limmer, K., & Möbius, S. (im Druck). Victim Blaming bei Cyberbullying. Der Einfluss der Privatsphäreinstellung auf die Opferschuldzuschreibung. *Studies in Communication and Media*.
- Zillich, A. F., & Kessler, S. H. (im Druck). Measuring selective exposure to online information. Combining eye-tracking and content analysis of users actual search behavior. In C. Peter, T. K. Naab, & R. Kühne (Hrsg.), *Measuring media use and exposure: Recent developments and challenges*. Köln: Herbert von Halem.

Grundlagen der medialen Kommunikation und der Medienwirkung

Vorträge

- Guenther, L., Bischoff, J., & Ruhrmann, G. (2018). Constructed identity in memes: Analyzing the German Identitarian Movements strategic framing and its reach on Facebook. Vortrag auf der 68. Annual Conference of the International Communication Association (ICA), 24. bis 28. Mai in Prag/Tschechien.
- Guenther, L., & Joubert, M. (2018). Support for research in climate change and nuclear energy, but less so for fracking: Born-free South Africans' attitudes towards scientific controversies. Vortrag auf der 15. International Public Communication on Science and Technology Conference (PCST), 04. April in Dunedin/Neuseeland.
- Guenther, L., Meyer, C., & Joubert, M. (2018). The Draw-a-scientist test in an African context: Comparing students (stereotypical) images of scientists across university faculties. Vortrag auf der 15. International Public Communication on Science and Technology Conference (PCST), 04. April in Dunedin/Neuseeland.
- Joubert, M., & Guenther, L. (2018). Mapping science communication research globally: trends, gaps, challenges and opportunities. Vortrag auf der 15. International Public Communication on Science and Technology Conference (PCST), 04. April in Dunedin/Neuseeland.
- Ort, A., Wesenberg, L., & Guenther, L. (2018). Health information online: Eine vergleichende Analyse von Internet-Informationsangeboten zum Thema PrEP in 8 Ländern. Vortrag auf der Jahrestagung der Fachgruppe Gesundheitskommunikation der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPK), 16. November in Augsburg.
- Riesmeyer, C., Zillich, A. F., Geise, S., Kleinen von Königslöw, K., Klinger, U., Magin, M., Müller, K. F., Nitsch, C., Rothenberger, L., Schumann, C., & Sehl, A. (2018). Wie normativ ist die Kommunikationswissenschaft? Sollensvorstellungen in internationalen und deutschen Fachzeitschriftenaufsätzen (1970-2014). Vortrag auf der 63. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK), 09. bis 11. Mai in Mannheim.
- Ruhrmann, G. (2018). Integration und Medien. Werte, Wissen, Wirkungen. Vortrag bei der Rosa Luxemburg Stiftung, 13. Dezember in Hamburg.

Grundlagen der medialen Kommunikation und der Medienwirkung

Vorträge (Fortsetzung)

- Ruhrmann, G. (2018). Die Neuen Medien. Ende des journalistischen Prinzips? Vortrag beim Seminar des Collegium Catholicum, Friedrich-Schiller Universität Jena, 17. November in Jena.
- Ruhrmann, G. (2018). Richten nach Nachrichten? Zwischen öffentlich-rechtlicher Aufklärung und privat-kommerziellem Infotainment. Studium Generale an der Friedrich-Schiller-Universität Jena, 06. Juni in Jena.
- Ruhrmann, G. (2018). „Ignorieren - Beobachten – Streiten“. Vom Umgang mit rechtspopulistischen und rechtsextremen Positionen in Kirche und Gesellschaft. Podium. Evangelische Akademie Sachsen-Anhalt e. V., 15. März in Magdeburg.
- Ruhrmann, G. (2018). Crisis Communication on Food Safety II. Research on Stages, Data, Methods. Vortrag bei der European Food Safety Authority & German Federal Institute for Risk Assessment, EU FORA Fellowship Programm, 08. März in Berlin.
- Ruhrmann, G. (2018). Crisis Communication on Food Safety I. Factual, Social and Temporal Dimensions. Vortrag bei der European Food Safety Authority & German Federal Institute for Risk Assessment, EU FORA Fellowship Programm, 08. März in Berlin.
- Zillich, A. F., & Müller, K. F. (2018). Wie man auf Facebook kommunizieren sollte. Deskriptive und injunktive Normen bei der Nutzung von Social Networking Sites. Vortrag auf der 63. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK), 09. bis 11. Mai in Mannheim.
- Zillich, A. F., Holtrup, S., Lisica, I., Limmer, K., & Möbius, S. (2018). Victim Blaming in Social Networking Sites. Zum Einfluss von Opfer- und Bystandermerkmalen auf die Opferschuldzuschreibung bei Cyberbullying. Vortrag auf der 63. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK), 09. bis 11. Mai in Mannheim.

