IJK-PLAZA

WISSENSCHAFT LEBEN. IN HANNOVER. FÜR DIE MEDIENPRAXIS.

Informationen aus dem Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung
der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover

Ausgabe 31
06.2024

Von KI und Kohäsion

hmtmh Hochschule für Musik Theater und Medien Hannover
IJK Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung

EXZELLENT. PRAXISRELEVANT. FÜRSORGLICH.

Impressum

Kommunikationskultur e.V. (KKeV)
Förderverein des Instituts für Journalistik und Kommunikationsforschung

Expo Plaza 12
30539 Hannover
Telefon: 0511 3100-497
Telefax: 0511 3100-400
E-Mail: info@ijk.hmtm-hannover.de
Internet: www.ijk.hmtm-hannover.de
E-Mail: kkev@kkev.org

Verantwortlich und Redaktion:
Katarina Heitz & Charlotte Schrimpff
Gestaltung: Dievision GmbH, Hannover
Druck: DruckTeam Hannover mit freundlicher
Unterstützung der Mediengruppe Madsack

IJK-PLAZA

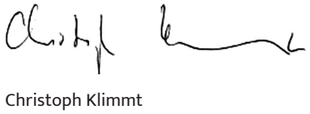
Liebe Friends of IJK,

unser jährlicher Einblick zeigt das IJK weiterhin und wieder einmal in Bewegung. Das markanteste Ereignis des zurückliegenden Jahres war gewiss der Übertritt von Helmut Scherer in den Ruhestand. Zweieinhalb Jahrzehnte hat er die Institutsgeschicke mitgeprägt, mit großem Einsatz für die Studierenden, unzähligen guten Ideen, eifriger Forschungstätigkeit, unermüdlichem Engagement für die akademische Lehre, sehr viel Humor und Sachverstand auch für zahlreiche außerwissenschaftliche Themen. Mit einem großen Abschiedsevent im vergangenen Sommer hat die Institutsgemeinschaft gemeinsam mit vielen Weggefährt*innen auf Helmut Scherers Wirken zurückgeblickt und seine Verdienste für das Institut und die Kommunikationswissenschaft gefeiert. Viele von uns verdanken ihm sehr viel, und wir wünschen ihm alles erdenklich Gute für den Ruhestand. Natürlich gibt es auch von vielen anderen Formen der Bewegung am Institut zu berichten, etwa den abgeschlossenen Promotionen von Anna Freytag, Katharina Knop-Hülß, Jule Scheper, Lorenz Grünewald-Schukalla und Sarah von Hören oder von zahlreichen gelungenen Abschlussarbeiten und Lehrveranstaltungen in unseren drei Studiengängen, von fleißigem Forschungsbetrieb auf Tagungen und in Fachzeitschriften. Thematisch entwickeln wir Forschung und Lehre weiter in Richtung künftiger Schlüsselthemen wie der generativen künstlichen Intelligenz und der Data Science. Zugleich setzen sich Institutsangehörige verstärkt für die Nachhaltigkeit der Hochschule ein, sowohl als Thema in Forschung und Lehre als auch mit Blick auf den Footprint unseres täglichen Betriebs als Organisation.

Und schließlich gibt es auch Bewegung im Wissenstransfer: Das am IJK beheimatete Hanover Center for Health Communication [HC]^2 wirkt nicht nur in verschiedenen Forschungsprojekten und -verbünden mit, sondern leistet zentrale Beiträge zur wissenschaftlichen Unterstützung im Gesundheitssektor. Eva Baumanns Berufung in den Expert*innenrat „Gesundheit und Resilienz“ der Bundesregierung ist hier nur das prominenteste aktuelle Beispiel.

Aber wir sollen in der „Plaza“ nicht nur mit unseren Erfolgen angeben. Viel wichtiger ist die gute Stimmung im Haus, das respektvolle Miteinander und das Engagement für die Gemeinschaft, wie es unter anderem unsere Studierenden in den Fachschaften, im Vorstand von KommunikationsKultur e.V., in studentischen Initiativen und anderswo ehrenamtlich leisten. Ihnen und allen anderen – Mitarbeitenden, Lehrbeauftragten, Partner*innen, Gästen und wohlmeinenden Ratgeber*innen – gilt unser herzlicher Dank.

Ihr macht das IJK zu einer wahrhaft besonderen akademischen Stätte.
Ihr und Euer



Christoph Klimmt

Inhaltsverzeichnis

Rund ums IJK	4 – 6
Aktuelles	7
Promotionen	8 – 9
Abschied von Helmut Scherer	10 – 11
Nachhaltigkeit	12
Was macht eigentlich …?	13
Veranstaltungen	14 – 15
Vom IJK in die Welt	16
Abschlussarbeiten	17 – 19

Der KKeV unterstützte im vergangenen Jahr auch diverse sportliche, kulinarische und festliche Veranstaltungen am IJK

KKeV

Die Kommunikationsverstärker

Seit 1994 unterstützt der KommunikationsKultur e.V. (KKeV) als gemeinnütziger Förderverein die Wissenschaft, Forschung und Bildung am IJK in Hannover. Generell geht es darum, sowohl die Ausbildungserfahrung am Institut als auch das studentische Zusammenleben durch finanzielle und organisatorische Unterstützung nachhaltig und stetig zu optimieren.

Die Förderung von Lehrveranstaltungen ermöglicht es beispielsweise, dass erfahrene Referent*innen aus der Praxis ihr Know-how an Studierende vermitteln oder dass Forschungsseminare einen besseren Zugang zu Datenquellen und Equipment erhalten. Die Förderung durch den KKeV stellt so eine wichtige Ergänzung zu den Studienqualitätsmitteln dar. Ohne diese Zuschüsse könnten viele Kurse in ihrer aktuellen Qualität und ihrem wissenschaftlichen Umfang nicht stattfinden. Ebenfalls die Ausrichtung von und die Teilnahme an wissenschaftlichen Tagungen wird durch den KKeV gefördert, um das wissenschaftliche Profil von Studierenden, Mitarbeitenden und dem Institut als solches auf nationalem und internationalem Level zu stärken. Studentische Initiativen wie der institutseigene Fußballverein AC Plaza, die Musikmanagement-Initiative „Here I Am“ oder die Absolvent*innenfeier beim Forum des IJK haben ebenso ihren festen Platz im Förderspektrum. Daneben hat es sich der KKeV zur Aufgabe gemacht, verschiedene Veranstaltungen des Instituts zu planen und zu realisieren. Im Jahr 2023 konnten wir ein großes Sommerfest in den Räumlichkeiten der Agentur Dievision veranstaltet. Zusammen mit der IJK-Fachschaft haben wir an einem Tag die Möglichkeit zu Begegnung und Austausch geschaffen – bei Spiel, Spaß, Wissenschaft, kulinarischen Genüssen sowie Musik und Tanz. Schön, dass so viele Alumni und Studierende dabei waren! Für das Jahr 2024 ist wieder ein Sommerfest geplant, diesmal aber in kleinerer Form. Der KKeV möchte künftig vor allem das Alumni-Netzwerk weiter ausbauen und Begegnung und Austausch fördern.

Personell hat sich auch etwas verändert im vergangenen Jahr. Theo Granzin hat nach zwei Jahren toller Arbeit seine Position als Schatzmeister an Karen Wöhler abgegeben. Außerdem wurde im Rahmen der Mitgliederversammlung 2023 der Vorstand um eine vierte Person erweitert. Diese soll ein Alumni oder ein erfahrenes Vereinsmitglied sein und sich vor allem um den Ausbau des Alumni-Netzwerkes kümmern. Nico Spreen hat diesen Posten für die nächsten zwei Jahre übernommen.

Wir freuen uns, unsere Arbeit in das Wohl des Instituts zu investieren und stets an neuen Ideen und Förderungsplänen zu arbeiten, um die Erfahrungen am IJK für jede*n so angenehm wie möglich zu gestalten. Wir bedanken uns an dieser Stelle darum bei all unseren Mitgliedern, die den Verein zu dem machen, was er ist!

