

M&K Medien

Kommunikationswissenschaft

herausgegeben vom
Hans-Bredow-Institut
Hamburg

3 2015

63. Jahrgang
ISSN 1615-634X



Nomos

Aus dem Inhalt:

Philipp Henn / Gerhard Vowe

Facetten von Sicherheit und Unsicherheit. Welches Bild von Terrorismus, Kriminalität und Katastrophen zeigen die Medien?

Alexander Haas / Julian Unkel

Glaubwürdigkeit und Selektion von Suchergebnissen. Der Einfluss von Platzierung, Reputation, Neutralität und sozialen Empfehlungen bei der Nutzung von Suchmaschinen

Katja Friedrich / Anna Steinleitner

Celebrity Endorsement im Bundestagswahlkampf 2013. Eine experimentelle Untersuchung zum Einfluss von Wahlempfehlungen Prominenter für Politiker und Parteien

Reihe „Klassiker der Kommunikations- und Medienwissenschaft heute“

Judith Kretzschmar / Fernando Ramos Arenas /
Denise Sommer / Rüdiger Steinmetz unter Mitarbeit
von Sophie Franke

Im Fach fast vergessen: Hugo Münsterberg – Autor der ersten wissenschaftlichen, experimentalpsychologisch fundierten Filmtheorie

Medien & Kommunikationswissenschaft

2015

63. Jahrgang
Heft 3

Herausgegeben vom Hans-Bredow-Institut, Hamburg

Redaktion:

Prof. Dr. Joan Kristin Bleicher | Prof. Dr. Uwe Hasebrink | Anja Herzog, M.A. | Dr. Sascha Hölzig | Dr. Claudia Lampert | PD Dr. Wiebke Loosen | Dr. Jan-Hinrik Schmidt | Dipl.-Soz. Hermann-Dieter Schröder | Prof. Dr. Wolfgang Schulz | Dr. Hans-Ulrich Wagner

Schriftleitung:

Christiane Matzen, M.A., Hans-Bredow-Institut | Rothenbaumchaussee 36 | 20148 Hamburg

Beraterinnen und Berater:

Prof. Dr. Michael Brüggemann (Journalistik / Journalismusforschung), Prof. Dr. Hans-Jürgen Bucher (Mediensprache – Mediendiskurse), Dr. Stephanie Geise (Visuelle Kommunikation), Prof. Dr. Andreas Hepp (Soziologie der Medienkommunikation), Dr. Matthias Hofer (Rezeptions- und Wirkungsforschung), Dr. Teresa Naab (Methoden), Prof. Dr. Carola Richter (Internationale und Interkulturelle Kommunikation), Prof. Dr. Sven Pagel (Ökonomie), Prof. Dr. Ulrike Röttger (PR und Organisationskommunikation), Prof. Dr. Mike S. Schäfer (Kommunikation und Politik), Prof. Dr. Christian Schicha (Kommunikations- und Medienethik), Dr. Christina Schumann (Computervermittelte Kommunikation), Prof. Dr. Tanja Thomas (Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht), Dr. Ulrike Wagner (Medienpädagogik), Prof. Dr. Jürgen Wilke (Kommunikationsgeschichte) sowie Dr. Josef Seethaler (ÖGK) und Prof. Dr. Vinzenz Wyss (SGKM)

Inhalt

Philipp Henn / Gerhard Vowe

Facetten von Sicherheit und Unsicherheit. Welches Bild von Terrorismus, Kriminalität und Katastrophen zeigen die Medien?..... 341

Alexander Haas / Julian Unkel

Glaubwürdigkeit und Selektion von Suchergebnissen. Der Einfluss von Platzierung, Reputation, Neutralität und sozialen Empfehlungen bei der Nutzung von Suchmaschinen......363

Katja Friedrich / Anna Steinleitner

Celebrity Endorsement im Bundestagswahlkampf 2013. Eine experimentelle Untersuchung zum Einfluss von Wahlempfehlungen Prominenter für Politiker und Parteien......383

Reihe „Klassiker der Kommunikations- und Medienwissenschaft heute“

Judith Kretzschmar / Fernando Ramos Arenas / Denise Sommer / Rüdiger Steinmetz
unter Mitarbeit von Sophie Franke

**Im Fach fast vergessen: Hugo Münsterberg – Autor der ersten wissenschaftlichen,
experimentalpsychologisch fundierten Filmtheorie.....399**

