

EDITORIAL

Constanze Rossmann, Oliver Raaz, Julia Metag, Kerstin Thummes & Thomas Zerback

EDITORIAL

Constanze Rossmann, Oliver Raaz, Julia Metag, Kerstin Thummes & Thomas Zerback

Das Jahr 2022 war für uns alle von besonderen gesellschaftlichen und medialen Ereignissen geprägt. Am Morgen des 24. Februar 2022 begann Russland mit seinem Angriff auf die Ukraine und eröffnete damit einen grausamen Krieg. In der Folge droht Deutschland in eine Energiekrise zu stürzen, wirtschaftliche Konsequenzen wie steigende Inflation und soziale Ungleichheiten werden befürchtet. Die Folgen des Klimawandels zeigen sich zunehmend deutlicher, unter anderem durch Hitze, Waldbrände und Dürre. Und nicht zuletzt war die Corona-Pandemie Anfang des Jahres zunächst noch so virulent, dass Intensivstationen an ihre Grenzen kamen und universitäre Lehre und Forschung erneut vielerorts digital stattfanden.

Der Produktivität von SCM und seinen Autor:innen tat dies jedoch keinen Abbruch – vielmehr wurde deutlich, dass gesellschaftliche wie mediale Entwicklungen Anlass für kommunikationswissenschaftliche Forschung sind. Die 2022 in SCM erschienenen Beiträge bilden ein breites Spektrum an aktuellen Themen, theoretischen Perspektiven und vor allem methodischen Herangehensweisen ab. So basieren die Beiträge auf theoretischen Abhandlungen, qualitativen oder quantitativen Befragungen, zum Teil mit Experimentaldesign, oder – immerhin ein Viertel der Beiträge – auf qualitativen oder quantitativen, manuellen oder automatisierten Inhaltsanalysen. Die starke Präsenz inhaltsanalytischer Verfahren als ursprüngliche Methode der Kommunikationswissenschaft und fundamentale methodische Veränderungen durch die Messung verschiedenster Online-Angebote, häufig mit automatisierten Verfahren, waren im Übrigen auch Anlass des für 2023 geplanten Sonderhefts. Das von Mario Haim, Valerie Hase, Johanna Schindler, Marko Bachl und Emese Domahidi herausgegebene Sonderheft „Validity and the Four ‘R’s’: (Re-)Establishing Standards for Content Analysis“ fokussiert auf die Veränderungen und Herausforderungen in Bezug auf Qualitätskriterien und Standards der qualitativen, quantitativen und automatisierten Inhaltsanalyse und wird als Heft 4 2023 erscheinen.

Auch in thematischer Hinsicht war SCM 2022 vielfältig. So finden sich Beiträge zu aktuellen Fragen des Journalismus (etwa Virtual Reality-Apps im Journalismus, geschlechtergerechte Sprache in journalistischen Texten oder journalistische Publikumsorientierung), zu verschiedenen Themen der politischen Kommunikation (u.a. die Rolle von YouTuber:innen im politischen Meinungsbildungsprozess, politischer Alltagsdiskurs und deliberative Demokratie, Twitterdiskurse nach dem Terroranschlag in Hanau), zur Gesundheitskommunikation (z.B. impfbezogene Diskussion in Online-Communities sowie Mental Health, Stigmatisierung und Identifikation), aber auch zu Medienvertrauen und Unternehmenskommunikation.

Immerhin mehr als ein Drittel der Beiträge greift jedoch das Thema auf, das die Bevölkerung seit Anfang 2020 mit am meisten beschäftigte und zahlreiche Forschungsprojekte nach sich zog, die nun nach und nach zur Publikationsreife gelangt sind: die COVID 19-Pandemie. Die Dominanz des Themas im vergangenen SCM-Jahrgang liegt auch, aber nicht nur, an der erfolgreichen Publikation des Sonderhefts zum Thema „Communicating COVID-19“, welches fünf der acht 2022 erschienenen Beiträge zur Pandemie vereint. Das Sonderheft ist Teil einer konzertierten Aktion der drei ICA Affiliate Journals „Studies in Communication and Media“ (Deutschland), „Communication & Society“ (Hong Kong) und „Revue Française des Sciences de l'Information et de la Communication“ (Frankreich), die das Ziel hatte, durch drei in verschiedenen Ländern erscheinende Themenhefte die globale Reichweite der Pandemie aus einer kommunikationswissenschaftlichen Perspektive abzubilden.

Nicht nur mit diesem Sonderheft trägt SCM zur internationalen Sichtbarkeit der deutschen Kommunikationswissenschaft bei. Dies tut die Zeitschrift auch, indem sie weiterhin eine Vielzahl der Beiträge auf Englisch publiziert und damit einem internationalen Publikum zugänglich macht (für die genauen Zahlen siehe auch den folgenden Abschnitt). Darüber hinaus zeugen auch die Aktivitäten innerhalb der ICA Affiliate Journals vom internationalen Bestreben. So wurde einer der Beiträge des Sonderhefts innerhalb der ICA Affiliate Journal Session auf der ICA-Jahrestagung im Mai 2022 in Paris vorgestellt (Kathrin Müller: „Communication in the Corona Pandemic: New Driving Forces of Digital Mediatization in Fundamentally Changed Everyday Life“). Darüber hinaus ist vorgesehen, die Top Papers aller ICA Affiliate Journals zukünftig jeweils im Rahmen der Affiliate Journal Session zu präsentieren. Daher wird SCM seinen Top Paper Award zukünftig jährlich vergeben. 2023 erhält diesen (noch dem alten Turnus gemäß) Benjamin Krämer für seinen Beitrag „Stop studying ‘fake news’ (we can still fight against disinformation in the media)“ (Heft 1/21). Die Gruppe der ICA Affiliate Journals wurde im Übrigen um die in Chile erscheinende Fachzeitschrift „Cuadernos“ erweitert, womit das Ziel der Affiliate Journal Initiative einen Schritt näher rückt, den ICA-Mitgliedern Zugang zu neuen und diversen Publikata zu ermöglichen und gleichzeitig Kolleg:innen weltweit zu unterstützen, die ihre intellektuellen Beiträge einem größeren Publikum zugänglich machen wollen.

Dasselbe Ziel verfolgen wir mit unserer geplanten Mentoring-Initiative in SCM. So erreichen uns zunehmend Einreichungen aus nicht-westlichen Ländern, die oft hochrelevante Themen behandeln, jedoch den Reviewprozess nicht überstehen. Durch unsere Initiative wollen wir diese Autor:innen mit Kolleg:innen, die an westlichen Standorten tätig sind, zusammenbringen. Jene sollen als Mentor:innen beratend tätig werden, um die Qualität der eingereichten Paper zu verbessern und so zu einer höheren Publikationswahrscheinlichkeit für die Einzelnen und übergreifend einer höheren Diversität beizutragen. Darüber hinaus ist es uns gelungen, die Einreichung und Begutachtung von Studienprotokollen („registered reports“) und – bei positiver Begutachtung – spätere Veröffentlichung der Gesamtstudie in SCM zu ermöglichen, um die Idee von Open Science stärker zu forcieren. Ein Leitfaden zum Vorgehen bei der Einreichung von Studienprotokollen wird parallel zum Erscheinen dieses Hefts auf der Webseite der SCM veröffentlicht. Nicht zuletzt

wollen wir auch der zunehmenden Relevanz forschungsethischer Fragen gerecht werden und unseren Leitfaden zu ethischen Fragen überarbeiten. Auch dieser soll im Laufe des Jahres zur Verfügung stehen.

Einreichungen und Entscheidungen in 2022

Ganz abgesehen vom Thema des Sonderhefts stand auch das redaktionelle Geschehen in der SCM 2022 noch stark unter dem Eindruck der COVID-19-Pandemie. Die durch sie bedingte Verlangsamung von Begutachtungs- und Überarbeitungsprozessen haben zu einer dreimonatigen Verzögerung des Erscheinens von Heft 1 geführt. Im Laufe des Jahres konnte die SCM sich schrittweise wieder ihrem vorgesehenen Publikationsrhythmus annähern, Heft 4 erschien mit nur noch einmonatigem Verzug. Dies gelang, obwohl mit 44 Einreichungen gegenüber 2021 (51) ein leichter Rückgang zu verzeichnen war, womit das Niveau vor der Pandemie allerdings erneut erreicht wurde (2019: 38). Wie gewohnt dominieren Full Paper (35) das Feld der Neueinreichungen vor dem Research-in-Brief- (7) und dem Extended-Paper-Format (2). Verstetigt hat sich der Trend, wonach in ungleich höherem Maße englischsprachige Beiträge eingereicht werden (31). Die SCM erweist sich damit insbesondere als geeignete Plattform für die internationale Präsentation einschlägiger kommunikationswissenschaftlicher Forschung aus den deutschsprachigen Ländern. Das bestätigt sich auch mit Blick auf die Herkunftsregionen der Manuskriteinreichungen: Der weit überwiegende Teil der Einreichungen stammt aus Deutschland (27) und Österreich (1), mit einem Abstand gefolgt von Indien (4), Jordanien (2) und Pakistan (2). Freuen durfte sich die SCM überdies über je einen Publikationsvorschlag aus Bangladesch, Dänemark, Kenia, dem Kosovo, Kroatien, Malaysia, Russland und Spanien. Komplett unverändert rangieren Autorinnen (55 %) knapp vor ihren männlichen Kollegen (45 %).

Mit insgesamt 89 Voten wurden 2022 deutlich mehr redaktionelle Entscheidungen (vgl. Tabelle 1) über Einreichungen getroffen als im Vorjahr (46). Auffallend zugenommen hat dabei der Anteil der Desk Rejects, der von 5,4 Prozent (2021) auf 19,1 Prozent angewachsen ist. Da der Anteil regulärer Ablehnungen im gleichen Zeitraum stark gesunken ist (von 27,0 % in 2021 auf 16,9 % in 2022), dürfte sich dieser Wert womöglich teils damit erklären lassen, dass mangelhafte Beiträge nun häufiger schon vor der Eröffnung des Begutachtungsprozesses herausgefiltert werden konnten.

Tabelle 1. Entscheidungen der Herausgeber*innen 2022

Decisions	Desk Rejects	Rejects	Minor Revisions	Major Revisions	Acceptances
89	17	15	17	23	17
%	19,1	16,9	19,1	25,8	19,1

Äußerst erfreulich gestaltet sich die Entwicklung der Abrufe von SCM-Beiträgen in der Nomos eLibrary: 2022 konnten im Durchschnitt etwa 6.160 Zugriffe pro Monat verbucht werden (2021: 5.800). Ein besonders reges Interesse kam dabei den beiden Beiträgen „Gendered hate speech in YouTube and YouNow comments: Results of two content analyses“ von Nicola Döring und Rohangis Mohseni sowie „Beyond simple valence: Discrete emotions as mediators of political communication effects on trust in politicians“ von Lukas P. Otto zu.

Dank

Bedanken möchten wir uns bei all denjenigen, die auch unter den äußerst belastenden Bedingungen sowohl der Pandemie als auch des russischen Angriffskriegs in der Ukraine zum Erfolg der SCM beigetragen haben. Unser Dank gilt insbesondere den Autor:innen, die mit ihren vielfältigen, anregenden Einreichungen das Erscheinungsbild der SCM bereichert – und dabei mitunter COVID-19 oder die russische Propaganda selbst schon zum Gegenstand der Forschung gemacht – haben.

