SCM
Studies in Communication | Media

RESEARCH-IN-BRIEF

Wie verändert sich die politische Kommunikation durch Online-Medien und welche politischen Folgen hat das?
Profil der DFG-Forschergruppe 1381 „Politische Kommunikation in der Online-Welt“

How Do Online Media Change Political Communication and What are the Political Effects?
Profile of the DFG Research Unit 1381 “Political Communication in the Online-World”

Gerhard Vowe & Natalie Völker

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2011-2-355, am 12.10.2024, 05:21:55
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Gerhard Vowe, Univ.-Prof. Dr.
Sprecher der DFG-Forschergruppe 1381 „Politische Kommunikation in der Online-Welt“
Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf
Institut für Sozialwissenschaften
Lehrstuhl für Kommunikations- und Medienwissenschaft I
Universitätsstraße 1
40225 Düsseldorf
vowe@uni-duesseldorf.de

Natalie Völker, Dipl.-Medienwiss.
Koordinatorin der DFG-Forschergruppe 1381 „Politische Kommunikation in der Online-Welt“
Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf
Institut für Sozialwissenschaften
Lehrstuhl für Kommunikations- und Medienwissenschaft I
Universitätsstraße 1
40225 Düsseldorf
natalie.voelker@phil.uni-duesseldorf.de

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2011-2-355, am 12.10.2024, 05:21:55
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Wie verändert sich die politische Kommunikation durch Online-Medien und welche politischen Folgen hat das?

Profil der DFG-Forschergruppe 1381 „Politische Kommunikation in der Online-Welt“

How Do Online Media Change Political Communication and What are the Political Effects?

Profile of the DFG Research Unit 1381 “Political Communication in the Online-World”

Gerhard Vowe & Natalie Völker

Zusammenfassung: Im Mai 2011 hat die Forschergruppe „Politische Kommunikation in der Online-Welt“ ihre Arbeit aufgenommen. Sie untersucht in sieben Teilprojekten die *Frage*, wie sich politische Kommunikation im Zuge der Diffusion der Online-Medien verändert und welche politisch relevanten Folgen dieser strukturelle Wandel hat. *Hauptziel* der Forschergruppe ist ein empirisch basierter Beitrag zur Theoriebildung. Weitere Ziele sind die Ausbildung von Nachwuchs für die politische Kommunikationsforschung und die Entwicklung eines Musters für die Organisation kooperativer Forschung. Um das zu erreichen, ist eine *Struktur* entwickelt worden, in der die Teilprojekte thematisch, methodisch und kommunikativ vernetzt werden. Die kognitive Basis bildet ein gemeinsames *Rahmenmodell* des strukturellen Wandels der poltischen Kommunikation, seiner Voraussetzungen und Folgen. In ihrem *Arbeitsprogramm* orientiert sich die Forschergruppe an den Phasen der Theoriebildung: Bis 2013 werden die theoretischen Ansätze empirisch auf ihre Tauglichkeit für die politische Online-Kommunikation geprüft. In der zweiten Phase sollen bis 2017 die Ergebnisse zu einer modularisierten Theorie integriert werden.

Schlagwörter: Onlineforschung, Politische Kommunikation, Verbundforschung, Medienwandel, Medienwirkungsforschung, Internet

Abstract: The Research Unit “Political Communication in the Online World” started its work in May 2011. Its seven subprojects intend to answer the *question* in how far political communication can be proved to change due to online media and what impact this, in turn, has on politics. The *major objective* is to test and combine a number of theoretical approaches in the field of online communication into one middle range theory. Further objectives are the education of young academics for international political communication research and the development of an innovative form of organization for collaborative research projects. To achieve these objectives, a *structure* has been developed, linking the subprojects by shared topics, coordinated methods and a communication infrastructure.

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2011-2-355, am 12.10.2024, 05:21:55
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

The cognitive basis is formed by a conjunct *model* of the change in political communication, its preconditions and its consequences. The *working program* is based on the milestones for the development of the theory: During the first three years, the theoretical approaches are tested in the field of online communication. Then there will be an evaluation followed by the second phase which consists in integrating the approaches into one theory made up of different modules.

Keywords: Online Research, Political Communication, Collaborative Research, Media Change, Media Impact Studies, Internet

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2011-2-355, am 12.10.2024, 05:21:55
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Was auch immer in letzter Zeit politisch für Aufsehen gesorgt hat – das Internet spielt dabei eine tragende Rolle, mal mehr, mal weniger offensichtlich. Ob „Arabellion“ oder der Afghanistankrieg, ob der Rücktritt zu Guttenbergs oder die Abkehr der Wähler von der FDP, ob Finanzmarkt- oder Eurokrise – immer fällt der Blick auch auf das Internet und die darauf basierenden Kommunikationsplattformen und Informationsquellen, Organisationsinstrumente und Mobilisierungsmöglichkeiten.

