



Open Access Journal | OJS & Print on Demand

Ihre Publikation in den *Schriften zur Kultur- und Mediensemiotik* | Online – Hinweise für Autor*innen von Monographien und Herausgeber*innen von Sammelbänden

Grundsätzliches

1. Zuständigkeit

- Die Redaktion des VZKF berechnet Ihnen für die Publikation in den *SKMS* | Online nach derzeitigem Stand keine Kosten, obwohl auch im Open Access inzwischen vierstellige Druckkostenzuschüsse üblich sind. Dafür erhält die Redaktion von Ihnen ein vollständig druckfertig gesetztes Word-Dokument des Buchtextes (z.B. bei Dissertationen) inklusive Bildern und Paginierung sowie das entsprechende PDF zuzüglich Inhaltsverzeichnis – das heißt mit fertiger Formatierung. Sammelbände/Sonderhefte im Periodical mit mehreren Beiträgen sind als *ein* druckfertiges PDF einzureichen.
- Das macht ein äußerst sorgfältiges Lektorat von Ihrer Seite notwendig, am besten an einem Probeausdruck und unterstützt durch weitere Korrekturleser*innen. Dafür liegt das Produkt während des gesamten Publikationsprozesses in Ihrer Hand. Im Sinne der allgemeinen Qualitätssicherung behält sich die Redaktion grundsätzlich Änderungen vor. Eingriffe in den Text wie Formulierungen von Überschriften, Titeln, Einteilung in Kapitel o.ä. werden aber gemeinschaftlich abgestimmt und vorgenommen.
- Die Redaktion wird das Skript final auf Formatierungsfehler hin durchsehen, die Haupttitelseite und das Deckblatt erarbeiten, sobald von Ihnen ein Titelbild eingereicht wurde, das sich zur Gestaltung eignet und das die rechtlichen Maßgaben erfüllt (s. Punkt 2.). Sie können auch gerne eigene fertige Gestaltungsvorschläge/-wünsche für den Titel einreichen. Anpassungen seitens der Redaktion bleiben vorbehalten.
- Ihr Buch/Ihr Sonderheft im Periodical soll auch optisch einen guten Eindruck machen. Beachten Sie deshalb bitte die unten aufgeführten Formatierungshinweise.

2. Einhaltung von rechten Dritter

- Alle Text-/Bild- und ggf. Markenrechte müssen geklärt sein. Die Redaktion des VZKF lehnt jede Verantwortung für die Nicht-Einhaltung der Rechte Dritter in Ihrem Produkt ab. Dazu wird eine entsprechende Erklärung benötigt (s. Autorenvertrag in den Autorenmaterialien), die auch Voraussetzung für die Publikation in Open Journal

Systems sowie in OPUS Passau ist. Beachten Sie, dass dies bei filmanalytischen Arbeiten auch für Frames gilt, die Sie als Nachweis Ihrer Argumentation/Analyse verwenden. Sollten Sie beim Verleih des Films keine Genehmigung für den Abdruck von Standbildern erhalten, verzichten Sie besser auf den Abdruck und beschreiben Sie diese sprachlich möglichst exakt unter Angabe der Filmminute.

3. Veröffentlichung einer Dissertation

- Mit der Onlinepublikation Ihrer Arbeit z.B. in OPUS Passau (für Promotionen an der Universität Passau) ist Ihr Dissertationsverfahren auch offiziell abgeschlossen. Eine zusätzliche Buchpublikation ist nicht erforderlich. Für die Verfahrensweise an Ihrer Universität ist aber grundsätzlich die jeweilige Promotionsordnung maßgeblich. Sollte eine zusätzliche Druckversion vorgelegt werden müssen, besteht die Möglichkeit der Anfertigung eines Books on Demand im Verlag Schüren (hierbei fallen Kosten für einen Druckkostenzuschuss an, die Sie mit dem Verlag selbständig aushandeln).
- Verzichten Sie bei der Veröffentlichung Ihrer Dissertation bitte auf Formulierungen wie „diese Doktorarbeit“, „Promotionsvorhaben“, „Arbeit“ etc. Die formale Einreichung der Qualifikationsschrift an der Universität ist abgeschlossen – jetzt publizieren Sie ein Buch. Begriffe wie „Studie“, „Untersuchung“, „Analyse“ o.ä. sind eleganter und neutraler.