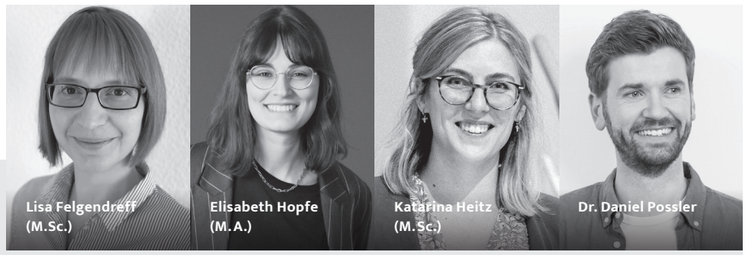
Herzliche Grüße vom aktuellen KKeV-Team
Aisha, Julius, Karen und Nico

P.S. Ihr wollt keine Updates mehr vom Institutsgeschehen verpassen? Dann besucht unsere vereinseigenen Kanäle auf Facebook und LinkedIn!

Zum Mitgliedsantrag des KKeV
kkev.org/mitglied-werden

Facebook:	www.facebook.com/kkev.org
Facebook-Gruppe:	„IJK Studierende & Alumni“
LinkedIn:	www.linkedin.com/company/kkev/
Webseite:	www.kkev.org

Rund ums IJK



Willkommen!

Mit Lisa Felgendreff, Elisabeth Hopfe und Katarina Heitz hat das Team vom Hanover Center for Health Communication [HC]² Verstärkung bekommen:

Lisa Felgendreff (M.Sc.) studierte zunächst im Bachelor Psychologie an der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg, bevor sie ihr Masterstudium in Psychologie an der Friedrich-Schiller-Universität in Jena abschloss. Zwischen 2017 und 2022 war sie wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Universität Erfurt. Zuvor hat sie fünf Jahre in der Marktforschung gearbeitet und dabei Einblicke in das Gesundheitswesen und das Krankenversicherungssystem gewonnen. Ihr Forschungsinteresse gilt der Risikokommunikation, der Kommunikation von Impfstoffnebenwirkungen und der Unterstützung informierter Impfentscheidungen. Am [HC]² ist Lisa für das Projekt zur Mundkrebs-Prävention mitverantwortlich.

Elisabeth Hopfe (M.A.) studierte im Bachelor Medienmanagement und im Master Kommunikations- und Medienforschung am IJK. Während des Studiums absolvierte sie ein Praktikum im Diversity Management bei OTTO und arbeitete als freie Mitarbeiterin bei aserto im Bereich der evidenzbasierten strategischen Kommunikationsberatung und Datenanalyse. Außerdem war sie als studentische Hilfskraft am [HC]² beschäftigt. In ihrer Masterarbeit führte sie ein Scoping Review zu den Informationsbedarfen und dem Informationsverhalten von Krebs-Langzeitüberlebenden durch, wodurch sie erste Erkenntnisse für das Projekt „Optimales Langzeitüberleben nach Krebs (OPTILATER)“ sammelte, in dem sie seit August 2023 angestellt ist.

Katarina Heitz (M.Sc.) schloss nach dem Bachelor Medienmanagement am IJK den Masterstudiengang Persuasive Communication an der Universität von Amsterdam ab, um einen Fokus im Themenfeld der Gesundheitskommunikation zu setzen. Während des Studiums arbeitete sie in Projekten der datengetriebenen Kommunikationsberatung bei aserto. Im Anschluss war sie zunächst im Projektmanagement bei Gesundheitswirtschaft Hannover e.V. zur Sensibilisierung für Hörgesundheit und Hörversorgung tätig, bevor sie ans Institut zurückkehrte. Das [HC]² verstärkt sie seit Mai 2023 im Projekt BiPsy-Monitor (Monitor Bildung und psychische Gesundheit).

Ein Wiedersehen gibt es mit **Dr. Daniel Possler**, der seit Mai 2024 ans Institut zurückgekehrt ist. Nach seiner Zeit als Post-Doc an der Julius-Maximilians-Universität Würzburg können sich Studierende am IJK nun wieder auf Seminare und Projekte in den Bereichen Unterhaltungsforschung, Media Entrepreneurship und Video Games freuen. In den 14 Jahren am IJK zunächst als Student und dann als Mitarbeiter in Forschung und Lehre bereicherte er die Marketing-Aktivitäten des Instituts und pflegte durch seine Zusammenarbeit mit Arthur Raney die IJK-Kooperation mit der FSU in Florida.

Neue LinkedIn-Gruppe des IJK

Seit diesem Jahr ist der Austausch zwischen und unter IJK-Studierenden sowie IJK-Alumni auch auf der Plattform LinkedIn in der Gruppe „IJK Hannover | Aktuelle und ehemalige Studierende“ möglich.

Ihr habt ein interessantes Jobangebot für IJKler*innen? Ihr möchtet zu einem IJK-Stammtisch einladen? Ihr habt eine Frage zum IJK? Dann meldet Euch!

Das Agency-, Lehr-, Lern-, Professionalisierungs- und Forschungsfestival HYPE&FRIENDS 2023

Das HYPE&FRIENDS-Festival wurde 2023 als Kollaborations-Musikfestival weiterentwickelt: Ausgehend von der Erkenntnis der Studierenden, dass ihre Professionalisierung am produktivsten durch Unterstützung bei der Vernetzung gefördert werden kann, sollten persönliche Agency- und Kollaborationssituationen in eigens dafür kuratierten Agency-Art-Labs im Zentrum stehen. So war es unseren Studierenden möglich, maßgebliche Musikakteur*innen aus Hannover (z.B. KreHtiv, Rampe, Musikzentrum, JMI, Kulturbüro), Niedersachsen (Musikland Niedersachsen, Verband Niedersächsischer Kultur- und Kreativwirtschaft) und Deutschland (B.V. Pop, About Pop) sowie weitere Einzelakteur*innen zu Spezialthemen wie KI), und Forschungs- und Praxis-Akteur*innen aus fünf europäischen Ländern in Vorträgen aus ihren jeweiligen Praxisfeldern zu erleben und mit ihnen zu ihren persönlichen Professionalisierungszielen und der Zukunft der Musik ins Gespräch zu kommen. 2024 legte das HYPE&FRIENDS durch die Beteiligung an der Ausrichtung der International Music Business Research Days zu Musikökosystemen den Fokus auf die Entwicklung des Festivals als Forschungslabor.

Für weitere Infos siehe: hypeandfriends.org

HYPE & FRIENDS
jazz & pop art-lab festival

Neues vom Hanover Center for Health Communication [HC]²

OnkoRiskNET erhält Niedersächsischen Gesundheitspreis

Wenn der Verdacht auf ein erbliches Krebsrisiko besteht, ist eine frühzeitige Abklärung für Betroffene wichtig. In Deutschland fehlt jedoch vor allem im ländlichen Raum ein flächendeckender Zugang zur humangenetischen Versorgung. Diesem Problem hat sich das Innovationsfonds-Projekt „OnkoRiskNET“ unter der Leitung eines Teams des Instituts für Humangenetik der Medizinischen Hochschule Hannover (MHH) angenommen und ein Kooperationsnetzwerk zur wohnortnahen Versorgung von Betroffenen mit einem genetischen Tumorrisiko in Niedersachsen und Sachsen aufgebaut. Das Hanover Center for Health Communication [HC]² ist ebenfalls an dem Projekt beteiligt, das im Dezember 2023 für seine Arbeit mit dem Niedersächsischen Gesundheitspreis in der Kategorie „E-Health – neue Chancen im Gesundheitswesen“ geehrt wurde. Gratulation!

Weitere Infos zum Projekt sind hier zu finden: www.onkorisknet.de

Eva Baumann in den Expert*innenrat berufen

Wir sind stolz, dass Eva Baumann, Vizepräsidentin Wissenschaft der HMTMH und Professorin für Kommunikationswissenschaft am IJK, in den Expert*innenrat „Gesundheit und Resilienz“ der Bundesregierung berufen wurde. Im März 2024 fand in Anwesenheit von Bundeskanzler Olaf Scholz und Bundesgesundheitsminister Karl Lauterbach die konstituierende Sitzung im Kanzleramt statt.

Der Expert*innenrat beschäftigt sich auf wissenschaftlicher Basis mit der Frage, wie Gesundheitswesen und Gesellschaft auf Gesundheitskrisen reagieren können. Bei aktuellen Fragen zur öffentlichen Gesundheit kann der Expert*innenrat die Bundesregierung ad hoc beraten. Dem Gremium gehören Forschende unterschiedlicher Fachrichtungen an, die sich ehrenamtlich und unabhängig im Expert*innenrat engagieren.

LinkedIn

Das [HC]² ist nun auch neu auf LinkedIn vertreten. Wer auf dem Laufenden bleiben möchte, kann sich dort vernetzen.

