

Dissertationsübersicht

Die Rubrik „Dissertationsübersicht“ veröffentlicht zwei Mal jährlich in Heft 1 und 3 jeden Jahrgangs Informationen über neue in Deutschland, Österreich und der Schweiz fertiggestellte Dissertationen zur Medien- und Kommunikationsforschung, unabhängig von der disziplinären Zuordnung. Sie bietet damit die Möglichkeit, sich schnell über deren Forschungsergebnisse, die aktuellen Forschungsschwerpunkte und den dahinter stehenden Forschungsnachwuchs sowie die Zugangsquellen zu informieren. Hinweise zur Einreichung und das Formular für den Eintrag finden sich unter <http://hbi.to/dissertationen>, Redaktionsschluss für Heft 1 ist der 15. November, für Heft 3 der 15. Mai.

In diesem Heft

Matthias Begenat: Öffentlichkeit – für alle? Themen und Informationsrepertoires in politischen Milieus.....	170
Charlotte Echterhoff: Programmentscheidungen im öffentlich-rechtlichen Fernsehen. Eine Suche nach Kriterien – denn die Quote kann nicht alles sein.....	171
Stefan Geiß: Die Aufmerksamkeitsspanne der Öffentlichkeit. Eine Studie zur Dauer und Intensität von Meinungsbildungsprozessen.....	172
Andreas Hetzer: Medien als Akteure in der politischen Transition. Bolivien im Autonomiekonflikt.....	173
Juliane A. Lischka: Economic News, Sentiment, and Behavior. How Economic and Business News Affects the Economy.....	174
Christina Ortner: Wie junge Erwachsene die EU sehen und was die Medien dazu beitragen. Zur Bedeutung medienvermittelter Erfahrungen für die Entwicklung von Orientierungen gegenüber der EU.....	175
: Sozialistische Öffentlichkeitsarbeit in der DDR. Eine empirische Studie am Fallbeispiel des Leipziger Messeamts.....	176
Wolfgang Reißmann: Mediatisierung visuell. Kommunikationstheoretische Überlegungen und eine Studie zum Wandel privater Bildpraxis.....	177
Sebastian Scherr: Depression – Medien – Suizid. Zur empirischen Relevanz von Depressionen und Medien für die Suizidalität.....	178
Sebastian Stoppe: Unterwegs zu neuen Welten: Star Trek als politische Utopie. .	179
Lennart Ziebarth: Die Netzneutralität des Grundgesetzes.....	180

Matthias Begenat

Öffentlichkeit – für alle?

Themen und Informationsrepertoires in politischen Milieus

Kontakt	Planetenstraße 5, 40223 Düsseldorf, matthias.begenat@uni-duesseldorf.de
Jahr der Promotion	2015
Fach der Promotion	Kommunikations- und Medienwissenschaft
Promoviert an der Universität	Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf
Erstbetreuer	Prof. Dr. Ralph Weiß
Dissertationsform	monographisch
Ort und Jahr der Veröffentlichung	Wiesbaden: Springer VS, 2016, ISBN 978-3-658-11285-1

