



projektforum

2019

Bachelor-Studiengang
Kommunikationswissenschaft
der Universität Erfurt

Präsentation der Abschlussarbeiten



Grußwort



Die Rolle von Medien und Kommunikation in Politik und Gesellschaft kann man kaum überschätzen. Kommunikation ist der Ursprung des koordinierten menschlichen Handelns. Ohne die Fähigkeit zum Austausch durch sprachliche und andre Zeichen wäre Zivilisation gar nicht möglich. Erst die Erfindung und Entwicklung von immer weiträumigeren, Distanz und Zeit überbrückenden Medien hat die Schaffung von Staaten und die heutige Dynamik in den globalen Beziehungen ermöglicht. Spätestens wenn eine politische Kultur in der Krise ist – man blicke auf Europa und die USA in den letzten Jahren – merken wir, welche bedeutsame und oft viel zu wenig beachtete Rolle Kommunikation spielt. Populismus, Fake News, Hate Speech – aktuelle Unwörter aus dem Arsenal der Medienmanipulation. Eine politische Kultur, die nicht mehr adäquat kommuniziert, verliert schnell ihre Orientierung und weiß nicht mehr, in welche Richtung sie sich bewegen soll. Das Resultat ist eine tiefgreifende geradezu zivilisatorische Verunsicherung, die die Menschen bisweilen an Institutionen und politischen Systemen zweifeln lässt und längst überholt geglaubte Scheinidentitäten hervorbringen kann. Der gesellschaftliche Zusammenhalt steht dann auf dem Spiel und fordert von allen Bürgern eine Neudefinition ihres kommunikativen Handelns: im Alltag, im Raum der Versammlungskommunikation und in der politischen Öffentlichkeit.

Das Seminar für Medien- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Erfurt ist vor nun bald zwanzig Jahren mit dem klaren Ziel gegründet worden, einen Beitrag zur Lösung gesellschaftlicher Kommunikationsprobleme zu leisten. Das Genie der Projektstudienphase, junge Menschen in einer sehr frühen Phase ihrer intellektuellen Entwicklung zu gemeinsamer und nachhaltiger Forschung zu animieren, hat sich bewährt. Im Kontakt mit Praxispartnern aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft stellen unsere Studierenden nicht nur kluge Fragen, sondern sie geben auch Antworten, die oft in Publikationen und auf Konferenzen über die Universität hinausstrahlen. Auch in diesem Jahr wollen wir wieder einen kleinen gesellschaftlichen Beitrag leisten.

Die aktuellen Projekte beschäftigen sich mit der Europawahl, der Impfaufklärung, Einstellungen zu Umweltfragen, dem ethischen Unterbau des Journalismus und der Rolle von Medien für den gesellschaftlichen Zusammenhalt in Thüringen. Dies sind allesamt Themen, die zeigen, dass unsere Studierenden, Professoren und Dozenten tief in der gesellschaftlichen Realität verwurzelt sind. Wir betreiben hier keine Wissenschaft im „Elfenbeinturm“, pflegen kein Dasein in einer steuerfinanzierten Oase, sondern alle – auch und vor allem unsere Studierenden – arbeiten hart und mit Hingabe, um die immer komplizierteren Prozesse der Moderne zu verstehen und Lösungen für die Zukunft zu erarbeiten.

Im Namen aller Mitarbeitenden des Seminars möchte ich mich herzlich bei all denjenigen bedanken, die die erfolgreiche Durchführung der Projektstudienphase 2018/19 ermöglicht haben. Wir wünschen den Studierenden einen gelungenen Studienabschluss und alles erdenklich Gute auf ihrem Lebensweg. Wir können nur hoffen, dass wir Ihnen neben Wissen auch eine Haltung vermitteln konnten, die für Ihr Leben noch von Bedeutung sein wird. Was wir definitiv sagen können, ist, dass Sie ein hervorragender Jahrgang waren und wir viel von Ihnen gelernt haben!