Grundlagen der medialen Kommunikation und der Medienwirkung

Rezensionen und kleinere Beiträge

- Ruhrmann, G. (im Druck). Rezension von Volkmer, I., & Sharif, K. (Hrsg.), Risk Journalism between Transnational Politics and Climate Change. Publizistik 65(1), https://link.springer.com/article/10.1007/s11616-018-00476-w?wt_DOI=10.1007/s11616-018-00476-w.
- Ruhrmann, G. (2018). Seminar über Medienwirkung, Ostthüringer Zeitung, Thüringer Landeszeitung, Jena, November.
- Ruhrmann, G. (2018). Jenaer Uni-Institut feiert seine Absolventen und sich selbst“, <https://www.otz.de/> Jena, Juli.
- Ruhrmann, G. (2018). Klima - Warnungen und Alarmismus. SWR-aktuell Kontext, <https://www.swr.de/>, Baden-Baden, Mai.
- Ruhrmann, G. (2018). Was bedeutet Wissenschaft heute? <https://www.mdr.de/wissen/march-for-science-106.html>, Halle/S., April.
- Ruhrmann, G. (2018). Wissenschaftler und Studenten marschieren. March for Science 2018 auch in Jena. Forschung sucht Öffentlichkeit und Diskussion. Ostthüringer Zeitung und Thüringer Landeszeitung, Jena, April.
- Ruhrmann, G. (2018). „Ignorieren, Beobachten, Streiten“. Vom Umgang mit rechtspoulistischen und rechtsextremen Positionen in Kirche und Gesellschaft. Spiegelsaalgespräch, Evangelische Akademie Sachsen Anhalt e. V. <https://www.ekmd.de/presse>, Magdeburg, März.
- Ruhrmann, G. (2018). Nichts als Fakten? Wissenschaft in den Medien. Deutschlandradio Kultur, https://www.deutschlandfunkkultur.de/wissenschaft-in-den-medien-nichts-als-fakten-oder-was.976.de.html?dram:article_id=379720. Februar.
- Ruhrmann, G. (2018). The Competition for Attention has become globalized, engineered and individualized“. Prof. Georg Ruhrmann on news factors and rumors disguised as rumors. Interview: Sergio De Salve. In: Werewolf, Issue 2018, 41-45, Januar.
- Zillich, A. F. (2018). Dechert, A. (2018). Dad on TV. Sitcoms, Vaterschaft und das Ideal der Kernfamilie in den USA, 19811992. Berlin: De Gruyter, Publizistik. doi: 10.1007/s11616-018-00480-0

Grundlagen der medialen Kommunikation und der Medienwirkung

Abgeschlossene Bachelorarbeiten

- Barra, Lisa-Maria: „Zum Einfluss von Nachhaltigkeits- und Umweltberichterstattung auf das Umweltbewusstsein von Rezipienten“
- Finger, Marie-Christin: „Wie beeinflussen Medien Vertrauen in Wissenschaft - Studien seit 2010“
- Gasch, Michael: „News-Bias: Internationale Befunde ab 2010“
- Giang, Ngoc-Tuyet Lynn: „Cyberbullying und Victim Blaming - ein Studienvergleich der Einflussfaktoren des Täters“
- Giebel, Sina Carolin: „Influencer als Brücke zwischen Marke und Konsument - Meinungsführerschaft in den sozialen Medien“
- Hardekopf, Janine: „Eine systematische Analyse möglicher Effekte von Cyberbullying auf Victim Blaming“
- Heber, Lara Sophie: „Privacy Management von Millennials in sozialen Medien“
- Henneberger, Inke: „Die weibliche Stimme in der deutschen Werbung. Zur Entwicklung des weiblichen Stereotyps anhand phonetischer Parameter“
- Herrmann, Hannah: „Privatsphäre im Wandel - der Einfluss sozialer Netzwerke auf den Umgang mit und den Wert von Privatsphäre“
- Hoffmann, Saskia: „Me, myself and I - Selfie im Social Web als virtuelles Instrument digitaler Selbstdarstellung“
- Hoffstedde, Julia Annella: „Von mutigen Helden und schönen Prinzessinnen. Darstellung und Wirkung von Geschlechterkonstruktionen im Kinderfernsehen“
- Kupke, Laura Nicole: „Nutzungsmotive für und Selbstdarstellung auf Social-Media-Kanälen am Beispiel von Instagram“
- Münch, Bela: „Selbstdarstellung in den sozialen Medien am Beispiel von Instagram“
- Pazhyvilka, Julia: „Interkulturelle Unterschiede als Einflussfaktor auf die Selbstoffenbarung in Social Networking Sites“
- Pietsch, Patrick: „Selbstdarstellung von Jugendlichen und jungen Erwachsenen auf Social Networking Sites“
- Richter, Silva: „Kognitive Dissonanz als Ursache von Selective Exposure - Eine Überprüfung anhand des Blinzselverhaltens bei der Onlinesuche“
- Sari, Dea Juneta Dalin: „Diversity in den Medien - USA und Deutschland im Vergleich“

Grundlagen der medialen Kommunikation und der Medienwirkung

Abgeschlossene Bachelorarbeiten (Fortsetzung)

- Schmiege, Johannes: „Triebverstärkung vs. Triebverminderung. Über Wirkungen der Nutzung von Kinderpornografie auf sexuelle Kontaktdelikte“
- Seeger, Anna-Dorothea: „Die Medialisierung von Politik, Wissenschaft und Sport: Indikatoren der Anpassung gesellschaftlicher Teilsysteme an die Medienlogik“
- Steinschulte, Johanna: „Das Phänomen Fake News und dessen Einfluss auf die Öffentlichkeit - Aufarbeitung und Diskussion des aktuellen empirischen Forschungsstandes“
- Trabitzsch, Lisa Marie: „iCrowds` und die `Arabellion` - Von der virtuellen zur realen Revolution–Wirkungsweisen von Social-Media-Aktivismus im `Arabischen Frühling`“
- Wesch, Chiara: „Von Hausfrauen und Alphamännchen zu Karrierefrau und Softies? Die Darstellung von Genderstereotypen in der Werbung“

Abgeschlossene Masterarbeiten

- Galle, Gloria: „Krisenkommunikation und Reputationsmanagement. Eine experimentelle Untersuchung zur kommunikationsstrategischen Beeinflussung der Vertrauenswürdigkeit von Unternehmen in Krisen“
- Heyder, Steven: „Computergestützte Externalisierung von Assoziationsnetzwerken zur Etablierung alternativer Wissensabfragen am Beispiel der (Un)Gesicherheit von Forschungsergebnissen“
- Limmer, Kristin: „Risikowahrnehmung im Straßenverkehr: Der Einfluss verschiedener Visualisierungsstrategien für eine effiziente Rettungsgassenbildung“
- Neukirchner, Marike: „Krisenkommunikation im Zeitalter von Social Media. Eine Literaturstudie zur Bedeutung von Social Media für die organisationale Krisenkommunikation im Rahmen des Reputationsmanagements“
- Schäfer, Paul: „Liebe auf den ersten Klick: Die Einflüsse der Big Five Persönlichkeitsfaktoren auf die Nutzung von und die Selbstdarstellung auf Online-Dating Angeboten“
- Voll, Magdalena: „Einblicke in den Elfenbeinturm - Wissenschaftsdarstellungen auf Wissenschaftsblogs“