Rund ums IJK

Zu Gast am IJK oder das IJK zu Gast

Im vergangenen Jahr waren am IJK (oder remote im Online-Seminarraum) wieder einmal viele Persönlichkeiten zu Gast, die ihr Wissen und ihre Expertise im Rahmen diverser Lehrveranstaltungen mit den Studierenden teilten. Auf Exkursionen wurden Studis außerdem am Arbeitsort einiger Referent*innen und Alumni willkommen geheißen, wo sie Einblicke in die jeweiligen Arbeitsfelder erhielten und Impulse mitnehmen konnten.

Ein großer Dank geht zunächst an unsere Lehrbeauftragten: Melanie Arens (Digital You Coaching und Training GmbH), Kai Borges (RADIO 21/Rockland Radio), Daniel Epailly (Wavemaker Germany), Leonie Laag und Nicole Koschorreck (aserto), Frederik Springer (Leibniz Universität Hannover), Christian Krebs und Sonja Backhaus (Niedersächsische Landesmedienanstalt), Christine Preitauer (kre|H|tiv Netzwerk Hannover e. V.) und Sina-Mareike Hensel (Musikland Niedersachsen).

In bewährter Tradition konnten die neuen Studierenden bei Medienbesuchen im Praxiskolloquium aktuelle Themenfelder und das Arbeitsumfeld unserer Hosts kennenlernen und mit ihnen in Austausch kommen. Vielen Dank für die Gastfreundschaft: Alina Martin und Melissa Gonsior (MADSACK Mediengruppe), Andrea Lütke (NDR Funkhaus), Stephan Scholte (Antenne Niedersachsen) und Christian Krebs (Niedersächsische Landesmedienanstalt).

Als Gastprofessorin verstärkte außerdem Carina Weinmann von der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf im Wintersemester 2023/2024 das Institutsteam. Das Lehrangebot wurde durch sie mit den Veranstaltungen „Künstliche Intelligenz und die Rezeption und Wirkung von medial vermittelter politischer Kommunikation“ und „Medienstrukturen und Medienentwicklung“ erweitert.

Unterwegs im Seminar „Media und Social Entrepreneurship“

Im Masterkurs „Methodische Herausforderungen der Survey-Forschung mit Migrant*innen“ unterstützten uns Christiane Heckel, Ines Muth-Niemann und Brit Liestmann (BIK Aschpurwis + Behrens GmbH, Hamburg) als Gastreferentinnen.

Im ausgewählten Bereich „Bits, Beats & Bots: Künstliche Intelligenz in Kommunikation, Medien und Musik“ gab es ebenfalls viele interessante Gastvorträge. Unser Dank geht an: Anne Mollen (algorithmwatch), Katharina Köth (Creative Complexity), Matthias Strobel (Musictech Germany), Sonja Backhaus (Niedersächsische Landesmedienanstalt) und Alice Watanabe (Universität Hamburg).

Im Seminar „Media und Social Entrepreneurship“ unterstützten Claudia Bumb (Hafven), Dominique Gußmag (hannoverimpuls) und Moritz kleine Bornhorst (theyo) die Studierenden dabei, aus ihren ersten Geschäftsideen tragfähige soziale Geschäftsmodelle zu entwickeln. Als Jury-Mitglieder konnten wir Julia Hildebrandt (Diakovere Hannover) und Berit Lüdeke (Social Innovation Center) gewinnen. Vielen Dank auch an Kerrin Löhe (BAM! Bock auf Morgen), Tobias Kronawitter und Julian Wenger (kaputt.de GmbH), Vivien Wysocki (saint sass), Viola Breier (Startup Incubator Berlin), Tobias Dickmeis und Arnd Aschentrup (tandem) und Moana Skambraks und Cäthe Laase (Über den Tellerrand) für die spannenden Einblicke während der Exkursion nach Berlin.

Aktuelles

KI am IJK – Was macht computergenerierte Kommunikation mit uns?

Seit dem Launch 2022 liegt Chat-GPT in der mittlerweile zehnten Version vor, dessen Output wir fast beliebig auf unsere persönlichen Anliegen trainieren können. Und das ist nur eines von vielen generativen, intelligenten Tools, die sich auf dem Markt tummeln und sich bereits auf Bedürfnisse bestimmter Zielgruppen spezialisiert haben. Die neu eröffneten Möglichkeiten bringen zum Schmunzeln, wenn während der IJK-Mitarbeitenden-Weihnachtsfeier die „Originale“ von KI-generierten Gesichter-Merge-Bilder erraten werden sollten – und zum Stirnrunzeln, wenn künstliche Intelligenz in weniger trivialen Arbeitskontexten als Erweiterung eines zuverlässigen Kollegiums genutzt wird. Am IJK treibt uns um, welche Potenziale und Herausforderungen von solchen computergenerierten Inhalten für Kommunikator*innen ausgehen, was ihre Erstellung und Einordnung mit sich bringt und welche Wirkungen KI-generierte Medieninhalte bei Rezipient*innen erzielen.

So fand das Thema auch Einzug in den Lehrplan: Das Seminar „Bits, Beats und Bots: KI in Kommunikation, Medien und Musik“ unter der Leitung von Jule Scheper und Julian Kreissl bot reichlich Gelegenheit, einen Einblick und Austausch über die Auswirkungen von künstlicher Intelligenz auf Kommunikation, Medien und Musik zu erhalten: Wie etwa ist das Synthetisieren von Stimmen und die Fortschreibung von Musikstücken (verstorbener) Künstler*innen zu bewerten? Wie sieht es mit dem Urheberrecht aus? Wie kann der Einsatz von KI transparent gemacht werden? Was wird KI in naher Zukunft (oder nie) besser können als Künstler*innen und was eventuell schon? Die Studierenden erhielten durch den Input der Gastreferent*innen detaillierte Einblicke, wie KI im Journalismus eingesetzt wird, wie KI das journalistische Handeln beeinflusst sowie Impulse zu Effizienz und Glaubwürdigkeit in diesem Zusammenhang.

KI: Alles unter Kontrolle … oder doch nicht?

Auch in Abschlussarbeiten ist KI längst Thema. „Im Alltag denke ich vor allem über das Risiko einer wild gewordenen KI nach“, so Jan Leike, Head of Superalignment bei OpenAI, dem Softwareunternehmen hinter ChatGPT in einem Interview mit der Süddeutschen Zeitung. Ob Akteur*innen aus Wissenschaft, Wirtschaft, Politik und Gesellschaft diesen Gedanken teilen, hat Kim Ermler in ihrer Masterarbeit am IJK untersucht. Konkret hat sie sich damit beschäftigt, wie KI-Sicherheit in den Medien dargestellt wird. Dazu hat sie 68 Artikel aus elf Printmedien analysiert, um Frames in der Medienberichterstattung zu identifizieren. Die Arbeit entstand in Kooperation mit dem Institut für KI-Sicherheit des Deutschen Zentrums für Luft- und Raumfahrt. Das Ergebnis: Der mediale Diskurs zu KI-Sicherheit findet auf zwei Ebenen statt – in zwei der insgesamt fünf Frames beschäftigten sich Akteur*innen v. a. mit dem Schutz vor existentiellen Bedrohungen wie der Auslöschung der Menschheit durch eine böswillige Super-KI. In den übrigen drei Frames standen Sicherheitsaspekte abseits existentieller Gefahren im Mittelpunkt, darunter Transparenz, Nichtdiskriminierung, Cybersicherheit und Technologiesouveränität.

Von und für das IJK: Eine Orientierungshilfe für Studierende und Lehrende

Wie wir mit immer intelligenter werdenden Technologien im wissenschaftlichen Kontext umgehen, ist auch am IJK ein viel diskutiertes Thema. Dorothée Hefner, Magdalena Rosset und Jule Scheper haben Ende 2023 einen Leitfaden entwickelt, in dem sie erklären, was in Bezug auf generative Intelligenz bedacht werden sollte. Sie geben außerdem Empfehlungen für Nutzung und Umgang in Lehre und Forschung. Der Leitfaden ist zu finden unter:

ijk.hmtm-hannover.de/fileadmin/www.ijk/pdf/KI_im_Studium-Leitfaden_fuer_Studierende_23-12-21.pdf

PROMOTIONEN

Promotionen

Lasst es Doktorand*innen-Hüte regnen!

Gleich fünf Promotionen konnten innerhalb des vergangenen Jahres gefeiert werden: Anna Freytag, Katharina Knop-Hülß, Jule Scheper, Lorenz Grünewald-Schukalla und Sarah von Hören haben ihre Dissertationen erfolgreich verteidigt. Gratulation!

Dr. Anna Freytag

Anna Freytag

Angriffe, Demütigung und Ausgrenzung aufgrund (sozialer) Herkunft, Geschlecht, Religion, sexueller Orientierung, psychischer oder physischer Konstitution gehören für viele Menschen auf der ganzen Welt zum Alltag. Hierbei spielt Kommunikation eine entscheidende Rolle. Die Herabsetzung von Meinungen, Fähigkeiten, Erfahrungen oder der gesamten Identität von Personen aufgrund ihrer Zugehörigkeit zu einer sozialen Gruppe findet sowohl in direkten Gesprächen, persönlich oder medial vermittelt, als auch massenmedial, etwa in Nachrichtenbeiträgen, Leserbriefen und auf Social Media statt. Anna Freytag hat sich in ihrer Dissertation theoretisch mit dem Phänomen der gruppenbezogenen abwertenden Kommunikation auseinandergesetzt. Die Arbeit bietet einen Überblick über zentrale Begriffe im Forschungsfeld und schlägt eine Systematisierung und Abgrenzung der Konzepte zur Erforschung gruppenbezogener abwertender Kommunikation vor. Im Kern ihrer Arbeit hat Anna Freytag unter Bezugnahme auf das sozialpsychologische Konzept der Stigmatisierung ein eigenes kommunikationswissenschaftliches Konzept entwickelt: Stigmatisierende Kommunikation. Auf dem Konzeptvorschlag aufbauend findet sich in der Arbeit ein umfassendes Forschungsprogramm zur weiteren wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dem Thema. Auf Basis theoretischer Überlegungen aus Soziologie, Sozialpsychologie und Kommunikationswissenschaft wurden Forschungsfragen und Thesen zu den beteiligten Akteur*innen, Motiven und Determinanten, zur inhaltlichen Ausgestaltung sowie zu den vielfältigen Auswirkungen stigmatisierender Kommunikation entwickelt.

Dr. Katharina Knop-Hülß

Katharina Knop-Hülß

Die Kleingruppe profitiert in einzigartiger Weise von den allseits verfügbaren Vernetzungsmöglichkeiten mobiler Kommunikationstechnologien. Insbesondere die Gruppen-Chat-Funktion mobiler Instant-Messaging-Anwendungen (MIMAs, z. B. WhatsApp, Signal) bietet Kleingruppen einen permanent zugänglichen Kommunikationsort, an dem die Mitglieder unabhängig von ihrem räumlichen Standort Informationen an alle anderen gleichzeitig weitergeben können. Die daraus resultierende permanente kollektive Erreichbarkeit der Mitglieder hat Auswirkungen auf Gruppenprozesse (z. B. Gruppenkoordination, sozio-emotionale Belange der Mitglieder). In ihrer Dissertation hat Katharina Knop-Hülß die kommunikative Aktivität in MIMA-Chats von 18 natürlich vorkommenden, zielorientierten Gruppen in einem nicht-professionellen Umfeld mittels einer standardisierten Inhaltsanalyse untersucht. Die Arbeit erweitert damit die Erkenntnisse über die Erwartungen an permanente Verbundenheit auf individueller Ebene und zeigt, wie eine Gruppe, die eine solche Technologie nutzt, als permanent verbundene Gruppe (und Manifestation der Hybridität von medialer und Face-to-Face-Kommunikation auf Gruppenebene) verstanden werden kann, die unsere heutige Kommunikationsrealität ausmacht. Vor allem aber zeigt die Arbeit das Potenzial der Kleingruppenforschung zur Beschreibung aktueller kommunikationswissenschaftlich relevanter Phänomene.

Jule Scheper

In ihrer Dissertation widmet sich Jule Scheper der Frage, wer seine Meinung zu politischen Themen wann bekennt und wer es wann vorzieht zu schweigen – wer also welche öffentlichen Bekenntnisbereitschaft zeigt. Jule Scheper konzeptualisiert öffentliche Meinungsbekenntnisse als kommunikative Mehrebenenphänomene, die sowohl durch individuelle und situative Determinanten als auch deren ebenenübergreifende Interaktionen beeinflusst werden. Sie entwickelt ein theoretisches Mehrebenenmodell individueller und situativer Determinanten der öffentlichen Bekenntnisbereitschaft und unterzieht dies einer ersten empirischen Überprüfung. Die Ergebnisse zeigen, dass neben der Meinungsführerschaftsdisposition und Selbstwirksamkeitserwartung besonders wahrgenommene Verhaltensnormen relevant sind. Auf situativer Ebene sind sowohl die Anwesenheit von Peers als auch situative Meinungsklimahinweise von Peers und Gesellschaftsmitgliedern bedeutsam. Die Ergebnisse legen nahe, welche Personen und Situationen in besonderem Maße zur gesellschaftlichen Sichtbarkeit einer Meinung beitragen. Daraus ergeben sich sowohl theoretische als auch gesellschaftliche Implikationen, z. B. die Auswirkungen einer wahrgenommenen „Duty to Speak Out“. Auf Basis der Ergebnisse wird diskutiert, wie sich die öffentliche Bekenntnisbereitschaft einzelner Individuen auf die Lautstärke und Sichtbarkeit ganzer sozialer Gruppen auswirken könnte und inwiefern dies die Entstehung, Verstärkung oder Reproduktion von Benachteiligungsmustern bedingen könnte.

Dr. Jule Scheper

Lorenz Grünewald-Schukalla

Seit der industriellen Produktion von Notendrucken nutzen Unternehmen Musik, um Marken aufzubauen. In seiner Dissertation hat Lorenz Grünewald-Schukalla erforscht, wie solche Beziehungen von Marken und Musik verändert werden und welche Rolle dabei Medien spielen. Im Rahmen einer digitalen Ethnographie betont er die besondere Rolle von Orten und Events, über die medienbezogene Praktiken auf Marken und Plattformen ausgerichtet werden. So zeichnet er ein mediales Momentum nach, das den Wert einer Marke steigert, aber auch immer wichtiger für die Karrieren von Musikschaffenden und gewöhnliche Musikerfahrungen ist.

Dr. Lorenz Grünewald-Schukalla

Dr. Sarah von Hören

Sarah von Hören

Sarah von Hörens Dissertation beleuchtet, wie die Verschmelzung von Kommunikation und Mobilität das Fahrerleben verändert. Sie nutzt Erkenntnisse aus Kommunikationswissenschaft und Verkehrspsychologie, um zu zeigen, wie Autofahrerinnen und -fahrer ihr Fahr- und Medienerleben gestalten. Ihr Kernstück ist das Mediatized Drive Experiences (MDX) Modell, das Enjoyment, Agency und Perceived Safety als Hauptdimensionen für mediatisiertes Fahrerleben betrachtet. Durch eine quantitative Studie erkundet sie, wie sich mediatisiertes Fahrerleben manifestiert, und identifiziert diverse Cluster, die das breite Spektrum dieser Erlebnisse aufzeigen.

Abschied

Abschied von Helmut Scherer

Eine Ära geht zu Ende: Zum Wintersemester 2023/24 trat Prof. Dr. Helmut Scherer nach 24 Jahren am IJK in den Ruhestand. Das Leben am Institut ist seither ein anderes: keine spontanen Flurgespräche mehr über die Theorie der Schweigespirale oder Bezugsquellen guter Schokolade, keine Anlaufstelle mehr für die Ad-hoc-Analysen komplexer Daten (oder den vergangenen Bundesligaspieltag), keine Konversationen mehr über Kino, Kulinarik oder die Vorzüge französischer Schlösser als Feriendestination.