Prof. Dr. Kai Hafez
Sprecher des Seminars für Medien- und Kommunikationswissenschaft



Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Seminars für Medien- und Kommunikationswissenschaft

Flow of participation



Junge Meinungsführer in politischen Online- und Offline-Kontexten –
Eine Untersuchung anhand der institutionellen Kampagne
„Diesmal wähle ich“ zur Europawahl 2019

Ziel

Die Herausforderungen des 21. Jahrhunderts, welche globale Zusammenarbeit erfordern, werden komplexer. Dennoch wird die Europawahl oftmals nur als zweitrangige Wahl wahrgenommen. Am geringsten war die Beteiligung an vergangenen Europawahlen bei jungen Erwachsenen im Alter von 21 bis 24 Jahren. Dies versuchte das Europäische Parlament bei der Europawahl 2019 mit der Kampagne „Diesmal wähle ich“, die erstmals die Bevölkerung selbst in die Kampagnenumsetzung einbezog, zu ändern. Da die Kampagnenteilnehmer als Mittler zwischen Politik und Bevölkerung agieren, können sie aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive als Meinungsführer angesehen werden. Die zentrale Fragestellung des Forschungsprojekts ist folglich, ob partizipativ angelegte Kampagnen die Selbstwahrnehmung als Meinungsführer verstärken und inwiefern dies eine erfolgreiche Strategie zur Erhöhung politischer Partizipation ist.

Untersuchungsanlage

Die Studie begleitete den Kampagnenverlauf von Dezember bis Mai wissenschaftlich und untersuchte den Zusammenhang zwischen dem Meinungsführerkonzept und der politischen Partizipation. Dafür wurde ein Mehrmethodendesign angewandt, in dessen Zentrum eine länderübergreifende, zweiwellige Online-Befragung stand, mit der das aufgestellte Theoriemodell überprüft wurde. Darin wurde ein positiver Zusammenhang zwischen der Kampagnenteilnahme und der politischen Partizipation angenommen, der über die Selbstwahrnehmung als Meinungsführer teilweise mediert wird. Die Stichprobe setzte sich aus 206 Befragten aus 23 EU-Ländern zusammen. Zudem fand eine qualitative Beobachtung von ausgewählten Wahlveranstaltungen statt, um die Rolle von Meinungsführern bei der Organisation und Umsetzung von Wahlkampagnen zu bewerten. Weiterhin wurden Leitfadeninterviews mit engagierten Kampagnenteilnehmern geführt.

Ergebnisse

Die Ergebnisse zeigen, dass die Kampagne speziell auf die Online-Partizipation und die Selbstwahrnehmung als politischer Meinungsführer einen positiven Einfluss hatte. Vorrangig registrierten sich bei ihr Personen mit einer hohen



Gruppenmitglieder (v.l.n.r.): Paulina Roloff, Miriam Findeis, Luisa Ebbrecht, Johanna Tischler, Laura Forster, Antonia Dünges, Marie-Theres Wegerich, Saskia Dohle

Selbstwahrnehmung als Meinungsführer und einem hohen politischen Interesse. Die Annahme der Mediation konnte nicht bestätigt werden. Ähnliche Ergebnisse zeigt auch die Beobachtung der Wahlveranstaltungen und die Leitfadeninterviews: Der Einsatz von Meinungsführern in Wahlkampagnen kann sinnvoll sein, um bestimmte Zielgruppen zu erreichen. Eine Mobilisierung beeilungsferner Gruppen ist hingegen nicht zu erwarten. Der Erhöhung der Wahlbeteiligung durch Meinungsführer sind dadurch klare Grenzen gesetzt. Die Studie leistet einen Beitrag zur Meinungsführerforschung in politischen Kontexten und dient bei der Gestaltung künftiger Wahlkampagnen zur Orientierung.

Projektbetreuer:

Prof. Dr. Patrick Rössler

Zweitbetreuer:

Prof. Dr. Kai Hafez



friede springer stiftung

Projektpartner:

