Medienökonomie^{JR} – das Netzwerk für den wissenschaftlichen Nachwuchs

Foto: © vertage - Fotolia.com

Kerstin Fröhlich
Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung, Universität Zürich
✉ *k.froehlich@ipmz.uzh.ch*

Patrick Rademacher
Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung, Universität Zürich
✉ *p.rademacher@ipmz.uzh.ch*

Bjørn von Rimscha
Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung, Universität Zürich
✉ *b.vonrimscha@ipmz.uzh.ch*

Networking und Nachwuchsförderung – das sind die *Buzzwords* der letzten Jahre! Um sie für den Bereich der medienökonomischen Forschung und Lehre mit Substanz zu füllen, bauen drei Assistierende der Universität Zürich Medienökonomie^{JR} auf. Das Netzwerk dient jungen Wissenschaftlern aus den Bereichen Medienökonomie und Medienmanagement dazu, sich interdisziplinär und informell über Forschung und Lehre sowie über wissenschaftliche Qualifikation und Laufbahn auszutauschen.

Nachwuchsförderung ist ein erklärtes Ziel vieler Universitäten. Oftmals bleibt es aber bei abstrakten Absichtserklärungen, ohne dass konkrete Angebote für junge Wissenschaftler forciert werden. Auch fällt es Nachwuchswissenschaftlern zu Beginn ihrer universitären Laufbahn schwer, sich einen Überblick darüber zu verschaffen, welche Kollegen zu ähnlichen Themen forschen. Dieses Problem fällt gerade bei einer jungen Disziplin wie der Medienökonomie, die erst noch im Begriff ist sich zu finden und zu der sowohl Betriebs- und Volkswirte als auch Kommunikationswissenschaftler Beiträge leisten, besonders ins Gewicht. Hinzu kommt, dass sich für Nachwuchswissenschaftler im universitären Alltag oftmals nur begrenzte Möglichkeiten bieten, sich mit Fachkollegen anderer Universitäten auszutauschen.

Aus diesem Grund hat es sich Medienökonomie^{JR} zum Ziel gesetzt, die überregionale Netzwerkbildung unter jungen Wissenschaftlern aus den Bereichen Medienökonomie und Medienmanagement voranzutreiben. Dies erfolgt in drei Bereichen der wissenschaftlichen Tätigkeit: Erstens erhalten die Mitglieder die Möglichkeit, sich über ihr Dissertationsprojekt sowie über weitere Forschungsvorhaben auszutauschen und werden darüber hinaus auch zu vernetzter Forschung angeregt. Zweitens wird der Dialog über Inhalt und Didaktik wissenschaftlicher Lehre forciert. Drittens wird ein Forum geschaffen, in welchem sich die Mitglieder über Karriereplanung und Karrieregestaltung im inner- und außerwissenschaftlichen Umfeld gegenseitig unterstützen sowie Tipps und Ratschläge geben können.

Medienökonomie^{JR} versteht sich dabei als ein offenes Nachwuchsnetzwerk mit Anbindung an die bestehende wissenschaftliche Community. Hierfür konnten bereits Prof. Dr.

https://doi.org/10.15358/1613-0669-2007-1-50 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Mike Friedrichsen als Sprecher der *Fachgruppe Medienökonomie der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft* (DGPuK) sowie Prof. Dr. Gabriele Siegert als Präsidentin der *Schweizer Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft* (SGKM) gewonnen werden. Beide unterstützen den Aufbau des Netzwerks tatkräftig. Eine Mitgliedschaft in einer der Gesellschaften oder Fachgruppen ist allerdings keine Voraussetzung für eine Mitgliedschaft in Medienökonomie[JR]. Nach seiner Gründung im Sommer 2006 umfasst das Netzwerk heute bereits 20 Mitglieder, die an neun verschiedenen Universitäten in Deutschland, Österreich und der Schweiz arbeiten.

