

# 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

Jessica Einspänner-Pflock: Privatheit im Netz. Konstruktions- und Gestaltungsstrategien von Online-Privatheit bei Jugendlichen.....	448
Lars Guenther: Evidenz und Medien. Journalistische Wahrnehmung und Darstellung wissenschaftlicher Ungesichertheit.....	449
Imke Hoppe: Die Wahrnehmung des Medienwandels. Eine Exploration ihrer Dimensionen, Entstehungsbedingungen und Folgen.....	450
Felix Krebber: Akzeptanz durch inputorientierte Organisationskommunikation. Infrastrukturprojekte und der Wandel der Unternehmenskommunikation.....	451
Philipp Müller: Die Wahrnehmung des Medienwandels. Eine Exploration ihrer Dimensionen, Entstehungsbedingungen und Folgen.....	452
Julia Niemann: Risiken und Nutzen der Kommunikation auf Social Networking Sites. Theoretische Modellierung und empirische Befunde auf Basis der „Theory of Reasoned Action“.....	453

Jessica Einspänner-Pflock

## Privatheit im Netz

Konstruktions- und Gestaltungsstrategien von Online-Privatheit bei Jugendlichen

Kontakt	jep@uni-bonn.de
Jahr der Promotion	2015
Fach der Promotion	Medienwissenschaft
Promoviert	Rheinische Friedrichs-Wilhelms-Universität Bonn
an der Universität	Prof. Dr. Caja Thimm
Erstbetreuerin	monographisch
Dissertationsform	Wiesbaden: VS Springer (Reihe: Medien Kultur Kommunikation), 2016; ISBN 978-3-658-13678-9
Ort und Jahr der Veröffentlichung	

Vor dem aktuellen Hintergrund einer zunehmenden Mediatisierung unserer Gesellschaft befasst sich die Dissertation mit der Frage nach dem Wert von Privatheit. Mit Blick auf den einzelnen User, der im Rahmen seiner sozialen Interaktionshandlungen online Elemente seiner Privatheit herstellt und verhandelbar macht, wird dabei das Spannungsfeld analysiert, welches zwischen den Vorzügen, die das Selbstoffenbaren und Selbstdarstellen in der digitalen Öffentlichkeit für die Identitätsbildung und das Selbstwertgefühl besitzen einerseits, und den unkalkulierbaren Gefahren der Netzkommunikation für die Privatheit des Einzelnen andererseits besteht. Es wird ein an der sozialen Handlungstheorie orientiertes Modell („User Generated Privacy“) entwickelt, in dem die zentralen psychosozialen Funktionsmechanismen von Online-Handeln mit deren hypothetisierten Wirkungsweisen abgebildet sind. Mittels einer mehrstufigen empirischen Untersuchung wird anschließend eruiert, welche Rolle die postulierten Parameter im Besonderen für die private Online-Kommunikation Jugendlicher spielen. Elemente der empirischen Untersuchung sind Gruppendiskussionen mit 12- bis 14-Jährigen, die Auswertung multimodal angelegter Arbeitsblätter mit der Analyse von Zeichnungen zum Thema Privatsphäre, Leitfadeninterviews mit Jugendlichen im Alter von 15 bis 18 Jahren und eine Screenrecording-Analyse von Facebook-Profilen. Gefragt wird unter anderem, was Jugendliche dazu motiviert, private Informationen von sich im Netz zu veröffentlichen, welches Bewusstsein sie in Bezug auf den „Privatheitsgehalt“ ihrer Online-Inhalte besitzen und auf welche Weise sie die verfügbaren technischen Funktionen des Online-Kontextes („Affordances“) bei ihrem Handeln mit einbeziehen. Durch die Triangulation der verschiedenen Erhebungsverfahren sowie qualitativen und quantitativen Analysemethoden bietet die Studie einen innovativen, multiperspektivischen Ansatz zur Erforschung des komplexen Phänomens individueller Online-Privatheit.

**Schlagwörter:** Online-Privatheit, Mediatisierung, Handlungstheorie, Jugendzeichnungen, Screenrecording-Analyse

Lars Guenther

## Evidenz und Medien

Journalistische Wahrnehmung und Darstellung wissenschaftlicher Ungesichertheit

Kontakt	CREST, Ryneweld Street, 7600, Stellenbosch, South Africa, larsguenther@sun.ac.za
Jahr der Promotion	2015
Fach der Promotion	Kommunikationswissenschaft
Promoviert an der Universität	Friedrich-Schiller-Universität Jena
Erstbetreuer	Prof. Dr. Georg Ruhrmann
Dissertationsform	kumulativ
Ort und Jahr der Veröffentlichung	Wiesbaden: VS, 2016

Wissenschaftsjournalisten berichten hauptsächlich über neueste Forschungsergebnisse, aber sie berichten nicht gleichermaßen über deren wissenschaftliche Evidenz: Oftmals werden Resultate der Wissenschaft gesichert, also frei von Vorläufigkeiten, Limitationen, Wissenslücken und Kontroversen, dargestellt. In einigen Fällen werden wissenschaftliche Ergebnisse aber auch ungesicherter repräsentiert, als sie tatsächlich sind. In dieser Dissertation werden die Gründe für die jeweilige Berichterstattung von Wissenschaftsjournalisten vor dem Hintergrund des Spannungsverhältnisses Wissenschaft – Journalismus – Öffentlichkeit analysiert und damit ein aktueller Beitrag im Bereich der Wissenschaftskommunikation geleistet. Es werden zwei Perspektiven eingenommen: Eine inhaltszentrierte (wie stellen Wissenschaftler, Mitarbeiter der Wissenschafts-PR und Journalisten wissenschaftliche Evidenz dar und wie wirken verschiedene Darstellungsformen auf Laien) und eine journalismuszentrierte Perspektive (welche Vorstellungen haben Journalisten von wissenschaftlicher Evidenz). Die Ergebnisse der eigenen Studien (zwei Inhaltsanalysen, sowie eine qualitative und eine quantitative Befragung von Journalisten) zeigen auf, dass sog. evidenzrelevante Kriterien selten Bestandteil der Wissenschaftsberichterstattung sind. Eine Nennung von Ungesichertheit kommt zum Teil vor und hängt wahrscheinlich mit dem thematischen Fokus der journalistischen Berichterstattung zusammen. In den meisten Fällen werden Forschungsergebnisse aber als gesichert dargestellt. Die Befragungen verweisen hierbei auf die dominante Rolle des Publikums: So machen Journalisten ihre Entscheidung, wie wissenschaftliche Evidenz dargestellt wird, vorrangig davon abhängig, wie stark sie glauben, ihre Leser und Zuhörer erwarten, dass Forschungsergebnisse eher gesichert oder ungesichert präsentiert werden sollen. Darüber hinaus existieren weitere Einflussfaktoren auf die journalistische Darstellung wissenschaftlicher Evidenz, wie eigene Wahrnehmungen und organisationsbedingte Faktoren. Die hier vorgestellte Publikation ist die Dachschrift einer der ersten kumulativen Dissertationen im Bereich Kommunikationswissenschaft in Deutschland.

**Schlagwörter:** Evidenz, wissenschaftliche (Un)Gesichertheit, Wissenschaftsjournalismus

Imke Hoppe

## Die Wahrnehmung des Medienwandels

Eine Exploration ihrer Dimensionen, Entstehungsbedingungen und Folgen

Kontakt	Imke.Hoppe@uni-hamburg.de, Grindelberg 7, 20144 Hamburg
Jahr der Promotion	2015
Fach der Promotion	Kommunikationswissenschaft
Promoviert	Technische Universität Ilmenau
an der Universität	Prof. Dr. Jens Wolling
Erstbetreuer	monographisch
Dissertationsform	2015 in der OpenAccess Buchreihe „NEU“, hrsg. von Jens Wolling, Heinz Bonfadelli, Mike S. Schäfer und Oliver Quiring; ISBN: 978-3-86360-126-3; <a href="http://neukommunikation.de/27-0-Klimaschutz.html">http://neukommunikation.de/27-0-Klimaschutz.html</a>
Ort und Jahr der Veröffentlichung	

Um die CO2-Reduktionsziele der europäischen Länder zu erreichen, bedarf es neben politischen, wirtschaftlichen und technischen Anstrengungen auch der Veränderung individueller Konsumgewohnheiten. Aus der Perspektive der Rezeptions- und Wirkungsforschung stellt sich die Frage, wie mediale Kommunikation dazu beitragen kann, dass Menschen klimabewusster handeln. Die bisherigen Ergebnisse zeigen, dass viele der typischen Darstellungs- und Inszenierungsformen – wie Katastrophenszenarien – kontraproduktiv wirken. Die vorliegende Arbeit widmet sich deswegen der Frage, welche Medieneigenschaften – im Sinne einer Dramaturgie – klimaschonendes Handeln positiv unterstützen können. Den theoretischen Ausgangspunkt bildet das Forschungsfeld Nachhaltigkeitskommunikation. Der hier verortete Ansatz der Handlungsorientierung nimmt an, dass Menschen in Lernsituationen selbst aktiv handeln müssen, damit sie das Gelernte in ihren Alltag übertragen. Handeln wird durch fünf Merkmale charakterisiert: Intentionalität, Erstellen eines Produktes, Handlungsspielraum, Bewusstheit des Handelns und der Prozesscharakter. Hieraus werden Gestaltungsempfehlungen für ein Online-Spiel und Variablen für die empirische Studie abgeleitet. Als zweite theoretische Säule wird das Forschungsfeld „Interactive Storytelling“ erschlossen und das dramatheoretische Modell von Lessing ausgewählt. Um das entwickelte Variablenmodell zu testen, wird das Online-Spiel „RED – Renewable Energy Drama“ (ca. zehn Spielminuten) konzipiert. Es thematisiert das Stromsparen im Haushalt. Eine quantitative Online-Befragung ( $n = 287$ ) im Pre-/Posttest-Design prüft die theoretischen Annahmen. Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass ein hoher Alltagsbezug der entscheidende Faktor ist. Stehen verschiedene, realistische Möglichkeiten zur Verfügung, um eine Aufgabe zu lösen (Handlungsspielraum), dann denken die Spieler stärker darüber nach, wie sie diese Aufgabe üblicherweise zu Hause lösen (Bewusstheit). Dies wiederum hat einen positiven Effekt auf alle Dimensionen von Handlungskompetenz.

**Schlagwörter:** Klimakommunikation, Medienwirkung, klimaschonende Handlungsinentionen, Narration, Medienkonzeption

Felix Krebber

## Akzeptanz durch inputorientierte Organisationskommunikation

Infrastrukturprojekte und der Wandel der Unternehmenskommunikation

Kontakt	<a href="mailto:felix.krebber@uni-leipzig.de">felix.krebber@uni-leipzig.de</a>
Jahr der Promotion	2015
Fach der Promotion	Kommunikationsmanagement
Promoviert an der Universität	Leipzig
Erstbetreuer	Prof. Dr. Ansgar Zerfaß
Dissertationsform	monographisch
Ort und Jahr der Veröffentlichung	Wiesbaden: Springer VS, 2016, <a href="http://www.springer.com/de/book/9783658129682">http://www.springer.com/de/book/9783658129682</a>

Infrastrukturprojekte sind in den vergangenen Jahren zu Kristallisierungspunkten gesellschaftlicher Veränderungsprozesse geworden. In ihrem Kontext äußert sich ein umfassendes Partizipationsbedürfnis seitens materiell oder ideell Betroffener. Es stellt die Organisationskommunikation der Vorhabenträger vor die Aufgabe, adäquat auf diese Erwartung zu reagieren, um sich zu legitimieren und gesellschaftliche Akzeptanz für das entsprechende Projekt und das Unternehmen als Ganzes zu sichern. In der Dissertationsschrift werden zunächst einflussreiche gesellschaftliche Wandlungsprozesse wie Modernisierung, Demokratisierung und Medienwandel diskutiert und mit ihren Implikationen auf Infrastrukturprojekte und Unternehmenshandeln insgesamt kontextualisiert. Aus organisationssoziologischer Perspektive des Neo-Institutionalismus wird die Beziehung zwischen den Unternehmen als Organisationen und ihren Umwelten beleuchtet. Vor diesem Hintergrund wird daraufhin der Frage nachgegangen, wie Unternehmen bei Infrastrukturprojekten in ihrer Projektkommunikation und ihrem gesamten Handeln auf die gesellschaftliche Erwartung von Partizipation reagieren, um gesellschaftliche Akzeptanz zu erreichen. Anhand von fünf Fallstudien – von den Stromtrassen der Übertragungsnetzbetreiber bis hin zum Öl-Pipelinebau eines Mineralölkonzerns – wird die Kommunikationsarbeit der Vorhabenträger auf Basis umfassender Experteninterviews und Dokumentenanalysen detailliert geschildert. Der Blick ins Innere der Organisationen zeigt die Integration der Kommunikatoren in Planungsprozesse und damit ihren Einflusszugewinn. Aus den Fallstudien wird ein Beteiligungstypenmodell akzeptanzfördernder Projektkommunikation abgeleitet und das Leitbild inputorientierter Organisationskommunikation gezeichnet.

**Schlagwörter:** gesellschaftliche Akzeptanz, Legitimation, Organisationskommunikation, Unternehmenskommunikation, Infrastrukturprojekte

Philipp Müller

## Die Wahrnehmung des Medienwandels

Eine Exploration ihrer Dimensionen, Entstehungsbedingungen und Folgen

Kontakt	philipp.mueller@uni-mainz.de
Jahr der Promotion	2015
Fach der Promotion	Kommunikationswissenschaft
Promoviert	Ludwig-Maximilians-Universität München
an der Universität	Prof. Dr. Wolfram Peiser
Erstbetreuer	
Dissertationsform	monographisch
Ort und Jahr	Wiesbaden: Springer VS, 2016, doi:
der Veröffentlichung	10.1007/978-3-658-12812-8

Die Arbeit fragt danach, wie die Veränderungen im Medienbereich das Leben und den Alltag der Mediennutzer beeinflussen und wie Mediennutzer mit Veränderungen im Medienbereich umgehen und damit selbst zum gesellschaftlichen Wandel beitragen. Als Schlüssel zur Klärung dieser Fragen wird die Wahrnehmung des Medienwandels betrachtet. Es wird argumentiert, dass die Beobachtung und Bewertung von Veränderungen im Medienbereich Voraussetzung dafür ist, dass diese Veränderungen einen Einfluss auf Mediennutzer ausüben können und dass Mediennutzer ihre Einstellungen und Verhaltensweisen an den Medienwandel anpassen. Auf einer breiten theoretischen und empirischen Basis exploriert die Studie daher, welche Vorstellungen vom Medienwandel bei Nutzern vorliegen (können) und welche nicht, von welchen Faktoren ihre Herausbildung abhängt und welche Konsequenzen unterschiedliche Wahrnehmungen des Medienwandels haben können. Mittels einer CATI-Befragung mit vorausgegangener PAPI-Vorstudie wird u.a. gezeigt, dass Nutzern vor allem Veränderungen des Medienangebots bewusst sind, die in der unmittelbaren Alltagswelt erfahrbar sind. Wichtige Einflussfaktoren auf die Wahrnehmung des Medienwandels sind Alter und Geschlecht, aber auch die Mediенsozialisation, das private und berufliche Umfeld und die Persönlichkeit. Wer den Medienwandel als stark erlebt, hat ein höheres generelles Stressniveau, weist jedoch eine größere Bereitschaft auf, sich mit Medieninnovationen auseinanderzusetzen. Wenn der Medienwandel als Belastung im eigenen Leben erlebt wird, befürchten Nutzer eher schädliche Auswirkungen neuer Medien für Kinder und Jugendliche. Dies schlägt sich in ihren Einstellungen zur Medienerziehung nieder. Beobachtungen einer digitalen Spaltung der Gesellschaft und einer nachlassenden journalistischen Qualität gehen wiederum mit einer größeren Politikverdrossenheit einher. Die Wahrnehmung von Medienwandel strahlt also auch auf Einstellungen gegenüber anderen Gesellschaftsbereichen aus.

**Schlagwörter:** Medienwandel, Wahrnehmung, Mediennutzer, CATI-Befragung

Julia Niemann

# Risiken und Nutzen der Kommunikation auf Social Networking Sites

Theoretische Modellierung und empirische Befunde auf Basis der „Theory of Reasoned Action“

Kontakt	julia.niemann@ijk.hmtm-hannover.de, HMTM / IJK Expo Plaza 12 30359 Hannover
Jahr der Promotion	2015
Fach der Promotion	Kommunikationswissenschaft
Promoviert an der Universität	Hohenheim
Erstbetreuer	Prof. Dr. Michael Schenk
Dissertationsform	monographisch
Ort und Jahr der Veröffentlichung	Köln: von Halem, 2016; <a href="http://www.halem-verlag.de/risiken-und-nutzen-der-kommunikation-auf-social-networking-sites/">http://www.halem-verlag.de/risiken-und-nutzen-der-kommunikation-auf-social-networking-sites/</a>

Social Networking Sites erfreuen sich anhaltender Beliebtheit. Neben ihren Vorzügen als flexible Kommunikationskanäle bergen sie jedoch auch Risiken: Im Rahmen (semi-)öffentlicher Kommunikation tragen die User selbst zum Verlust ihrer Privatsphäre bei, obwohl sie sich in hohem Maße diesbezüglich sorgen (Privacy Paradox). Zum besseren Verständnis dieses Selbstoffenbarungsverhaltens wurde ein Erklärungsmodell aufgestellt, dass auf der Theory of Reasoned Action basiert. Neben den üblichen Prädiktoren (Intention, Einstellung und subjektiver Norm) wurden einstellungsbildende Vorstellungen über Risiken und Nutzen sowie die Gewohnheitsstärke des interessierenden Verhaltens integriert. Die Prüfung des Modells erfolgte mit Daten aus einer Online-Umfrage im Paneldesign unter 1031 Facebook-Usern. Der Test des aufgestellten Strukturgleichungsmodells belegt seine Gültigkeit. Drei Ergebnisse sind dabei zentral: (1) Die Analyse zu Risiko- und Nutzenvorstellungen zeigt auf, dass die einseitige Fokussierung früherer Studien auf Risiken nicht gerechtfertigt ist, da der subjektiv empfundene Nutzen die positive Einstellung gegenüber dem Verhalten wie erwartet deutlich stärker prägt. (2) Auch soziale Aspekte, wie Normen und der individuell empfundene soziale Druck bestimmen das Verhalten mit. Diese Aspekte wurden in der bisherigen Forschung zum Privacy Paradox vernachlässigt und sollten zukünftig stärker in den Fokus gerückt werden. (3) Neben der rational-intentionalen Ausführung spielt ebenso ein habituell-automatischer Verhaltensmodus bei der Selbstoffenbarung eine Rolle, auch wenn die gewohnheitsmäßige Selbstoffenbarung nur schwach ausgeprägt ist. Neben dem allgemeinen Test des Modells erfolgten Gruppenvergleiche hinsichtlich unterschiedlicher soziodemografischer Merkmale. Die Ergebnisse der Arbeit können als Anknüpfungspunkte für zukünftige medienpädagogische Interventionen, z. B. Aufklärungskampagnen, dienen.

**Schlagwörter:** Social Networking Sites, Privatsphäre, Selbstoffenbarung, Theory of Reasoned Action, Strukturgleichungsmodell