

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 Berg: Kommunikative Mobilität. Die mediale Vernetzung beruflich mobiler Menschen.....	636
Felix Frey: Medienrezeption als Erfahrung. Theorie und empirische Validierung eines integrativen Rezeptionsmodus.....	637
Regina Greck: Elitäre Verhältnisse. Selbst- und Fremdbild der Eliten in Journalismus und Politik.....	638
Josef F. Haschke: Politische Vertrauenskrise?. Die kommunikative Konstruktion von Politikervertrauen im lebensweltlichen Kontext.....	639
Katrin Jungnickel: Interdisziplinäre Meinungsführerforschung. Eine systematische Literaturanalyse.....	640
Christian Katzenbach: Governance – Technik – Kommunikation. Perspektiven einer kommunikationswissenschaftlichen Governance-Forschung.....	641
Sabrina Heike Kessler: Das ist doch evident! . Eine Analyse dargestellter Evidenzframes und deren Wirkung am Beispiel von TV-Wissenschaftsbeiträgen....	642
Stephanie von Luttitz: Kirchliche Analphabeten. Der öffentliche Diskurs zwischen den Medien und der katholischen Kirche.....	643
Sünje Paasch-Colberg: Die Bedeutung politischer Themen im Wahlkampf. Ein interdisziplinäres Modell und eine empirische Mehrebenen-Analyse medialer Thematisierungswirkungen im Bundestagswahlkampf 2009.....	644
Wiebke Schoon: Lokale Verortungen und (trans)nationale Verflechtungen im Journalismus . Theoretische Perspektiven und Impulse des Kosmopolitismuskonzepts sowie empirische Analysen am Beispiel der Reiseberichterstattung in der ZEIT und der F.A.Z.....	645

Matthias Berg

Kommunikative Mobilität

Die mediale Vernetzung beruflich mobiler Menschen

Kontakt	ZeMKI, Universität Bremen, Linzer Straße 4, 28359 Bremen, mberg@uni-bremen.de
Jahr der Promotion	2015
Fach der Promotion	Kommunikations- und Medienwissenschaft
Promoviert an der Universität	Bremen
Erstbetreuer	Prof. Dr. Andreas Hepp
Dissertationsform	monographisch
Ort und Jahr der Veröffentlichung	Wiesbaden: Springer VS, 2017, DOI 10.1007/978-3-658-15941-2

Die umfassende Mobilisierung von Gesellschaften hat zur Folge, dass soziale Beziehungen immer mehr durch den Wechsel von An- und Abwesenheit charakterisiert sind. Gleichzeitig hat der jüngste, von Digitalisierung geprägte Mediatisierungsschub zu einem nie dagewesenen Maß an kommunikativer Konnektivität geführt. Die hierbei entstehenden Wechselverhältnisse von Mobilität und Kommunikation, von Menschen und ihren kommunikativen Beziehungen in Bewegung stehen im Mittelpunkt dieser Studie. Sie werden am Beispiel berufsbedingter Mobilität vor dem Hintergrund zunehmend individualisierter Karriereverläufe und Arbeitsmarktsituationen erforscht. Entsprechend lautet die zentrale Fragestellung, durch welche Handlungsmuster die kommunikative Mobilität von Menschen bei erhöhter beruflicher Mobilität gekennzeichnet ist, und wie sie vor diesem Hintergrund ihre sozialen Beziehungen kommunikativ herstellen. Die Kommunikationsnetzwerkanalyse von 22 Umgezogenen, Wochenendpendlern und Varimobilen basiert auf qualitativen Interviews, offenen Netzwerkzeichnungen und teilstandardisierten Medientagebüchern. Sie kommt zu dem Ergebnis, dass in einer solchen Lebenssituation Mobilität, soziale Beziehungen und interpersonale Medienkommunikation auf komplexe Art und Weise ineinander greifen. Als zentrale Untersuchungsebenen werden unterschiedliche Formen lokaler Mobilität sowie Strukturen und Praktiken kommunikativer Vernetzung herausgearbeitet. Diese fließen in der Analyse von unterscheidbaren Prozessmustern kommunikativer Mobilität zusammen. Den Abschluss der Arbeit bildet ein Theorieentwurf kommunikativer Mobilität.

