

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 2015: Jahresabonnement inkl. Onlinezugang (Privat) 124,-- €; für Studierende (jährliche Vorlage einer Studienbescheinigung erforderlich) 68,-- €; Institutionspreis inkl. Onlinezugang 189,-- €; Einzelheft 34,-- €.

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

ex libris kommunikation



Die frühesten Schriften für und wider die Zeitung

Christophorus Besold (1629), Ahasver Fritsch (1676), Christian Weise (1676), Tobias Peucer (1690), Johann Ludwig Hartmann (1679), Daniel Hartnack (1688)

Mit einer Einführung von Jürgen Wilke

Herausgegeben von Prof. Dr. Jürgen Wilke

2015, Band 17, 208 S., brosch., 39,- €

ISBN 978-3-8487-2141-2

www.nomos-shop.de/24443

Neue Medien provozieren seit jeher Ängste und Abwehr auf der einen, Neugier und Nutzenerwartungen auf der anderen Seite. Dieses Reaktionsmuster entwickelte sich nach dem Aufkommen der periodischen Zeitungen im 17. Jahrhundert. Der Band vereinigt erstmals alle bekannten ›kleinen Schriften‹ für und wider die Zeitung.



Propaganda

Begriffe, Typen, Phänomene

Mit einer Einführung von Hans Wagner

Herausgegeben von Prof. Dr. Hans Wagner

Von Heinz Starkulla jr.

2015, Band 16, 334 S., brosch., 59,- €

ISBN 978-3-8487-1977-8

www.nomos-shop.de/24110

Ein vergifteter Kampfbegriff ist Propaganda im Gefolge der totalen Kriege und der totalitären Systeme des 20. Jahrhunderts geworden. Aus den Fesseln eines bloßen Kampfbegriffes will diese Studie Propaganda befreien und den Weg zu einem tragfähigen Fachbegriff weisen.

Bestellen Sie jetzt telefonisch unter 07221/2104-37
Portofreie Buch-Bestellungen unter www.nomos-shop.de

Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer <https://doi.org/10.5771/1615-634X-2015-3-485>, am 24.08.2024, 00:31:52

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



Nomos

Medienstrukturen



Medien als Akteure in der politischen Transition

Bolivien im Autonomiekonflikt

Von Dr. Andreas Hetzer

2015, Band 9, 422 S., brosch., 79,- €

ISBN 978-3-8487-2417-8

www.nomos-shop.de/25212

Medien mischen sich aktiv in politische Prozesse ein. In Bolivien treten sie seit der Wahl des ersten indigenen Präsidenten im Jahr 2005 als politische Akteure in Erscheinung, indem sie sich im Verlauf der „Neugründung des Staates“ positionieren und Interessenkoalitionen eingehen.



Wissenschaftliche und praktische Medienpolitik als politische Daueraufgabe

Umstrittene Reaktion auf die Ausdünnung
des Bannwaldes der Demokratie in der
Schweiz

Herausgegeben von Dr. Martina Leonarz

2015, Band 6, 381 S., brosch., 69,-

ISBN 978-3-8487-1035-5

www.nomos-shop.de/21958

Das Buch präsentiert medienpolitisch aktuelle Forschungsergebnisse, die im Auftrag des Bundesamtes für Kommunikation BAKOM durchgeführt wurden. Zusätzlich wird dargestellt, wie diese Ergebnisse von Behörden und journalistischer Praxis aufgenommen und verarbeitet werden. Ferner wird die Transferleistung der publizistikwissenschaftlichen Auftragsforschung kritisch reflektiert.

Bestellen Sie jetzt telefonisch unter 07221/2104-37
Portofreie Buch-Bestellungen unter www.nomos-shop.de

Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer <https://doi.org/10.5771/1615-634X-2015-3-485>, am 24.08.2024, 00:31:52

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



Nomos

Politische Kommunikation und demokratische Öffentlichkeit



Die Aufmerksamkeitsspanne der Öffentlichkeit

Eine Studie zur Dauer und Intensität von Meinungsbildungsprozessen

Von Dr. Stefan Geiß

2015, Bd. 12, ca. 352 S., brosch., ca. 64,- €
ISBN 978-3-8487-2145-0

Erscheint ca. September 2015

www.nomos-shop.de/24451

Die Medien verlagern ihre Aufmerksamkeit in schnellen Rhythmen. Komplexe Themen erfordern jedoch eine hohe Aufmerksamkeitsspanne. Die Studie zeigt, wann Themen längere Zeit das Interesse der Bürger binden, wie sie auf die Nachrichtenlage reagieren und wie sich dies auf die Meinungsbildung auswirkt.



Nationale Identität als Medieninhalt

Theoretische Konzeption und empirische Messung am Beispiel Bulgariens

Von Dr. Gergana Baeva

2014, Bd. 11, 341 S., brosch., 64,- €
ISBN 978-3-8487-1338-7

www.nomos-shop.de/22914

Nationale Identität wird kommunikativ erzeugt. Die Massenmedien bilden ein zentrales Forum für deren Aushandlung und Vermittlung. Die Studie beleuchtet den Zusammenhang zwischen medialer Berichterstattung und Identität und untersucht die Konstruktion von nationaler Identität in der bulgarischen Presse und deren Veränderungen im Zuge des EU-Beitritts.

Bestellen Sie jetzt telefonisch unter 07221/2104-37
Portofreie Buch-Bestellungen unter www.nomos-shop.de

Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer <https://doi.org/10.5771/1615-634X-2015-3-485>, am 24.08.2024, 00:31:52

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



Nomos