

Neuigkeiten aus dem Förderverein

LIEBE LESERINNEN, LIEBE LESER



Vor einem Jahr haben wir uns im Vorstand des Fördervereins das Ziel gesetzt, diesen wieder zu dem zu machen, was er ursprünglich war: Ein Verein, der primär finanzielle Mittel generiert, um wichtige Tätigkeiten und Projekte des Instituts für Kommunikations- und Medienwissenschaft (ikmb) zu unterstützen. Darunter fallen die Nachwuchsförderung, die Unterstützung von Forschungsprojekten sowie die Lehrmittelbeschaffung. Dies ist uns gelungen. Dabei ist mir die Nachwuchsförderung besonders wichtig. Lesen Sie nachfolgend, wie Beatrice Eugster am Beispiel der Europawahl untersucht, welche Information den Bürgern zur Verfügung steht und wie Parteien und Medien sich dabei in ihrer Themen- und Positionsformulierung unterscheiden. Oder wie sich Dorothee Arlt dem topaktuellen Thema der Flüchtlingskrise widmet und sich dabei der Rezeption und Wirkung der medial geführten Debatte annimmt.

Das Institut unter Prof. Dr. Silke Adam leistet gute Arbeit. Dies zeigt sich neben dem bereits Erwähnten auch an den akquirierten Nationalfondsprojekten und den zahlreichen Vorträgen an Konferenzen. Ich bin stolz darauf, ein Institut zu unterstützen, das gesellschaftsrelevante Themen mit wissenschaftlicher Präzision unter die Lupe nimmt. Dies muss die Aufgabe unseres Fachs sein: in einer immer komplexeren Medienwelt geht es darum, den Einfluss der Medien auf die Gesellschaft aufzuzeigen und die Beeinflussungsmechanismen zu verstehen. Unter welchen Bedingungen werden Themen lanciert und wann werden sie verschwiegen? Wen erreichen gesellschaftlich relevante Informationen noch? Wie wirken Medien und ihre Inhalte auf die Nutzer? Fragen wie diese, die die Informationsaufgabe der Medien in den Mittelpunkt stellen, sind zentral, wenn wir die Zukunft unserer Demokratie im Medienzeitalter verstehen wollen. Wenn es die Universität schafft, junge WissenschaftlerInnen auszubilden, die für solche Themen das Handwerk und die Passion haben, dann sind wir auf dem richtigen Weg.

Dr. Tanja Hackenbruch, Präsidentin des Fördervereins

DER NEWSLETTER DES FÖRDERVEREINS

Dies ist die zweite Ausgabe des fkmb Newsletters. Einmal im Jahr informieren wir über die Aktivitäten von Förderverein und Institut. Ein erfolgreiches Institut braucht einen starken Förderverein und damit Ihre Unterstützung. Denn der Förderverein leistet enorm wichtige Arbeit – und die wollen wir sichtbar machen.



Andreas Morlok; Kunstart.net; Anja Schweppe-Rahe / pixelio.de

IN DIESER AUSGABE

Gastdozenten am ikmb	2
Aus der Forschung	3
Die Stipendiatinnen des fkmb	4

Fokus Lehre: Austausch

Mit Hilfe des Fördervereins konnten wir auch im letzten Jahr wieder spannende Gäste nach Bern holen, die mit uns ihre Forschung diskutieren, denen wir unsere Forschung näherbringen und mit denen wir gemeinsam neue Ideen entwickeln. Dieser Austausch ist für das ikmb zentral, sind wir doch ein kleines Institut und deshalb immer auch auf den Input von aussen und die Vernetzung mit anderen wissenschaftlichen Institutionen angewiesen. Im letzten Jahr hat der Förderverein dabei den Besuch zweier Wissenschaftler/Innen bei uns unterstützt.

Prof. Dr. Eszter Hargittai

Professorin an der renommierten Northwestern School of Communication (Chicago)



Eszter Hargittai hat in Princeton promoviert und setzt sich seither mit den sozialen und politischen Implikationen der digitalen Medien auseinander.

Sie fragt dabei u.a., wie sich Bürger in ihren Fähigkeiten unterscheiden,

das Internet für sich zu nutzen und ob daraus neue Ungleichheiten entstehen.

In ihrem Vortrag hier in Bern zeigte sie u.a. auf, dass unterschiedliches Nutzungsverhalten im Netz mitbeeinflusst, wie leicht Menschen einen neuen Job finden, aber auch, ob sie sich politisch und sozial engagieren.

Darüber hinaus diskutierten wir Möglichkeiten, wie man über Experimente das selektive, auf die eigenen Voreinstellungen zugeschnittene Informationsverhalten der Bürger analysieren kann.

Der Kontakt mit Eszter Hargittai lässt sich nun leicht ausbauen, hat sie doch vor Kurzem einen Ruf an die Universität Zürich angenommen und ist seit 1. August 2016 Professorin für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft mit dem Schwerpunkt Mediennutzung und Medienrealität.

