

NEWSLETTER

des Instituts für Medien- und Kommunikationswissenschaft
der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt

Vorwort

Liebe Kolleginnen und Kollegen, liebe Absolventinnen und Absolventen, liebe Freundinnen und Freunde des Instituts,

als Institutsvorständin freue ich mich, Ihnen unseren aktuellen Newsletter für den Zeitraum Dezember 2024 bis Juni 2025 zu präsentieren. Es gibt wieder interessante Neuigkeiten in Bezug auf Publikationen, Konferenzen, internationale Vorträge und Personalagenden. Wir wünschen allen einen schönen und erholsamen Sommer und falls Sie Lust auf spannende Lektüre haben: Unsere aktuellen Beiträge bieten interessante Einblicke in hochrelevante Themen!

Viel Freude mit dem Newsletter!

SANDRA DIEHL
Institutsvorständin

Der Newsletter im Überblick

Kommende Veranstaltungen	2
Personalien	2
Forschung	3
Vorträge, Lehre und Veranstaltungen am Institut	17
Über den Newsletter	18

Kommende Veranstaltungen

Jahrestagung der DGPK-Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung im Januar 2026 an unserem Institut

Die nächste Jahrestagung der Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung der DGPK findet vom 21. bis 23. Januar 2026 an unserem Institut an der Uni Klagenfurt statt. Unter dem Titel »Zwischen Teilhabe und Silencing – Die Ambivalenz von Online-Diskussionen und ihre Konsequenzen« bietet die Tagung Raum für aktuelle theoretische und empirische Beiträge zur Mediennutzung und -wirkung. Weitere Informationen finden Sie auf der Tagungswebsite: <https://www.aau.at/medien-und-kommunikationswissenschaft/fg-rezeptions-und-wirkungsforschung-der-dgpuk/>.

Personalien

Dienstantritte

Im Oktober 2024 trat **Sebastian Rauter-Nestler** seinen Dienst als Senior Scientist im Arbeitsbereich Medien- und Kulturtheorie an. Im Arbeitsbereich Medienwandel und Medienbildung gehören **Melanie Hirsch** als Senior Scientist sowie **Selina Noetzel** als Postdoc-Assistentin seit Februar 2025 zum Team. Ebenso im Februar 2025 konnte das befristete Dienstverhältnis von Senior Scientist **Denise Voci** im Arbeitsbereich Kommunikationswissenschaft, Organisationskommunikation und Medienmanagement in ein unbefristetes übergeleitet werden. Demselben Arbeitsbereich gehört **Katrin Wallner** als Universitätsassistentin seit Februar 2025 an. Postdoc **Charlotte Spencer-Smith** und Junior Scientist **Christina Krakovsky** begannen im Februar 2025 ihr Dienstverhältnis im Rahmen der AAU/ÖAW-Kooperation. Schließlich kehrte im Februar 2025 im Sekretariat **Irmgard Mostögl** aus ihrer Karenz zurück. An alle ein herzliches Willkommen!

Diensteende

Im Oktober 2024 beendeten Monika Brenner-Skazedonig und Florian Woschnagg, im Dezember 2024 Mercedes De Luis Andres und Krisztina Braun-Rozgonyi ihren Dienst. Wir bedanken uns und wünschen alles Gute!

Beauftragte für Prozessmanagement

Seit 1. Dezember 2024 ist Larissa Krainer Mitglied der erweiterten Universitätsleitung und Beauftragte für Prozessmanagement. In dieser Funktion unterstützt sie das Rektorat in der Entwicklung, Beobachtung, Begleitung, Steuerung und Evaluation von Prozessen und übernimmt im Auftrag des Rektorats das Monitoring von ausgewählten zentralen Prozessen an der Universität Klagenfurt. Dem MK-Institut bleibt Larissa Krainer dennoch erhalten. Hier nimmt sie ihre Lehr- und Forschungsaufgaben weiterhin wahr.

Präsidentin der European Advertising Academy

Im Rahmen der EAA General Assembly bei der ICORIA 2025 wurde Assoc.-Prof.in Dr.in Sandra Diehl am 28. Juni 2025 feierlich zur neuen Präsidentin der European Advertising Academy (EAA) ernannt.

Forschung

Veröffentlichungen

Current Trends and Future Developments in Media and Change Management

Diehl, S., & Koinig, I. (2024). Current Trends and Future Developments in Media and Change Management: In S. Diehl, T. Eberwein, L. Krainer, & F. Weder (Hrsg.), *Medien- und Kommunikationswissenschaft der Zukunft* (S. 65 - 83). Wiesbaden: Springer VS.

Robotik und Weltraum

van Geel, N. (2024). Robotik und Weltraum: In P. Grimm, K. Trost, & O. Zöllner (Hrsg.), *Digitale Ethik* (S. 491 - 502). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.

Geschäftsmodelle

Karmasin, M. (2024). Geschäftsmodelle: In P. Grimm, K. Trost, & O. Zöllner (Hrsg.), *Digitale Ethik* (S. 401 - 413). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.

Green Consumer Ethics and Values—Which Role Does the Media Play in Presenting and Shaping Individual Opinions of Ethics and Sustainability?

Koinig, I. (2025). Green Consumer Ethics and Values—Which Role Does the Media Play in Presenting and Shaping Individual Opinions of Ethics and Sustainability?: In I. Pavic, N. Alfirevic, & S. Vuletić (Hrsg.), *Bioethics and Social Ethics in The Modern World* (pp. 115 - 131). New York (NY): Palgrave Macmillan.

In Media We Trust!? Vertrauen als Zielgröße in der Medienökonomie – ein systematischer Literature Review

Koinig, I., Woschnagg, F., Bausch, A. F., & Scheiber, R. (2024). In Media We Trust!? Vertrauen als Zielgröße in der Medienökonomie – ein systematischer Literature Review: In S. Diehl, T. Eberwein, L. Krainer, & F. Weder (Hrsg.), *Medien- und Kommunikationswissenschaft der Zukunft* (S. 165 - 188). Wiesbaden: Springer VS.

Zur medien- und kommunikationsethischen Dimension von Nachhaltigkeit.: Eine Analyse der Thematisierung von Nachhaltigkeit in medienrelevanten Kodizes der DACH-Region

Krainer, L., & Voci, D. (2025). Zur medien- und kommunikationsethischen Dimension von Nachhaltigkeit.: Eine Analyse der Thematisierung von Nachhaltigkeit in medienrelevanten Kodizes der DACH-Region. In (Hrsg.), *Nachhaltigkeit in der Medienkommunikation* (S. 17 - 33). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.