Der erste von Medienökonomie[JR] organisierte Workshop für junge Wissenschaftler in den Forschungsfeldern Medienökonomie und Medienmanagement findet am 14. Juni 2007 in Zürich statt. Konzipiert ist der Workshop dabei als halbtägige Preconference im Vorfeld der Jahrestagung der *Fachgruppe Medienökonomie* der DGPuK und der Jahrestagung der *European Media Management Education Association* (EMMA), die am 15. Juni respektive 16. Juni 2007 ebenfalls an der Universität Zürich stattfinden. Ziel des Workshops ist es, dem Nachwuchs eine Plattform für seine Forschungsaktivitäten zu geben und den Austausch untereinander sowie mit Experten aus der Medienökonomie und dem Medienmanagement zu fördern. Der Workshop setzt sich aus unterschiedlichen Elementen zusammen: Das Kernelement besteht darin, dass die Teilnehmenden ihr Forschungsprojekt in kleinen Arbeitsgruppen vor erfahrenen Wissenschaftlern präsentieren und über die Diskussion mit ihnen wertvolles Feedback erhalten. Dabei ist vorgesehen, dass die Teilnehmer ihr Forschungsprojekt mithilfe eines Posters darstellen. Die Poster sind über den Workshop hinaus auch allen Teilnehmern der Jahrestagungen der Fachgruppe Medienökonomie und der EMMA zugänglich und können somit Anlass für weitere Diskussionen sein. Als weiteres Element des Workshops stehen Vorträge auf dem Programm, die speziell auf die Bedürfnisse der Teilnehmer zugeschnitten sind, z.B. zu den Themen Publikationsstrategien für Nachwuchswissenschaftler oder internationale Perspektiven in der Medienökonomie. Am Workshop teilnehmen können alle Doktorierende sowie Studierende im Masterstudium, die ihre Arbeit im Bereich der Medienökonomie oder des Medienmanagements verfassen. Um ein optimales Verhältnis zwischen Experten und Nachwuchswissenschaftlern zu gewährleisten und die Diskussion zwischen den Teilnehmern anzuregen, ist die Teilnehmerzahl des Workshops auf maximal 25 Personen begrenzt. Die Auswahl der Teilnehmer erfolgt durch ein Verfahren, an dem sowohl die Experten als auch die Veranstalter beteiligt sind. Für alle Teilnehmer des Workshops besteht ein besonderer Anreiz: Sowohl für die Jahrestagung der Fachgruppe Medienökonomie als auch für die Jahrestagung der EMMA werden die Tagungsgebühren sowie die Verpflegung stark vergünstigt angeboten.

Weitere Informationen zu Medienökonomie[JR] und zum Workshop am 14. Juni 2007 in Zürich sowie das Onlineformular für den Beitritt zum Netzwerk finden sich auf www.medienoekonomiejr.org

Call for Participation

»ERSTER WORKSHOP FÜR JUNGE WISSENSCHAFTLERINNEN UND WISSENSCHAFTLER IN MEDIENÖKONOMIE UND MEDIENMANAGEMENT«

von Medienökonomie[JR] in Kooperation mit der Fachgruppe Medienökonomie der DGPuK, am 14. Juni 2007 an der Universität Zürich.

Ablauf des Workshops:

Neben Vorträgen, die speziell auf die Bedürfnisse junger Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler in Medienökonomie und Medienmanagement zugeschnitten sind, erhalten die Teilnehmer des Workshops vor allem die Chance, ihr Forschungsprojekt in kleinen Arbeitsgruppen mit erfahrenen Wissenschaftlern zu diskutieren.

Teilnahme

Interessenten werden gebeten, ihr Dissertations- bzw. Master-Projekt auf ca. 2 Seiten in schriftlicher Form einzureichen. Die Einreichungen sollten Fragestellung, theoretischen Hintergrund sowie Methode des Projekts verdeutlichen und offene Fragen thematisieren. Zusätzlich bitten wir darum, einen einseitigen Lebenslauf einzureichen. Einzusenden sind die Dokumente bis zum **15. April 2007** an workshop@medienoekonomiejr.org. Eine Rückmeldung über die Teilnahme am Workshop erfolgt Anfang Mai.

https://doi.org/10.15358/1613-0669-2007-1-50 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY