

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

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

2 2025

14. Jahrgang

Seite 203 – 338

ISSN 2192-4007



Nomos

Aus dem Inhalt

FULL PAPER

Birte Leonhardt, Daniel Nölleke & Folker Hanusch
The power of perception: How scientific experts' understanding of media logic affects their media-related behavior

Die Macht der Wahrnehmung: Wie das Verständnis wissenschaftlicher Expert:innen von Medienlogik ihr medienbezogenes Verhalten beeinflusst

FULL PAPER & EXTENDED ABSTRACT

Julia Polkowski, Hendrik Theine & Uwe Krüger
Gemeinwohl oder Privateigentum? Die Positionen der deutschsprachigen Presse in der Debatte über eine Freigabe der Corona-Impfstoffpatente

Common good or private property? The positions of the German-language press in the debate on the suspension of coronavirus vaccine patents

FULL PAPER

Anna Schorn, Lukas Hess & Nadine Strauß
Influencers going green: How exhibited climate activism and message-sidedness affect the impact of greenfluencer posts

Grüne Influencer: Wie zur Schau gestellter Klimaaktivismus und ein- versus zweiseitige Argumentation die Effekte von Greenfluencer:innen beeinflussen

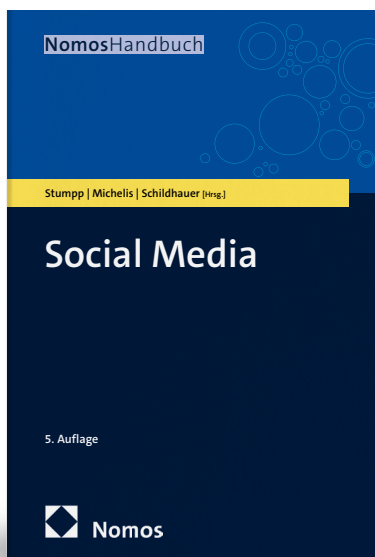
FULL PAPER & EXTENDED ABSTRACT

Jörg Schoolmann & Ekkehard Coenen
Wissenssoziologische Telegram-Analyse. Einführung eines netzwerkorientierten Verfahrens zur Erhebung und Analyse der Social-Media-Kommunikation

Knowledge-sociological Telegram Analysis. Introducing a network-oriented procedure for collecting and analysing social media communication

From TikTok to BeReal

A Comprehensive Guide to Social Media



Stefan Stumpp | Daniel Michelis |
Thomas Schildhauer [Eds.]

Social Media

*5th, comprehensively updated
and expanded edition*

2025, approx. 449 pp., pb., approx. € 69.00

ISBN 978-3-7560-0174-3

E-Book 978-3-7489-5094-3

(NomosHandbuch)

Published approx. August 2025

In German

The handbook in its 5th, comprehensively updated and expanded edition, accompanies long-term developments in the constantly changing social media sector and explains fundamental interrelationships. It describes a strategy model for developing your own solutions, summarises theories, methods and models and shows their practical application. In addition, current trends

and players such as virtual and corporate influencers are considered. The use of social media for sustainability, as well as the emergence of new platforms such as TikTok and BeReal, and the associated opportunities and risks for young people are also discussed. New in this edition are questions of digital responsibility for companies, new work and social collaboration.

With contributions by

Nico Behrens | Johanna Maria Boos | Andrea Braun | Sven Drews | Franziska Geue | Anna Hansch | Katharina Antonia Heder | Jessé Höhne | Ines Holstein | Lukas Horn | Jessica Huth | Monika Ilves | Lisa Kammholz | Jonas Kelch | Tobias Knopf | Josefine Koch | Theresa Maßdorf | Daniel Michelis | Lea Neumann | Doreén Pick | Anna Riedel | Hannah Leah Rödiger | Michael Sarbacher | Franziska Scharfe | Thomas Schildhauer | Marie Schneeweiß | Max Senges | Stefan Stumpp | Julia Weißhaupt | Norman Wiebach | Stephanie Winkler | Christian Wissing

 **Nomos**
eLibrary [nomos-elibrary.de](https://www.nomos-elibrary.de)

Available in bookstores or via [nomos-shop.de](https://www.nomos-shop.de)

Customer Service +49 7221 2104-222 | service@nomos.de

Returns are at the risk and expense of the addressee.



Nomos

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

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

Herausgeber/Publisher: Prof. Dr. Marko Bacht, Berlin | Prof. Dr. Christine Lohmeier, Salzburg | Prof. Dr. Constanze Rossmann, LMU München | Prof. Dr. Helena Stehle, Münster

Redaktion/Editorial Office:

Ruth Kasdorf, Hochschule Wismar, Fakultät Gestaltung, Philipp-Müller-Straße 14, 23966 Wismar

Internationaler Beirat/International Editorial Board: Prof. Dr. Jan van den Bulck, University of Michigan | 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

DGPK Beirat/DGPK Editorial Board: Dr. Alice Binder, FG Werbekommunikation | Dr. Julia Niemann-Lenz, FG Methoden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft | Dr. Ada Fehr, FG Medienpädagogik | Dr. Valerie Hase, FG Journalistik/Journalismusforschung | Dr. Erik Koenen, FG Kommunikationsgeschichte | Dr. Sabrina Heike Kessler, FG Rezeptions- und Wirkungsforschung | Jun.-Prof. Dr. Jessica Kunert, FG Mediensport und Sportkommunikation | Dr. Esther Greussing, FG Digitale Kommunikation | Dr. Katharina Christ, FG Mediensprache – Mediendiskurse | Dr. Philipp Müller, FG Kommunikation und Politik | Dr. Helena Atteneder, FG Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht | Dr. Seraina Tarnutzer, FG Visuelle Kommunikation | Dr. Alexander Ort, FG Gesundheitskommunikation | Dr. Friederike Hendriks, FG Wissenschaftskommunikation | Prof. Dr. Lars Rademacher, FG Kommunikations- und Medienethik | Dr. Regina Cazzamatta, FG Internationale und Interkulturelle Kommunikation | Dr. Franziska Thiele, FG Soziologie der Medienkommunikation | Dr. Benno Viererbl, FG PR- und Organisationskommunikation | Prof. Dr. Britta Gossel, FG Medienökonomie

Aus dem Inhalt

FULL PAPER

The power of perception: How scientific experts' understanding of media logic affects their media-related behavior

Die Macht der Wahrnehmung: Wie das Verständnis wissenschaftlicher Expert:innen von Medienlogik ihr medienbezogenes Verhalten beeinflusst

Birte Leonhardt, Daniel Nölleke & Folker Hanusch 203

FULL PAPER

Gemeinwohl oder Privateigentum? Die Positionen der deutschsprachigen Presse in der Debatte über eine Freigabe der Corona-Impfstoffpatente

Common good or private property? The positions of the German-language press in the debate on the suspension of coronavirus vaccine patents

Julia Polkowski, Hendrik Theine & Uwe Krüger 234

EXTENDED ABSTRACT

Common good or private property? The positions of the German-language press in the debate on the suspension of coronavirus vaccine patents

Gemeinwohl oder Privateigentum? Die Positionen der deutschsprachigen Presse in der Debatte über eine Freigabe der Corona-Impfstoffpatente

Julia Polkowski, Hendrik Theine & Uwe Krüger 261

FULL PAPER

Influencers going green: How exhibited climate activism and message-sidedness affect the impact of greenfluencer posts

Grüne Influencer: Wie zur Schau gestellter Klimaaktivismus und ein- versus zweiseitige Argumentation die Effekte von Greenfluencer:innen beeinflussen

Anna Schorn, Lukas Hess & Nadine Strauß..... 268

FULL PAPER

Wissenssoziologische Telegram-Analyse. Einführung eines netzwerkorientierten Verfahrens zur Erhebung und Analyse der Social-Media-Kommunikation

Knowledge-sociological Telegram Analysis. Introducing a network-oriented procedure for collecting and analysing social media communication

Jörg Schoolmann & Ekkehard Coenen..... 292

EXTENDED ABSTRACT

Knowledge-sociological Telegram Analysis. Introducing a network-oriented procedure for collecting and analysing social media communication

Wissenssoziologische Telegram-Analyse. Einführung eines netzwerkorientierten Verfahrens zur Erhebung und Analyse der Social-Media-Kommunikation

Jörg Schoolmann & Ekkehard Coenen..... 332

Impressum

Herausgeber/Publisher: Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e. V. (DGPK), vertreten durch Prof. Dr. Marko Bachl, Berlin | Prof. Dr. Christine Lohmeier, Salzburg | Prof. Dr. Constanze Rossmann, München | Prof. Dr. Helena Stehle, Münster

Redaktion/Editorial Office:

Ruth Kasdorf, Hochschule Wismar, Fakultät Gestaltung, Philipp-Müller-Straße 14, 23966 Wismar
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

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