Helmut Scherer im Kreise seiner Doktorand*innen

1999 kam Scherer als Professor für Kommunikations- und Medienwissenschaft mit den Schwerpunkten Politische Kommunikation und Öffentliche Meinung sowie Rezeptions- und Wirkungsforschung aus südlicheren Gefilden und Stationen in Mainz, Allensbach, Erlangen-Nürnberg, München und Augsburg nach Hannover. Dass es der gebürtige und überzeugte Pfälzer hier, fern adäquater Weinlagen, so lange ausgehalten hat – in einer Stadt, deren kulinarisches Aushängeschild ein goldener Butterkeks ist –, ist Christoph Klimmt zufolge vor allem einer Sache zu verdanken: Helmut Scherers Sinn für Gemeinschaft. „Du hast uns vorgelebt, dass nicht das Wissenschaftler-Ego, sondern das Miteinander aller Angehörigen eines Instituts den Unterschied macht“, beschrieb es Klimmt in seiner Rede zu Scherers Abschied. Dies gelte nicht nur für die generelle Lern- und Arbeitszufriedenheit und den, so Klimmt, „Ich-komme-auch-morgen-gerne-ans-IJK-Faktor“, sondern sei die unmittelbare Grundlage wissenschaftlicher Höchstleistung. Nur wer sich wohlfühle, gehört und wertgeschätzt, könne

Abschiedsvorlesung

seine Fähigkeiten in Leistung realisieren – oder, wie Klimmt es anhand der von Helmut Scherer gern genutzten Themenkreise formulierte: „aus seinen Trauben wirklich guten Wein keltern oder auch effektiv per Steilpass von Abwehr auf Angriff umschalten“.

Wie prägend diese Haltung für die Forschung und Lehre am IJK war, konnte erleben, wer die Dankesrede der Studierenden beim Forum 2023 hörte oder die Beiträge las, die aus allen Teilen des Landes (und darüber hinaus) anlässlich von Scherers Abschied eingingen. Einen Teil davon möchten wir hier abbilden. Und um ein letztes Mal Christoph Klimmt zu zitieren: „Orden und Ehrentitel sind in der Academia eher verpönt, aber wenn wir Dir einen Ehrentitel verleihen würden, wäre ‘Mentor des IJK‘ nur angemessen – als Freund des IJK und hochgeschätzter Lehrer.“ Merci!

Helmut Scherer in drei Worten

- Riesling, Sterneküche, Schweigespirale **(Eva Baumann)**
- Schnelldenker, Statistik-Genie, Genussmensch **(Sophie Bruns)**
- Humor, Beharrlichkeit, Petitesse **(Corinna Kastner)**
- Hart, aber fair **(Aljoscha Paulus)**
- Herz, Verstand, Genuss **(Jule Scheper)**
- Geschichtenerzähler, Gourmet, Weinliebhaber **(Nico Spreen)**

Best of Helmut Scherer:

Komplizierte Datenanalyse ist nicht zwingend besser als einfache.

Jede Skala sollte einen Nullpunkt haben.

Beim Empfang vor der Abschiedsvorlesung

Home-Story über Helmut Scherer in der „Plaza-Revue“

Habe ich Ihnen noch nie davon erzählt?

Ich rede schon wieder zu viel, oder?

Da schmeckt es nicht.

Helmut Scherer 2013

Don Elmo Scheroni (Sprich: Skeroni, nicht Scheroni!)

Sie denken falsch.

Nachhaltigkeit

Für mehr Nachhaltigkeit und Umweltschutz: Aktivitäten am IJK

Der Klimawandel mit seinen dramatischen Folgen und weitere Umweltkrisen sind auch am IJK angekommen – und das nicht nur in Gesprächen in der Mensa. In Form zweier Lehrveranstaltungen sowie durch die Gründung eines Arbeitskreises sind wir aktiv geworden:

Ringvorlesung Nachhaltigkeitskommunikation
Zunächst veranstalteten Anna Freytag und Dorothée Hefner unter Beteiligung zahlreicher Gäste im Sommersemester 2023 eine Ringvorlesung zum Thema Nachhaltigkeitskommunikation. Ziel der Veranstaltung war es, Studierenden vielfältige Einblicke in das Thema zu bieten und dabei unterschiedliche Akteur*innen einzubeziehen, die sich mit der Kommunikation von Nachhaltigkeitsthemen aus verschiedenen Perspektiven beschäftigen.

So berichteten Journalist und Autor Raphael Thelen von seiner Arbeit als Klimaaktivist und Andreas Möser als ehemaliger Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Grünen-Fraktion im Landtag Niedersachsen von den Herausforderungen für ökologische Themen in der politischen Kommunikation. Auch einige Alumni des IJK waren dabei: Robert Arndt brachte Einblicke aus seiner Arbeit als Referent für Nachhaltigkeit bei der Deutschen Bahn mit und Kerrin Löhe erzählte von der Gründung ihrer Nachhaltigkeitsberatung „BAM! Bock auf Morgen“ und stellte unterschiedliche Möglichkeiten vor, um Menschen zu umweltfreundlicherem Handeln zu motivieren. Jannis Meseke berichtete von seiner Arbeit bei der Naturkostsafterei Voelkel und Wegen, wie ein nachhaltiges und gemeinwohlorientiertes Unternehmen seine Werte nach außen kommunizieren kann, wohingegen der Fokus von Dr. Malte Gebler und Meike Baudis von der Volkswagen AG auf der Kommunikation von Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen nach innen lag. Die wissenschaftliche Perspektive steuerte Prof. Dr. Michael Brüggemann von der Universität Hamburg bei und zeigte anhand seiner Forschung, wie gering und verzerrt die Berichterstattung zum Thema Klimawandel in den Medien ist. Zu einzelnen Gastvorträgen verfassten Studierende Blogbeiträge, die unter nachhaltigkeitkommunizieren.wordpress.com nachgelesen werden können.

Seminar zur strategischen Nachhaltigkeitskommunikation
Im Wintersemester 2023/24 konnten die Studierenden ihr theoretisches Wissen direkt in die Praxis umsetzen: In einem Seminar unter der Leitung von Dorothée Hefner entwarfen sie verschiedene Projektideen. Letztendlich entschieden sich die Studierenden für die Organisation eines Umsonst-Flohmarkts in der Mensa der Hochschule am Neuen Haus. Für die Veranstaltung wurde eine Kommunikationsstrategie entworfen und u. a. durch Plakate und selbst produzierte Instagram-Reels umgesetzt. Der Flohmarkt stieß in der Hochschule auf große Resonanz.

Erfolgreicher Umsonst-Flohmarkt

Arbeitskreis Nachhaltigkeit

Mit dem Ziel, das Thema Nachhaltigkeit insgesamt stärker an der HMTMH zu verankern und in allen Fachbereichen zu stärken, riefen Anna Freytag, Dorothée Hefner, Katharina Knop-Hülß und Charlotte Schrimpff – allesamt wissenschaftliche Mitarbeiterinnen am IJK – im Sommer 2023 einen Arbeitskreis Nachhaltigkeit ins Leben. Unter Beteiligung von Beschäftigten aus Technik, Verwaltung, Forschung und Lehre findet nun ein regelmäßiger Austausch statt. Ebenso gibt es erste Vernetzungsaktivitäten mit den anderen Hochschulen in Hannover sowie der Stadt und Region Hannover. Unter anderem hat es im Mai 2024 eine Nachhaltigkeitswoche an allen Hochschulen in Hannover gegeben. Am IJK fand in diesem Rahmen ein Filmabend zum Thema Fast Fashion mit anschließender Gesprächsrunde und Kleidertauschbörse statt.

Was macht eigentlich …?

… Kira Drabner

Nach ihrem Bachelor- und Masterstudium im Fach Medienmanagement arbeitete Kira Drabner zwei Jahre als Projektmanagerin bei Autovision in Wolfsburg und beriet dabei die Volkswagen AG. Seit über sieben Jahren ist sie nun bei TUI im Bereich Consumer Insights und Customer Experience beschäftigt.

Liebe Kira, du hast 2015 dein Masterstudium am IJK abgeschlossen und arbeitest aktuell als Head of Voice of Customer Program. Was macht dir dabei am meisten Spaß?
Ganz besonders gefällt es mir, mit Kolleg*innen aus der ganzen Welt zusammenzuarbeiten. In unserem Team arbeiten Menschen aus dem Vereinigten Köngireich, Indien, den Niederlanden, der Ukraine, Skandinavien und vielen anderen Nationen – das bereichert mein Arbeitsleben und meinen persönlichen Horizont sehr.

Welche Inhalte aus dem Studium haben dir besonders in der Arbeitswelt genützt?
Tatsächlich die Statistik-Kurse. Bei meiner Arbeit geht es sehr viel um Daten – und da ist ein gutes Verständnis für Korrelationen, Konfidenzintervalle und Co sehr hilfreich. Aber mehr als alle Inhalte hat es mir genützt, am IJK selbstständiges Arbeiten zu lernen: sich Aufgaben zu erschließen, bei denen am Anfang noch nicht klar ist wie sie gelöst werden können, und Dinge – insbesondere Daten – kritisch zu hinterfragen.

