

SC|M

Studies in Communication and Media

Gegründet im Auftrag der
Deutschen Gesellschaft für
Publizistik- und Kommuni-
kationswissenschaft e. V.
(DGfK).

Established on behalf of
Deutsche Gesellschaft für
Publizistik- und Kommuni-
kationswissenschaft e. V.
(DGfK).



3 2018

7. Jahrgang
Seite 271 – 457
ISSN 2192-4007



Nomos

Aus dem Inhalt:

EXTENDED PAPER

Silke Fürst & Philomen Schönhagen
**Lückenhafte Selbstregulierung der Schweizer
Medien – Medienethische Herausforderungen im
Zuge der Ökonomisierung**
Deficient self-regulation of the Swiss media –
Ethical challenges in the face of commercialisation

FULL PAPER

Sina Blassnig, Nicole Ernst, Florin Büchel &
Sven Engesser
**Populist communication in talk shows and social
media**
**Populistische Kommunikation in Talk-Shows und
Social Media**

Lukas P. Otto

**Beyond simple valence: Discrete emotions as
mediators of political communication effects on
trust in politicians**

**Mehr als Valenz: Distinkte Emotionen als
Mediatoren der Medienwirkung auf Vertrauen in
Politikerinnen und Politiker**

Fabian Grenz & Patrick Donges
**Fachöffentlichkeiten in der politischen
Kommunikation**
Specialized publics in political communication

Margreth Lünenborg, Tanja Maier & Claudia Töpper
**Affekte als sozial-relationales Phänomen
medialer Kommunikation: Affekttheorien für die
Medienforschung nutzbar machen**
**Affects as social-relational phenomenon of media
communication: The adaption of affect theories in
media research**

Gegründet im Auftrag der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e. V. (DGPuk).
Established on behalf of Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e. V. (DGPuk).

Herausgeber/Publisher: Prof. Dr. Anne Bartsch, München | Prof. Dr. Matthias Hastall, Dortmund | Prof. Dr. Christoph Neuberger, München | Prof. Dr. Juliana Raupp, Berlin

Redaktion/Editorial Office: Dr. Andreas M. Scheu, WWU Münster, Institut für Kommunikationswissenschaft, Bispinghof 9–14, 48143 Münster

Internationaler Beirat/International Editorial Board: Prof. Dr. Jan van den Bulck, Leuven School for Mass Communication Research, Belgium | 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 Tewsbury, Department of Communication, University of Illinois at Urbana-Champaign, USA | Prof. Dr. Katerina Tsetsura, 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

DGPuk Beirat/DGPuk Editorial Board: Dr. Thomas Birkner, FG Kommunikationsgeschichte | Dr. Cornelia Brantner, FG Visuelle Kommunikation | Prof. Dr. Hans-Jürgen Bucher, FG Mediensprache – Mediendiskurse | Dr. Birte Fähnrich, FG Wissenschaftskommunikation | Prof. Dr. Matthias Hastall, FG Gesundheitskommunikation | Prof. Dr. Simone Huck-Sandhu, FG PR und Organisationskommunikation | Dr. Sigrid Kannengießer, FG Soziologie der Medienkommunikation | Dr. Christian Katzenbach, FG Digitale Kommunikation | Prof. Dr. Thomas Koch, FG Rezeptions- und Wirkungsforschung | Prof. i. R. Dr. Hans-Dieter Kübler, FG Medienpädagogik | Prof. Dr. Kerstin Liesem, FG Kommunikations- und Mediennethik | PD Dr. Tino G. K. Meitz, FG Werbe- und Kommunikation | Prof. Dr. Julia Metag, FG Kommunikation und Politik | Dr. Jörg-Uwe Nieland, FG Mediensport und Sportkommunikation | Prof. Dr. Sven Pagel, FG Medienökonomie | Prof. Dr. Carola Richter, FG Internationale und interkulturelle Kommunikation | Prof. Dr. Michael Scharkow, FG Methoden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft | Prof. Dr. Nina Springer, FG Journalistik/Journalismusforschung | Ass. Prof. Dr. Martina Thiele, FG Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht

Aus dem Inhalt

EXTENDED PAPER

Lückenhafte Selbstregulierung der Schweizer Medien – Medienethische Herausforderungen im Zuge der Ökonomisierung

Deficient self-regulation of the Swiss media – Ethical challenges in the face of commercialisation

Silke Fürst & Philomen Schönhagen 271

FULL PAPER

Populist communication in talk shows and social media

A comparative content analysis in four countries

Populistische Kommunikation in Talk-Shows und Social Media

Eine vergleichende Inhaltsanalyse in vier Ländern

Sina Blassnig, Nicole Ernst, Florin Büchel & Sven Engesser 338

Beyond simple valence: Discrete emotions as mediators of political communication effects on trust in politicians

Mehr als Valenz: Distinkte Emotionen als Mediatoren der Medienwirkung auf Vertrauen in Politikerinnen und Politiker

Lukas P. Otto 364

Fachöffentlichkeiten in der politischen Kommunikation Erkundungen zwischen Medienöffentlichkeit und Policy-Netzwerken Specialized publics in political communication Explorations between the general public and policy networks <i>Fabian Grenz & Patrick Donges</i>	392
Affekte als sozial-relationales Phänomen medialer Kommunikation: Affekttheorien für die Medienforschung nutzbar machen Affects as social-relational phenomenon of media communication: The adaption of affect theories in media research <i>Margreth Lünenborg, Tanja Maier & Claudia Töpper</i>	423



Impressum

Herausgeber/Publisher: Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e. V. (DGPuK), vertreten durch Prof. Dr. Klaus Kamps, Stuttgart | Prof. Dr. Anne Bartsch, München | Prof. Dr. Christoph Neuberger, München | Prof. Dr. Juliana Raupp, Berlin

Redaktion/Editorial Office: Dr. Andreas M. Scheu, WWU Münster, Institut für Kommunikationswissenschaft, Bispinghof 9-14, 48143 Münster,
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

Anzeigen/Advertising: sales friendly, Verlagsdienstleistungen, Bettina Roos, Pfaffenweg 15, 53227 Bonn, Germany

Telefon/Phone: 0049 (0)228/978980, Fax: 0049 (0)228/978980

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