

SC | M

Studies in Communication and Media

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).

4 2022

11. Jahrgang

Seite 508 – 643

ISSN 2192-4007



Nomos

Aus dem Inhalt

Full Paper

Natascha Hetzel, Tilman Klawier, Fabian Prochazka & Wolfgang Schweiger

How do COVID-19 conspiracy beliefs, exposure to alternative sources and social media correlate in Germany?

Wie hängt der Glaube an COVID-19-Verschwörungstheorien mit der Nutzung von alternativen Informationsquellen und Social Media in Deutschland zusammen?

Daniel Seibert, Rosanna Planer & Alexander Godulla

Restarting virtual reality in journalism?

A quantitative analysis of problems and potentials of selected immersive apps as perceived by their users

Neustart für Virtual Reality im Journalismus? Eine quantitative Analyse der Probleme und Potenziale ausgewählter immersiver Apps aus der Sicht ihrer Nutzenden

Mario Haim & Christoph Neuberger

The paradox of knowing more and less: Audience metrics and the erosion of epistemic standards on the internet

Das Wissensparadoxon: Journalistische Publikumsorientierung und die Erosion epistemischer Standards im Internet

Christian Rudeloff & Anna Walter

Kampf um Legitimität: Positionierungsstrategien von Social-Media-Manager*innen im Feld der Unternehmenskommunikation

Struggle for legitimacy: Positioning strategies of social media managers in the field of corporate communications

Ilka Jakobs

Media trust “until death”? Insights into critical media users’ attitudes, their origins and consequences, and mistrust patterns

Medienvertrauen „bis in den Tod“? Medienkritische Rezipient:innen und ihre Einstellungen und

Misstrauensmuster, deren Ursprünge und Sequenzen

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. Julia Metag, Münster | Prof. Dr. Constanze Rossmann, LMU München | Prof. Dr. Kerstin Thummes, Greifswald | Prof. Dr. Thomas Zerback, Zürich

Redaktion/Editorial Office: Oliver Raaz, FU Berlin, Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Garystraße 55, 14195 Berlin

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 Tewksbury, 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

DGPK Beirat/DGPK Editorial Board: Dr. Alice Binder, FG Werbekommunikation | Jun.-Prof. Dr. Emese Domahidi, FG Methoden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft | Dr. Ada Fehr, FG Medienpädagogik | Dr. Valerie Hase, FG Journalistik/Journalismusforschung | Dr. Erik Koenen, FG Kommunikationsgeschichte | Jun.-Prof. Dr. Anna Sophie Kumpel, FG Rezeptions- und Wirkungsforschung | Jun.-Prof. Dr. Jessica Kunert, FG Mediensport und Sportkommunikation | Dr. Merja Mahr, FG Digitale Kommunikation | Dr. Philipp Niemann, FG Mediensprache – Mediendiskurse | Dr. Franziska Oehmer, FG Kommunikation und Politik | Dr. Corinna Peil, FG Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht | Dr. Wolfgang Reißmann, FG Visuelle Kommunikation | Dr. Markus Schäfer, FG Gesundheitskommunikation | PD Dr. Andreas Scheu, FG Wissenschaftskommunikation | Prof. Dr. Lars Rademacher, FG Kommunikations- und Medienethik | Dr. Guiliana Sorce, FG Internationale und Interkulturelle Kommunikation | Dr. Franziska Thiele, FG Soziologie der Medienkommunikation | Dr. Sophia Charlotte Volk, FG PR- und Organisationskommunikation | Dr. Christian-Mathias Wellbrock, FG Medienökonomie

Aus dem Inhalt

FULL PAPER

How do COVID-19 conspiracy beliefs, exposure to alternative sources and social media correlate in Germany?

Wie hängt der Glaube an COVID-19-Verschwörungstheorien mit der Nutzung von alternativen Informationsquellen und Social Media in Deutschland zusammen?

Natascha Hetzel, Tilman Klawier, Fabian Prochazka & Wolfgang Schweiger. 508

FULL PAPER

Restarting virtual reality in journalism? A quantitative analysis of problems and potentials of selected immersive apps as perceived by their users

Neustart für Virtual Reality im Journalismus? Eine quantitative Analyse der Probleme und Potenziale ausgewählter immersiver Apps aus der Sicht ihrer Nutzenden

Daniel Seibert, Rosanna Planer & Alexander Godulla 536

FULL PAPER

The paradox of knowing more and less: Audience metrics and the erosion of epistemic standards on the internet

Das Wissensparadoxon: Journalistische Publikumsorientierung und die Erosion epistemischer Standards im Internet

Mario Haim & Christoph Neuberger 566

FULL PAPER

Kampf um Legitimität: Positionierungsstrategien von Social-Media-Manager*innen im Feld der Unternehmenskommunikation

Struggle for legitimacy: Positioning strategies of social media managers in the field of corporate communications

Christian Rudeloff & Anna Walter 590

FULL PAPER

Media trust “until death”? Insights into critical media users’ attitudes, their origins and consequences, and mistrust patterns

Medienvertrauen „bis in den Tod“? Medienkritische Rezipient:innen und ihre Einstellungen und Misstrauensmuster, deren Ursprünge und Konsequenzen

Ilka Jakobs 620

Impressum

Herausgeber/Publisher: Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e. V. (DGPK), vertreten durch Prof. Dr. Julia Metag, Münster | Prof. Dr. Constanze Rossmann, München | Prof. Dr. Kerstin Thummes, Greifswald | Prof. Dr. Thomas Zerback, Zürich

Redaktion/Editorial Office: Oliver Raaz, FU Berlin, Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Garystraße 55, 14195 Berlin, Germany
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

<https://doi.org/10.5771/2192-4007-2022-4-1>, am 04.06.2024, 18:37:25

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