

SC | M

Studies in Communication and Media

Gegründet im Auftrag der
Deutschen Gesellschaft für
Publizistik- und Kommuni-
kationswissenschaft e. V.
(DGPUK).

Established on behalf of
Deutsche Gesellschaft für
Publizistik- und Kommuni-
kationswissenschaft e. V.
(DGPUK).



1 2019

8. Jahrgang

Seite 1 – 134

ISSN 2192-4007



Nomos

Aus dem Inhalt:

EDITORIAL

Matthias R. Hastall, Andreas M. Scheu, Anne Bartsch,
Christoph Neuberger & Juliana Raupp

Editorial

FULL PAPER

Sarah Geber & Dorothee Hefner

Social norms as communicative phenomena

Soziale Normen als kommunikative Phänomene

Denise Voci, Matthias Karmasin,
Pamela Nölleke-Przybylski, Klaus-Dieter Altmeppen,
Johanna Möller & M. Bjørn von Rimscha

What is a media company today?

Was ist heutzutage ein Medienunternehmen?

Thorsten Naab & Freya Sukalla

**Hero or villain? The role of audience beliefs about
suspense for their suspense beliefs**

**Held oder Schurke? Die Bedeutung von
Publikumsvorstellungen über Spannung für
das Spannungserleben**

Winfried Schulz

Spiraleffekte in der neuen Medienwelt:

**Wählermobilisierung und die Nutzung
politischer Online- und Offline-Information im
Bundestagswahlkampf 2013**

**Spiral effects in the new media world: Voter mobilization
and political information exposure online and offline
during the Bundestag election campaign of 2013**

RESEARCH-IN-BRIEF

Arne Freya Zillich, Stefanie Holtrup, Kristin Limmer &
Sebastian Möbius

Victim Blaming bei Cyberbullying

Victim blaming in cyberbullying

Gegründet im Auftrag der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e. V. (DGPUK).

Established on behalf of Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e. V. (DGPUK).

Herausgeber/Publisher: Prof. Dr. Anne Bartsch, München | Prof. Dr. Matthias Hastall, Dortmund | Prof. Dr. Christoph Neuberger, München | Prof. Dr. Juliana Raupp, Berlin

Redaktion/Editorial Office: Dr. Andreas M. Scheu, WWU Münster, Institut für Kommunikationswissenschaft, Bispinghof 9-14, 48143 Münster

Internationaler Beirat/International Editorial Board: Prof. Dr. Jan van den Bulck, Leuven School for Mass Communication Research, Belgium | Prof. Dr. Leopoldina Fortunati, Faculty of Education of the University of Udine, Italy | Prof. Dr. Uwe Hasebrink, Hans-Bredow-Institut, University of Hamburg, Germany | Dr. Beate Josephi, Edith Cowan University, Australia | Prof. Dr. Sonia Livingstone, Department of Media and Communications at the London School of Economics and Political Science, UK | Prof. Dr. Robin Mansell, London School of Economics and Political Science, UK | Prof. Dr. Dietram A. Scheufele, Department of Life Sciences Communication and College of Agricultural & Life Sciences, University of Wisconsin, USA | Prof. Dr. Peter J. Schulz, Institute of Communication and Health, University of Lugano, Switzerland | Prof. Dr. David Tewksbury, Department of Communication, University of Illinois at Urbana-Champaign, USA | Prof. Dr. Katerina Tsetsura, Gaylord College of Journalism and Mass Communication at the University of Oklahoma, USA | Prof. Dr. Philippe Viallon, Département Information-Communication, IUT Robert Schuman, Université de Strasbourg | Prof. Dr. Gabriel Weimann, Department of Communication, University of Haifa, Israel

DGPK Beirat/DGPK Editorial Board: Dr. Thomas Birkner, FG Kommunikationsgeschichte | Dr. Nils S. Borchers, FG Werbekommunikation | Dr. Cornelia Brantner, FG Visuelle Kommunikation | Prof. Dr. Hans-Jürgen Bucher, FG Mediensprache – Mediendiskurse | Dr. Birte Fähnrich, FG Wissenschaftskommunikation | Dr. Ruth Festl, FG Medienpädagogik | Dr. Christine Horz, FG Internationale und interkulturelle Kommunikation | Prof. Dr. Simone Huck-Sandhu, FG PR und Organisationskommunikation | Dr. Sigrid Kannengießer, FG Soziologie der Medienkommunikation | Dr. Frank Mangold, FG Rezeptions- und Wirkungsforschung | Prof. Dr. Julia Metag, FG Kommunikation und Politik | Dr. Kathrin Müller, FG Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht | Dr. Jörg-Uwe Nieland, FG Mediensport und Sportkommunikation | Prof. Dr. Christian Pentzold, FG Digitale Kommunikation | Dr. Christina Peter, FG Methoden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft | Prof. Dr. Marlis Prinzing, FG Kommunikations- und Medienethik | Dr. Doreen Reifergerste, FG Gesundheitskommunikation | Prof. Dr. Nina Springer, FG Journalistik/Journalismusforschung | Prof. Dr. Christian Zabel, FG Medienökonomie

Aus dem Inhalt

EDITORIAL

Editorial

Matthias R. Hastall, Andreas M. Scheu, Anne Bartsch, Christoph Neuberger & Juliana Raupp 1

FULL PAPER

Social norms as communicative phenomena:

A communication perspective on the theory of normative social behavior

Soziale Normen als kommunikative Phänomene:

Eine kommunikationswissenschaftliche Perspektive auf die Theory of Normative Social Behavior

Sarah Geber & Dorothee Hefner 6

What is a media company today?

Rethinking theoretical and empirical definitions

Was ist heutzutage ein Medienunternehmen?

Theoretische und empirische Definitionen neu denken

Denise Voci, Matthias Karmasin, Pamela Nölleke-Przybylski, Klaus-Dieter Altmeppen,

Johanna Möller & M. Bjørn von Rimscha 29

Hero or villain? The role of audience beliefs about suspense for their suspense experience

Held oder Schurke? Die Bedeutung von Publikumsvorstellungen über Spannung für das

Spannungserleben

Thorsten Naab & Freya Sukalla 53

Spiraleffekte in der neuen Medienwelt: Wählermobilisierung und die Nutzung politischer Online- und Offline-Information im Bundestagswahlkampf 2013
Spiral effects in the new media world: Voter mobilization and political information exposure online and offline during the Bundestag election campaign of 2013

Winfried Schulz 77

RESEARCH-IN-BRIEF

Victim Blaming bei Cyberbullying

Der Einfluss der Privatsphäreinstellung auf die Opferschuldzuschreibung

Victim blaming in cyberbullying

The effects of privacy settings on victim blaming

Arne Freya Zillich, Stefanie Holtrup, Kristin Limmer & Sebastian Möbius 115



Impressum

Herausgeber/Publisher: Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e. V. (DGPuK), vertreten durch Prof. Dr. Klaus Kamps, Stuttgart | Prof. Dr. Anne Bartsch, München | Prof. Dr. Christoph Neuberger, München | Prof. Dr. Juliana Raupp, Berlin

Redaktion/Editorial Office: Dr. Andreas M. Scheu, WWU Münster, Institut für Kommunikationswissenschaft, Bispinghof 9-14, 48143 Münster, e-mail: scm@nomos.de

Verlag/Publishing Company: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, Waldseestraße 3-5, 76530 Baden-Baden, Germany
Telefon/Phone: 0049 (0)7221/2104-0, Fax: 0049 (0)7221/2104-27

Internet: www.scm.nomos.de

Anzeigen/Advertising: sales friendly, Verlagsdienstleistungen, Bettina Roos, Pfaffenweg 15, 53227 Bonn, Germany
Telefon/Phone: 0049 (0)228/978980, Fax: 0049 (0)228/978980

Nachdruck und Vervielfältigung/Reprint and Reproduction: Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Der Nomos Verlag beachtet die Regeln des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels e.V. zur Verwendung von Buchrezensionen.

Erscheinungsweise/Publication: viermal jährlich/four times a year

ISSN: 2192-4007

Hinweise für Autorinnen und Autoren finden Sie unter/Hints for authors: www.scm.nomos.de