

Inhaltsverzeichnis

Einleitung.....7

Hans-Bernd Brosius

Neue Medienumgebungen. Theoretische und methodische Herausforderungen.....13

Patrick Rössler

Soziabilität, Visualität, Mobilität. Online-Kommunikation als permanente Herausforderung der Medienwirkungsforschung.....31

Sebastian Deterding

Mediennutzungssituationen als Rahmungen. Ein Theorieangebot47

Senta Pfaff-Rüdiger und Michael Meyen

Soziales Kapital und praktischer Sinn. Wie das Internet die Sicht auf den Uses-and-Gratifications-Ansatz verändert71

Patrick Rössler, Anne Schulz und Mareike Mewes

Kumulation, Konsonanz und Netzwerkeffekte. Noelle-Neumanns Theorie der Öffentlichen Meinung unter Online-Bedingungen: Ansätze zu einer theoretischen Rejustierung der ‚Schweigespirale‘ im Lichte des ‚Social Web‘85

Marco Doble und Gerhard Vowe

Indirekte Medienwirkungen in neuen Medienumgebungen..... 105

Christina Peter

Quo vadis Fallbeispielforschung? Aktuelle Befunde und zukünftige Herausforderungen an ein Forschungsfeld123

Philipp Müller, Sebastian Scherr und Victoria Fast

Der Einfluss wahrgenommener Medienwirkungen auf die Verarbeitung von Fallbeispielen141

Matthias Hofer und Katharina Sommer

Seeing the others. Der Einfluss von Kommentaren
zu redaktionellen Inhalten auf den Third-Person-Effekt.....159

Thomas Koch und Ann-Katrin Lindemann

Dem Bauchgefühl vertrauen? Einfluss der Quellenglaub-
würdigkeit auf die Persuasion deliberater und intuitiver
Rezipienten175

Axel Maireder

Framing von Nachrichten in Social Media191

Kristin Bulkow und Wolfgang Schweiger

Agenda-Setting und Dual Processing. Varianten der Nach-
richtenrezeption als Determinante im Agenda-Setting207

Helmut Scherer, Dorothee Hefner und Tilman Weisgerber

Alte Theorie – neue Werte. Nachrichtenfaktoren in der
Blog-Kommunikation225

Matthias Weber und Marc Ziegele

Anschlusskommunikation revisited. Diskussion des Konzepts
vor dem Hintergrund sich wandelnder Medienumgebungen
und ausdifferenzierender Rezeptionssituationen241

Autoreninformationen.....261