Literatur

Besprechungen

Michaela Kramer

**Ulla Autenrieth (2014): Die Bilderwelten der Social Network Sites. Bildzentrierte
Darstellungsstrategien, Freundschaftskommunikation und
Handlungsorientierungen von Jugendlichen auf Facebook und Co. Baden-Baden:
Nomos.....419**

Rudolf Stöber

**Roger Blum (2014): Lautsprecher & Widersprecher. Ein Ansatz zum Vergleich der
Mediensysteme. Köln: von Halem.....420**

Indira Dupuis

**María José Canel / Katrin Voltmer (Eds.) (2014): Comparing Political Communication
across Time and Space. New Studies in an Emerging Field. London: Palgrave
Macmillan.....422**

Andreas Hepp

**Tarleton Gillespie / Pablo J. Boczkowski / Kirsten A. Foot (Eds.) (2014): Media
Technologies. Essays on Communication, Materiality, and Society. Cambridge,
London: MIT Press.....423**

Denise Sommer

**Alexander Haas (2014): Interpersonale Kommunikation und Medienwirkungen.
Beurteilung der Themenrelevanz im Zusammenspiel mit Gesprächen und
Mediennutzung. Wiesbaden: Springer VS Research.....425**

Michael Schaffrath

**Stephanie Heinecke (2014): Fit fürs Fernsehen? Die Medialisierung des Spitzensports
als Kampf um Gold und Sendezeit. Köln: von Halem.....426**

Matthias Karmasin

**Andreas Hepp (2014): Transkulturelle Kommunikation. 2. völlig überarb. Aufl.
München: UVK.....428**

Damian Trilling

**Sascha Hölig (2014): Informationsorientierte Kommunikationsmodi zwischen
Massen- und interpersonaler Kommunikation. Baden-Baden: Nomos.....429**

Markus Schäfer

**Klaus Hurrelmann / Eva Baumann (Hrsg.) (2014): Handbuch
Gesundheitskommunikation. Bern: Huber.....430**

Stefanie Aeverbeck-Lietz

**Matthias Karmasin / Matthias Rath / Barbara Thomaß (Hrsg.) (2014):
Kommunikationswissenschaft als Integrationsdisziplin. Wiesbaden: Springer VS. 431**

Ralf Spiller	
Daniel Schmücking (2015): Negative Campaigning. Die Wirkung und Entwicklung negativer politischer Werbung in der Bundesrepublik. Wiesbaden: Springer VS.....	433
Jessica Kunert	
Holger Sievert / Astrid Nelke (Hrsg.) (2014): Social-Media-Kommunikation nationaler Regierungen in Europa. Theoretische Grundlagen und vergleichende Länderanalysen. Wiesbaden: Springer VS.....	434
Steffen Burkhardt	
Wolfgang Streitböcker (2014): Grundbegriffe für Journalistenausbildung. Theorie, Praxis und Techne als berufliche Techniken. Wiesbaden: Springer VS.....	436
Josephine B. Schmitt	
Ulrike Wagner / Christa Gebel (2014): Jugendliche und die Aneignung politischer Information in Online-Medien. Wiesbaden: Springer VS.....	437
Bernd Blöbaum	
Siegfried Weischenberg (2014): Max Weber und die Vermessung der Medienwelt. Empirie und Ethik des Journalismus – eine Spurenlese. Wiesbaden: Springer VS.....	438
Tom Knieper	
Martin Welker / Monika Taddicken / Jan-Hinrik Schmidt / Nikolaus Jakob (Hrsg.) (2014): Handbuch Online-Forschung. Sozialwissenschaftliche Datengewinnung und -auswertung in digitalen Netzen. Köln: von Halem.....	440
<i>Zeitschriftenlese.....</i>	<i>442</i>
<i>Literaturverzeichnis.....</i>	<i>461</i>
<i>Dissertationsübersicht.....</i>	<i>466</i>
<i>English Abstracts.....</i>	<i>481</i>
<i>Autorinnen und Autoren dieses Heftes.....</i>	<i>483</i>
<i>Hinweise für Autorinnen und Autoren.....</i>	<i>485</i>

Aktuelle Neuerscheinungen

Zombie Society

Mediale Modulationen der Figur des Zombie
in Vergangenheit und Gegenwart

Von Dr. Vanessa Kleinschnittger

2015, 215 S., *brosch.*, 39,– €

ISBN 978-3-8487-2423-9

(*Short Cuts | Cross Media*, Bd. 8)

www.nomos-shop.de/25222

Zombies sind in den letzten Jahren omnipräsent: im Film, im Game, in der Werbung, in statistischen Modellen und als akademische Metaphern. Worin ist dieser Boom begründet? Die Arbeit klärt die Ursprünge der Figur und ihre Bedeutung in Vergangenheit und Gegenwart.

Programmentscheidungen im öffentlich-rechtlichen Fernsehen

Eine Suche nach Kriterien –
denn die Quote kann nicht alles sein

Von Dr. Charlotte Echterhoff

2015, 336 S., *brosch.*, 64,– €

ISBN 978-3-8487-2553-3

(*Nomos Universitätsschriften – Medien und
Kommunikation*, Bd. 3)

www.nomos-shop.de/25356

Um die besondere Leistung des öffentlich-rechtlichen Fernsehens unabhängig von der Quote beschreibbar zu machen, sucht die Autorin nach angewandten Kriterien für Programm-entscheidungen. Es ist das Kriterium der Informationsvielfalt, das das öffentlich-rechtliche Programmangebot auszeichnet.

Generation offprint?

Was 20- bis 29-Jährige (nicht) lesen.

Eine Readerscan-Studie anhand von drei
Regionalzeitungstiteln 2009

Von Dr. Daniel Gehrman

2015, 230 S., *brosch.*, 39,– €

ISBN 978-3-8487-2396-6

(*Angewandte Medienforschung*, Bd. 55)

www.nomos-shop.de/25133

Die Studie erforscht das Leseverhalten der 20- bis 29-Jährigen anhand der Readerscan-Daten von Abonnenten von drei Regionalzeitungstiteln. Die Daten bieten ein einzigartiges Ausgangsmaterial für tiefe Einblicke, die durch Befragungen so nicht möglich sind. Sie liefert wertvolle Erkenntnisse sowohl für die Leserforschung als auch für Blattmacher.

Leadership in der digitalen Welt

Von Peter Paschek

2015, 92 S., *brosch.*, 24,– €

ISBN 978-3-8487-2060-6

(*DIVSI-Perspektiven*, Bd. 3)

www.nomos-shop.de/24510

Geht uns im digitalen Zeitalter die Fähigkeit zum humanen Miteinander über die Milieugrenzen hinweg gänzlich verloren? Werden Solidarität, Mitgefühl und Toleranz zu Werten von gestern? Versagt die Wirtschaftselite in ihrer gesellschaftlichen Verantwortung gerade an dieser Stelle? Welche Möglichkeiten haben wir im Internetzeitalter gegenzusteuern? Fragen auf die Peter Paschek versucht erste Antworten zu finden und neue Fragen zu stellen.

Bestellen Sie jetzt telefonisch unter 07221/2104-37
Portofreie Buch-Bestellungen unter www.nomos-shop.de

Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer



Nomos

Call for Papers

für ein Themenheft „Medien & Kommunikationswissenschaft“

„Konstruktivismus in der Kommunikationswissenschaft“

Gastherausgeber(in): Uwe Hasebrink, Andreas Hepp, Wiebke Loosen & Jo Reichertz

Das Jahr 2016 gibt gleich mit zwei Jubiläen Anlass, sich mit konstruktivistischen Perspektiven in der Kommunikationswissenschaft auseinanderzusetzen: 50 Jahre zuvor erschien der wohl wichtigste Schlüsseltext des Sozialkonstruktivismus, „Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit“ von Peter L. Berger und Thomas Luckmann. 25 Jahre später verankerte das „Funkkolleg Medien und Kommunikation“ konstruktivistische Grundgedanken fest in der Fachdebatte. Das Themenheft der Zeitschrift „Medien & Kommunikationswissenschaft“ greift dieses doppelte Jubiläum auf, um den Konstruktivismus und sein Potenzial für die Kommunikationswissenschaft im Hinblick auf die Analyse des gegenwärtigen Medienwandels zu überdenken.

Konstruktivistische Ansätze haben in der Kommunikationswissenschaft eine lange Tradition. So lässt sich bereits Max Webers Entwurf einer Soziologie des Zeitungswesens auch als ein Vorläufer konstruktivistischer Zugänge verstehen, indem es ihm darum ging, die Rolle der Presse für die „Kulturbedeutung“ der Moderne zu untersuchen. Auch sind zahlreiche Forschungsfelder wie z. B. die Journalismus-, Rezeptions-, Nutzungs- und Aneignungsforschung durch konstruktivistisches Denken beeinflusst. Und in den 1990er Jahren fand die mit dem genannten Funkkolleg angestoßene Diskussion um den radikalen Konstruktivismus Anschluss sowohl an Gesellschafts-, Sozial- und Kulturtheorien als auch an übergreifende Theorien des Gesellschafts- und Kulturwandels.

Der Konstruktivismus in der Kommunikationswissenschaft ist breit aufgestellt: Er reicht von systemtheoretischen Ansätzen, die Kommunikation als „Letztelement“ des Sozialen begreifen, über medienkulturelle Ansätze, die den Zusammenhang von Medien und Kultur für die Entstehung sozialer Wirklichkeit untersuchen, bis hin zu aktuellen Diskussionen um einen kommunikativen Konstruktivismus, der Kommunikation als soziale Praxis versteht, die zunehmend im Zusammenhang mit Medien realisiert wird. Als konstruktivistisch verstehen sich daneben auch strukturationstheoretische, mediatisierungstheoretische und institutionstheoretische Ansätze sowie die Akteur-Netzwerk-Theorie, die gerade für die Erforschung des Objektcharakters (digitaler) Medien an Bedeutung gewinnt und hierbei auch nach dem Stellenwert von Algorithmen fragt.

Für die heutige Kommunikationswissenschaft können vor allem konstruktivistische Ansätze weiter an Bedeutung gewinnen, die nach dem Stellenwert medienvermittelter Kommunikation für die Konstruktion sozialer Wirklichkeiten fragen und damit für deren Transformation in einer sich wandelnden Medienumgebung. Dabei liegt ein besonderes Potenzial konstruktivistischer Ansätze darin, dass sie Kommunikations- und Medienforschung anschlussfähig machen an Gesellschafts-, Sozial- und Kulturtheorien, und es damit möglich machen, Medien- und Kommunikationswandel im Wechselverhältnis von Gesellschafts- und Kulturwandel zu erfassen.

Mit dem Themenheft sollen vor diesem Hintergrund drei Zielsetzungen verfolgt werden: erstens eine kritische Bestandsaufnahme von konstruktivistischen Ansätzen in der Kommunikationswissenschaft; zweitens eine theoretische sowie empirisch fundierte Weiterentwicklung konstruktivistischer Ansätze für kommunikationswissenschaftliche Fragestellungen; und drittens ein Ausloten des Potenzials konstruktivistischer Perspektiven zur Beschreibung und Erklärung des Zusammenhangs von Medienwandel und sozialem Wandel. Ausgehend von diesen Zielsetzungen werden folgende Beitragsarten erbeten:

- Rückblicke und kritische Diskussionen zu der Frage, wie konstruktivistische Perspektiven in der Kommunikationswissenschaft aufgegriffen und weiterentwickelt wurden;
- empirische Beiträge, die aus einer dezidiert konstruktivistischen Perspektive kommunikationswissenschaftliche Fragestellungen bearbeiten;
- Beiträge, die sich konzeptionell und/oder empirisch mit Beschreibung und Erklärung des Zusammenhangs von Medienwandel und der Konstruktion sozialer Wirklichkeiten auseinandersetzen.

Kolleginnen und Kollegen, die einen Beitrag zu diesem Themenheft beisteuern möchten, werden gebeten, **bis zum 1. Oktober 2015** ein Extended Abstract ihres Manuskriptangebots an die Redaktion zu senden (max. 6.000 Buchstaben inkl. Leerzeichen). Auf Basis der Abstracts wird die Redaktion zusammen mit den Gastherausgeber(inn)en ein Konzept erstellen und die Autorinnen und Autoren entsprechend einladen, bis zum 28. Februar 2016 ein Manuskript anzubieten. Über die Annahme der Manuskripte wird nach dem üblichen Begutachtungsverfahren von M&K entschieden. Das Themenheft soll im 3. Quartal 2016 erscheinen.

Adresse: Redaktion Medien & Kommunikationswissenschaft, Christiane Matzen,
c.matzen@hans-bredow-institut.de