Mehr über Prof. Dr. Eszter Hargittai:

<http://eszter.com>

Dr. Martin Moore

Senior Research Fellow am Policy Institute des King's College London sowie Mitbegründer und ehemaliger Direktor des Media Standards Trust.

Als weiteren Gast konnten wir Martin Moore vom King's College in London im Forschungskolloquium begrüßen.

Martin Moore leitet dort das Centre for the Study of Media, Communication and Power und interessiert sich dafür, unter welchen Bedingungen journalistisches Arbeiten heute stattfindet und wie sich politische Kommunikation in Zeiten der Digitalisierung verändert hat.

Seine Studie zu den britischen Unterhauswahlen etwa zeigt auf, wie die Personalisierung der politischen Kommunikation weiter voranschreitet. Ebenso belegt sie, wie stark traditionelle Medien (Presse und TV) und Plattformen wie Twitter inzwischen miteinander verschmolzen sind, werden doch dieselben Kandidaten offline und online ähnlich häufig erwähnt.

Gleichzeitig dominieren aber unterschiedliche Themen die jeweilige Agenda und social media können so dazu beitragen, den medialen Diskurs zu erweitern und kritisch zu hinterfragen.

Freilich wird Twitter ebenso strategisch genutzt: Die beiden grossen Parteien etwa haben bestimmte zentrale Themen im Wahlkampf bewusst vermieden, um der Konkurrenz am politischen Rand nicht in die Hände zu spielen.



Mehr über Dr. Martin Moore:

<http://www.kcl.ac.uk/sspp/policy-institute/CMCP/People.aspx>

Parteistrategien im Europawahlkampf

Fast in allen Ländern der Europäischen Union haben europaskeptische Parteien stark an Zulauf gewonnen. So haben sie in den letzten Wahlen zum Europäischen Parlament 113 von 751 Sitzen gewonnen und kürzlich erst in einem Referendum die Mehrheit der Briten von einem Ausstieg Grossbritanniens aus der EU überzeugt.

Klassische pro-europäische Parteien werden dadurch herausgefordert: Sollen sie das Thema europäische Integration verschweigen oder aktiv auf die Agenda setzen? Verteidigen sie weiterhin – in Zeiten der Schulden- und Währungskrise – pro-europäische Positionen? Entscheiden sie sich, die europaskeptischen Positionen der Herausforderer zu übernehmen oder wählen sie Strategien der Positions-Verschleierung?

Mit Hilfe einer Inhaltsanalyse der Medienmitteilungen von Parteien in sieben europäischen Ländern zeigen wir, dass es spezifische pro-europäische Parteien sind, die versuchen, entweder europäische Themen zu verdrängen oder europaskeptische bzw. ambivalente Positionen zu formulieren: Es sind Volksparteien, die mit partei-internen Auseinandersetzungen über Europa kämpfen. Sie sind es, die versuchen, eine öffentliche Auseinandersetzung über Europa gänzlich zu vermeiden oder aber skeptische / ambivalente Positionen formulieren.

Zum Weiterlesen: Adam et al. (im Erscheinen): Strategies of pro-European parties in the face of a Euroskeptical challenge. European Union Politics.

Projektförderung: Schweizer Nationalfonds

DIE FORSCHUNGSPROJEKTE AM IKMB

Zwei vom Schweizerischen Nationalfonds finanzierte Projekte laufen derzeit am ikmb:

- Politisches Agenda-Building in Zeiten eines hybriden Mediensystems - ein Vergleich zwischen Ländern und Themen
- Die Rolle nationaler Parteien für die Politisierung der Europäischen Integration

Mehr Informationen unter: ikmb.unibe.ch/content/forschung/forschungsprojekte

ikmb International

Das ikmb ist klein aber fein und an Tagungen auf der ganzen Welt unterwegs. Die Karte zeigt, wo die MitarbeiterInnen des ikmb bereits im Einsatz waren, seit Prof. Dr. Silke Adam 2010 die Leitung des Instituts übernommen hat.

Wissenschaft ist global organisiert, im Bereich der Kommunikationswissenschaft dominieren indes insbesondere der deutschsprachige sowie der angelsächsische Raum; das wird auf der untenstehenden Karte ersichtlich. Gleichzeitig zeigt sie auch, dass die Veranstalter der grossen internationalen Konferenzen ihre Tagungsorte immer wieder ausserhalb von Kontinentaleuropa, Grossbritannien und den USA wählen, um die weltweite Vernetzung zu fördern. Auch an diesen Orten war das ikmb präsent.