Die Dissertation untersucht die Teilhabe der Bürger an öffentlicher Kommunikation entlang einer Differenzierung nach politischen Milieus. In der kommunikationswissenschaftlichen Fragmentierungsdebatte sowie in der politiksoziologischen Diskussion über die Differenzierung der Gesellschaft werden grundsätzliche Unterschiede in der Informationsnutzung und in den Weltanschauungen der Bürger identifiziert. Bezogen auf die politische Repräsentation verschiedener Bevölkerungsteile werfen die Befunde die Frage auf, inwiefern die jeweilige kommunikative Teilhabe der Bürger dazu beiträgt, dass sie sich im politischen System vertreten fühlen. Um die Frage zu beantworten, werden Kriterien aus der Öffentlichkeitstheorie abgeleitet und auf die Ebene der individuellen Teilhabe übertragen. Damit sich Bürger repräsentiert sehen, müssen sie durch Informationsangebote nachvollziehbare Einblicke in die Politik erhalten und sich mit ihren Anliegen in der öffentlichen Debatte aufgehoben fühlen. Zudem sollten relevante Probleme von allen Bürgern wahrgenommen werden. Die politischen Milieus werden über zentrale Wertekonflikte und das politische Interesse abgebildet. Über Face-to-Face- und Telefoninterviews mit Personen ausgewählter Milieus wurde ermittelt, welchen Informationsrepertoires und Themen sich die Milieus zuwenden. Die Teilnehmerauswahl erfolgte über standardisiert erhobene Werteprofile und einen qualitativen Stichprobenplan. Im Ergebnis veranschaulicht eine Typologie, wie sich Weltanschauungen, Informationsrepertoires und Themen zu Typen politischer Milieus verbinden. Porträts von fünf Milieus zeigen, inwiefern die Milieus Politik als verständlich wahrnehmen und ihre Anliegen in der Agenda verhandelt sehen. Letztlich kann so die milieuspezifische Bedeutung der kommunikativen Teilhabe für die Repräsentation bestimmt werden. Im Milieuvvergleich zeigt sich, dass sich die Themen erheblich unterscheiden. Die Befunde liefern so Hinweise für eine Fragmentierung öffentlicher Kommunikation.

Schlagerwörter: Politische Öffentlichkeit, Milieu, Rezeptionsforschung, Qualitative Sozialforschung, Typologie

Charlotte Echterhoff

Programmentscheidungen im öffentlich-rechtlichen Fernsehen

Eine Suche nach Kriterien – denn die Quote kann nicht alles sein

Kontakt	Buchklinger Weg 6, 69517 Gornxheimertal, charlotte.echterhoff@gmx.de
Jahr der Promotion	2015
Fach der Promotion	Medienwissenschaft
Promoviert an der Universität	Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn
Erstbetreuer	Prof. Dr. Volker Ladenthin
Dissertationsform	monographisch
Ort und Jahr der Veröffentlichung	Baden-Baden: Nomos, 2015; http://www.nomos-shop.de/ 25356

Das öffentlich-rechtliche Fernsehen befindet sich in einem Dilemma. Mit der Ökonomisierung der Gesellschaft wurde auch der Medienbereich den Gesetzen des Marktes anvertraut. Seitdem stehen die öffentlich-rechtlichen Fernsehsender in Konkurrenz zu den kommerziellen, obwohl diese beiden Säulen des deutschen Fernsehsystems unterschiedliche Ziele verfolgen. In der Dissertation wird als zentrale Forschungsfrage formuliert: Welche Kriterien bestimmen Programmentscheidungen im öffentlich-rechtlichen Fernsehen? Dabei liegt das Forschungsinteresse insbesondere darin, wie normative Vorgaben in Programmentscheidungen einfließen, d. h. in der Suche nach einem alternativen Kriterium zur Fernsehschaltquote. Ein solches Kriterium ist angelehnt an den Stellenwert des öffentlich-rechtlichen Fernsehens für die Öffentlichkeit. In einem theoretischen Teil wird das Spannungsfeld Öffentlichkeit vs. Publikum anhand der Beschreibung des Wandels des Fernsehens aufgezo-gen und das Legitimationsdilemma des öffentlich-rechtlichen Fernsehens durch ein Modell öffentlich-rechtlicher Kommunikation veranschaulicht. Im empirischen Teil wird der Forschungsfrage mittels qualitativer Methoden begegnet. Anhand der strukturellen qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring werden sowohl leitfadengestützte Interviews mit Programmverantwortlichen von ARD und ZDF als auch aktuelle von ARD und ZDF erstellte Berichte zur Auftragerfüllung analysiert. Das Ergebnis dieser Analyse sind acht Kriterien, die Programmentscheidungen im öffentlich-rechtlichen Fernsehen begründen. Als Ergebnis der Dissertation wird mit „Informationsvielfalt“ als Kriterium für Programmentscheidungen ein alternatives Kriterium zur Fernsehschaltquote vorgeschlagen; als Instrument der Erfolgsbeschreibung wird die Einrichtung einer „Stiftung Medientest“ angeregt. Durch beides soll gewährleistet werden, dass die Besonderheiten des öffentlich-rechtlichen Fernsehens als Alternativangebot zum kommerziell erstellten Fernsehprogramm Bestand haben.