Grundlagen der medialen Kommunikation und der Medienwirkung

Laufende Habilitationsprojekte

- Dr. Lars Günther: Proximity and distance: Towards a sensitive approach to measure public perceptions of science and technology (Arbeitstitel)
- Dr. Arne Freya Zillich: Soziale Normen von NutzerInnen in der Onlinekommunikation (Arbeitstitel)

Grundlagen der medialen Kommunikation und der Medienwirkung

Lehrangebote Wintersemester 2018/19

Georg Ruhrmann

- Einführung in die Kommunikationswissenschaft, Teil I (Vorlesung, Bachelor)
- Kommunikations- und Medientheorien, Teil I und Teil II (Seminar, Bachelor)
- Gesellschaftliche Kommunikation und Öffentlichkeit, Teil I und Teil II (Seminar, Master)

Lars Günther

- Medienwirkung, Teil I (Seminar, Bachelor)
- Analyse gesellschaftlicher Kommunikation und Öffentlichkeit, Teil II (Projektseminar, Master)

Arne Freya Zillich

- Medienwirkung, Teil II (Seminar, Bachelor)
- Kommunikations- und Medientheorien, Teil II (Seminar, Bachelor)

Lehrbeauftragte

- Karlheinz Adolph: Rhetorik (Schlüsselqualifikation, Bachelor)
- Hilde Weeg: Nachrichtenproduktion und -recherche (Schlüsselqualifikation, Bachelor)
- Jan Schönfelder: Nachrichtenproduktion und -recherche (Schlüsselqualifikation, Bachelor)
- André Hoffmann: Öffentlichkeitsarbeit (Seminar, Master)
- Saskia Weisser: Medienforschung (Seminar, Master)

Grundlagen der medialen Kommunikation und der Medienwirkung

Lehrangebote Sommersemester 2018

Georg Ruhrmann

- Einführung in die Kommunikationswissenschaft, Teil II (Vorlesung, Bachelor)
- Kommunikations- und Medientheorien, Teil I und Teil II (Seminar, Bachelor)
- Examenskolloquium

Lars Günther

- Medienwirkung, Teil II (Seminar, Bachelor)
- Analyse gesellschaftlicher Kommunikation und Öffentlichkeit, Teil I (Projektseminar, Master)

Lehrbeauftragte

- Karlheinz Adolph: Rhetorik (Schlüsselqualifikation, Bachelor)
- Hilde Weeg: Nachrichtenproduktion und -recherche (Schlüsselqualifikation, Bachelor)
- Jan Schönfelder: Nachrichtenproduktion und -recherche (Schlüsselqualifikation, Bachelor)
- André Hoffmann: Öffentlichkeitsarbeit (Seminar, Master)
- Saskia Weisser: Medienforschung (Seminar, Master)

Ökonomie und Organisation der Medien

MitarbeiterInnen:

Prof. Dr. Wolfgang Seufert	+49-(0)3641/94 49 51 w.seufert@uni-jena.de
Felix Sattelberger, M.A. (bis 31.03.2018)	+49-(0)3641/94 49 53 Felix.Sattelberger@uni-jena.de
Robert Schlegel, M.A.	+49-(0)3641/94 49 55 r.schlegel@uni-jena.de
Dr. Hagen Schölzel (seit 01.12.2018)	+49-(0)3641/94 49 53 Hagen.Schoelzel@uni-jena.de
Carolin Junold Sekretariat	+49-(0)3641/94 49 50 Carolin.Junold@uni-jena.de

Forschungsschwerpunkte des Arbeitsbereichs

Im Zentrum der Forschungsarbeiten der Professur stehen empirische Analysen des Verhaltens derjenigen Akteursgruppen, die an den Prozessen medial vermittelter, öffentlicher Kommunikation zentral beteiligt sind und die durch ihr Verhalten unser Mediensystem und Medienangebot prägen.

Forschungsschwerpunkte auf der Makro- und Mesoebene sind die Identifizierung der wesentlichen Determinanten des Strukturwandels des Mediensystems und der Dynamik einzelner Medienbranchen und -märkte. Auf der Mikroebene stehen das ökonomische Verhalten von Medienanbietern und -nachfragern sowie die Effizienz von Medienregulierungsmaßnahmen zur Sicherung von Vielfalt und Qualität des Medienangebotes im Mittelpunkt der Analyse.

Ein neuer Forschungsschwerpunkt widmet sich der soziologischen Analyse von verschiedenen Varianten strategischer Kommunikation sowie der mit aktuellen sozialen, medien-technischen und ökonomischen Wandlungen verbundenen Diskussion von Grundbegriffen der Öffentlichkeitstheorie.

Ökonomie und Organisation der Medien

Prof. Dr. Wolfgang Seufert



* 1956, Studium der Publizistik bzw. Kommunikationswissenschaft, Volkswirtschaftslehre und Geschichte an der Freien Universität Berlin; 1981 Diplom-Volkswirt; 1990 Promotion in Publizistik- und Kommunikationswissenschaft mit einer Arbeit zum Werbefinanzierungspotenzial privater Rundfunkveranstalter; 2003 Habilitation in Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der FU Berlin zu den Determinanten des Strukturwandels der Medienwirtschaft; 1983-2003 wissenschaftlicher Referent für Neue Medien am Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) Berlin; seit 2003 Professor für Kommunikationswissenschaft mit

dem Schwerpunkt Ökonomie und Organisation der Medien an der FSU Jena; Mitglied in der DGPUK, ECREA und EMMA; 2000-2004 Sprecher der Fachgruppe Medienökonomie in der DGPUK; 2010-2013 Prodekan und Studiendekan der Fakultät für Sozial- und Verhaltenswissenschaften; 2013-2016 Dekan der Fakultät für Sozial- und Verhaltenswissenschaften; Beirat und Reviewer für diverse medienökonomische Fachzeitschriften und Schriftenreihen.

Ökonomie und Organisation der Medien

Felix Sattelberger, M.A. (bis 31.03.2018)



* 1984, Studium der Medienwissenschaft, Wirtschaftswissenschaften und Interkulturellen Wirtschaftskommunikation an der Friedrich-Schiller-Universität Jena; 2006 Studienaufenthalt an der Bloomsburg University of Pennsylvania, USA; während des Studiums Praktika und Werkstudententätigkeit in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit (N3 Engine Overhaul Services) und Marketing (Citroën); Magisterarbeit in Kooperation mit der GfK e.V. zum Thema „Erfolgsprognose bei Produktneueinführungen unter Berücksichtigung von Word-of-Mouth-Effekten. Ein empirischer Methodenvergleich“; von 05/2009-03/2010 Lei-

ter Unternehmenskommunikation bei N3 Engine Overhaul Services (in Vertretung); seit 03/2010 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Arbeitsbereich „Kommunikationswissenschaft mit dem Schwerpunkt Ökonomie und Organisation der Medien“, laufendes Promotionsvorhaben mit dem Titel „Dynamik und konative Wirkung onlinebasierter interpersonal-öffentlicher Nutzerkommunikation – Modellierung von Kommunikationsprozessen als Erklärungsgröße der Nachfrage nach Kinofilmen in Deutschland“. Seit Sommer 2018 Market Intelligence Manager in einem mittelständischen Unternehmen.

Ökonomie und Organisation der Medien

Robert Schlegel, M.A.



* 1982, Studium der Medienwissenschaft, des Öffentlichen Rechts und Psychologie an der Friedrich-Schiller-Universität Jena; während des Studiums Praktika bei E.ON, BASF, der Deutschen Bahn und dem Deutschen Bundestag; Vorsitzender des Fachschaftsrates Medienwissenschaft (2006-2009); 2008-2011 studentische Hilfskraft am Arbeitsbereich „Kommunikationswissenschaft mit dem Schwerpunkt Ökonomie und Organisation der Medien“; Magisterarbeit zur Zahlungsbereitschaft und dem Public Value des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Deutschland; ausgezeichnet als beste

Magisterarbeit durch das IfKW 2011/2012; seit 04/2013 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Arbeitsbereich „Kommunikationswissenschaft mit dem Schwerpunkt Ökonomie und Organisation der Medien“; laufendes Promotionsvorhaben zur „Wertschätzung von Medieninhalten“.

Ökonomie und Organisation der Medien

Dr. Hagen Schölzel (seit 01.12.2018)



* 1978, Studium der Politikwissenschaft und Geschichte an der Universität Leipzig und am Institut d'Études Politiques in Straßburg; 2004 Magister artium; 2011 Promotion an der Universität Leipzig in Politikwissenschaft mit der Arbeit „Guerillakommunikation. Genealogie einer politischen Konfliktform“; 2006-2012 wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Professur für Kommunikationsmanagement in Politik und Wirtschaft an der Universität Leipzig; 2012-2013 assoziierter Forscher am Institut für Strategische Kommunikation an der Universität Lund/Campus Helsingborg; 2013 Postdoc-

Stipendiat der Fritz-Thyssen-Stiftung; 2013-2018 Lehrbeauftragter, wiss. Mitarbeiter im Bereich Politische Soziologie und Postdoc-Stipendiat an der Professur für Politische Theorie der Staatswissenschaftlichen Fakultät der Universität Erfurt; bis 03/2018 in Elternzeit; seit 12/2018 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Jena; laufendes Forschungsprojekt zur Theorie der Akteur-Netzwerk-Öffentlichkeiten; Mitglied der Deutschen Gesellschaft für Soziologie, Sektion Medien und Kommunikationssoziologie, und der Deutschen Vereinigung für Politikwissenschaft, Sektion Politische Theorie.

Carolin Junold



* 1983, 2000-2003 Ausbildung an der Friedrich-Schiller-Universität Jena zur Fachangestellten für Bürokommunikation in Jena; von 06/2003-2007 Sekretariat am Arbeitsbereich „Kommunikationswissenschaft mit dem Schwerpunkt Ökonomie und Organisation der Medien“ und verschiedene Sekretariatsvertretungen in anderen Instituten der FSU Jena; seit 2008 Sekretariat am Arbeitsbereich „Kommunikationswissenschaft mit dem Schwerpunkt Ökonomie und Organisation der Medien“ und Sekretariat am Arbeitsbereich „Kommunikations- und Medienpsychologie“.

Ökonomie und Organisation der Medien

Das Jahr 2018 am Arbeitsbereich

- Der inhaltliche Schwerpunkt der im Lehrbereich angebotenen Bachelor- und Mastermodule zu Medienökonomie und Medienregulierung liegt – wie im gesamten Institut – auf der Vermittlung eines methodischen Rüstzeugs, das nicht nur in der mediökonomischen Forschung selbst, sondern auch in der Praxis, vor allem im Bereich des Managements, der Unternehmensberatung sowie in anderen Berufsfeldern mit Planungs- und Analyseaufgaben eingesetzt werden kann.
- Im Jahr 2018 lag die Zahl der von den Mitarbeitern des Arbeitsbereichs betreuten Abschlussarbeiten erneut auf hohem Niveau. Insgesamt waren es vierzehn Bachelorarbeiten im BA-Studiengang „Kommunikationswissenschaft“ sowie vier Masterarbeiten im MA-Studiengang „Öffentliche Kommunikation“.
- Seit Dezember 2018 verstärkt Dr. Hagen Schölzel das Team. Seine Forschungsinteressen liegen vor allem im Bereich der strategischen Kommunikation. Damit konnte er bereits im Wintersemester 2018/19 zu einer spürbaren inhaltlichen Verbreiterung des IfKW- Lehrangebots – insbesondere im Master „Öffentliche Kommunikation“ – beitragen.
- Felix Sattelberger hat das Institut im März 2018 nach acht Jahren erfolgreicher Forschungs- und Publikationstätigkeit verlassen und arbeitet nun als Market Intelligence Manager in einem mittelständischen Unternehmen.
- Ein Schwerpunkt der Forschungsaktivitäten des Bereiches liegt aktuell in der Analyse der Folgen des Internets für die Mediennutzung einerseits und die Werbenachfrage andererseits. Im Rahmen zweier mit Eigenmitteln finanzierten Projekte wurden umfangreiche internationale Zeitreihendatensätze zum Werbeverhalten in 44 Ländern von 1985 bis 2015 aufbereitet und ausgewertet. Weiterhin wurden Arbeiten zum Einfluss der verfügbaren Zeit auf die Dauer unterschiedlicher Mediennutzungsaktivitäten fortgesetzt. Hierzu wurden Daten der ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation 2015 ausgewertet. Erste Zeitschriftenpublikationen sind jeweils für das Jahr 2019 geplant.