Das Internet ist mehr als eine Erweiterung unseres Medienrepertoires um zusätzliche Kanäle; es bildet vielmehr eine vollkommen neue *Infrastruktur* für jegliche Form gesellschaftlicher Kommunikation. Es ermöglicht *Online-Medien*, also Medien, die technisch auf vernetzten Computern basieren, wie z. B. Nachrichtenseiten (*SPIEGEL ONLINE*), Videoplattformen (*YouTube*), Microblogging (*Twitter*), Suchmaschinen (*Google*), kollaborative Enzyklopädien (*Wikipedia*), Einkaufsportale (*E-Bay*), Tauschbörsen (*The Pirate Bay*) oder soziale Netzwerke (*facebook*). Online-Medien sind „Hybridmedien“ (Höflich, 1997); damit geben sie der sozialen Kommunikation ein neues Gefüge. Denn in ihnen werden unterschiedliche *Kommunikationsfunktionen* verknüpft: Innerhalb eines Medienrahmens kann informiert und interagiert werden, und ohne Medienbruch können Transaktionen wie Voten, Spenden oder Käufe angeschlossen werden. Und vor allem ermöglichen sie neuartige Kombinationen unterschiedlicher *Kommunikationsformen*: Individual- (*one to one*), Gruppen- (*few to few*), und Massenkommunikation (*one to many*) waren vordem scharf getrennt – technisch, praktisch, wissenschaftlich, rechtlich, wirtschaftlich, politisch. Besonders anschaulich wird dies in einem Smartphone oder einem Tablet, mit denen eine ubiquitäre und simultane Beteiligung an allen diesen Kommunikationsformen ermöglicht wird. Das macht herkömmliche Grenzziehungen obsolet und wirft neue Differenzen auf, die quer zu den vertrauten Einteilungen der überkommenen Sphärenmodelle stehen. Das ist ein epochaler Schritt: Es verändern sich die Strukturen des Öffentlichen und damit auch der politischen Kommunikation zwischen Bürgern, politischen Organisationen und Medien.

1. Fragestellung: Voraussetzungen und Folgen des Wandels politischer Kommunikation

Wie nachhaltig und wie tiefgreifend die Dynamik der Online-Kommunikation die Politik verändert hat – das sind weitgehend offene Fragen, zu denen viele spekulative Antworten zu finden sind. Ungeklärt ist, in welchem Verhältnis der Einfluss der Online-Medien steht zum Einfluss der vielen anderen Faktoren, die für politische Geschehnisse von Belang sind. Die Klärung dieser Zusammenhänge ist Aufgabe der Forschergruppe „Politische Kommunikation in der Online-Welt“, die von der Deutschen Forschungsgemeinschaft gefördert wird. Nach einer fast dreijährigen Vorbereitungsphase nahm sie im Mai 2011 ihre Arbeit auf. Sie hat sich vorgenommen, folgende Frage zu beantworten: *Wie verändert sich politische Kommunikation im Zuge der Diffusion der Online-Medien und welche politisch relevanten Folgen hat dieser strukturelle Wandel?* Es gilt also erstens zu klären, wie grundlegend und

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2011-2-355, am 12.10.2024, 05:21:55
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

weitreichend der Wandel der politischen Kommunikation ist. In welchem Maße prägen die Online-Medien eine bislang von Presse und Rundfunk dominierte politische Kommunikation? Es gilt zweitens zu klären, welche Bedeutung dies für kollektiv bindende Entscheidungen hat. Ist dies mit den politisch relevanten Folgen vergleichbar, die der Diffusion des Radios vor 90 Jahren und des Fernsehens vor 50 Jahren zugeschrieben werden?

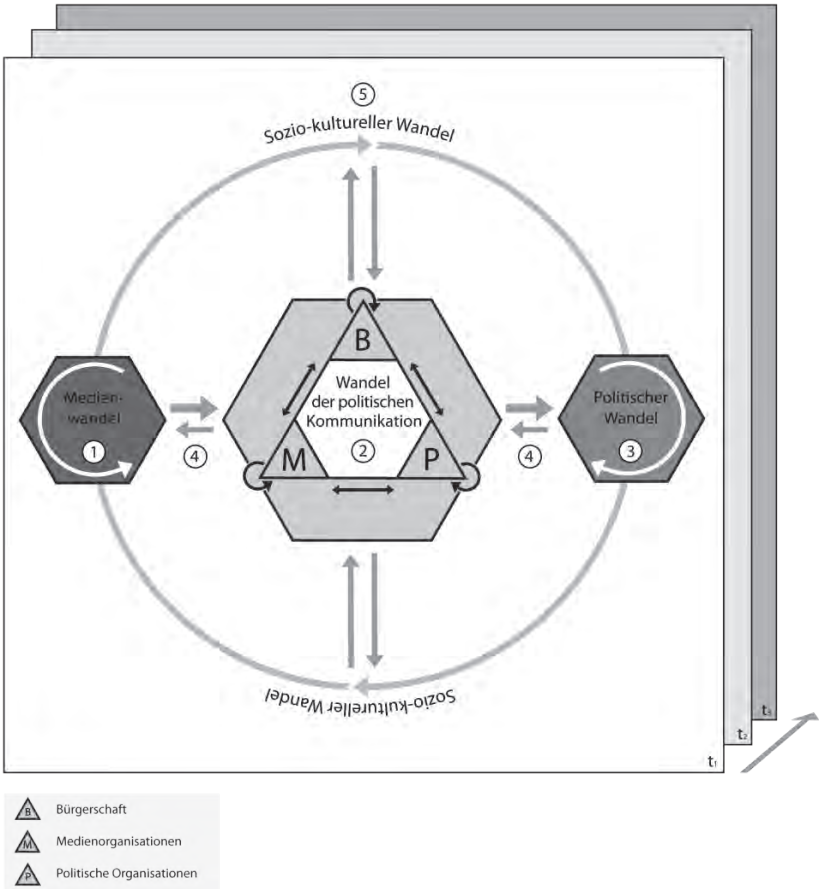
2. Ziele der Forschergruppe: Grundlagenforschung, Qualifizierung, Erprobung von Forschungsorganisation