Das Thema Nachhaltigkeit wird innerhalb der Medien- und Kommunikationswissenschaft seit geraumer Zeit erforscht und gewinnt auch im Kontext der Medien- und Kommunikationsethik an Bedeutung. Dies sowohl im Sinne einer allgemeinen als auch einer angewandten Ethik, wie anhand einschlägiger Publikationen gezeigt wird. Schnittfelder zwischen den Diskursen lassen sich in Bezug auf ethische Grundbegriffe und Grundwerte der Medien- und Kommunikationsethik skizzieren. Demgegenüber ergibt eine Analyse internationaler politischer Dokumente (insb. der Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen), dass kommunikative Aspekte dort weitgehend

unterbeleuchtet erscheinen und die Rolle sowie Relevanz von Medien zur Herstellung eines öffentlichen Bewusstseins über Themen der Nachhaltigkeit weitgehend vernachlässigt wird. Dieses Desiderat wird zwar durch medienbezogene Dokumente (insb. SDG Media Compact) kompensiert, welche allerdings eher abstrakt verbleiben. Aus einer vergleichenden quantitativen wie qualitativen Inhaltsanalyse von medienrelevanten Kodifizierungen aus dem Bereich der Medienselbstkontrolle (Pressekodizes) sowie des Nachhaltigkeitsjournalismus geht hervor, dass erstere kaum auf Aspekte der Nachhaltigkeit Bezug nehmen, während zweitere durchaus eine Vielzahl ethischer Aspekte thematisieren, darunter auch medienethische (z.B. Wahrhaftigkeit oder Verantwortung im Klimajournalismus). Allerdings lassen sich diesen Dokumenten kaum konkrete Hinweise zur journalistischen Umsetzung der formulierten Ansprüche entnehmen – auch sie verbleiben vielfach abstrakt. Eine medienethische Dimension von Nachhaltigkeit wird deutlich sichtbar, bedarf aber noch konkretisierender Ausarbeitung.

Faktenchecker – ideale medienethische Plattformen?: Eine vergleichende Analyse ethischer Selbstdeklarationen österreichischer und deutscher Faktencheck-Initiativen

Krainer, L., & Wallner, K. (2024). Faktenchecker – ideale medienethische Plattformen?: Eine vergleichende Analyse ethischer Selbstdeklarationen österreichischer und deutscher Faktencheck-Initiativen. In M. Litschka, C. Paganini, & L. Rademacher (Hrsg.), *Kommunikations- und Medienethik: Band 22. Digitalisierte Massenkommunikation und Verantwortung. Politik, Ökonomik und Ethik von Plattformen* (S. 85 - 100). Baden-Baden: Nomos.

Faktenchecker haben sich als Rechercheplattformen – und damit als eigenständige Organisationsformen – neben dem und im journalistischen System etabliert und bieten ein professionelles und gezieltes Überprüfen von Fakten an. Ihre rasante Entwicklung deutet auf ein wachsendes Geschäftsfeld und möglicherweise auch einen entsprechenden Bedarf am Medienmarkt hin. Die ersten Gründungen von Faktencheckern in den USA reichen in die 1990er Jahre zurück, für 2022 wurde mit 424 gezählten Initiativen in über 100 verschiedenen Ländern ein Höchststand vermerkt. In der Regel legen Faktenchecker in umfassenden Selbstbeschreibungen ihre ethischen Prinzipien offen. Diese haben wir anhand von insgesamt sechs österreichischen und deutschen Faktencheckern analysiert, um der Frage nachzugehen, ob Faktenchecker als ideale medienethische Plattformen zu begreifen sind. Die Ergebnisse zeigen, dass Faktenchecker sich als unabhängig und unparteiisch deklarieren, auf hohe Qualitätsstandards verpflichtet, eine hohe Transparenz in Hinblick auf Struktur und Methodik herstellen, auf Verständlichkeit achten und eine hohe Kritikkultur ausweisen.

Können Trolle Stakeholder sein? Kritische Fragen an (konsensorientierte) medienethische Ansätze

Krainer, L. (2024). Können Trolle Stakeholder sein? Kritische Fragen an (konsensorientierte) medienethische Ansätze: In S. Diehl, T. Eberwein, L. Krainer, & F. Weder (Hrsg.), *Medien- und Kommunikationswissenschaft der Zukunft* (S. 297 - 314). Wiesbaden: Springer VS.

Die Frage „Können Trolle Stakeholder sein?“ soll zunächst provozieren und adressiert unmittelbar einen aus der Ökonomie stammenden Ansatz, den Matthias Karmasin für die Medienethik seit 1998 nutzbar gemacht hat. Sie steht zugleich aber nur sinnbildlich für eine Reihe von Fragen, die sich in theoretischer Hinsicht ergeben, wenn kritisches (mediales) Verhalten sichtbar wird, das in Ansätzen

der Medien- und Kommunikationsethik meist gar nicht vorgesehen ist. Im Beitrag werden zunächst Entwicklungslinien innerhalb der Medien- und Kommunikationsethik geschildert, ehe praktische Realbeispiele angeführt werden, die auf abstrahierter Ebene kritische theoretische Fragen aufwerfen, für deren Bearbeitung eine umfassende Reflexion und Klärung innerhalb medien- und kommunikationsethischer Ansätze vorgeschlagen wird. Im Kern geht es dabei um das Konsens-Axiom, das in ein gewisses Partizipations-Paradoxon führt (wie auch umgekehrt).

The Toy Department Has Grown Up The 2021 International Sports Press Survey (ISPS) in Comparison to the 2011 Survey

Horky T., Nieland J., Seeger C. (2025): The Toy Department Has Grown Up The 2021 International Sports Press Survey (ISPS) in Comparison to the 2011 Survey *Journalism and Media*, 6(2), online first <http://dx.doi.org/10.3390/journalmedia6020081>

Übersetzungsleistungen des Sportjournalismus – eine Problematisierung von blinden Flecken

Nieland, J. (2025). Übersetzungsleistungen des Sportjournalismus – eine Problematisierung von blinden Flecken: In H. Haarkötter, & F. Kalmuk (Hrsg.), *Medien – Aufklärung – Kritik. Schriftenreihe der Initiative Nachrichtenaufklärung: Band 2. Über-Setzen. Mediendiskurse zwischen Transfer und Transformation*. (S. 131 - 151). Wiesbaden: Springer VS.