Prof. Dr. Wolfgang Seufert

Ökonomie und Organisation der Medien

Drittmittel- und Eigenprojekte

- Schlegel, Robert & Seufert, Wolfgang (seit 2017). „Veränderungen im Werbeverhalten nach 2000 im internationalen Vergleich“ (Eigenprojekt).
- Schölzel, Hagen (seit 2017). „Theorie und Politik der Akteur-Netzwerk-Öffentlichkeiten“ (unterstützt durch ein 2-jähriges Christoph-Martin-Wieland-Stipendium der Universität Erfurt).

Steckbrief: „Veränderungen im Werbeverhalten nach 2000 im internationalen Vergleich“

Bis zur Jahrtausendwende hatte eine Vielzahl von empirischen Studien ergeben, dass in fast allen Ländern die Werbeausgaben – von kurzen konjunkturellen Einbrüchen abgesehen – im langfristigen Trend schneller als die Gesamtwirtschaft gewachsen sind. Diese sogenannte Werbeintensität (Werbeausgaben in Relation zur gesamtwirtschaftlichen Wirtschaftsleistung) ist allerdings in wichtigen westlichen Industrieländern seit 2000 im Trend rückläufig. Mittlerweile liegt sie in Deutschland sogar unter dem Niveau der 1970er Jahre, also vor der Zulassung privater, überwiegend werbefinanzierter TV- und Radioprogramme, die damals zu einem starken Anstieg der Werbeintensität geführt hatte. Damit verändern sich gegenwärtig die Finanzierungsgrundlagen des traditionellen Medienangebotes fundamental.

Im aktuellen Forschungsvorhaben werden deshalb international vergleichende Analysen zu den Determinanten des Werbeausgabeverhaltens auf Länderebene durchgeführt. Überprüft wurde bereits, ob dieser Rückgang im Werbeausgabenniveau weltweit oder nur in bestimmten Ländergruppen festzustellen ist. Die hierbei festgestellten Unterschiede werden aktuell auf ihre möglichen Ursachen hin untersucht. Im Fokus steht jedoch vor allem der Zusammenhang von Werbeausgaben mit der Verbreitung des Internets. Hat das Internet als zusätzliche Werbealternative lediglich zu einer Umschichtung der Werbebudgets weg von den traditionellen Medien geführt oder sind damit zusätzliche Effekte verbunden, die gleichzeitig das Werbeausgabenniveau senken? Letzteres könnte prinzipiell Folge von Preiseffekten (das Internet als effizientere und damit kostengünstigere Werbealternative) und/oder Substitutionseffekten (Ersatz der bezahlten Verbreitung von Werbemitteln in Massenmedien durch andere Formen der Internet-Kommunikation wie Email-Newsletter, Social Media Marketing oder eine eigene Webseite) sein.

Ökonomie und Organisation der Medien

Drittmittel- und Eigenprojekte (Fortsetzung)

Grundlage der Analyse sind Zeitreihen des World Advertising Research Centers (WARC) zu Umfang und Struktur der Werbeausgaben in 46 Ländern von 1985 bis 2015 sowie Daten internationaler Organisationen (UN, Weltbank) zur Entwicklung der jeweiligen Volkswirtschaften im gleichen Zeitraum.

Geplant ist die Publikation der Ergebnisse in internationalen medienökonomischen Fachzeitschriften. Die gewonnenen Ergebnisse sollen auch zur Einwerbung drittmittel-finanzierter Anschlussstudien genutzt werden.

Drittmittelgeber: Eigenprojekt
Laufzeit: seit Juli 2017
Team: Robert Schlegel und Wolfgang Seufert

Publikationen

Seufert, W. (2018). Owned media (und earned media) statt paid media? Eine empirische Analyse des Marketingverhaltens auf Grundlage des Dialogmarketing Monitors. Medien Journal 42(3), 45-64.

Seit dem Jahr 2000 haben sich für Produzenten von Medieninhalten die Refinanzierungsmöglichkeiten aus Werbung insgesamt deutlich verschlechtert. In der medienökonomischen Forschung wird dies häufig allein auf eine Veränderung der Mediennutzungsgewohnheiten – die höhere Internetnutzungszeit reduziert die Nachfrage nach traditionellen Medien – zurückgeführt. Vernachlässigt werden hiervon unabhängige Entwicklungstrends innerhalb der Marketingpraxis: Dort wird Kommunikation über „owned media“, d. h. über eigene Medienkanäle Webseiten, Email-Newsletter oder Facebook-Präsenzen sowie als „earned media“ bezeichnete Kommunikation mittels neuer Varianten viral verbreiteter Inhalte (z. B. eigene YouTube-Beiträge, Influencer-PR) im Vergleich zur Werbekommunikation zunehmend als kostengünstiger bzw. wirksamer propagiert.

Empirische Studien zum Umfang dieser Umschichtungen in den Kommunikationsbudgets liegen bislang nur für die Werbebudgets vor, nicht aber für die übrigen Kommunikationsausgaben. Der Beitrag untersucht deshalb auf Basis der jährlich im Dialogmarketing Monitor (DMM) veröffentlichten Daten, welche Veränderungen in Niveau und Struktur der Kommunikationsbudgets von Unternehmen es in den letzten Jahren gegeben hat.

