

SC|M

Studies in Communication | 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).



AN AFFILIATE JOURNAL
OF THE
INTERNATIONAL
COMMUNICATION
ASSOCIATION

2 2016

5. Jahrgang
Seite 129 – 239
ISSN 2192-4007



Nomos

Aus dem Inhalt:

EXTENDED PAPER

Hajo Boomgaarden & Rüdiger Schmitt-Beck
**Media and campaign effects on vote choice
at national elections in Europe: A review of a
multilingual research landscape**
Medien- und Kampagneneffekte auf
Wahlentscheidungen bei nationalen
Hauptwahlen in Europa: Literaturbericht über
eine vielsprachige Forschungslandschaft

FULL PAPER

Nora Denner, Julian Brocke & Sven Joeckel
Same result, different effect
Gleches Ergebnis, andere Wirkung

Josephine B. Schmitt

**Media self-efficacy and internal political efficacy
as processes underlying young adults' political
participation**
Medien- und politikbezogene Selbstwirksamkeit
als Wegbereiter politischer Partizipation

RESEARCH-IN-BRIEF

Franziska Marquart & Jörg Matthes
**Campaigning subtle exclusionism: The effects
of right-wing populist positive ads on attitudes
toward foreigners in Austria**
Subtile Exklusion: Die Wirkung positiver
rechtspopulistischer Plakatwerbung auf
Einstellungen gegenüber Ausländern in
Österreich

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. 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

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 Tsatsura, 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

DGPuK Beirat/DGPuK Editorial Board: Prof. Dr. Marian Adolf, FG Soziologie der Medienkommunikation | Dr. Thomas Birkner, FG Kommunikationsgeschichte | Dr. Cornelia Brantner, FG Visuelle Kommunikation | Prof. Dr. Hans-Jürgen Bucher, FG Mediensprache – Mediendiskurse | Dr. Birte Fähnrich, FG Wissenschaftskommunikation | Prof. Dr. Matthias Hastall, FG Gesundheitskommunikation | Prof. Dr. Simon Huck-Sandhu, FG PR und Organisationskommunikation | Prof. Dr. Thomas Koch, FG Rezeptions- und Wirkungsforschung | Prof. i. R. Dr. Hans-Dieter Kübler, FG Medienpädagogik | Dr. Tino G. K. Meitz, FG Werbekommunikation | Prof. Dr. Sven Pagel, FG Medienökonomie | Prof. Dr. Carola Richter, FG Internationale und interkulturelle Kommunikation | Dr. Michael Scharkow, FG Methoden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft | Dr. Annika Sehl, FG Journalistik/Journalismusforschung | Dr. Ingrid Stapf, FG Kommunikations- und Medienethik | Prof. Dr. Monika Taddicken, FG Computervermittelte Kommunikation | Ass. Prof. Dr. Martina Thiele, FG Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht | Dr. Thomas Zerback, FG Kommunikation und Politik

Aus dem Inhalt

EXTENDED PAPER

Media and campaign effects on vote choice at national elections in Europe: A review of a multilingual research landscape

Medien- und Kampagneneffekte auf Wahlentscheidungen bei nationalen Hauptwahlen in Europa: Literaturbericht über eine vielsprachige Forschungslandschaft

Hajo Boomgaarden & Rüdiger Schmitt-Beck 129

FULL PAPER

Same result, different effect

The credibility attribution to public opinion research results

Gleiches Ergebnis, andere Wirkung

Die Glaubwürdigkeit von Ergebnissen der Markt- und Meinungsforschung

Nora Denner, Julian Brocke & Sven Joeckel 173

Media self-efficacy and internal political efficacy as processes underlying young adults' political participation

Medien- und politikbezogene Selbstwirksamkeit als Wegbereiter politischer Partizipation

Josephine B. Schmitt 197



Impressum

Herausgeber/Publisher: Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e. V. (DGPuK), vertreten durch Prof. Dr. Wolfgang Schweiger, Hohenheim | Prof. Dr. Stephanie Averbeck-Lietz, Bremen | Prof. Dr. Anne Bartsch | Prof. Dr. Klaus Kamps, Stuttgart

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