What is Women´s Soccer?: Comparing the Societal Function of the World Cup 2023 in Global Media Coverage

von Mirbach, A., Li, Z., & Nieland, J. (2025). What is Women´s Soccer?: Comparing the Societal Function of the World Cup 2023 in Global Media Coverage. In M. Yabity, & D. Coombs (Hrsg.), *Media, Communication and the 2023 FIFA Women´s World Cup* (S. 7 - 21). New York: Routledge.

»Die Halbnackten gegen die Eingepackten«: Zur Entwicklung der Sexualisierung im Leistungssport

Nieland, J., & Schaaf, D. (2025). »Die Halbnackten gegen die Eingepackten«: Zur Entwicklung der Sexualisierung im Leistungssport. In P. Sturm, & g. Spittaler (Hrsg.), *Politik der Geschlechterverhältnisse: Band 68. Sport und Feminismus. Gesellschaftspolitische Geschlechterdebatten vom Fin de Siècle bis heute*(S. 357 - 371). Frankfurt am Main, New York: Campus Verlag.

International Perspectives on the State of Print Sport Media (Chapter 19)

Matthew H. Zimmerman, Ilan Tamir, Holger Ihle, Jörg-Uwe Nieland & Jianjun Tang (2024). International Perspectives on the State of Print Sport Media (Chapter 19). In Paul P. Pedersen (Ed.). *Routledge Handbook of Sport Communication*. (p. S. 210-222) London / New York: Routledge (Taylor & Francis) 2nd edition.

Binäre Realitäten: Mediatisierte Konstruktionen von Ausschließlichkeit

Oggolder, C. (2024). Binäre Realitäten: Mediatisierte Konstruktionen von Ausschließlichkeit: In S. Diehl, T. Eberwein, L. Krainer, & F. Weder (Hrsg.), *Medien- und Kommunikationswissenschaft der Zukunft* (S. 47 - 61). Wiesbaden: Springer VS.

Narratives on ageing and media use: Results of an Austrian media biographical study

Oggolder, C., & Roth-Ebner, C. E. (2024). Narratives on ageing and media use: Results of an Austrian media biographical study. *Social Science Forum*, 107, 15 - 37.

Examining the impact of digitalisation on media use, this study focuses on older people, who represent an increasing proportion of the total population. The paper asks about the role of media in older people's biographies and their perception of technological change. Media-biographical interviews were conducted with 21 individuals 60+ to answer these questions. Findings reveal traditional media's dominance (TV, newspapers, radio) alongside the increasing use of digital technologies, notably smartphones as a vital daily medium. The effects of digitalisation on older individuals are ambivalent. On the one hand, they feel overwhelmed by the complexity of the applications; on the other hand, they also benefit from the advantages such as low-threshold information and communication options. As the study shows, there are different ways of dealing with the challenges of digitalisation – from learning from the younger generation to resilience.

Einleitung: Zur Diskussion über Medien, Biografien und Generationen

Roth-Ebner, C. E., & Oggolder, C. (2024). Einleitung: Zur Diskussion über Medien, Biografien und Generationen: In C. Oggolder, & C. Roth-Ebner (Hrsg.), *Medienpädagogik | Media Education: Band 8. Medien – Biografien – Generationen. Theoretische, empirische und praktische Perspektiven* (S. 7 - 15). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.

Journalismus aus der Perspektive der Kritischen Theorie

Scheu, A. M. (2024). Journalismus aus der Perspektive der Kritischen Theorie: In (Hrsg.), *Handbuch Journalismustheorien* (S. 327 - 337).

Alles eine Frage der Normativität? Journalistische Bürger:innendarstellungen unter demokratiethoretischen Gesichtspunkten

Seeger, C. (2024). Alles eine Frage der Normativität? Journalistische Bürger:innendarstellungen unter demokratiethoretischen Gesichtspunkten: In S. Diehl, T. Eberwein, L. Krainer, & F. Weder (Hrsg.), *Medien- und Kommunikationswissenschaft der Zukunft* (S. 425 - 441). Wiesbaden: Springer VS.

Mama, kennst du TikTok?

Seeger, C. (2024). Mama, kennst du TikTok?: In C. Oggolder, & C. Roth-Ebner (Hrsg.), *Medien – Biografien – Generationen. Theoretische, empirische und praktische Perspektiven* (S. 171 - 196). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.

Resistant and misinformed: Understanding the role of elite perceptions and resistance strategies against COVID-19 reporting in legacy media in adopting COVID-19 misperceptions.

Stubenvoll, M., Freiling, I., & Jörg, M. (2025). Resistant and misinformed: Understanding the role of elite perceptions and resistance strategies against COVID-19 reporting in legacy media in adopting COVID-19 misperceptions. *Digital Journalism*. Advance online publication.

<https://doi.org/10.1080/21670811.2025.2501612>

At the beginning of the COVID-19 pandemic, individuals strongly relied on legacy media for current

information. At the same time, parts of the population grew increasingly critical of the evidence presented in legacy media, leading them to resist reported facts. This study examines how and under which circumstances audiences resist journalistic evidence and adopt misperceptions about COVID-19. We theorize that citizens' perceptions of elite manipulative intent drive resistance against legacy media reporting on COVID-19 and COVID-19 misperceptions. We tested this relationship across two panel studies in Austria. In Study 1 ($N_{\text{Time1}} = 731$, $N_{\text{Time2}} = 416$), we found that perceptions of elite manipulative intent only explained citizens' misperceptions when their level of anxiety was low. In Study 2 ($N_{\text{Time1}} = 912$, $N_{\text{Time2}} = 511$), we reexamined this relationship and additionally included four resistance strategies against legacy media reporting as potential mediators. We found that perceptions of elite manipulative intent spurred counterarguing against and source derogation of legacy media. Overall, our findings suggest that citizens' suspicion that elites have ulterior motives helps explain individuals resisting reported facts on COVID-19 and adopting alternative narratives.

Scanning vs. thorough processing the news: Antecedents of first- and second-level incidental exposure and the role of the relevance appraisal.

Nanz, A., Kaskelvičiute, R., Stubenvoll, M., & Jörg, M. (2025). Scanning vs. thorough processing the news: Antecedents of first- and second-level incidental exposure and the role of the relevance appraisal. *Digital Journalism*. Advance online publication.

<https://doi.org/10.1080/21670811.2025.2472313>

The Internet and particularly social media offer opportunities for exposure to political information even when individuals were not looking for such information. This phenomenon is called incidental exposure to news (IE). However, whether individuals thoroughly process such incidentally encountered information (second-level IE) or whether they just skim and skip such information online (first-level IE) is theorized to affect political outcomes differently. In this study, we investigate how crucial political predispositions (i.e., political interest and intentional news avoidance) as well as how perceptions of content characteristics predict the two levels of IE. We conducted two two-wave panel surveys ($N_1 = 524$, $N_2 = 897$). Across both studies, we found that political interest increases second-level IE over time while intentional news avoidance did not affect the two levels. In Study 2, we found that personal relevance of IE content boosts second-level IE while perceiving content as cross-cutting fosters first-level IE. Implications are discussed.