Die Forschergruppe „Politische Kommunikation in der Online-Welt" verfolgt in erster Linie das Ziel, in *empirischer Forschung* grundlegende Antworten auf die leitende Frage zu suchen. Der Wandel der politischen Kommunikation im Zusammenhang mit dem Medienwandel und dem politischen Wandel soll in sieben Längsschnittstudien untersucht werden, die an verschiedenen Aspekten politischer Kommunikation ansetzen. Dies erfordert eine Verzahnung von analytischen Perspektiven – Individual-, Organisations- und Gesellschaftsperspektive – und von Methoden – insbesondere Befragungen, Inhaltsanalysen und Organisationsanalysen. Nach und nach kann so ein facettiertes Gesamtbild der Zusammenhänge entstehen. Eine derart umfassend angelegte empirische Rekonstruktion der grundlegenden Transformation politischer Kommunikation hat auch im internationalen Maßstab kein Vorbild. In den einzelnen Teilprojekten (TPen) werden theoretische Ansätze der politischen Kommunikationsforschung im Feld der Online-Medien geprüft und modifiziert. Aus der Vielzahl einzelner theoretischer Ansätze soll über die Zwischenschritte der Erprobung und Integration ein flexibler Verbund von Theoriemodulen geschaffen werden. Wenn es auf diese Weise mittelfristig gelänge, den Zusammenhang von Medienwandel, Wandel der politischen Kommunikation und politischem Wandel methodisch kontrolliert aufzuklären, wäre eine theoretische Basis geschaffen, der über die politische Kommunikation hinaus Bedeutung für die Gesellschaftsanalyse insgesamt zukäme. Voraussetzung dafür ist, dass es gelingt, innovative Vorgehensweisen zu entwickeln, die der online-gestützten Kommunikation angemessen sind. Alles dies würde dazu beitragen, den Stellenwert der deutschen Kommunikationswissenschaft in der internationalen Wissenschaftskommunikation weiter zu erhöhen.

Darauf basieren zwei weitere Aufgaben: Zum einen soll die Forschergruppe einer der Orte werden, an denen der *Nachwuchs für die internationale politische Kommunikationsforschung* ausgebildet wird – in Form von Promotionen und in Form von Habilitationen. Zum anderen soll in und mit der thematisch fokussierten Forschergruppe ein *Muster für die Organisation kooperativer Forschung* in kleinteilig strukturierten Fächern wie der Kommunikationswissenschaft unter den Bedingungen regional verteilter Kapazitäten entwickelt und erprobt werden – einschließlich ihrer Einbettung in ein internationales Forschernetzwerk. In der Antragsphase wurden zu Kooperationspartnern vor allem aus den USA Verbindungen geknüpft, die in den nächsten Jahren zu einem stabilen Netz

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2011-2-355, am 12.10.2024, 05:21:55
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Abbildung 1: Rahmenmodell des Wandels politischer Kommunikation



Quelle: Eigene Darstellung

der Forschung zu politischer Online-Kommunikation ausgebaut werden.

3. Kognitive Basis der Forschergruppe: Rahmenmodell des Wandels politischer Kommunikation

Die Forschergruppe hat sich eine gemeinsame kognitive Basis erarbeitet; diese besteht aus einem Grundkonsens über die genannten Ziele, einem gemeinsamen Nenner in methodologischer Hinsicht – der Orientierung an der Logik empirischer Forschung in der Tradition des Kritischen Rationalismus – und einem Rahmenmodell, das die grundlegenden Variablen in einen Zusammenhang bringt (s. Abb. 1). Es beruht nicht auf einem einzelnen theoretischen Ansatz, sondern integriert verschiedene Forschungsstränge und wird in den einzelnen TPen konkretisiert. Die einzelnen Elemente des Modells werden in den folgenden Abschnitten erläutert.

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2011-2-355, am 12.10.2024, 05:21:55
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

3.1 Medienwandel

Als entscheidende Voraussetzung für den strukturellen Wandel der politischen Kommunikation fungiert in Fragestellung und im Modell die gegenwärtig dominante Form des *Medienwandels* (① in Abb.1), die *Diffusion der Online-Medien* (Rogers, 2003; Schweiger, 2007, S. 329f). Darunter wird hier die gesellschaftliche *Aneignung* der Potentiale des Internets verstanden – komplexe sozio-kulturelle Prozesse, in denen soziale Gruppen die Technologien in ihre spezifischen kommunikativen Praktiken einpassen und dabei verändern (Morley & Silverstone, 1992; Hepp, 2004; Berker et al., 2005).

3.2 Struktureller Wandel der politischen Kommunikation

Im Mittelpunkt des Modells und damit der Forschung steht der *strukturelle Wandel der politischen Kommunikation* (② in Abb.1) zwischen Bürgerschaft, politischen Organisationen und Medienorganisationen (McNair, 2007). Medien sind nicht der einzige Faktor, durch den sich politische Kommunikation verändert. Aber sie akzelerieren und akzentuieren den Wandel der politischen Kommunikation. Die in Online-Medien eingeschriebenen Muster prägen die politische Kommunikation unter mehreren Aspekten in jeweils *ambivalenter* Weise.

In *sozialer Hinsicht* zeichnen sich vor allem zwei markante Veränderungen der *Öffentlichkeit* ab:

(1) Im Zuge der Aneignung von Online-Medien verändern sich die *Akteurskonstellationen* der politischen Kommunikation (s. z. B. Rucht, Yang, & Zimmermann, 2008). Das Akteursdreieck verschiebt sich durch neue Allianzen und neue Konkurrenzen. Das im Rückblick halbwegs überschaubare Tableau einer von Rundfunk und Presse dominierten Medienwelt mutiert zu einem weit gespannten Netz höchst unterschiedlicher Teilnehmer – von Public-Interest-Groups und professionellen Vertretern spezifischer Anliegen bis zu Laienreportern und „grassroots journalists“ (Gillmor, 2004; Keen, 2008). Aus einem kartellierten öffentlichen Raum wird eine *fragmentierte Öffentlichkeit*, in der hochselektive Angebote auf spezifische Publikumsgruppen oder sogar Einzelpersonen zugeschnitten werden. Zugleich aber werden auf diese Weise Gruppen wie etwa Konsumentengruppen (z. B. im Bereich Lebensmittelsicherheit) in öffentliche Debatten einbezogen, die bislang allenfalls einen Beobachterstatus hatten, und Beziehungen zwischen Gleichgesinnten ermöglicht, die zuvor schon allein technisch nicht möglich waren.