Schlagwörter: Öffentlich-rechtliches Fernsehen, Quote, Auftrag, Öffentlichkeit, Publikum

Stefan Geiß

Die Aufmerksamkeitsspanne der Öffentlichkeit

Eine Studie zur Dauer und Intensität von Meinungsbildungsprozessen

Kontakt	Institut für Publizistik, Johannes Gutenberg-Universität Mainz, Jakob-Welder-Weg 12, 55099 Mainz, stefan.geiss@uni-mainz.de
Jahr der Promotion	2014
Fach der Promotion	Publizistik
Promoviert an der Universität	Johannes Gutenberg-Universität Mainz
Erstbetreuer	Univ.-Prof. Dr. Hans Mathias Kepplinger
Dissertationsform	monographisch
Ort und Jahr der Veröffentlichung	Baden-Baden: Nomos, 2016 (Politische Kommunikation und demokratische Öffentlichkeit, Bd. 12)

Warum, wie lange und mit welchen Mitteln berichten die Medien über ein Thema? Warum, wie lange und wie intensiv verfolgen es die Rezipienten? Die Studie entwickelt ein Modell dieser verschränkten Prozesse. Demnach verfolgen die Medien ein Thema nur so lange, wie sie dem Publikum mit spezifischen Aufmerksamkeitsindikatoren die Aufmerksamkeitswürdigkeit (Aktualität) des Themas deutlich machen können. Die Rezipienten schließen anhand der von ihnen empfangenen Medieninhalte bzw. Aktualitätssignale auf die Aktualität der Themen zurück. Je aktueller ein Rezipient das jeweilige Thema findet, desto intensiver wird er oder sie sich damit auseinandersetzen. Je länger die Aktualität eines Themas sich aufzeigen lässt, desto länger währen Meinungsbildungsprozesse. Um dieses Modell zu prüfen, wurden im April 2012 drei aktuelle Themen (Breivik-Prozess, Syrien-Konflikt, Betreuungsgeld-Debatte) ausgewählt. Ein regionales Panel wurde in drei aufeinanderfolgenden Wochen dazu befragt, wie sie die drei Themen und ihre eigene Meinungsbildung bewerten. Parallel dazu wurden die von den Teilnehmern genutzten Medieninhalte untersucht und die jeweils empfangenen Aktualitätssignale und Informationen den Befragten zugeordnet. Die Berichterstattung und die Meinungsbildungsintensität entwickelten sich bei den drei Themen sehr unterschiedlich. Die verschiedenen Entwicklungen lassen sich aber auf den gleichen Mechanismus zurückführen: Verschiedene mediale Aktualitätssignale stimulieren bestimmte Aktualitätsbewertungen beim Publikum. Diese steuern die Meinungsbildungsintensität. Die Meinungsbildungsintensität ging insgesamt mit steigender Thematisierungsdauer zurück. Eine günstige Nachrichtenlage kann die Abnutzung von Themen aber stoppen oder sogar umkehren. Weiterhin zeigt die Studie, dass sogar bei hochgradig salienten Themen nur wenige Kerninformationen so umfassend verbreitet werden, dass sie als gesellschaftliches Allgemeingut gelten können.

Schlagwörter: Meinungsbildung, Agenda Setting, Aktualität, Panel-Befragung, Inhaltsanalyse

Andreas Hetzer

Medien als Akteure in der politischen Transition

Bolivien im Autonomiekonflikt

Kontakt	andreas.hetzer@posteo.de
Jahr der Promotion	2014
Fach der Promotion	Politikwissenschaft
Promoviert an der Universität	Universität Siegen
Erstbetreuerin	Prof. Dr. Sigrid Baringhorst
Dissertationsform	monographisch
Ort und Jahr der Veröffentlichung	Baden-Baden: Nomos, 2015, http://www.nomos-elibrary.de/10.5771/9783845265766-1/titelei-inhaltsverzeichnis#select-abstract-row

