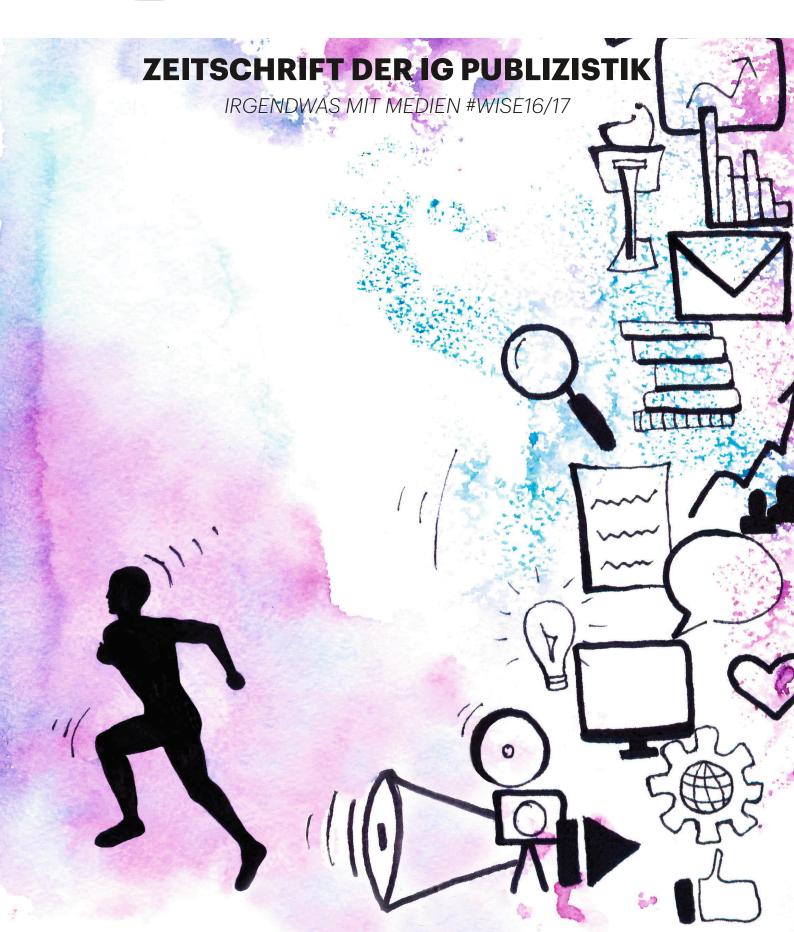
# ZÜNDSTOFF



#### **EDITORIAL**

#### Liebe Leserinnen und Leser,

Grenzen der Medien – wo fangen diese an und wo hören sie auf? Welche Verantwortung hat man in diesem System und wer sind überhaupt die Beteiligten? Wie siehts mit moralischer und ethischer Verantwortung aus? Darf man alles? Und kann man mit Social Media sogar eine Wahl gewinnen?

Diese und viele weitere Fragen beschäftigten uns in den letzten Wochen und Monaten. Mit noch leicht gedämpfter Stimmung hinsichtlich des bevorstehenden und angsichts des bereits vorübergegangenen Wahlkampfes über dem großen Teich, widmen wir uns in dieser Ausgabe der Politik, den Medien und einer weiteren Veränderung, die

uns alle noch betreffen könnte: dem anstehenden neuen Studienplan und dem Geist von Bologna, der auch bald in unserem Institut Einzug halten wird.

Wir haben dafür wieder Mal jede Menge recherchiert, interviewt und niedergeschrieben- eine Aufgabe, die ohne den regen Zuwachs beim Zündstoff sicher nicht so wunderbar funktioniert hätte! An dieser Stelle ein "Herzlich Willkommen" an unsere neuen Mitarbeiter/innen!

Diese Ausgabe des Zündstoffs bietet wunderbar ehrliche Einblicke in die Welt der Blogger/innen mit allen ethisch-moralischen Grundproblematiken des Alltags, spannende Berichte vom wissenschaftlichen

Nachwuchs und Best-Practice Beispiele aus der Medienbranche – dieses Mal mit Fokus auf Werbung: also aufgepasst alle die da hin wollen!

Auch das gesamt- und zivilgesellschaftliche Engagement soll nicht zu kurz kommen: wir stellen wieder großartige Projekte vor, für die auf jeden Fall noch mehr getan werden muss!

Viel Spaß beim Lesen!

[IG Publizistik]
[Dana Bayomy]

Impressum:
MedieninhaberIn, VerlegerIn &
HerausgeberIn: IG / StV Publizistik
stv.publizistik@univie.ac.at
01 4277 19564

MitarbeiterInnen: Hannah Siegl, Nina Putz, Helena Schütte, Ao Zhou, Thomas Kranabetter, Jenny Röck, Miriam Mayrhofer, Labinot Spahiu, Viktoria Wimmer, Ena Antić, Julia Feuerlein, Lena Spitzbarth, Mila Pogosian, Niliz Gul, Benedikt Kosian

Redaktion & Layout: Dana Bayomy, Hannah Siegl Illustrationen: Arina Panchenko

#### **VERANTWORTUNG**

Seitenblick
Dürfen die das?
Macht durch Medien
Trump Media
Über die Medien und Trump
Durch Medienethik vergewaltigt
Wenn Medien schockieren

# 22

#### **WE MAKE THE NEWS**

Influencer 2.0 Likest du noch oder jodelst du schon? #Bestpractice Studium: Christian News Institut

# 32

#### **LOCAL HEROINES**

Die bucklige Welt Der Geist von Bologna Aus dem Leben eines Erstis Local Heroines Das wiederholte Publizistikfest

# 43

#### **SCIENCE, BITCH**

Trier Calling Wir stellen vor: Folker Hanusch Tagungsbericht NAPOKO Tagungsbericht ECREA Abstracts Wer ist die Zivilgesellschaft?

# 54

#### **VIEL MEHR TUN**

Viel mehr für alle MEDLIT heißt Media Literacy 10 gute Gründe

#### **#BESTPRACTICE: REDAKTEUR/INNEN**



**ARINA** glücklich & gemütlich

**LIEBLINGSPUNSCH:**Heidelbeerpunsch



CLAIRE

Romantikerin. Hin-und-Wieder Hin-und Hergerissen. Vom warmen Bett aus dem plätschernden Regen lauschen. Lange Spaziergänge und Spekulatius

**LIEBLINGSPUNSCH:** Turbo-Punsch (nicht auf leeren Magen zu empfehlen)



**BENE** 

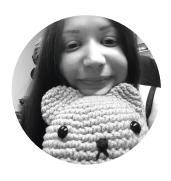
Liebevoller Möchtegern-Justin Bieber, mit keinerlei Verständnis für Ironie

**LIEBLINGSPUNSCH:** alkholfrei mit Zimt, Nelken und ein bisschen Kardamon



**DANA**kreativ mit viel herzblut,
stur, pragmatisch

## **LIEBLINGSPUNSCH:**Beerenpunsch – mag aber Glühwein lieber



**ENA**Bücherlover.
Organisationstalent, liebt pink

**LIEBLINGSPUNSCH:** bevorzugt Cola



HANNAH

mag Buntes, listenliebend, sarkastisch, verträumt, neugierig

**LIEBLINGSPUNSCH:**Die Klassiker - Beerenund Orangenpunsch



**HELENA** 

...findet Selbstbeschreibungen nicht so gut ;)

#### LIEBLINGSPUNSCH:

Würziger, nicht zu süßer Glühwein – gern auch ein bisschen stärker



**JENNY** 

Sonnnanbeterin, Red Bull, Nagellack, Fröhlich, Natur, Empathisch, Köchin, Tagebuchschreiberin, Ganz oder Garnicht, Serienjunkie, Grün.

#### LIEBLINGSPUNSCH:

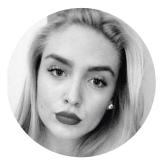
Orangenpunsch

#### **#BESTPRACTICE:** REDAKTEUR/INNEN



JULIA detailverliebt, öfter mal zu spät, mag alles was Pünktchen hat, Kaffeetrinker aus Leidenschaft

**LIEBLINGSPUNSCH:** Apfel-Zimt



**LENA**Koffeinjunkie. Strickpullover. Lichterketten. Nagellack. Glühwein

**LIEBLINGSPUNSCH:**Himbeerpunsch mit
Amaretto



**LUCIA** lustig, laut, fürsorglich, kreativ, faul & der schusseligste Mensch der Welt

**LIEBLINGSPUNSCH:**Orangenpunsch oder der gute alte Kinderpunsch



**LABI** ist fußballfanatisch, lustig und oft verträumt

### **LIEBLINGSPUNSCH:**Ganz klar, Apfelpunsch!



MILA emphatische und nachdenkliche Unter-der-Dusche-Jazz-Diva

**LIEBLINGSPUNSCH:** alkoholfrei, Orange, Pfirsich



MIRIAM
Ich einfach unverbesserlich,

liebe Kaffee, mag Schnee.
Manchmal Chaos hier und
da, bunte Socken find ich
wunderbar. Leicht überdreht, Oliven mit Kernen
werden verschmäht.

**LIEBLINGSPUNSCH:** altes AKH, Brombeerpunsch



**THOMAS** 

Verweigerung der Duldungsstarre. Kaffee schwarz. Auf der Suche nach dem wunden Punkt. Fett und Filz. Alles fließt.

**LIEBLINGSPUNSCH:** *lieber Kaffee* 

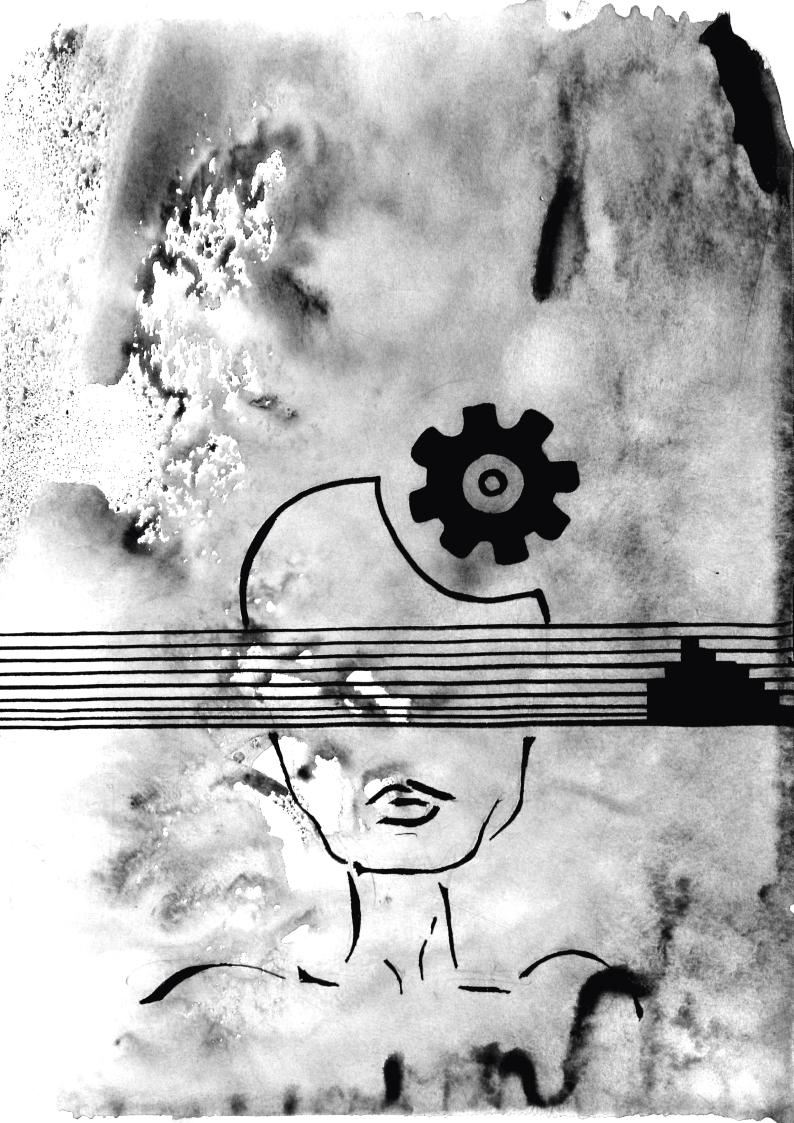


VIKTORIA

Sarkastischer Health Freak. Mind-Mapperin. Gedichte Leserin und Autorin. Leidenschaftliche Spaziergängerin. Altkind

#### LIEBLINGSPUNSCH:

Punsch am besten im Punschkrapferl!



#### **SEITENBLICK**

Dienstagmorgen in der Bahn. Jeden Tag zu dieser Uhrzeit. Die Leute starren auf ihre Smartphones, ein Herr hält ein Boulevardblatt in seinen Händen. Ein Dackel blickt traurig nach oben, seine Schnauze in einem Maulkorb gefangen. Es ist Pflicht, was soll er machen. Resignierend macht er Platz und wendet seinen Blick wieder nach unten, als ein älterer Herr mit Hut ihm beinahe auf seinen Schwanz tritt. Die Dame gegenüber zuckt zusammen, ihr Smartphone fällt ihr fast aus der Hand, Unruhe und stellenweise leises Raunen erreicht jene, die nicht die Notwendigkeit verspüren, Ohrmuscheln mit Kopfhörern zu beschallen. Nach einem Blick über die rechte Schulter, das Gesicht zum lauten Organ, das soeben den vorderen Teil der U-Bahn-Linie 2 aufgemischt hatte. Anregendes Gestikulieren unterstreicht die Wortlaute und macht die neunte Stunde des Tages zu einem audiovisuellen Erlebnis. Kritisches einseitiges Hochziehen sämtlicher anwesender Augenbrauen, lautes Ausatmen bis hin zu Stöhnen. Empörung, Entsetzen, hilfesuchende Blicke nach Bestätigung hier Anwesender. Erneuter Schulterblick aussteigender Fahrgäste, anschließendes Kopfschütteln. Einheitliches Reaktionsverhalten variierend in Intensität und Ausdruck.

Eine Frau steigt zu. Schwer bepackte Taschen, in jeder Hand eine. Vor sich einen Kinderwagen, mühevoll in das Abteil gehievt.

Die Leute machen Platz, ein Herr nur widerwillig. Bremse rein, Tüten abgestellt – ein erleichterter Seufzer ihrerseits. Die Ruhe vor dem Sturm. Im Kinderwagen tut sich was, ein Schnuller fliegt zu Boden. Fahrgäste werden

durch lautes Brüllen beschallt. Empörung, Entsetzen, hilfesuchende Blicke nach Bestätigung hier Anwesender. Beruhigungsversuche der Mutter kläglich gescheitert. Inmitten der sich zum Ausgang begebenden Personen, dem Hin-und-Her-Gerüttel der rasanten Fahrweise der Bahn auf Hochtouren, den Taschen am Boden, die nur schwer standhalten können und schließlich nach vorne kippen – einem Herrn ans Bein, der sich beim Aussteigen im Henkel der einen verheddert und die Mutter pampig angeht. Verzeihung.

Ein hagerer Mann springt in letzter Sekunde durch den sich schließenden Türspalt, kommt auf und blickt verlegen um sich, fährt sich durch sein lichtes Haar, lehnt sich an. Sein Blick gesenkt zu seiner linken Hand, die er anschließend zum Mund führt. Ein immer stärker werdender Geruch verbreitet sich langsam im Abteil. Eine Mischung aus Zwiebeln und penetranter Gewürzmischung. Ein genüsslicher Biss, ein Stück Fleisch fällt zu Boden. Missbilligende Blicke eines vis-á-vis stehenden Paares. Eine Frau versinkt hinter ihrem Schal, bis hoch über die Nase gezogen, immer tiefer rutschend in ihren Sitz. Empörung, Entsetzen, hilfesuchende Blicke nach Bestätigung hier Anwesender. Blicke der Zusteigenden stellvertretend für die Herznote U2 Abteil 4.

Etwas weiter entfernt diskutiert ein junges Paar über bevorstehenden Restaurantbesuch und Zusammentreffen mit den Schwiegereltern ihrerseits. Griechisch ist der Plan, seinerseits. Zu viel Fleisch – meint sie, zu wählerisch – meint er. Er nicht verständnisvoll und rück-

sichtslos, sie wiederum unhöflich und heikel. Beide in diesem Fall stark impulsiv und mitteilungsbedürftig. Er augenrollend nicht förderlich für ihre Besänftigung. Sie empört, entsetzt, hilfesuchend nach Bestätigung.

Was, wenn der lautstarke Anruf auf einem klärenden Gespräch basiert. Dringliche Bedeutsamkeit. Die Personen nicht nur am anderen Ende der Leitung, am anderen Ende der Welt. Zeitverschiebung, Arbeitszeiten, Pflichten und Termine. Das mehrmalige Verabreden, ihre Stimmen zu hören, wichtige Dinge zu klären, jedes Mal kläglich gescheitert. Sie haben nur jetzt, diesen einen Moment.

Was hatte die Frau bei sich, was hievte sie mit sich in all ihrem Gepäck. Welche Verantwortung neben all den materiellen Dingen.
Der Mangel an Schlaf, die innerliche Unruhe, Angst vor genau diesem Moment. Alles unter einen Hut zu bekommen. Verurteilung der Rolle als Mutter, Versagen im Augenschein ihrer Umgebung.

Die ersten Schritte des Tages, raus aus der Nachtschicht. Die letzten Stunden geplagt von Magenknurren und Schwäche monotoner Arbeitsausführung. Seit 30 Jahren, täglich, nächtlich. Einmal im Monat die Entlohnung, Belohnung und Highlight. Warme Mahlzeit in warmer Umgebung.

Ihre Meinung, ihre Entscheidung. Persönliche Prioritäten. Ein Sich-Behaupten gegenüber einer ihr nahestehenden Person. Konflikt zwischen Wunschgedanke der Anerkennung und Harmonie des Gefallen-Wollens.

Sehen nur das Äußere, nehmen nur oberflächlich wahr. Fühlen uns gestört, in dem, was uns angeht, was uns betrifft und unseren Alltag unterbricht. Vielleicht mal erweitern, vielleicht mal versetzen, umstrukturieren. Respekt, um nicht zu verletzen, Anerkennung um wertzuschätzen. Beschäftigen uns mit Definitionen, schlagen uns Paragraphen um die Ohren – Bestimmungen, die moralisch Vertretbares kennzeichnen sollen, was ethisch gestattet sei und was verwerflich. sittlich verpönt, inkorrekt und sowieso und überhaupt. Toleranz? Fangen wir doch mal damit an!

Es muss nicht immer, es kann auch mal. Es sollte, aber es ist ganz anders. Für dich vielleicht, für sie aber nicht. Wieso suchen wir noch? Vielleicht fangen wir mal neben uns an.

[Julia]

#### **DÜRFEN DIE DAS?**

Ob man sich nun den amerikanischen oder den österreichischen Wahlkampf um das Amt des Präsidenten ansieht - immer genau dann, wenn politische Themen in verschiedene, extreme Richtungen gehen, wenn es JournalistInnen nicht möglich ist, komplett meinungsfrei zu berichten, wird die beeinflussende Wirkung der Medien in Frage gestellt. So behauptet Donald Trump, amerikanischer Präsidentschaftskandidat, die Berichterstattung sei gefälscht (Vgl. Spiegel Online, 2016). Hiermit meinte er, dass die erschienenen Berichte überwiegend zugunsten Hillary Clintons, seiner Rivalin, ausfielen. Doch auch im Zuge des österreichischen Wahlkampfes können derartige Hypothesen aufgestellt werden, wenn man sich die durchaus unterschiedlichen Berichterstattungen über die jeweiligen Präsidentschaftskandidaten Alexander Van Der Bellen und Norbert Hofer ansieht. Umso interessanter wird es. wenn man sich vor Augen hält, welche Tageszeitungen durch welche und wie viele Parteigelder in Form von Sponsoring unterstützt werden. Ja, Sie liegen richtig: Die Gratis Zeitungen Heute und Österreich werden hauptsächlich von der FPÖ unterstützt, der Standard z.B. von der SPÖ und den Grünen (weitere Infos: Dossier.at). Das ist doch Manipulation. Medien sollten neutral über politische Themen berichten, oder?

Relevanz und Wahrheitsgesichtspunkten möglichst neutral aufzubereiten" (Vgl. Donsbach 2013, 34). Eine möglichst neutrale Berichterstattung impliziert jedoch keine komplett wertungsfreie.

Was heißt denn schon "möglichst neutral berichten"? Sollten Medien die direkte Werbung der Parteien veröffentlichen, anstatt diese kritisch zu hinterfragen? Dass der Ausgang einer Wahl, bei der die WählerInnen sich nur aufgrund der direkten Werbung der Parteien entscheiden müssten, ein ganz anderer wäre, (Vgl. Donsbach 2013, 34) ist denkbar. Politik ohne Medien geht also nicht. Nicht ohne Grund wird die Macht der Medien immer wieder als vierte Gewalt bezeichnet. Dass manche Berichte jedoch nicht mehr als politisch unbeeinflusst, wenn auch kritisch zu bezeichnen sind, sondern schlichtweg gekaufte Werbung sind, ist wiederum eine andere Geschichte.

[Lucia]

Ja, Medien sollten möglichste neutral wirken. Genauer gesagt, besteht die Aufgabe professioneller Medien darin, uns "die komplexe Wirklichkeit, zu der wir überwiegend keinen eigenen Zugang haben, (...) nach

Quellenverzeichnis: Donsbach, Wolfgang: Beeinflussen die Medien Wahlentscheidungen?. 2013. In: http://referenzen.frehner-consulting.de/50JahreDGPUK/ (20.10.2016). Spiegel Online: Warnung vor US-Wahlmanipulation. Wie Trumps Gift wirkt. 16.10.2016. In: http://www.spiegel.de/politik/ausland/donald-trump-us-praesidentschaftskandidat-warnt-vorwahlmanipulation-a-1116836.html (22.1.2016).

#### MACHT DURCH MEDIEN DOCH WAS IHR WOLLT

Facebook, was ist los mit dir?

Warum beachtest du nicht mehr meine Interessen? Du weißt doch ganz genau, was mir gefällt. Aber dass du mich ernsthaft fragst, ob ich Norbert Hofer ein "Gefällt mir" schenke, dass ist jenseits von Gut und Böse. Genau wie der ganze Wahlkampf, inklusive Kleber-Gate.

Aber der Hofer (oder zumindest sein PR-Berater) wissen, genau wie sein Kontrahent Van der Bellen, dass es am Besten ist multimedial präsent zu sein, um multi suffragia\* zu gewinnen. Beim Stimmenkampf auf Facebook kann Norbert sogar auf "göttlichen Beistand" vertrauen – in Form des FPÖ Chef's Heinz Christian Strache, der mit 450.451 Likes ganz klar der Facebook-Gott der heimischen Politik ist. Doch auch der Professor kann trumpfen: Nicht nur, dass zahlreiche Prominente nicht müde werden sich in den Medien für ihn auszusprechen, so gibt es auch eine Vielzahl von Gruppen wie etwa "Mostviertel für Alexander van der Bellen", "Wir Pinkafeldner INNEN für Alexander van der Bellen". "Tirol für Alexander van der Bellen", etc. Außerdem ist die "Inoffizielle Seite: Alexander van der Bellen-Hater" mit viel weniger Leidenschaft geführt, als die "ANTI-Norbert Hofer" Seite, die zudem nicht (nur) auf Hetze und Falschmeldungen beruht.

Doch wir wären nicht im (hoffentlich nicht) endlosen Wahljahr 2016, wenn es mit Facebook erledigt wäre – nein, auch auf Instagram, Twitter und Co. sind die beiden Herrschaften bestens vertreten, und der gute Onkel Strache präsentiert "seinen Kandidaten" auch stolz auf dem FPÖ-Youtube Kanal Österreichzuerst. Wer bei dem ganzen Drama um die zwei einmal eine Schmunzelpause braucht, dem sei "NORBERT HOFER" von Kid Pex feat. Topoke ans Herz gelegt. "Putin der Alpen" – das wäre doch ein Slogan für das nächste Wahlplakat!

Wo wir auch schon beim nächsten Medium sind, mit dem die Stimmeniäger uns auf Schritt und Tritt verfolgen. Denn egal, ob man gerade auf den Bus wartet, zur Uni hetzt oder gemütlich durch Wien bummelt, man ist nirgends vor den zweien sicher. Wobei in der Stadt eine klare Tendenz zu spüren ist. Je mehr sich die Autorin dieser Zeilen ihrem Heimatort. einer winzigen Gemeinde im niederösterreichischen Mostviertel nähert, desto öfter sieht sie sich mit dem eingefrorenen Killer-Grinsen vom Norbert konfrontiert. (Die kleine Gemeinde irgendwo im Nirgendwo hat es glücklicherweise vor dem ersten Termin der Wahlwiederholung geschafft, ein Plakat des Professors aufzustellen. Ein paar Meter vor dem Ortsschild...) Bei Plakaten verlässt sich ja die FPÖ seit Jahren auf das altbewährte Muster: "Bewerbungsfoto", Österreich- Flagge im Hintergrund und ein grenzwertiger Spruch, den man aus 10 Meter Entfernung auch noch lesen kann. Die Plakate des Professors sind da ja wesentlich angenehmer: Entweder ganz leger, auf irgendwelchen Bergen herumkraxelnd, oder kompetent im Anzug. Und das eine, auf dem er locker lässig der Sonne entgegen blickt, gefällt mir ja besonders gut: "Wer unsere Heimat liebt, der spaltet sie nicht" Blöd nur, dass Van der Bellen genau so

positioniert ist, dass er den Schriftzug "Heimat" selber spaltet. Wahrscheinlich haben die Plakatdesigner nur nach bestem Wissen & Gewissen gehandelt. Allerdings sollten insbesondere die der FPÖ endlich einmal auf "die Stimme der Vernunft" hören und dem Propaganda-Stil entsagen.

Wer noch immer nicht genug hat, der schlägt am besten die nächste Zeitung auf, oder hört Radio. Dort kann man von den Ungewählten täglich lesen bzw. hören. Außerdem könnte man noch den Fernseher einschalten und sich mit eigenen Augen von dem Kommunikationsund NLP-Profi Hofer überzeugen, oder der Personifikation der "Ruhe und Gelassenheit" beim "tschicken" zuschauen.

Die Frage ist, ob diese Omnipräsenz einem wirklich zur Macht verhilft. In den USA, wo man auch nicht davor zurückschreckt, mit unfairen Mitteln zu kämpfen, hat viel Aufregung viel gebracht. Die Frage ist nur, ob der politikverdrossene Österreicher das auch mag. Weil Aufregen tut der sich am liebsten selber.

Gibt man am Ende also dem die Stimme, der sich am besten in Szene setzt? Der die besten Postings, das strahlendste Lächeln, den besten Auftritt und die angenehmste Stimme hat? Der authentischen Marionette oder doch dem Menschen, der sich nicht verstellt?

Wir dürfen nicht vergessen, dass mithilfe der Medien Wirklichkeiten erzeugt werden können, die eigentlich nicht die Realität wiederspiegeln. Sowie, dass wir am 4. Dezember unsere Stimme für einen Menschen abgeben können, der unser Land künftig repräsentieren soll. Und nicht den Wahlzettel mit einem "Like" für die beste Inszenierung abgeben.

Einen fröhlichen Wahlgang!

[Viktoria]

#### **TRUMP MEDIA**

Der Wahlkampf, der nicht nur in Amerika, sondern in der ganzen Welt viele Monate lang verfolgt wurde, ist vor kurzem mit einem für viele Leute unerwarteten Resultat zu Ende gegangen. Donald Trump's Wahlsieg konnte niemand vorsagen. Viele Massenmedien, wie die New York Times, haben Hillary Clintons Sieg mit 91% vorhergesagt, am Wahlabend sogar mit 74%. Für alle amerikanischen Soziologen, Politologen und Journalisten, die ihr Land kennen, war der Sieg von Donald J. Trump unerwartet. Trotz der Stimmen der Mehrheit, der Führung bei drei Debatten und der Unterstützung der Massenmedien und der Öffentlichkeit hat Frau Clinton dieses lange Rennen verloren. Mit diesem Artikel möchte ich mögliche Gründe des Trump Siegs analysieren.

Einer der wichtigsten Gründe des Trump Siegs war wahrscheinlich der Wunsch der Bürger etwas zu verändern. Man hat viel geredet und viel versprochen aber die Veränderungen sind doch nie gekommen. Man könnte annehmen, Hillary Clinton würde wahrscheinlich auch keine Veränderungen bringen und vielleicht hat der Mensch, der mit der Politik nichts zu tun, hat den Leuten mehr Hoffnung und Vertrauen gegeben. Man muss auch sagen, dass Donald Trump seine Stimmen hauptsächlich von weißen, christlichen Amerikanern, die auf dem Land wohnen und in der Industrie arbeiten, bekommen hat. Das ist die Mehrheit und das sind sogenannte "vergessene" Amerikaner, die sich ein von Trump versprochenes besseres Leben erwarten. Gegen Clinton haben die Email-Affäre und die FBI Geschichte eine große Rolle in diesem Wahlkampf gespielt und Clinton's Reputation

eindeutig in Frage gestellt. Die Demokratin hat sich während des gesamten Wahlkampfs gegen Putin ausgesprochen und Russland der Spionage beschuldigt. Ihre Bereitschaft zur Kooperation war offensichtlich sehr gering. Und das, obwohl politisch starke Länder wie die USA und Russland auf keinen Fall Krieg führen, sondern im Gegenteil kooperieren sollten. Trump's Position in diesem Fall war eine andere. Er hat zu verstehen gegeben, dass er bereit ist, eine freundliche Beziehung mit Russland zu führen und zusammen gegen den IS zu kämpfen.

Der Republikaner hat versprochen, das Problem mit der Migration zu lösen und die Grenzen bei Mexiko zu schließen, was seine potenziellen Wähler/innen angesprochen hat, weil die Flüchtlingsproblematik und der Terrorismus heute einen hohen Stellenwert haben. Wie er selbst bei der dritten Debatte von sich behauptet hat: "Ich habe mit einem Millionen Dollar den Läden meines Vaters angefangen und damit ein großartiges Unternehmen aufgebaut. Und wenn wir unser Land so führen würden, wie ich mein Unternehmen führte, hätten wir das Land auf, dass sogar Sie stolz wären". So viele Faktoren haben für Trump gesprochen. Seine Wähler/innen können sich jetzt natürlich nur freuen und auf die versprochenen Veränderungen warten, während die Anderen enttäuschend protestieren. Bei seinem ersten Interview auf CBS sagte er: "Das passiert alles, weil sie mich nicht kennen". Und damit hat er natürlich recht, wir kennen ihn nicht, wir wissen nicht, was für ein Mensch er ist und was für ein Präsident er sein wird. Die Wahlrede ist nur die Wahlrede, man muss in die Wirklichkeit schauen.

#### ÜBER DIE MEDIEN UND TRUMP UND WIE DAS EINE IM ANDEREN VERSANK

Die Medien als vierte Gewalt eines Staates. Die Medien informieren und tragen zur Meinungsbildung der Bürger bei. Sie hinterfragen, sie decken auf. Was wenn die Medien sich zugleich zum Richter und Henker küren, statt ihre Aufgabe als Public-Watchdog wahrzunehmen?

Donald Trump ist 45. Präsident der Vereinigten Staaten von Amerika. Wie kam es dazu, welche Rolle ist den Medien in diesem Szenario zuzuschreiben? Mit welchen Folgen hat der Weltbürger zu rechnen? Der Kampf Trump gegen mediale Nebelwand. Die Meinungsforscher sind große Verlierer der amerikanischen Wahlen. Sie sind aber eben so wenig wie Hillary Clinton die größten Verlierer. Dann das sind eindeutig die Medien, die amerikanischen wie die europäischen. Wer brillierte in seinen akkuraten Vorhersagen, waren, unerwarteter Weise, die Simpsons. Das Team um Matt Groening sagte Trumps Wahl zum Präsidenten bereits vor 16 Jahren als Präsidenten voraus. Die restliche Welt war überrascht, als am 8.November 2016 die Wahl des neuen amerikanischen Präsidenten auf Donald Trump fiel. "Was ist passiert und wie konnte das geschehen?" Vielgestellte Fragen mit wenigen klaren Antworten, dafür aber umso mehr Spekulationen.

In den vergangenen Monaten wurde von den Medien vieles über Trump berichtet, von Grapsch-Attacken über sexuelle Übergriffe sowie das Ausnutzen seiner Macht. Seine Weltanschauungen viel diskutiert, und noch mehr umstritten. Man kann vieles über Trump sagen, jedoch kann man ihm nicht absprechen, dass er die Medien als Instrument zu benutzen verstand, und ihm diese so bis hin zu einem gewissen Grad mit Sicherheit auch direkt in seine Hände spielten. Man hat ihn unterschätzt, zugleich die Wirkung seiner Aussagen überschätzt. Die Medien haben in Verletzung ihrer eigenen Rolle selbst versucht, Politik zu machen, sogar begonnen, gegen einen Kandidaten zu hetzen. Das gibt berechtigten Anlass des Berufsethos zu hinterfragen. Die Medien haben sich ein Jahr darum bemüht. Gründe Aufzuzeigen, weshalb Donald Trump unmöglich zu wählen sei. Etliche dieser Anti-Trump-Argumente waren ohne Zweifel relevant. Nur wurden sie von den Medien zu penetrant aufbereitet, die Leser fühlten sich weniger informiert als manipuliert. Und wenn sie das spüren, dann tun die Bürger oft das Gegenteil des implizit "Verlangten". So scheint es zumindest.

Besonders intensiv zeigten die Medien wem ihre Sympathie gehörte, als Trump wegen einiger Grapschereien und Zoten als letztklassiger Frauenhasser oder -verächter abgestempelt öffentlich verurteilt wurde. Doch die amerikanischen Frauen nahmen das Ganze nach lautem medialen Aufschrei relativ gelassen. Überhaupt zeigte es sich, dass letztendlich die Mehrheit der Frauen Trump wählten. Hier ging es nicht um Prüfung des fehlerfreien Lebenslaufs eines neuen Heiligen, sondern um den nächsten amerikanischen Präsidenten. Dieser würde in die Fußstapfen von John F. Kennedy oder Bill Clinton treten, die beide trotz einst skandalöser, einschlägiger Aktivitäten nach wie vor populär sind.