(2) In Verbindung damit konfiguriert sich die Öffentlichkeit auch in ihrer *Ebenenstruktur* neu: Das Konzept aus Begegnungs-, Versammlungs- und Medienöffentlichkeit mit deutlichen Zäsuren zwischen den Arenen (Gerhards & Neidhardt, 1991) verliert an deskriptiver und explanativer Kraft angesichts der neuen *hybriden Kommunikationsformen*, wie sie die Online-Medien ermöglichen. Durch sie werden die interpersonale politische Kommunikation und die politische Gruppen- und Organisationskommunikation verschränkt mit dem öffentlichen Diskurs über Themen von allgemeinem Interesse. Dies eröffnet bislang nicht gekannte Möglichkeiten z. B. für die Führung von Wahlkämpfen oder für politische PR-Kampagnen.

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2011-2-355, am 12.10.2024, 05:21:55
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

In *inhaltlicher Hinsicht* wird durch Online-Medien beeinflusst, welche *Themen* die politische Kommunikation dominieren und welche *Positionen* dazu eingenommen werden können. Zu allen politischen Fragen steht im Netz eine Vielzahl von Stellungnahmen und Hintergrundinformationen weltweit und kostengünstig zur Verfügung. War das Themen- und Positionsspektrum des Medienangebots früher auf wenige „Bestseller" im „short head" beschränkt, so ist heute der „long tail" politischer Kommunikation wesentlich besser sichtbar und leichter erreichbar (Anderson, 2006): Die Vielzahl von Angeboten vergrößert die Anforderungen an die Selektivität der öffentlichen Aufmerksamkeit. Dies bringt neue Intermediäre hervor wie Nachrichtensuchmaschinen, Social-News-Plattformen oder „kollaborative Verschlagwortungssysteme" (Schmidt, 2009, S. 158). Darüber hinaus verändern sich die *Leistungen*, die von und in politischer Kommunikation erwartet werden. Denn mit den Online-Medien wachsen zwar die Möglichkeiten zum Beispiel für Parteien, die Anspruchsgruppen zu erreichen und einzubeziehen, die für die jeweilige kollektiv bindende Entscheidung relevant sind; das setzt aber voraus, dass sich politische Kommunikationsangebote in der scharfen Konkurrenz um die Aufmerksamkeit dieser Anspruchsgruppen gegen eine Vielzahl anderer Angebote durchsetzen – und zwar dadurch, dass sie hinreichend hohe Nachrichtenwerte *und* Unterhaltungswerte aufweisen und damit Eingang in die Kommunikation über soziale Netze finden (Schorb et al., 2009; Haridakis & Hanson, 2009).

In *zeitlicher Hinsicht* erhöht sich mit der Anwendung der Online-Medien vor allem das *Tempo* der politischen Kommunikation (Agre, 2002). Aktualität definiert sich mittlerweile über einen Sekundentakt (Malik & Scholl, 2009). Themenkarrieren und Empörungszyklen verkürzen sich, Deutungsmuster verändern sich schneller, Kommunikationsbeziehungen werden volatiler, Ruhezeiten und -zonen fransen aus. Das Netz erhöht aber nicht nur die Flüchtigkeit; zugleich erhält das *kollektive politische Gedächtnis* durch die praktisch unbegrenzte Speicherkraft der Online-Medien eine bislang nicht gekannte Haltbarkeit: Auch politisch wird nichts mehr vergessen. Hinzu kommt, dass sich die Nutzung der Online-Medien in Echtzeit *beobachten* lässt und folglich Aufmerksamkeitsgewinne und -verluste kontrolliert und unmittelbar sanktioniert werden können.

In *räumlicher Hinsicht* verändern sich durch Online-Medien die *Horizonte*, die politische Kommunikation begrenzen. Prinzipiell ist jede Homepage von überall in der Welt erreichbar. Der Zuschnitt von Kommunikationsräumen löst sich von territorialen Markierungen (Hepp, 2006). Die Ubiquität des Internetzugangs durch Mobilkommunikation schafft noch einmal völlig neue Optionen der Kommunikation (Cammaerts & Audenhove, 2005; Kretzschmar, 2009). Zugleich aber haben Online-Medien für die Nahwelt an Bedeutung gewonnen; gerade dort wird die Grenze zwischen Kommunikator und Rezipient durchlässig (Neuberger, 2009, S. 60).

Insgesamt mehren sich die Anzeichen, dass sich nach und nach eine spezifische *Online-Medienlogik* über die politische Kommunikation legt. Damit werden die Konturen einer „Netzwerköffentlichkeit" sichtbar (Benkler, 2006; Castells, 2005).

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2011-2-355, am 12.10.2024, 05:21:55
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

3.3 Politischer Wandel

Drittes Element des Modells bildet der *politische Wandel* in einem weiten Begriffsverständnis (③ in Abb.1): Die Veränderungen der politischen Kommunikation zeigen *politisch relevante Folgen* über den Kommunikationsbereich hinaus, die je nach analytischer Perspektive unterschiedliche Gestalt annehmen: Aus der Individualperspektive sind es die Veränderungen in politischen Wissensbeständen, Einstellungen und Verhaltensweisen. Aus der Organisationsperspektive sind es die Veränderungen der Strukturen und Funktionen der zentralen politisch relevanten Organisationen und die Muster der Interaktion mit anderen Organisationen. Aus der Gesellschaftsperspektive sind es Themenrangordnungen, dominante Orientierungsmuster, Akteurskonstellationen, Entscheidungsrhythmen, Grad der Deliberativität u. a. m.