4. Autorenvertrag

- Mit dem Autorenvertrag (in den Autorenmaterialien) bestätigen Sie, im Besitz aller notwendigen Nutzungsrechte zu sein und genehmigen dem VZKF, Ihr Werk im Open Access zugänglich zu machen.
- Wenn Sie als Herausgeber*innen eines Sammelbandes fungieren, ist es Ihre Aufgabe, die entsprechenden Autorenverträge mit Ihren Beiträger*innen abzuschließen. Nur wenn diese vorliegen, kann das Werk publiziert werden.

Workflow 1: Formatierung des Textes / der Beiträge

1. Style Sheet

- Im Style Sheet für Autor*innen von Monographien und Beiträgen für Themenbände oder das Periodical (in den Autorenmaterialien) finden Sie die Hinweise zur Formatierung Ihres Dokuments, insbesondere auch zur Gestaltung von Fußnoten, Literatur-/Medienverzeichnis etc.
- Im Folgenden finden sich zusätzliche Erläuterungen, die Ihren Workflow beim Redigieren der Beiträge erleichtern sollen.

2. Ausblenden der Funktion „Änderungen nachverfolgen“

- Für die Formatierungsarbeit am fertigen Beitrag blenden Sie zunächst die Änderungsverfolgung und Mark ups aus. Andernfalls kann es zu Verschiebungen/Formatfehlern bei der Generierung des PDFs kommen. In der Kommunikation mit den Autor*innen über Textkorrekturen arbeiten Sie am besten mit farbigen Markierungen in einem aus dem Word-Dokument generierten PDF und der Anmerkungsfunktion dort. Anschließend übertragen Sie die Änderungen händisch in das Word-Dokument. Nur auf diese Weise ist garantiert, dass alle Änderungen korrekt übernommen werden und es nicht zu Formatfehlern kommt.

3. Verwenden der Word-Dokument-Formatvorlage

- Verwenden Sie keine Autoformatvorlage.
- Sie können den fertigen Beitrag in die Formatvorlage (Word-Dokument in den Autorenmaterialien) einfügen („Bearbeiten / Einfügen und an Formatierung anpassen“), müssen das allerdings ggf. einzeln für Überschriften, Fließtext und Kopfzeilen vornehmen. Beachten Sie, dass Sie ggf. abweichende Überschriften im Literatur- / Medienverzeichnis einfügen müssen (z.B. wenn Sie Filmangaben haben, die Formatvorlage aber nicht).
- Beachten Sie, dass Sie auch die Kopfzeile mit Beiträger*innenname und Kurztitel jeweils anpassen. Die Seitenzahlenangabe erfolgt erst zuletzt, wenn alle Formatierungsarbeiten abgeschlossen sind und es zu keinen zusätzlichen Seitenumbrüche mehr erfolgen (s. dazu Workflow 2).
- Auch für das Inhaltsverzeichnis erhalten Sie ein Word-Dokument, in das Sie Ihre Angaben übertragen können. Dies sollte allerdings der letzte Arbeitsschritt sein, nachdem die finale Paginierung erfolgt und erforderliche Leerseiten (s.u.) berücksichtigt worden sind.

4. Automatische Silbentrennung einfügen

- Fügen Sie nun die automatische Silbentrennung ein. Verringern Sie bitte die Silbentrennzonen in der automatischen Silbentrennung auf 0,25 mm. In den Optionen

sollte angegeben werden, dass nicht mehr als drei Trennungen aufeinander folgen. Die Abstände zwischen den Wörtern in der Blocksatz-Zeile dürfen nicht zu groß oder unregelmäßig ausfallen.

