

# Hinweise für Autorinnen und Autoren

Die wissenschaftliche Vierteljahresschrift „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.

*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:**

Hans-Bredow-Institut, vertreten durch das Direktorium Prof. Dr. Uwe Hasebrink und Prof. Dr. Wolfgang Schulz

**Schriftleitung:**

Christiane Matzen, M.A. (ViSdP), Hans-Bredow-Institut | Rothenbaumchaussee 36 | 20148 Hamburg  
Telefon 040/450217-41 | E-Mail c.matzen@hans-bredow-institut.de

**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 2018:** Jahresabonnement inkl. Onlinezugang (Privat) 128,-- €, für Studierende (jährliche Vorlage einer Studienbescheinigung erforderlich) 70,-- € ; Institutionspreis inkl. Onlinezugang 229,-- €; 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 Stadtparkasse Baden-Baden, Konto 5-002266 (BLZ 66250030), IBAN DE05 6625 0030 0005 0022 66, BIC SOLADES1BAD.

ISSN 1615-634X

# Filmstudien

Herausgegeben von Prof. Dr. Norbert Grob und Prof. Dr. Oksana Bulgakowa



## Mediale Erinnerungen

Ästhetisch-dramaturgische Entwicklung im Kino von Atom Egoyan

Von Dr. Julia von Lucadou

2017, Bd. 75, 259 S., brosch., 49,- €

ISBN 978-3-8487-4220-2

eISBN 978-3-8452-8522-1

[nomos-shop.de/29979](https://www.nomos-shop.de/29979)

Vom Indie-Film zum Mainstream-Thriller: Der Band analysiert die ästhetisch-dramaturgische Entwicklung des kanadischen Autorenregisseurs Atom Egoyan vor dem produktionstechnischen und sozialhistorischen Hintergrund seiner Kinofilme.



## „An Aggregate of Every Moment Before“

Amerikanische Formen der Ver- und Entwurzelung in den Filmen von Sean Penn

Von Ben Kaufmann, M.A.

2017, Bd. 74, 118 S., brosch., 24,- €

ISBN 978-3-8487-4101-4

eISBN 978-3-8452-8410-1

[nomos-shop.de/29579](https://www.nomos-shop.de/29579)

Verbindungslinien zwischen familiärer Herkunft, kreativem Werdegang und dem amerikanischen Kulturüberbau sind zutiefst in das Leben des Sean Penn eingeschrieben. Der Autor untersucht, wie sich diese mentalen Brücken bzw. deren Frakturen auch in Penns filmischem Regiewerk manifestieren.



Unser Wissenschaftsprogramm ist auch online verfügbar unter: [www.nomos-elibrary.de](https://www.nomos-elibrary.de)

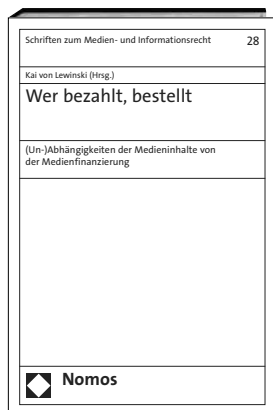
Bestellen Sie jetzt telefonisch unter (+49)7221/2104-37  
Portofreie Buch-Bestellungen unter [www.nomos-shop.de](https://www.nomos-shop.de)

Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer



**Nomos**

# Schriften zum Medien- und Informationsrecht



## Wer bezahlt, bestellt

(Un-)Abhängigkeiten der Medieninhalte von der Medienfinanzierung

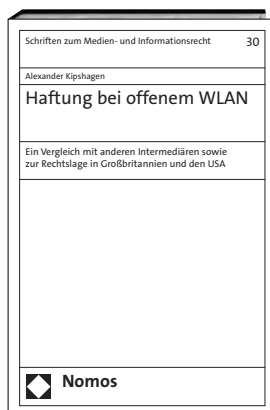
Herausgegeben von Prof. Dr. Kai von Lewinski

2017, Bd. 28, 165 S., brosch., 44,— €

ISBN 978-3-8487-4655-2

eISBN 978-3-8452-8883-3

[nomos-shop.de/34881](http://nomos-shop.de/34881)



