

Niko Switek, M.A.**Betreuung Promotionskolleg**NRW School of Governance
Institut für Politikwissenschaft
Lotharstraße 53
47057 DuisburgTel. +49 (0) 203 / 379 - 2295
Fax +49 (0) 203 / 379 - 3179

niko.switek@uni-due.de

Duisburg, den 10.08.2009

**Stipendien des Promovendenprogramms der WAZ Mediengruppe
an der NRW School of Governance****Call for Papers:****Politik 2.0: Wandel der politischen Kommunikation – Wandel der Demokratie?****1. Projektidee und Kooperationspartner**

Die NRW School of Governance und die WAZ Mediengruppe vergeben zum 1. Februar 2010 zwei Promotionsstipendien im Rahmen des „WAZ Mediengruppe Promovendenprogramms“.

Die NRW School of Governance ist eine Exzellenzinitiative in Lehre und Postgraduiertenförderung für die Bereiche Politikmanagement, Public Policy und öffentliche Verwaltung. Zu ihren zentralen Aufgaben gehört die Ausbildung von zukünftigen Entscheidungsträgern im Rahmen des vom Institut für Politikwissenschaft der Universität Duisburg-Essen angebotenen Masterprogramms „Politikmanagement, Public Policy und öffentliche Verwaltung“ sowie die Förderung von hervorragendem wissenschaftlichen Nachwuchs in speziellen Promotionsprogrammen.

Die WAZ Mediengruppe mit Hauptsitz in Essen ist eines der bedeutendsten europäischen Medienunternehmen. Zu ihr gehören allein im Printbereich 32 Tages- und 18 Wochenzeitungen, 176 Publikums- und Fachzeitschriften, 107 Anzeigenblätter und 400 Kundenzeitschriften. In Deutschland gibt das Unternehmen elf Tageszeitungen in Nordrhein-Westfalen, Thüringen, Niedersachsen und Nordbayern heraus. Die vier NRW-Titel „Westdeutsche Allgemeine Zeitung“ (WAZ), „Westfälische Rundschau“ (WR), „Neue Ruhr / Neue Rhein Zeitung“ (NRZ) und „Westfalenpost“ (WP) haben eine Druckauflage von rund 1 Million Exemplaren. Die Anzeigenblätter der WVW/ORA sind Marktführer in Deutschland und Europa. Die WAZ Mediengruppe, für die 18.000 Mitarbeiter tätig sind, hält Mehrheitsbeteiligungen an elf lokalen Radiosendern in NRW und betreibt Deutschlands größtes regionales Internetportal, DerWesten.de. Auf dem Fernsehmarkt hat sich das Haus an

NRW.TV und dem albanischen Sender „Vizion+“ beteiligt. Im Magazinbereich besitzt die WAZ-Gruppe unter anderem den Münchener Gong Verlag, den Westdeutschen Zeitschriften-Verlag sowie zahlreiche Fachzeitschriften. Außerhalb Deutschlands engagiert sich die WAZ Mediengruppe in Österreich, Kroatien, Serbien, Mazedonien, Bulgarien, Rumänien, Ungarn und in Russland.

Das Promovendenprogramm der WAZ Mediengruppe richtet sich an hochqualifizierte Nachwuchswissenschaftlerinnen und -wissenschaftler und gibt ihnen die Chance, in nur zwei Jahren eine erfolgreiche Promotion in Kontext des Themengebiets „Wandel der politischen Kommunikation – Wandel der Demokratie?“ abzuschließen.

2. Politik 2.0: Wandel der politischen Kommunikation – Wandel der Demokratie?

In modernen Demokratien erfolgt die Legitimation der Politik insbesondere über Kommunikation. Politik in Demokratien ist zustimmungsabhängig und deshalb auch immer öffentlich begründungs- und rechenschaftspflichtig. Politische Kommunikation macht Politik publik und öffnet auf diesem Wege die Möglichkeit geprüft, unterstützt, verworfen oder abgelehnt zu werden. Diese Vermittlungsleistung weist Zeitungen, Fernsehen und zunehmend auch internetbasierten Medien eine zentrale Rolle in politischen Entscheidungsprozessen zu. Die Medien sammeln und selektieren politische Informationen. Sie interpretieren und beurteilen das politische Geschehen. Sie liefern für die Bürger wichtige Maßstäbe zur Bewertung politischer Akteure, einzelner Entscheidungen und des politischen Systems insgesamt. Akzeptiert man diesen engen Zusammenhang von Demokratie und Kommunikation, so muss man davon ausgehen, dass Veränderungen im Kommunikationssystem Auswirkungen auf die jeweiligen Möglichkeiten demokratischer Entscheidungsfindung haben.