Vermisst du das IJK manchmal? Und wenn ja, was genau?
Ich vermisse das IJK und die Studienzeit mit allen Freiheiten, die sie mit sich brachte, manchmal auf jeden Fall – insbesondere die Möglichkeit, an einem Mittwoch den Wecker auch einfach mal erst um 10 Uhr klingeln zu lassen …

Welchen Tipp würdest du IJK-Studierenden gerne mit auf ihren Weg geben?
Lernt eure KommilitonInnen kennen und genießt die Zeit zusammen! Bei allem, was ich inhaltlich und methodisch aus meiner Zeit am IJK mitnehmen konnte, ist das absolut wertvollste, dass ich hier einige meiner besten Freunde kennengelernt habe!

Wenn du für deine Zeit am IJK einen Soundtrack auswählen müsstest, welches Lied dürfte auf gar keinen Fall auf dieser Playlist fehlen?
Da gibt es viele – wenn ich mich für einen entscheiden soll, ist es „Einmal um die Welt“ von Cro.

Wenn du heute noch einmal Zeit für ein Zweitstudium hättest – wofür würdest du dich entscheiden und warum?
Aus einer rationalen Perspektive vermutlich Data Science oder Data Analytics. Rein interessensgesteuert würde ich aber statt einem Zweitstudium eher eine Ausbildung machen, zum Beispiel zur Tischlerin oder Goldschmiedin.

Welches Medienangebot hat dich in der letzten Zeit am meisten begeistert oder am besten unterhalten?
Ich bin großer Fan von Podcasts und höre die gern auf dem Rad, in der Bahn oder auch zu Haus beim Kochen oder zum Entspannen. Mein All-time-favourite ist der „Geschichten aus der Geschichte“-Podcast, in dem Anekdoten und kleine Geschichts-„Schnipsel“ unterhaltsam und wahnsinnig sympathisch erzählt werden. Zum Einstieg kann ich sehr die Folge zur Entstehung der Kellogg’s oder eine der Expeditions-Folgen empfehlen!

Mit wem würdest du gerne mal einen Monat lang den Job tauschen und warum?
Da habe ich keine konkrete Person im Kopf, aber auf jeden Fall jemand, der/die einen Berufsalltag hat den man sonst so nicht erleben kann: Polarforscherin, Stuntfrau, Astronautin…

Und last, but not least: Was sind die drei Dinge auf deiner Bucketlist, die du unbedingt noch erleben möchtest?
- Polarlichter sehen (hoffentlich noch dieses Jahr :D)
- Tauchen lernen
- (Mehr von) Südamerika entdecken

Veranstaltungen

Treffpunkt IJK

IJK-Sommerfest

„Wir sind begeistert über die vielen Begegnungen im Rahmen des IJK-Sommerfests. Besonders die Podiumsdiskussion hat mal wieder gezeigt, was das IJK einmalig macht: der Spirit und das Mindset, das uns alle verbindet und das Studierende, Ehemalige und Mitarbeitende zusammenhält“, freut sich Christoph Klimmt. Am 24. Juni fand das IJK-Sommerfest ganz im Zeichen der Stärken des IJK auf dem Gelände von Dievision statt: Im Rahmen des „Wissens-Tracks“ zeigten Mitarbeitende des IJK, mit welchen Themen sich

Podiumsdiskussion: Karriereplattform IJK

das Institut in Forschung und Lehre auseinandersetzt, und gaben Einblicke in unterschiedliche Projekte. Der Track „Spiel & Spaß“ gab dagegen Freiraum für Begegnungen in lockerer Atmosphäre. Das Programm wurde von einer Podiumsdiskussion abgerundet, in der IJK-Alumnae Annekaryn Ranné und Anja Visscher mit den IJK-Studierenden Lena Schrader und Friederike Sengteller sowie Institutsdirektor Christoph Klimmt und Juniorprofessorin Christine Meltzer darüber diskutierten, wie Studierende des IJK bestmöglich für ihre Karrieren in Wirtschaft oder Wissenschaft aufgestellt werden können. Bis spät in die Nacht wurde bei sommerlichen Temperaturen diskutiert, gelacht und getanzt.

Das IJK möchte sich ganz herzlich bei allen Teilnehmenden bedanken! Ein besonderer Dank gilt aber dem gesamten Organisationsteam (KKeV, die Fachschaft Medien und Kommunikation sowie Nico Spreen), Dievision für die großartige Unterstützung und die Bereitstellung der tollen Räumlichkeiten (insbesondere Jan Jaspersen & Marcus Torke), Annekaryn Ranné, Anja Visscher, Lena Schrader und Friederike Sengteller für die Beteiligung an der Podiumsdiskussion sowie allen fleißigen Helfer*innen. Es war uns ein Fest!

Wiedersehen beim Sommerfest

IJK-Forum 2023: Eine närrische Nacht!

Greta Kortenacker resümiert:

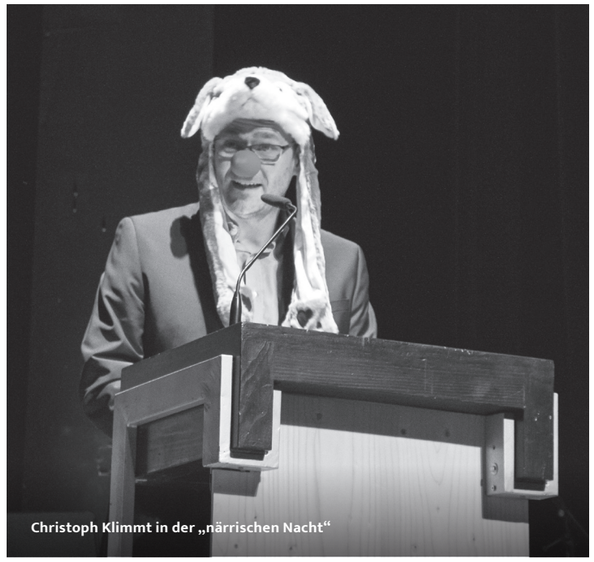
Was ist die Formel für einen gelungenen Abend à la IJK? Viele nette Menschen, ein buntes Programm, gute Musik und der bewährte Rahmen des HMTMH-Haupthauses! Im vergangenen November wurde so wieder zum IJK-Forum geladen. Bei guter Laune getreu dem Motto „Die närrische Nacht“ wurde am 11.11.2023 in Karnevalsatmosphäre ausgelassen gefeiert.

Insgesamt 38 Bachelorabsolvent*innen, sieben Medien-und-Musik-Alumni sowie vier Kommunikations- und Medienforschungs-Master konnten sich im Richard Jakoby Saal über ihre Abschlüsse freuen. Ebenso herzlich waren die

Willkommen zum IJK Forum!

Glückwünsche an Dr. Sarah von Hören, Dr. Jule Scheper und Dr. Katharina Knop-Hülß, die ihre Promotionen erfolgreich verteidigt haben. Auch das Ende einer Ära galt es zu würdigen: Professor Dr. Helmut Scherer wurde feierlich in den wohlverdienten Ruhestand entlassen.

Bei wunderbarer musikalischer Untermalung der MeMu-Band und den närrischen Moderationen von Katharina Schwab und Theo Granzin genossen die Anwesenden die ausgelassene Stimmung. Wie es sich für eine „närrische Nacht“ gehört, bot die Pause allen Gästinnen und Gästen ein festliches Bankett aus Popcorn, einer Candybar und Gebäck. Im Anschluss kamen IJKler*innen und Angehörige in der Mensa des Haupthauses zusammen, um gemeinsam mit DJ Jost bis in die Morgenstunden zu tanzen. Wir erinnern uns gern an den Tag zurück und bedanken uns herzlich bei allen, die zu seinem Gelingen beigetragen haben!



Christoph Klimmt in der „närrischen Nacht“

IJK Career Expo

Am 30. November 2023 fand zum ersten Mal in dieser Form die IJK Career Expo – Berufsmesse für Praktika, Insights und Networking in Kommunikation, Medien und Musik in den Räumlichkeiten des IJK statt. Den Auftakt machten am Vormittag Präsentationen und Unternehmenseinblicke der IJK-Forums-Sponsor*innen von L-Paket, MADSACK Mediengruppe, aserto und Heise Medien. Im Anschluss daran präsentierten sich auf einer Messe weitere Unternehmen aus der Kommunikations-, Medien- und Musikbranche mit individuellen Ständen. Zudem berichteten Studierende höherer Semester von ihren Erfahrungen aus bereits absolvierten Praktika. Das Event fand im Rahmen des Praxiskolloquiums des Bachelorstudiengangs Kommunikationswissenschaft statt und brachte Studierende aller Studiengänge des IJK und Unternehmen zusammen. Erste Kontakte konnten in entspannter Atmosphäre geknüpft und Optionen für Praktika, Werkstudierendentätigkeiten und den Berufseinstieg ausgelotet werden. Insgesamt war die IJK Career Expo 2023 ein voller Erfolg und bot den Studierenden die einzigartige Gelegenheit,

Networking bei der IJK Career Expo

sich mit Akteur*innen aus Medienhäusern und Kommunikations- und Musikagenturen sowie verschiedenen Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen wie TV, Marktforschung, Marketing, Consulting zu vernetzen und erste Einblicke in die Arbeitswelt zu erhalten. Wir bedanken uns bei allen Beteiligten für ein erfolgreiches Event und freuen uns bereits auf die nächste IJK Career Expo 2024!

Sucht ihr Praktikant*innen, Werkstudierende oder Berufseinsteiger*innen? Dann ist die IJK Career Expo am 21. November 2024 der richtige Ort für euch! Nähere Informationen erhaltet ihr bei Nico Spreen, M.A. (Mail: Nico.Spreen@ijk.hmtm-hannover.de; Tel.: +49 (0) 511-3100-492) oder auf der Website des IJK.

In der Welt

Vom IJK in die Welt

Ein Semester lang Expo gegen Erlebnis und Üstra gegen Überraschung tauschen: Das legen wir unseren Studierenden wärmstens ans Herz! Im Rahmen eines Auslandssemesters besteht die Möglichkeit, die Luft an einer anderen Universität wie zum Beispiel an einer unserer langjährigen Parnteruniversitäten in Europa zu schnuppern und „nebenbei“ Land und Leute kennenzulernen. Wer bekommt angesichts der Eindrücke aus Porto, Wien und Örebro nicht Sehnsucht (oder Erinnerungen an eigene Aufenthalte)? Wir haben Studierenden dazu ein paar Fragen gestellt.

Marie Pavlovsky · Porto

Mein Tipp: einfach machen! Du wirst dankbar sein für all die schönen Erinnerungen und Erfahrungen in dem Land, das für ein paar Monate dein Zuhause sein wird.

Finja Petersen · Örebro

Dadurch, dass in Schweden Kurse nicht parallel laufen, sondern hintereinander und immer nur einzeln, konnte man sehr intensiv „in die Lehre“ gehen. Die Themen waren sehr abwechslungsreich und anders als am IJK.

Kim Ermler · Istanbul

Statt mit der U6 zur Plaza fährt man in Istanbul mit der Fähre über den Bosporus zur Uni. Und mit ein bisschen Glück wird man von Delfinen begleitet …

Jil Schlieper · Pamplona

SEHR beeindruckende (Privat-) Uni, die sich mit sehr viel Engagement um ihre Erasmusstudent*innen kümmert. Die Facultad de Comunicacíon und auch einige spanische Student*innen waren hilfreiche Ansprechpersonen!

Jakob Deckers · Wien

Besonders war es zu erleben, wie im Verlauf von drei bis vier Monaten aus Menschen, die von so unterschiedlichen Orten kommen und komplett verschieden sind, eine großartige Gemeinschaft wachsen kann!

Abschlussarbeiten

Bachelor Medienmanagement

Bär, Alessia

Ein neues mediales Image für den deutschen Frauenfußball nach dem Hype um die Europameisterschaft 2022? Eine inhaltsanalytische Untersuchung der medialen Darstellung von Frauenfußball vor, während und nach der EM 2022

Berardinelli, Luca Paolo

LinkedIn – die Zukunft der Unternehmenskommunikation? Eine empirische Untersuchung zur Bewertung eines neuen Informations- und Kommunikationskanals

Bettels, Katharina

„Selling Hope“: Eine kritische Analyse des Multi-Level-Marketings unter besonderer Betrachtung des Einflusses von Persönlichkeitsmerkmalen und Lebenssituationen auf die Teilnahme

Biesterfeld, Tim

„Sonderangebot – schnell zuschlagen!“ – Eine empirische Untersuchung des Einflusses der Fear of Missing Out als Marketing-Instrument auf die Kaufabsichten in In-App Käufen

Bode, Lynn Christin

„Monetizing Desire“ – das Geschäft mit der Lust. Eine qualitative Untersuchung der Rolle von Paid Content in der Porno-Industrie und der Zahlungsbereitschaft für pornografische Inhalte

Böhm, Marie

Wie Influencer*innen auf Instagram ihre Follower*innen beeinflussen – Eine qualitative Untersuchung der Bedeutung von parasozialen Beziehungen im Kaufentscheidungsprozess der Rezipient*innen

Charif, Theresa

„You(th)Porn“ – Pornografie als Chance für die pädagogische Bildung? Eine qualitative Untersuchung der Effekte sexuell expliziter Inhalte auf Jugendliche und ihrem Einsatz als Werkzeug in der pädagogischen Sexualaufklärung

Ekelhoff, Silas

Der Wandel des linearen Fernsehens im Zeitalter der digitalen Medien: Welche Veränderungen ergeben sich für lineare Fernsehsender durch das veränderte Nutzungsverhalten der Konsument:innen und welche strategischen Schritte sind von entscheidender Bedeutung, um ihre Inhalte in den digitalen Medien zu etablieren?

Falk, Jenny

„Will keine Frauen, will Hoes“, oder doch eher „Who run the world? Girls?“ Eine quantitative Inhaltsanalyse zu sexualisierten Darstellungen von Frauen in Musikvideos

Foth, Svenja

„Guten Abend, meine Damen und Herren!“ Eine experimentelle Untersuchung zur Wirkung des Geschlechts von Fernsehnachrichten-Moderator:innen auf die Glaubwürdigkeit

Friebe, Lisa

Influencer-Marketing auf TikTok – Chancen und Herausforderungen für Unternehmen

Herzog, Cathrin

„Millionen-Jackpot erneut geknackt!“ – und nächstes Mal trifft es mich! Eine experimentelle Untersuchung zur Wirkung von Fallbeispielen über die Lotteriegewinner*innen in der Berichterstattung auf Rezipient*innen

Heuer, Joy-Marie

„Black Lives Sell?“ Eine qualitative Inhaltsanalyse der Darstellung von People of Color in Werbefilmen.

Jacobs, Jana

DOGmen im Hundetraining? Eine qualitative Untersuchung der Nutzung und Einschätzung von E-Learning-Angeboten im Hundetraining.

Joswig, Sina

#BodyPositivity – zwischen Vorurteilen und Selbstliebe. Eine quantitative Untersuchung der Einstellung zu und der Identifikation mit der Body Positivity Bewegung

Keller, Talea

Zwischen Lockdown und Online-Revolution. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Onlinekommunikation von niedersächsischen Museen auf Instagram und die Rolle der Corona-Pandemie.

