

# 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  
DGpuK**

# 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 Hölzig | 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

*Besprechungen*

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

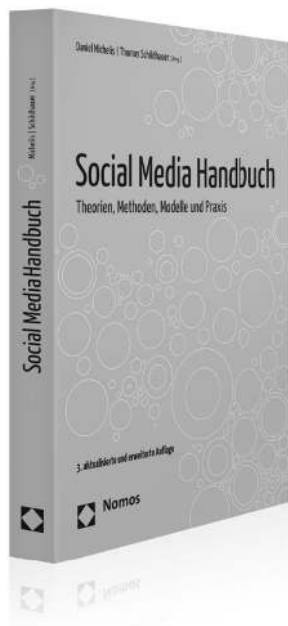
Christian Filk

**Netzwerk Bildphilosophie (Hrsg.) (2014): Bild und Methode. Theoretische Hintergründe und methodische Verfahren der Bildwissenschaft. Köln: Halem.....**603

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

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

AnWB1 4/13, zur Voraufgabe



## 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](http://www.nomos-shop.de/24698)

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.

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

Martin Fuchs, [socialnet.de](http://socialnet.de) 9/12, zur Voraufgabe

Bestellen Sie jetzt telefonisch unter 07221/2104-37  
Portofreie Buch-Bestellungen unter [www.nomos-shop.de](http://www.nomos-shop.de)

Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer. <https://doi.org/10.5771/1615-634X-2015-4-489>, am 14.08.2022, 02:04:53

Open Access  <http://www.nomos-elibrary.de/agb>



**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 substantielle 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. 55.000 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