Insbesondere in Zeiten hoher Instabilität beziehen mediale Akteure Stellung, um auf den politischen Wandel Einfluss auszuüben. Umgekehrt sieht sich das journalistische Feld Druck von außen ausgesetzt, sobald sich das politische Feld und die ökonomischen Rahmenbedingungen zu verändern beginnen. Mithilfe der Feldtheorie und dem Konzept hybrider Medienregime können die dynamischen Beziehungen zwischen politischem und journalistischem Feld im Verlauf politischer Transitionsphasen untersucht werden. Der theoretische Rahmen wird auf Bolivien angewendet, das sich seit dem Jahr 2000 in einer neuen Transitionsphase befindet. Der Erfolg verschiedenster sozialer und indigener Bewegungen führt zu einer Rekonfiguration des politischen Feldes, wohingegen die Machtverhältnisse im journalistischen Feld vorerst konstant bleiben. Zahlreiche Indikatoren für ökonomisches und kulturelles Kapital der Presseunternehmen werden untersucht, um die Relationen und Machtverhältnisse im journalistischen Feld darzustellen. Aufgrund der ungleichzeitigen Entwicklung beider Felder entstehen Spannungen zwischen Politik und Medien, die entlang der Konflikte um eine neue Medienregulierung und dem Ausbau der staatlichen medialen Apparate nachgezeichnet werden. Eine Frame-Analyse der politischen Debatte über die Dezentralisierung und die Einführung von Territorialautonomien zeigt, inwieweit und warum politische Positionen im journalistischen Feld vertreten werden. Für das hybride Medienregime in Bolivien gilt, dass die regionale Verankerung und die politischen Verbindungen der Finanziere die wichtigsten Faktoren für die politische Leitlinie darstellen. Die Studie liefert sowohl für die Medientransitionsforschung als auch für den Vergleich von peripheren Medienstrukturen Anregungen für die weitere Forschung.

Schlagwörter: Bolivien, Mediensystem, Feldtheorie, hybrides Medienregime, Frame

Juliane A. Lischka

Economic News, Sentiment, and Behavior

How Economic and Business News Affects the Economy

Kontakt	IPMZ, Universität Zürich, Andreasstrasse 15, 8050 Zürich, Schweiz, j.lischka@ipmz.uzh.ch
Jahr der Promotion	2014
Fach der Promotion	Publizistik und Kommunikationswissenschaft
Promoviert an der Universität	Universität Zürich
Erstbetreuerin	Prof. Dr. Gabriele Siegert
Dissertationsform	kumulativ
Ort und Jahr der Veröffentlichung	Wiesbaden: Springer VS, 2016, http://www.springer.com/us/book/9783658115401

This book explores the relations between objective, media-related, and social attitudinal as well as behavioral realities of private, expert, and corporate agents in the traditions of mass communication, journalism studies and behavioral economics. Results based on time series analyses for German data show that the news reports in a volatile manner on the economy and may influence its development through third-person effects. Bad economic news does not cause a decrease in private purchase intentions. Bad news may lead to a change in corporate decisions, such as advertising expenditures, because corporate decision makers may presume changes in consumer behavior through news.

Schlagwörter: business journalism, economic news, communication effects, public opinion, time series analysis

Christina Ortner

Wie junge Erwachsene die EU sehen und was die Medien dazu beitragen

Zur Bedeutung medienvermittelter Erfahrungen für die Entwicklung von Orientierungen gegenüber der EU

Kontakt	christina.ortner@sbg.ac.at
Jahr der Promotion	2014
Fach der Promotion	Kommunikationswissenschaft
Promoviert an der Universität	Universität Salzburg
Erstbetreuerin	Prof. Dr. Ingrid Paus-Hasebrink
Dissertationsform	monographisch
Ort und Jahr der Veröffentlichung	Baden-Baden: Nomos, 2015, http://www.nomos-shop.de/Ortner-junge-Erwachsene-EU-sehen-Medien-beitragen/product.view.aspx?product=23333