Ob man das Ganze gut finden muss? "Politics is a dirty, harsh buisness", so Trumps Statement hierzu. Ein weiterer Punkt, der zu Trumps Wahl beigetragen haben könnte, ist Trumps Präsenz. Dank den Medien war er ein Jahr lang omnipräsent, Berichterstattungsthema Nummer Eins. Zudem wirkte er in seiner Politikferne und seiner Eitelkeit absolut echt. authentisch und präsent. Wie der Name einer Marke und dessen Werbegesicht. Clintons Verhalten wurde oft kritisiert als antrainiert und vor dem Spiegel ausprobiert. Trump und Kritik der Medien, jedoch wurde er stets für etwas kritisiert wofür er stand, oder er redigierte es wie etwa zum Thema Abtreibung "due to further reconsideration". Die Medien verließen sich auf den Meinungsumfragen, die einen kleinen Vorsprung für Hillary angedeuteten, und ignorierten dabei den immer größeren begeisterten Zustrom bei Trump-Versammlungen. Sie reagierten nicht schnell genug. Sie prophezeiten zudem schlimme Auswirkungen einer Trump-Wahl auf die Wirtschaft. Am Abend des Tages danach lagen jedoch die Bösenkurse über dem Vorwahlniveau.

In den Nachwahlanalysen, eine weitere Nachlässigkeit der Berichterstattung: Man tröste sich damit, dass Clinton-Wähler jünger sind als die Trumps. Das würde bedeuten, dass sich der Trump-Effekt biologisch auswachsen würde. Denkfehler: die heutigen älteren Wähler waren einst auch jung – und noch viel linker als die heutige Political-Correctness-Jugend. "Make America great again". Trump wurde auch deshalb gewählt, weil er im Wahlkampf versprach, ans Ausland verlorene amerikanische

Jobs in der Industrie zurückzuholen, Mauern an der Grenze zu Mexiko zu errichten und ganz allgemein Amerika wieder "great" zu machen. Außenpolitisch stellte Trump in Reden unter anderem die Nato infrage und sympathisierte mit Russlands Präsident Putin. Damit wird die US-amerikanische Außenpolitik unter ihm definitiv auf den Kopf gestellt.

Trump hat seinen Wahlsieg unter anderem auf die sozialen Netzwerke zurückgeführt. Dass er über Facebook, Twitter, Instagram und andere Online-Netzwerke ein so großes Publikum erreiche, habe ihm beim Stimmenfang in den umkämpften Staaten geholfen, sagte der Milliardär dem Fernsehsender CBS in einem Interview. "Ich habe all diese Staaten gewonnen, in denen sie (die Demokraten) viel mehr Geld ausgegeben haben als ich", sagte Trump. Er verwies auf die 28 Millionen Internetnutzer, die ihm in den sozialen Netzwerken folgen, und sagte, er habe alleine am Tag vor dem Interview 100.000 Abonnenten hinzugewonnen. Der Republikaner lobte die Möglichkeiten der Netzwerke als "großartig": "Wenn jemand etwas Schlechtes über mich erzählt, oder etwas Falsches (...), kann ich zum Gegenangriff starten", sagte er. Auch der deutsche Internet-Spezialist Sascha Lobo findet in den sozialen Medien einen starken Eckpfeiler seiner Kampagne: "Ohne Twitter, ohne Facebook, ohne Blogs wäre Trumps Sieg kaum denkbar gewesen", schreibt er in seinem Blog auf Spiegel Online. Sein Wahlsieg sei der Abschied von klassischen rational- operierenden Medien, und der Übergang zu Gefühlsmedien; also weg davon, Nachrichten und Berichterstattung als objektiv

und ausgewogen zu betrachten. Aber impliziert das, dass die Medien und -schaffenden heute keinen so großen Einfluss mehr darauf haben, was die Mehrheit der Bevölkerung vom politischen Geschehen wahrnimmt und hält, geht der Trend ganz weg von "professionell"betriebenen Medien hin zum absolut freistattfindenden Bürgerjournalismus der in den sozialen Netzwerken seine Hauptzentrale hat?

Trumps Meinung bezüglich Journalisten und den Medien (zumindest in seinem Land) steht klar fest: "These people are the lowest form of life."So Trump über Journalisten.

Amerikanische Wissenschaftler und Journalisten machen sich ernsthaft Gedanken darüber, welchen Schaden Donald Trump als Präsident anrichten könnte - im Alleingang oder mit Hilfe des Kongresses. Das politische System der USA basiert auf dem System der "Checks and Balances". Der Präsident, das Parlament und das oberste Gericht besitzen jeweils einen Teil der Macht und kontrollieren sich gegenseitig. Dann kommt als vierte Zutat des Machtbreis noch die Medienwelt hinzu, deren Hauptaufgabe wiederum darin besteht das Sein und Tun der zuvor genannten zu überwachen und für das gemeine Volk verständlich herunter zu brechen. Die Washington Post macht sich ernsthaft Sorgen. Die Redaktion schrieb am 30. September: "Könnte er lange bestehende internationale Abkommen zerreißen? Millionen Menschen, die schon lange in den USA leben, zusammentreiben und ausweisen? Gigantische Zölle erheben? Terrorismus-Verdächtige mit Waterboarding foltern lassen? Ja, ja, ja und ja – ohne den Kongress auch nur zu fragen. Könnte er die

Medien daran hindern, über ihn zu berichten? Weitgehend ja. Könnte er die Regierung dazu nutzen, um seine Geschäfte zu befördern, und, wie angedroht, diejenigen schädigen, die er als Feinde ansieht? Ja, er könnte."Trump ist nicht Clown, Rassist, Waffenlobbyist, Sexist, Immobilienhai oder Bankrotteuer ist, wie ihn die Medien aus bekannten Gründen gerne portraitieren. Er ist jetzt Präsident, und welche Kompetenzen qualifizieren ihn für diese Verantwortung? Er ist geschäftstüchtig, sehr erfolgreich, aus einem Millionen-Startkapital ein Milliardenimperium aufbaute. Er selbst nannte seine Geschichte einmal eine klassische Cinderella Story. Nur ohne dem Waise-sein, arm-sein, und nichts-haben-Teil. Dafür brauchte es neben einem entsprechenden wirtschaftlichen Umfeld vor allem einen guten Geschäftssinn, branchenbezogenes Fachwissen, eine erhebliche Portion Durchsetzungsvermögen, Skrupellosigkeit und Instinkt. Sind das die Eigenschaften die man sich von einem amerikanischen Präsidenten. dem Mann der das mächtigste Amt der Welt bekleidet. wünscht?

Wie wir jetzt in Amerika gesehen haben: Je einseitiger die Medien berichten, umso mehr machen die mündig, zornig und kommunikationsmäßig unabhängig gewordenen Bürger das Gegenteil. Das soziale Netz entwickelt ohnehin sein Eigenleben. Was bleibt noch zu sagen? Die Geschichte über Donald-Trumps-Weg ins Weiße Haus ist geschichtsträchtig, gezeichnet von Skandalen, geprägt von der Berichterstattung über diese. Es macht durchaus Sinn darüber nachzudenken wie eines zum anderen führte, dennoch sollte sich stets vor Augen

gehalten werden, dass Schuldzuweisungen im Nachhinein wohl kaum sehr förderlich sein können, sie ändern ohnehin nichts mehr, würden gar noch mehr Hass schüren. Vielleicht wäre die Wahl anders ausgegangen, hätten die Medien anders über den Wahlkampf berichtet. Vielleicht wäre Clinton Präsidentin geworden, wenn es die sozialen Netzwerke nicht gäbe. Vielleicht schafft Trump die Pressefreiheit ab. Vielleicht baut er eine Mauer für die die Mexikaner bezahlen. Vielleicht, vielleicht.

Man wird sehen, wie sich die Dinge entwickeln. Die Medien werden darüber berichten, vielleicht.

[Miriam]

#### **VON DER MEDIENETHIK VERGEWALTIGT**

Was soll eigentlich "Medienethik" sein? Man tut sich gut daran, den Begriff erst aufzuteilen und dann separat zu analysieren. Medien, das ist so ziemlich alles, was uns umgibt und versucht mit uns (meist one-way) zu kommunizieren. Zeitungen, Fernsehen, Facebook und Co. so weit, so einfach.

Nun kommen wir zum schwierigeren Teil: Der Ethik. Der Duden beschreibt Ethik als etwas, das "das sittliche Verhalten von Menschen zum Gegenstand hat". Das ist zwar soweit plausibel, allerdings die Sitte und das damit einhergehende Verhalten mehr als flexibel. Abhängig von Bildung und Ausbildung, sozialem, kulturellem und geografischem Background kann dieses subjektive Empfinden diametral sein. So kann es sein, dass ein und dieselbe Karikatur in einer österreichischen Zeitung ohne Probleme veröffentlicht werden könnte, in einer US-Amerikanischen vielleicht aber nicht.

Ethik im medialen Sinn kann im besten Fall an die Menschenrechtskonvention angelehnt werden: keine Diskriminierung, Recht auf Freiheit und Recht auf freie Meinungsäußerung usw., aber selbst hier wird die Argumentation dünn, da die Menschenrechtskonvention in den USA keine Gültigkeit hat.

Versucht nun ein Medium medienethisch konform zu agieren, kann es dies maximal innerhalb der eigenen Zielgruppe machen, da sich andere Zielgruppen stets daran stoßen werden. Ein gutes Beispiel hierfür ist die Abbildung des Fotos vom 28.8.2015 in der Kronen Zeitung, welches ein paar der im LKW erstickten Personen zeigt. Die Zeitung wurde kurz darauf vom Presserat verurteilt und blieb somit ohne wirkliche Konsequenz, da der Rat faktisch kein Exekutionsrecht bzw.-grundlage hat. Vor allem von anderen Zeitungen (Falter, Standard, Süddeutsche) kam massive Kritik an der Veröffentlichung. Die meisten Krone Nutzer hatten kein Problem mit der Abbildung selbst, sondern forderten lediglich die Installation von Grenzkontrollen, ein paar hatten auch Mitleid und fanden den Vorfall "tragisch". Allerdings hat kurz darauf Florian Klenk (Chefredakteur, Falter) seine Meinung revidiert. Er kam zum Schluss, dass die Veröffentlichung an sich in Ordnung wäre, aber einen unpopulistischen, reflektierten Kontext benötige. Er lässt den Rahmen allerdings sehr offen.

In dieselbe Nische schlägt auch Martin Thür (Moderator, ATV), er wurde dabei aber viel konkreter. Für ihn ist es unproblematisch derartige Fotos abzubilden. Seiner Meinung nach sind wir alle derartig übersättigt von Gewalt in den Nachrichten, auf Facebook und Co., dass es kaum einen Unterschied macht, ob eine Zeitung Schockbilder abdruckt oder nicht. Für ihn ist dies aber an gewisse Bedingungen geknüpft: Es sollte ein transparenter und öffentlicher Prozess ("Aus dem inneren der Redaktion") stattfinden, warum ein Foto abgedruckt wird (oder eben nicht), zum Beispiel Meinungen der einzelnen Redakteure für und wider. Zusätzlich sollte seiner Meinung nach noch vorab, beispielsweise eine Seite davor, darauf hingewiesen werden, dass auf

der folgenden Seite ein entsprechendes Bild abgedruckt ist.

Insofern ermöglicht ein Abdruck eines Schockbildes – mit einem gut aufbereiteten Kontext – auch die Möglichkeit LeserInnen zu sensibilisieren und zu bilden.

Es stellt sich nun berechtigterweise die Frage, ob das Foto samt Artikel medienethisch vertretbar war oder nicht. Generell problematisch ist, dass Ethik nicht quantifizierbar ist. Es gibt keine klare Grenze, die allgemeingültig ist. Vielmehr ist es eine individuelle Befindlichkeit, die hier gegebenenfalls betroffen ist. Mit einer versuchsweisen Annäherung probiert sich der Österreichische Presserat. Hier urteilen Journalisten eines Magazins über Berichte und Artikel eines anderen Magazins. Es wäre eine nette Idee einer Selbstregulierung, wenn A) nicht de facto nahezu alle EntscheidungsträgerInnen befangen wären (sie arbeiten Großteils für ein Konkurrenzunternehmen) und B) es nicht absolut zahnlos wäre. Wenn sich Medien schon beginnen damit zu schmücken, wie viele Verurteilungen sie bekommen haben (siehe Krone Redakteure) oder aber diese schlichtweg ignorieren (siehe nahezu alle verurteilten Medien), kann man den Presserat eigentlich ersatzlos streichen. Was bleibt ist ein schaler Beigeschmack von einem Versuch, Fairness in der österreichischen Medienlandschaft zu etablieren.

Medienethik ist und bleibt eine akademische Disziplin, die im besten Fall rudimentär etwas mit der Realität zu tun hat. Schließlich bestimmen Auflagen und Leser, was gedruckt wird. Solange es nicht zum Beispiel strafrechtlich relevant ist, wird gedruckt, was gedruckt werden muss. Kaum eine Zeitung wird Themen der Blattlinie nicht bringen, wenn sie das Überleben bedeuten, aber medienethisch kritisch sind.

Was bleibt ist: Veröffentlicht alles, versucht es in den richtigen Kontext zu setzen und seid informativ, solange es euer Chefredakteur, die Blattlinie, die Investoren, die Werbetreibenden, die Eigentümer, die Kollegen, die Vorgesetzte und das Straf- und Privatrecht erlauben.

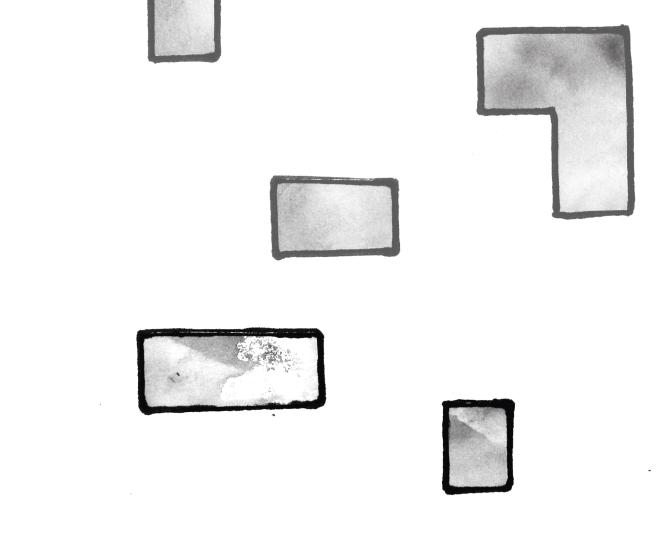
[Thomas]

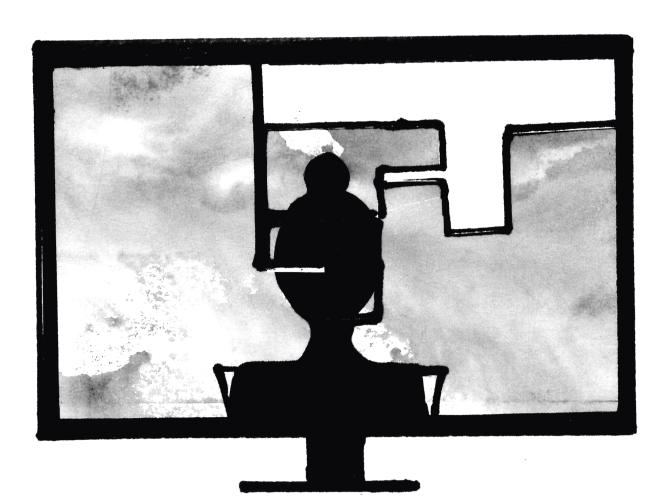
#### **WENN MEDIEN SCHOCKIEREN**

Wer kennt es nicht - es ist noch früh am Morgen, ist noch nicht einmal richtig aufgewacht, öffnet die Zeitung oder Nachrichten-App und schon bekommt man das Gefühl vermittelt, dass die Welt nicht mehr lange stehen wird. Egal ob es sich um wilde Verschwörungstheorien oder mordende Horrorclowns handelt, es gibt Massenmedien bei denen schlechte Nachrichten vorprogrammiert sind. Dieses Phänomen tritt aber wie gesagt nicht immer auf, auch wenn der Inhalt der verschiedenen Medien doch oft der gleiche bleibt. Es ist seit langem eine bekannte und mit Eifer verfolgte Linie des Boulevardjournalismus Nachrichten so zu verpacken, dass sie mit möglichst viel Spannend und Neugierde vom Leser aufgenommen werden. Die Tatsache alleine, Nachrichten so weit ausschmücken zu wollen als das die Wirkung spannender wird, kann an sich noch nicht als extrem verwerflich bezeichnet werden. Vielmehr liegt das Problem in der konkreten Umsetzung dieser Strategie, denn was in der Theorie noch harmlos klingen mag, kann oft mehr in einer Gesellschaft auslösen als einem vielleicht im ersten Moment bewusst ist. Man sollte sich die Frage stellen, ob nicht genau der Versuch des Boulevards, schlimme Nachrichten noch schlimmer zu machen, an so manchem Schuld ist. was sich so ereignet.

Man denke an ein wohl relativ bekanntes Beispiel aus der jüngsten Vergangenheit – den 'Horrorclowns'. Eine Reihe von Verbrechen oder Bedrohungen, ausgeübt durch Menschen in Clown-Verkleidungen, die in den USA stattfanden. Von den ersten Taten hörte man außerhalb der Staaten nur sehr wenig, erst als sich die Fälle häuften und noch skurriler wurden, sprangen die ersten europäischen und damit auch österreichischen Medien auf. Die Berichterstattung war aus Journalismus-ethischer Sicht wohl eher verwerflich als gerechtfertigt, was eventuell auch zu den Folgen beitrug. Denn erst als das Thema ,Horrorclowns' extrem aufgebauscht worden war, ereigneten sich auch immer öfter in Österreich und Europa vergleichbare Fälle. Verbrechen die wohl hätten verhindert werden können. Denn auch wenn Boulevardmedien am ersten Blick nur die Rolle des Berichterstatters ausübten, war der Inhalt offensichtlich doch mehr als nur die reine Nachricht. Kenntnis über die Vorfälle in den USA bestand ja zu einem kleinen Teil auch in unseren Breiten, Nachahmung wurde dadurch jedoch noch nicht ausgelöst. Erst als die unterschwellige Vermittlung der Skurrilität aber auch Grausamkeit der Verbrechen immer mehr gepusht wurde, traten solche Fälle auch bei uns auf.

