



## **DGPuK Nachwuchstag 2014**

### **Workshop 2B Abstracts schreiben**

Freitag, 12. September 2014, 14-15.30 Uhr

Prof. Dr. Juliana Raupp  
Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft  
Arbeitsbereich Organisationskommunikation

# Willkommen zum Workshop

## Abstracts schreiben!



### Eckpunkte zum Ablauf

1. Kennenlernen; Erwartungen an den Workshop
2. Ihre Erfahrungen Abstracts gemacht
3. Input: Wofür abstracts schreiben?; Reviewer-Erwartungen
4. Beispiele; Stilfragen
5. Übung: Abstracts schreiben und aus Sicht eines Reviewers lesen
6. Feedbackrunde

## Was ist ein Abstract?

---

“An abstract is a **self-contained**, short, and **powerful statement** that describes a larger work. Components vary according to discipline. (...)

An abstract is **not a review**, nor does it evaluate the work being abstracted.

While it contains **key words** found in the larger work, the abstract is an **original document rather than an excerpted passage**. (...)

A **descriptive** abstract briefly describes the longer work, while an **informative** abstract presents all the main arguments and important results. (100-120 words = descriptive; 250+ words = informative.)”

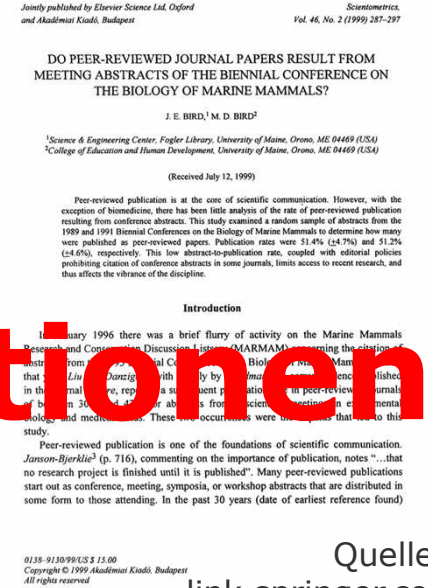
(<http://writingcenter.unc.edu/handouts/abstracts/>)

# Wofür abstracts schreiben?

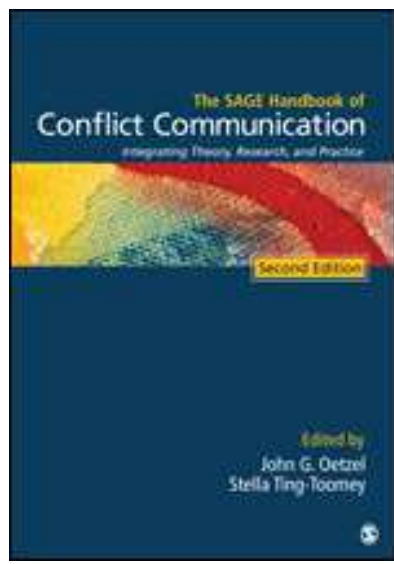
## Tagungen



Quelle: thomaspleil.wordpress.com



Quelle: link.springer.com



Quelle: sagepub.com

## Publikationen

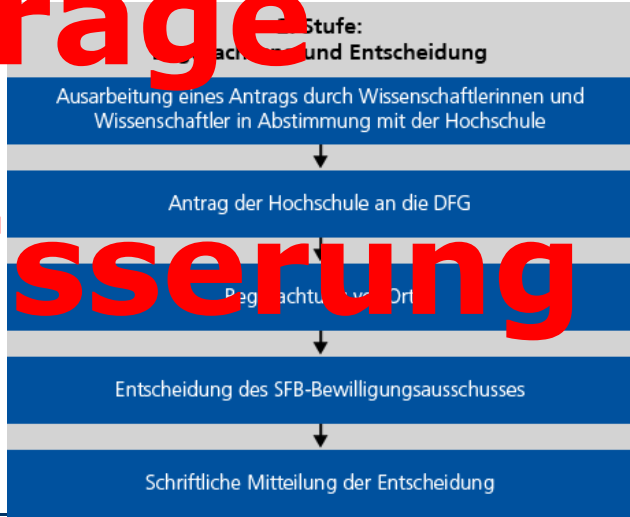
## Anträge

## Selbstvergewisserung



Quelle: politpress.wordpress.com

Quelle: dfg.de



# Was erwarten Reviewer von einem abstract?

✓ Aussagekräftiger <b>Titel</b>	
✓ <b>Relevanz</b> , Aktualität	– Tagesaktueller Bezug
✓ Fragestellung, <b>Ziel</b>	– Ausformulierte Hypothesen
✓ Generelle <b>Methode</b>	– Allgemeiner Forschungsstand
✓ Zentrale <b>Ergebnisse</b>	– Vergleichsstudien
✓ <b>Ertrag</b>	– Zu detaillierte Ergebnisse
✓ Ggf. Bezug zum Call, Tagungsthema	– Über den Text hinausgehende Ergebnisse
✓ Ggf. Quellen	– Grenzen der Untersuchung
✓ Ggf. Key words	– Forschungsausblick
✓ Ggf. Angabe der Section	– Abkürzungen, Eigennamen