Vor dem Hintergrund des problematischen Verhältnisses der EU zu seinen Bürgern und Bürgerinnen geht die Arbeit den Orientierungen österreichischer junger Erwachsener zur EU und ihrer Entwicklung im Zuge alltäglicher, insbesondere medienvermittelter Erfahrungen nach. Indem sie einen ganzheitlichen Ansatz wählt, der den Prinzipien qualitativer Sozialforschung folgt, auf der methodischen Ebene jedoch qualitative Interviews (n=30) mit einer quantitativen Online-Umfrage (n=274) kombiniert, gelingt es ihr, ein vielschichtiges Bild der Orientierungen junger Österreicher und Österreicherinnen zur EU zu zeichnen und den Beitrag medialer Erfahrungen im Vergleich zu interpersonellen, direkten und formalen Lernerfahrungen zu rekonstruieren. Da in einem weiteren Schritt typische Orientierungsmuster und Erfahrungsrepertoires identifiziert werden, ermöglicht die Studie eine differenzierte Betrachtung unterschiedlicher Gruppen. Auf diese Weise trägt sie zu einem erweiterten empirischen Verständnis der Sichtweisen und Erfahrungen junger Erwachsener mit der EU bei und liefert Anregungen dafür, wie sie als Bürger und Bürgerinnen der EU verstärkt eingebunden werden können. Durch die Integration der zahlreichen Einzelergebnisse vor dem Hintergrund der theoretischen Ausgangslage lässt sich ein Modell entwerfen, das die subjektiven Erfahrungen junger Menschen in ihrem Wechselspiel mit bereits bestehenden Orientierungen als Ausgangspunkt nimmt und im Kontext alltäglicher Denk- und Handlungsweisen unter Einbezug lebensweltlicher Bedingungen betrachtet. Damit unterscheidet sich die vorliegende Arbeit von bisherigen Studien in der Tradition der Wirkungsforschung und erweitert somit auch das theoretische Verständnis der Rolle von Medien für Orientierungen zur EU.

Schlagwörter: Medien, politische Orientierungen, EU, qualitative Sozialforschung, Triangulation

Astrid Otto

Sozialistische Öffentlichkeitsarbeit in der DDR

Eine empirische Studie am Fallbeispiel des Leipziger Messeamts

Kontakt	Stubenrauchstraße 70, 12161 Berlin, a.otto@fu-berlin.de
Jahr der Promotion	2013
Fach der Promotion	Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Promoviert an der Universität	Freie Universität Berlin
Erstbetreuerin	Prof. Dr. Juliana Raupp
Dissertationsform	monographisch
Ort und Jahr der Veröffentlichung	Wiesbaden: Springer VS, 2015

Bis zum heutigen Tag ist die Öffentlichkeitsarbeit der DDR wenig erforscht. Die Dissertation begegnet diesem Desiderat anhand einer empirischen Studie am Fallbeispiel der Leipziger Messe. Anhand dieses Fallbeispiels werden u. a. folgende Forschungsfragen untersucht: Wie haben staatliche Institutionen die PR-Aktivitäten der Leipziger Messe reguliert? Wie gestalteten sich die Beziehungen zwischen der PR-Abteilung der Leipziger Messe und in- wie ausländischen Journalisten? Welche Aufgaben wurden der Presseabteilung zugewiesen und in welchem Umfang fand eine politische Einflussnahme statt? Die Fragen werden mittels einer Methodentriangulation operationalisiert. Bei der Bestimmung des Begriffs „sozialistische Öffentlichkeitsarbeit“ stützt sich die Studie auf veröffentlichte und unveröffentlichte Publikationen von Wissenschaftlern der DDR als auch der Bundesrepublik. Zusätzlich wurden Akten in deutschen Archiven aus den Jahren 1959 bis 1987 ausgewertet, hier insbesondere aus dem Bundesarchiv in Berlin, dem Unternehmensarchiv der Leipziger Messe sowie dem Sächsischen Staatsarchiv in Leipzig. Schließlich wurden narrative Interviews mit ehemaligen Mitarbeitern der Presseabteilung des Leipziger Messeamts geführt. Es lassen sich u. a. folgende Befunde aufstellen: Die Wissenschaftler in der DDR orientierten sich seit Ende der 50er Jahre an der PR-Forschung in der Bundesrepublik. Makrofaktoren, wie z. B. der Bau der Berliner Mauer, hatten einen Einfluss auf den PR-Output der Leipziger Messe. Während dieser Phase verschärfte sich die Zensur von Presse- und PR-Veröffentlichungen und die Autonomie der PR-Mitarbeiter der Leipziger Messe nahm analog ab. Schließlich war in der Ära Honecker die Zensur zur Norm geworden und fast jeder Akteur im Prozess des PR-Managements gab Anweisungen in Bezug auf den PR-Output und den Umgang mit der Presse.

