

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

Christopher Buschow: Die Neuordnung des Journalismus. Eine Studie zur Gründung neuer Medienorganisationen.....	118
Hannah Lorenz: Im Spannungsfeld von Wollen, Sollen und Können. Brüsseler Agenturjournalisten als Nachrichtendienstleister.....	119

Christopher Buschow

Die Neuordnung des Journalismus

Eine Studie zur Gründung neuer Medienorganisationen

Kontakt	Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover, Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung (IJK), Expo Plaza 12, 30539 Hannover, christopher.buschow@ijk.hmtm-hannover.de
Jahr der Promotion	2016
Fach der Promotion	Kommunikationswissenschaft
Promoviert an der Universität	Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover, Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung (IJK)
Erstbetreuer	Prof. Dr. Carsten Winter
Dissertationsform	monographisch
Ort und Jahr der Veröffentlichung	Wiesbaden: Springer VS, 2018, http://dx.doi.org/10.1007/978-3-658-18872-6

Neugegründete Medienorganisationen bilden bedeutende Kontrastfälle zu den etablierten Orten der journalistischen Produktion – etwa Presseverlage und ihre Redaktionen –, da sie ein vergleichsweise größeres Innovationspotenzial aufweisen und gewisse Entwicklungstendenzen des Journalismus vorwegnehmen können. Ihre Untersuchung kann ein Forschungsdesiderat schließen und bestehende Theorien des Journalismus um kontemporäre Entwicklungen ergänzen. Die vorliegende Dissertation untersucht diese Neugründungen mit dem Ziel, ihren Einfluss auf die Praxis des Journalismus nachzuvollziehen. In einem praxistheoretischen Bezugsrahmen wurde eine empirische Fallstudienuntersuchung von 15 neugegründeten Organisationen im deutschen Journalismus

durchgeführt, die mehrere Methoden und Datenquellen (qualitative Experteninterviews, Dokumentenanalysen und Feldbegehungen) triangulierte. Die Befunde der empirischen Untersuchung zeigen, warum und wie neue Organisationen im Journalismus entstehen. Skizziert wird außerdem, was es bedeutet, in Neugründungen „Journalismus zu produzieren“ und „Medien zu managen“. Indem die sozialen Praktiken, die Neugründungen kennzeichnen, erfasst und etablierten Presseverlagen gegenübergestellt werden, können Unterschiede zwischen beiden Organisationsformen bestimmt werden. Neugründungen sind dieser Rekonstruktion folgend – im Vergleich zu Presseverlagen – kleiner, entdifferenzierter, offener, flexibler, kostengünstiger, heterogener sowie vermehrt auf Temporalität angelegt. Ihre Einbettung in Wertschöpfungsnetzwerke verlagert die Forschungsperspektive von Einzelorganisationen auf einen vernetzten Produktionsmodus, der in der deutschen Journalismusforschung bislang kaum Aufmerksamkeit erfuhr. Ziel der Dissertation ist es, die Untersuchung von Entrepreneurship und Unternehmertum in den Medien als einen instruktiven Zugang zur derzeitigen Neuordnung des Journalismus zu profilieren.

Schlüsselwörter: Journalismus, Start-ups, Media Entrepreneurship, Praxistheorie, Fallstudienforschung

Hannah Lorenz

Im Spannungsfeld von Wollen, Sollen und Können

Brüsseler Agenturjournalisten als Nachrichtendienstleister

Kontakt	hannah.lorenz@uni-muenster.de
Jahr der Promotion	2017
Fach der Promotion	Kommunikationswissenschaft
Promoviert an der Universität	Westfälische Wilhelms-Universität Münster
Erstbetreuer	Prof. Dr. Bernd Blöbaum
Dissertationsform	monographisch
Ort und Jahr der Veröffentlichung	Baden-Baden: Nomos, 2017. ISBN 978-3-8487-4189-2

Brexit, Euro-Krise oder der Krümmungsgrad von Bananen – täglich kommen wir mit EU-Themen in Kontakt. Die wichtigste Informationsquelle hierfür sind journalistische Medien. Über die anonymen Nachrichtenschreiber, die Agenturen, ist allerdings nur wenig bekannt. Diese Arbeit widmet sich Brüsseler Agenturjournalisten und untersucht, wie diese Nachrichten über Europa auswählen und produzieren. Der besondere Nachrichtenstandort Brüssel bildet dabei den Kontext der Untersuchung. Das paneuropäische Arbeitsumfeld stellt ein einmaliges Setting für den Journalismus dar. Zugleich finden gattungsspezifische Besonderheiten und Herausforderungen des Agenturjournalismus Berücksichtigung. Neben den journalistischen Praktiken liegt der Fokus darauf, welche Strukturen das Handeln der Nachrichtengroßhändler prägen. Hierbei findet das Modell der Akteur-Struktur-Dynamiken des Soziologen Uwe Schimank Anwendung. Grundlage der empirischen Untersuchung sind 36 Leitfadeninterviews mit Journalisten von 27 nationalen und internationalen Agenturen. Die Untersuchung wird ergänzt um die Methode des lauten Denkens. Die Analyse fördert zutage, dass das journalistische Handeln

in Brüsseler Agenturredaktionen stark durch Strukturen – interner sowie externer Natur – geprägt wird. Diese strukturelle Prägung drückt sich in Akteurkonstellationen sowie institutionellen Ordnungen aus. Diese wirken jedoch nicht nur restringierend, sondern ebenso handlungsermöglichend, was sich beispielsweise an der ausgeprägten Zusammenarbeit zwischen EU-Korrespondenten zeigt. In Bezug auf die evaluative Orientierung des Handelns konkludiert die Studie ferner, dass sich das Wollen der Nachrichtenschreiber nicht nur am Orientierungshorizont Öffentlichkeit, sondern auch am Wirtschaftssystem orientiert, der Brüsseler Agenturjournalismus also nach zwei Logiken operiert. Schließlich kann konstatiert werden, dass Brüsseler Agenturjournalisten als Agents of Europeanization zu einer Europäisierung von Öffentlichkeit beitragen.

Schlüsselwörter: Nachrichtenagenturen, Akteur-Struktur-Dynamiken, EU-Journalismus, Europäische Öffentlichkeit

Schöne neue digitale Welt?



Big Data – In den Fängen der Datenkraken

Die (un-)heimliche Macht der Algorithmen

Herausgegeben von Dr. Michael Schröder und Dr. Axel Schwanebeck

2017, 163 S., brosch., 24,– €

ISBN 978-3-8487-4147-2

EISBN 978-3-8452-8367-8

nomos-shop.de/29663

Die schöne neue digitale Welt hat ihren Preis. Beahlt wird mit persönlichen Daten. Intelligente Algorithmen analysieren und berechnen uns. Experten aus verschiedenen Disziplinen der Wissenschaft, dem Journalismus und der Politik diskutieren zukunftsweisende und gesellschaftlich relevante Fragen.



Unser Wissenschaftsprogramm ist auch online verfügbar unter:
www.nomos-elibrary.de

Portofreie Buch-Bestellungen unter
www.nomos-shop.de

Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer



Nomos