# Abstracts reviewen

## Beispiel **Bewertungsschema für Tagungen**

(1=schwach bis 5=hervorragend)

<b>Bewertungskategorie</b>	<b>GA 1</b>	<b>GA 2</b>	<b>GA 3</b>	<b>MW</b>
Beitrag zum Tagungsthema				
Theoretische Fundierung				
Beitrag zum Forschungsfeld				
Angemessenheit der Methode/Vorgehensweise				
Klarheit und Prägnanz der Darstellung				
<b>Gesamtpunkte</b>				

## Beispiel: dt. Zeitschriftenaufsatz

---

Die Wissenschaftslandschaft ist einem starken Wandel unterworfen, doch das Nachwuchsproblem der Kommunikations- und Medienwissenschaft bleibt bestehen.

Um ihm auf den Grund zu gehen, beleuchtet die vorliegende Untersuchung die Arbeitsbedingungen der Promovierenden und Postdocs im Fach. Sie knüpft damit an die Vorgängerstudien von Wirth et al. (2005, 2008) an. Besonderes Augenmerk liegt auf der Arbeitszufriedenheit, da diese wohl erheblich zu der Entscheidung beiträgt, in der Wissenschaft zu verbleiben oder nicht.

Eine Online-Befragung unter 504 Promovierenden und Postdocs ergibt, dass der Nachwuchs insgesamt mit seiner Arbeit zufrieden ist. Ein großes Problem ist jedoch die berufliche Unsicherheit. Regressionsanalysen zeigen, dass Betreuungssituation und Vertragsbedingungen die Arbeitszufriedenheit am stärksten beeinflussen. Den größten Anteil an der Betreuungszufriedenheit haben die vorgesetzten Professoren. Der Zusammenhang zwischen Arbeitszufriedenheit und Publikationsleistung erweist sich als komplizierter als erwartet.

Auf der Grundlage der Ergebnisse werden Handlungsempfehlungen formuliert.

**Quelle:** Engesser, S., und M. Magin (2014). Die Arbeitszufriedenheit des kommunikations- und medienwissenschaftlichen Nachwuchses. *Publizistik* 59 (3):307-334.

## Beispiel: intl. Zeitschriftenaufsatz

---

New media technologies have been lauded for their potential in de-monopolizing gatekeeper power and rejuvenating democracy.

This research inquires into how those changes in the media environment are affecting (and being affected by) consultants involved in the production of political communication.

Drawing on dozens of in-depth interviews with these elite operatives, this study highlights how strategies are developed, practices are executed, and messages are encoded given increasing fragmentation and narrowcasting.

It examines these consultants' roles in managing the news agenda and political discourse by expanding partisan spaces online for content creation and narrowcasting more nuanced, flexible messages to targeted niches.

This study concludes with consideration given to how these efforts might hinder certain public sphere ideals.

**Quelle:** Serazio, M. (2014). The New Media Designs of Political Consultants: Campaign Production in a Fragmented Era. *Journal of Communication* 64 (4):743-763.



## Stilfragen: das Wichtigste...

---

- Fasse Dich kurz, aber schreibe ganze Sätze
- Achte besonders auf die Wortwahl (nicht: großer Unterschied, sondern: signifikanter Unterschied)
- Verwende konsistente Schlüsselbegriffe im Abstract UND im Text
- Vermeide Passivkonstruktionen
- Der erste Satz im Abstracts ist nicht der erste Satz der Einleitung
- Vermeide Phrasen und Füllwörter
- Unterscheide zwischen Ergebnissen und Implikationen

# Übung: Abstracts schreiben und co-teaching

## 1 Schreibe ein Abstract (Umfang 200-400 W).

Leitfragen:

- *What & Why?* (Gegenstand, Ziel)
- *How?* (Methoden)
- *So what?* (Ergebnisse)
- *Then what?* (Was lernen wir daraus?)



Quelle: huffingtonpost.com

2. Tausche das Abstract mit einem/r Partner/in
3. Begutachte das Abstract des Partners
4. Kommentiere das Abstract des Partners

## Weiterführende links

[http://writing.wisc.edu/Handbook/presentations\\_abstracts.html](http://writing.wisc.edu/Handbook/presentations_abstracts.html)

<http://writingcenter.unc.edu/handouts/abstracts/>

<https://owl.english.purdue.edu/owl/resource/656/1/>

<http://blogs.lse.ac.uk/impactofsocialsciences/2011/06/20/essential-guide-writing-good-abstracts/>

<http://www.ebscohost.com/academic/communication-mass-media-complete>

**Viel Erfolg!**

Fragen und Feedback an  
[j.raupp@fu-berlin.de](mailto:j.raupp@fu-berlin.de)