Schlagwörter: DDR, sozialistische Öffentlichkeitsarbeit, Medienlenkung, Leipziger Messe, DDR-Organisation

Wolfgang Reißmann

Mediatisierung visuell

Kommunikationstheoretische Überlegungen und eine Studie zum Wandel privater Bildpraxis

Kontakt	Universität Siegen, Adolf-Reichwein-Straße 2, 57076 Siegen, reissmann@medienwissenschaft.uni-siegen.de
Jahr der Promotion	2013
Fach der Promotion	Medien- und Kommunikationswissenschaft
Promoviert an der Universität	Universität Erfurt
Erstbetreuer	Prof. Dr. Friedrich Krotz
Dissertationsform	monographisch
Ort und Jahr der Veröffentlichung	Baden-Baden: Nomos, 2015, http://www.nomos-shop.de/Reißmann-Mediatisierung-visuell/productview.aspx?product=25257

Die Dissertationsschrift gliedert sich in drei Teile, die aufeinander aufbauen und miteinander verschränkt sind, die als Debattenbeiträge aber auch für sich selbst stehen und gelesen werden können. Erstens werden Perspektiven für eine visuelle Mediatisierungsforschung ausgelotet bzw. Brücken gebaut, um Mediatisierung und Visualisierung bzw. visuelle Kommunikation als Forschungsfelder in den Dialog zu setzen. Als ein heuristisches Gerüst, unter dem verschiedene Forschungen verortet und betrieben werden können, wird vorgeschlagen, visuelle Mediatisierungsforschung theorie- und denklogisch rückzubeziehen auf die Transformation und Restrukturierung kommunikativer Situationen. Zweitens werden ausgehend von der Diagnose bzw. den Postulaten des sogenannten „iconic turn“ kommunikations- und handlungstheoretische Fragen behandelt. Das Verständnis von Kommunikation als soziales Handeln bzw. Sinn- und Bedeutungsgebung fußt seinen Ursprüngen nach auf sprachtheoretischen Grundlagen und Annahmen. Vor diesem Hintergrund vollziehen die Ausführungen eine dialektische Exploration, in der an diesen Grundlagen festgehalten, zugleich aber auch Vermittlungen und Öffnungen gesucht und benannt werden. Das führt in erster Linie dazu, präsentischen Dimensionen von Interaktion und Kommunikation mehr Gewicht zu verleihen und über das Verhältnis von (Bild-)Kommunikation als Handeln und Praxis nachzudenken. Drittens wird eine Studie präsentiert, die sich mit dem Wandel privater Bildpraxis beschäftigt und einen empirisch gestützten Beitrag zu einer visuellen Mediatisierungsforschung leisten will. Auf der Basis einer historischen Rekonstruktion privater Fotografiepraxis in analogen Zeiten sowie dem sukzessiven Wandel jugendlicher Medienumgebungen werden empirisch-qualitativ der Umgang von Jugendlichen mit Bildern in Netzwerkplattformen nachvollzogen, spezifische Aneignungsfoki herausgearbeitet und abschließend einer mediatisierungstheoretischen Reflexion unterzogen.

Schlagwörter: Mediatisierung, private Bildpraxis, Social Media, Bildhandeln, Bildkommunikation

Sebastian Scherr

Depression – Medien – Suizid

Zur empirischen Relevanz von Depressionen und Medien für die Suizidalität

Kontakt	scherr@ifkw.lmu.de
Jahr der Promotion	2015
Fach der Promotion	Kommunikationswissenschaft
Promoviert	
an der Universität	Ludwig-Maximilians-Universität München
Erstbetreuer	Prof. Dr. Carsten Reinemann
Dissertationsform	monographisch
Ort und Jahr der Veröffentlichung	Wiesbaden: Springer VS, 2016