Mediating the SDGs: The Role of (Mass) Media and Communication in Realizing the SDGs

Voci, D., & Karmasin, M. (2025). Mediating the SDGs: The Role of (Mass) Media and Communication in Realizing the SDGs. In (Hrsg.), *Routledge Handbook of the UN Sustainable Development Goals Research and Policy* (pp. 355 - 369). Abingdon: Routledge.

<http://dx.doi.org/10.4324/9781003285472-27>

In the pursuit of achieving the Sustainable Development Goals (SDGs) by 2030, the role of robust communication strategies, particularly leveraging media and communication, is crucial yet often overlooked. This chapter critically examines the SDGs' treatment of media and communication, emphasizing the need for a more comprehensive integration of these elements. Starting from SDG 16, Target 10, we highlight the necessity for a revised approach that emphasizes the interdependence of public access to reliable information and the protection of fundamental freedoms.

We argue for a broader understanding of communication within the SDGs framework, advocating for the incorporation of media and communication across various goals, including SDG 12 (Responsible Consumption and Production), SDG 4 (Quality Education), and SDG 16 (Peace, Justice, and Strong Institutions). By promoting media literacy, responsible sustainability communication, and a strong Fourth Estate, we demonstrate how media and communication can significantly contribute to realizing the SDGs and fostering a more sustainable future for all.

Is Sustainability Communication Even a Thing?: Über die Relevanz der Nachhaltigkeitskommunikation als eigenständiger Forschungsbereich

Voci, D. (2024). Is Sustainability Communication Even a Thing?: Über die Relevanz der Nachhaltigkeitskommunikation als eigenständiger Forschungsbereich. In S. Diehl, T. Eberwein, L. Krainer, & F. Weder (Hrsg.), *Medien- und Kommunikationswissenschaft der Zukunft* (S. 105 - 121). Wiesbaden: Springer VS.

Trust has a price?! Unraveling the dynamics between trust in the media and the willingness to pay in the post-pandemic scenario

Voci, D., Karmasin, M., Luef, S., Förster, S., & Kaltenbrunner, A. (2024). Trust has a price?! Unraveling the dynamics between trust in the media and the willingness to pay in the post-pandemic scenario: *Journalism*, 1 - 22. <https://doi.org/10.1177/14648849241311101>

This study examines the link between media trust and consumers' willingness to pay (WTP) for online news in the post-pandemic era. A 2023 survey of 1000 Austrian participants investigated how trust affects WTP and identified key predictors and moderators. Findings reveal a strong correlation between media trust and both WTP and media expenditure (ME), highlighting trust's critical role in media organizations' financial sustainability, as consumers favor credible news and trusted brands. Accordingly, media companies must develop a comprehensive strategy to (re)build trust, emphasizing the unique quality of their content and fostering trust in their brands to encourage paid over free content. By following this dual approach, media companies can adapt to the digital landscape, meet consumer expectations, and ensure economic and democratic sustainability.

Hackathons: Eine Multigrafie kreativer Arbeit im digitalen Kapitalismus

Wieser, M., Berli, O., Krämer, H., Lengersdorf, D., Trischler, R., Manske, A., & Janda, V. (2025). *Hackathons: Eine Multigrafie kreativer Arbeit im digitalen Kapitalismus*. Frankfurt am Main, New York: Campus Verlag.

Hackathons lassen sich als Ausdruck gegenwärtiger Entwicklungen von Arbeit im digitalen Kapitalismus begreifen: Sie präsentieren sich als erlebnis- und technikorientierte Events, auf denen gemeinsam an kreativen Lösungen komplexer Probleme, wie Klimawandel, Hunger oder Mobilitätskrise, gearbeitet wird. Die Teilnehmenden finden für eine begrenzte Zeitspanne zusammen, um digitale Problemlösungen zu entwickeln. Doch Hackathons sind mehr als nur Tech-Events für hackende Nerds. Sie sind ein fester Bestandteil einer Kreativindustrie, die sich der technologisch getriebenen Lösung gesellschaftlicher Probleme verschrieben hat. Die Multigrafie diskutiert Hackathons als Form kreativer Arbeit und vereint auf innovative Weise vielfältige Forschungsperspektiven.

Umstrittene Digitalkultur beim Bachmannpreis

Wieser, M., & Matzner, N. (2024). Umstrittene Digitalkultur beim Bachmannpreis: In E. Ehrensperger, J. Behringer, M. Decker, B. Droste-Franke, N. Heyen, M. Sotoudeh, & B. Weimert (Hrsg.), *Gesellschaft – Technik – Umwelt: Band 25. Gestreamt, gelikt, flüchtig – schöne neue Kulturwelt? Digitalisierung und Kultur im Licht der Technikfolgenabschätzung* (S. 199 - 214). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.

Seit fast 50 Jahren finden jeden Sommer die „Tage der deutschsprachigen Literatur“ (TddL) in Klagenfurt am Wörthersee statt, die seit Anbeginn stark mediatisiert sind. Der dort vergebene Ingeborg-Bachmann-Preis gilt als einer der wichtigsten Literaturpreise im deutschen Sprachraum mit mehrtägigen Lesungen und einer Liveübertragung im Fernsehen. 2020 und 2021 fand die Veranstaltung aufgrund der Covid-19-Pandemie ganz oder teilweise als virtuelle Veranstaltung statt, was im Vorfeld zu heftigen Diskussionen über das Verhältnis von Literatur und Digitalem geführt hatte. Der Artikel rekonstruiert diese Kontroverse um die drohende Absage und alternative Digitalvariante des Wettbewerbs: Wie wurde die Verlegung ins Internet 2020 im Sender, dem Feuilleton und im Internet diskutiert? Daran zeigt sich auch das spannungsvolle Verhältnis von Literatur und Digitalem bzw. sozialen Medien. Denn schon länger schwelende Konflikte zwischen Popularisierung und Qualitätsverlust, Literatur und Onlinekommunikation, alten und neuen Medien wurden sichtbar und einer durch die Pandemie erzwungenen Neuverhandlung ausgesetzt.