- Erkennt Word trotz eingestellter Silbentrennung bestimmte Worte nicht, so kann ein händischer Trennstrich (sog. »bedingter Trennstrich«) eingefügt werden: [Strg]+[-]
- Fügen Sie auf keinen Fall »normale« Bindestriche ein, um einen Zeilenwechsel zu erzwingen! Diese bleiben sonst bei »Ver-ände-run-gen im Um-bruch als feh-ler-haf-te Bin-de-stri-che im Text ste-hen«.
- Möchten Sie lückige Stellen mit einem manuellen Zeilenumbruch ohne Trennstrich einfügen (z.B. bei URLs oder durch Schrägstrich verbundenen Begriffen oder Namen), verwenden Sie die Tastenkombination [Shift]+ [Return] (sog. weicher Zeilenumbruch).

5. Einbinden von Abbildungen

- Sie binden die Abbildungen an den entsprechenden Textstellen mit den dazu gehörigen Abbildungsunterschriften selbst ein (z.B. „**Abb. 1:** xxxx“). Beispiele dazu finden Sie z.B. im Sonderband *Semiotik und Arbeitswelt* (s. in den Autorenmaterialien bzw. Link s.u.). Abbildungen sollten nie unkommentiert stehen, sondern immer mit entsprechendem Hinweis im Fließtext (z.B. „s. Abb. 1-3“) erläutert werden/in die Argumentation einbezogen sein.
- Komprimieren Sie die Abbildungen/JPGs am besten vor dem Einfügen, sodass das Gesamt-PDF die Größe von 6 MB nicht wesentlich überschreitet. Das ist für einen reibungslosen Download unerlässlich.

6. Seitenumbrüche/Überschriften

- Prüfen Sie zuletzt noch einmal ob sich keine Überschriften am Seitenende bzw. zu weit unten auf der Seite befinden. Fügen Sie ggf. einen manuellen Seitenumbruch ein und achten Sie darauf, dass auf der Folgeseite kein überzähliger Zeilenumbruch entsteht sowie dass die Abstände zwischen Überschriften und Fließtext korrekt sind.

Workflow 2: Zur abschließenden Einrichtung des Gesamtdokumentes

Sie übersenden der Redaktion das *für den Upload bereite, vollständig layoutete Heft als PDF*. Das heißt, wenn Ihnen alle nach dem Style Sheet formatierten Beiträge vorliegen, geht es an die Einrichtung des Gesamtdokumentes.

1. Gestaltungsbeispiel

- Als Gestaltungsbeispiele sehen Sie sich die vorherigen Ausgaben an, für Herausgeberpublikationen am besten *Semiotik und Arbeitswelt* unter <http://www.kultursemiotik.com/forschung/publikationen/schriftenreihe-online/> für Monographien dagegen den Band *Verpackungssemiotik* unter http://www.kultursemiotik.com/wp-content/uploads/2019/06/Kerschensteiner_Verpackungssemiotik.pdf

2. Einfügen von Seitenzahlen und Leerseiten

- Nachdem Sie beginnend mit dem ersten Beitrag und dann in der betreffenden Abfolge des Bandes alle Abbildungen mit Unterschriften (**Abb. 1:** xxx) eingefügt haben, auf korrekte Abstände der Überschriften etc. geachtet haben (s.o. Workflow 1), müssen Sie die richtigen Seitenzahlen in die Kopfzeile einfügen.
- Sie zählen das Titelblatt als Seite 1, dann folgt links eine Leerseite, das Inhaltsverzeichnis befindet sich auf Seite 3. Wenn es eine oder zwei Seiten umfasst, beginnt das Vorwort auf Seite 5, ggf. ist Seite 4 dann später im Gesamt-PDF als Leerseite einzufügen (auf einer Leerseite steht keine Seitenzahl und keine Kopfzeile). *Jeder Artikel beginnt immer mit einer ungeraden Seitenzahl*. Wenn ein Artikel auf einer ungeraden Seitenzahl endet, lassen Sie die Seitenzählung des folgenden Artikels erst mit der nächsten ungeraden Zahl beginnen (das können Sie ja bei den Seitennumerierungen festlegen, wobei auf der ersten Artikelseite keine Kopfzeile und keine Paginierung stehen, siehe Abb.1).

3. Kapiteleinteilungen

- Soll das Gesamtheft in unterschiedliche Kapitel eingeteilt sein, dann gilt, dass auch ein Kapitel immer mit ungerader Seitenzahl beginnt und dann entsprechend vor dem ersten folgenden Artikel eine Leerseite einzufügen ist. Auf den Kapitelnseiten befinden sich keine Kopfzeile und keine Paginierung, sondern nur der Titel des Kapitels, ggf. mit Nummerierung.

„Zeichenmanagement“, das an den Bedeutungsstrukturen des Unternehmens im Kopf ansetzt und über neue Erfahrungen neue Bedeutungen und damit eine Veränderung der Realitätskonstruktion im Unternehmen initiiert – ähnlich wie es am Beispiel des Kantinenprojekts oben beschrieben wurde. Erfolgreiche Veränderungsprojekte bedeuten daher immer, nicht nur an organisationalen Strukturen, sondern immer auch an der Semiotik des Unternehmens und der an ihr sichtbaren Realitätskonstruktion der Mitarbeiter zu arbeiten.

Eine letzte Anmerkung: Nach Ansicht des Autors kann eine semiotisch-narrative Anamnese in der beschriebenen Weise nicht nur für Unternehmen oder Organisationen fruchtbar gemacht werden, sondern kann auch tiefer gehende Einblicke in die Denkmuster von gesellschaftlichen Gruppen, politischen Strömungen oder „Weltanschauungen“ liefern. Insofern böte sich diese Methode als eine tiefer gehende und aussagekräftigere Alternative zu den gängigen „Befragungen“ an.

Literatur:

- Heinz Abels. *Identität*. Wiesbaden ²2010.
 Jerome Bruner. *Sinn, Kultur und Ich-Identität. Zur Kulturpsychologie des Sinns*. Heidelberg 1997.
 Karolina Frenzel, Michael Müller, Hermann Sottong. *Das Unternehmen im Kopf. Schlüssel zum erfolgreichen Change-Management*. München 2000
 Heiner Keupp et. al. *Identitätskonstruktionen. Das Patchwork der Identitäten in der Spätmoderne*. Reinbek ²2008.
 Wolfgang Kraus. *Das erzählte Selbst. Die narrative Konstruktion von Identität in der Spätmoderne*. Herbolzheim 2000 (Münchner Studien zur Kultur- und Sozialpsychologie; Bd. 8).
 Michael Müller. *Einführung in narrative Methoden der Organisationsberatung*. Heidelberg 2017.
 Michael Müller, Petra Grimm. *Narrative Medienforschung. Einführung in Methodik und Anwendung*. Konstanz 2016.
 Michael Titzmann. *Strukturelle Textanalyse*. München 1977.

„Familienaufstellung“

Zur Semiotik unternehmensspezifischer Narrative in Krisen

Kathrin Dreckmann

Einführung: Narrative in Unternehmenskulturen

Unternehmenskulturen sind Kulturen, in denen sich über eine Zeit gemeinsamen Arbeitens Kommunikationsstrukturen ausbilden, die den Einzelnen mit den anderen verbinden. Es entsteht so in der Regel ein kohärentes Gewebe, das Mitarbeitern Orientierung gibt. Dies wird dann besonders bedeutend, wenn vor dem Hintergrund der zunehmenden „Stückhaftigkeit unserer Welt“ (Clifford Geertz) Diskussionen über grundlegende gemeinsame Vorstellungen, gemeinsame Gefühle und gemeinsame Werte auch in der Arbeitswelt nicht immer einfach zu lösen sind. Innerhalb von Unternehmenskulturen bilden in der Regel narratologisch aufgebaute Firmengeschichten einen wichtigen Faktor, wenn es um die Herstellung von Identität im Unternehmen geht. Schlagwortartig werden solche Konzepte auf Internetseiten präsentiert und als Leitbegriffe verwendet, um das firmeneigene Narrativ plakativ nach außen zu kommunizieren. Begriffe wie Innovation, Tradition und Zukunftsorientiertheit sind dabei häufig verwendete Vokabeln. Sie sind abstrakte und positiv besetzte Bezugsgrößen eines ökonomischen Diskurses, der gerade von KMUs erwartet, den Betrieb so aufzustellen, dass er zeitgemäß und im Bewusstsein seiner eigenen Geschichte solide auch Kommendes überstehen mag.

Von diesem Geflecht ökonomischer Anforderungen sind auch die Erzählungen über ein Unternehmen geprägt. Davon kann die Verwendung derartiger Vokabeln innerhalb von Unternehmen unterschieden werden. Somit wird angenommen, dass es eine Differenz zwischen Signifikaten werbender Internetdarstellungen und der Signifikantenlogik wirtschaftlicher Rationalitätsparadigmen gibt und die Frage nach der Unternehmenskultur in Unternehmen nicht auch die Fragen nach den eigenen Narrativen in Unternehmen offenlegt. Welche Rolle die Kommunikation in der Struktur der Organisation kleinerer und mittlerer Unternehmen spielt, die bestrebt sind, sich zwischen Traditionalität, Zukunftsorientiertheit und Marktzwängen zu positionieren, soll im Folgenden näher erörtert werden. Dabei sollen besonders Unternehmen in den Blick genommen werden, deren

Abb. 1: Beispielseite SKMS | Online, Beitragstitelseite

4. Anlage des Inhaltsverzeichnisses

- Auch für das Inhaltsverzeichnis erhalten Sie ein Word-Dokument, in das Sie Ihre Angaben übertragen können. Dies sollte allerdings der letzte Arbeitsschritt sein, nachdem die finale Paginierung erfolgt und erforderliche Leerseiten (s.o.) berücksichtigt worden sind.
- Im Inhaltsverzeichnis sollten Sie analog dem Beispiel von *Semiotik und Arbeitswelt* auf "Neu erschienen" verweisen. Das nun sind zwei gegenüberliegende Seiten (gerade/ungerade), dann folgt auf der nächsten geraden Seite das „Impressum“, beide Inhalte („Neu erschienen“ und „Impressum“) fügt die Redaktion zuletzt dem Gesamt-PDF hinzu, aber im Inhaltsverzeichnis des Gesamt-PDFs muss der Hinweis bereits vorbereitet sein.

5. Anlage des Gesamt-PDFs

- Sie speichern das Inhaltsverzeichnis und jeden einzelnen fertigen Artikel (inklusive Paginierung) je als eine PDF-Datei ab. Erst zuletzt fügen Sie alles zu einem Gesamt-PDF zusammen, in welches Sie dann die ggf. erforderlichen Leerseiten einfügen. Dazu kopieren Sie z.B. das PDF des ersten Beitrags, öffnen dann unter Darstellung die Anzeige Miniaturen. Wenn Sie die letzte Seite des Dokuments in dieser Ansicht markieren und dann darunter klicken sowie anschließend unter Bearbeiten / Einfügen / Seite(n) aus Datei anklicken (s. Abb. 2), können Sie anschließend das nächste Beitrags-PDF auswählen und durch Doppelklick die gesamte Datei einfügen.
- Ggf. sind vorher oder nachher über Bearbeiten / Einfügen / Leere Seite Leerseiten einzufügen.
- Verfahren Sie entsprechend mit allen einzelnen PDFs.

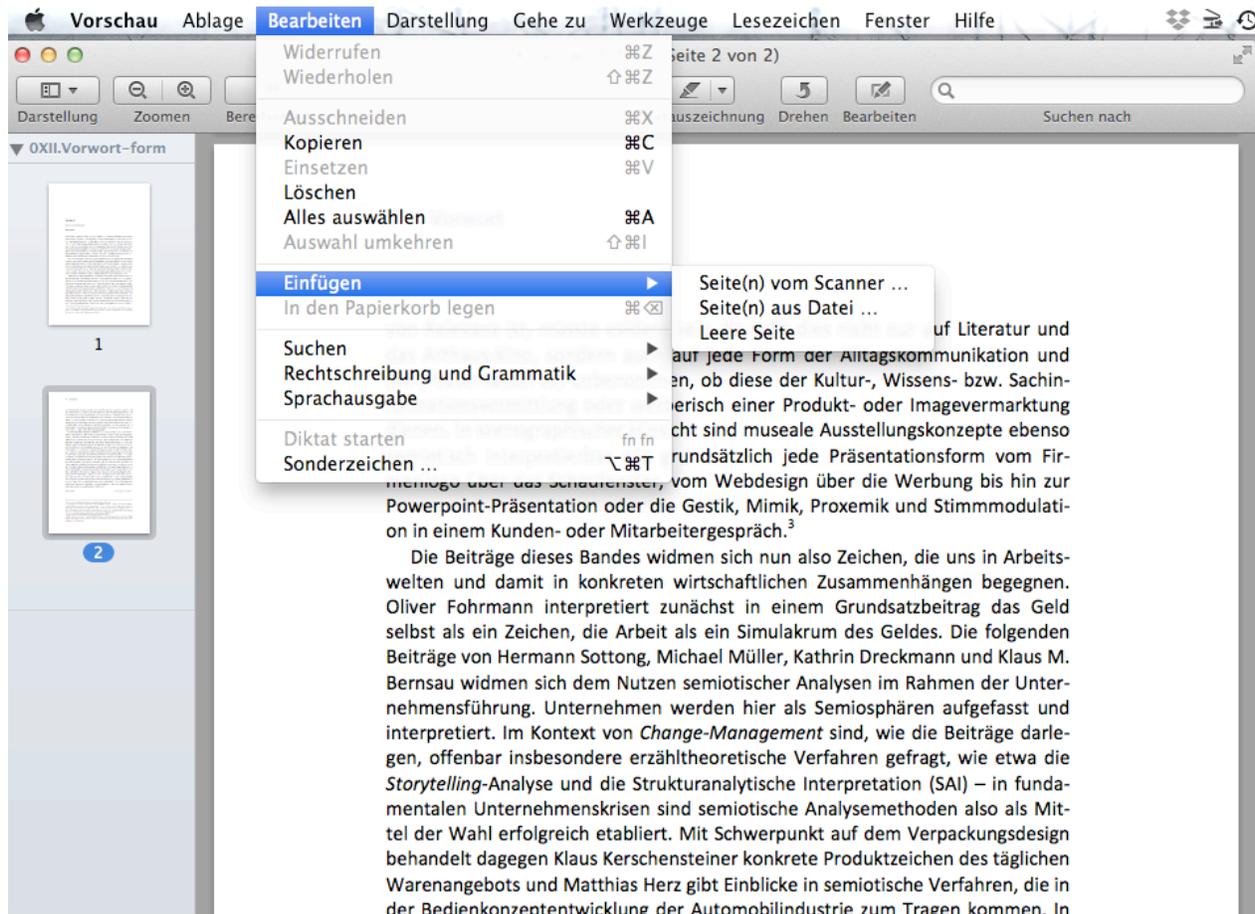


Abb. 2: Einfügen der einzelnen Beiträge in das Gesamt-Dokument

6. Titelcover

- Die Covergestaltung wird von der Redaktion in Absprache mit den Autor*innen bzw. Herausgeber*innen vorgenommen. Für die Veröffentlichung von Coverbildern müssen Sie die schriftliche Genehmigung des Rechteinhabers einholen. Sie können auch gerne eigene fertige Gestaltungsvorschläge/-wünsche für den Titel einreichen. Das Cover muss als eigene PDF- und Word-Datei neben dem Gesamt-PDF vorliegen, damit ggf. Anpassungen durch die Redaktion vorgenommen werden können.

Wenn sich bei der Herstellung Ihrer Publikation Fragen ergeben, wenden Sie sich an:

redaktion@kultursemiotik.com

oder

martin.nies@uni-flensburg.de