Suizide zählen weltweit zu den häufigsten Todesursachen, glücklicherweise können Suizide aber auch verhindert werden. Medien sind einerseits ein anerkannter Risikofaktor für Suizidalität, Medien können andererseits aber auch über Suizidalität aufklären und Hilfsangebote aufzeigen, wodurch Suizide verhindert werden können. In der bisherigen Forschung zu Medien und Suiziden wurden dabei überwiegend gleichförmige anstelle differenzieller Medienwirkungen angenommen und vor allem auf tatsächliche Suizide geblickt. Theoretisch entwirft die Arbeit daher ein medienbezogenes Diathese-Stress-Modell, das zentrale biopsychosoziale Einflussfaktoren sowie Depressionen als wichtige individuelle Prädisposition für die Mediennutzung, -rezeption und -wahrnehmung umfasst und ergänzt dieses um weitere zentrale Erklärungsfaktoren aus dem Bereich der Gesundheitskommunikation, um Suizidalität (Suizidgedanken, -versuche, -pläne) zu erklären. Zur Modellprüfung wurden eine bevölkerungsrepräsentative Querschnittsbefragung (CATI) und eine zweiwellige Online-Panelbefragung kombiniert. Die Untersuchung zeigt u. a., dass Depressionen mit einer intensiveren Fernsehnutzung in Verbindung stehen, während etwa Tageszeitungen weniger intensiv genutzt werden. Inhaltlich verlieren Informationen bei erhöhter Depression relativ zu unterhaltenden, ablenkenden oder stimmungskongruenten (also eher traurigen) Inhalten an Bedeutung. Eine Depression trägt ferner dazu bei, dass sich die Befragten verstärkt an fiktionale Suiziddarstellungen aus den Medien erinnern konnten. Zahlreiche Befunde erwiesen sich in der Längsschnittbefragung überdies als mittelfristig (4 Wochen) zeitstabil. Insgesamt zeigt die Dissertation, dass ein komplexes Zusammenspiel aus spezifischer Medienzuwendung und individuellen Personenmerkmalen dafür verantwortlich ist, welchen Einfluss Medien letztlich auf die individuelle Suizidalität entfalten.

Schlagwörter: medienbezogenes Diathese-Stress-Modell, Werther-Effekt, Papageno-Effekt, Querschnittsbefragung, Panelbefragung

Sebastian Stoppe

Unterwegs zu neuen Welten: Star Trek als politische Utopie

Kontakt	Universitätsbibliothek Leipzig, Beethovenstr. 6, 04107 Leipzig, sebastian.stoppe@uni-leipzig.de
Jahr der Promotion	2014
Fach der Promotion	Medien- und Kommunikationswissenschaft
Promoviert an der Universität	Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg
Erstbetreuer	Prof. Dr. Reinhold Viehoff
Dissertationsform	monographisch
Ort und Jahr der Veröffentlichung	Darmstadt: Büchner-Verlag, 2014

Die Arbeit setzt sich mit der Frage auseinander, ob das US-amerikanische Franchise „Star Trek“ als utopischer Text gelesen werden kann. Untersuchungsgegenstand sind dabei alle Serien sowie die Kinofilme. Die Studie setzt sich zunächst mit der Definition der Begriffe Utopie und Science-Fiction auseinander. Anhand ausgewählter Beispiele klassischer Utopietexte werden Kriterien erarbeitet, die eine Trennung beider Begrifflichkeiten ermöglicht. Daraufhin unternimmt die Arbeit die Anstrengung, den Text anhand dieser Kriterien auf seinen utopischen Gehalt zu untersuchen. Dabei wird zunächst die Frage nach den Folgen gesellschaftlichen Wandels durch Technologie aufgegriffen. In Star Trek wird technologischer Fortschritt unterschiedlich behandelt. Während in der ersten Serie Technik mit Skepsis begegnet wird, wandelt sich dieses Bild in den späteren Serien. Technik wird hier als ubiquitär und alltäglich angesehen; im Gegensatz zu anderen Science-Fiction-Werken steht Technik jedoch nicht im Vordergrund der Narration. Das Raumschiff wird im folgenden Kapitel als utopischer Ort diskutiert, der durch seine klare Abgrenzung Parallelen zu utopischen Städten in den klassischen Utopien erkennen lässt. Das Raumschiff ist gekennzeichnet durch eine strikte Funktionalität der Räume und durch eine klare, auch visuell repräsentierte Hierarchie, die der Gesellschaft auf diesem Schiff eine Struktur verleiht. Im Hauptkapitel setzt sich die Arbeit ausführlich mit den politischen Inhalten der Serien und Filme auseinander und betrachtet diese im Kontext der jeweiligen Entstehung. Star Trek behandelt eine Vielzahl an politischen Themen und Diskursen, deren Schwerpunkte sich im Laufe der Serien verändern. Die Arbeit schließt ab mit einer vergleichenden Betrachtung der fiktiven Vereinten Föderation der Planeten und der Rasse der Borg, einer Spezies von kollektiv organisierten Cyborgs, und kommt zu dem Schluss, dass Star Trek in seiner Gesamtheit als utopischer Text zu betrachten ist.