Schlüsselwörter: kommunikative Mobilität, Mediatisierung, interpersonale Medienkommunikation, qualitative Netzwerkanalyse, Medientagebuch

Felix Frey

Medienrezeption als Erfahrung

Theorie und empirische Validierung eines integrativen Rezeptionsmodus

Kontakt	Universität Leipzig, Institut für Kommunikationswissenschaft, Burgstr. 21, 04109 Leipzig, ffrey@uni-leipzig.de
Jahr der Promotion	2015
Fach der Promotion	Kommunikationswissenschaft
Promoviert an der Universität	Leipzig
Erstbetreuer	Prof. Dr. Werner Früh
Dissertationsform	monographisch
Ort und Jahr der Veröffentlichung	Wiesbaden: Springer VS, 2017, DOI: 10.1007/978-3-658-17403-3

Insbesondere im Zusammenhang mit narrativen Kommunikationsformen wird Medienrezeption verschiedentlich als „Quasi-Erfahrung“, „stellvertretende“ oder „Ersatz-Erfahrung“ beschrieben. Daran anknüpfend entwickelt die Studie zunächst auf psychologischer, phänomenologischer und kommunikationswissenschaftlicher Basis den Idealtypus eines erfahrungshaften, also der Primärerfahrung äquivalenten Rezeptionsmodus. Er verbindet Elemente auf drei Ebenen: Ein prozedurales Schema steuert Verarbeitungsprozesse, die über Feedbackprozesse ein spezifisches erfahrungshafte Erleben hervorbringen. Ausgehend von dieser Konzeptualisierung werden zunächst mögliche Einflussfaktoren und Wirkungspotentiale erfahrungshafter Rezeption identifiziert und in Auswahl in zwei Laborstudien anhand journalistischer Artikel geprüft. Die erste Studie mit 85 Teilnehmern untersuchte mit Hilfe eines Reaktionszeitparadigmas und linearer Mehrebenenmodelle die Ebene der erfahrungshaften Verarbeitungsprozesse. Die zweite Studie, ein Fragebogenexperiment mit 237 Teilnehmern, richtete sich auf das erfahrungshafte Rezeptionserleben. Während die Befunde für die Ebene der Verarbeitungsprozesse nicht eindeutig ausfielen, zeigte sich für das erfahrungshafte Erleben erwartungsgemäß, dass narrative, feinkörnige und lokalisiert-spezifische Darstellungen sowie verschiedene Rezipientenmerkmale die Erfahrunghaftigkeit der Rezeption erhöhen. Mit der Erfahrunghaftigkeit wiederum steigen die emotionale Aktivierung, kognitive Elaboration, das Themeninteresse, die wahrgenommene Relevanz, Attraktivität, Informativität, Objektivität und Glaubwürdigkeit der Artikel für die Rezipienten. Zusammenfassend leistet das Konzept des erfahrungshaften Rezeptionsmodus einen Beitrag zur Beschreibung und Erklärung von Medienrezeptionsprozessen – auch als Mediator in etablierten Wirkungsmodellen – und integriert und systematisiert dabei eine Reihe vorhandener Konzepte im Umfeld narrativer Kommunikation.

Schlüsselwörter: Narrativität, Erfahrung, Rezeptionsmodus, Journalismus, Experiment

Regina Greck

Elitäre Verhältnisse

Selbst- und Fremdbild der Eliten in Journalismus und Politik

Kontakt	KU Eichstätt-Ingolstadt, Ostenstraße 25, 85072 Eichstätt, regina.greck@ku.de
Jahr der Promotion	2016
Fach der Promotion	Kommunikationswissenschaft
Promoviert an der Universität	Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt
Erstbetreuer	Prof. Dr. Klaus-Dieter Altmeppen
Dissertationsform	monographisch
Ort und Jahr der Veröffentlichung	Wiesbaden, Springer VS, 2016, DOI 10.1007/978-3-658-15268-0

