

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

Christian Cauers: Mitarbeiterzeitschriften und das interne Web 2.0. Eine empirische Vergleichsstudie zu gedruckten Mitarbeiterpublikationen in Deutschland der Jahre 2003 und 2015 in Anbetracht zunehmender digitaler Angebote in der internen Unternehmenskommunikation	192
Amélie Heldt: Intensivere Drittwirkung. Die mittelbare Drittwirkung der Meinungsfreiheit in Öffentlichkeiten der digitalen Gesellschaft – eine verfassungsrechtliche, rechtsvergleichende und interdisziplinäre Analyse	193
Ole Kelm: Causes and Consequences of Political Actors’ and Citizens’ (Social) Media Perceptions.....	194
Jochen Kinast: Television Series and Careers. A Search for Indicators of Media Effects on Choice Actions and Outcome Expectations of University Students	195
Niels G. Mede: Science-Related Populism. Conceptualization, Empirical Investigation, and Implications for Science Communication.....	196
Lisa Merten: Praktiken der Nachrichtenrezeption auf sozialen Netzwerkplattformen.....	197
Sascha Michel: Mediatisierungslinguistik. Medienkulturlinguistische Untersuchungen am Beispiel des Handlungsfeldes Politik	199
Florian Nikolas Wittner: Die datenschutzrechtliche Verantwortlichkeit im Kontext der verteilten Verarbeitungsrealität. Versuch einer Weiterentwicklung und Neukonzeption	200

Christian Cauers

Mitarbeiterzeitschriften und das interne Web 2.0

Eine empirische Vergleichsstudie zu gedruckten Mitarbeiterpublikationen in Deutschland der Jahre 2003 und 2015 in Anbetracht zunehmender digitaler Angebote in der internen Unternehmenskommunikation

Kontakt	chrcauers@aol.com
Jahr der Promotion	2022
Fach der Promotion	Sozialwissenschaften
Promoviert an der Universität	Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover
Erstbetreuer	Prof. Dr. Helmut Scherer
Dissertationsform	monographisch
Ort und Jahr der Veröffentlichung	Wiesbaden: Springer VS, 2022, https://doi.org/10.1007/978-3-658-39531-5

Die digitale Beschleunigung des Informationstransports, „rund-um-die-Uhr“-Verfügbarkeiten von Kommunikations- bzw. IT-Angeboten, der immer kürzer werdende Zyklus von technischen Neuerungen, der „Informationswettbewerb“ diverser Angebote und vieles mehr führen dazu, dass gerade innerbetriebliche Kommunikationsangebote bezüglich Effizienz, Effektivität und wirtschaftlichem Erfolgsbeitrag auf den Prüfstand gestellt werden. Ausgehend von der gedruckten Mitarbeiterzeitschrift als klassischem, anerkanntem und erfolgreichem Traditionsmedium vieler Betriebe wird in dieser Dissertation mittels eines Vergleichs zweier repräsentativer Studien untersucht, ob und wie sich das Medium – im Angesicht der digitalen Herausforderungen – formal, inhaltlich und organisatorisch über zwölf Jahre hinweg verändert hat. Mittels einer quantitativen, schriftlich-postalischen Befragung im Jahr 2015 (Basis: 161 Verantwortliche für Mitarbeiterpublikationen) wurde eine Datenbasis empirisch erhoben und in Bezug zu vorhandenen Daten aus dem Jahr 2003 (306 Befragte) gesetzt. Die Ergebnisse zeigen, dass die „gedruckte Mitarbeiterpublikation“, wenn sie strategisch und inhaltlich sinnvoll zum Unternehmen und den Kommunikationsbedürfnissen der Belegschaft passt, immer noch ein starkes Kommunikations- und Dialogmedium sein kann. Voraussetzung ist, dass sie zielgerichtet und bestmöglich im gemeinsamen internen Medienmix mit modernen digitalen Angeboten eingesetzt wird.