Schlagwörter: Star Trek, Utopie, Politik, Fernsehen, Fernsehserie

Lennart Ziebarth

Die Netzneutralität des Grundgesetzes

Kontakt	Hans-Bredow-Institut, Rothenbaumchaussee 36, 20148 Hamburg, l.ziebarth@hans-bredow-institut.de
Jahr der Promotion	2015
Fach der Promotion	Rechtswissenschaft
Promoviert an der Universität	Universität Hamburg
Erstbetreuer	Prof. Dr. Roland Broemel
Dissertationsform	monographisch
Ort und Jahr der Veröffentlichung	Baden-Baden: Nomos, 2016 (Hamburger Schriften zum Medien-, Urheber- und Telekommunikationsrecht; 10), http://www.nomos-shop.de/Ziebarth-Netzneutralit%C3%A4t-Grundgesetzes/productview.aspx?product=26910&toc=39

Nach welchen Kriterien Daten im Internet übertragen werden und inwiefern Netzbetreiber in den Datentransport eingreifen können sollen, sind bereits zu Leitfragen der digitalen Gesellschaft geworden. Dieses Buch greift auf die Vorgaben des Grundgesetzes zurück, um Leitlinien aufzustellen und die Beziehung zwischen dem technisch Machbaren und dem rechtlich Hinnehmbaren aufzuzeigen. Durch die stetig fortschreitende Digitalisierung und damit einhergehende Konvergenz von Inhalten und Netzen wird das Regime des Datentransports zunehmend wichtiger. Die Strukturen, die von einer Einflussnahme im Datentransport betroffen sein können, sind vielfältig und interaktiv. Netzwerkmanagement bietet eine Vielzahl an Zugriffsmöglichkeiten auf den Datenstrom, weswegen die Arbeit diese nach Art der Veränderung und dahinter liegenden Motivation systematisch einordnet. Die so gewonnenen Fallgruppen von Netzwerkmanagement werden in ihren möglichen Auswirkungen den objektiven und subjektiven Gehalten der Grundrechte gegenübergestellt und bewertet. Besondere Beachtung verdient dabei die besondere Dreieckskonstruktion von Akteuren – Netzbetreiber, Inhaltanbieter und Endnutzer – die allesamt Träger von Grundrechten sind. Die Arbeit bestimmt so, welche Risiken für die Grundrechtsverwirklichung vom Gesetzgeber zu adressieren sind, und teilt die Fallgruppen von Netzwerkmanagement in unbedenkliches, rechtfertigungsbedürftiges und per se unzulässiges ein. Der einfache Rechtsrahmen wird im Anschluss daraufhin untersucht, ob er diesen Risiken in ausreichendem Maße begegnet. Um die hierbei aufgezeigten Lücken zu schließen, werden kleinere Änderungen am Telekommunikationsgesetz sowie ein Verfahren zur Einschätzung bestimmten Netzwerkmanagements unter den jeweiligen Kapazitäts- und Marktbedingungen vorgeschlagen.

Schlagwörter: Regulierung, Medienrecht, Telekommunikationsrecht, Netzneutralität, Verfassungsrecht