

Call for Papers für die gemeinsame Tagung des DVPW-Arbeitskreises „Politik und Kommunikation“ und der DG PuK-Fachgruppe „Kommunikation und Politik“ in Verbindung mit dem DVPW-Arbeitskreis „Politikberatung“ vom **12.-14.02.2009** in **Düsseldorf**

Expertise - Entscheidung – Öffentlichkeit. Politikberatung unter dem Kommunikationsaspekt

I Profil des Tagungsprogramms

Ziel der Tagung ist es, Politikberatung unter dem Kommunikationsaspekt auszuleuchten und zu ermitteln, welche empirischen, theoretischen, und methodischen Möglichkeiten diese Sichtweise eröffnet. In welchem Maße erlaubt die Kommunikationsperspektive eine dichte Beschreibung und schlüssige Erklärung von Unterschieden und Veränderungen in der Verbindung von Expertise und Entscheidung? In und mit dieser Verbindung versichert sich die Politik der kognitiven, sozialen und politischen Ressourcen, die vor allem von wissenschaftlichen Einrichtungen angeboten werden, aber auch von anderen Quellen der Expertise, wie z.B. von Interessenverbänden oder von Bundesämtern mit Regulierungsaufgaben. Umgekehrt nehmen Experten in und mit dieser Kommunikation Einfluss auf politische Entscheidungen. Auf der Tagung soll das Spannungsfeld verschiedener Formen von Kommunikation deutlich werden, die sich vor allem im Hinblick auf den Öffentlichkeitsgrad, die mediale Basis und die Informalität unterscheiden.

Sieht man Politikberatung unter dem Kommunikationsaspekt, lassen sich drei **Themenfelder** unterscheiden:

- Politikberatung als *Kommunikationsprozess*: Die Beratung in Politikfeldern wie Wirtschaftspolitik oder Sicherheitspolitik kann als symbolische Interaktion von Personen aus unterschiedlichen sozialen und kognitiven Kontexten gesehen werden. Ihr Verlauf ist geprägt von den Mustern, die sich an dieser Schnittstelle herausgebildet haben und die in jedem einzelnen Kommunikationsprozess aktualisiert werden. Diese Kommunikationsprozesse haben Einfluss darauf, welche substantiellen Entscheidungen getroffen werden und wer zu welchem Zeitpunkt daran beteiligt wird.
- Politikberatung als *Kommunikationsberatung*: Expertise in kommunikativer Hinsicht kann die Voraussetzung dafür sein, dass Politik ihre Kommunikationsprobleme lösen kann, etwa im Zusammenhang mit der öffentlichen Vermittlung von Politik. Kommunikation wird dann ein *eigenes Feld der Beratung*. Diese Beratung zeigt Wege auf, wie durch Kommunikation Verständigungen erreicht, Mehrheiten gesichert und Vorteile im politischen Wettstreit erreicht werden können.
- Politikberatung als *Gegenstand von Kommunikation*: Berater oder Beratungsorganisationen sind Thema der medialen Spiegelung von Politik. Insbesondere die wissenschaftliche Expertise wird strategisch von politischen Akteuren eingesetzt, um die öffentliche Glaubwürdigkeit von politischen Positionen zu erhöhen. Andere Quellen der Expertise werden eher verborgen. Das Publikum erwartet bei bestimmten Problemen die Präsenz von Beratern und bewertet ihre Leistung nach Kriterien, die sich z.B. von denen der Wissenschaft deutlich unterscheiden. Der Journalismus hat Routinen entwickelt, wie Politikberatung dargestellt und bewertet wird. Aber auch die fiktionalen Spiegelungen der Politik in den Medien sind in dieser Hinsicht aufschlussreich: Ihnen kann man kulturspezifische Stereotypen von politiknahen Experten entnehmen.