Ökonomie und Organisation der Medien

Publikationen (Fortsetzung)

Anhand der jährlich in ca. 3000 Unternehmen abgefragten Daten zu ihren internen und externen Ausgaben für Marketingkommunikation lässt sich überprüfen, wie stark die Verbreitung des Internets zu Budgetumschichtungen hin zur Internetkommunikation bzw. von „paid media“ zu „owned media“ geführt hat. Auch kann überprüft werden, ob die für die Internetkommunikation postulierten Effizienzvorteile nicht nur zum Rückgang des Niveaus der Werbeausgaben führt, sondern auch zu einem Niveaurückgang bei den übrigen Kommunikationsausgaben.

Analysiert werden Entwicklungstrends im Zeitraum 2004 bis 2014, in dem im DMM das breiteste Spektrum unterschiedlicher Kommunikationsinstrumente erfasst wurde:

- Internetkommunikation ersetzt danach in allen Unternehmensgrößenklassen klassische Werbung und traditionelles Dialogmarketing. Ein Trend weg von „paid media“ hin zu „owned media“ zeigt sich dagegen nur bei Großunternehmen mit mehr als 50 Mio. Euro Jahresumsatz. Bei den kleineren Unternehmen ist der „paid media“-Anteil sogar gestiegen.
- Auch hinsichtlich des Niveaus der Ausgaben für Marketingkommunikation (gemessen am Umsatz) lassen sich deutliche Unterschiede zwischen den Unternehmensgrößenklassen feststellen. Während das Niveau bei den Großunternehmen nahezu stabil geblieben ist, gibt es bei den kleinen und mittleren Unternehmen einen klaren negativen Trend.

Sollten sich diese Entwicklungen fortsetzen, verschlechtern sich die Finanzierungsbedingungen für alle werbefinanzierten Informationsmedien und insbesondere die für Lokalmedien noch einmal deutlich.

- Buhr, L., Hammer, St., & Schölzel, H. (Hrsg.) (2018). *Staat, Internet und digitale Gouvernementalität*. Wiesbaden: Springer VS.
- Buhr, L., & Schölzel, H. (2018). Einleitung: Staat, Internet und digitale Gouvernementalität. In L. Buhr, S. Hammer, & H. Schölzel (Hrsg.), *Staat, Internet und digitale Gouvernementalität* (S. 1-15). Wiesbaden: Springer VS.

Ökonomie und Organisation der Medien

Publikationen (Fortsetzung)

- Sattelberger, F., & W. Seufert (im Druck). Beobachtung onlinebasierter Informationssuche und interpersonal-öffentlicher Kommunikationsprozesse. Eine Längsschnittanalyse mittels latenter Wachstumskurvenmodellierung über Kinofilme in Deutschland vor deren Kinostart. In J. Vogelgesang, J., Matthes, C. Schieb, & T. Quandt (Hrsg.), *Beobachtungsverfahren in der Kommunikationswissenschaft. Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft*, Band 10 Köln: von Halem.
- Seufert, W. (2018). Medienkonzentration und Medienvielfalt. *APuZ* 40-41, 11-16.
- Seufert, W. (2018). Die verschiedenen Segmente der Musikwirtschaft. In R. Moser, A. Scheuermann, & F. Drücke (Hrsg.), *Handbuch der Musikwirtschaft. Die Leadstimme der Musikwirtschaft*, 7. Auflage (S. 15-39). München u. a.: Verlag C. H. Beck.
- Schölzel, H. (im Druck). The Politics of Communication Controlling. On a conceptual infrastructure for the management of publics. In M. Korn, W. Reißmann, T. Röhl, & D. Sittler (Hrsg.), *Infrastructuring Publics* (S. 243-264). Wiesbaden: Springer VS.
- Schölzel, H. (Hrsg.) (im Druck). *Der große Leviathan und die Akteur-Netzwerk-Welten. Staatlichkeit und politische Kollektivität im Denken Bruno Latours*. Baden-Baden: Nomos.
- Schölzel, H. (im Druck). Akteur-Netzwerk-Kollektive als Ausgang aus Hobbes' Leviathan. Eine Einleitung in Bruno Latours Staats- und Politikverständnis. In H. Schölzel (Hrsg.), *Der große Leviathan und die Akteur-Netzwerk-Welten. Staatlichkeit und politische Kollektivität im Denken Bruno Latours* (S. 9-27). Baden-Baden: Nomos.
- Schölzel, H. (im Druck). Von der Illusion des Leviathan zum Phantom der Öffentlichkeit: Latours Arbeit an einem neuen Politikmodell. In H. Schölzel (Hrsg.), *Der große Leviathan und die Akteur-Netzwerk-Welten. Staatlichkeit und politische Kollektivität im Denken Bruno Latours* (S. 175-199). Baden-Baden: Nomos.

Ökonomie und Organisation der Medien

Abgeschlossene Bachelorarbeiten

- Baunack, Elisabeth: „Rechtliche Regelungen gegen ‚Gewalt in den Medien‘ – Wie wirksam sind die bestehenden Normen im deutschen Medien- und Jugendmedienschutzrecht?“
- Baitinger, Miriam: „Ökonomische Einflussfaktoren auf die journalistische Qualität. Eine Aufarbeitung der medienökonomischen Diskussion“
- Geißler, Laura: „Finanzierung des öffentlichen Fernsehens im internationalen Vergleich – Gemeinsamkeiten und Unterschiede und deren Wirkung“
- Heyder, Sandra: „Von welchen Faktoren hängt das Werbeverhalten von Markenartikelherstellern ab? Aufarbeitung der aktuellen medienökonomischen Diskussion“
- Hoffmann, Niko: „Können globale Werbekampagnen erfolgreich sein? Aufarbeitung der aktuellen medienökonomischen Diskussion“
- Kochanowski, Vivienne Leja-Marie: „Are we doing the right things and the things right? Communication Controlling as a key element for building a strong Brand Identity and Reputation to ensure value based Corporate Communication“
- Kniep, Alexander: „Presseförderung im internationalen Vergleich – Gemeinsamkeiten und Unterschiede und deren Wirkung“
- Mädler, Susann: „Die Entwicklung der Radionutzung in Deutschland seit 1995 – empirische Befunde und theoretische Erklärungsansätze“
- Müller, Melanie: „Entwicklung der Konsumausgaben für Bücher und E-Books in Deutschland seit 2000 – empirische Befunde und theoretische Erklärungsansätze“
- Preißler, Laura: „Entwicklung der Ausgaben für Zeitungen und ePaper in Deutschland seit 2000 – empirische Befunde und theoretische Erklärungsansätze“
- Popoviciu, Stephanie: „In welchem Umfang lässt sich bei lokalen Unternehmen Anzeigenwerbung durch Onlinemarketing ersetzen? Medienökonomische Diskussion und empirische Entwicklung seit 2000“
- Schwamberger, Luise: „Die Entwicklungsunterschiede zwischen regionalen Radio-Werbemärkten in Deutschland seit 1995 – empirische Befunde und theoretische Erklärungsansätze“
- Seemann, Kristina: „Die Entwicklung der wirtschaftlichen Konzentration bei Zeitungsverlagen in Deutschland seit 1990 – empirische Befunde und theoretische Erklärungsansätze“

