

M&K Medien

Kommunikationswissenschaft

herausgegeben vom
Hans-Bredow-Institut
Hamburg

1 2016

64. Jahrgang
ISSN 1615-634X



Nomos

Aus dem Inhalt:

Henk Erik Meier / Jörg Hagenah
**„Fußballisierung“ im deutschen Fernsehen?
Eine Untersuchung zum Wandel von Angebot und
Nachfrage bei den wichtigsten Free TV-Sendern**

Claudia Riesmeyer / Senta Pfaff-Rüdiger / Anna Kümpel
**Wenn Wissen zu Handeln wird: Medienkompetenz aus
motivationaler Perspektive**

Teresa K. Naab
**Der Sanktionsbedarf von Facebook-Inhalten aus Sicht
von NutzerInnen und seine Determinanten**

Jürgen Wilke
**Von der Zeitungskunde zur Integrationswissenschaft.
Wurzeln und Dimensionen im Rückblick auf hundert
Jahre Fachgeschichte der Publizistik-, Medien- und
Kommunikationswissenschaft in Deutschland**

sowie mit Diskussionsbeiträgen zu Rudolf Stöbers
Beitrag in M&K 4/2015 von Alexander Filipović /
Elisabeth Klaus / Christian Strippel, Elke Grittmann /
Ricarda Drücke, Klaus-Dieter-Altmeyen und
Rudolf Stöber

Medien & Kommunikationswissenschaft

2016

64. Jahrgang
Heft 1

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

Editorial	5
Henk Erik Meier / Jörg Hagenah „Fußballisierung“ im deutschen Fernsehen? Eine Untersuchung zum Wandel von Angebot und Nachfrage bei den wichtigsten Free TV-Sendern.....	12
Claudia Riesmeyer / Senta Pfaff-Rüdiger / Anna Kümpel Wenn Wissen zu Handeln wird: Medienkompetenz aus motivationaler Perspektive. .	36
Teresa K. Naab Der Sanktionsbedarf von Facebook-Inhalten aus Sicht von NutzerInnen und seine Determinanten.....	56
Jürgen Wilke Von der Zeitungskunde zur Integrationswissenschaft. Wurzeln und Dimensionen im Rückblick auf hundert Jahre Fachgeschichte der Publizistik-, Medien- und Kommunikationswissenschaft in Deutschland.....	74

Diskussion

Alexander Filipović / Elisabeth Klaus / Christian Strippel

Der Ethik-Kodex der DGPUK. Erläuterungen aus Anlass des Beitrags von Rudolf Stöber in M&K 4/2015..... 93

Elke Grittmann / Ricarda Drüeke

Wissenschaft als Gesellschaftskritik – ein Einwurf.....109

Klaus-Dieter Altmeyden

Ethik ist kein Springteufel. Warum Ethik und Kritik in der Wissenschaft keine Gegensätze sind..... 114

Rudolf Stöber

Diskussionen erwünscht, Änderungen nicht? Ein Vorschlag zur Güte..... 117

Literatur

Besprechungen

Joan Kristin Bleicher

Florian Mundhenke / Fernando Ramos Arenas / Thomas Wilke (Hrsg.) (2015): Mashups. Neue Praktiken und Ästhetiken in populären Medienkulturen. Wiesbaden: Springer
Valie Djordjevic / Leonhard Dobusch (Hrsg.) (2014): Generation Remix. Zwischen Popkultur und Kunst. Berlin: irights media..... 119

Jessica Kunert

Matthias Brändli (2015): Die Online-Kommunikation von politischen Interessengruppen in der Schweiz. Bedeutung, Einsatz und Veränderungen der Organisationsstrukturen. Köln: Halem..... 121

Leif Kramp

Steffen Burkhardt (2015): Medienskandale. Zur moralischen Sprengkraft öffentlicher Diskurse. Köln: Halem..... 122

Rolf F. Nohr

Gundolf S. Freyermuth (2015): Games | Game Design | Game Studies. Eine Einführung. Bielefeld: transcript..... 124

Thilo von Pape

Jordan Frith (2015): Smartphones as Locative Media. Cambridge: Polity Press..... 125

Marc Ziegele

Gianna Haake (2015): Das Wissen der Leser. Leserkommentare zwischen Wissenschaftsjournalismus und Social Web. Konstanz: UVK..... 126

Markus Rhomberg

Oliver Hahn / Ralf Hohlfeld / Thomas Knieper (Hrsg.) (2015): Digitale Öffentlichkeit(en). Konstanz, München: UVK..... 128

Jeffrey Wimmer

Olaf Hoffjann / Hans-Jürgen Arlt (2015): Die nächste Öffentlichkeit. Theorieentwurf und Szenarien. Wiesbaden: Springer VS..... 129

Nikolaus Forgó

Gerrit Hornung / Ralf Müller-Terpitz (Hrsg.) (2015): Rechtshandbuch Social Media. Berlin, Heidelberg: Springer..... 131

Sabrina Heike Kessler

Johannes Knoll (2015): Persuasion in sozialen Medien. Der Einfluss nutzergenerierter Inhalte auf die Rezeption und Wirkung von Onlinewerbung. Wiesbaden: Springer VS. . 132

Katrin Döveling / Charlotte Knorr

Rinaldo Kühne (2015): Emotionale Framing-Effekte auf Einstellungen. Eine theoretische Modellierung und empirische Überprüfung der Wirkungsmechanismen. Baden-Baden: Nomos..... 133

Theo Röhle

Arno Rolf / Arno Sagawe (2015): Des Googles Kern und andere Spinnennetze. Die Architektur der digitalen Gesellschaft. Konstanz/München: UVK..... 135

Daniel Pietschmann

Klaus Sachs-Hombach / Jan-Noël Thon (Hrsg.) (2015): Game Studies. Aktuelle Ansätze der Computerspielforschung. Köln: Halem..... 136

Beatrice Dernbach

Mike Schäfer / Silje Kristiansen / Heinz Bonfadelli (Hrsg.) (2015): Wissenschaftskommunikation im Wandel. Köln: Halem..... 138

Dieter Spanhel

Stefan Welling / Andreas Breiter / Arne Hendrik Schulz (2015): Mediatisierte Organisationswelten in Schulen. Wie der Medienwandel die Kommunikation in den Schulen verändert. Wiesbaden: Springer VS..... 139

Zeitschriftenlese..... 141

Literaturverzeichnis..... 163

Dissertationsübersicht..... 169

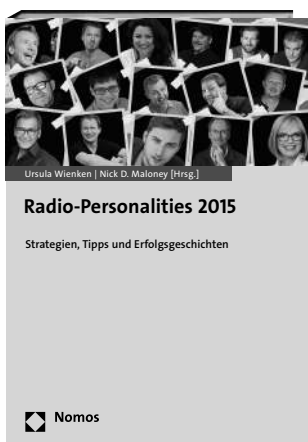
English Abstracts..... 181

Autorinnen und Autoren dieses Heftes..... 184

Hinweise für Autorinnen und Autoren..... 186

Die größten Radiostars schreiben!

Das neue Radio-Personality Buch 2015 ist da



Radio-Personalities 2015

Strategien, Tipps und Erfolgsgeschichten

Herausgegeben von Ursula Wienken und
Nick D. Maloney

2015, 126 S., brosch., 24,- €

ISBN 978-3-8487-1450-6

eISBN 978-3-8452-5496-8

www.nomos-shop.de/22799

Die größten Radio-Personalities im deutschsprachigen Raum schreiben. Über das, wofür sie stehen, warum Radio ohne Personalities nicht funktionieren kann und was Hörerbindung für das Überleben des Radios bedeutet. Radio-profis von heute und morgen, Interessierte und Liebhaber finden hier wertvolle Einblicke in die Welt der erfolgreichsten Radiostars.

Radio-Personalities 2015 ist kein technisches Handwerksbuch – davon gibt es genug. Die Autoren/-innen schreiben persönlich über ihren Weg, ihren Lebensraum und ihre Vision von emotionalem, authentischem Radio, das auch in Zeiten von Streaming-Portalen Berechtigung und Zukunft hat.



Unser Wissenschaftsprogramm ist auch online verfügbar unter: www.nomos-elibrary.de

Portofreie Buch-Bestellungen unter
www.nomos-shop.de

Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer



Nomos