*Gutachter*innen*

Ebenso gilt unser Dank den Gutachter*innen, deren sachkundiges Urteil im vergangenen Jahr maßgeblich die Qualität der veröffentlichten Manuskripte gewährleistet hat:

Verena Albert, Mario Anastasiadis, Marko Bachl, Philipp Bachmann, Tobias Dienlin, Tanja Evers, Andreas Fahr, Nayla Fawzi, Evelyn Ferstl, Noemi Festic, Rainer Freudenthaler, Markus Friedrich, Lena Frischlich, Volker Gehrau, Esther Greussing, Lars Günther, Darian Harff, Michael Harnischmacher, Jörg Haßler, Martin Herbers, Jakob Hörtnagl, Brigitte Huber, Olaf Jandura, Jakob Jünger, Ole Kelm, Annika Keute, Thomas Koch, Erik Koenen, Isabell Koinig, Constanze Küchler, Anna Kümpel, Claudia Lampert, Lisa Leander, Melanie Leidecker-Sandmann, Dennis Lichtenstein, Elena Link, Christine Linke, Juliane Lischka, Marco Lünich, Melanie Magin, Daniela Mahl, Adrian Meier, Manuel Menke, Florian Muhle, Kathrin Friederike Müller, Philipp Müller, Jörg-Uwe Nieland, Stephan Niemand, Magdalena Obermaier, Alexander Ort, Julia Parthemüller, Thomas Petersen, Thomas Pleil, Senja Post, Marlis Prinzing, Fabian Prochazka, Sabine Reich, Anne Reif, Doreen Reifegerste, Anne Reinhardt, Susanne Reinhardt, Wolfgang Reißmann, Claudia Riesmeyer, Magdalena Rosset, Uta Rußmann, Markus Schäfer, Helmut Scherer, Rüdiger Schmitt-Beck, Armin Scholl, Maria Schreiber, Christian Schwarzenegger, Wolfgang Schweiger, Daniel Stegmann, Paula Stehr, Anke Stoll, Christian Strippel, Franziska Thiele, Bernadette Uth, Christina Viehmann, Lars-Ole Wehden, Thomas Wiedemann, Annemarie Wiedicke, Florian Wintterlin, Arne Freya Zillich.

International Board

Wir danken allen Mitgliedern des International Boards: Jan van den Bulck (Leuven School for Mass Communication Research, Belgien), Leopoldina Fortunati (Faculty of Education of the University of Udine, Italien), Uwe Hasebrink (Hans-Bredow-

Institut, Hamburg), Beate Josephi (Edith Cowan University, Australien), Sonia Livingstone, Robin Mansell (beide: London School of Economics and Political Science, London, UK), Dietram A. Scheufele (University of Wisconsin, USA), Peter J. Schulz (University of Lugano, Schweiz), David Tewskbury (University of Illinois at Urbana-Champaign, USA), Katerina Tsetsura (University of Oklahoma, USA), Philippe Viallon (University of Strasbourg, Frankreich), Gabriel Weimann (University of Haifa, Israel).

DGPuK-Beirat

Last but not least gilt unser Dank den derzeitigen Mitgliedern des DGPuK-Beirats: Alice Binder (FG Werbekommunikation), Emese Domahidi (FG Methoden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft), Ada Fehr (FG Medienpädagogik), Valerie Hase (FG Journalistik/ Journalismusforschung), Anja Kalch (FG Rezeptions- und Wirkungsforschung), Erik Koenen (FG Kommunikationsgeschichte), Jessica Kuhnert (FG Mediensport und Sportkommunikation), Merja Mahrt (FG Digitale Kommunikation), Franziska Thiele (FG Soziologie der Medienkommunikation), Philipp Niemann (FG Mediensprache – Mediendiskurse), Franziska Oehmer (FG Kommunikation und Politik), Alexander Ort (FG Gesundheitskommunikation), Corinna Peil (FG Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht), Lars Rademacher (FG Kommunikations- und Medienethik), Wolfgang Reißmann (FG Visuelle Kommunikation), Andreas Scheu (FG Wissenschaftskommunikation), Giuliana Sorce (FG Internationale und interkulturelle Kommunikation), Sophia Charlotte Volk (FG PR und Organisationskommunikation), Christian-Mathias Wellbrock (FG Medienökonomie).