Ökonomie und Organisation der Medien

Abgeschlossene Bachelorarbeiten (Fortsetzung)

- Sirait, Wulan Dari: „Die Entwicklung der Ausgaben für audiovisuellen Paid-Content in Deutschland seit 2000 – empirische Befunde und theoretische Erklärungsansätze“
- Wusch, Lisa: „Ist personalisierte Kommunikation effizienter als klassische Werbung? Aufarbeitung der aktuellen medienökonomischen Diskussion“

Abgeschlossene Masterarbeiten

- Gröninger, Dorothee: „Die Bedeutung von Word-of-Mouth in der Informationssuche. Zum Einfluss von Produktinvolvement, Risiko und Konsumentenalter“
- Schaarschmidt, Josefine: „Qualitätskriterien für Native Advertising – Auswirkungen auf die Einstellung und Nutzung von Online-Nachrichten-Diensten. Chance oder Risiko für Verleger?“
- Silge, Kristin: „Der Einfluss der Lebenslage auf die Konsumausgaben für Medien“
- Welzel, Anna Catharina: „Employer Branding kleiner und mittelständischer Unternehmen – Eine Analyse der Nutzung von Karrierewebsites zum Aufbau einer Arbeitgebermarke“

Laufende Promotionen

- Katrin Fritsche: Medienberichterstattung über Medienorganisation(en) und Medienstrukturen. (Arbeitstitel)
- Kathleen Rudolph: Online-Self-Assessments der Jenaer Hochschulen im Vergleich. (Arbeitstitel)
- Felix Sattelberger: Dynamik und konative Wirkung onlinebasierter interpersonal-öffentlicher Nutzerkommunikation – Modellierung von Kommunikationsprozessen als Erklärungsgröße der Nachfrage nach Kinofilmen in Deutschland. (Arbeitstitel)
- Robert Schlegel: Individuelle Wertschätzung und gesellschaftlicher Nutzen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Deutschland. (Arbeitstitel)

Ökonomie und Organisation der Medien

Lehrangebote Wintersemester 2018/19

Wolfgang Seufert

- Grundlagen der Medienökonomie, Teil I (Vorlesung, Bachelor)
- Medienwirtschaft, Teil I und Teil II (Seminar, Bachelor)
- Medienökonomische Analyse, Teil II (Projektseminar, Master)
- Examenskolloquium

Robert Schlegel

- Kommunikations- und Medientheorien, Kurs A (Seminar, Bachelor)

Hagen Schölzel

- Ökonomie öffentlicher Kommunikation, Teil I und Teil II (Seminar, Master)

Lehrbeauftragte

- Prof. Dr. Hardy Gundlach: Medienpolitik und –regulierung, Teil II (Seminar, Master)
- Dr. Joachim Donnerstag: Mediaplanung und Medienmarketing, Teil II (Seminar, Master)

Ökonomie und Organisation der Medien

Lehrangebote Sommersemester 2018

Wolfgang Seufert

- Grundlagen der Medienökonomie, Teil II (Vorlesung, Bachelor)
- Methoden zur Erforschung der öffentlichen Kommunikation I (Seminar, Bachelor)
- Medienökonomische Analyse, Teil I (Projektseminar, Master)
- Examenskolloquium

Robert Schlegel

- Medienregulierung, Teil I und Teil II (Seminar, Bachelor)
- Öffentliche Kommunikation, Teil I (Seminar, Bachelor)

Lehrbeauftragte

- Prof. Dr. Hardy Gundlach: Medienpolitik und –regulierung, Teil I (Seminar, Master)
- Dr. Joachim Donnerstag: Mediaplanung und Medienmarketing, Teil I (Seminar, Master)

Alumni

Kommunikationswissenschaft

Alumni Kommunikationswissenschaft Jena

Der Verein „*Alumni Kommunikationswissenschaft Jena – Verein der Freunde, Förderer und ehemaligen Studierenden der Kommunikationswissenschaft und Medienwissenschaft der Friedrich-Schiller-Universität Jena*“ ist ein seit dem 23.04.2008 eingetragener gemeinnütziger Verein (Amtsgerichtsnummer VR 1287; Satzung vom 22.10.2008).

<http://www.ifkw.uni-jena.de/de/alumni/alumni-verein>

Der Verein dient der Förderung und Aufrechterhaltung des Kontaktes zwischen den ehemaligen Studierenden und dem Institut für Kommunikationswissenschaft der Friedrich-Schiller-Universität Jena bzw. zwischen den Absolventen sowie der Unterstützung der Studenten zur Ergänzung und Vertiefung des kommunikationswissenschaftlichen Studiums

- durch die Förderung des Netzwerkes in Form von jährlich stattfindenden Absolvententreffen, bei denen die Absolventen Erfahrungen zu ihrem Berufseinstieg an zukünftige Absolventen weitergeben und innovative Abschlussarbeiten gefördert werden,
- durch Veranstaltungen mit Vorträgen ehemaliger Studierender sowie
- durch Gastvorträge mit Praktikern bezüglich unseres Faches.