Europäisches Parlament, soulproducts GmbH, Friede Springer Stiftung

Ziel

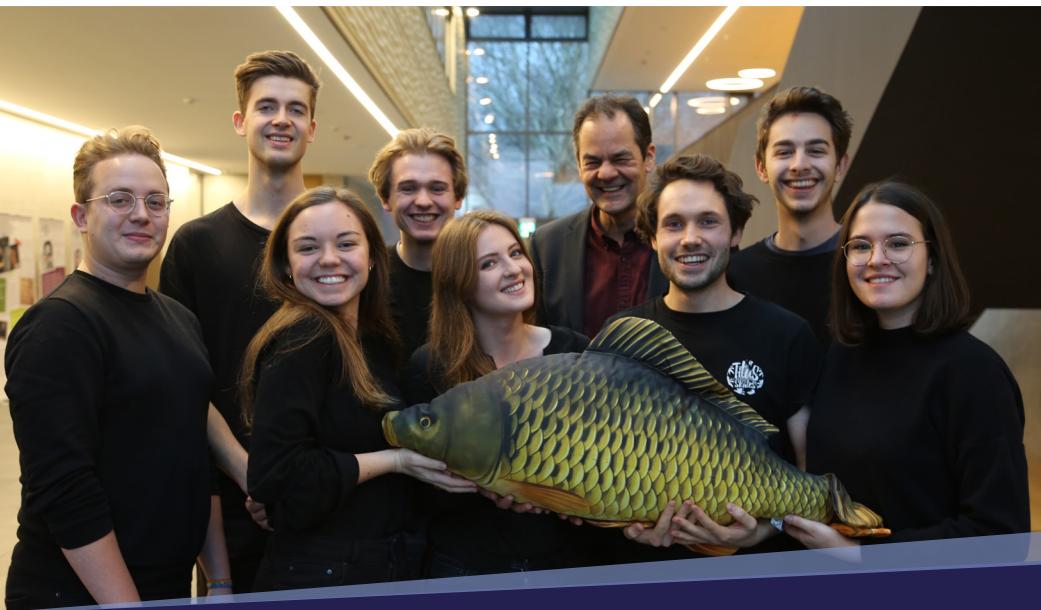
Die Frage nach möglichen Fragmentierungstendenzen der Öffentlichkeit, neuen Medien und deren Zusammenhang mit dem vermeintlichen Verfall des gesellschaftlichen Zusammenhaltes ist Thema gesellschaftlicher wie wissenschaftlicher Diskurse. Und auch was genau das Konzept „sozialer Zusammenhalt“ ausmacht, ist Gegenstand wissenschaftlicher Untersuchungen. Die konsequente Verknüpfung eines empirisch messbaren Konzeptes von Kohäsion und kommunikativen Strukturen in der Gesellschaft ist bisher noch nicht erfolgt. Ziel ist, diese Forschungslücke zu schließen, theoretische Anknüpfungspunkte zwischen den Konzepten zu ermitteln und empirisch zu überprüfen. Die Theorieleistung kann als Grundlage nachfolgender wissenschaftlicher Beschäftigung mit der Verbindung von Kohäsion und Kommunikation dienen.

Untersuchungsanlage

Auf Grundlage des mehrdimensionalen Kohäsionskonzeptes von Schiefer, Jolanda, Delhey, & Boehnke (2012) und einer Öffentlichkeitstheoretisch geleiteten Konzeptionalisierung kommunikativer Praktiken auf unterschiedlichen Ebenen der Kommunikation wurden in einem ersten Schritt beide Theoriestränge verknüpft und in einem zweiten Schritt auf dieser Grundlage konkrete Annahmen über Zusammenhänge zwischen den Konstrukten getroffen. Die empirische Überprüfung erster aus der integrierten Theorie hergeleiteten Hypothesen erfolgte in einem Mixed-Method-Design. In einem ersten Schritt wurden 591 Thüringer*innen mittels einer quantitativen Onlinebefragung untersucht. Die quantitativen Ergebnisse wurden dann in einem zweiten Schritt durch qualitative Leitfadeninterviews weiter vertieft. Zusätzlich sollten über Clusterverfahren gesellschaftliche kommunikative Milieus beschrieben werden, über die Segmentierungstendenzen erkannt werden können.

Ergebnisse

Der gesellschaftliche Zusammenhalt ist in Thüringen nach wie vor stabil. Die sozialen Beziehungen und die Gemeinwohlorientierung sind stark, die Verbundenheit schwächer. Die Zuwendung zu einzelnen Mediengattungen hat kaum signifikante Effekte, das Informationsverhalten sowie die Einschätzung, massenmedial in gesellschaftliche Diskurse eingebunden zu sein ist jedoch sub-



Gruppenmitglieder (v.l.n.r.): Justin Rossdeutscher, Nick Jochims, Magdalena Horn, Lukas Hoffman, Lina Buttgereit, Samuel Helsper, René Nissen, Christal Bürgel

stanziell für den gesellschaftlichen Zusammenhalt. Face-to-face-Interaktionen in nicht-institutionalisierten Settings wirkt sich positiv aus, besonders die politische Diskussion zeigte positive Effekte. Gleiches gilt für die Nutzung von Versammlungen, und besonders politischen Veranstaltungen. Zusätzlich konnten Tendenzen der Segmentierung besonders solcher Gruppen, die wenig bis kaum in die deliberativen Prozesse eingebunden sind, festgestellt werden. Diese haben zudem ein geringes Kohäsionspotential.

Projektbetreuer:

Prof. Dr. Kai Hafez

Zweitbetreuer:

Prof. Dr. Patrick Rössler

Projektpartner:

Mediengruppe Thüringen GmbH

MEDIEN360G – Redaktion des MDR



Virtual Reality in der Impfaufklärung –
Eine Experimentalstudie zur medialen Vermittlung des
Prinzips des Gemeinschaftsschutzes

Ziel

Jährlich werden weltweit durchschnittlich 1,3 Mio. Menschenleben durch die Masernimpfung gerettet; dennoch lassen sich einige Menschen nicht impfen. So kommt es immer wieder zu Krankheitsausbrüchen mit schweren Folgeerkrankungen und sogar Todesfällen. Derzeit wird in Deutschland deshalb eine Masern-Impfpflicht diskutiert. Studien zeigen jedoch, dass es effektiver ist, mittels gezielter öffentlicher Kommunikation eine positive Einstellung gegenüber Impfungen zu schaffen. Dabei spielt insbesondere das Prinzip des Gemeinschaftsschutzes eine wichtige Rolle, das besagt, dass man mit seiner eigenen Impfung auch andere Menschen schützt. Es wurde bereits herausgefunden, dass 2D-Simulationen besser zur Vermittlung von Gemeinschaftsschutz geeignet sind als Texte. Im Rahmen des Forschungsprojekts wurde erstmals untersucht, ob Virtual Reality eine neue Möglichkeit zur Impfaufklärung bietet.

Untersuchungsanlage

Es wurde ein Laborexperiment mit 325 Personen durchgeführt. Drei Gruppen bekamen einen Text, ein 2D-Video oder ein Video über eine Virtual-Reality-Brille. Über jedes Medium wurde das Prinzip des Gemeinschaftsschutzes bzgl. Masern kommuniziert. Eine weitere Gruppe erhielt keine solche Information. Abgefragt wurden der Masern-Impfstatus, Wissen über Gemeinschaftsschutz, Gründe der Impfentscheidung, die Impfbereitschaft und das Erleben der virtuellen Umgebung. Nach dem Experiment wurde eine qualitative Befragung mit Teilnehmenden der Virtual-Reality-Gruppe durchgeführt, bei der es um das persönliche Erleben, den Lerneffekt und das Potential von Virtual Reality für die Gesundheitsaufklärung ging. Drei Wochen später wurden 116 Teilnehmende telefonisch erneut zu Impfstatus und -bereitschaft und den Gründen der Impfentscheidung befragt.

Ergebnisse

Die Ergebnisse zeigen, dass ein VR-Video die Impfbereitschaft und das Wissen über Gemeinschaftsschutz im gleichen Maße erhöht wie ein Text und ein Video. Die Impfbereitschaft war bei allen Teilnehmenden sehr hoch. Der Wissensstand hängt mit der Motivation, sich auch zum Schutz anderer Menschen impfen zu lassen, zusammen. Dies hat wiederum einen positiven



Gruppenmitglieder (v.l.n.r.) hinten: Lena Hohlstein, Lyn Ermel, Kim Bulmahn, Eli-sa Donatt, Paula Giesler, Anna Lüdecke

Einfluss auf die Impfbereitschaft. Virtual Reality ist ein Medium, das sich gut zur Wissensvermittlung von Gemeinschaftsschutz eignet. Ein Grund dafür ist die erhöhte Aufmerksamkeit der Nutzer des VR-Videos, die einen positiven Einfluss auf den Wissensstand hat. Weitere Vorteile des Mediums sind die bessere Anschaulichkeit, der Spaßfaktor bei der Interaktion in der virtuellen Umgebung sowie die Neuartigkeit der Technologie, die zusätzlich motiviert. Virtual Reality bietet somit also eine neue Möglichkeit zur Impfaufklärung.