3.4 Rückkopplungen

Im Modell liegt der Fokus darauf, wie der Medienwandel den Wandel der politischen Kommunikation vorantreibt und welche Folgen dies hat. Dieser Hauptstrang ist um *Rückkopplungen* zu ergänzen (④ in Abb.1). So ist davon auszugehen, dass die politisch relevanten Folgen verstärkend oder abschwächend auf den Wandel der politischen Kommunikation zurückwirken.

3.5 Kontext: Sozio-kultureller Wandel

In dem Modell wird der Zusammenhang in einen *Kontext* gestellt, der als *sozio-kultureller Wandel* (⑤ in Abb.1) gefasst wird – ein Sammelbegriff für *langfristige Tendenzen* der gesellschaftlichen Veränderung, wie vor allem Individualisierung, Globalisierung, Mobilitätssteigerung, Ökonomisierung und Rationalisierung (im Sinne von Verwissenschaftlichung). Sie beeinflussen ebenfalls den untersuchten Zusammenhang; so ist z. B. die Aneignung von Online-Medien in der politischen Kommunikation nur zu verstehen, wenn man sie im Verbund mit gesellschaftlichen Individualisierungsschüben sieht (im Überblick: Krotz, 2006). Umgekehrt trägt auch die politische Kommunikation zum sozio-kulturellen Wandel bei.

Insgesamt wird mit dem Modell *postuliert*, dass ein begrenzter, aber signifikanter Teil des politischen Wandels den strukturellen Veränderungen der politischen Kommunikation als Folge zugerechnet werden kann und damit wiederum dem Medienwandel. Das Modell bildet den *Ausgangspunkt* der Forschung. Es soll schrittweise differenziert werden, um daraus ein *tragfähiges Gerüst* zu entwickeln – Grundlage einer Theorie des Wandels politischer Kommunikation.

4. Struktur der Forschergruppe: Forschung im Verbund

Die Forschergruppe kann ihre Ziele nur erreichen, wenn es ihr gelingt, die Balance zwischen Arbeitsteilung und Kooperation zu halten. Eine Forschergruppe ist weder ein einziges Großprojekt noch eine Addition von Einzelprojekten, sondern ein Forschungsverbund – in diesem Falle ein Verbund aus sieben TPen. In diesem Verbund brauchen die Projektleiter Spielraum, um ihren jeweiligen Ausschnitt bearbeiten zu können. Zugleich muss es aber gelingen, die TPe zu einem komplementären Ganzen zu fügen, innerhalb dessen in-

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2011-2-355, am 12.10.2024, 05:21:55
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

tensiv und stetig kooperiert werden kann. Diese Spannung von Arbeitsteilung und Kooperation zeigt sich in thematischer, methodischer und kommunikativer Hinsicht.

In *thematischer Hinsicht* ist die Struktur der Forschergruppe so angelegt, dass Fragestellung und Rahmenmodell in einzelnen TPen konkretisiert werden, aber der Gesamtzusammenhang noch erkennbar bleibt. Jedes TP differenziert die generelle Fragestellung, indem es den Zusammenhang von Wandel der politischen Kommunikation, Medienwandel und politischem Wandel in einem Ausschnitt unter einer speziellen Perspektive untersucht: Die TPe 1 bis 4 untersuchen den Zusammenhang aus der Mikroperspektive, also im Hinblick auf die Bürger als Individuen; die TPe 5 und 6 betrachten den Zusammenhang aus der Mesoperspektive, also im Hinblick auf politische Organisationen; das TP 7 legt den Fokus auf die Makroperspektive und analysiert somit gesamtgesellschaftliche Zusammenhänge (s. Übersicht der TPe in Abschnitt 6).

In *methodischer Hinsicht* ist die Struktur der Forschergruppe geprägt von einer Spannung zwischen Vielfalt und Koordination. Innerhalb des gemeinsamen methodologischen Paradigmas ist Spielraum für problem- und projektspezifische Verfahrensweisen gegeben. An den methodischen Schnittstellen werden aber Cluster aus TPen gebildet, so dass die Instrumente koordiniert werden können, z. B. durch abgestimmte Operationalisierung von Schlüsselvariablen oder durch ein integriertes Codebuch für die themenspezifische Inhaltsanalyse. Eine weitere Klammer bilden zwei TPe, die über ihre eigene Fragestellung hinaus eine methodisch definierte *Servicefunktion* für andere TPe erfüllen. Die hier entstehenden Grunddaten dienen allen TPen als Basisinformationen zu Tendenzen des Wandels und damit als Referenz für ihre Datenerhebung und -auswertung.

In *kommunikativer Hinsicht* ist die Forschergruppe so strukturiert, dass drei Kommunikationsebenen verbunden werden: (1) Der überwiegende Teil der Kommunikation findet *innerhalb des einzelnen TPs* statt. (2) Die *Kommunikation zwischen den TPen* wird vom Koordinationsprojekt organisiert. Es werden verschiedene Formen von Kommunikation in Kopräsenz genutzt und mit internetbasierten Kommunikationsplattformen verbunden (*PB-works*). Für Teilgruppen werden gesonderte Kommunikationsformen angeboten, so für die Doktoranden eine jährliche SummerSchool, in der Schlüsselqualifikationen vermittelt werden. (3) Die dritte Ebene bildet die *externe Kommunikation*, vor allem mit der nationalen und internationalen Fachöffentlichkeit. Auf der gemeinsamen Website www.fgpk.de wird der Stand der Arbeit dokumentiert. Die Forschergruppe wird auf nationalen und internationalen Kongressen präsent sein und sich mit Publikationen in den internationalen Kommunikationszusammenhang einbringen.

5. Programm: Drei plus drei Jahre koordinierter und evaluierter Forschung

Prozessual wird die Forschergruppe integriert durch ein Arbeitsprogramm, das die Koordination der Untersuchungen an den Meilensteinen des Forschungsprozesses sichert.

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2011-2-355, am 12.10.2024, 05:21:55
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

5.1 Langfristige Planung: Erprobung – Evaluation – Integration

Die Forschergruppe plant, ihre Ziele in einem Zeitraum von *insgesamt sechs Jahren* zu erreichen. Die Laufzeit wird in *zwei Phasen* von je drei Jahren geteilt, die sich an den Schritten bei der Theorieentwicklung orientieren. Erster Schritt der Theorieentwicklung ist die *Erprobung* der theoretischen Ansätze in der Untersuchung der spezifischen Veränderungen, die sich durch die Aneignung der Online-Medien in der politischen Kommunikation ergeben. Jedes TP bildet eine Fallstudie für die jeweils präferierten theoretischen Ansätze. Die Modelle werden in der Online-Realität daraufhin geprüft, was an ihnen zu verwerfen ist und was nicht – sie müssen an dieser Erfahrung scheitern können. Auch die Methoden werden einem Test im Online-Bereich unterworfen, ob sie den Bedingungen der Online-Welt gewachsen sind. Darauf kann im zweiten Schritt eine *Integration* der Ansätze bauen. Sie sollen im zweiten Schritt auf Gemeinsamkeiten und Unterschiede hin untersucht werden: Welche Schnittmengen und Schnittstellen zeigen sich? Wo sind Schwerpunkte, wo bleiben Leerstellen? Dabei kann auch geklärt werden, welche Konzepte zentral für die integrative Theorieentwicklung sind, weil sie als Scharniere zwischen den TPen fungieren; mit ihrer Hilfe können Organisationsanalysen und Mikroanalysen verschränkt und dabei jeweils unterschiedliche Makrovariablen berücksichtigt werden. Auch in methodischer Hinsicht soll der zweite Schritt eine Integration ermöglichen; das bedeutet, Anschlusspunkte zu definieren, funktionale Äquivalente zu identifizieren und Vorgehensweisen problemorientiert zu kombinieren. Die Integration der Ansätze und deren weitere empirische Prüfung sollen ermöglichen, das zentrale Ziel der Forschergruppe zu erreichen: eine modularisierte Theorie des Wandels der politischen Kommunikation, mit der die theoretisch relevanten Teilergebnisse eingefasst werden können.

Zwischen den Phasen – also Ende 2013 – soll die bis dahin geleistete Arbeit intern und mit externen Experten *evaluiert* werden. Diese Evaluation böte die Chance, *Modifikationen* am Profil der Forschergruppe vorzunehmen.

5.2 Mittelfristige Planung: Arbeitsprogramm 2011–2013

Durch eine Synchronisation der Zeitpläne, soll erreicht werden, dass möglichst viele TPe an festgelegten Meilensteinen ihre Arbeit untereinander abstimmen. Das Arbeitsprogramm für die erste Phase orientiert sich an den zehn *Stufen des empirischen Forschungsprozesses*: Planung der Forschungsarbeit, Dimensionierung der Fragestellung und der Grundkonzepte, Sichtung des Forschungsstandes, Formulierung von Forschungsfragen und Hypothesen, Entwicklung der Untersuchungsinstrumente und der Samples, Datenerhebung, Datenanalyse, Theoriebildung, Publikation, Evaluation.

6. Profile der Teilprojekte: Mehrdimensionale Annäherung an den Forschungsgegenstand

Die folgende Übersicht skizziert die thematische und methodische Spannweite der TPe.[1]

1 Detaillierte Beschreibungen der TPe sind auf der Forschergruppenwebsite www.fgpk.de zu finden.

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2011-2-355, am 12.10.2024, 05:21:55
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Tabelle 1: Übersicht der Teilprojekte

Titel und Projektleiter	Kurzbeschreibung des Teilprojektes	
Teilprojekt 1 Hans-Bernd Brosius, U München: *Politik auf Videoplattformen – die Entstehung und Nutzung politischer Medienagenden auf YouTube und ihre Bedeutung für Jugendliche*	**Fragestellung**	Welche Konsequenzen haben Social-Network-Sites wie *YouTube* für Gatekeeping und Agenda-Setting?
	Ziel	Analyse des Agenda-Settings im Social Web und der politischen Vorstellungen der Nutzer.
	Theoretische Basis	Agenda-Setting, Gatekeeperforschung.
	Methode	Inhaltsanalyse der Clipkarrieren politischer Videos auf YouTube und der politischen Vorstellungen der Nutzer auf Basis der Bewertungen und Kommentierungen.
Teilprojekt 2 Christiane Eilders, U Düsseldorf: *Der Einzelne und die Öffentlichkeit. Einfluss der Nutzung von Social Network Sites und Weblogs auf die Wahrnehmung öffentlicher Meinung und die Artikulationsbereitschaft*	**Fragestellung**	Welchen Einfluss hat die Nutzung von Social Network Sites und Weblogs auf die Wahrnehmung öffentlicher Meinung und welche Konsequenzen hat dies auf die Artikulationsbereitschaft im öffentlichen Diskurs?
	Ziel	Analyse der Folgen einer durch die Online-Kommunikation veränderten Öffentlichkeit für die Beteiligung am politischen Diskurs.
	Theoretische Basis	Makroebene: Forumsmodell von Öffentlichkeit; Mikroebene: Theorie der Schweigespirale, Ansätze zu Publikumsvorstellungen.
	Methode	Kombination aus Befragung und Inhaltsanalyse.
Teilprojekt 3 Gerhard Vowe, U Düsseldorf Marco Dohle, U Düsseldorf: *Unterstellte Wirkungen – Wirkungen von Unterstellungen. Ursachen und Konsequenzen der Wahrnehmung politischer Einflüsse von Online-Medien*	**Fragestellung**	Welcher politische Einfluss wird welchen Online-Medien von wem unterstellt, auf welche Ursachen ist das zurückzuführen und welche Konsequenzen hat dies für politische Vorstellungen, Einstellungen und Verhaltensweisen?
	Ziel	Ermittlung der politischen Bedeutung, die Online-Medien im Vergleich zu traditionellen Medien zugeschrieben wird, und der Folgen dieser Zuschreibung; Beitrag zur Theorie der subjektiven Seite des Wandels der politischen Kommunikation.
	Theoretische Basis	Ansätze zu indirekten Medienwirkungen: Third-Person-Effect und Influence-of-Presumed-Media-Influence.
	Methode	Standardisierte Mehrfachbefragung eines Panels aus drei Gruppen: Online- und Offline-Journalisten, politisch Aktive, politisch und publizistisch nicht aktive Personen. Vertiefende Befragungen zu speziellen Ereignissen.

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2011-2-355, am 12.10.2024, 05:21:55
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Titel und Projektleiter	Kurzbeschreibung des Teilprojektes	
Teilprojekt 4 Marcus Maurer, U Jena: *Digitale Wissensklüfte. Politische Informationsvermittlung und Wissenserwerb in der Online-Welt*	**Fragestellung**	Wie vermitteln mediale und politische Online- und Offline-Informationsquellen politische Informationen, wie verändert sich dies im Zeitverlauf und welche Konsequenzen hat es für Wissen und Einstellungen der Rezipienten?
	Ziel	Beitrag zur Theorie der Mediatisierung der politischen Kommunikation. Servicefunktion für andere TPe durch generelle Daten zu Inhalten von Online- und Offline-Medien.
	Theoretische Basis	Theorien aus der Medieninhaltsforschung (u. a. Nachrichtenwerttheorie) und aus der Rezeptions- und Wirkungsforschung (u. a. *Cognitive Mediation Model*).
	Methode	Methodenkombination aus Panelbefragungen von Rezipienten mit Inhaltsanalyse der Berichterstattung über politische Ereignisse in medialen und politischen Online- und Offline-Informationsquellen.
Teilprojekt 5 Patrick Donges, U Greifswald Otfried Jarren, U Zürich: *Politische Organisationen in der Online-Welt. Folgen des strukturellen Wandels der politischen Kommunikation für das intermediäre System*	**Fragestellung**	Inwieweit nehmen Organisationen der Gesundheits- und Umweltpolitik einen Medienwandel wahr, wie verändern sie ihre organisatorischen Strukturen und Kommunikationsangebote und welche politischen Folgen hat dies für das intermediäre System der Interessenvermittlung?
	Ziel	Beitrag zu einer Theorie, mit der der strukturelle Wandel politischer Kommunikation von Organisationen und seine Folgen für Politikfelder analysiert werden können.
	Theoretische Basis	Neo-institutionalistischer Ansatz (Medienwandel als institutioneller Wandel in der Umwelt politischer Organisationen). Theorien kollektiven Handelns zur Erklärung der Herausbildung neuer Intermediäre.
	Methode	Kombination aus Online-Befragung aller für die Politikfelder als relevant ermittelten Organisationen, Analyse der bei ausgewählten Organisationen eingesetzten Online-Medien, teilstandardisierte Befragung von Repräsentanten ausgewählter Organisationen und externer Experten.

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2011-2-355, am 12.10.2024, 05:21:55
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Titel und Projektleiter	Kurzbeschreibung des Teilprojektes	
Teilprojekt 6 Juliana Raupp, FU Berlin: *Media Relations Online. Politisch-mediale Kommunikationsnetzwerke unter Online-Bedingungen*	**Fragestellung**	Wie verändern sich die Strukturen der politisch-medialen Kommunikationsnetzwerke und der Interaktionen unter Online-Bedingungen?
	Ziel	Entwicklung eines netzwerkanalytischen Modells der Media Relations, um Struktur und Dynamik in politisch-medialen Kommunikationsnetzwerken zu erfassen. Servicefunktion für andere Projekte durch Bereitstellung grundlegender Daten zu politischen Organisationen.
	Theoretische Basis	Soziale Netzwerkanalyse und Ansätze zur Interaktion von Journalismus und strategischer Politikvermittlung.
	Methode	Befragung von Kommunikationsverantwortlichen in politischen Organisationen und Journalisten.
Teilprojekt 7 Silke Adam, U Bern Barbara Pfetsch, FU Berlin: *Der Einfluss der Online-Kommunikation zivilgesellschaftlicher Gruppen – ein Vergleich zwischen Ländern und Themengebieten*	**Fragestellung**	Unter welchen Bedingungen beeinflusst die Online-Kommunikation politischer zivilgesellschaftlicher Gruppen die mediale (politische) Agenda?
	Ziel	Erforschung der Partizipationsmöglichkeiten zivilgesellschaftlicher Gruppen und ihrer Chancen, Themen und Meinungen auf die öffentlichen Agenden in Deutschland, der deutschsprachigen Schweiz, Großbritannien und den USA zu setzen.
	Theoretische Basis	Agenda-Building, Framing
	Methode	Analyse von Online-Netzwerken zu den Themen CO2-Emissionen und Lebensmittelsicherheit daraufhin, unter welchen Voraussetzung ihre Themen und Frames in die traditionellen Medien gelangen.

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2011-2-355, am 12.10.2024, 05:21:55
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

7. Fazit

Die Forschergruppe hat sich zum Ziel gesetzt, die anspruchsvolle und theoretisch wie politisch relevante Frage zu beantworten, wie sich die politische Kommunikation im Zuge der Diffusion der Online-Medien strukturell wandelt und welche politischen Folgen dies hat. Sie will dies durch eine komplexe Organisationsform erreichen, in der sieben TPe verknüpft werden, die empirische Längsschnittstudien durchführen. Die zur Verfügung stehenden Ressourcen sind knapp bemessen, insbesondere steht nur ein kurzer Zeitraum zur Verfügung, in der die erste Stufe der Theoriebildung erreicht werden muss. In drei Jahren wird sich zeigen, ob die Chance genutzt werden konnte und welche Vorteile und Nachteile diese Form der Verbundforschung mit sich bringt.

Literatur

Agre, P. E. (2002). Real-Time politics: The internet and the political process. *The information society, 18*(5), 311-331.

Anderson, C. (2006). *The long tail: Why the future of business is selling less of more*. New York: Hyperion.

Benkler, Y. (2006). *The wealth of networks. How social production transforms markets and freedom*. New Haven: Yale University Press.

Berker, T., Hartmann, M., Punie, Y. & Ward, K. (2005). *Domestication of Media and Technology*. New York u. a.: McGraw-Hill.

Cammaerts, B. & Audenhove, L. v. (2005). Online political debate, unbounded citizenship, and the problematic nature of a transnational public sphere. *Political Communication, 22*(2), 179-196.

Castells, M. (2005). *Die Internet-Galaxie. Internet, Wirtschaft und Gesellschaft*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Gerhards, J., & Neidhardt, F. (1991). Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellungen und Ansätze. In S. Müller-Doohm & K. Neumann-Braun (Hrsg.), *Öffentlichkeit, Kultur, Massenkommunikation. Beiträge zur Medien- und Kommunikationssoziologie*, (S. 31-89). Oldenburg: BIS.

Gillmor, D. (2004). *We, the media. Grassroots journalism by the people, for the people*. Beijing u. a.: O'Reilly.

Habermas, J. (Hrsg.). (2008). *Ach, Europa*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Haridakis, P., & Hanson, G. (2009). Social interaction and co-viewing with YouTube: Blending mass communication reception and social connection. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 53*(2), 317-335.

Hepp, A. (2004). *Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung* (2. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Hepp, A. (2006). *Transkulturelle Kommunikation*. Konstanz: UVK.

Höflich, J. R. (1997). Zwischen massenmedialer und technischer Kommunikation. Der Computer als Hybridmedium und was die Menschen damit machen. In K. Beck, & G. Vowe (Hrsg.), *Computernetze – ein Medium öffentlicher Kommunikation?* (S. 85-104). Berlin: Spiess.

Keen, A. (2008). *Die Stunde der Stümper. Wie wir im Internet unsere Kultur zerstören*. München: Hanser Wirtschaft.

Kretzschmar, S. (2009). Journalismus to go. Flexibilisierung von Raum- und Zeitbezügen durch Internet und Mobilkommunikation. In C. Neuberger, C. Nuernbergk, & M. Rischke (Hrsg.), *Journalismus im Internet. Profession – Partizipation – Technisierung* (S. 335-352). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2011-2-355, am 12.10.2024, 05:21:55
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Krotz, F. (2006). *Mediatisierung des Alltags. Theoretischer Ansatz und empirische Fallstudien*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Malik, M., & Scholl, A. (2009). Eine besondere Spezies. Strukturen und Merkmale des Internetjournalismus. Ergebnisse der repräsentativen Befragung „Journalismus in Deutschland II". In C. Neuberger, C. Nuernbergk & M. Rischke (Hrsg.), *Journalismus im Internet. Profession – Partizipation – Technisierung* (S. 169-196). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

McNair, B. (2007). *An introduction to political communication* (4. Aufl.). London: Routledge.

Morley, D., & Silverstone, R. (1992). Domestic communication: Technologies and meanings. In D. Morley (Hrsg.), *Television, audiences and cultural studies* (S. 201-212). London: Routledge.

Neuberger, C. (2009). Internet, Journalismus und Öffentlichkeit. Analyse des Medienumbruchs. In C. Neuberger, C. Nuernbergk & M. Rischke (Hrsg.), *Journalismus im Internet* (S. 19-106). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5 Aufl.). New York u. a.: The Free Press.

Rucht, D., Yang, M., & Zimmermann, A. (2008). *Politische Diskurse im Internet und in Zeitungen: Das Beispiel Genfood*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Schmidt, J. (2009). *Das neue Netz: Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0*. Konstanz: UVK.

Schorb, B., Würfel, M., Kießling, M., & Keilhauer, J. (2009). *Youtube & Co. – neue Medienräume Jugendlicher. Medienkonvergenz Monitoring Videoplattformen-Report 2009*. Abgerufen unter: http://www.uni-leipzig.de/~umfmed/MeMo_VP09.pdf. Zugriff am 12.09.2010.

Schweiger, W. (2007). *Theorien der Mediennutzung. Eine Einführung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2011-2-355, am 12.10.2024, 05:21:55
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb