Hinweise für Autorinnen und Autoren

Die wissenschaftliche Vierteljahreszeitschrift „Medien & Kommunikationswissenschaft“ (bis Ende 1999 „Rundfunk und Fernsehen – Zeitschrift für Medien- und Kommunikationswissenschaft“) wird seit 1953 vom Hans-Bredow-Institut herausgegeben und redaktionell betreut. Die Zeitschrift ist ein interdisziplinäres Forum für theoretische und empirische Beiträge aus der gesamten Medien- und Kommunikationswissenschaft. Für die Publikation in „Medien & Kommunikationswissenschaft“ kommen wissenschaftliche Beiträge in Betracht, die:

- ein Moment originärer theoretischer Leistung beinhalten bzw. einen theoretisch weiterführenden Argumentationsgang bieten;
- Befunde zu einem ausgewiesenen Problem von theoretischer oder medienpraktischer Relevanz darstellen;
- innerhalb eines wissenschaftlichen Diskurses Position beziehen und die Diskussion voranbringen können oder
- Literatur bzw. ausgewählte Literatur zu bestimmten Problemstellungen systematisch und vergleichend zusammenfassen und eine Übersicht über den Stand der Theorie und/oder Empirie geben.

Die Redaktion bietet außerdem die Möglichkeit zur Stellungnahme und Erwiderung zu publizierten Beiträgen. Stellungnahmen und Erwiderungen, die den in „Medien & Kommunikationswissenschaft“ üblichen inhaltlichen und formalen Standards entsprechen und geeignet sind, die wissenschaftliche Diskussion zu fördern, werden im nächstmöglichen Heft publiziert. Die Redaktion räumt dabei dem Autor bzw. der Autorin des Beitrages, auf den sich die Stellungnahme bezieht, die Möglichkeit einer Erwiderung ein.

Manuskripte, die zur Publikation in „Medien & Kommunikationswissenschaft“ eingereicht werden, dürfen *nicht anderweitig veröffentlicht* sein und bis Abschluss des Begutachtungsverfahrens *nicht anderen Stellen zur Veröffentlichung angeboten* werden.

Im Sinne der Förderung des wissenschaftlichen Diskurses und der kumulativen Forschung sowie der Qualitätssicherung legt die Redaktion bei der Begutachtung von Beiträgen besonderen Wert darauf, dass größtmögliche Transparenz hinsichtlich der verwendeten Daten hergestellt wird. Autorinnen und Autoren empirischer Beiträge verpflichten sich mit der Einreichung des Manuskripts, dass sie die Art und Weise der Datenerhebung bzw. den Zugang zu Datenbeständen, die von Dritten (z. B. Datenbanken) zur Verfügung gestellt worden sind, ausreichend dokumentieren, um so die Voraussetzungen für Sekundäranalysen und Replikationen zu schaffen. Zugleich erklären sie sich bereit, die verwendeten Daten bei wissenschaftlich begründeten Anfragen im Rahmen der jeweils gegebenen Möglichkeiten für weitere Analysen zur Verfügung zu stellen.

Im Hinblick auf eine transparente Dokumentation des methodischen Vorgehens entwickeln sich zunehmend standardisierte Kriterienkataloge. Dies ist in der Kommunikationswissenschaft insbesondere für die standardisierte Inhaltsanalyse der Fall. Aufsätze, in denen standardisierte Inhaltsanalysen dargestellt werden, sollten folgende Angaben enthalten: Grundgesamtheitsdefinition, Stichprobendesign, Aufgreifkriterium (inkl. Angabe der Identifikationsreliabilität), Design des Reliabilitätstests (Art der Reliabilitätsberechnung, Art der Stichprobe und Stichprobenumfang, Zeitpunkt, Zahl der Codierer, Begründung der Koeffizientenwahl), Zahl der bei der Codierung eingesetzten Codierer, Zahl der Ausprägungen und vorzugsweise zufallskorrigierte Reliabilitätskoeffizienten für alle dargestellten Variablen, Bewertung und Konsequenzen des Reliabilitätstests. Aufsätze, in denen andere Methoden dargestellt werden, sollten sich in diesem Sinne an den der jeweiligen Methode entsprechenden Kriterien orientieren.

DOI: 10.5771/1615-634X-2019-3-370

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2019-3-370 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Formalien:

- Manuskripte sind der Redaktion im Word-Format per E-Mail zuzuschicken.
- Da die eingereichten Manuskripte anonymisiert begutachtet werden, sind zwei Titelblätter erforderlich: eines mit Angabe des Titels und der Namen und Anschriften der Autorinnen und Autoren, eines ohne Anführung der Namen und Adressen. Das Manuskript selbst darf keine Hinweise auf die Autorinnen und Autoren enthalten.
- Beizufügen ist eine *kurze Zusammenfassung* des Beitrags (max. 15 Zeilen), die dem Leser als selbständiger Text einen hinreichenden Eindruck vom Inhalt des jeweiligen Beitrags vermittelt.
- Der Umfang der Beiträge darf *20 Manuskriptseiten* (55.000 Buchstaben inkl. Leerzeichen) nicht überschreiten.
- *Gliederung* des Textes: Jedes Kapitel und Unterkapitel sollte mit einer Überschrift (in Dezimalzählung) versehen sein.
- *Hervorhebungen* im Text sind kursiv oder fett zu kennzeichnen.
- *Hinweise und Literaturbelege* sollen erfolgen durch Angabe von Autor, Erscheinungsjahr und Seitenziffer im fortlaufenden Text – z. B.: . . . (Müller 1990: 37) . . . –, wobei der vollständige bibliographische Nachweis über ein *Literaturverzeichnis* im Anschluss an den Beitrag ermöglicht wird.
- Aufgrund der in verschiedenen Fachtraditionen unterschiedlichen Zitierregeln gibt M&K für das *Literaturverzeichnis* keine bestimmte Variante vor. Die einzige Vorgabe besteht darin, dass alle erforderlichen Literaturangaben vorhanden sind und dass diese für das gesamte Manuskript konsistent gestaltet werden.

Über eine Annahme des Manuskripts und den Zeitpunkt der Veröffentlichung entscheidet die Redaktion auf der Grundlage mehrerer Gutachten. Dem/der Autor/in wird die Redaktionsentscheidung schriftlich mitgeteilt. Im Falle einer Entscheidung für Überarbeitung, Neueinreichung oder Ablehnung legt die Redaktion die Gründe für ihre Entscheidung offen. Dazu werden die anonymisierten Gutachten, evtl. auch nur in Auszügen, zugesandt. Das Begutachtungsverfahren ist in der Regel sechs Wochen nach Eingang des Manuskripts abgeschlossen; falls die Begutachtung längere Zeit erfordert, werden die Autor/inn/en benachrichtigt.

Von jedem Originalbeitrag werden *20 Sonderdrucke* kostenlos zur Verfügung gestellt. Weitere Sonderdrucke können bei Rückgabe der Fahnenkorrektur an die Redaktion schriftlich gegen Rechnung bestellt werden.

Verlag und Redaktion haften nicht für Manuskripte, die unverlangt eingereicht werden. Mit der Annahme eines Manuskripts erwirbt der Verlag von den Autorinnen und Autoren alle Rechte, insbesondere auch das Recht der weiteren Vervielfältigung zu gewerblichen Zwecken im Wege des fotomechanischen oder eines anderen Verfahrens.

Herausgeber:
Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut (HBI), vertreten durch den Vorstand Prof. Dr. Uwe Hasebrink, Kristina Hein und Prof. Dr. Wolfgang Schulz
Schriftleitung:
Christiane Matzen, M.A. (ViSdP), Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut, Rothenbaumchaussee 36, 20148 Hamburg
Telefon 040/450217-41 | E-Mail c.matzen@leibniz-hbi.de

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2019-3-370 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Druck und Verlag:
Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG | Waldseestraße 3-5 | 76530 Baden-Baden,
Telefon 07221/2104-0 | Fax 07221/2104-27
Anzeigen:
sales friendly Verlagsdienstleistungen | Siegburger Str. 123 | 53229 Bonn
Telefon 0228/978980 | Fax 0228/9789820 | E-Mail roos@sales-friendly.de
Urheber- und Verlagsrechte:
Die Zeitschrift sowie alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags.
Namentlich gekennzeichnete Artikel müssen nicht die Meinung der Herausgeber/Redaktion wiedergeben. Unverlangt eingesendete Manuskripte – für die keine Haftung übernommen wird – gelten als Veröffentlichungsvorschlag zu den Bedingungen des Verlages. Es werden nur unveröffentlichte Originalarbeiten angenommen. Die Verfasser erklären sich mit einer nicht sinnentstellenden redaktionellen Bearbeitung einverstanden.
Der Nomos Verlag beachtet die Regeln des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels e.V. zur Verwendung von Buchrezensionen.
Erscheinungsweise: viermal jährlich
Bezugspreis 2019: Jahresabonnement inkl. Onlinezugang (Privat) 128,-- €, für Studierende (jährliche Vorlage einer Studienbescheinigung erforderlich) 70,-- € ; Institutionspreis inkl. Onlinezugang 239,-- €; Einzelheft 35,-- €.
Alle Preise verstehen sich inkl. MWSt, zzgl. Vertriebskostenanteil.
Jährlich kann ein Sonderheft erscheinen, das nach Umfang berechnet und den Abonnenten des laufenden Jahrgangs mit einem Nachlass von 25 % des jeweiligen Ladenpreises geliefert wird. Bei Nichtgefallen kann das Sonderheft innerhalb einer Frist von 3 Wochen zurückgegeben werden. Bestellungen nehmen entgegen: der Buchhandel und der Verlag; Kündigung: Drei Monate vor Kalenderjahresende. Zahlungen jeweils im Voraus an: Nomos Verlagsgesellschaft, Postbank Karlsruhe, Konto 73636-751 (BLZ 66010075), IBAN DE07 6601 0075 0073 6367 51, BIC PBNKDEFF und Stadtsparkasse Baden-Baden, Konto 5-002266 (BLZ 66250030), IBAN DE05 6625 0030 0005 0022 66, BIC SOLADES1BAD.

ISSN 1615-634X

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2019-3-370 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Aktuell. Studien zum Journalismus

Herausgegeben von Prof. Dr. Andrea Czepek, Prof. Dr. Ralf Hohlfeld, Prof. Dr. Frank Lobigs, Prof. Dr. Wiebke Loosen, Prof. Dr. Klaus Meier und Prof. Dr. Christoph Neuberger

New Digital Storytelling

Anspruch, Nutzung und Qualität von Multimedia-Geschichten

Von Dr. Jens Radü

2019, Band 17, 281 S., brosch., 54,– €
ISBN 978-3-8487-5810-4
nomos-shop.de/41408

Was macht gutes digitales Storytelling aus? In drei empirischen Schritten erforscht diese Arbeit die Qualität von Multimedia-Geschichten: die Auswertung von tatsächlichen Nutzungsdaten, einem Experiment und qualitativen Experteninterviews. Am Ende steht ein Kanon von zehn spezifischen Qualitätskriterien für Multimedia-Geschichten.

„Den Mächtigen auf die Finger schauen“

Zur Zukunft gedruckter Tageszeitungen in der Region

Von Prof. Dr. Claudia Mast, Dr. Klaus Spachmann und Katherina Georg

2019, Band 12, 224 S., brosch., 44,– €
ISBN 978-3-8487-3628-7
nomos-shop.de/28542

Tageszeitungen gelten als große Verlierer des Medienwandels. Die Reichweiten sinken seit vielen Jahren. Die Studie in Zusammenarbeit mit der „Pforzheimer Zeitung“ stellt auf Grundlage von Ergebnissen einer Leserbefragung vor, wie sich das regional verankerte Blatt im digitalen Medienzeitalter positioniert.

Bestellen Sie im Buchhandel oder versandkostenfrei online unter nomos-shop.de
Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer

Nomos

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2019-3-370 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Meinungsbildung in der Netzöffentlichkeit

Meinungsbildung in der Netzöffentlichkeit

Aktuelle Studien zu Nachrichtennutzung, Meinungsaustausch und Meinungsbeeinflussung in Social Media

Herausgegeben von Dr. Patrick Weber, Dr. Frank Mangold, Dr. Matthias Hofer und Prof. Dr. Thomas Koch

2019, 193 S., brosch., 39,– €
ISBN 978-3-8487-5188-4
(Reihe Rezeptionsforschung, Bd. 40)
nomos-shop.de/39498

Der Band bietet Einblicke in die aktuelle kommunikationswissenschaftliche Rezeptions- und Wirkungsforschung zu den Konsequenzen der Digitalen Transformation öffentlicher Kommunikation. Die Beiträge widmen sich Fragen nach der Nachrichtennutzung auf Facebook, der Meinungsartikulation in der Netzöffentlichkeit und der Beeinflussung von Meinungen in Sozialen Medien (z.B. durch Influencer). Sie dokumentieren jeweils den aktuellen Forschungs- und Wissensstand, beantworten auf empirischer Grundlage aktuelle offene Fragen und geben Anregungen für künftige Forschung.

Mit Beiträgen von

Patrick Weber, Frank Mangold, Miriam Steiner, Melanie Magin, Birgit Stark, Pascal Jürgens, Anna Sophie Kümpel, Larissa Leonhard, Veronika Karnowski, Claudia Wilhelm, Ines Engelmann, Stefan Geiß, German Neubaum, Manuel Cargnino, Davina Berthelé, Priska Breves, Helene Schüler, Benedikt Spangardt, Kerstin Thummes

Bestellen Sie im Buchhandel oder versandkostenfrei online unter nomos-shop.de
Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer

Nomos

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2019-3-370 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY