

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://hb1.to/dissertationen>, Redaktionsschluss für Heft 1 ist der 15. November, für Heft 3 der 15. Mai.

In diesem Heft

Conrad Diefenbach: Die Eignung von Fernsehen als soziales Medium. Nutzungsverhalten und Potentiale des Social TV in Deutschland.....	380
Johannes Gerstner: Qualität und Mehrwert der Onlinevideoangebote deutscher Tageszeitungen.....	381
Christian Schäfer-Hock: Journalistische Darstellungsformen im Wandel. Eine Untersuchung deutscher Tageszeitungen von 1992 bis 2012.....	382
Stefanie Trümper: Nachhaltige Erinnerung im Journalismus. Konzept und Fallstudie zur Medienaufmerksamkeit für vergangene Flutkatastrophen.....	383

Conrad Diefenbach

Die Eignung von Fernsehen als soziales Medium

Nutzungsverhalten und Potentiale des Social TV in Deutschland

Kontakt	Winkstraße 6, 81373 München, diefenbach.conrad@gmail.com
Jahr der Promotion	2017
Fach der Promotion	Kommunikationswissenschaft
Promoviert an der Universität	Passau
Erstbetreuer	Prof. Dr. Ralf Hohlfeld
Dissertationsform	monographisch
Ort und Jahr der Veröffentlichung	Berlin/Münster: LIT Verlag, 2018, unter dem Titel „Social TV – Die Eignung von Fernsehen als soziales Medium“ (Reihe: Passauer Schriften zur Kommunikationswissenschaft, Bd. 8), ISBN 978-3-643-13971-9

Fernsehen war schon immer ein soziales Medium, das in Gemeinschaft genutzt und über dessen Inhalte sich mit anderen Personen ausgetauscht wurde. Durch den Medienwandel und die daraus resultierenden neuen Rezeptionsweisen wurde dieser soziale Aspekt des Fernsehens abgeschwächt. Die parallele Nutzung von Fernsehen und Internet hingegen hat stark zugenommen. Zuschauer tauschen sich häufig mit Freunden oder anderen Zuschauern via Social Networks über das Gesehene aus. Dieses Phänomen wird als „Social TV“ bezeichnet. Um das Social-TV-Nutzungsverhalten sowie funktionale Aspekte differenziert identifizieren zu können, kam ein Mehrmethodendesign zum Einsatz. Die Befunde einer quantitativen Befragung von 1.456 Social-TV-Nutzern als auch eine mittels Inhaltsanalyse ausgewerteten qualitativen Interviews mit Vertretern von zwölf deutschen TV-Sendern wurden kombiniert betrachtet. Die Forschungsfrage „Wie wirkt sich die Social-TV-Nutzung und deren Motivation auf das soziale Erlebnis Fernsehen aus?“ interessiert sich dafür, wie sozial das soziale Fernsehen wirklich ist. Auf Basis der gewonnenen Erkenntnisse kann diese Frage in komprimierter Form folgendermaßen beantwortet werden: Fernsehen ist durch die Konvergenz mit dem Internet nicht per se zu einem entschieden sozialeren Medium geworden, das Soziale hat sich vielmehr verlagert, die Handlungsoptionen haben sich erweitert. Das vorhandene soziale Potential wird zwar genutzt, jedoch nicht gänzlich ausgeschöpft. Das „Lagerfeuer-Erlebnis“ des Fernsehens verlagert sich auf neue Brennstätten und transformiert sich zu einem virtuellen Lagerfeuer, das dezentral flackert und nicht mehr ausschließlich von dem linearen TV-Programm entzündet wird. Der Mensch als soziales Wesen findet auch in Zeiten des medialen Wandels immer wieder Wege, die soziale Komponente der Mediennutzung zu adaptieren.

Schlüsselwörter: Fernsehen, Bewegtbild, Social Media, Soziale Medien, Social TV

Johannes Gerstner

Qualität und Mehrwert der Onlinevideoangebote deutscher Tageszeitungen

Kontakt	Schillstraße 58, 33330 Gütersloh, jgerst@uni-leipzig.de
Jahr der Promotion	2016
Fach der Promotion	Journalistik
Promoviert	
an der Universität	Leipzig
Erstbetreuer	Prof. Dr. Marcel Machill
Dissertationsform	monographisch
Ort und Jahr der Veröffentlichung	Wiesbaden: Springer VS, 2018, unter dem Titel „Print in Motion – Qualität und Mehrwert der Onlinevideo- angebote deutscher Tageszeitungen“, ISBN 978-3-658-20579-9

Ein Videoangebot gehört für Tageszeitungen zum Internetauftritt dazu, das Printprodukt verlässt den angestammten Kompetenzbereich und versucht Neues. Onlinevideos können eine Ergänzung der textbasierten Berichterstattung und Teil einer Crossmediastrategie sein. Die vorliegende Arbeit prüft, ob Onlinevideos einen Mehrwert für Gesellschaft, Konsumenten und Produzenten bieten, und bewertet deren Gesamtqualität. Von insgesamt 1.510 Tageszeitungsausgaben wurden 1.356 identifiziert, die einem Onlinevideoangebot zugeordnet werden können. Bei einer standardisierten Onlinebefragung von Redakteuren zeigten sich die Befragten insgesamt mit ihrer technischen und journalistischen Arbeit zufrieden. Eine umfangreiche Inhaltsanalyse hat das gesamte Angebot untersucht. Viele Videos wurden mehrfach verwendet. Die Inhalte waren überwiegend aktuell. Sie berichteten sowohl aus aller Welt als auch über deutsche und regionale Themen. Die Berichterstattung zeigte eine Betonung von „Soft News“. Es dominieren tatsachenbetonte Darstellungsformen, technische Fehler kamen kaum vor. Werbung wurde in vielen Fällen nicht gekennzeichnet, bei Konfliktthemen war die Quellenlage oft nicht ausgewogen. Betrachtet man nur Selbstproduktionen, so zeigt sich hier eine deutliche Regionalisierung und eine dramatische Verschlechterung bei der Umsetzung des Trennungsgebotes bei Werbung. Die Beurteilung des Wertes des Onlinevideoangebotes deutscher Tageszeitungen für den Staatsbürger ist vernichtend. Aufgrund der Mängel bei der Vielfalt und der Berichterstattung gesellschaftlich relevanter Themen entsteht ein geringer Wert. Die Bewertung des Wertes für den Konsumenten ist gut. Der Producer Value vergleicht den Wert von verschiedenen Onlinevideostrategien für den Verlag als korporativen Akteur. Es zeigt sich, dass den höchsten publizistischen Nutzen das Anbieten eines möglichst großen Angebotes aus Eigen- und Fremdproduktionen bringt. Hier stehen den hohen Kosten die besten Reichweitenaussichten gegenüber.

Schlüsselwörter: Onlinevideo, Tageszeitungen, Crossmedia, Qualität, Onlinejournalismus

Christian Schäfer-Hock

Journalistische Darstellungsformen im Wandel

Eine Untersuchung deutscher Tageszeitungen von 1992 bis 2012

Kontakt	Schaefer_Publikationen@emailkontakt.net
Jahr der Promotion	2017
Fach der Promotion	Kommunikationswissenschaft
Promoviert	
an der Universität	Johannes Gutenberg-Universität Mainz
Erstbetreuer	Univ.-Prof. Dr. Jürgen Wilke
Dissertationsform	monographisch
Ort und Jahr	Wiesbaden: Springer VS, 2018, DOI:
der Veröffentlichung	10.1007/978-3-658-20696-3

Im Mittelpunkt der Dissertation steht die Frage nach der Entwicklung und Veränderung journalistischer Darstellungsformen in Tageszeitungen – in historischer Betrachtung, aber vor allem im Zeitraum von 1992 bis 2012. In einem ersten Schritt wurden theoriegeleitete und theorieferne Definitionsansätze gesichtet und zur Bestimmung des Begriffs ‚Journalistische Darstellungsform‘ genutzt. In einem zweiten Schritt wurden die historischen Bedingungsfaktoren zu Entstehung und Entwicklung der Darstellungsformen betrachtet. In einem dritten Schritt wurden zwölf Chefredakteure als Experten leitadengestützt interviewt, um den aktuellen Umgang mit den Darstellungsformen besser zu verstehen, Innovationen zu ermitteln und auch nach den Gründen für diese zu fragen. Im vierten Schritt wurde eine quantitative Inhaltsanalyse von vier Tageszeitungen (FAZ, FR, Die Welt, Allgemeine Zeitung Mainz) durchgeführt. Dabei wurden erstmals die einzelnen Stilmittel der Darstellungsformen getrennt voneinander erhoben. Mittels einer Clusteranalyse konnten dann aus 1.734 Zeitungsartikeln elf Typen von Darstellungsformen identifiziert werden, die abseits der Lehrbuchwirklichkeit in der Realität des Zeitungsjournalismus in Deutschland wirklich vorkommen. Gänzlich neu ist der ‚umfassend gestaltete Lokalaufmacher‘. Die Vielfalt genutzter Formen hat im Zeitverlauf zugenommen. Lehrbuchregeln zum Schreiben der Formen verlieren an Bedeutung, wenngleich nach wie vor baukastenartige Schreibschemata zutage treten. Die Zeitungsbeiträge sind im Durchschnitt länger, tiegründiger und meinungshaltiger geworden. Sie werden heute mehr als früher portioniert und visuell aufbereitet. Die vier untersuchten Zeitungen haben jeweils eine eigene ‚redaktionelle Handschrift‘ und entfernen sich diesbezüglich über die Zeit hinweg voneinander. Bei den Ressorts zeigt sich der umgekehrte Trend. Die Vielfalt der Formen wird, so die Prognose, zukünftig ebenso zunehmen wie das Baukastenschema.

Schlüsselwörter: Zeitungsjournalismus, Journalistische Darstellungsformen, Inhaltsanalyse, Journalisteninterviews, Clusteranalyse

Stefanie Trümper

Nachhaltige Erinnerung im Journalismus

Konzept und Fallstudie zur Medienaufmerksamkeit für vergangene Flutkatastrophen

Kontakt	s.truemper@gmx.net
Jahr der Promotion	2017
Fach der Promotion	Journalistik und Kommunikationswissenschaft
Promoviert	
an der Universität	Hamburg
Erstbetreuer	Prof. Dr. Irene Neverla
Dissertationsform	monographisch
Ort und Jahr	Wiesbaden: Springer VS, 2018, DOI:
der Veröffentlichung	10.1007/978-3-658-19164-1

Stefanie Trümper entwickelt das Modell der nachhaltigen Erinnerung, mit dem sich das Verhältnis von Journalismus und Erinnerung theoretisch durchleuchten und operationalisieren lässt. Die Autorin zeigt, dass Erinnerungsfähigkeit eine wesentliche Voraussetzung für die Konstruktion von Aktualität ist und Erinnerung entsprechend ein Kriterium für journalistische Qualität. Auf Basis ereignis- und nachrichtenwerttheoretischer Überlegungen wird dargelegt, wie sich der Erinnerungswert vergangener Ereignisse ermitteln lässt. In einer international vergleichenden Fallstudie wird das Modell erprobt. Im Fokus steht die gegenwärtige Berichterstattung über zwei Flutkatastrophen in den Niederlanden (1953) und in Norddeutschland (1962). Mittels einer quantitativen Inhaltsanalyse wird die Erinnerung an diese beiden traumatischen Ereignisse in acht deutschen und niederländischen Tageszeitungen von Januar 2000 bis März 2012 untersucht. Insgesamt gehen 2.799 Artikel in die Aufmerksamkeitsanalyse ein. Der tiefergehenden inhaltlichen Untersuchung liegt eine Zufallsstichprobe von 2.117 Artikeln zugrunde. Der Journalismus ordnet die Ereignisse auf komplexe Weise mittels retrospektiver und prospektiver Aktualisierungsstrategien in das Zeitgeschehen ein. Beide Ereignisse erhalten kontinuierlich Aufmerksamkeit und werden im Zuge der Re-Thematisierung mit anderen nationalen und internationalen Katastrophen oder Themen wie Sturmflutrisiken und dem Klimawandel assoziiert. Ferner ist die Erinnerung in beiden Fällen räumlich und thematisch deutlich auf ein regionales Publikum hin orientiert. Die Dissertation leistet einen Beitrag zur theoretischen und empirischen Analyse der Rolle von Journalismus im Hinblick auf erinnerungskulturelle Fragestellungen. Sie regt außerdem an, kritisch zu hinterfragen, wie sich das Verhältnis des Journalismus zum Zeitspektrum von Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft durch zunehmend digitale, beschleunigte Kommunikation verändert.

Schlüsselwörter: Journalismus, Erinnerung, Aktualität, Ereignis, Inhaltsanalyse