La resistencia como salida a la unidimensionalidad.: La contribución de Herbert Marcuse a un análisis crítico del presente

Winter, R. (2024). La resistencia como salida a la unidimensionalidad.: La contribución de Herbert Marcuse a un análisis crítico del presente. In (Hrsg.), *Unidimensionalidad y teoría crítica. Estudios sobre Herbert Marcuse*. (S. 55 - 76). Medellín: Ennegativo ediciones.

Perception of Offensive Advertising in China

Yu, M., Chan, K., Diehl, S., Koinig, I., & Terlutter, R. (2025). Chinese consumer perceptions of offensive advertising: assessing advertising matter, manner, and media and the role of cultural identity. *International Journal of Advertising*, 1-34.

Herausgeber*innenschaften

Medien- und Kommunikationswissenschaft der Zukunft: Chancen, Potenziale, Herausforderungen

Diehl, S., Eberwein, T., Krainer, L., & Weder, F. (2024). *Medien- und Kommunikationswissenschaft der Zukunft: Chancen, Potenziale, Herausforderungen*.

COVID-19 und die Sportkommunikation: Der Einfluss der Corona-Pandemie auf Sport, Medien und Journalismus

Nieland, J., & Horky, T. (Hrsg.). (2024). *COVID-19 und die Sportkommunikation: Der Einfluss der Corona-Pandemie auf Sport, Medien und Journalismus*. Springer.

Medienpädagogik | Media Education: Band 8. Medien – Biografien – Generationen: Theoretische, empirische und praktische Perspektiven

Oggolder, C., & Roth-Ebner, C. E. (Hrsg.). (2024). *Medienpädagogik | Media Education: Band 8. Medien – Biografien – Generationen: Theoretische, empirische und praktische Perspektiven*. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.

Über quantitative Fragestellungen traditioneller Mediennutzungsforschung hinausgehend, diskutiert der Band den Zusammenhang von Medienwandel, persönlichen Biografien und Generationen. Im Fokus stehen die individuellen Alltagserfahrungen und (mediatisierten) Lebenswelten der Menschen sowie die Frage nach generationsspezifischen Mediennutzungsweisen und medienpädagogischen Konsequenzen. Der Band umfasst sowohl empirische sowie theoretische Beiträge als auch biografische Zugänge in der medienpädagogischen Praxis. Er wendet sich an Forschende, Lehrende und Studierende der Medien- und Kommunikationswissenschaft, (Medien-)Pädagogik, Soziologie und Geschichte sowie an (medien-)pädagogische Fachkräfte und an der Thematik interessierte Laien.

Vorträge

Abord-Hugon Nonet G., Voci D., Till A., Edwards M.: Business School communication as usual is not an option. 4th Nordic PRME Symposium - 2025, Karlstad, 01.04.2025

Förster S., Voci D., Karmasin M.: Navigating Uncertainty: Can Service Journalism Bridge the Coverage Gap in Times of Crisis?. 22nd European Media Management Association "Empowering Media Through Sustainable and Human - Centered Innovations", Rom, 04.06.2025

Karmasin M.: Soziale Medien als Herausforderung für die Minderheiten-Berichterstattung. Kommunikation zwischen Polarisierung und Manipulation. 34. Volksgruppenkongress, Klagenfurt, 13.11.2024

Karmasin M.: Soziale Medien als Gefahr für die Demokratie. Landeshauptleuterkonferenz, Andau, 24.10.2024

Karmasin M.: Input und Workshop Wissenschaftsjournalismus. ÖAW und Leopoldina Kongress, Wien, 12.10.2024

Karmasin M., Woschnagg F.: In polls we trust? Investigating the credibility of political polls in Austrian news media. An online-experiment . ECREA 2024 - 10th European Communication Conference, Ljubljana, 25.09.2024

Koinig I.: How to deal with ... an inconvenient truth: Zum Umgang mit unbequemen oder negativen Inhalten. IG Datenschutz, Klagenfurt, 15.10.2024

Koinig I.: Detecting promotional and persuasive efforts in the digital age: Evidence from a systematic review of advertising literacy. Annual conference of the DGPK's Advertising Communication Division, Amsterdam, 29.11.2024

Koinig I., Atanasova S.: Online health information seeking, eHealth literacy, and doctor-patient communication: A cross-country investigation of Austrian and Slovenian individuals and patients. DGPuK Conference Health Communication 2024, Luzern, 21.11.2024

Nieland J., Birkner T.: The Future of Sports Journalism in Evolving Media Environments The Mediatization Matrix as an Analysis Model. 2025 Summit on Communication & Sport, Chicago, IL, 15.03.2025

Nieland J.: "Auf geht's, kämpfen und siegen!" Fan-Kommunikation zwischen Positionierung, Gegnerschaft und Ausgrenzung. Medien und Sprache aus ethischer Perspektive – Zwischen Hassrede, Framing und generativer Künstlicher Intelligenz, Tutzing, 21.02.2025

Nieland J., Horky T.: Major sporting events and politics: Berlin 1936 - Munich 1972 – Rhine-Ruhr 2025 – Olympics 2040? Sport in Germany between mediatization and staging International. Lecture Series: "Rhine-Ruhr et al. (2025)" World University Games Summer (FISU)), Hamburg, 12.12.2024

Nieland J.: Sports betting as a field of sports communication research - experiences and new requirements. Beyond Play: The Transformative Power of Digital Gaming in a Deeply Mediatized Society, Bremen, 01.10.2024

Nieland J., Mittag J.: Zwischen politischer Instrumentalisierung und zivilgesellschaftlichem Protest - ein Vergleich des politischen und medialen Umgangs mit den Fußball-Weltmeisterschaften 2002 bis 2022. Workshop Sports History University of Zurich, Zürich, 05.09.2024

Oggolder C., Roth-Ebner C. E.: The office as a reflection and projection of social change. ECREA 2024 - 10th European Communication Conference, Ljubljana, 25.09.2024

Rauter-Nestler S., Hudelist A.: Regeners kleines Filmrhizom reloaded. 38. Film- und Fernsehwissenschaftliches Kolloquium, Düsseldorf, 13.03.2025

Rimscha M. B., Voci D., Crespo M., Medina M., Karmasin M.: Public service motivation of media workers: a comparative study between public service and commercial media in four European countries. 22nd European Media Management Association "Empowering Media Through Sustainable and Human - Centered Innovations", Rom, 05.06.2025

Rimscha M. B., Voci D., Crespo M., Medina M., Karmasin M.: Public service motivation of media workers: a comparative study between public service and commercial media in four European countries. 22nd European Media Management Association "Empowering Media Through Sustainable and Human - Centered Innovations", Rom, 05.06.2025

Roth-Ebner C. E., Herrnhofner L.: The Office as a Focal Point of the Mediatization of Work. Twenty-First International Conference on Technology, Knowledge, and Society, Changhua City, 25.04.2025

Roth-Ebner C. E.: Aufwachsen im digitalen Zeitalter: Impulse für eine zeitgemäße Medienerziehung. Online-Elternbildungs-Studientagung "Vernetzte Welt - Die Rolle der Elternbildung", Zoom, 20.11.2024

Roth-Ebner C. E.: Mediatized Childhood: Navigating the Opportunities and Risks in an Ever-Connected World. ARES - The International Conference on Availability, Reliability and Security, Wien, 31.07.2024

Scheiber R.: Social Media Influencers' and Food Industry's Impact on Users' (Orthorectic) Eating Tendencies. Research Seminar, KU Leuven, 04.12.2024

Scheiber R., Diehl S., Karmasin M.: Food For Thought - Der Einfluss des Dunning-Kruger Effekts auf die Kaufentscheidungen von Konsument*innen. Jahrestagung Konsum & Verhalten 2024 (K&V Jahrestagung 2024), Alpen-Adria-Universität Klagenfurt, 20.09.2024

Scheu A. M., Henke J.: Perspektivenvielfalt in der Wissenschaftskommunikation . #FactoryWisskomm-Talk, Bundesministerium für Bildung und Forschung, Berlin, 04.11.2024

Seeger C., Stubenvoll M.: Silenced by fear: Explaining self-censorship in reaction to digital violence. ECREA 2024 - 10th European Communication Conference, Ljubljana, 27.09.2024

Seeger C., Scheiber R.: The "better" influence? A comparison between regular and social activist influencers on Instagram. ECREA 2024 - 10th European Communication Conference, Ljubljana, 25.09.2024

Seeger C., Menke M.: How contextual factors of media outlets shape journalists' experiences of harassment. ECREA 2024 - 10th European Communication Conference, Ljubljana, 25.09.2024

Stubenvoll M., Freiling I., Matthes J.: Fact-bombing and fake-bombing: A dose-response experiment on the effects of repeated information sharing on social media. 10th annual conference of The International Journal of Press/Politics, Edinburgh, 17.10.2024

Terlutter R., Diehl S.: Corporate Social Responsibility (CSR) from the Employees' Perspective – Employees' Perception and Evaluation of CSR and its Effects on Employees and the Firm. Research Seminar, University of Western Australia, Perth, 12.12.2024

Voci D., Förster S., Luef S., Kaltenbrunner A., Karmasin M.: "It's the Gut, Not the Data": How intuition-driven leadership fosters resilient innovation during major crises. 22nd European Media Management Association "Empowering Media Through Sustainable and Human - Centered Innovations", Rom, 04.06.2025

Voci D., Karmasin M., Luef S., Förster S., Kaltenbrunner A.: Trust in Media Brand as a Competitive Advantage: Driving Engagement, Loyalty, and Willingness to Pay. 22nd European Media Management Association "Empowering Media Through Sustainable and Human - Centered Innovations", Rom, 04.06.2025

Voci D., Förster S., Luef S., Kaltenbrunner A., Karmasin M.: Lessons Learned? Crisis Management and the Evolution of Dynamic Capabilities in Austrian Media Companies During COVID-19. WMEMC 2025 - Reinventing Management for Turbulent Times: Confronting the Next Wave of Digital Disruption, Warschau, 23.05.2025

Wieser M., Krämer H., Janda V., Trischler R., Lengersdorf D., Manske A.: Authors-meet-critics: 'Collaborating at and on hackathons' (Book Preview). STS-Hub 2025: Diffracting the Critical, Berlin, 12.03.2025

Wieser M.: Literaturkritik in Aktion. Der Bachmannpreis und die Frage der Bewertung von Literatur. DGS Konferenz 2024: Klassen, Klassifikationen, Klassifizierungen, Osnabrück, 24.09.2024

Wieser M.: Zur Materialität digitaler Kommunikation. Diskussionen um einen neuen Materialismus und die Medien- und Kommunikationswissenschaft. Gesellschaftstheorien in der Kommunikations- und Medienwissenschaft (Jahrestagung der DGPUK Fachgruppe Soziologie der Medienkommunikation), Rostock, 19.09.2024

Wieser M., Nieland J.: Medienanalyse als Gesellschaftskritik – Das Vermächtnis der Cultural Studies. Gesellschaftstheorien in der Kommunikations- und Medienwissenschaft (Jahrestagung der DGPUK Fachgruppe Soziologie der Medienkommunikation), Rostock, 19.09.2024

Winter R.: Grundlagen performativer Sozialforschung. Summer Institute der Gesellschaft für Musikwirtschafts- und Musikkulturforschung, Porto, 29.09.2024

Winter R.: Kritik der Gewalt. „Cross of Iron“ als Antikriegsfilm. Tagung „Krieg! Filmische Inszenierungen in der Medienkultur“, Helmut-Schmidt-Universität/Universität der Bundeswehr, Hamburg, 20.03.2025

Winter R.: The Cultural and Social Consequences of Social Media. Erasmus-Konferenz „The Digital Age Unveiled: Tech, Consumption, Inequality, Culture“, Universität Bologna, Bologna, 08.05.2025

Winter R.: Aesthetics, Critique and Utopia. The Dimensions of Performative Social Science. Konferenz „Imaginary Futures: Utopias, Dystopias & Protopias of Cultural Studies“, California Institute of the Arts, Santa Clarita (Los Angeles), 29.05.2025

Winter R.: Soziale Medien, Affekt und Proletarisierung. Die kulturellen und sozialen Folgen der digitalen Hyperkonnektivität. Eingeladener Vortrag am Institut für Medienkulturwissenschaft der Heinrich-Heine-Universität, Düsseldorf, 12.06.2025

Wissenschaftskommunikation – Third Mission

Karmasin M., Lukáš T.: Gefährden soziale Netzwerke unsere Demokratie? Rund ums Parlament, Folge 57. Rund ums Parlament. Die Podcast-Serie des Parlaments., Wien, 03.12.2024 „“

Karmasin M.: Debatte über Zukunft des ORF. ORF-Interview, Wien, 30.08.2024

Koinig I.: Gesundheitskommunikation in Österreich. Treffen der AG Lehre - FG Gesundheitskommunikation, Luzern, 26.07.2024

Nieland J.: Fiktion oder Realität. Was Sportdokus von Streaming-Plattformen wirklich sind. Podcast Nachspiel Deutschlandradio Kultur, Berlin, 22.12.2024

Nieland J., Neumann T.: Welche Rolle spielen Medien in unserer Demokratie?. Schulbesuch der HAK an der Alpen-Adria-Universität, Klagenfurt, 17.12.2024

Nieland J.: Überschätzt? Der Einfluss von Popkultur auf Wahlentscheidungen. Radiosendung Deutschlandradio Kultur, Berlin, 17.12.2024

Nieland J.: Backstage-Foto statt Parteiprogramm – Pop im Wahlkampf. Interview mit der dpa, Berlin, 20.11.2024

Rauter-Nestler S., Kugi M.: Cybermobbing, Hate Speech & Co. PH-Fortbildung, Klagenfurt, 10.03.2025

Rauter-Nestler S.: Online in Verbindung bleiben – aber sicher!. Gesunde Gemeinde, Liebenfels, 18.03.2025

Roth-Ebner C. E.: „Das Geschäft mit der Liebe“ & Co.: Ist Trash-TV wirklich so böse, wie man sagt?, Klagenfurt, 23.04.2025

Roth-Ebner C. E.: Radio Kärnten Streitkultur: Verbotzone Schule – wenn das Handy zum Problem wird. Radio Kärnten Streitkultur, ORF, Klagenfurt, 31.03.2025

Scheu A. M.: Wie unterschiedlich wird Wissenschaftskommunikation in den Bundesländern gefördert?. Interview fürs Magazin DUZ, Wien, 30.09.2024

Scheu A. M.: Wissenschaftskommunikation: Studie zeigt Unterschiede zwischen den Ländern. Interview für Table.Media, Wien, 12.08.2024

Sickl H., Herrnhof L., Roth-Ebner C. E.: Out of Office, Podcastserie auf [Spotify](#) und [YouTube](#), Klagenfurt, seit Juni 2025

Sie wollen bei unserer Forschung hautnah dabei sein? Dann hören Sie rein in unseren Podcast *Out of Office – Das Büro im Wandel!* Larissa Herrnhof und Hannah Sickl geben dabei spannende Einblicke hinter die Kulissen des Forschungsprojekts *Diskurse zur Mediatisierung des Büros* (FWF). Die ersten fünf Folgen sind schon veröffentlicht; weitere folgen ab Herbst.

Voci D.: Nachhaltigkeitskommunikation: Wie man unangenehme Wahrheiten vermittelt, APA Science Themenschwerpunkt „Kaninchenbau oder Meinungsschau? Wie soziale Medien wirken“, Jänner 2025
<https://science.apa.at/gastbeitrag/nachhaltigkeitskommunikation-wie-man-unangenehme-wahrheiten-vermittelt/>

Voci D., Karmasin M.: Nach der Krise ist vor der Zukunft? Ergebnisse von Grundlagenforschung zu Medieninnovation und Journalismus in Österreich, Presseclub Concordia, Wien, Mai 2025
<https://www.youtube.com/watch?v=VU6PyIXwjZ4>

Wieser M.: Hybride Verbindungen. Anmerkungen zu einem hybriden Kollektiv aus Mensch, Maschine und künstlerischer Neugier. Vortrag beim Parteitag der Kunst von Unikum und Vada, Klagenfurt.

Wieser M.: Podiumsdiskussion „Andauernde Solidarität. Ongoing Solidarity“. Moderation, Landesmuseum, Klagenfurt.

In einer Welt, in der Krisen die öffentliche Aufmerksamkeit schnell verändern, stellt sich die Frage nach dem Fortbestand der Solidarität. Wie verlieren emotionale Kategorien wie Solidarität mit der Zeit an Kraft? Welche Mechanismen beeinflussen unsere Fähigkeit oder Unfähigkeit, dringende Anliegen langfristig zu unterstützen? Der großflächige Krieg in der Ukraine dauert nun schon mehr als drei Jahren, es wird sowohl für das Schicksal der Ukraine als auch für die vertriebenen Ukrainer:innen entscheidend sein, ob wir weiterhin auf Solidarität bauen können. Über Aufmerksamkeitsökonomie und das Schwenken der Solidarität von einem Anliegen zum anderen spricht Matthias Wieser, Medien- und Kulturwissenschaftler mit Lukas Baumann, Migrations- und Solidaritätsforscher, Olya Fedorova, Künstlerin und Mitarbeiterin des Office Ukraine Graz, Alexandra Schwell, Kulturanthropologin und Oleksandr Sydorenko, freiwilliger Ersthelfer.

Forschungsprojekte

Handyverbot an Schulen – eine Begleitforschung zur Umsetzung in Kärnten

Krainer, Larissa; **Roth-Ebner** Caroline (Projektleitung); **Lagor**, Lieve (studentische Mitarbeiterin)
Seit 1. Mai gilt in Österreichs Pflichtschulen im Unterricht ein generelles Handyverbot bis zur achten Schulstufe. In Kärntens Volksschulen gilt das Verbot bereits seit Februar 2025, nachdem die Kärntner Bildungsdirektion einen Erlass veröffentlicht hat, der Smartphones, Smartwatches und ähnliche elektronische Kommunikationsgeräte als störende Gegenstände im Schulbetrieb einstuft. Besonders für Volksschulen wird betont, dass diese Geräte negative Auswirkungen auf den Unterricht sowie die pädagogische und soziale Entwicklung der Kinder haben können. Mobiltelefone und ähnliche Geräte dürfen inzwischen während des Unterrichts, in den Pausen und bei sonstigen schulischen Veranstaltungen grundsätzlich nicht genutzt werden. Eine durch die Lehrperson erlaubte Verwendung für Lernzwecke ist davon ausgenommen. Diese als „Handyverbot“ diskutierte Neuerung birgt sowohl Chancen als auch Herausforderungen für alle Beteiligten (Schüler:innen, Lehrkräfte, Direktor:innen und Eltern).

Wie dieses Handyverbot an Kärntner Schulen bislang umgesetzt wird, welche Erfahrungen damit gemacht wurden und welche Auswirkungen sich zeigen sowie Vor- und Nachteile des Handyverbots, die Schüler:innen, Lehrkräfte und Eltern darin erkennen, werden im Rahmen einer Kooperationsforschung mit dem Land Kärnten erhoben, um davon Handlungsempfehlungen abzuleiten, die die Implementierung der Regelung unterstützen und nachhaltig begleiten. Vor dem Hintergrund des bundesweiten Handyverbots ab Mai 2025 werden dabei auch Betroffene aus dem Sekundarbereich einbezogen um eine kollektive Reflexion des Prozesses zu ermöglichen, der etliche pragmatische wie ethische Fragen aufwirft.

Die Methodentriangulation umfasst eine Online-Umfrage, qualitative Expert:inneninterviews, Gruppendiskussionen mit teilnehmender Beobachtung. Die Ergebnisse münden in einen Forschungsbericht und sollen im Herbst 2025 öffentlich vorgestellt werden.

Medien für alle!? Chancen und Herausforderungen für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk im Kontext gesellschaftlicher Segmentierung und Polarisierung

Krainer, Larissa; Seethaler, Josef (Projektleitung)

Im Auftrag des ORF koordinieren Larissa Krainer und Josef Seethaler die *Public Value – Jahresstudie 2025* an der Expert:innen aus Wissenschaft und Praxis mitwirken, die von verschiedenen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten (ARD, MDR, SRG, ORF, ZDF) sowie der Europäischen Rundfunkunion (EBU) mit Teilstudien beauftragt wurden. Das Projekt ist ein Kooperationsprojekt des Instituts für Medien und Kommunikationswissenschaft (AAU) und dem Institute for Comparative Media and Communication Studies (Austrian Academy of Sciences/University of Klagenfurt). Die Ergebnisse sollen im Oktober 2025 der Öffentlichkeit vorgestellt werden.

Vom Trash-TV zum Kultphänomen: Diskurse zum Reality-TV

Roth-Ebner, Caroline (Projektleitung)

Unter dem Begriff Reality-TV wird die mediale Aufbereitung von realen Ereignissen mit realen Personen als Hauptakteur:innen verstanden (Trepte/Baumann/Borges 2000: 551). Seit Beginn der 1990er Jahre ist das Genre fest in der deutschsprachigen Fernsehlandschaft etabliert und hat mittlerweile auch Video- und Streamingplattformen erobert. Fast ein Vierteljahrhundert nachdem der Einzug von Kandidat:innen in den Big-Brother-Container (RTL 2, 2000) für Aufsehen sorgte, haben sich die Formate weiter ausdifferenziert. Von amourösen Abenteuern auf Temptation Island über ekelhafte Grenzerfahrungen im Dschungelcamp bis hin zu entwürdigenden Verkuppelungsversuchen bei Schwiegertochter gesucht reicht das Spektrum der Inszenierungen. In den vergangenen Jahren ist immer wieder auch die Rede von einem "Imagewechsel" des Reality-TV weg vom Trash-TV zu einem Kultphänomen und von Sendungen, die (scheinbar) auf politische Korrektheit achten. Jüngst erlebte Germanys Next Topmodel (GNTM) eine solche "Umwandlung". Im Rahmen dieses Lehr-Forschungsprojektes werden mittels wissenssoziologischer Diskursanalyse mediale Diskurse zum Wandel des Reality-TV untersucht. Dabei wird davon ausgegangen, dass Diskurse nicht nur die Wirklichkeit abbilden, sondern diese auch mitkonstruieren.

The cosy internet project: Wie stellen sich Nutzer*innen das Internet der Zukunft vor?

Seeger, Christina; Stubenvoll, Marlis (Projektleitung)

Digitaler Hass ist ein reales Problem - das belegen neben einigen aktuellen Umfragen auch die im Rahmen eines ersten Kooperationsprojekts zwischen der Universität Klagenfurt und HateAid erhobenen Daten, die zeigen, dass insbesondere unter jungen Erwachsenen schon jede:r Dritte digitale Gewalt selbst erlebt hat und fast zwei Drittel bereits digitale Gewalt beobachtet haben. Die Ergebnisse zeigen aber auch, dass sich der Umgang mit diesen Erfahrungen schwierig gestaltet: Hilfe bei offiziellen Stellen wird nur selten gesucht, stattdessen sind die häufigsten Reaktionen auf digitale Gewalt technische Maßnahmen (melden, sperren, Privatsphäre einschränken). Allerdings wird in vielen Fällen auch einfach nichts unternommen, obwohl digitale Gewalt als große Herausforderung erlebt wird. Zudem gibt die Mehrheit der Befragten an, sich online einzuschränken, um nicht Opfer von digitaler Gewalt zu werden – und zwar unabhängig davon, ob digitale Gewalt bereits erlebt wurde oder nicht. Das Internet der Zukunft sehen entsprechend viele als eines, in dem es weniger Anonymität und dafür mehr Kontrolle, Verbote und Strafen gibt, wobei hier unklar bleibt, inwiefern diese Aussagen durch die Thematik digitale Gewalt beeinflusst sind. Aufbauend auf diesen

Ergebnissen interessieren wir uns in diesem zweiten Kooperationsprojekt dafür, wie sich Nutzer:innen im Netz bewegen, was sie dabei als positiv bzw. belastend erleben und was sie sich darauf basierend für ein Internet der Zukunft wünschen. Dafür wird ein qualitativer Forschungsansatz gewählt, um hier möglichst umfangreich unterschiedliche Perspektiven auf die Thematik erfassen zu können.

Preise

Theodor Körner Preis 2024

Verliehen an Marlis Stubenvoll durch den Theodor Körner Fonds.

Lehre-Preis 2024

Verliehen an Marlis Stubenvoll durch die Universität Klagenfurt.

Vorträge, Lehre und Veranstaltungen am Institut

Veranstaltungsmanagement: Nachhaltige Planung und Organisation von Konferenzen, Symposien und anderen universitären Veranstaltungen

Am 6. Februar 2025 veranstaltete **Caroline Weberhofer** diese Weiterbildung für Mitarbeiter:innen der Universität Klagenfurt zur Planung und Organisation von nachhaltigen Veranstaltungen.

Über den Newsletter

Der Newsletter des Instituts für Medien- und Kommunikationswissenschaft erscheint zweimal im Jahr jeweils als Rückschau auf das vorangegangene Semester. Er enthält Personalien, Berichte über gehaltene Vorträge, Forschungsaktivitäten, Tagungen, aktuelle Veröffentlichungen u. v. m. Für die Inhalte verlinkter Websites wird keine Haftung übernommen.

An- und Abmeldungen

Sollten Sie jemanden kennen, der/die unseren Newsletter auch gerne lesen möchte, oder sollten Sie keine Zusendung des Newsletters mehr wünschen, so wenden Sie sich bitte an:

MK-NEWSLETTER

www.aau.at/mk

Sen. Scientist Dr. Sebastian Rauter-Nestler, M.A.

Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft

Alpen-Adria-Universität Klagenfurt

Universitätsstraße 65–67

9020 Klagenfurt

sebastian.nestler@aau.at

Auch für Feedback, Fragen und Anregungen haben wir stets ein offenes Ohr.