

M&K Medien

Kommunikationswissenschaft

herausgegeben vom
Hans-Bredow-Institut
Hamburg

4 2015
63. Jahrgang
ISSN 1615-634X



Nomos

Aus dem Inhalt:

Melanie Magin / Miriam Steiner / Dominique Heinbach / Sarah Bosold / Alice Pieper / Eva-Maria Felka / Birgit Stark

**Suchmaschinen auf dem Prüfstand –
eine vergleichende Inhaltsanalyse der Qualität von
Trefferlisten**

Senja Post

**Die Kommunikationsstrategien der Kontrahenten in
der Fluglärmdebatte. Einflüsse der Wahrnehmung
einer feindlichen Berichterstattung, der
Medienwirksamkeit und der Meinungsklimata in
Politik und Öffentlichkeit**

Matthias Händler

**Was ist ein Bild? Eine Antwort aus semiotisch-
konstruktivistischer Perspektive**

**Reihe „Klassiker der Kommunikations- und
Medienwissenschaft heute“**

Klaus Beck

**Harry Pross – Signalökonomie und „neue
Kommunikationspolitik“**

Diskussion

Rudolf Stöber

**Kritik der Ethik – Ethik der Kritik. Anmerkungen zur
Moral in der Wissenschaft und zum Ethik-Kodex der
DGPK**

Medien & Kommunikationswissenschaft

2015

63. Jahrgang
Heft 4

Herausgegeben vom Hans-Bredow-Institut, Hamburg

Redaktion:

Prof. Dr. Joan Kristin Bleicher | Prof. Dr. Uwe Hasebrink | Anja Herzog, M.A. | Dr. Sascha Hölig | 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

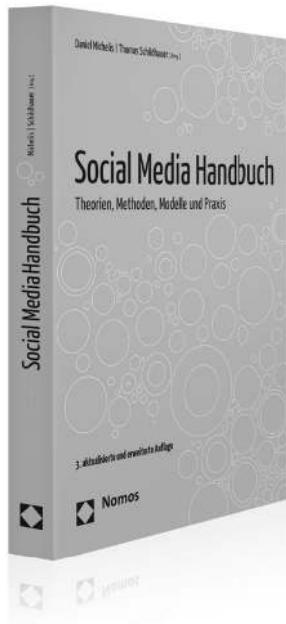
Melanie Magin / Miriam Steiner / Dominique Heinbach / Sarah Bosold / Alice Pieper / Eva-Maria Felka / Birgit Stark	
Suchmaschinen auf dem Prüfstand – eine vergleichende Inhaltsanalyse der Qualität von Trefferlisten.....	495
Senja Post	
Die Kommunikationsstrategien der Kontrahenten in der Fluglärmdebatte. Einflüsse der Wahrnehmung einer feindlichen Berichterstattung, der Medienwirksamkeit und der Meinungsklimata in Politik und Öffentlichkeit.....	517
Matthias Händler	
Was ist ein Bild? Eine Antwort aus semiotisch-konstruktivistischer Perspektive.....	535
Reihe „Klassiker der Medien- und Kommunikationswissenschaft“	
Klaus Beck	
Harry Pross – Signalökonomie und „neue Kommunikationspolitik“.....	557

Diskussion	
Rudolf Stöber	
Kritik der Ethik – Ethik der Kritik. Anmerkungen zur Moral in der Wissenschaft und zum Ethik-Kodex der DGPUK.....	576
Literatur	
<i>Besprechungen</i>	
Elke Grittmann	
Jörg Helbig / Arno Russegger / Rainer Winter (Hrsg.) (2014): Visuelle Medien. Köln: Halem	
Jörg Helbig / Arno Russegger / Rainer Winter (Hrsg.) (2014): Visualität, Kultur und Gesellschaft. Köln: Halem.....	590
Natascha Just	
Dirk Arnold (2014): Medienregulierung in Europa. Vergleich der Medienregulierungsinstrumente und -formen der EU-Mitgliedstaaten vor dem Hintergrund technischer Konvergenz und Europäisierung. Baden-Baden: Nomos	591
Annika Sehl	
Thomas Breyer-Mayländer (Hrsg.) (2015): Vom Zeitungsverlag zum Medienhaus. Geschäftsmodelle in Zeiten der Medienkonvergenz. Wiesbaden: Springer Gabler.....	592
Josef Trappel et al.	
Des Freedman (2014): The Contradictions of Media Power. London, New York: Bloomsbury.....	594
Christian Pentzold	
Susanne Kinnebrock / Christian Schwarzenegger / Thomas Birkner (Hrsg.) (2015): Theorien des Medienwandels. Köln: Halem.....	596
Peter J. Schulz	
Volker Lilienthal / Dennis Reineck / Thomas Schnedler (Hrsg.) (2014): Qualität im Gesundheitsjournalismus. Perspektiven aus Wissenschaft und Praxis. Wiesbaden: Springer VS.....	598
Olaf Jandura	
Suzanne Lischer (2014): Fernsehen als Service public. Eine Analyse der Qualität der SRG-Fernsehprogramme. Wiesbaden: Springer Gabler.....	599
Gunter Reus	
Stefan Lüddemann (2015): Kulturjournalismus. Medien, Themen, Praktiken. Wiesbaden: Springer VS.....	600
Julia Lönnendonker	
Lutz Mükke (2014): Korrespondenten im Kalten Krieg. Zwischen Propaganda und Selbstbehauptung. Köln: Halem.....	602
Christian Filk	
Netzwerk Bildphilosophie (Hrsg.) (2014): Bild und Methode. Theoretische Hintergründe und methodische Verfahren der Bildwissenschaft. Köln: Halem.....	603