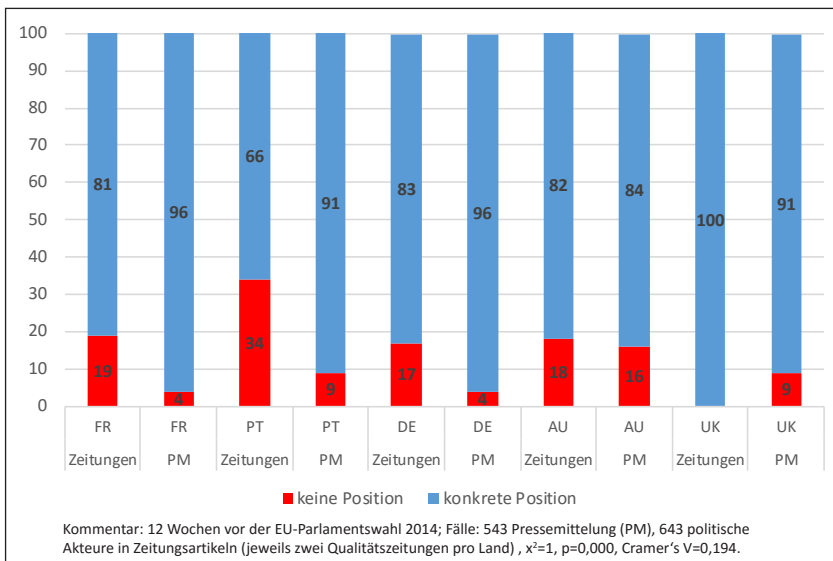
Beiträge an Tagungen und Kongressen durch Mitarbeitende des ikmb

Nachwuchsförderung: Dr. Beatrice Eugster

Ginge es nach dem normativen Ideal der Demokratietheorien würden Wahlentscheidungen rational und gut informiert, auf politischem Wissen basierend getroffen werden. Allerdings wissen die meisten Bürger nicht viel über die Positionen und Pläne politischer Parteien, wie verschiedene Studien zeigen. Gründe hierfür können einerseits

bei den Bürgern selbst liegen, beispielsweise bei ihrer Informationsaufnahme und -verarbeitung, andererseits an den Quellen, die sie für politische Informationen nutzen. Möglicherweise enthalten diese nur wenige („Quantität“) und/oder wenig konkrete („Qualität“) Informationen. Mit Hilfe einer international vergleichenden, quantitativen Inhaltsanalyse

in den 12 Wochen vor der Europawahl 2014 untersuchen wir, wie konkret die Bürger bezüglich politischer Positionen über Parteikommunikation und Medienberichterstattung zu den Themen europäischen Wirtschafts-, Arbeitsmarkt- und Sozialpolitik informiert werden. Unsere Befunde zeigen, dass diese EU-Themen in den Pressemitteilungen politischer Parteien zwar häufiger angesprochen werden als in der Medienberichterstattung, aber nicht zwingend konkreter (siehe Abbildung).



“Der Förderverein bot mir eine wunderbare und unkomplizierte Möglichkeit, mich meiner Fragestellung ‚Viel Blabla und wenig Inhalt? Wie konkret uns Parteien und Medien informieren‘ zu widmen.“ (Beatrice Eugster)

Nachwuchsförderung: Dr. Dorothee Arlt

KEEP IN TOUCH

Kontaktieren Sie uns mit Ihren Anregungen und Fragen — wir sind sehr daran interessiert. Wenn Sie den Newsletter des fkmb in Zukunft lieber elektronisch zugestellt bekommen möchten, schreiben Sie uns eine Email an untenstehende Adresse.

fkmb

Förderverein des Instituts für
Kommunikations- und
Medienwissenschaft
Fabrikstrasse 8
3012 Bern

Telefon: +41 (0)31 631 48 40
Fax: +41 (0)31 631 43 40
E-Mail: fkmb@ikmb.unibe.ch

Gegenstand des vom Förderverein unterstützten Forschungsprojektes ist die Untersuchung der Rezeption und Wirkung von Kommunikation im Kontext der gegenwärtigen Flüchtlingsdebatte. Basis der Untersuchung ist eine quantitative Online-Befragung von 1500 Deutschen, die im Februar 2016 durchgeführt wurde. Die Resultate zeigen eindrücklich, dass nicht nur die klassischen Massenmedien eine wichtige Informationsquelle für die Befragten über das Thema Flüchtlinge sind, sondern auch Soziale Medien und persönliche Gespräche mit Familie und Freunden. Die Befragten haben zudem ganz klare Erwartungen an die Journalisten: 80 Prozent der Befragten erwarten eine offene Berichterstattung über

die Stimmung in der Bevölkerung bezüglich des Themas. Gleichzeitig hat die Mehrheit der Befragten den Eindruck, dass die Berichterstattung über Flüchtlinge nicht den Tatsachen entspricht, sondern verzerrt ist. Folglich verwundert es nicht, dass sich rund 60 Prozent der Befragten häufig über die Berichterstattung der Medien ärgern.