Funktionen und Aufgaben der Medien, des Journalismus und der Berichterstattung haben sich jedoch mit dem Aufkommen neuer Technologien gewandelt. Elektronische Medien und innovative Vermittlungsformate binden oftmals mehr Publikum als klassische Formate. Dies stellt neue Anforderungen an den politischen Journalismus, aber auch an Parteien und politische Institutionen. Die unter dem Begriff „Web 2.0“ gebündelten Entwicklungen bergen das Potenzial, die politische Kommunikation ebenso zu revolutionieren wie vor einigen Jahrzehnten das Fernsehen. Das „neue“ Internet provoziert neue Formen des sozialen und politischen Miteinanders mit weitreichenden Folgen für die Kommunikation in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Das Web 2.0 ermöglicht die selbst organisierte Interaktion und Kommunikation der Nutzer durch Herstellung, Tausch und Weiterverarbeitung von nutzerbasierten Inhalten über Weblogs, Wikis, Social Networks etc.. Es senkt die Kosten für Partizipation, erhöht die Transparenz, ermöglicht neue Netzwerke und erreicht inzwischen große Teile verschiedener Bevölkerungsschichten.

Diese Entwicklungen eröffnen ein breites Feld für politikwissenschaftliche Forschungsprojekte:

- Wie verändern sich politische Kommunikation und Politikvermittlung durch die neuen Technologien? (z.B. neue Kanäle der Einflussnahme; Ausweitung der Wahlkämpfe; mehr Interaktion; Überangebot an Informationen; Seriosität von Quellen; Kommunikationsflüsse; Bedeutungsverlust klassischer Medien). Was bedeutet der Medienwandel für die drei Dimensionen von Politik: polity, policy und politics?

- Welche Konsequenzen bzw. Chancen ergeben sich für die parlamentarische Arbeit? (z.B. Online-Petitionen, Online-Anhörungen; Transparenz der Gesetzesinitiativen; Interaktive Mitgestaltung an Gesetzen; Abgeordnetenwatch als Transparenz des Abstimmungsverhaltens; Formen der direkten Demokratie als Ergänzung der parlamentarischen Repräsentation)
- Welche Auswirkungen hat dies auf die Regierungstätigkeit – Steuerung und Stil? (z.B. open government; Einbeziehung sozialer Netzwerke; neue Führungsstile, etwa von „going public“ zu „going web“?)
- Was bedeutet der Wandel für politische Parteien als zentrale intermediäre Institutionen in demokratisch verfassten Systemen? (z.B. neue Wahlkampfstrategien; europäische Vernetzung)

3. Stipendien und Bewerbung

Das von der WAZ Mediengruppe geförderte Promovendenprogramm an der NRW School of Governance ermöglicht eine Promotion binnen 24 Monaten. Das Stipendium beträgt 1.000,- Euro monatlich, läuft zunächst 12 Monate und wird nach einer Prüfung um weitere 12 Monate verlängert. Darüber hinaus werden den Promovenden im Rahmen des Promotionskollegs der NRW School of Governance weitere promotionsfördernde Maßnahmen angeboten (Arbeitsplatz, Literaturmittel, Reisekostenerstattung, Erwerb von Schlüsselqualifikationen etc.).

Die Stipendien werden über ein Auswahlverfahren unter Vorsitz von Univ.-Prof. Dr. Karl-Rudolf Korte vergeben.

Interessenten werden gebeten, bis zum 31. Oktober 2009 eine Bewerbung mit Lebenslauf sowie ein Exposé einzureichen. Das Exposé soll eine Ausarbeitung und Konkretisierung der Forschungsfragen sowie ein Konzept zur Operationalisierung (d. h. Forschungsdesign, Methode, Datengrundlage, theoretischer Zugang, Grobgliederung) beinhalten. Das Exposé sollte maximal fünf Seiten umfassen. Die endgültige Vergabe der Stipendien erfolgt nach einem Auswahlgespräch.

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung und Ihr Exposé an:

NRW School of Governance
 Universität Duisburg-Essen
 z.H. Niko Switek M.A.
 Lotharstr. 53
 47057 Duisburg

oder bevorzugt per Mail an: niko.switek@uni-due.de