## Haftung bei offenem WLAN

Ein Vergleich mit anderen Intermediären sowie zur Rechtslage in Großbritannien und den USA

Von Dr. Alexander Kipshagen

2017, Bd. 10, 344 S., brosch., 89,— €

ISBN 978-3-8487-4322-3

eISBN 978-3-8452-8591-7

[nomos-shop.de/30275](http://nomos-shop.de/30275)

Wie kann man, wenn der, der bezahlt, auch bestellt, sicherstellen, dass alle Beteiligten von und in den Medien als „vierter Gewalt“ das bekommen, was sie möchten und brauchen? Beiträge aus unterschiedlichen Perspektiven von Wissenschaft und Praxis untersuchen das Problemfeld.

Die deutsche WLAN-Infrastruktur wird oft als „WLAN-Wüste“ bezeichnet. Welche Gründe es für das Fehlen von drahtlosen Funknetzwerken im öffentlichen Raum gibt und wie man das Haftungsdilemma der deutschen WLAN-Betreiber lösen kann zeigt das Werk durch einen Rechtsvergleich und eine umfassende Analyse.



Unser Wissenschaftsprogramm ist auch online verfügbar unter: [www.nomos-elibrary.de](http://www.nomos-elibrary.de)

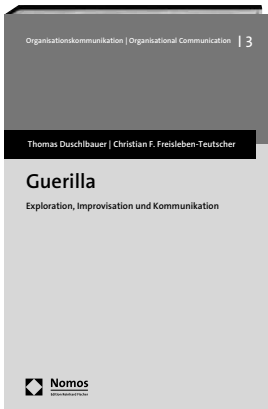
Bestellen Sie jetzt telefonisch unter (+49)7221/2104-37  
Portofreie Buch-Bestellungen unter [www.nomos-shop.de](http://www.nomos-shop.de)

Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer



# Nomos

# Organisationskommunikation



## Guerilla

Exploration, Improvisation und  
Kommunikation

Von FH-Prof. Mag. Dr. Thomas Duschlbauer,  
MA und Mag. Christian F. Freisleben-Teutscher

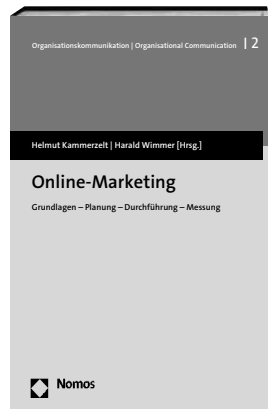
2017, Bd. 3, 169 S., brosch., 34,— €

ISBN 978-3-8487-3252-4

eISBN 978-3-8452-7600-7

[nomos-shop.de/27646](http://nomos-shop.de/27646)

Guerilla-Taktiken in der Kommunikation einzusetzen bedeutet, dass man mit unkonventionellen Methoden Aufmerksamkeit auf sich zieht. Das Motto heißt dabei nicht „Auffallen um jeden Preis“, sondern Auffallen zu einem möglichst geringen Preis, dafür aber mit originellen und möglichst originären Ideen.



## Online-Marketing

Grundlagen – Planung –  
Durchführung – Messung

Herausgegeben von Prof. Helmut Kammerzelt  
und FH-Prof. Ing. Dr. Harald Wimmer

2016, Bd. 2, 208 S., brosch., 39,— €

ISBN 978-3-8487-3507-5

eISBN 978-3-8452-7810-0

[nomos-shop.de/28289](http://nomos-shop.de/28289)

In diesem Band zum Online-Marketing werden von den Grundlagen des Online-Marketings über die Planung bis hin zur Durchführung von Display-Advertising, Performance-, Mobile- und Social-Media-Marketing sowie Augmented Reality und der Messung von Online-Kampagnen alle relevanten Bereiche abgedeckt.



Unser Wissenschaftsprogramm ist auch online verfügbar unter: [www.nomos-elibrary.de](http://www.nomos-elibrary.de)

Bestellen Sie jetzt telefonisch unter (+49)7221/2104-37  
Portofreie Buch-Bestellungen unter [www.nomos-shop.de](http://www.nomos-shop.de)

Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer



**Nomos**

# Das Internet und seine Folgen für die medienökonomische Theorie



## Media Economics revisited

(Wie) Verändert das Internet die Ökonomie der Medien?