Martin Emmer	
Franziska Oehmer (Hrsg.) (2014): Politische Interessenvermittlung und Medien. Funktionen, Formen und Folgen medialer Kommunikation von Parteien, Verbänden und sozialen Bewegungen. Baden-Baden: Nomos.	604
Michel Clement & Petra Schulz	
Robert G. Picard / Steven S. Wildman (Hrsg.) (2015): Handbook on the Economics of the Media. Cheltenham, Northampton: Edward Elgar Publishing	606
Pablo Porten-Cheé	
Carsten Reinemann (Hrsg.) (2014): Political Communication. Berlin, Boston: Walter de Gruyter	607
Heike Klippel	
Jens Ruchatz (2014): Die Individualität der Celebrity. Eine Mediengeschichte des Interviews. Konstanz, München: UVK	609
Michael Schenck	
Clemens Schwender / Daniela Schlütz / Guido Zursteige (Hrsg.) (2014): Werbung im sozialen Wandel. Köln: Halem	610
Cornelia Züll	
Katharina Sommer / Martin Wettstein / Werner Wirth / Jörg Matthes (Hrsg.) (2014): Automatisierung in der Inhaltsanalyse. Köln: Halem	612
Volker Grassmuck	
Birgit Stark / Dieter Dörr / Stefan Aufenanger (Hrsg.) (2014): Die Googleisierung der Informationssuche. Suchmaschinen zwischen Nutzung und Regulierung. Berlin, Boston: de Gruyter	613
Katharina Kleinen-von Königslöw	
Ingrid Volkmer (2014): The Global Public Sphere. Public Communication in the Age of Reflective Interdependence. Cambridge: Polity Press	614
Paul Murschetz	
Björn von Rimscha / Gabriele Siegert (2015): Medienökonomie. Eine problemorientierte Einführung. Wiesbaden: Springer VS	616
<i>Zeitschriftenlese</i>	618
<i>Literaturverzeichnis</i>	638
<i>English Abstracts</i>	643
<i>Autorinnen und Autoren dieses Heftes</i>	646
<i>Hinweise für Autorinnen und Autoren</i>	648
<i>Jahresinhaltsverzeichnis 63. Jahrgang 2015</i>	651

»mehr als ein erster Einstieg in das Thema Social Media«

AnwBl 4/13, zur Vorauflage



Das Handbuch, das nunmehr in 3., aktualisierter und erweiterter Neuauflage vorliegt, begleitet langfristige Entwicklungen im sich ständig wandelnden Social Media Bereich und erklärt grundsätzliche Zusammenhänge. Es beschreibt ein kompaktes Strategiemodell für die Entwicklung eigener Lösungen und Strategien, fasst Theorien, Methoden und Modelle führender Autoren zusammen und zeigt deren praktische Anwendung anhand von Fallbeispielen.

Social Media Handbuch

Theorien, Methoden, Modelle und Praxis

Herausgegeben von Prof. Dr. Daniel Michelis und Prof. Dr. Dr. Thomas Schildhauer

3. aktualisierte und erweiterte Auflage 2015

388 S., brosch., 39,-€

ISBN 978-3-8487-2278-5

www.nomos-shop.de/24698

»Michelis und Schildhauer haben ein gutes, umfangreiches und sehr lehrreiches Standardwerk abgeliefert, das in der zweiten Auflage noch umfassender daherkommt.«

Martin Fuchs, socialnet.de 9/12, zur Vorauflage

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“

„Komplexitätssteigerung und Komplexitätsreduzierung in der kommunikationswissenschaftlichen Theoriebildung“

Gastherausgeber: Christian Pentzold & Christian Katzenbach

Theoriebildung, also das Entwickeln, Formulieren, Diskutieren und Anwenden theoretischen Wissens in Form verallgemeinerter Konzepte, erklärender Modelle oder analytischer Begriffe, bewegt sich stets im Spannungsverhältnis von Verkomplizierung und Vereinfachung. Das Anliegen der Kommunikationswissenschaft, die Bedingungen, Vorgänge und Konsequenzen von Kommunikationsprozessen und Mediensystemen *in ihrer Komplexität* adäquat erfassen zu wollen, scheint dabei der Notwendigkeit und Leistung von Theoriebildung gegenüberzustehen, gerade eine Beschränkung vorzunehmen, um die jeweils im Fokus stehenden Aspekte abstrahierend und generalisierend beschreiben, erklären und gegebenenfalls prognostizieren zu können.

Auch vor dem Hintergrund der Behauptung, dass sich die empirischen Gegenstände der Kommunikationswissenschaft, etwa durch Digitalisierung und Vernetzung, verkompliziert hätten, soll das Themenheft der Zeitschrift „Medien & Kommunikationswissenschaft“ dazu dienen, solche tatsächlichen oder vermeintlichen Entwicklungen zwischen Komplexitätssteigerung und Komplexitätsreduzierung in der kommunikationswissenschaftlichen Theoriebildung zu reflektieren. Dabei stehen drei Ziele im Vordergrund:

Erstens die explizite Auseinandersetzung mit Komplexität als Bezugspunkt kommunikationswissenschaftlicher Theoriebildung: Aus theoretisch unterschiedlich begründeten und auf verschiedene kommunikationswissenschaftliche Gegenstände bezogenen Perspektiven soll erörtert werden, welche Begriffe, Modelle oder Konzepte der Komplexität sozialer Kommunikation und medienkommunikativer Verhältnisse adäquat Rechnung tragen und sie theoretisch sowie analytisch-empirisch begreifbar machen.

Zweitens die begrifflich substanzielle Fassung von Komplexität: „Komplexität“ soll nicht als Metapher dienen, sondern einen analytischen Mehrwert für die Kommunikationswissenschaft bieten. Dazu bedarf es nicht notwendigerweise einer übergreifenden, allgemein geteilten Definition von Komplexität, wohl aber der kritischen Durchsicht des Feldes konzeptueller Ansätze, um Komplexität für die Kommunikationswissenschaft zu theoretisieren. Ansatzpunkte hierfür können etwa einschlägige, unterschiedlich intensiv in der Kommunikationswissenschaft rezipierte Konzepte sein – beispielsweise kybernetische, explizit als Komplexitätstheorien apostrophierte Ansätze, die soziologischen Arbeiten von Luhmann, Latour oder Rosa wie auch ökonomische Theorien kollektiven Handelns –, die für die kommunikationswissenschaftliche Theoriebildung (weiter) erschlossen werden sollen.

Drittens die explizite und kritische Auseinandersetzung mit den Ambivalenzen von Komplexität: Die, wie häufig behauptet, komplexer werdenden gegenwärtigen kommunika-

tiven Formen und Prozesse müssen sich nicht notwendigerweise in gesteigerte Theoriekomplexität übersetzen; daher soll das Themenheft Raum bieten, das Verhältnis von Gegenstandskomplexität und Theoriekomplexität zu diskutieren. Darüber hinaus soll die Auseinandersetzung mit Komplexität in kommunikationswissenschaftlicher Theoriebildung unter dem Aspekt von Kontinuität und Wandel betrachtet werden. Und schließlich wäre grundlegend das Verhältnis von Komplexitätssteigerung und Komplexitätsreduzierung in der Theoriebildung zu behandeln.

Ausgehend von diesen Zielen werden theoretisch, empirisch oder methodologisch orientierte Beiträge erbeten, die sich explizit mit theoretischen Positionen und Entwicklungen der Kommunikationswissenschaft zwischen Komplexitätssteigerung und Komplexitätsreduzierung auseinandersetzen. Die Beiträge können sich dabei u. a. mit folgenden Fragen auseinandersetzen:

- Mit welchen – auch aus anderen Disziplinen kommenden – Konzepten und Begriffen kann Komplexität als Merkmal kommunikationswissenschaftlicher Gegenstände und als Merkmal kommunikationswissenschaftlicher Theoriebildung definiert werden?
- Inwiefern kann die gegenwärtige Entwicklung von Medien und Kommunikation im historischen Vergleich als Komplexitätssteigerung oder -reduzierung des Gegenstandsbereichs angesehen werden?
- Wie lässt sich bisherige kommunikationswissenschaftliche Theoriebildung im Hinblick auf Komplexitätssteigerung und -reduktion rekonstruieren?
- Welche wissenschaftstheoretischen und erkenntnistheoretischen Grundlagen sind für eine Auseinandersetzung mit Komplexitätssteigerung und -reduzierung der kommunikationswissenschaftlichen Theoriebildung weiterführend?
- Welche methodologischen Konsequenzen hat die Beschäftigung mit Komplexität im Gegenstandsbereich der Kommunikationswissenschaft?
- Was sind Leistungen und Probleme einer auf Komplexitätssteigerung oder Komplexitätsreduzierung orientierten Theoriebildung in verschiedenen Verwendungskontexten der Kommunikationswissenschaft?

Kolleginnen und Kollegen, die einen Beitrag zu diesem Themenheft beisteuern möchten, werden gebeten, bis zum **1. Juni 2016** ein vollständiges Manuskriptangebot an die Redaktion zu senden (max. 55.0000 Buchstaben inkl. Leerzeichen). Über die Annahme der Manuskripte wird nach dem üblichen Begutachtungsverfahren von M&K entschieden.

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