Projektbetreuerin:

Prof. Dr. Cornelia Betsch

Zweitbetreuerin:

Prof. Dr. Constanze Rossmann

Projektpartner:

Techniker Krankenkasse



Ziel

Das Ziel der Untersuchung ist die Aneignung von Sprachassistenten, als interaktives Medium, im Haushalt zu untersuchen. Die verschiedenen Faktoren, die darauf einen Einfluss haben, wurden identifiziert und analysiert. Zusätzlich legen wir das Augenmerk auf die Veränderung der Mediennutzung durch den neuen Input, sowie die Veränderung der Interaktionen zwischen den Haushaltsteilnehmern. Durch einen Theoremix wird ein Fundament geschaffen, um das neue Medium ganzheitlich zu untersuchen. Der Domestizierungsansatz dient dabei als Fundament und wird anhand der Theorie der parasozialen Interaktionen und Beziehungen, den symbolischen Interaktionismus und den Uses-and-Gratifications-Ansatz ergänzt. Dadurch wurde ein neues Modell geschaffen, dass das Zusammenspiel der Theorien verdeutlicht.

Untersuchungsanlage

Es wurde eine quantitative und qualitative Untersuchung durchgeführt. Eine quantitative Online-Befragung diente als Grundlage, um breitgefächerte Daten über das allgemeine Nutzungsbild des Sprachassistenten einzuholen. Ergänzend dazu führten wir ein qualitatives Experiment durch, welches aus zwei halbstandardisierten Leitfadeninterviews und vier Wochenbüchern bestand. Die Interviews wurden dabei sowohl vor, als auch nach dem Experiment durchgeführt. Die Wochenbücher dienten dabei als Ergänzung zu den Interviews. Der Zeitrahmen betrug vier Wochen und wurde mit 24 Teilnehmern aus 19 Haushalten untersucht. Dadurch konnte die Aneignung des Sprachassistenten in der häuslichen Sphäre genauer beleuchtet werden.

Ergebnisse

Folgende Faktoren beeinflussen die Aneignung: die Standortzuschreibung, die Bedeutungszuschreibung – insbesondere als Assistent und Unterhaltungsmedium –, das Erlernen des Umgangs und Routinen. Smart Home Anwendungen, persönliche Meinungen, Einstellungen und Eigenschaften fördern den Prozess eben-



Gruppenmitglieder (v.l.n.r.): Connor Holz, Vanessa Rother, Maximilian Schöne, Isabel Müller, Susan Carolin Hagemann und Hena Hatifi

so. Gehemmt wird die Aneignung durch Probleme, sowie Datenschutzbedenken. Des Weiteren konnte eine Verschiebung der Mediennutzung festgestellt werden: Der Sprachassistent hat sich inmitten der etablierten Medien integriert und das Nutzverhalten verändert. Auch die Kommunikation innerhalb des Haushaltes hat sich verändert. Die Teilnehmer mit Datenschutzbedenken fühlten sich, durch die Präsenz des Sprachassistenten, in ihren Gesprächen tangiert, da sie das Gefühl eines stillen Zuhörers hatten, weshalb sie in bestimmten Situationen den Raum verließen oder den Sprachassistenten stumm- bzw. ausschalten.

Projektbetreuer:

Prof. Dr. Joachim Höflich

Zweitbetreuer:

Dr. Daniel Hajok

Projektpartner:

sxces Communication AG

**SX
CES**



Ziel

Fragen nach Meinungspluralismus und Integrität von Journalisten stehen seit jeher im Fokus der Öffentlichkeit und sind besonders in Zeiten wie diesen relevant: Die deutsche Presselandschaft sieht sich mit einem Glaubwürdigkeitsproblem konfrontiert, das sowohl durch Lügenpresse-Rufe als auch durch Skandale wie den des Spiegel-Reporters Claas Relotius deutlich wird. Das Vertrauen in die Medien bröckelt und Teile der Gesellschaft fordern mehr Objektivität. Doch nicht ohne Grund soll Meinungsvielfalt – im Sinne des Außenpluralismuses – durch die Vielzahl der politischen Tendenzen der Zeitungen bestehen. Die Forschungsarbeit ist eine aktuelle Bestandsaufnahme der politischen Positionen von Journalisten sowie der politischen Ausrichtungen deutscher Presseerzeugnisse. Auf Basis eines moralpsychologischen Vergleichs zeigt das Projekt, wie es um die politische Vielfalt tatsächlich bestellt ist.

Untersuchungsanlage

Die genutzten Forschungsmethoden bestanden aus einer Online-Befragung und einer automatisierten Inhaltsanalyse. Basis der Untersuchung bildet die Moral Foundations Theory (MFT) von Jonathan Haidt, nach der der Moral eines Menschen fünf verschiedenen Fundierungen zu Grunde liegt. Konservative Menschen bedienen sich dabei anderer Fundierungen als linksliberale. Über 200 Journalisten aus ganz Deutschland haben an der Umfrage teilgenommen. Mittels des Fragebogens konnte die moralpsychologische Grundlage der politischen Positionen der Journalisten ermittelt werden. Durch eine Wortfeldanalyse der Zeitungsartikel von 30 Zeitungen und Magazinen wurde die Ausrichtung deutscher Presseerzeugnisse untersucht. Im Anschluss wurden die Ergebnisse beider Methoden anhand einer computergestützten Analyse miteinander verglichen.

Ergebnisse

Die Ergebnisse der Befragung bestätigen die Annahme, dass Journalisten politisch tendenziell links einzuordnen sind. Die breite politische Vielfalt der Presse, wie sie zuletzt in den 90er Jahren bestätigt wurde, scheint in dieser Form jedoch nicht mehr vorhanden zu sein: Die Zeitungen bilden vor allem die politische Mitte ab. Unterschiede konnten lediglich auf der



Gruppenmitglieder (v.l.n.r.): Vanessa Schöppner, Jannis Bünk, Tjark Kuntzen, Laura Hermes, Benedikt Dahlmann, Magdalena Worst, Alicia Franke, Marvin Minner

Ebene des Zeitungstyps (regionale bzw. überregionale Zeitungen sowie Boulevardzeitungen) festgestellt werden. Als mögliche Hauptursachen lassen sich ökonomische Zwänge und ein falsches Neutralitätsverständnis der Journalisten ableiten. Der zentrale Begriff des (Medien-)Pluralismus stellt die Grundlage für eine offene und freie Gesellschaft dar, um verschiedene Positionen zur Meinungsbildung heranziehen zu können. Dieser Außenpluralismus kann nach den Erkenntnissen der Projektstudie nicht bestätigt werden.

Projektbetreuer:

Prof. Dr. Sven Jöckel

Zweitbetreuerin:

Prof. Dr. Cornelia Betsch

Projektpartner:

Renita Coleman (University of Texas)



The University of Texas at Austin
School of Journalism
Moody College of Communication

Implicit Impact

Die Bedeutung der impliziten und expliziten Einstellungen für das Verhalten im Umweltkontext –
Eine Experimentalstudie zu Media-Priming-Effekten



Ziel

Umweltthemen sind derzeit auf der medialen Agenda sehr präsent; insbesondere das Thema *Plastik* wird debattiert. Da jeder Einzelne durch sein alltägliches Verhalten (z. B. Plastikreduktion) zum Umweltschutz beitragen kann, ist vor allem das individuelle Verhalten wichtig. Eine Voraussetzung für Verhalten ist die entsprechende Einstellung. Verhalten lässt sich im Umweltkontext jedoch nicht hinreichend durch offen geäußerte Einstellungen vorhersagen, weshalb wir in unserer Studie neben diesen *expliziten Einstellungen* zusätzlich die *impliziten Einstellungen* sowie weitere Faktoren untersuchen, die Verhalten beeinflussen könnten. Das Forschungsinteresse lässt sich als Zwei-Schritt betrachten:

1. Wirkung von massenmedialer Berichterstattung am Beispiel von Zeitungsartikeln zum Thema *Plastik* auf die impliziten und expliziten Einstellungen
2. Wirkung der impliziten und expliziten Einstellungen auf die Verhaltensintention sowie auf das Verhalten

Untersuchungsanlage

Zur Untersuchung der forschungsleitenden Frage und des Modells wurde über fünf Tage hinweg ein Experiment durchgeführt, in dem die Probandinnen und Probanden jeden Tag einen Zeitungsartikel zum Thema *Plastik* erhielten. Die Teilnehmenden wurden dabei in zwei Experimentalgruppen aufgeteilt, zwischen denen die Valenz der Artikel variiert wurde: Die eine Gruppe bekam Artikel, in denen Plastik positiv dargestellt wurde (Pro-Plastik) und die andere Gruppe erhielt Artikel, in denen es negativ dargestellt wurde (Kontra-Plastik). Um mögliche Veränderungen hinsichtlich der Einstellungen und des Verhaltens festzustellen, wurde eine Vorher-/Nachher-Messung durchgeführt. Die Stichprobe bestand dabei aus 100 Schülerinnen und Schülern, die von drei Gymnasien rekrutiert wurden.

Ergebnisse

Zentrale Ergebnisse der Studie sind, dass die Rezeption von Zeitungsartikeln einen Einfluss auf die expliziten Einstellungen hat: Die Untersuchung zeigt, dass es einen signifikanten Unterschied zwischen der Pro-Plastik- und der Kontra-Plastik-Gruppe hinsichtlich ihrer Einstellungsänderung zu Plastik gibt. Dieser



Gruppenmitglieder (v.l.n.r.): Fabian Klaproth, Cera Lohse, Constantin Sittmann, Caroline Meyer, Charlotte Neuwirth, Ann-Kathrin Leclère, Léon Lange

ist auf das Lesen der Zeitungsartikel zurückzuführen. Darüber hinaus konnten wir zeigen, dass die Verhaltensintention durch die Faktoren *wahrgenommene Verhaltenskontrolle*, *subjektive Norm* und *explizite Einstellung* erklärt werden kann. Die impliziten Einstellungen eignen sich jedoch nicht als Prädiktor für die Verhaltensintention. Die Ergebnisse zeigen außerdem, dass das allgemeine Umweltbewusstsein einen hohen Erklärungswert für die Verhaltensintention sowie das Verhalten hat. Die impliziten Einstellungen hingegen eignen sich in unserer Studie nicht als Prädiktor für das Verhalten.

Projektbetreuerin:

Prof. Dr. Constanze Rossmann

Zweitbetreuer:

Prof. Dr. Sven Jöckel

Projektpartner:

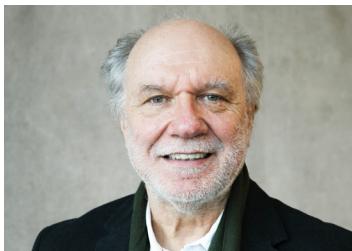
Ass.-Prof. Dr. Florian Arendt (Universität Wien)

Umweltbundesamt

Projektbetreuende



Prof. Dr. Kai Hafez
Kommunikationswissenschaft
mit Schwerpunkt Vergleichende
Analyse von Mediensystemen/
Kommunikationskulturen



Prof. Dr. Joachim Höflich
Kommunikationswissenschaft
mit Schwerpunkt Medien-
integration



Prof. Dr. Sven Jöckel
Kommunikationswissenschaft
mit Schwerpunkt Kinder- und
Jugendmedien



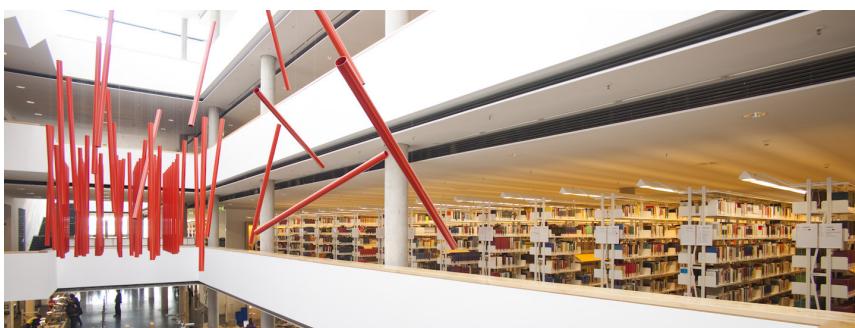
Prof. Dr. Constanze Rossmann
Kommunikationswissenschaft
mit Schwerpunkt Soziale
Kommunikation



Prof. Dr. Patrick Rössler
Kommunikationswissenschaft
mit Schwerpunkt Empirische
Kommunikationsforschung/
Methoden



Prof. Dr. Cornelia Betsch
Gesundheitskommunikation





Der im Jahr 2011 gegründete Verein dient insbesondere der Förderung und Unterstützung von interdisziplinärer Forschung und akademischer Lehre im Bereich Kommunikationswissenschaft an der Universität Erfurt. Gefördert wurden zuletzt eine Reihe studentischer Forschungsprojekte in Bachelor- und Masterstudiengängen, Fachtagungen und Workshops sowie die traditionsreiche Summer School.

Im Verein engagieren sich Professorinnen und Professoren, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Studierende, Doktorandinnen und Doktoranden, Absolventinnen und Absolventen, aber auch Unternehmen und Partner der Universität Erfurt. Durch die Unterstützung unserer Mitglieder und Förderer ist es dem Erfurter Verein für Kommunikation und Medien e.V. auch in diesem Jahr möglich, einen Förderpreis für die beste Abschlussarbeit im Rahmen dieser Projektstudiengänge auszuloben.

Der EKM e.V. ist offen für jede Form von Initiative, Anregung und Hilfe. Bei Fragen wenden Sie sich gerne direkt an uns. Sie haben während des Projektforums die Chance, Mitglied im Verein zu werden und unsere Arbeit zu unterstützen. Natürlich haben Sie auch die Möglichkeit einer einmaligen Spende, ganz unkompliziert in Bar oder per Überweisung. Gerne stellen wir auf Wunsch auch Zuwendungsbestätigungen aus.

Vorstand

Prof. Dr. Patrick Rössler (Vorstandsvorsitzender)

Dr. Markus Seifert (Stellvertreter)

Lea-Johanna Klebba (Schatzmeisterin)

Kontakt

E-Mail: ekm.erfurt@googlemail.com

Website: www.uni-erfurt.de/kommunikationswissenschaft/ekm

Konto

IBAN: DE71 8205 1000 0125 0106 13

BIC: HELADEF1WEM

Kreditinstitut: Sparkasse Mittelthüringen



Gewinnerinnen und Gewinner des Förderpreises 2018:
Projektgruppe Die Seismographinnen

Impressum

Organisationsteam: Tasmin Kaltschmitt und Sarah Turhan

Layout und Satz: Sarah Turhan

Koordination: Dr. Markus Seifert

Inhalte Projektbeschreibungen: PSP-Gruppen

Bilder: Universität Erfurt, Projektgruppen (Gruppenbilder)

Druck: WIRmachenDRUCK

Seminar für Medien- und Kommunikationswissenschaft

Postadresse: Universität Erfurt, Postfach 900 221, 99089 Erfurt

Besucheradresse: Universität Erfurt, Nordhäuser Str. 63, 99089 Erfurt

Kontakt

Seminar für Medien- und Kommunikationswissenschaft

philfak.kw@uni-erfurt.de

Telefon: 0361 737-4170

Telefax: 0361 737-4179

www.facebook.de/KWUniErfurt

Programm am 29.06.2019

Moderation

Prof. Dr. Patrick Rössler (Professur für Kommunikationswissenschaft mit dem Schwerpunkt Empirische Kommunikationsforschung/Methoden)
– Seminar für Medien- und Kommunikationswissenschaft –

14:00 Empfang mit Sekt

Grußworte

Prof. Dr. Kai Hafez
– Sprecher des Seminars für Medien- und Kommunikationswissenschaft –

Präsentationen – Teil I

Flow of participation

Junge Meinungsführer in politischen Online- und Offline-Kontexten

Covalent

Solidarität ohne Kommunikation? – Gesellschaftlicher Zusammenhalt, Polarisierung und Fragmentierung von Öffentlichkeit am Beispiel Thüringen

15:15 Pause mit Kaffee und Kuchen

Grußwort der PSPIer

Marie-Theres Wegerich und Samuel Helsper
– Studierende der Projektstudienphase 2018/19 –

Präsentationen – Teil II

VirtualVax

Virtual Reality in der Impfaufklärung – Eine Experimentalstudie zur medialen Vermittlung des Prinzips des Gemeinschaftsschutzes

EVAS – Erfurt Voice Assistant Study

„Willkommen zu Hause, Alexa“ – Eine explorative Studie zur Aneignung von Sprachassistenten in der häuslichen Sphäre – am Beispiel vom Amazon Echo

16:35 Pause mit Kaffee

Präsentationen – Teil III

Moralisten

Presse und Politik – Journalisten und Zeitungen im moralpsychologischen Vergleich

Implicit Impact

Die Bedeutung der impliziten und expliziten Einstellungen für das Verhalten im Umweltkontext

Verleihung des Förderpreises „Beste Abschlussarbeit“

– Erfurter Verein für Kommunikation und Medien e.V. –

18:00 Ende der Veranstaltung