Diese Studie stellt die Eliten in Journalismus und Politik in den Mittelpunkt, da die Forschung sie in der politischen Kommunikation innerhalb der Kommunikationswissenschaft bisher vernachlässigt hat. Sie präsentiert die Ergebnisse einer der wenigen quantitativen Untersuchungen des Selbst- und Fremdbildes beider Eliten. Geprüft werden die Theorien der Medialisierung und des Agenda Setting aus dem Blickwinkel der befragten Journalistinnen und Journalisten bei Leitmedien sowie den Bundestagsabgeordneten. Insbesondere wurde analysiert, ob der prognostizierte wachsende Einfluss der klassischen und neuen Medien die Beziehungen und das Verhalten der Akteure zueinander beeinflusst. Dabei stützt sich die vorliegende Studie bei der Auswahl der Befragten auf einen pluralistischen elitetheoretischen Ansatz und verbindet diesen mit dem gesellschaftstheoretischen Modell der Akteur-Struktur-Dynamiken nach Schimank. Im Gegensatz zu anderen Kommunikatorstudien zeigen sich die Journalisten eher als erklärende Wachhunde, die ihre Kritikerfunktion deutlicher hervorheben als der Durchschnitt der Journalisten. Politiker hingegen nehmen Journalisten eher als Meinungsmacher wahr – eventuell ein Grund, weswegen die Abgeordneten Social-Media-Kanäle als wichtiges Kommunikationsmittel mit Bürgern und Wählern sehen, da diese ihnen die Möglichkeiten der direkten „Massenkommunikation“ mit ihnen ermöglichen. Dazu passt, dass sie sich selbst nicht mehr als Medienpolitiker einschätzen, sondern sich eher als fachkompetenter Teamplayer präsentieren.

Schlüsselwörter: Medialisierung, Kommunikatorforschung, Politische Kommunikation, Eliteforschung, Onlinebefragung

Josef F. Haschke

Politische Vertrauenskrise?

Die kommunikative Konstruktion von Politikertrauen im lebensweltlichen Kontext

Kontakt	haschke@phil.hhu.de
Jahr der Promotion	2016
Fach der Promotion	Kommunikationswissenschaft
Promoviert	
an der Universität	Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf
Erstbetreuer	Prof. Dr. Ralph Weiß
Dissertationsform	monographisch
Ort und Jahr	Wiesbaden: Springer VS, 2016,
der Veröffentlichung	DOI: 10.1007/978-3-658-14690-0

Die Dissertation widmet sich der Vertrauensbeziehung zwischen Bürgern und Politikern. Die grundlegende These ist, dass die pauschale Diagnose einer Vertrauenskrise eine Vereinfachung darstellt, solange nicht klar ist, was Menschen überhaupt unter Vertrauen verstehen. Umfragen, die regelmäßig erschreckend niedrige Vertrauenswerte gegenüber Politikern zutage fördern, unterliegen aber genau diesem Trugschluss: Implizit wird unterstellt, dass es ein gemeinsam geteiltes Sinnverständnis gebe, was Vertrauen im Allgemeinen und vertrauenswürdige Politiker im Speziellen ausmacht. Mit dieser Problematik setzt sich die Arbeit auseinander. Aufbauend auf einem theoretischen Analysemodell, in dem Erkenntnisse aus der Sozialpsychologie, der Soziologie, der Politikwissenschaft sowie der Kommunikations- und Medienwissenschaft integriert werden, wird der Frage nachgegangen, ob sich heterogene Sinnkonstruktionen des scheinbar so vertrauten Begriffs des Vertrauens identifizieren lassen. Die Ursache dieser Heterogenität wird insbesondere in unterschiedlichen politischen Wertvorstellungen vermutet, daher wird in der Arbeit eine milieutheoretische Perspektive eingenommen. Die Auswertung von 24 qualitativen Leitfadeninterviews mit Angehörigen verschiedener politischer Milieus bringt eine Typologie politischer Vertrauensurteile zum Vorschein. Es zeigt sich, dass je nach lebensweltlichem Kontext unterschiedliche alltägliche Konzeptionen von politischem Vertrauen existieren. Angehörige unterschiedlicher Milieus unterscheiden sich darin, ob Vertrauen gegenüber Politikern für sie überhaupt relevant ist, aus welchen Dimensionen sich ihre Vertrauens- bzw. Misstrauensurteile zusammensetzen und in welchem Modus sie zu diesen Urteilen kommen. Dabei wird ein grundlegendes Muster sichtbar: Der milieuspezifische Blick auf das Politische organisiert auch den typischen Blick auf Politiker und die vertrauensbezogenen Anforderungen, die an sie gestellt werden. Die Ergebnisse tragen zu einem differenzierteren Verständnis der politischen Vertrauenskrise bei: Wenn es nicht das eine politische Vertrauen gibt, ist konsequenterweise auch die Annahme einer allgemeinen politischen Vertrauenskrise nicht zu halten.

Schlüsselwörter: politisches Vertrauen, Milieutheorie, Kommunikationspraxis, Typologie politischer Vertrauensurteile

Katrin Jungnickel

Interdisziplinäre Meinungsführerforschung

Eine systematische Literaturanalyse

Kontakt	katrin.jungnickel@tu-ilmenau.de
Jahr der Promotion	2017
Fach der Promotion	Kommunikationswissenschaft
Promoviert	
an der Universität	Hohenheim
Erstbetreuer	Prof. Dr. Wolfgang Schweiger
Dissertationsform	monographisch
Ort und Jahr	
der Veröffentlichung	Wiesbaden, 2017, DOI: 10.1007/978-3-658-17786-7

Katrin Jungnickel befasst sich aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht mit Meinungsführern als Personen, die andere in besonderem Maße informieren und beeinflussen. Die Autorin zeigt, dass das Phänomen Meinungsführerschaft in verschiedenen Bereichen von Interesse ist: Unternehmen möchten wissen, wie und von wem Meinungen über ihr Produkt verbreitet werden. Im Gesundheitswesen erhofft man sich Einblick in die Diffusion von gesundheitsbewussten Verhaltensweisen. In der Politik fragt man danach, wie Meinungsführer Wahlentscheidungen beeinflussen. Gleichzeitig feilt die Informatik an Algorithmen, um einflussreiche Nutzer auf Online-Plattformen zu erkennen. Mit Hilfe einer systematischen Literaturanalyse von 443 wissenschaftlichen Beiträgen der letzten 20 Jahre sammelt und ordnet das Buch alle diese Forschungsrichtungen. Es liefert einen umfassenden Überblick über Erkenntnisse der Meinungsführerforschung, ihre interdisziplinäre Vernetzung und methodische Weiterentwicklung.

Schlüsselwörter: Meinungsführer, Influentials, Multi-Step-Flow

Christian Katzenbach

Governance – Technik – Kommunikation

Perspektiven einer kommunikationswissenschaftlichen Governance-Forschung

Kontakt	HIIG, Französische Str. 9, 10117 Berlin, katzenbach@hiig.de
Jahr der Promotion	2016
Fach der Promotion	Kommunikationswissenschaft
Promoviert an der Universität	Freie Universität Berlin
Erstbetreuer	Prof. Dr. Klaus Beck
Dissertationsform	monographisch
Ort und Jahr der Veröffentlichung	Berlin, 2016, Freie Universität Berlin, http://www.diss.fu-berlin.de/diss/receive/FUDISS_thesis_00000103153

Diese Arbeit entwickelt Perspektiven einer kommunikationswissenschaftlichen Governance-Forschung. Für dieses Vorhaben bringt die Arbeit die sozial- und rechtswissenschaftlichen Debatten um den Governance-Begriff und neuere Institutionentheorien mit techniksoziologischen Konzepten zusammen und bezieht diese auf kommunikationspolitische Fragen. Im Ergebnis versteht die Arbeit Governance als reflexive Koordination, d. h. als Verständigungsprozesse über Regeln der medialen Kommunikation. Medientechnik in Form von Infrastrukturen, Geräten, Diensten und Algorithmen wird in dieses Konzept integriert als eine Dimension der Institutionalisierung von Regeln, Erwartungen und Handlungsmustern.

Auf dieser konzeptuellen Grundlage formuliert die Arbeit vier Perspektiven kommunikationswissenschaftlicher Governance-Forschung und illustriert diese am Feld Urheberrecht: (1.) eine regulative Perspektive, die die Entstehung, Formulierung und Durchsetzung expliziter und verbindlicher Regeln adressiert; (2.) eine normative Perspektive, die die Aushandlung, Institutionalisierung und Auflösung normativer Erwartungen an medienkommunikatives Handeln in den Blick nimmt; (3.) eine diskursive Perspektive, die auf die koordinative und ordnende Funktion von Deutungsmustern und Diskursen schaut; (4.) und eine technische Perspektive, die die medientechnische Fundierung von Kommunikation gleichermaßen als Ergebnis wie als Impulsgeber gesellschaftlicher Institutionalisierung versteht, und Technik damit sowohl soziale Kommunikation strukturiert und rahmt als auch selbst Ergebnis von gesellschaftlichen Aushandlungsprozessen ist.

Mit diesem Konzept trägt die Arbeit zur theoretischen Weiterentwicklung der Kommunikationspolitik bei, zur Integration verschiedener Perspektiven innerhalb der Kommunikationswissenschaft sowie zur Entwicklung eines Vokabulars zur Beschreibung von Technik jenseits des Entweder-Oder von deterministischen und konstruktivistischen Positionen.

Schlüsselwörter: Governance, Theorie, Kommunikationspolitik, Technik, Algorithmen

Sabrina Heike Kessler

Das ist doch evident!

Eine Analyse dargestellter Evidenzframes und deren Wirkung am Beispiel von TV-Wissenschaftsbeiträgen

Kontakt	Friedrich-Schiller-Universität Jena, Institut für Kommunikationswissenschaft, Ernst-Abbe-Platz 8, 07743 Jena
Jahr der Promotion	2015
Fach der Promotion	Kommunikationswissenschaft
Promoviert an der Universität	Friedrich-Schiller-Universität Jena
Erstbetreuer	Prof. Dr. Georg Ruhrmann
Dissertationsform	monographisch
Ort und Jahr der Veröffentlichung	Baden-Baden: Nomos, 2016, Reihe Medien Gesundheit: Band 12, www.nomos-shop.de/27543 ; ISBN 978-3-8487-3181-7 (Print); ISBN 978-3-8452-7546-8 (ePDF)

Medizinische Sachverhalte werden in TV-Wissenschaftsbeiträgen unterschiedlich untermauert oder widerlegt; sie werden unterschiedlich evident dargestellt. Wissenschaftsjournalist*Innen stellen dabei verschiedene Quellen von Evidenz (bspw. Studien, Fallbeispiele oder Expert*Innenmeinungen) mit jeweils unterschiedlichen Argumentationen dar. Wie Sachverhalte in TV-Wissenschaftsbeiträgen belegt werden, hat einen Einfluss darauf, welche Überzeugungen die Rezipient*Innen über diese haben. Mittels standarisierter Inhaltsanalyse und der Methodenerweiterung durch die Evidenztheorie von Dempster und Shafer (1976) wurden zunächst Belegstrukturen identifiziert und anschließend in einem Experiment untersucht, ob und wie diese auf die Überzeugungen der Rezipient*Innen wirken. In der Synopse wird ein Modell erstellt, welches den dynamischen Wirkprozess der formal-abstrakten Evidenzframes abbildet; die Rolle der Voreinstellung wird dabei herausgestellt.

Schlüsselwörter: Wissenschafts- und Gesundheitskommunikation, Evidenz, TV-Wissenschaftsmagazine, Evidenztheorie, Persuasion

Stephanie von Luttitz

Kirchliche Analphabeten

Der öffentliche Diskurs zwischen den Medien und der katholischen Kirche

Kontakt	Ottostraße 19, 80333 München, stephanie.luttitz @gmx.de
Jahr der Promotion	2015
Fach der Promotion	Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Promoviert an der Universität	Wien
Erstbetreuer	Univ.-Prof. Dr. Jürgen Grimm
Dissertationsform	monographisch
Ort und Jahr der Veröffentlichung	Münster, 2016, LIT Verlag (Reihe: Religion – Medien – Kommunikation; Bd. 8)