Herausgegeben von Prof. Dr. Wolfgang Seufert

2017, 322 S., brosch., 59,- €

ISBN 978-3-8487-3830-4

eISBN 978-3-8452-8159-9

(Reihe Medienökonomie, Bd. 11)

[nomos-shop.de/28968](http://nomos-shop.de/28968)

Das Internet hat Medienunternehmen und Medienmärkte fundamental verändert. Brauchen Medienökonomik und Medienmanagementlehre damit auch neue Theoriegrundlagen? Der Band enthält elf unterschiedliche Antworten, die auf der Jahrestagung 2016 der Fachgruppe Medienökonomie in der DGPUK gegeben wurden.

Zur Reihe

## Reihe Medienökonomie

Herausgegeben von Prof. Dr. Sven Pagel, Prof. Dr. Svenja Hagenhoff, Prof. Dr. Bjørn von Rimscha und Prof. Dr. Wolfgang Seufert

In der Reihe „Medienökonomie“ werden Beiträge publiziert, die sich aus Makro-, Meso- und Mikro-Perspektive mit Medien als ökonomischen Gütern bzw. Dienstleistungen beschäftigen, wobei die Rolle der Medien für Gesellschaft und Unternehmungen thematisiert wird. Die Reihe begleitet Medienwandel und -innovationen zeitnah sowie wissenschaftlich strukturiert. Mit dem breiten Ansatz wird eine Basis für medienökonomische Forschung geschaffen. Kontinuierlich erscheinen in der begutachteten Reihe u.a. die Tagungsbände der Fachgruppe Medienökonomie der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPUK).



Unser Wissenschaftsprogramm ist auch online verfügbar unter: [www.nomos-elibrary.de](http://www.nomos-elibrary.de)

Bestellen Sie jetzt telefonisch unter (+49)7221/2104-37  
Portofreie Buch-Bestellungen unter [www.nomos-shop.de](http://www.nomos-shop.de)

Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer



**Nomos**

# Analysen zu politischer Berichterstattung



## Im Spannungsfeld von Wollen, Sollen und Können

Brüsseler Agenturjournalisten als  
Nachrichtendienstleister

Von Dr. Hannah Lorenz, M.A.

2017, 500 S., brosch., 94,– €

ISBN 978-3-8487-4189-2

eISBN 978-3-8452-8458-3

(Aktuell. Studien zum Journalismus, Bd. 10)

[nomos-shop.de/29876](http://nomos-shop.de/29876)

Die Studie untersucht die EU-Nachrichtenproduktion von Agenturjournalisten vor dem Hintergrund des Brüsseler Mikrokosmos. Dabei stehen zum einen die journalistischen Praktiken der Nachrichtenschreiber im Fokus, zum anderen die Prägung ihres Handelns durch soziale Strukturen.



## Die Themen der „Populisten“

Mit einer Medienanalyse von Wahlkämpfen in  
Österreich, Deutschland, der Schweiz,  
Dänemark und Polen

Von Ass.-Prof. Dr. Klaus Poier, Mag. Sandra  
Saywald-Wedl und Mag. Dr. Hedwig Unger

2017, 243 S., brosch., 46,– €

ISBN 978-3-8487-4417-6

eISBN 978-3-8452-8634-1

(International Studies on Populism, Bd. 5)

[nomos-shop.de/30409](http://nomos-shop.de/30409)

Auf der Grundlage eines theoretischen Beitrags zur Definition von Populismus und eines Überblicks über populistische Parteien in Europa liegt der Fokus dieses Buches auf einer Medienanalyse nationaler Wahlkämpfe in ausgewählten Ländern hinsichtlich der mit den untersuchten Parteien in Zusammenhang gebrachten Themen.



Unser Wissenschaftsprogramm ist auch online verfügbar unter: [www.nomos-elibrary.de](http://www.nomos-elibrary.de)

Bestellen Sie jetzt telefonisch unter (+49)7221/2104-37  
Portofreie Buch-Bestellungen unter [www.nomos-shop.de](http://www.nomos-shop.de)

Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer



# Nomos