Dimensioniert man diese Themenfelder, ergeben sich folgende **Fragenkomplexe**, denen sich Beiträge widmen können:

- *Zeitliche Dimension*: Welches Bild von Entwicklung zeigt sich, wenn man Politikberatung unter dem Kommunikationsaspekt untersucht? Welche Veränderungen von Strukturen und Funktionen werden deutlich, wenn man z.B. die formellen und informellen Beraterkreise der Kanzler von Adenauer bis Merkel vergleicht? Wie hat sich die öffentliche medial geformte Wahrnehmung von Politikberatung entwickelt, z.B. von Experten mit enger Bindung an Interessengruppen?
- *Sachliche Dimension*: Welche Unterschiede zwischen den Politikfeldern zeigen sich unter dem Kommunikationsaspekt von Politikberatung? Welche Probleme sind besonders kommunikationsintensiv? Welche Denkmuster und Handlungsorientierungen stoßen in dieser Kommunikation aufeinander? In welchem Verhältnis steht die Beratung im Hinblick auf die Herstellung von Politik zur Beratung im Hinblick auf die Darstellung von Politik? Welche Probleme liegen im Schatten öffentlicher Aufmerksamkeit und warum?
- *Soziale Dimension*: Welche Unterschiede zwischen Akteuren und Akteurskonstellationen zeigen sich, wenn man Politikberatung unter dem Kommunikationsaspekt untersucht? Was sind die Merkmale erfolgreich kommunizierender Politikberater? Welches Verhältnis haben kommunikative und fachliche Kompetenzen? Wie verbinden sich Expertise und Interessenvertretung im Lobbying? Wer ist aufgrund welcher Merkmale öffentlich präsent? Welche Rolle spielt die öffentliche Präsenz im Verhältnis zur fachlichen Reputation? Finden sich Anzeichen für eine Mediatisierung der Politikberatung? Welches Verhältnis hat die Beratung zivilgesellschaftlicher Akteure zur Beratung von staatlichen Instanzen gewonnen? Welche Organisationsformen für die Kommunikation an der Schnittstelle von Expertise und Entscheidung haben sich herausgebildet? Welche Rolle spielt Vertrauen in der Beratungskommunikation?
- *Räumliche Dimension*: Welche Unterschiede zwischen politischen Ebenen und zwischen politischen Systemen zeigen sich, wenn man Politikberatung unter dem Kommunikationsaspekt untersucht? Gibt es nationenspezifische Kulturen der Beratungskommunikation? In welchem Maße bedürfen Politikberater einer interkulturellen Kompetenz? Fragen Kommunalpolitiker professionelle Kommunikationsberatung nach? Wie wird Politikberatung in regionalen und lokalen Öffentlichkeiten thematisiert?

Beiträge sollen über den empirischen Erkenntnisgewinn hinaus Aufschluss zu **übergreifenden Fragestellungen** erlauben.

Vor allem sollten sie versuchen, Politikberatung unter dem Kommunikationsaspekt in *theoretische Ansätze* einzuordnen: Welche Rolle können kommunikative Aspekte von Politikberatung in Governance-Konzepten spielen? Wie lässt sich Kommunikationsberatung mit einem Ansatz der Rationalen Wahl oder des Public Choice modellieren? Wie sieht die Schnittstelle von Expertise und Entscheidung im Lichte der Theorie autopoietischer Systeme aus? Welchen Beitrag leistet Politikberatung zu Ansätzen der Medienwirkungsforschung wie Framing oder Agenda Setting? Welche Phänomene der Politikberatung können kommunikationsorientierte Ansätze der Sozialpsychologie oder der Mikrosoziologie erklären?

Willkommen sind auch Beiträge, die ihren Schwerpunkt auf *Fragen der Forschungsmethodik* legen: Wie können komplexe Beratungsprozesse valide rekonstruiert werden? Wie können die Effekte von öffentlicher Wahrnehmung der Politikberatung gemessen werden? Welche methodischen Standards sollten für Untersuchungen von Beratungskommunikation gelten, um eine intersubjektive Gültigkeit von Befunden zu gewährleisten? Wie können Fallstudien verallgemeinert werden? Welche Indikatoren geben auch retrospektiv ein verlässliches Bild der Politikberatung unter dem Kommunikationsaspekt?

Den Schwerpunkt des **Programms** sollen Vorträge aus der aktuellen politik- und kommunikationswissenschaftlichen Forschung bilden. Sie werden gerahmt von Keynotes eingeladener Experten für das Spannungsfeld von Expertise und Entscheidung unter dem Kommunikationsaspekt und ergänzt durch das Gespräch mit Beratern und Beratenen.

II Organisatorische Hinweise

Vortragsvorschläge mit konkretem Bezug zum Tagungsthema sind in Form einer **erweiterten Zusammenfassung** (max. 7500 Zeichen inkl. Leerzeichen) bis zum **30. Oktober 2008¹** in elektronischer Form (ausschließlich Word) erbeten an die Veranstalter (s.u.). Vorschläge sollten klar erkennen lassen, welches der o.g. Themenfelder unter welchen der o.g. Dimensionen behandelt werden soll.

Es wird darum gebeten, eine Version mit Deckblatt (inkl. Autor/-in) sowie anonymisiertem Textteil **und** eine Version ohne Deckblatt einzureichen. *Submissions in English are welcome!*

Auf der Tagung sollen nur **Originalbeiträge** präsentiert werden. Der Beitrag darf bisher in der vorgelegten Form nicht veröffentlicht oder auf einer Tagung mündlich präsentiert worden sein. Dies ist auf dem Deckblatt ausdrücklich zu erklären. Allerdings ist es möglich, aus bereits publizierten und präsentierten Studien einzelne Aspekte herauszugreifen, um sie in einem neuen Zusammenhang vertiefend zu bearbeiten. Diese Vorgehensweise sollte aus dem Abstract deutlich werden.

Bei einer **empirischen Studie** sollte aus dem Abstract klar hervorgehen, ob es sich um eigene Daten handelt und in welchem Stadium sich die Studie gegenwärtig befindet (Planung, in der Durchführung, in der Auswertung, abgeschlossen).

Die **Auswahl der Tagungsbeiträge** aus den Einreichungen geschieht auf Grundlage eines anonymen Peer-Reviews durch jeweils zwei Gutachter. Es gelten die in der DGPK üblichen Kriterien:

- Bezug zum Tagungsthema
- Theoretische Fundierung
- Relevanz der Fragestellung
- Angemessenheit der Methode bzw. Vorgehensweise
- Klarheit und Prägnanz der Darstellung.

Bei jedem Kriterium werden Punkte vergeben. Die Vorträge werden nach der Punktzahl ge- reiht und nach Rangplatz bzw. nach Maßgabe der zeitlichen Möglichkeiten in das Programm aufgenommen.

Die Ergebnisse des Reviewverfahrens (Platzierung und evtl. Kommentare der Gutachter) werden bis zum **30. November 2008** bekannt gegeben. Das Programm wird am **15.12.2008** veröffentlicht.

Die Tagung findet in **Düsseldorf** statt. Sie beginnt am Donnerstag, 12. Februar 2009, 13.00 mit einem „Get Together“ und endet am Samstag, 14. Februar 2009, 14.00. Vorträge sind auf 20 Minuten begrenzt.

¹ Da die Mitgliederrundbriefe von DVPW und DGPK erst Ende September verschickt werden, wurde die Einreichungsfrist auf den 30. Oktober 2008 verschoben. Damit soll auch Mitgliedern außerhalb der DVPW- Arbeitskreise „Politik und Kommunikation“ und „Politikberatung, sowie der DGPK-Fachgruppe „Kommunikation und Politik“ Gelegenheit gegeben werden, Vortragsangebote einzureichen.

Veranstalter sind:

| | |
|--|--|
| Prof. Dr. Gerhard Vowe Sozialwissenschaftliches Institut Universitätsstraße 1 40225 Düsseldorf Tel.: 0211 81-11540 eMail: vowe@uni-duesseldorf.de | Dipl.-Medienwiss. Stephanie Opitz Sozialwissenschaftliches Institut Universitätsstraße 1 40225 Düsseldorf Tel.: 0211 81-12942 eMail: stephanie.opitz@uni-duesseldorf.de |
|--|--|