Schlüsselwörter: Mitarbeiterzeitschrift, interne Kommunikation, Corporate Communication, digitale Medien, interne Medien

Amélie Heldt

Intensivere Drittwirkung

Die mittelbare Drittwirkung der Meinungsfreiheit in Öffentlichkeiten der digitalen Gesellschaft – eine verfassungsrechtliche, rechtsvergleichende und interdisziplinäre Analyse

Kontakt	a.heldt@leibniz-hbi.de
Jahr der Promotion	2022
Fach der Promotion	Rechtswissenschaft
Promoviert an der Universität	Hamburg
Erstbetreuer	Prof. Dr. Wolfgang Schulz
Dissertationsform	monographisch
Ort und Jahr der Veröffentlichung	Tübingen: Mohr Siebeck, 2023, ISBN 978-3-16-161938-0 (Reihe Internet und Gesellschaft; 30)

Digitale Diskursräume sind aus dem Alltag vieler nicht mehr wegzudenken. Diese Räume werden von Informationsintermediären organisiert und moderiert. Die Moderation nutzergenerierter Inhalte geht mit wichtigen, grundrechtssensiblen Entscheidungen einher. Insbesondere die Realisierung der Meinungsfreiheit steht dabei im Fokus. Aus verfassungsrechtlicher Perspektive stellt sich daher die zentrale Frage nach der Reichweite einer Grundrechtsbindung privater Akteure. Traditionellerweise wird auf die seit jeher kontrovers diskutierte Lehre der mittelbaren Drittwirkung von Grundrechten Bezug genommen. Amélie Heldt widmet sich den Rahmenbedingungen der Kommunikation in digitalen Öffentlichkeiten, untersucht aus verfassungsrechtlicher, rechtsvergleichender (Deutschland/USA) und interdisziplinärer Perspektive den Prozess der Inhaltmoderation und schlägt eine Feinjustierung der Lehre der mittelbaren Drittwirkung vor.

Schlüsselwörter: Content Moderation; First Amendment; Kommunikationsverfassungsrecht; Internetrecht; Plattform-Governance

Ole Kelm

Causes and Consequences of Political Actors' and Citizens' (Social) Media Perceptions

Kontakt	Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, Institut für Sozialwissenschaften, Universitätsstraße 1, 40225 Düsseldorf, ole.kelm@hhu.de
Jahr der Promotion	2020
Fach der Promotion	Kommunikations- und Medienwissenschaft
Promoviert an der Universität	Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf
Erstbetreuer	Prof. Dr. Gerhard Vowe
Dissertationsform	kumulativ
Ort und Jahr der Veröffentlichung	2021, http://d-nb.info/1225119847/34

The opportunities for people to obtain political information or to express themselves politically have increased significantly in recent years – mainly, but not exclusively, because of social media. (Social) media are not only frequently used; they are also often at the center of political and societal debates. Citizens and political actors discuss how trustworthy, balanced or influential the content of (social) media is. More importantly, theoretical approaches of communication science suggest that people adapt their behaviors, opinions, or attitudes to these (social) media-related perceptions. However, systematic attempts to structure and empirically analyze the causes and consequences of (social) media perceptions are rare. Therefore, a research model was developed, based on theoretical approaches of communication science and the current state of research. Eleven quantitative surveys among Bundestag members, city councilors, political communication practitioners, and citizens were conducted to test some of the assumptions of the research model. The results of these surveys were published in six peer-reviewed articles. These studies show how (social) media perceptions vary over time, across borders, between different organizations, at different political levels, and between political actors and citizens. Moreover, the results indicate that political actors' and citizens' behaviors (e.g., their communication), opinions (e.g., regarding media regulation), and attitudes (e.g., towards people of other countries) are related to or caused by their perceptions of (social) media. Various factors on micro (e.g., age), meso (e.g., size of an organization), and macro level (e.g., country) seem to influence the development of these perceptions and their effects. Overall, the dissertation argues for a holistic approach to researching individual perceptions of (social) media, their causes and consequences.

Key words: political communication, social media, perceptions, politicians, standardized surveys

Jochen Kinast

Television Series and Careers

A Search for Indicators of Media Effects on Choice Actions and Outcome Expectations of University Students

Kontakt	jochenkinast@uni-muenster.de
Jahr der Promotion	2022
Fach der Promotion	Kommunikationswissenschaft
Promoviert an der Universität	Westfälische Wilhelms-Universität Münster
Erstbetreuer	Prof. Dr. Volker Gehrau
Dissertationsform	monographisch
Ort und Jahr der Veröffentlichung	Münster: MIAMI, 2022, https://doi.org/10.17879/64069458703

This dissertation searches for indicators of media effects on university student career development by identifying relationships between series consumption, choice actions and outcome expectations. 1,353 students studying Law, Law Enforcement, Medicine, Political Science and Business Administration in Münster, Germany, were surveyed for this purpose. The data suggests that series consumption and study programme are related for students of almost all study fields. Series-career relationships are especially prominent among first-semester students and students studying to work in professional fields which have clear occupational profiles and are frequently portrayed in series. However, series consumption does not go along with systematic patterns which lead to problems in career decision processes. Findings rather indicate singular study programme-specific effects which have the potential to reinforce career decisions and generate a more workload-intense career expectation.

Key words: media effects, cultivation research, career development, skill shortages, quantitative research

Niels G. Mede

Science-Related Populism

Conceptualization, Empirical Investigation, and Implications for Science Communication

Kontakt	Universität Zürich, Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung, Andreasstrasse 15, 8050 Zürich, Schweiz, n.mede@ikmz.uzh.ch
Jahr der Promotion	2022
Fach der Promotion	Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Promoviert an der Universität	Zürich
Erstbetreuer	Prof. Dr. Mike S. Schäfer
Dissertationsform	kumulativ
Ort und Jahr der Veröffentlichung	Zürich, 2022, https://doi.org/10.5167/uzh-219776

Populist and anti-intellectual sentiments pose a challenge to science and science communication in many countries. One proliferating variant of such sentiments can be conceived as science-related populism. It criticizes that scientists and experts determine how society produces ‘true knowledge’ and communicates about it, because they are seen as members of an academic elite which allegedly applies unreliable methods, is ideologically biased – and ignores that the common sense of ordinary people ought to be superior to scientific knowledge. Accordingly, science-related populism assumes that the ordinary people, and not academic elites, should be in charge for the production and communication of ‘true knowledge’. Scholarly and journalistic accounts suggested that science-related populism can have negative implications for the legitimacy of scientific expertise in society. However, there has been neither a conceptual framework nor empirical methods and evidence to evaluate these accounts. This cumulative dissertation addresses this deficit. It includes five articles that present a conceptualization of science-related populism, a survey scale to measure science-related populist attitudes, empirical findings on these attitudes and related perceptions, and a discussion of populist demands toward science communication. The synopsis scrutinizes the arguments and results published in these articles in three ways. First, it discusses further theoretical considerations on science-related populism, advantages and challenges of its measurement, and broader contexts of empirical evidence on it. Second, it describes implications of science-related populism for communication and discourse about science and proposes ways in which these implications can be addressed in science communication practice. Third, it considers how scholarship of science-related populism can advance social-scientific research on populism and anti-scientific resentments and could develop in the future.

Key words: science communication, populism, theory, scale, survey

Lisa Merten

Praktiken der Nachrichtenrezeption auf sozialen Netzwerkplattformen

Kontakt	Leibniz-Institut für Medienforschung Hans-Bredow-Institut, Rothenbaumchaussee 36, 20148 Hamburg, l.merten@leibniz-hbi.de
Jahr der Promotion	2022
Fach der Promotion	Kommunikationswissenschaft
Promoviert an der Universität	Hamburg
Erstbetreuer	Prof. Dr. Uwe Hasebrink
Dissertationsform	kumulativ
Ort und Jahr der Veröffentlichung	Hamburg, 2022. (1) Merten, L. (2020). Contextualized Repertoire Maps: Exploring the Role of Social Media in News-Related Media Repertoires. <i>Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research</i> , 21(2). https://doi.org/10.17169/fqs-21.2.3235 . (2) Merten, L. (2021). Block, Hide or Follow – Personal News Curation Practices on Social Media. <i>Digital Journalism</i> , 9(8), 1018–1039. https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1829978 (3) Merten, L., Metoui, N., Makhortykh, M., Trilling, D., & Moeller, J. (2022). News Won't Find Me? Exploring Inequalities in Social Media News Use with Tracking Data. <i>International Journal of Communication</i> , 16(1), 1127–1147. https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/17068 (4) Möller, J., van de Velde, R. N., Merten, L., & Puschmann, C. (2020). Explaining Online News Engagement Based on Browsing Behavior: Creatures of Habit? <i>Social Science Computer Review</i> , 36(5), 616–632. https://doi.org/10.1177/0894439319828012 (5) Schmidt, J.-H., Merten, L., Hasebrink, U., Petrich, I., & Rolfs, A. (2019). How do Intermediaries Shape News-Related Media Repertoires and Practices? Findings from a Qualitative Study. <i>International Journal of Communication</i> , 13, 853–873. https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/9080/2572

In einer digitalen Medienlandschaft geschieht ein zunehmender Teil der Nachrichtendistribution und -nutzung im Kontext sozialer Netzwerkplattformen (SNS). Die Praktiken der Nachrichtenrezeption auf sozialen Netzwerkplattformen wurden in dieser kumulativen Dissertation in fünf Teilstudien basierend auf drei Datenerhebungen untersucht. Die Dissertati-

onsartikel 1 und 2 basieren auf 18 qualitativen Interviews und sechs Gruppendiskussionen zur Relevanz einzelner Informationsintermediäre im Medienalltag. In den Artikeln 3 und 4 wurden niederländische Web-Tracking- und Umfragedaten sowie teilweise Daten zum personalisierten Facebook-Newsfeed von Nutzer:innen kombiniert, um Verhaltensmessungen und Prädiktoren der SNS-Nachrichtenrezeption zu analysieren. Der fünfte Artikel thematisiert die Prävalenz und die Prädiktoren individueller Kuratierungspraktiken mithilfe einer Sekundäranalyse repräsentativer Fragebogendaten aus 36 Ländern. Studienübergreifend weisen die Ergebnisse auf eine relevante, aber nicht zentrale Position von sozialen Netzwerkplattformen im Nachrichtenrepertoire der Nutzer:innen hin. Soziale Nachrichtenplattformen sind nur ein Element vielfältiger nachrichtenbezogener Medienrepertoires und Nutzungspraktiken. Über soziale Netzwerkplattformen kommen insbesondere jene Nutzer:innen mit Nachrichteninhalten in Kontakt beziehungsweise rezipieren entsprechende Inhalte, die bereits ein hohes politisches oder nachrichtliches Interesse mitbringen. Darüber hinaus haben auch Praktiken der persönlichen Nachrichtenkuratierung auf sozialen Netzwerkplattformen das Potenzial, bestehende motivationale Unterschiede in der Nachrichtennutzung zu stabilisieren: Nachrichtenvermeidung im Allgemeinen ist auch mit nachrichtenbegrenzendem Verhalten auf sozialen Netzwerkplattformen verbunden. Diese Zusammenhänge können als weiterer Indikator für die Annahme gesehen werden, dass die Mechanismen des SNS-Nachrichtenkonsums bestehende Ungleichgewichte und Ungleichheiten in der Nachrichtennutzung verfestigen.

Schlüsselwörter: Nachrichtennutzung, soziale Medien, Personal News Curation, Medienrepertoires, Computational Social Science

Sascha Michel

Mediatisierungslinguistik

Medienkulturlinguistische Untersuchungen am Beispiel des Handlungsfeldes Politik

Kontakt	RWTH Aachen University, Institut für Sprach- und Kommunikationswissenschaft (ISK), Lehrstuhl „Deutsche Sprache der Gegenwart“, Eilfschornsteinstr. 15, 52062 Aachen, s.michel@isk.rwth-aachen.de
Jahr der Promotion	2018
Fach der Promotion	Germanistik
Promoviert an der Universität	Universität Koblenz-Landau
Erstbetreuer	Prof. Dr. Michael Klemm
Dissertationsform	monographisch
Ort und Jahr der Veröffentlichung	Berlin: Peter Lang, 2022

Die Linguistik untersucht mediensprachliche Phänomene als Medienpraktiken traditionell in erster Linie aus Kommunikatperspektive. Hier stehen ihr z. B. unterschiedliche pragmatische und textlinguistische Beschreibungsebenen zur Verfügung, um das Sprachhandeln als Realisierung von Mustern auf unterschiedlichen Ebenen zu erfassen. Die Mediatisierungsforschung, die die alltägliche Durchdringung von Medien(-kommunikation) fokussiert, setzt am sprachhandelnden Subjekt an und überwindet die Kommunikatgrenze, indem sie beispielsweise auch ethnografische Beobachtungen und metareflexive Überlegungen des Kommunikators berücksichtigt.

Wie kann die Mediatisierungsforschung nun für die Angewandte Linguistik fruchtbar gemacht werden? Ausgehend vom Konzept einer Medienkulturlinguistik, das Kommunikator-, Kommunikat- und Aneignungsebene miteinander verknüpft und transdisziplinäre Anleihen bei Theorien und Methoden aus benachbarten Disziplinen macht, wird in der Arbeit das Konzept einer Mediatisierungslinguistik vorgestellt, das Mediensprache und (multimodale) -kommunikation aus holistischer Perspektive ins Zentrum rückt. Dies wird am Beispiel der Social-Media-Kommunikation im Handlungsfeld Politik empirisch analysiert. Öffentlich-politische Kommunikation findet zunehmend über soziale Netzwerke wie Twitter, Facebook, Instagram etc. statt. Die Arbeit schlägt – mit einem Fokus auf dem Dispositiv Twitter – einen Zugang vor, der die mediatisierte politische Kommunikation holistisch untersucht und aufzeigt, dass die Identitäts- und Imagebildung von Politiker*innen auf selbstgewählten multimodalen Rollen(-mustern) basiert, und sie auch interaktiv mit weiteren Akteur*innen wie Bürger*innen und Journalist*innen ausgehandelt wird.

Schlüsselwörter: Mediatisierung, politische Kommunikation, Sprache, Social Media, Twitter

Florian Nikolas Wittner

Die datenschutzrechtliche Verantwortlichkeit im Kontext der verteilten Verarbeitungsrealität

Versuch einer Weiterentwicklung und Neukonzeption

Kontakt	florianwittner@aol.com
Jahr der Promotion	2021
Fach der Promotion	Rechtswissenschaft
Promoviert an der Universität	Universität Hamburg
Erstbetreuer	Prof. Dr. Wolfgang Schulz
Dissertationsform	monographisch
Ort und Jahr der Veröffentlichung	Tübingen: Mohr Siebeck, 2022, DOI 10.1628/978-3-16-161301-2

Bei der Nutzung von Apps oder dem Besuch von Websites sind immer mehr Akteure daran beteiligt, personenbezogene Daten zu vielfältigen Zwecken zu verarbeiten. Oftmals sind sie für Betroffene nicht sichtbar, in ihrem Handeln kaum kontrollierbar. Gleichzeitig stellen mächtige Plattformen meist die Infrastruktur für Verarbeitungen. Diese Entwicklung stellt die Angemessenheit des privaten Datenschutzrechts und seiner Zuschreibung von Verantwortlichkeit auf die Probe. In diesem Spannungsfeld nutzt Florian Wittner interdisziplinäre Erkenntnisse, um die wichtigsten Akteursrollen und ihre Kontroll- und Einflussphären aufzuzeigen und mit dem Verantwortlichkeitskonzept der DSGVO unter Berücksichtigung der EuGH-Entscheidungen Wirtschaftsakademie und Fashion ID abzugleichen. So werden Defizite aufgezeigt und Vorschläge für eine Weiterentwicklung des Regulierungskonzepts der DSGVO auf Basis einer neuartigen datenschutzrechtlichen Plattformverantwortlichkeit gemacht.

Schlüsselwörter: DSGVO, Datenschutzrecht, Verantwortlichkeit, Regulierung, Interdisziplinarität