Der Problemfokus der Dissertation ist die Analyse des Kommunikationsstands zwischen Medien und Religion – am Beispiel der katholischen Kirche. Wie wird in einer weithin säkular bestimmten massenmedialen Öffentlichkeit über die Kirche kommuniziert? In diesem Zusammenhang werden Unterschiede zwischen dem vom Protestantismus geprägten Deutschland und dem mehrheitlich katholischen Österreich festgestellt. Mithilfe der Theorie des kommunikativen Handelns (Jürgen Habermas) wird die verständigungsorientierte Kommunikation als Qualitätskriterium des Journalismus formuliert. Die Diskursqualität steigt, wenn Akteure ihre Positionen begründen, Lösungsvorschläge bei strittigen Themen geben, respektvoll miteinander umgehen und Zweifel artikulieren. Als Methode dienen eine quantitative Inhaltsanalyse ausgewählter Zeitungen (N=1689, Zeitraum 2012–2014) und Expertenbefragungen mit kirchlichen PR-Sprechern und Journalisten. Die Ergebnisse zeigen, dass ein problemzentrierter und respektvoller Diskurs die Medien prägt. Dabei bauen Journalisten Handlungsdruck gegenüber der Kirche bei der Sexual- und Morallehre und den Skandalen auf. Bei „spirituellen“ Themen sinkt die Verständigungsorientierung. In Deutschland ist der Diskurs mehr von Skandalen und in Österreich mehr von Spiritualität und Reformen geprägt. Zudem wird bei steigender Diskursqualität die kirchenbezogene Tendenz negativer. Bei der diskursiven Dynamik bekommen kirchliche Themen folglich eine negative Ausrichtung. Von journalistischer Seite herrschen Verständnisprobleme aufgrund einer veralteten Sprache der Kirche und inhaltliche Zweifel gegenüber der Lehre und der kirchlichen Argumentationsstruktur, die sich auf ein sündhaftes Verhalten der Menschen versteift. Für die Kirche lässt sich eine Medienangst konstatieren, die aus einem Missverstehen der journalistischen Arbeitsweise resultiert. Eine Diskursresignation bei der kirchlichen Lehre ist die Folge. Beide Parteien nehmen einen medialen kirchlichen Analphabetismus wahr.

Schlüsselwörter: Qualitätsjournalismus, Religion, Inhaltsanalyse, Expertenbefragung, Framing

Sünje Paasch-Colberg

Die Bedeutung politischer Themen im Wahlkampf

Ein interdisziplinäres Modell und eine empirische Mehrebenen-Analyse medialer Thematisierungswirkungen im Bundestagswahlkampf 2009

Kontakt	FU Berlin, Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Garystr. 55, 14195 Berlin, s.colberg@fu-berlin.de
Jahr der Promotion	2015
Fach der Promotion	Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Promoviert an der Universität	Freie Universität Berlin
Erstbetreuer	Prof. Dr. Joachim Trebbe
Dissertationsform	monographisch
Ort und Jahr der Veröffentlichung	Wiesbaden: Springer VS, 2017

Ziel der Dissertation ist es, den Stellenwert medialer Thematisierungseffekte für die individuelle Wahlentscheidung theoretisch und empirisch zu untersuchen sowie die kommunikationswissenschaftliche Medienwirkungs- und die politikwissenschaftliche Wahlforschung stärker als bisher miteinander zu verschränken. Ausgangspunkt sind der Agenda Setting- und der Priming-Ansatz sowie die großen theoretischen Strömungen der Wahlforschung.

Im allgemeinen Teil der Arbeit werden zunächst verschiedene theoretische Perspektiven auf mediale Thematisierungseffekte und deren zentrale Begriffe diskutiert und Forschungslücken in der Priming-Forschung aufgezeigt. Anschließend wird herausgearbeitet, dass Themen aus der Perspektive des soziologischen, des sozialpsychologischen und des Rational Choice-Ansatzes als ein Erklärungsfaktor für individuelles Wahlverhalten herangezogen werden können und inwiefern diese Modelle Anknüpfungspunkte zur Untersuchung von Medieninhalten und Mediennutzung aufweisen. Darauf aufbauend wird ein interdisziplinäres Modell der individuellen Wahlentscheidung entwickelt. Im empirischen Teil der Arbeit wird das entwickelte Modell mithilfe einer Sekundäranalyse von Inhaltsanalyse- und Befragungsdaten aus dem Bundestagswahlkampf 2009 geprüft. Der Fokus liegt dabei auf der Analyse von Priming auf der Aggregat- und der Individualebene. Die Zeitreihenanalysen ergeben gemischte Befunde, die vor dem Hintergrund der intervenierenden Themencharakteristika allerdings sinnvoll zu interpretieren sind. Auf der Individualebene können Priming-Effekte überzeugender nachgewiesen werden: Verschiedene Perspektiven auf die Zusammenhänge zwischen themenspezifischen Einstellungen, individueller Themensalienz und individuellem Wahlverhalten zeigen Priming-Effekte für verschiedene Abstraktionsebenen von Themen, für verschiedene Themen und Parteien.

Schlüsselwörter: Priming, Agenda Setting, Wahlentscheidung, Mehrmethoden-Design, Zeitreihenanalyse

Wiebke Schoon

Lokale Verortungen und (trans)nationale Verflechtungen im Journalismus

Theoretische Perspektiven und Impulse des Kosmopolitismuskonzepts sowie empirische Analysen am Beispiel der Reiseberichterstattung in der ZEIT und der F.A.Z.

Kontakt	wiebkeschoon@gmx.de
Jahr der Promotion	2016
Fach der Promotion	Journalistik- und Kommunikationswissenschaft
Promoviert an der Universität	Hamburg
Erstbetreuerin	Prof. Dr. Irene Neverla
Dissertationsform	monographisch
Ort und Jahr der Veröffentlichung	Hamburg, 2016, http://ediss.sub.uni-hamburg.de/volltexte/2016/7937/

Die Dissertation leistet einen Beitrag zur theoretischen Fundierung und Perspektiverweiterung der globalisierungssensiblen und europabezogenen Journalismusforschung. Dies erfolgt über die Aufarbeitung und die Integration des kultur- und sozialwissenschaftlichen Kosmopolitismuskonzepts. Im Zuge der Arbeit wird ein Analyserahmen aufgespannt, innerhalb dessen journalistische Repräsentationen lokaler Verortungen und (trans)nationaler Verflechtungen theoretisch reflektiert, empirisch untersucht und der normativen Kritik zugänglich werden. Innerhalb dieses Rahmens können auch Leistungen und Potenziale journalistischer Angebote jenseits des politischen Nachrichtenjournalismus theoriegeleitet erfasst werden. Ausgangspunkt der Arbeit ist die kommunikations- und journalismuswissenschaftliche Europaforschung. Es werden Impulse aus der interdisziplinären kultur- und sozialwissenschaftlichen Forschung zur Europäisierung aufgenommen. Ausgehend von Ulrich Becks Publikationen zum Neuen Kosmopolitismus wird darauf aufbauend das sozial- und kulturwissenschaftliche Kosmopolitismuskonzept expliziert, welches im Zuge einer kritischen Auseinandersetzung eingebettet wird in die kosmopolitische Soziologie. Bestehende Auseinandersetzungen innerhalb der medien- und kommunikationswissenschaftlichen Forschung mit dem Kosmopolitismuskonzept werden skizziert und das weiterführende Forschungspotenzial für die Journalismusforschung erschlossen. Diese breit angelegte theoretische Perspektive wird sodann bezogen auf den Tourismus und den Reisejournalismus. Reisejournalistisches Text- und Bildmaterial wird beschrieben als exemplarisches Feld zur Illustration der im Kontext des Kosmopolitismuskonzepts generierten Perspektiven und Impulse. Schließlich werden Aspekte des Analyserahmens und der daraus entwickelten übergeordneten Forschungsperspektiven und -fragen in ein pragmatisches Forschungsdesign überführt und am Beispiel reisejournalistischer Inhalte der ZEIT und der F.A.Z. operationalisiert.

Schlüsselwörter: Kosmopolitismus, Transkulturalität, Europäisierung, kulturosoziologische Journalismusforschung, Reisejournalismus