Es stellt sich also die Frage: Was soll man dagegen tun? Man wird den Boulevardjournalismus mit all seinen, zum Teil vielleicht auch bedenklichen Vorgehensweisen, nicht verhindern oder verbieten können. Auch wird dieser seine Arbeitsweisen nicht einfach so von heute auf morgen ändern. Das einzige was im Rahmen des möglichen ist, ist wohl Leute auf das Phänomen und die Strategien des Boulevards aufmerksam zu machen, kritisch zu hinterfragen und nicht immer alles so anzunehmen wie es berichtet wird. [Lena]





#### **INFLUENCER 2.0**

Es war einmal die Idee eines Tagebuchs. Keinem mühsam unter dem Kopfkissen versteckten, sondern einem öffentlich zugänglichen Online-Tagebuch, dem sogenannten Blog. Die ersten dieser Art sind Mitte der 90er Jahre entstanden und es hättewohl damals niemand gedacht, dass sich mit dem Bloggen mal Geld verdienen ließe. Genau das ist aber passiert: Heute gelten Blogger als wichtige Multiplikatoren und stellen insbesondere für Unternehmen ein wichtiges Kommunikationsinstrument dar; Experten sprechen von einem eigenen Geschäftsmodell. Wir wollten uns unser eigenes Bild machen und haben dafür die Food- und Lifestyle Bloggerin Mirela Hrnić von **coralandmauve.at** getroffen. Ein Interview über Verantwortung und Transparenz, aber auch über persönliche Grenzen.

Hi Mirela, schön, dass du Zeit für uns gefunden hast. Dein Blog "coral and mauve" ist seit 2010 online. Wie kamst du zum Bloggen und was ist deine persönliche Intention?

Ein Stück weit aus Langeweile, aber primär aus meiner Leidenschaft zum Schreiben und Fotografieren heraus. Ich war damals häufig im Online-Forum eines Beauty-Magazins unterwegs, dort haben ein paar Leute gebloggt und ich habe dann irgendwann angefangen, Food- und Beautyfotos zu posten. Die Leute sind dann mit der Zeit darauf aufmerksam geworden und haben immer häufiger nachgefragt, warum ich es nicht auf eine Plattform stelle. Ich habe mich daraufhin ein bisschen

umgeschaut und da es damals in Österreich noch nicht viele Blogs gab, dachte ich mir "Hey, wenn die das können, dann kann ich das auch". Ich hätte damals niemals erwartet, dass ich das 6½ Jahre später immer noch machen würde, aber es macht mir unglaublich viel Spaß, weil's einfach immer wieder was Neues ist.

Allein dein Blog hat 20.000 Leser\*, zusätzlich folgen dir mehr als 18.000 Menschen auf Instagram. Welche Zielgruppe sprichst du an?

Meine Hauptzielgruppe sind 20 – 30 Jährige - hauptsächlich weiblich - die an Themen wie Reisen, Essen und Kosmetik, aber auch an dem Leben in Wien interessiert sind. Bei den meisten Lesern handelt es sich um Studenten oder Akademiker.

Blogs spiegeln die Persönlichkeit seines Verfassers wider & stehen für authentische und ehrliche Inhalte. Das erweckt bei den Lesern Vertrauen. Wie würdest du deine Verantwortung den Lesern gegenüber einschätzen?

Ich schätze meine Leser so ein, dass sie kritisch genug sind, um Inhalte zu hinterfragen und zu reflektieren. Ich merke ja, dass sie sich auch kritisch äußern und beim Thema Werbung Fragen stellen und sich bewusst sind, dass manche meiner Inhalte Werbung sind. Natürlich macht es einen Unterschied, wenn Werbung bewusst wahrgenommen wird und

nicht alles blind nachgekauft oder probiert wird, weswegen ich bezahlte Inhalte auf meinem Blog auch besser mit meinem Gewissen vereinbaren kann.

Unternehmen entdecken Blogs inzwischen zunehmend als Werbefläche, Blogger gelten schließlich mittlerweile als "Opinion leader". Wie stehst du persönlich zu Bezahlung für Inhalte?

Jeder, der meinen Blog kennt, weiß, dass ich bezahlte Werbung schalte. Man sollte wissen, dass ich nicht alles blind annehme, sondern dass ich vielmehr zu meinen Prinzipien stehe und abwäge. Glück icherweise kann ich mich da auf meine Erfahrungen berufen, mein Bauchgefühl sagt mir mittlerweile mit welchen Agenturen/Unternehmen eine Zusammenarbeit funktioniert und wo nicht. Mir ist es dabei wichtig, dass man sich auf einer Augenhöhe begegnet und nur für Firmen wirbt, bei denen man dahinter steht. So hatte ich beispielsweise erst kürzlich eine Produktanfrage von

einem Unternehmen, dessen Produkt mir aber vollkommen fremd war. Ich habe daraufhin um ein Treffen gebeten, um das Produkt testen zu können und mir ein Bild davon zu machen. Von dem Unternehmen habe ich dafür null Verständnis erfahren, weswegen ich schlussendlich abgelehnt habe. Generell würde ich sagen, dass man kritisch zu Werbung stehen sollte, aber ich verteufle Werbung nicht. Als Blogger sollte man sich durchaus für Inhalte bezahlen lassen dürfen, schließlich steckt man da sehr viel Arbeit rein. Denn das Schönste ist es wirklich, mit seinem Hobby Geld verdienen zu können. Ich persönlich finde es schlimm, wenn Menschen das per se scheiße finden und fordern, dass Bloggen unbezahlt bleiben muss. Das sind dann meistens die Leute. die extrem hohe Anforderungen an professionelle Inhalte, qualitativ hochwertige Fotos, etc. stellen. Hier muss man einfach ein gesundes Maß finden.

Sobald Unternehmen und Blogger eine Geschäftsbeziehung eingehen, ist das

#### Verhalten des Bloggers beeinflusst. Würdest du sagen, die Glaubwürdigkeit von Bloggern leidet darunter?

Das ist eine schwierige Frage, es gibt da ganz unterschiedliche Zugänge dazu. Mein Zugang entsteht durch meine jahrelange Erfahrung. Auch wenn ich Geld für gewissen Content verlange, heißt das nicht, dass ich direkt ins Schwärmen gerate - nein. ich betrachte das schon mit Abstand. Da ich grundsätzlich nur für Produkte werbe, die ich wirklich gut heiße, passt das für mich auch. Ein ganz wichtiger Punkt ist hier aber Ehrlichkeit. D.h. dem Leser gegenüber ehrlich zu sein, jegliche Werbung kennzeichnen und die Entscheidung dem Leser abzugeben, ob sie dir glauben oder nicht. Das heißt aber nicht, dass Blogger generell, nur weil derjenige Werbung schaltet, unglaubwürdig ist. Es kommt da immer auf den konkreten Blogger an und wie er/sie damit umgeht. Ich selbst habe in dem Hinblick noch keine negativen Erfahrungen gemacht. Meine Leserschaft hat sich nicht negativ dazu geäu-Bert, dass ich teilweise Geld

für bestimmte Contents verlange. Ich versuche da aber auch einen Mehrwert für den Leser einzubauen. Früher musste ich mir oft anhören, warum ich nie schlecht über irgendetwas schreibe. Das liegt daran, dass ich nie den Anspruch an mich selbst hatte, einen Blog zu schreiben, der bewertet - also wie richtige Reviewblogs. Ich möchte über Dinge schreiben, die ich mag und nicht meine Zeit nicht für Dinge, die ich nicht mag, verschwenden. Wenn mir etwas gar nicht gefällt, dann lehne ich die Kooperationen ab. Das ist mir lieber, als negativ über ein Produkt zu schreiben, weil das einfach nicht zu meinem Blog passt. Ich bin da sehr kritisch und sortiere lieber aus.

"coralandmauve" ist Teil des Lifestyleblogger-Kodex, der dafür eintritt, Standards in der Arbeit zwischen Bloggern und Unternehmen zu etablieren. Kannst du uns ein bisschen mehr dazu erzählen?

Es geht darum, das man Standards in der Zusammen-



arbeit zwischen Bloggern und Unternehmen findet, wenn es um bezahlte Inhalte, aber auch um Einladungen und Ähnliches geht. Ein Großteil davon sind Transparenz, Kennzeichnung von Werbung, aber beispielsweise auch technische Dinge wie Linksetzung etc. Außer der Kennzeichnungspflicht für bezahlte Artikel im Mediengesetz (§26 MedienG) gibt es bisher leider kaum gesetzliche Grundlagen, die sich mit diesen Fragen beschäftigen. Es geht auch insgesamt darum, die Zusammenarbeit für alle Seiten zu erleichtern und für die Leser transparent zu machen, Rahmenbedinaungen zu etablieren, an die sich alle halten und eine Art Selbstkontrolle einzurichten. Das stärkt auch die Branche an sich und erhöht die Glaubwürdigkeit.

Dein Blog ist eine Art Aushängeschild - Du stehst unter einem gewissen Druck, Tag für Tag neue Texte zu veröffentlichen. Daher last but not least eine etwas persönlichere Frage: Wie siehst du deine Verantwortung dir selbst gegenüber? Wie viele

#### private Inhalte aus deinem echten Leben würdest du veröffentlichen?

Als ich 2010/2011 mit dem Bloggen anfing, habe ich sehr viel privater und persönlicher geschrieben, da es sich bei dem Blog eher um eine Art Online-Tagebuch gehandelt hat. Ich habe also von meinem Berufs- und Unialltag erzählt, wie es mir gerade geht und was ich so mache. Irgendwann kam dann der Punkt, an dem ich gemerkt habe. dass das, was man da so von sich gibt, doch ein paar mehr Menschen lesen. Es kam also ein Stück weit automatisch, dass ich da etwas verschlossener wurde. Natürlich teile ich immer noch sehr viel aus meinem privaten Leben, aber bin in dem Hinblick doch vorsichtiger und etwas unpersönlicher geworden. Ich wäge insgesamt mehr ab und rücke bspw. sehr Privates wie Beziehung, Familie und Freunde nicht in den Vorderarund. da das einfach nicht Thema meines Blogs ist. Ich weiß zwar sehr wohl, wie ich mit persönlicheren Inhalten mehr Klicks generieren könnte, aber für mich persönlich ist das

einfach nichts. Ich nehme gerne in Kauf, weniger Klicks zu kriegen, aber dafür ein Privatleben zu haben.

### Liebe Mirela, vielen Dank für das Interview.

[Claire]

Anm. Red.: Dabei handelt es sich um sogenannte "Unique Visitors", d.h. jeder Seitenaufruf einer IP-Adresse wird nur einmal gezählt, egal wie häufig der Blog in einem bestimmten Zeitraum besucht wurde.

#### LIKEST DU NOCH ODER **JODELST DU SCHON?**

In den sozialen Netzwerken wird es nie langweilig, neue, bessere Apps und soziale Netzwerke sind ständig im Wandel. Wer Jodel noch nicht kennt, sollte sich bald mit der neuen "Studentenapp" befassen.

Sinn und Zweck ist es ausnahmsweise nicht, sich selber ins rechte Licht zu rücken und so viele Informationen wie möglich von sich preiszugeben. Ganz im Gegenteil, das Geheimrezept dieser App ist Anonymität.

Nun reicht dieser Aspekt aber heutzutage noch lange nicht aus um als sehr gefragt zu gelten. Was also steckt hinter dieser Studentenapp und was ist der Sinn und Zweck dahinter?

"Fun Facts", diese zwei Wörter beschreiben diese App ganz gut, denn man macht nichts anderes als interessante, lustige Fakten und Erlebnisse aus dem Alltag zu posten. Die Hemmschwelle des "Autors" sinkt natürlich mit dem Wissen, dass man nicht wie bei Facebook eine Identität hat und somit kommt. es zu einer Reihe von skurrilen und witzigen Meldungen.

Es wäre aber nur halb so lustig wenn das schon alles gewesen wäre.

Andere "JodlerInnen" können deine Meldungen kommentieren, was mittlerweile auch häufig dazu dient, dass sich der ein oder andere über alle Hindernisse der Anonymität hinwegsetzt und es schafft, mit der anderen Person im "echten" Leben oder auf einer

Eben fragte mich ein Ersti, wo die Bib ist. Ich lache und klopfe ihm auf die Schulter.

-Ich, sechstes Semester, war noch nie in der Bib

Professor zu mir in der Übung: "Trinken ist <u>bei mir leider nicht</u> erlaubt!"

Ich: "Aber Herr Professor Ihr Stoff ist so trocken!

#konterdesjahres

Wenn jemand sagt Jodel sei gesellschaftlich nicht gut: -man knüpft soziale kontakte: kik -man ist politisch aktiv: witze über trump oder Van der Bellen

-Grammatik: man korrigiert Rechtschreibfehler

-gadse



anderen Plattform in Kontakt zu treten. Au-Berdem kann man jeden Beitrag "upvoten" und "downvoten", so ergibt sich im Laufe des Tages eine Liste von den besten Beiträgen, denen mit den meisten "upvotes".

Hauptsächlich wird Jodel von StudentInnen benutzt, was man zwar nicht nachprüfen kann. Die Hauptthemen drehen sich um das Universitätsleben, die Liebe, Essen und nicht zu vergessen- um Katzen, beziehungsweise wie es in der Jodlersprache heißt, "Gadsen".

Diese Community hat so einige Eigenheiten, jedoch ist es auf jeden Fall eine empfehlenswerte App, auf deren Weg man leicht Saufkumpanen finden kann oder vielleicht auch die ganz große Liebe.

[Ena]

#### **#BESTPRACTICE STUDIUM:** CHRISTIAN

#### Beschreibe bitte kurz, wer du bist und was du jetzt nach deinem Studium machst.

Ich arbeite seit Ende 2012 für die Werbeagentur WIEN NORD, in der ich seit dem Herbst 2016 als Creative Director tätig bin. Davor habe ich innerhalb der Agentur als Texter bzw. Kundenberater gearbeitet und konnte so sehr facettenreiche Erfahrungen in doch recht unterschiedlichen Feldern der Werbung sammeln. Dafür bin ich dankbar.

Daneben arbeite ich seit rund zwei Jahren als Gastvortragender am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaften, was mir großen Spaß macht. Ich halte abwechselnd eine AT-WERB und eine UE-WERB. Der Kreis schließt sich also irgendwie.

### Wie bist du zu deiner Arbeit gekommen?

Angefangen habe ich – wie wohl jeder in unserer Branche bzw. wie jeder Vertreter der "Generation Praktikum" – mit einem ebensolchen. Und einen Praktikumsplatz in der Werbung zu erhalten, braucht schon häufig viel Geduld und die Fähigkeit, mit Frust umzugehen. Denn vielfach bekommt man nicht mal eine Antwort oder zumindest Absage. Das frustriert einen natürlich als jungen Uni-Absolventen voller Tatendrang. Man will machen. Ich bin froh, dass mir diese Gelegenheit gegeben wurde.

Ich habe Publizistik und Italienisch an der Romanistik studiert. Quereinsteiger, die nicht von der Werbeakademie kommen oder ohne iealiche Vorerfahrung einen Weg in die Werbebranche finden wollen, haben es dabei nicht grad leichter. Umso wichtiger ist es, nicht locker zu lassen. Eine kreative Bewerbung abzuliefern. Mit branchennahen Leuten zu reden. Irgendwie geht etwas auf und man bekommt den Fuß in die Tür. Und dann liegt es eigentlich nur mehr an einem selbst. Zeig, was du drauf hast. Welchen Ausbildungs-Background du hast, ist dabei nebensächlich, finde ich.

Wie sieht dein Tagesablauf

#### bzw. dein tägliches Aufgabengebiet so aus?

Wir planen, erstellen und begleiten in unserem Team, das aus der Kundenberatung und der Kreation besteht, werbliche Kommunikationsmaßnahmen aller Art. Das heißt alles vom TV- oder Hörfunk-Spot, über das Plakat oder die Print-Anzeige, bis hin zum Fluablatt in der Post. Das Spannende daran ist das breite Spektrum an Aufgaben. An manchen Tagen kann man Geschichtenerzähler, Regisseur, Gestalter und Kommunikator in einem sein. An anderen steht einem das Wasser bis zum Hals und man sieht kein Ende mehr vor lauter Deadlines, Layout-Abgaben oder neuen Job-Briefings und der Arbeitstag hat schon mal 12 Stunden plus. Das hält sich Gott sei Dank in Grenzen. Aber fad wird es zumindest nie, soviel ist sicher.

Was wolltest du zu Beginn deines Studiums werden (und in wie weit hat sich deine Zielsetzung durch das Studium verändert)? Ursprünglich wollte ich immer Paläontologe oder Meeresbiologe werden. Manchmal bereue ich das, weil ich den Natur-Aspekt in meinem Beruf teils schon vermisse. Werbe-Abenteuer erlebt man eher selten in der Wildnis. Nach der Matura wollte ich eigentlich Filmregie machen. Die Leidenschaft für Film und visuelles Erzählen ist geblieben.

Ich habe damals das PKW-Studium gewählt, weil es sehr breit aufgestellt ist. Mit Italienisch habe ich daneben ein reines Interessensstudium gewählt. Das ist etwas, das ich nur jedem raten kann: studieren, um eigene Interessen zu vertiefen. Nicht nur, um gezielt auf eine Branche hinzuarbeiten. Leider wird einem das nicht mehr so leicht gemacht. Mieten und Rechnungen wollen bezahlt werden. Da sind Job-Erfahrungen oft wichtiger - und lukrativer - als persönliche Interessensfelder. Das ist schade, aber leider die Realität.

Wie viel des Studiums kannst du für deine jetzige



#### Tätigkeit brauchen und welche Übungsfelder hast du eigentlich gewählt?

Ich würde nicht sagen, dass das Studium zwingend notwendig für meine jetzige Tätigkeit ist, obwohl ich Schwerpunkte in Werbung und TV gewählt habe. Kreatives Arbeiten kann man schwer in eine Formel oder ein Lehrbuch packen. Aber man kann es definitiv lernen.

Worauf ich jedoch nicht verzichten möchte, ist das methodische und reflektierte Arbeiten, das einem an der Universität vermittelt wurde. Eine kritische Grundhaltung. eine Kenntnis über Wahrnehmungsprozesse oder Nutzerbedürfnisse. Was während dem Studium oft trocken wirkte, kommt einem in der Praxis durchaus laufend unter. Es tritt weniger "formelhaft" in Erscheinung, aber je mehr man über Kommunikation und ihre Mechanismen weiß, umso breiter denkt man im Berufsalltag. Das war und ist wirklich nützlich.

### Wo siehst du dich zukünftig?

Noch macht mir die Werbung Spaß. Das ist das Gute an diesem Feld. Es wächst und verändert sich mit der Gesellschaft, nimmt Trends, Strömungen und Ausdrucksformen in sich auf. Man lernt jeden Tag ein bisschen dazu. Aber ich würde manchmal auch gern ein bisschen mehr Zeit haben. Für den unterdrückten Meeresbiologen in mir.

#### Welchen Rat würdest du den jetzigen Studierenden mit auf den Weg geben?

Durch meine Vortragstätigkeit an der Universität habe ich dazu erfreulicherweise manchmal Gelegenheit. Es tut gut zu sehen, dass meine Studentinnen und Studenten und mich zwar knapp 10 Jahre trennen, aber wir uns einig sind, was man sich vom Studium, vom Berufsleben oder auch von guter Werbung erwarten können sollte. Ich versuche, ihnen einen ungeschönten, ehrlichen Blick aus der Sicht eines zu geben, der vor Kurzem noch in derselben Leersaalbank gesessen ist und womöglich noch nicht genau wusste, was er

später machen will. Aber das Beste dabei ist, dass ich bei jeder LV mindestens genauso viel von ihnen lernen kann. Sie sind offen, am Puls der Dinge und neugierig. Wenn man in der Werbung arbeitet, darf man sich das nie austreiben lassen.

**NEWS: INSTITUT** 

Seit diesem Semester gibt es eine **neue e-Fachtutoriumskoordinatorin**. Herzlich Willkommen **Lisa Karasek**!



Auch neu in diesem Semester: Der *Institutswein*. Unter dem blauen Label "ComVino" kann man seinen Abschluss mit einem speziell ausgesuchten Tropfen feiern. Aus Weinen von verschiedensten österreichischen Winzern wurden ein Rot- ein Weißwein und ein Sekt zum Institutswein des Jahres gekürt. Dies soll in den kommenden Jahren etabliert werden. Zu kaufen aibt es den Wein mit "dem blauen Label" im 7. Stock (Raum 7.21).

Vom 20.-22.10. fand zum zweiten Mal die *Under.docs-Fachtagung* (ab Bachelor- bis Prae-Doc Niveau) zu Kommunikation - Kategorien, Typen und Stereotype in Geistesund Sozialwissenschaften

an unserem Institut statt. Es wurden Forschungsprojekt zu den Themen filmtheoretische und historische Perspektiven, Visualität. Fremdheitsdiskurse, Medienwirkung, sexuelle Identitäten, Wissenschaftsforschung und Kategorien in Sprache und Sprechakten präsentiert. Außerdem konnten wieder verschiedene Workshops zu spannenden Themen besucht werden. Die Vorbereitung für die nächste under.docs- Tagung läuft schon! Mehr Informationen unter www.underdocs.univie. ac.at und facebook.com/underdocs

Am 07.11., 14.11. und 21.11. hielt Dr. Andreas Koller im Rahmen der Theodor-Herzl-Dozentur drei Vorträge zum Thema *Journalismus Macht Wirklichkeit*. Die drei Vorträge gliederten sich in die Themen Journalismus und Zeitgeist, Journalismus und Moral und Journalismus und Politik.

Am 21.11. fvand die dritte Alumni Lounge, veranstaltet vom Alumniverband der Universität Wien, zu dem Thema "Wer zahlt für guten Journalismus" an unserem Institut statt. Es diskutierten Sibylle
Hamann, Fritz Hausjell,
Maria Jelenko-Benedikt und
Alexander Wrabetz. Die
Moderation übernahm Rubina
Möhring. Im Anschluss konnte
bei einem Glas des kürzlich
gekürten Institutsweins in informellem Rahmen geplaudert werden. Wer für guten
Journalismus zahlt, wissen wir
leider immer noch nicht.



Seit O1. November dürfen wir Sophie Lecheler als neue Professorin bei uns am Institut begrüßen. Sie hat seit diesem Semester die Professur für Politische Kommunikation inne. Zuvor war sie an der Amsterdam School of Communication Research tätig.



#### **DIE BUCKLIGE WELT**

FACTS: CURRICLUM

Um als Studienrichtungsvertretung gut und effizient arbeiten zu können und dabei die Motivation und den Spaß an der Sache nicht zu verlieren, bedarf es manchmal eines Ortswechsels. Deshalb fährt die IG Publizistik ein Mal im Semester auf Seminar. So auch diesen Herbst. Wie schon des Öfteren zog es uns nach Kirchschlag in die Bucklige Welt. Hier, im Gasthof Hönig, widmeten wir uns bei bester Verpflegung den Themen Wissenstransfer und der Arbeit am neuen Curriculum.

Diese Themen drängen sich aktuell auf, da demnächst einige Veränderungen anstehen. Zum einen ist die IG Publizistik mit einem kontinuierlichen Wechsel von Mitgliedern konfrontiert. Denn die alten Hasen beenden ihr Studium und neue IG'lis bereichern die Studienrichtungsvertretung. Hier stellt sich natürlich die Frage, wie das Wissen am besten gesichert und weitergegeben werden kann.

Und auch das Thema Studienplan hat eine gewisse Brisanz, da das neue Curriculum bereits im Wintersemester starten soll/muss. Hier stellten wir uns die Frage, wie unser Studium gestaltet sein muss, damit Studierende möglichst viel Wissen und Fähigkeiten erlernen können. Wir haben einige Punkte ausgearbeitet, die aus Studierendensicht wichtig bei der Planung des neuen Studienplans sind: \*Zum einen sollen unnötige Voraussetzungsketten keinen Platz im Curriculum finden

Nach zwei Tagen intensiver Diskussionen, konstruktiver Arbeit und lustiger Abendunterhaltung fuhren wir durchs winterlich verschneite Niederösterreich wieder zurück nach Wien.

#ES SOLL MEHR WAHLMÖGLICH-KEITEN BEI DEN VORLESUNGEN GEBEN

#DAS FACHTUTORIUMS-PROJEKT SOLL WEITERHIN IM STUDIENPLAN VERANKERT SEIN

#DIE FREIEN WAHLFÄCHER SOLLEN ÜBERSICHTLICHER GESTALTET WERDEN

**#ES SOLLTE NUR MEHR EIN BACHELORSEMINAR GEBEN.** 

#METHODENLEHRE SOLL EXPLIZIT IM STUDIENPLAN ETABLIERT WERDEN

Nähere Informationen zum Curriculum und zur Kommission findet ihr im Artikel!

#### **DER GEIST VON BOLOGNA**

Was haben der 250. Geburtstag von Goethe, der Kosovo-Krieg oder die letzte totale Sonnenfinsternis in Mitteleuropa mit der aktuellen Hochschulpolitik gemeinsam? Richtig, fast gar nichts. Wäre da nicht die 1999 unterzeichnete Bologna-Erklärung. Die damaligen europäischen Bildungsminister beschlossen unter anderem die Einführung der von Studierenden inzwischen so fleißig gesammelten ECTS sowie ein zweistufiges System von Studienabschlüssen, in Form von Bachelor und Master. Der Aufschrei durch die Fachwelt war damals groß. Hauptkritikpunkte waren eine Verschulung des universitären Lehrplans und die Abschaffung von Diplom- und Magisterabschlüssen. Auch knapp 17 Jahre nach der Reform klingt die Kritik nicht ab. Unzureichend ausgebildete BachelorabsolventInnen, die geringe Anzahl von Masterstudienplätze und meist fest vorgegebene Lehrinhalte werden am häufigsten bemängelt. Dem gegenüber stehen ein schnellerer Berufseinstieg durch den mit einer Regelstudienzeit von sechs Semestern angesetzten Bachelor und eine flächendeckende Vergleichbarkeit der Lehrveranstaltungen durch die Einführung der ECTS.

Manch findigeR LeserIn würde nun sagen, was hat das mit dem Institut für Publizistikund Kommunikationswissenschaft zu tun?
Ganz einfach: Sieben Jahre nach der 10-jährigen Umsetzungsfrist der europäischen
Hochschulen wird voraussichtlich zum Wintersemester 2017/18 der Bachelor of Arts und
Master of Arts an unserem Institut eingeführt.
Bis es soweit ist, gilt es jedoch, die neuen

Curricula auszuarbeiten. Zu diesem Zweck wurde zu Beginn dieses Semesters eine curriculare Arbeitsgruppe eingesetzt. Neben Instituts- und Lehrpersonal sind auch die Studierenden durch zwei Mitglieder der IG Publizistik vertreten. Alle zwei Wochen kommen die Beteiligten in der Währinger Straße 29 zusammen und diskutieren über die Ausarbeitung des Studienplans.

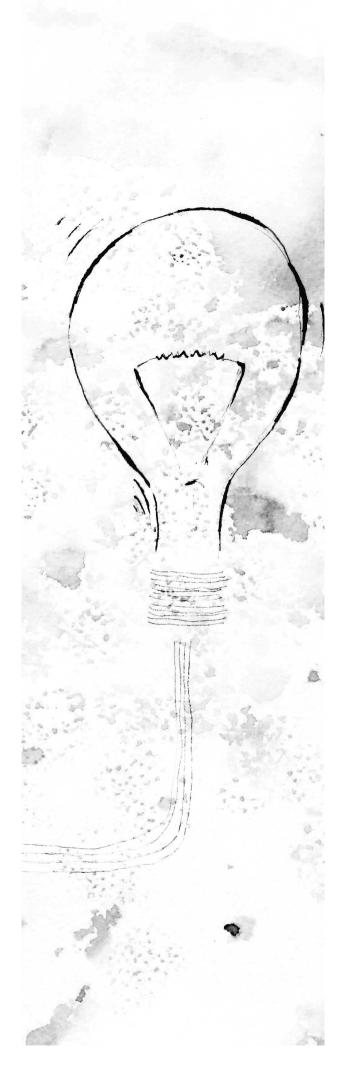
Vielen Studierenden werden sich vermutlich jetzt schon einige Fragen aufdrängen. Welche Vorlesungen wird es geben? Sind grundlegende Neuerungen des Studienplans vorgesehen? Wird eine STEOP eingeführt? Werden Veränderungen an den Praxisfeldern vorgenommen? Findet das Publizistikfest weiterhin statt? Gibt es eine Möglichkeit, in den Bachelor zu wechseln? Falls ja, wie?

Um die wichtigste Antwort gleich vorweg zu nehmen - klar, wir werden auch weiterhin für euch mindestens einmal im Semester das Publizistikfest ausrichten. Darüber hinaus wird es eine einsemestrige STEOP geben. Wir werden uns dafür einsetzen, dass diese nicht als eine weitere Hürde für unseren Studiengang, sondern als eine tatsächliche Studien- und Orientierungsphase umgesetzt wird. Es mag zunächst ermüdend klingen, dass spezifische Methodenseminare geplant sind. Allerdings soll somit gesichert werden, dass alle Studierende gewisse Methoden anwenden und verstehen können. Außerdem ist eine fundierte Kenntnis der Methoden eine wichtige Voraussetzung einer Bachelorarbeit. Besonders freut uns, dass es in Zukunft nur noch eine

Bachelorarbeit geben soll. Ansonsten bleiben aus dem aktuellen Studienplan auch einige Dinge erhalten. Es ist geplant, weiterhin 60 ECTS aus freien Wahlpflichtfächern einzubringen und auch die Fachtutorien werden weiterhin bestehen. Abgesehen davon lässt sich bisher leider wenig Konkretes zu den Studienplänen sagen, da die Arbeit der Kommission gerade erst angelaufen ist. Außer, dass wir uns die beste Mühe geben werden, sie im Sinne der Studierenden zu gestalten. Wichtig ist auch zu erwähnen, dass der konkrete Studienplan erst zum Frühjahr feststehen wird.

Falls ihr noch wichtige Punkte habt, die eurer Meinung nach schon immer in unserem Studium gefehlt haben, sich ändern sollten oder ihr generell mehr über dieses Thema erfahren wollt, könnt ihr uns gerne kontaktieren. Ihr erreicht uns per Mail und telefonisch oder persönlich zu den Journaldienstzeiten im IG-Kammerl (3. Stock, links). Ansonsten treffen wir uns jeden Mittwoch um 18 Uhr zum Plenum, ebenfalls im IG-Kammerl. Schaut einfach mal vorbei:)

[Bene, IG Publizistik]



#### **AUS DEM LEBEN EINES "ERSTIS"**

Alles neu – Ein neuer Lebensabschnitt beginnt

Man arbeitet so lange auf diesen einen Tag hin. Endlich ist er gekommen, der erste Tag als Student an der Universität! Aus einer Mischung aus Freude und Angst überwiegt zunächst die Freude, sich nach 4 Jahren Volksschule und 8 Jahren Gymnasium endlich Student nennen zu können. Mein Vorteil gegenüber einigen "Erstis" ist, dass ich mich im Vorfeld nicht um eine WG oder Wohnung kümmern musste. Ich lebe noch bei meinen Eltern und das ist auch gut so! Den Stress wollte ich mir nicht antun und solange meine Eltern noch nicht die Schnauze voll von mir haben, ist mir das durchaus recht.

Der erste Tag an der Uni begann eigentlich nicht ganz so gut, denn die erste negative Überraschung kam schon auf dem Weg in die Einführungsvorlesung auf mich zu. Die U2-Station Schottentor war bum voll! Selten hatte ich so viele Leute in einer U-Bahn-Station gesehen. Nicht einmal nach einem Spiel der Fußballnationalmannschaft war so viel los, wie an diesem Tag. Nachdem ich mich durch die Menschenmasse bis zur

Universität gequetscht hatte, gab es auch endlich freudige Momente. Gratis Goodies, gratis Kaffee, gratis Zeitungen. Man konnte meinen, das war ein guter Einstieg in das Studentenleben!

Dadurch, dass einige meiner Freunde schon länger studieren, gaben sie mir einen sehr wichtigen Tipp, den ich verinnerlicht hatte: "Komm mindestens 15 Minuten vor Beginn deiner ersten Vorlesung zur Uni! Sonst sitzt du am Boden. und glaub mir, das willst du mit Sicherheit nicht!" Gut, dass ich auf sie gehört hatte, denn das Audimax war fast voll. Der erste Eindruck meiner Kommilitonen war so, wie ich ihn mir auch erwartet hatte: es gab viele Frauen (was mir als Mann natürlich ein Lächeln in mein Gesicht zauberte) und gefühlte 50 Prozent der Anwesenden waren Deutsche. Nach diesem Tag war ich nur noch erledigt und musste das ganze erst mal sacken lassen. Wie gut, dass die nächste Vorlesung erst in der folgenden Woche stattfand!

Die nächsten Vorlesungen waren sehr unterschiedlich,

von "Wieso ist die Vorlesung schon vorbei?" bis "Oh mein Gott, endet diese Vorlesung denn nie!?" war alles dabei, doch das war zu erwarten.

Mein persönliches Highlight des Studiums ist auf ieden Fall das STEP 1 Tutorium. Eine interessante Gruppe, ein Thema, welches mir definitiv zusagt und ein netter Tutor, der sich bemüht, uns Erstis auf einer freundschaftlichkollegialen Art und Weise etwas beizubringen. Eigentlich schade, dass wir das nur alle zwei bis drei Wochen erleben dürfen. Im Laufe des ersten Semesters bekomme ich schon schnell die ersten Effekte zuspüren. Man geht nicht nur an Wochenenden fort, sondern unternimmt auch unter der Woche sehr viel mit seinen Freunden und Studienkollegen. Durch das Präsenztutorium lernt man schnell neue Bekanntschaften kennen und verknüpft sich mit anderen Erstis, was definitiv von Vorteil für das restliche Studium sein wird. Man lernt sich selbst zu organisieren und lernt, die wichtigsten Informationen für sich selbst herauszufiltern. Im Moment macht das Leben und

WANTED: REDAKTEUR/INNEN

das Studium richtig Spaß, und schon bald werde ich kein Ersti mehr sein, denn dann geht auch schon das zweite Semester los.

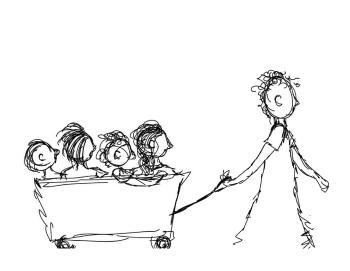
PS: Und hier noch ein kleiner Tipp für alle Erstis und auch für alle restlichen Studenten: Eine App, die ich jedem Student und jeder Studentin empfehlen kann, ist Jodel. Meiner Meinung nach DIE App für Studenten, doch lest am besten den Artikel im Zündstoff!

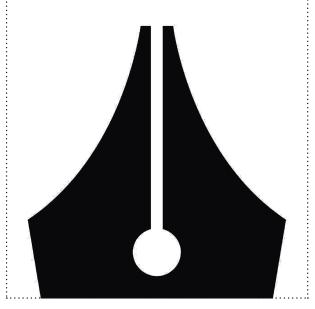
[Labi]

#### WIR SUCHEN LAUFEND NEUE TALENTE, SCHREIBFREUDIGE UND KREATIVE ALLER ART!

Du schreibst gerne, bist kreativ und journalismusbegeistert? Du möchtest schwarz auf weiß publiziert werden, Erfahrungen teilen oder Forschungsarbeiten vorstellen? Du möchtest Inhalte kreieren, anstatt sie nur zu lesen? Dir ist wichtig, aktiv an einem Medium teilzunehmen?

Wenn du dich angesprochen fühlst - im kommenden Semester werden wieder RedakteurInnen für den Zündstoff (Zeitschrift der IG Publizistik) gesucht! Hier bieten wir dir Raum, dich mit Artikeln, Fotos, Interviews, Grafiken, wissenschaftlichen Abstracts etc. einzubringen und an einem Medium mitzuarbeiten!





#### **LOCAL HEROINES**

Das Tutoriums-Projekt, so wie es auf dem Publizistik Institut geführt wird, hat nur Vorteile – für alle.

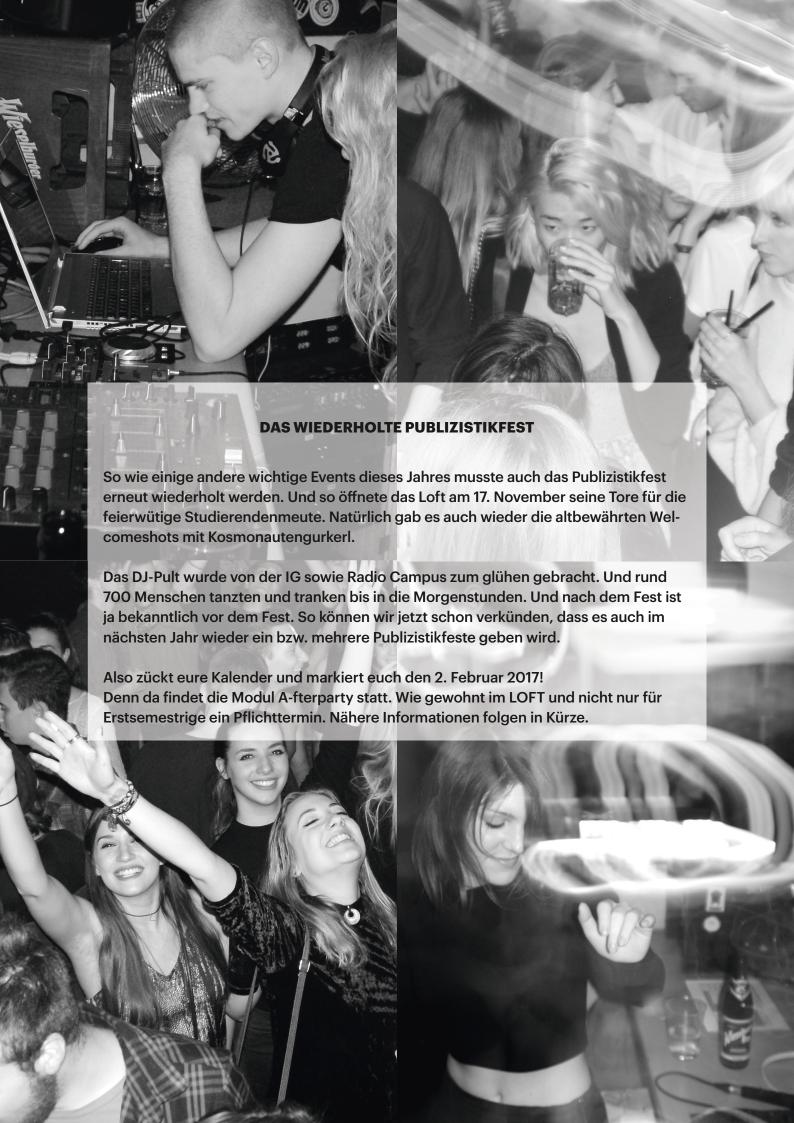
Denn von ihm profitieren viele Menschen, vor allem aber die Studierenden selbst. Es sind vorrangig Erst- und Zweitsemestrige, die in den Tutorien des Publizistik Instituts betreut werden. In den oft überfüllten Vorlesungsräumen haben die Professorinnen und Professoren kaum die Zeit & Übersichtlichkeit, alle Studierende persönlich zu betreuen und auf ihre Bedürfnisse einzugehen. Vor allem in der Eingangsphase sind noch viele Fragen seitens der Studierenden offen und es kann schnell zu Missverständnissen kommen. Solche Unklarheiten können in den kleinenTutoriumsgruppen von 15 bis 20 Personen gut bewältigt werden.

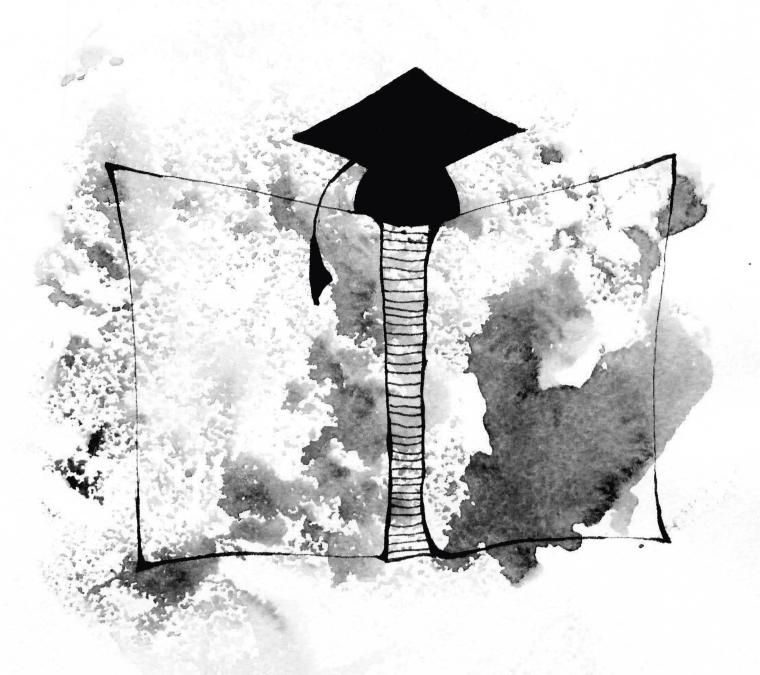
Die engagierten TutorInnen legen großen Wert auf die spezielle Betreuung der Studierenden und erhalten die Möglichkeit, in diesem Projekt aktiv mitzuwirken. Die "Tutlinge" bekommen nicht nur die Chance, sich

besser zu organisieren, sondern sich auch untereinander zu vernetzen, eine vertraute Umgebung zu erschaffen und bereits in den ersten Wochen des Studiums wertvolle Kontakte zu knüpfen.

Die unterschiedlichen Schwerpunkte der Tutorien, die sich inhaltlich alle an den dazugehörigen Vorlesungen anlehnen, bieten den Studierenden die Möglichkeit, sich neben den strikt vorgegebenen Vorlesungsinhalten auch mit anderen Themen zu beschäftigen, für die sie sich interessieren. So finden sich oft Menschen zusammen, die ähnliche Interessen teilen und diese innerhalb der Kleingruppen vertiefen können. Die entspannte Atmosphäre motiviert die Studentinnen und Studenten, ihre Ansichten in Diskussionen zu teilen, ihre Präsentationstechnikenwährend des Semesters zu üben und erlaubt ihnen ein individuelles Feedback seitens der TutorInnen entgegenzunehmen.

[Dimitrios Dolaplis]





#### **TRIER CALLING - MESTUTA 2016**

Auch in diesem Semester sind die Studierenden wieder aus ganz Deutschland, Österreich und der Schweiz angereist um die Medienstudierendentagung abzuhalten. Unter den ca. 60 Teilnehmern und Teilnehmerinnen befand sich wieder eine Vertreterin der IG Publizistik.

Die MeStuTa fand im WiSe 16/17 vom 24.-27.11. in Trier statt und bot den Teilnehmern und Teilnehmerinnen ein straffes aber abwechslungsreiches und spannendes Programm. Neben den Workshops zu Aufgaben von Studierendenvertretungen fanden außerdem zwei Fachvorträge zum Schwerpunkt "Unterhaltungsmedien" statt. Ein Redner war Dr. Michael Harnischmacher von der Universität Passau, welcher über neue Formen des seriellen Erzählens referierte und darüber sprach, wie sich die Qualität von Serien im Laufe der Jahre verändert hat. Dieser Vortrag weckte großes Interesse und so konnte die aufgeweckte Diskussion erst beendet werden, als das Mittagessen auf dem Plan stand. Der zweite Vortrag wurde gehalten von Mikkel Robrahn, welcher Chefredakteur von PietSmiet ist und einen spannenden Einblick hinter die Kulissen von YouTube gab sowie über das Geschäftsmodell eines YouTube-Channels sprach und eine angeregte Fragerunde auslöste. Ein weiteres Highlight der Tagung war ein spontaner Science Slam. Jede und jeder konnte seine Bachelor- oder Masterarbeit oder ein anderes Projekt vorstellen. Dabei haben die begeisterten Studiereden mit ihrem Applaus einen Gewinner ermitteln, der sich über ein Geschenk freuen konnte.

Am Samstag, den 26.11. trafen sich außerdem die Mitglieder des Vereins Medienstudierende

e.V. zur Delegiertenversammlung, bei welcher unter Anderem über die Aktivitäten des alten Vorstandes informiert und ein neuer Vorstand gewählt wurde. Natürlich kam das Vernetzen und Austauschen der unterschiedlichen Unis auch nicht zu kurzund so stürzten sich die meisten in das Nachtleben Triers und förderten bei Mario Kart und Bierpong die Kommunikation zwischen den Hochschulen. Im Plenum am Sonntagvormittag wurde abschließend noch über Anliegen von Studierenden oder Fachschaften gesprochen und sich verabschiedet bis zur MeStuTa im SoSe 2017 in Hohenheim.

[Jenny]

WIR STELLEN VOR: FOLKER HANUSCH

Einer der Neuzugänge am Institut ist Univ.-Prof. **Folker Hanusch**, welcher sich in seinem Werdegang bereits intensiv mit der Forschung rund um das Thema Journalismus beschäftigt hat. An unserem Institut hält er zum Beispiel die VO PRINT und leitet auch ein Kommunikationswissenschaftliches Seminar. Wir wollten die Chance nutzen und ihn euch vorstellen.

### Wie würden Sie Ihren Weg in die Wissenschaft beschreiben?

Eine Karriere in der Wissenschaft zu machen, war für mich nie geplant, ich würde eher sagen, das hat sich zufällig ergeben. Ich habe ja in Australien studiert und wollte nach Abschluss meines Bachelors noch länger dort leben und auch arbeiten, weshalb ich um ein neues Visum ansuchen musste. Da es einfacher war ein Studentenvisum zu bekommen, habe ich mich dann dazu entschlossen noch einen Abschluss (ein sogenanntes "Honours Degree") in Verbindung mit einem kleinen Forschungsprojekt anzuhängen, was bei guter Ausführung auch als Masterprojekt angesehen werden konnte. Nach Abschluss dieses Projekts war auch meine Aufenthaltsgenehmigung prozessiert und ich arbeitete neun Monate als Journalist, ging danach aber wieder zurück an die Universität in Queensland, wo ich meine Dissertation und anschließend eineinhalb Jahre einen Post-Doc machte. Anschließend nahm ich eine Stelle an der University of the Sunshine Coast als Lecturer an, später war ich dann auch als Senior Lecturer tätig. 2014 führte mich mein Weg zurück an die Queensland University of Technology, wo ich erst als Vice-Chancellor's Research Fellow und anschließend drei Jahre als Associate Professor tätig war. Im Anschluss führte mich mein Weg nach Wien.

# Was sind Ihre Hauptforschungsgebiete?

Generell würde ich sagen internationale, vergleichende Journalismusforschung. In diesem Bereich bin ich auch in mehreren Forschungsprojekten - auch in leitenden Positionen - tätig, wie zum Beispiel bei dem Projekt, Worlds of Journalism'. Ein anderes meiner Projekte befasst sich auch

mit den Studierenden des Journalismus. Auch die Erforschung der Rolle der Journalisten in der Gesellschaft sowie die Transformation dieser isteines meiner Forschungsgebiete. Ein Projekt widmet sich dem Lifestyle-Journalismus, einem wenig erforscht aber doch immer aktueller und relevanter werdendem Gebiet. Ich arbeite zudem gerade an einem Buch über indigenen Journalismus. Des Weiteren untersuche ich auch den Umgang der Medien mit Todesfällen, worüber ich auch schon im Rahmen meiner Dissertationgeforscht habe.

## Wie haben Sie Ihre ersten Wochen und Monate in Wien erlebt?

Generell habe ich die erste Zeit hier sehr gut verbracht, das einzige was wohl nach 17 Jahren Australien noch etwas gewöhnungsbedürftig ist, ist der kalte Winter in Österreich. Auch die erste Zeit im Institut lief sehr gut, natürlich dauert so ein Eingewöhnungsprozess immer und es läuft nicht immer alles von jetzt auf gleich perfekt, aber die Mitarbeiter und Kollegen sind alle sehr nett und unterstützend und auch die Arbeit gefällt mir sehr.

Wie erleben Sie den Einfluss Ihrer eigenen Arbeit in der Sozialwissenschaft in Bezug auf Gesellschaftliche Prozesse?

Ich sehe meine Arbeit als eine, die versucht Journalisten und ihr Handeln zu verstehen. Um das auch erreichen zu können, muss man das Thema mit einer soziologischen Herangehensweise betrachten, um es für die Gesellschaftreflektieren und verstehen zu können. Ich möchte jedoch auch Defizite und Punkte, die Veränderungsbedarf mit sich bringen, aufzeigen. Relevanz erlangt diese Forschung nur dadurch, dass ein ständiger Austausch mit Journalisten selbst stattfindet und nur so ergibt sich meines Erachtens nach auch ein gesellschaftlicher Mehrwert. Besonders wichtig finde ich auch, dass



die Arbeiten und Forschungen nicht nur von Kollegen gelesen und bearbeitet werden, sondern sich diese mehr an die Gesellschaft allgemein richten.

## Wie sehen Sie die derzeitige Situation für junge Menschen in der Wissenschaft?

Da ich ja selbst erst kurz an einer österreichischen Universität tätig bin, ist es vom lokalen Kontext her für mich etwas schwierig diese Frage zu beantworten, da die Systeme doch so manche Unterschiede mit sich bringen. Ich kann jedoch sagen, dass ich viele meiner jungen Kollegen sehr bewundere, da der Weg in die Wissenschaft doch oft ein sehr prekärer ist. Eine wissenschaftliche Karriere ist immer mit vielen Unsicherheiten, vor allem in Bezug auf sich selbst bzw. die eigene Arbeit verbunden, weshalb ich denke, dass es von großer Bedeutung ist, genügend Selbstvertrauen mitzubringen. Man darf sich nicht zu leicht von anderen beirren oder hinterfragen lassen und sollte versuchen sich selbst so weit es geht treu zu bleiben. Dennoch sind vor

allem am Anfang Inspiration und Mentoring ein wichtiger Baustein. Man sollteimmer nach Austausch mit Erfahreneren suchen und sich an deren Erfolge oder Misserfolge zumindest teilweise orientieren. Außerdem denke ich, dass eine der wichtigsten Eigenschaften, die man mitbringen sollte, Geduld ist. Um im wissenschaftlichen Bereich Erfolge sehen zu können, ist oft viel Durchhaltevermögen gefragt.

# Was machen Sie wenn Sie gerade nicht forschen?

ch verbringe am liebsten Zeit mit meiner Familie oder bin sportlich aktiv. In den ersten Monaten war das in der neuen Umgebung noch etwas schwierig, da man sich erst noch etwas eingewöhnen muss, aber generell betreibe ich Triathlon und das mit großer Begeisterung. Ich finde auch, dass es wichtig ist einen Ausgleich zur Arbeit in der Wissenschaft zu suchen und sich nicht alleine durch diese zu definieren.

[Lena]

#### TAGUNGSBERICHT NAPOKO

Als Vertretung aller Studierenden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft hat sich die "IG Publizistik" auf die Fahnen geschrieben, auch einen "fachliche[n] Austausch" zu fördern, so das Selbstverständnis auf ihrer Homepage¹. Das tut sie mitunter auch auf ganz individueller Ebene und hat in diesem Zuge meine Teilnahme am jährlichen Kolloquium des Nachwuchsnetzwerkes politische Kommunikation, das im Juli an der Universität Kassel stattfand, unterstützt.

Das Nachwuchsnetzwerk politische Kommunikation - kurz: NapoKo - existiert seit 2004 und hat sich, so die Selbstvorstellung auf deren Webpage<sup>2</sup>, das Ziel gesetzt, "Informations- und Erfahrungsaustausch, die überregionale Vernetzung und das Hineinwachsen in die Disziplin" für Studierende, AbsolventInnen und NachwuchswissenschaftlerInnen zu ermöglichen, deren Forschungsinteressen im Bereich der politischen Kommunikation liegen. Zentral für dieses Anliegen ist das jährlich stattfindende NapoKo-Forschungskolloquium, bei dem laufende und abgeschlossene Qualifikations- und Forschungsarbeiten, wie beispielsweise Master-/Magisterarbeiten oder Dissertationen, präsentiert und vor allem auch diskutiert werden können. Die gastgebende Institution wechselt dabei von Jahr zu Jahr -2010 war es bereits das Institut für Publizistikund Kommunikationswissenschaft der Universität Wien gemeinsam mit der Kommission für vergleichende Medien- und Kommunikationsforschung der Österreichischen Akademie der Wissenschaften – und diese Rolle fiel 2016 dem Fachgebiet "Politisches System der

BRD – Staatlichkeit im Wandel" der Universität Kassel, was insofern von vornherein eine spannende Ausgangslage war, als dass damit im Gegensatz zu den Vorjahren ein originär politikwissenschaftliches Institut einlud.

Um sowohl "Möglichkeiten des informellen und interdisziplinären Austausches mit Gleichgesinnten" als auch den "Austausch mit renommierten politik- und kommunikationswissenschaftlichen Fachvertretern" (und sicherlich auch Fachvertreterinnen), wie es der Call for Papers<sup>3</sup> ankündigte, zu sichern, setzte das diesjährige Kolloquium in der documenta-Stadt einerseits auf eine gute Durchmischung der Teilnehmenden hinsichtlich fachlichem Hintergrund, akademischer Heimat und Qualifikationsniveau und andererseits auf das bewährte Prinzip von Discussants, also erfahrenen ForscherInnen, die durch ihr Feedback auf die Vorträge je eines Panels wertvolle Inputs liefern und die Diskussion anleiten.

Im Eröffnungspanel "Kommunikation im Wahlkampf" wurde der Einfluss von Wahlumfragen auf die Politikberichterstattung thematisiert, der Haustürwahlkampf als Instrument diskutiert und Wahlkampftreibende aus ökonomischer Perspektive analysiert. Mit Prof. em. Dr. Ulrich Sarcinelli (Universität Koblenz-Landau) stand den Vortragenden ein hervorragender Respondent zur Verfügung, der das Feld der politischen Kommunikationsforschung selbst nachhaltig geprägt hat. Das folgende Panel zu "Journalismus und Medien" war in der Hand unseres Wiener Instituts: neben meinem Vortrag zu demokratietheoretisch fundierten

journalistischen Selbstbildern sprach Christiane Mayer aus dem Master Communication Science über Intermedia-Agenda-Setting österreichischer Tageszeitungen. Dr. Wolfgang Storz, Sozialwissenschaftler aber als ehemaliger Chefredakteur der "Frankfurter Rundschau" auch erfahrener Journalist, konnte dabei in seinem Feedback auch eine praktische Perspektive einfließen lassen, wie sie eine rein wissenschaftliche enorm bereichert. Im Panel "Kommunikation in den industriellen Beziehungen" stellte Sascha Kristin Futh, die sich neben Eike Ortlepp dankenswerterweise für die Organisation der Tagung vor Ort verantwortlich zeichnete, ihr Dissertationsvorhaben zu gewerkschaftlichen Kampagnen vor. Als Respondent darauf und auf einen Beitrag zu Interessendurchsetzung und Konfliktkultur in industriellen Beziehungen fungierte Dr. Samuel Greef (Universität Kassel). Den Abschluss bildete unter dem Motto "Politische Kommunikation in internationaler Perspektive" ein Vortrag zu Outside Lobbying zu CETA und TTIP, auf den Prof. Dr. Sabine Ruß-Sattar (ebenfalls Universität Kassel) Feedback gab.

Nun sind spannenden Inhalte zweifellos das Kernstück einer jeden Tagung, doch damit ist es nicht getan: Der intensive und gewinnbringende Austausch lebt gerade für den Nachwuchs von einer niederschwelligen Interaktion und offenen Atmosphäre. "Wichtig ist ein Netzwerk für Nachwuchswissenschaftler/ innen, in der Neulinge Personen zum Erfahrungsaustausch finden können", stellten Wirth, Matthes, Mögerle und Prommer (2005, S. 340) fest und adressieren damit einen Teilaspekt einer Problematik, die Engesser und Magin - letztere war übrigens selbst NapoKo-Sprecherin - unlängst als "Nachwuchsproblem der Kommunikations- und Medienwissenschaft" (2014, S. 323) bezeichneten. Diese Möglichkeit eben jene wertvollen Kontakte zu knüpfen war in Kassel, wo die Diskussionen gleichermaßen von Konstruktivität wie Wertschätzung geprägt waren und reichlich Raum für vertiefende Gespräche war, definitiv gegeben. Das Kolloquium des Nachwuchsnetzwerks politische Kommunikation konnte den anwesenden JunaforscherInnen damit bei einem der besagten Ziele, dem "Hineinwachsen in die Disziplin", also sicherlich helfen - und mir persönlich durch ihre Unterstützung auch die "IG Publizistik".

[Andreas Riedl, Magisterstudium Publizistikund Kommunikationswissenschaft]

Quellen: Engesser, S. & Magin, M. (2014). Die Arbeitszufriedenheit des kommunikations- und medienwissenschaftlichen Nachwuchses. Einfluss der Betreuung und Auswirkungen auf die Publikationsleistung. Publizistik, 59(3), 307-334. Wirth, W., Matthes, J., Mögerle, U., & Prommer, E. (2005). Traumberuf oder Verlegenheitslösung? Einstiegsmotivation und Arbeitssituation des wissenschaftlichen Nachwuchses in Kommunikationswissenschaft und Medienwissenschaft. Publizistik, 50 (3), 320–343.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup>http://www.univie.ac.at/stv-publizistik/institutsgruppe/ [10.08.2016]

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup>http://napoko.de/?page\_id=8 [10.08.2016]

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> http://napoko.de/wp-content/uploads/2011/01/CfP\_Napo-Ko-2016\_Kassel\_verl%C3%A4ngert.pdf [10.08.2016]

#### TAGUNGSBERICHT ECREA

Tagungsbericht 6th European Communication Conference der ECREA 2016: "Mediated (Dis)Continuities: Contesting Pasts, Presents and Futures"

Mediated (Dis)Continuities - was kann man sich unter diesem Thema vorstellen? Die ECREA, kurz für European Communication Research and Education Association, und die Karls-Universität Prag adressierten in ihrem Call for Papers zur 6th European Communication Conference damit geschichtliche und geographische, aber auch ontologische und technologische Diskontinuitäten. Disruptionen, Unterbrechungen also, von Konstanten, wie sie in europäischen Gesellschaften tragende Rollen gespielt haben. Darauf bezogen forderten sie zu Einreichungen von Forschungsergebnissen auf, die die Rolle von Medien und Kommunikation dabei beleuchten. Contesting Pasts, Presents and Futures sprach in diesem Kontext die Prozesshaftigkeit solcher Veränderungen an und lädt zur Erforschung geschichtlicher Phänomene, aber auch zum Versuch zukunftsgewandter Auseinandersetzungen ein. Ein zweifellos komplexes, gesellschaftlich wie wissenschaftlich relevantes und definitiv aktuelles Thema also, und so sind wir - neben zahlreichen Forscher\*innen unseres Instituts, dazu später mehr - diesem Call gefolgt und konnten uns letztlich über eine bzw. zwei erfolgreiche Einreichungen freuen. Dass wir letztlich auch die nicht unerhebliche finanzielle Hürde, auf "die ECREA" zu fahren, nehmen konnten, haben wir der Unterstützung der IG Publizistik zu verdanken, weshalb wir diese Erfahrung gerne im Zündstoff teilen.

Zunächst, was ist diese European Communication Research and Education Association eigentlich und was macht sie? Die ECREA ist eine Fachgesellschaft für Kommunikationswissenschaftler\*innen innerhalb Europas und widmet sich – so das Tagungsbooklet der Jahrestagung 2016 – der Weiterentwicklung und Qualitätssicherung von kommunikationswissenschaftlicher Forschung und akademischer Bildung. Innerhalb der ECREA gibt es drei Netzwerke - Central and East-European (CEE), Women's Network and Young Scholars Network (YECREA) - und 21 thematische Fachgruppen sowie sieben temporäre Arbeitsgruppen. Die Palette dieser Fachgruppen ist dabei ausgesprochen breit und bildet das Facettenreichtum der internationalen bzw. europäischen Kommunikationsforschung ab: Von Communication History und Digital Games Research über Gender and Communication und Film Studies bis hin zu Organisational and Strategic Communication und Philosophy of Communication reichen diese Forschungsschwerpunkte - und zeigen damit auch, welche engen Berührungspunkte die Kommunikationswissenschaft als Integrationsdisziplin mit anderen Fächern hat. Ihren Nachwuchs fördert die ECREA gezielt durch die jährliche ECREA Summer School, wo sich PhD-Studierende mit führenden Wissenschaftler\*innen treffen. Alle diese Aktivitäten der ECREA haben zum Ziel, einen konstruktiven Austausch innerhalb der Community zu forcieren, die Qualität der

Kommunikationswissenschaft zu verbessern, Möglichkeiten für Kooperationen und Zusammenarbeit zu fördern und die Interessen der Kommunikationswissenschaft voranzutreiben.

Eröffnet wurde die diesjährige Tagung von zwei aufschlussreichen Keynotes. Peter Dahlgren leitete mit seinem Vortrag zu demokratischen Wandlungsprozessen, wie sie mit medialem und technologischem Wandel einhergehen, thematisch ein. Ihm folgte Sabina Mihelj, die mit ihrem Vortrag vor allem auf das Ungleichgewicht in der europäischen kommunikationswissenschaftlichen Forschung aufmerksam machte. Den Kern der Tagung bildeten die einzelnen Vorträge. In fast 270 Panels zu je vier bis fünf Präsentationen stellten Kommunikationswissenschaftler\*innen aus europäischen Ländern, aber auch darüber hinaus, die Ergebnisse ihrer aktuellen Forschungen dar. Nach den jeweils 15-minütigen Vorträgen fanden Diskussionen mit dem Publikum statt. Die Zusammenstellung der Panels richtete sich nach thematischen Schwerpunkten, wie es konstruktives Austauschen untereinander fördert. Neben den wissenschaftlichen Vorträgen gab es auch immer wieder die Möglichkeit, sich mit anderen Forscher\*innen zu unterhalten und zu vernetzen, was in der wissenschaftlichen Community zentral ist. Als erste der beiden abschließenden Keynote-Speaker sprach Joanny Zylinska. Sie nahm dabei eine medien-ökologischen Perspektive ein und erkundete die Parallelen zwischen biologischem Aussterben und technischem "Fortschritt". Den Abschluss machte Rasmus Kleis Nielsen, der in seinem Vortrag die Schnelllebigkeit der neuen

Medien und den Umgang der Wissenschaft mit dieser problematisierte.

Unser Institut war auf der ECREA in den Divisions Political Communication, Journalismus Studies sowie Digital Culture and Communication vertreten: Unser Vortrag zusammen mit Dr. Peter Maurer, ehemaliger Post-Doc am IPKW, versuchte unter dem Titel Comparing Communication Strategies of Political Actors Between Austria and Germany: A Different Significance of Media Logic for Politicians When Trying to Focus Public Attention on "Their" Issues? die Frage zu beantworten, welche Strategien politische Akteur\*innen in Deutschland und Österreich anwenden, um öffentliche Aufmerksamkeit zu erreichen - ist diese doch ein wichtiges Gut in westlichen Demokratien, wie sie immer stärker vom Agieren von Medien beeinflusst werden. Ein weiterer Vortrag von Andreas Riedl zusammen mit Mag.a Marie-Isabell Lohmann und Dr. Josef Seethaler vom Institut für vergleichende Medien- und Kommunikationsforschung der Österreichischen Akademie der Wissenschaften zum Thema Changing Notions of Democracy - Changing Roles of Journalism? Results of a Multi-Method Study in Austria adressierte die Frage, wie es in Österreich um journalistische Selbstverständnisse und journalistische Qualität aus demokratietheoretischer Perspektive steht. Vom IPKW sprach darüber hinaus – in alphabetischer Reihenfolge - Sandra Banjac, MA, mit Kolleg\*innen über Contesting or Carrying on the Past? (Dis-)Continuities of Journalistic Roles, Practices and Ethics from Autocracy to Democracy. Mag.a Maria Schreiber und Prof.

**WANTED: ABSTRACTS** 

in Gerit Götzenbrucker stellten zudem eine Studie zu Platform Politics? Age- and Platform-Specific Photo Sharing vor. Prof. Folker Hanuschs Vortrag trug abschließend den Titel Comparing Journalism Education: An Overview of "Journalism Students Across the Globe".

Neben der kommunikationswissenschaftlichen Komponente unseres Pragaufenthaltes konnten wir zumindest ein wenig in die tschechische Kultur eintauchen. Bei einem kurzen Spaziergang durch die wunderschöne Altstadt Prags probierten wir eine tschechische Spezialität. Das Trdelník ist ein traditionelles, süßes Gebäck, das die Form einer Rolle hat, weil es auf einer Stange gebacken wird. Über das fertiggebackene Trdelník werden gehackte Nüsse, Zimt und Zucker gestreut — eine köstliche Stärkung bevor wir wieder zur Tagung zurückgekehrt sind. Wir hatten also ein Wochenende, das gleichermaßen vom wissenschaftlichen Input wie konstruktivem Austausch geprägt war, aber auch darüber hinaus eine tolle Erfahrung war. Dafür möchten wir uns bei der IG Publizistik herzlich bedanken: Ohne deren (finanzielle) Unterstützung wäre es für Studierende nicht denkbar, an einer Tagung wie dieser teilzunehmen. Vielen Dank, dass wir auf diese erste wertvolle Erfahrung einer möglicherweise wissenschaftlichen Karriere nicht verzichten mussten.

[Birgit Mühl und Andreas Riedl, Magisterstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft]

http://www.ecrea2016prague.eu/call-for-papers [14.11.2016]

Du steckst jedes Semester viel Fleiß und Nerven in deine Abschlussarbeit(en) und am Ende liest sie nur der oder die LV- Leiter/in? Wir finden das schade und wollen Nachwuchswissenschafter/innen hier einen Raum bieten, in dem spannende Forschungsarbeiten und Projekte präsentiert werden können.

#### Was hast du davon?

#1 Deine Arbeiten verschwinden nicht einfach in einer Schublade
#2 Deine Forschung wird von KollegInnen und Lehrenden wahrgenommen
#3 Deine Bemühungen können andere Studierende inspirieren und motivieren
#Kurz: der wissenschaftliche Diskurs und Austausch soll gefördert werden!

#### Formale Kriterien

1.000- 1.500 Zeichen
Deutsch/ Englisch
Inhalt:
Titel der Arbeit
Worum geht es?
Welche Methode(n) habt ihr gewählt?
Die wichtigesten Ergebnisse

#### Zusätzlich

Name und LV- Bezeichnung Ein Foto

Bei Fragen könnt euch jederzeit bei uns melden zb. per Mail oder Facebook stv.publizistik@univie.ac.at oder IG Publizistik

#### **ABSTRACTS**



#### **MIRUNA LUANA BULIK**

When TV Meets the Real World. Analysis of Soap Viewing on Perceptions about Doctors and Healthcare

This paper explores the topic of watching TV Series showcasing doctors and focuses on the influence it has on how viewers perceive doctors in real life. A quantitative questionnaire served as method, where information on frequency of watching TV Soaps as well as ones regarding expectations of doctors to be friendly and caring, trust in doctors, experiencing shows as realistic, ratings of CPR survival rates and even correlating attractiveness with professionalism, were gathered. The study showed that there are significant relations between watching TV Series with doctors and having altered perceptions or certain expectations of doctors in real life. For instance, frequency in viewing was significantly associated with trust level in doctors, higher CPR survival rate ratings, perceiving the shows as realistic and assuming attractive doctors are more professional.

Keywords: Cultivation Theory, Third Person Effect, Medical TV Shows, Perception, Expectations, Media Influence, Frequent Viewing

#### **JANA LAURA EGELHOFER**

"I-I'm just making sure we don't get hit again." Kultivierung von Risikowahrnehmung und Angst vor Terrorismus bei fiktiven Formaten am Beispiel der US- Serie "Homeland"

Terrorism is not only represented by non-fictional news media but increasingly displayed in fictional television programs (movies or TV-shows), which are attributed to be a great influence on human emotions. The cultivation theory (George Gerbner) examines the impact of television on the emotion fear since the 1970s. It suggests that frequent exposure to television influences viewer's perceptions of reality. At first cultivation research concentrated on the whole television exposure, nowadays specific genres and programs are increasingly examined.

This thesis hypothesises a great potential of fictive TV Shows to cultivate fear and perceived risk of terrorism. This is tested by the example of the American TV Show "Homeland". An experimental design is presented in which the experimental group (n = 24) watches the first season of "Homeland" while the control group (n =19) watches the first season of the TV Show "Bloodline" (without any reference to Terrorism). The dependent variables fear and perceived risk of terrorism are tested before and after the stimuli with two online surveys. As potential moderators, perceived credibility and transportation (see Green & Bock, 2000) are considered.

There was no significant influence of "Homeland" on the two dependent variables. Reasons for the lack of results are discussed and relevance of fictive TV Shows in the context of cultivation of fear and perceived risk of terrorism is emphasised.

#### WER IST DIE ZIVILGESELLSCHAFT?

Seit Sommer 2015 wird vermehrt über die Zivilgesellschaft gesprochen: Sie hat staatliche Aufgaben übernommen und ist eingesprungen als Behörden untätig blieben. Gruppierungen und auch Einzelpersonen sind seitdem in unterschiedlichem Umfang und Bereichen aktiv. Vorurteile und Zuschreibungen gibt es diesbezüglich viele, tatsächliches Wissen aber kaum.

FiZ - Forschungsinstitut Zivilgesellschaft

möchte wissen, wer seit Herbst 2015/16 aktiv wurde: Wer sind die Menschen, die sich engagieren, die organisieren und etwas beitragen? Mit dieser Erhebung soll transparent werden, wer die Vielen waren und sind, wie sich diese zusammensetzen und was ihnen wichtig ist.

#### Wer sind wir?

Das FiZ - Forschungsinstitut Zivilgesellschaft ist aus der FORMAN bei Andrea Schaffar im Wintersemester 2015/16 entstanden. (also aus der LV Forschungsmanagement des Magisterstudiums am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft) Die damalige gesellschaftliche Lage war ausschlaggebend für unser Projekt und Engagement. Wir haben uns entschlossen, statt des Forschungsantrags, der normalerweise Ziel der LV ist, eine Erhebung zu entwerfen, die sich mit der Zivilgesellschaft auseinandersetzt. Nach dem Ende des Semesters haben wir uns zu fünft zusammengefunden und FiZ gegründet, auch mit der Intention weitere Projekte zu machen. Wir verstehen uns selbst als bottom-up Wissenschaftsinitiative, die sich ehrenamtlich für die Zivilgesellschaft engagiert

und nicht vom "Elfenbeinturm" hinunterschaut. Derzeit sind wir mit der Verteilung des Fragebogens beschäftigt und freuen uns wenn ihr auch mitmacht!

Mehr Infos zum Fragebogen und unserem Projekt auf: www.fiz.ac.at





### **VIEL MEHR FÜR ALLE**

Vielmehr für Alle! – Verein für Bildung, Wohnen und Teilhabe entstand 2012 als Initiative zur Bildungsförderung junger Menschen mit Fluchterfahrung. Heute betreuen wir alleine über 180 Menschen bei PROSA und viele weitere in unseren anderen Projekten.

Die politischen Entwicklungen der vergangenen Jahre und die daraus folgende globale Konfrontation mit den Auswirkungen der Kriege in den arabischen Ländern haben eigentlich niemanden kalt gelassen. Bilder von Menschen die vor politischer Verfolgung oder dem IS fliehen, auf ihrer Flucht im Mittelmeer in Seenot geraten und ertrinken, Bilder von Anschlägen und Chlorinbomben in Aleppo, die diese Woche das letzte Krankenhaus der Stadt zerstörten - diese erschreckenden Informationen erreichen uns mittlerweile mehrmals täglich.

Aber was passiert, wenn sie den weiten Weg hinter sich gelassen und es in Sicherheit geschafft haben? Wie geht es weiter?

Besonders junge Menschen im laufenden Asylverfahren haben einen erschwerten bis verunmöglichten Zugang zu Bildung in Österreich. Traumatisierung im Herkunftsland, auf der gefährlichen Flucht nach Österreich, der unsichere Aufenthaltsstatus und der Mangel an finanziellen Ressourcen und sozialen Unterstützungsnetzen stellen nur manche der Belastungen dar, die ein Ankommen in der Gesellschaft überaus schwer machen. Der daraus entstehende Bedarf an Unterstützung und Maßnahmen reicht aber über die

öffentlich finanzierten Maßnahmen hinaus. Somit sind Initiativen aus der Zivilgesellschaft unentbehrlich bei der Bewältigung der sozialen Problemlagen geworden.

### Integration ist nicht gleich Integration

Integration darf nicht verstanden werden als Anpassung Einzelner an unhinterfragbare Gegebenheiten. Demokratische Gesellschaften leben davon, ihrer Diversität Ausdruck zu verleihen. Das ist eine wesentliche Voraussetzung für soziale Gerechtigkeit, denn diese lässt sich nur in einem Dialog auf Augenhöhe erreichen.

Daher richten sich die Aktivitäten des Vereins an die österreichischen Institutionen. Mit bewusstseinsbildenden Maßnahmen wie Seminaren und Workshops binden wir operative und leitende Kräfte der Bildungs-, Kunst- und Kultureinrichtungen in ein Lernen und Reflektieren der eigenen Praxis hinsichtlich der Zielgruppe junger Menschen mit Flucht- und Migrationserfahrung ein.

Damit sollen die Einrichtungen der Gesellschaft nicht nur zugänglich sondern auch gerechter im Hinblick auf Teilhabe und Erfolgschancen für junge Menschen mit Flucht- und Migrationshintergrund gemacht werden.

Die Bildungsinitiative Österreich – viel mehr für Alle! möchte zivilgesellschaftliches Engagement und professionelle Leistungen zur Unterstützung dieser Gruppe hinsichtlich der realen Bedarfe für eine echte Integration in die Gesellschaft vereinen. Hierfür setzen wir

#### **PROJEKTE**

Maßnahmen zu den Themen Bildung, Wohnen, Gesundheit und Arbeit um.

Wir sind eine Initiative

... für eine vielfältige Gesellschaft, in der alle wechselseitig von den Talenten, Fähigkeiten und Ressourcen der anderen profitieren

... die kritisches Denken in der Gesellschaft fördert und durch Empowerment dazu beiträgt, dass junge Menschen selbstbewusst am gesellschaftlichen Leben teilhaben können.

... die gesellschaftliche Ausschließung wie etwa Rassismus, Sexismus, Homophobie in den Blick nimmt und in ihrer intersektionellen Ausprägung behandelt.

In allen Vereinsbereichen ist das Engagement ehrenamtlicher MitarbeiterInnen ein unverzichtbarer Bestandteil, um die Ziele des Vereins zu erreichen. Durch das Einbinden der Bevölkerung entstehen auf vielfältige Weise persönliche Beziehungen, die der Ausgrenzung und Isolation von geflüchteten Menschen entgegenwirken.

Wir möchten verschlossene Türen öffnen und neue Räume für Menschen erschließen, die aufgrund ihrer kulturellen Identität oder ihres rechtlichen Aufenthaltsstatus systematisch ausgegrenzt werden.

[Helenal

## PROSA – PROJEKT SCHULE FÜR ALLE!

Im Rahmen des Vereinsbereichs PRO-SA – Projekt Schule für Alle! werden Bildungs- und Pflichtschulabschlusskurse für die Zielgruppe junger Menschen mit Flucht- und Migrationserfahrung gehalten.

Unsere Bildungstätigkeit findet im Dreieck von Sozialarbeit – Unterricht – sozialer Inklusionsarbeit/Nachbarschaftsarbeit statt. Diese Konzeption verstehen wir als PROSA-PRINZIP. Flucht ist eine emotional belastende Erfahrung und braucht eigene Räume zur Bearbeitung. Soziale Arbeit, die direkt am Lernort wirkt, ermöglicht auch den emotionalen und sozialen Folgen der Flucht einen Platz zu geben, damit Lernen gelingen kann und individuelle Vertrauenspersonen, Buddys, stehen als Bezugspersonen zur Verfügung.

# FLÜCHTLINGE WILLKOMMEN ÖSTERREICH

Flüchtlinge Willkommen Österreich bietet Flüchtlingen die Möglichkeit, Wohnraum inmitten der Gesellschaft zu erhalten. Räumliche Isolation und Segregation in Massenquartieren verzögern und verhindern den Prozess der Integration. Wohngemeinschaften und Privathaushalte verfügen über Wohnraumkapazitäten, die mithilfe von Flüchtlinge Willkommen Österreich an geflüchtete Menschen vermittelt werden. Der individuelle Kontakt auf Augenhöhe und das Teilen eines gemeinsamen Wohnalltags ermöglichen auf nachhaltige Weise Integration und ein solidarisches Zusammenleben. Wenn du also noch eineN MitbewohnerIN suchst, dann schau doch einfach auf unserer Homepage vorbei!

www.fluechtlinge-willkommen.at

#### **DAS BUDDYPROJEKT**

Eine tolle Möglichkeit, wenn du dich schon immer gefragt hast, was du tun kannst: Das Buddyprojekt ermöglicht Begegnungen auf Augenhöhe und den Aufbau von stabilen Beziehungen. Als Lern-, work:in- oder Vertrauensbuddy wirst du mit einem geflüchteten Menschen vernetzt. Ob ihr dann gemeinsam einen Kaffee trinken geht, für Prüfungen lernt oder an eurem Lebenslauf bastelt, ist ganz euch überlassen. Wenn du informiert bleiben möchtest, schau auf unserer Website vorbei oder like unsere Facebook-Page.

www.vielmehr.at/buddy www.facebook.com/vielmehrbuddy Die **#OPENSCHOOOL** schafft durch vielfältige Workshops eine Begegnungszone, in der Menschen unabhängig von Herkunft oder Asylstatus miteinander agieren und voneinander lernen können. Wenn du eine besondere Fähigkeit hast und diese gerne mit anderen teilen möchtest, dann veranstalte doch deinen eigenen Workshop mit unserer Hilfe!

https://www.facebook.com/open-schoool.org

#### **WORK:IN**

Work:in begleitet junge Geflüchtete in die Berufswelt. Kurse zur Berufsorientierung,

Exkursionen zu Unternehmen, Schnuppertage sowie Praktika geben einen Überblick

über die Arbeitslandschaft in Österreich. work:in-Buddies bieten mit ihrer Berufserfahrung zusätzliche Unterstützung. Gemeinsam finden wir Unternehmen, die

jungen Geflüchteten mit einer Lehrstelle oder einem Arbeitsplatz eine langfristige Perspektive geben.

http://www.workin.at/

#### MEDLIT HEISST MEDIA LITERACY...

# Was mit Medien, aber interkulturell, doch irgendwie anders und vor Ort in Südostasien

"Medien sind wie wir sie denken und gebrauchen", ist wie das Bild der "Beobachtung der Beobachtung", eine der konstruktivistischen Weisheiten, die uns nach der STEP oder dem Besuch der "großen" Vorlesungen in Erinnerung bleiben. Oft bleiben sie Phrasen, die uns helfen sollen, zu erklären, warum dieses Studium, dann doch etwas Anderes ist, als journalistische Text zu schreiben oder die nächste PR-Aussendung unter die Leute zu bringen. Aber was macht man damit, abseits von wissenschaftlicher Texten tatsächlich? Nun ja, man versucht zum Beispiel ein Internationales Bildungs-Kooperationsprojekt zu entwickeln, für das man von der Europäischen Kommission Millionen von Euro - ok, das war übertrieben, aber zumindest fast eine Million Euro (999.748.50) bekommt und das dann für zwei Jahre das Leben bestimmt. Willkommen in meinem Alltag.

Was versucht das Projekt MEDLIT (International Media Studies: Media Literacy as a Media Competence Program for Social Change)?

So wie der Name schon sagt (!sic), ist das Ziel durch Medienbildung, mit den Folgen des gesellschaftlichen - und technischem - Wandel umgehen zu lernen. So was wie Facebook und Twitter gab es ja meist noch nicht, als viele der Lehrpläne entstanden sind oder die Lehrenden selbst ausgebildet wurden. Im Projekt, an welchem insgesamt neun Universitäten aus sechs Ländern - unter der Leistung unseres Instituts

- teilnehmen, versuchen wir deswegen durch den Vergleich - ja, genau: die Beobachtung der Beobachtung von medialem Wirken in drei südostasiatischen Ländern (Malaysia, Thailand & Vietnam) - Lehren zu ziehen, wie man weiterhin gesellschaftlichen Zusammenhalt produzieren könnte oder die Jugend, zumindest nicht permanent, an die Smartphone-Bildschirme verliert. Dafür sprechen wir mit Expertinnen und Experten in den Ländern (Delphi Studie), analysieren bestehende Studienprogramme und versuchen in vielen Workshops vor Ort\*, neue Ansätze zu entwickeln, wie man mit Medien oder einem besseren Verstehen. wie sie funktionieren, Gesellschaften "besser" machen kann. Das Produkt dieses Prozesses soll dann nach rund anderthalb Jahren in einen MOOC, einen Online-Kurs, verpackt werden, damit Studierende, Medienschaffende oder auch generell alle, den Medien interessieren, davon profitieren kann.

Ach ja, und da wäre noch das Kapitel Bürokratie, aber das ist eine Geschichte für ein andermal. Kurz gesagt, die Uni-Bürokratie ist nur eine Aufwärmrunde...

[Michael-Bernhard Zita MEDLIT Project Manager, Wissenschaftsinteressierter und Langzeitstudierender am Institut]

Mehr zum Projekt findest du unter http://medlit.univie.ac.at

\*Ja, Reisen nach Bangkok, Kuala Lumpur und Hanoi sind auch ganz toll. Aber man will gar nicht glauben, wie sehr sich Seminarräume, Hotelzimmer und Shopping-Center rund um den Globus ähneln. Für all das Andere, braucht man irgendwie mehr Zeit - vielleicht fahr ich da mal auf Urlaub hin.

### 10 GUTE GRÜNDE, WARUM DU UNBEDINGT MAL BEI DER IG VORBEISCHAUEN SOLLTEST

Wir von der IG machen gerne und viel Listen. Seien es die Plenumspunkte, die wir jede Woche sammeln und schließlich abarbeiten, oder die Festeinteilungen, damit wir wissen, wann wer der oder die Glückliche am Shotstand sein darf. Das ist für unsere Arbeit einerseits wichtig, um den Überblick zu behalten und außerdem ist es ein tolles Gefühl, wenn man Dinge auch wieder von seiner To-Do Liste streichen kann.

Weil wir das also so gut können, haben wir hier eine Liste der 10 besten Gründe mal bei der IG vorbeizuschauen und sich zu engagieren zusammengetragen:

- **#1** Du interessierst Dich dafür Studienbedingungen aktiv mit zu gestalten und möchtest etwas dazu beitragen die Situation der Studierenden an unserem Institut stetig zu verbessern.
- **#2** Du möchtest einen Blick hinter die Kulissen des Studiums und Abläufe einer Universität blicken. Dich interessiert welche verschiedenen Instanzen es an unserer Fakultät gibt und Du möchtest wissen wie Entscheidungsprozesse ablaufen.
- **#3** Du möchtest Leute kennenlernen, die sich ebenso für das Studium begeistern wie Du. Bei der IG hast Du die Möglichkeit sowohl Inhaltliches, als auch Organisatorisches rund ums Studium zu diskutieren, zu hinterfragen und anzuwenden.
- **#4** Du hast Interesse an Unipolitik und suchst nach einer Möglichkeit Dich in einem Rahmen zu engagieren, der nicht parteipolitisch geprägt ist. Die IG (Institutsgruppe) Publizistik arbeitet mit Blick auf die politische Lage an der Uni sowie darüber hinaus. Wir sind dabei unabhängig und gehören zu keinem parteipolitischen Lager.
- #5 Du möchtest Zustände kritisch hinterfragen.
- **#6** Dir ist es ein Anliegen die Vernetzung unter Studierenden zu fördern. Bei der IG kannst Du dich bei unterschiedlichsten Aktivitäten einbringen. Einige Beispiele wären: das Organisieren von Festen, der jeweils einmal im Semester stattfindende Punsch- bzw. Bowlestand, die Erstsemestrigentutorien, der Brunch uvm.
- **#7** Du interessierst Dich dafür bereits während des Studiums Inhalte und Skills, die du dir angeeignet hast aktiv umsetzen. Darunter fallen Dinge wie die Betreuung unserer Social Media Kanäle, der Homepage, der Zündi, die Gestaltung von Plakaten, etc.
- **#8** Du möchtest ein bisschen über den Tellerrand der Universität Wien hinausblicken und hast Interesse an Vernetzung mit anderen Studienvertretungen / Fachschaften aus dem gesamten deutschsprachigen Raum. Dafür gibt es die MESTUTA (Medienstudierendentagung). Sie findet einmal pro Semester, immer in einer anderen Universitätsstadt unserer Studienrichtung statt. Im Sommer 2013 war die MESTUTA zu Gast in Wien.
- **#9** Du hast bereits Erfahrung mit den Tücken unseres Studiums gesammelt und möchtest dieses Los StudienkollegInnen ersparen. Bei der Beratung kannst du dein Wissen, Tipps und Tricks an Kommilitoninnen weitergeben.
- #10 Du hast einfach Lust neue Leute kennenzulernen!

Wenn Dich ein paar unserer Gründe ansprechen und dein Interesse geweckt haben, dann schau doch einfach ganz unverbindlich bei einem unserer Plena vorbei und mach dir selbst ein Bild. Wir freuen uns über alle neuen Gesichter! Das Plenum findet jeden Mittwoch um 18.00 Uhr im Besprechungsraum oder unserem Büro im dritten Stock statt. (Raum 3.15)