Kneller, Lea

Medienkompetenz in der Praxis – Eine Evaluation des ARD-Jugendmedientags aus der Perspektive der Lehrkräfte

Kniebel, Jamina

„Vom Social Media Konsum zum Achtsamkeitsguru“ – Eine empirische Untersuchung über den Einfluss der Rezeption von Achtsamkeitsinhalten in den sozialen Medien auf die Achtsamkeit sowie die alltägliche formelle Achtsamkeitspraxis der Konsument:innen anhand der Theorie des geplanten Verhaltens von Ajzen

Lürssen, Malin

„Rosarote Klischee-Brille?“ Eine empirische Studie zur Wirkung einer anti-geschlechterstereotypisierenden Werbung auf die Erinnerung an und Verarbeitung von der Werbung

Madert, Maria

Die Rolle Künstlicher Intelligenz in Kreativen Prozessen des Digitalen Marketings

Meyer, Alina

Mental Health-to-go: Schluss mit den Tabus durch Podcasts? Eine qualitative Untersuchung der

Abschlussarbeiten

Rolle von Mental Health Podcasts im Kontext der Entstigmatisierung psychischer Erkrankungen

Meyer, Veronika
Glaubwürdig oder nicht? Ein Online-Experiment zur Untersuchung von argumentativen und plattformerzeugten Einflussfaktoren auf die Glaubwürdigkeit von Online-Rezensionen

Milkowski, Franziska
„Gut informiert? Eine Frage der Quelle." Ein Online-Experiment zur Untersuchung zur Glaubwürdigkeitseinteilung von Nachrichtenartikeln im digitalen Raum

Nemitz, Jasper
Bedeutung von Online-Rezensionen im Vergleich zu etablierten Kritikerinstanzen: Welche Bedeutung kommt Online-Rezensionen bei einem widersprechenden Urteil einer etablierten Kritikerinstanz zu? Eine Untersuchung anhand des Bereichs Kulinarik

Niclassen, Cecily
Zwischen Realität und Inszenierung – Eine quantitative Untersuchung zu den Motiven der Filternutzung auf Instagram

Sandvoss, Svenja
„LESS MEAT AGAINST HEAT": Die Wirkung von Gain- und Loss-Framing auf die Intention, den Fleischkonsum aus Umweltschutzgründen zu reduzieren

Schilling, Thea
„Das habe ich nie jemandem erzählt, oder doch?" Eine Untersuchung des Einflusses des Wissens über EU-Datenschutzregelungen auf die Konfiguration von Cookiediensten

Schlomann, Carlotta
Musik, Macht und Missbrauch am Beispiel von Rammstein: Eine qualitative Betrachtung von Aneignungsprozessen im Rahmen von Berichterstattung über Gewalt gegen Frauen*

Die Absolvent*innen beim IJK Forum 2023

Schwerendt, Marcus
Die Entwicklung der Zeitungsberichterstattung nach Katastrophenereignissen: Eine quantitative Inhaltsanalyse über die Berichterstattung nach der Starkregenkatastrophe 2021 im Ahrtal

Stiewe, Anneke
Emojis als Schlüssel zum Erfolg im Suchmaschinenmarketing? Eine empirische Untersuchung der Werbewirkung von Emojis im Titel und in der Beschreibung von organischen Suchergebnissen

Stolz, Jana
„Ich streame, also binge ich." Eine empirische Untersuchung zu Zusammenhängen von Achtsamkeit, Motiven und situativen Faktoren und Wirkung von Binge Watching

Stührmann, Julian
Katar-Krise: Haben Medienberichte über Skandale und Negativentwicklungen im Profifußball einen Einfluss auf dessen Rezeption? Eine empirische Untersuchung der Rezeption der Fußball-Weltmeisterschaft 2022 unter Einbezug der Theorie der kognitiven Dissonanz

Thiel, Filoumenia
Sieh dir an, was du verpasst hast: Eine empirische Untersuchung des Zusammenhangs von Online-Vigilanz, Fear of Missing Out (FoMO), Wohlbefinden und Lebenszufriedenheit

Walkenhorst, Carlotta Lea
Donald Trump und das Phänomen der populistischen Rhetorik: Inwiefern nutzt Donald Trump populistische, sprachliche Stilmittel in den Reden während seiner Präsidentschaft?

Winkler, Viviane
„Sind Richter:innen und Staatsanwält:innen auch nur Menschen?" Eine qualitative Untersuchung des Einflusses der Medien auf die Rechtsprechung in Deutschland

Zidorn, Marieke
Influencermarketing im Wandel: Welche Bedeutung haben UGC und Deinfluencing im Influencer-Marketing und sind sie als Teil der Kommunikation von Unternehmen zukunftsfähig?

Master Kommunikations- und Medienforschung

Hopfe, Elisabeth
Information for Long-Term Cancer Survivors: A Scoping Review

Robben, Alina
Nachrichtenberichterstattung zum Thema sexualisierte Gewalt und Auswirkungen auf die Verantwortungszuschreibung

Wehming, Mona
Der Einfluss von Hostile-Media-Wahrnehmungen auf die gesundheitspolitische Anschlusskommunikation: Eine empirische Untersuchung zur Ursache des Involvements, der vermittelnden Rolle von Hostile-Media-Wahrnehmungen und ihrer Konsequenzen

Master Medien und Musik

Blühdorn, Terry
„Hochkultur" vs. Unterhaltung? Eine Betrachtung innovativer klassischer Konzertformate aus unterhaltungstheoretischer Perspektive

Bolder, Nils
„(K)ein Alpha werden" – Die Rolle von Rapmusik bei der Bildung eines Männlichkeitsbildes junger erwachsener Rezipienten

Damke, Marit
Das HYPE&FRIENDS als Zukunftslabor der Musikstadt Hannover: Eine qualitative Untersuchung zur Bedeutung der Nutzerinnovationen des HYPE & FRIENDS Agency-Festivals für die Musikstadt Hannover

Kaseb, Zeinab
Traditionelle vs. virtuelle Instrumente: die ästhetische Bewertung von Musikaufführungen am Beispiel des DigiEnsembles Berlin

Klinkhart, York
Watch-Lost: Zur Theorie des Überangebots auf Video-Streamingdiensten

Kokinaki, Evangelia
Vom Talent zur Vielfalt: Eine qualitative Untersuchung journalistischer Förderprogramme für Nachwuchsjournalisten*innen mit Migrationshintergrund in Deutschland

Pettersson, Madeleine
Awe-some Music in Nature – Eine quantitative Studie zur Musikalisierung von Naturdokumentationen und deren Einfluss auf Awe und Unterhaltung

Schröder, Rebecca
Die Rolle von Veranstaltungsapps im Wertschöpfungsnetzwerk von Musikfestivals. Eine qualitative Analyse von appunterstützten Erfolgsfaktoren

Strassburger, Jasmin
Musik in User Generated Short Videos – Eine multiple Case Study von Musik in viralen Videos auf TikTok und Instagram

Stremel, Celina
Algorithmen im Musikstreaming und die Bedeutung für Hörer*innen

Promotionen

Freytag, Anna
Stigmatisierende Kommunikation. Entwicklung eines theoretischen Konzepts zur Beschreibung gruppenbezogener abwertender Kommunikation und Erarbeitung einer Forschungsprogrammatik

Grünewald-Schukalla, Lorenz
Musikkultur zwischen Marken und Medienplattformen: Eine digital-ethnographische Untersuchung der musikbezogenen Markenstrategien von Red Bull, Deutsche Telekom, Seat, Audi, Carharrt und Absolut Vodka

Knop-Hülss, Katharina
The Permanently Connected Group (PeCoG): An Investigation of Non-Professional Secondary Groups Communication via Mobile Instant Messaging Chats

Scheper, Jule
Die Bereitschaft, öffentlich Meinung zu bekennen. Eine theoretische und empirische Prüfung eines Mehrebenenmodells individueller und situativer Determinanten öffentlicher Bekenntnisbereitschaft

von Hören, Sarah
Das Fahrzeug als Medienerlebnisraum. Die Untersuchung mediatisierten Fahrerlebens – theoretische Modellbildung und empirische Exploration

Ihr könnt einfach nicht genug vom IJK bekommen und möchtet bis zur nächsten IJK-Plaza auf dem Laufenden bleiben?
Dann folgt uns bei Facebook, LinkedIn und Instagram oder schaut hin und wieder mal auf unserer Website vorbei:

www.ijk.hmtm-hannover.de
www.linkedin.com/school/institut-für-journalistik-und-kommunikationsforschung
www.facebook.com/IJK.Hannover
Instagram: @ijk_hannover

MEDIEN ERLEBEN. ZUKUNFT BEWEGEN.

Die MADSACK Mediengruppe verfügt über ein vielfältiges Produktportfolio: Von der Tageszeitung über Online-Portale, Apps und digitale Kommunikationslösungen bis hin zu Post, Logistik sowie Film- und Fernsehdienstleistungen ist alles dabei. Der MADSACK Medien Campus begleitet Nachwuchskräfte intensiv und vernetzt sie miteinander.

STARTE DEINE KARRIERE IN DEN MEDIEN BEI UNS:

- Vielfältige Trainee-Programme (u.a. in den Bereichen Medienmanagement, Data und im Personal)
- Multimediales Volontariat (Lokal oder im RND)

MEHR INFOS GIBT'S AUF UNSERER WEBSITE

MADSACK MEDIEN CAMPUS

www.madsack-medien-campus.de