Vorsitzender:	Prof. Dr. Georg Ruhrmann
Stellvertretende Vorsitzende:	Hanna Marzinkowski, M.A.
Schriftführer:	Robert Schlegel, M.A.
Beitragssätze:	Mitgliederbeitrag: 18 €/Jahr Förderbeitrag: 50 €/Jahr

Fachschaftsrat

Kommunikationswissenschaft



Vorsitzende:

Antonia Weber

Weitere Mitglieder:

Tessa Penzel (stellv. Vorsitz), Ann-Sophie Gamm (Finanzreferat), Theresa Wünsch (Haushaltsreferat), Milena Solmecke (Öffentlichkeitsreferat), Friederike Rummeni (freies gewähltes Mitglied), Vanessa Weiß, Anne Kraemer, Ulrike Stoll, Wibke Ehrhardt, Anneke Wortmann, Franziska Scharf, Stella Goudschaal, Rimi Gruhl, Sophie Pastor, Sonja Garan, Marla Rohe, Maxine Mörs, Antonia Weiße

Stand: Februar 2019

Fachschaftsrat Kommunikationswissenschaft

E-Mail: fsr-kowi@uni-jena.de

Website: fsr-kowi.de

Postanschrift: Ernst-Abbe-Platz 8, 07743 Jena

Fachschaftsrat

Kommunikationswissenschaft

In der bisherigen Tradition der studentischen Selbstverwaltung haben die Mitglieder des Fachschaftsrates im Jahr 2018 ihr Engagement auf vielfältige Weise gezeigt, um den Studierenden der Kommunikationswissenschaft im Sinne der Umsetzung der satzungsgemäß beschlossenen Ziele ein breitgefächertes Angebot an externen Aktivitäten und Informationsmöglichkeiten neben den regulären Studieninhalten zu ermöglichen.

Das neue Jahr begann mit einem Praktikumsinfoabend, bei dem sowohl von offizieller Seite durch die Praktikumsbeauftragte Frau Dr. Nicole Haußecker allgemeine Informationen, als auch von studentischer Seite aus Fragen und Informationen zum Pflichtpraktikum an die Studierenden weitergetragen wurden. Das Sommersemester 2018 begann ebenfalls mit einer offiziellen Veranstaltung in Form der Vollversammlung, in der Studierende spezifische Wünsche, Kritik und Fragen zur konstruktiven Weiterentwicklung des Studiengangs und der Studiensituation äußern konnten.

Überdies fanden gleich zwei Exkursionen im Sommersemester statt. Zum einen war dies im Juni eine Tagesexkursion nach Weimar zu *Antenne Thüringen*, welche den Teilnehmern praktische Einblicke in das Feld der Nachrichtenproduktion und -recherche vermittelte. Zum anderen fand in Kooperation mit der studentischen Kommunikationsagentur „Goldene Zwanziger“ eine Exkursion nach Berlin statt, bei der diverse renommierte Agenturen und Unternehmen besucht wurden.

Im Juli und Dezember veranstaltete der Fachschaftsrat zwei Gastvortragsabende, welche sich dem Thema „Politische Satire in Podcasts“, sowie den Beiträgen dreier Referenten der Jenaer Unternehmen bzw. Vereine Jenpix, Tower PR und JenVision e.V. widmeten. Auch hier sollten verschiedene Perspektiven kommunikationswissenschaftlicher Berufs- und Tätigkeitsfelder vermittelt werden und Zuhörerinnen und Zuhörer motivieren, sich abseits des Regelstudiums für fachbezogene, jedoch aber auch fachfremde Themen zu engagieren. Unter letzterer Prämisse wurde im Juni in fachübergreifender Kooperation Studierenden des Fachbereichs Psychologie ein Workshop unter dem Namen „Mind the Mind - to combat the stigma of mental disorders“ organisiert, welcher Teilnehmern Wissen zum Umgang mit psychischen Erkrankungen an die Hand geben sollte.

Offiziell vertrat der Fachschaftsrat die Fachschaft im Institutsrat sowie bei der FSR-KOM. Zum Teil wurden von uns als Mentoren die Erstsemester an den Studieneinführungstagen betreut, welche wie üblich eigens von uns gestaltete Ersti-Beutel erhielten. Jedoch wurden eben-

Fachschaftsrat

Kommunikationswissenschaft

so die älteren Studierenden bedacht und im Rahmen der alljährlichen Absolventenfeier durch den Fachschaftsrat verabschiedet. Überdies organisierten die Mitglieder des FSR diverse unterhaltende Veranstaltungen wie das sommerliche KoWi-Grillen, eine Semester- sowie Weihnachtsfeier am Ende des Jahres und das traditionelle Bowling gemeinsam mit dem Institut, welche jeweils rege besucht wurden und die Beziehungen zwischen Studierenden, den Mitgliedern des Fachschaftsrates und Dozierenden am Institut vertieften.

In Anbetracht des Institutsjubiläums und einer langjährigen Zusammenarbeit für und mit den Studierenden blicken wir auf ein erfolgreiches und beständiges Jahr 2018 zurück und sind äußerst positiv gestimmt, dass das Jahr 2019 im Sinne der gesamten Fachschaft erfolgreich verlaufen wird.

Die Mitglieder des Fachschaftsrates Kommunikationswissenschaft

Danksagung

Das Institut für Kommunikationswissenschaft Jena dankt dem Fachschaftsrat für sein Engagement und die konstruktive Zusammenarbeit.



KONTAKT

Friedrich-Schiller-Universität Jena
Institut für Kommunikationswissenschaft
Ernst-Abbe-Platz 8
07743 Jena

Telefon: +49-(0)3641/94 49 30
Fax: +49-(0)3641/94 49 32
E-Mail: Mandy.Fickler@uni-jena.de

Herausgeber: Institut für Kommunikationswissenschaft Jena
Foto: FSU/Kasper: Campus mit Stella-Plastik
Layout: Stabsstelle Kommunikation

<https://www.ifkw.uni-jena.de/institut.html>