

Titelliste

1. - Deng, Maohui: Ageing, Dementia and Time in Film (30.11.2024)
2. - Crawford, Robert: But Wait, There's More... (23.11.2024)
3. - Carpentier, Nico, Wimmer, Jeffrey: Democracy and Media in Europe (06.12.2024)
4. - Fütting-Lippert, Angelika, Eisenmann, Maria, Trefzger, Thomas, Siller, Hans-Stefan, Grafe, Silke: Digitale Medien in Lehr-Lern-Konzepten der Lehrpersonenbildung in interdisziplinärer Perspektive (24.12.2024)
5. - Schmidt, Carlo: Gesellschaft, Schule und mediale Öffentlichkeit (02.12.2024)
6. - Nießing, Paula: Globale Kommunikation (02.12.2024)
7. - Fisher, Carla, Fowler, Craig, Krieger, Janice, Pitts, Margaret, Worthington, Amber, Nussbaum, Jon: Health Communication, Language, and Social Action across the Life Span (16.12.2024)
8. - Selvik, Kjetil, Høigilt, Jacob: Journalism in the Grey Zone (30.11.2024)
9. - Schmidt, Simone: Kommunikation in sozialen Medien: Theorien und Modelle (28.11.2024)
10. - Kortti, Jukka, Kurvinen, Heidi: Mediated Ideologies (05.12.2024)
11. - Oggolder, Christian, Roth-Ebner, Caroline: Medien - Biografien - Generationen (30.12.2024)
12. - Rauschenberger, Stefan: Medientransparenzgesetz (20.12.2024)
13. - Moy, Patricia, Neumann, Rico: Political Communication, Culture, and Society (18.12.2024)
14. - Loreck, Janice: Provocation in Women's Filmmaking (30.11.2024)
15. - Laskin, Alexander V, Freberg, Karen: Public Relations and Strategic Communication in 2050 (25.11.2024)
16. - Atay, Ahmet, Young, Stephanie L.: Queer(ing) Communication Studies (15.01.2025)
17. - Price, John: Refocus: The Films of William Wyler (30.11.2024)
18. - Taylor, Claire: Social Media, Work and Organisations (28.11.2024)
19. - Freytag, Anna: Stigmatisierende Kommunikation (20.12.2024)
20. - Bayer, Marwin: Strategische CEO-Haltungskommunikation (24.12.2024)
21. - Smith, Jill Suzanne: The Afterlives of Weimar Berlin (10.12.2024)
22. - Vargo, Chris J: The Computational Content Analyst (02.12.2024)
23. - Ayolov, Peter: The Economic Policy of Online Media (28.11.2024)
24. - Pinchevski, Amit, Buzzanell, Patrice M, Hannan, Jason: The Handbook of Communication Ethics (02.12.2024)
25. - Kammer, Aske, Spejlborg Sejersen, Thomas: The Institutional Development of Podcasting (26.11.2024)
26. - Mortensen, Mette, Neumayer, Christina: The Playful Politics of Memes (28.11.2024)
27. - Trepte, Sabine, Masur, Philipp: The Routledge Handbook of Privacy and Social Media (19.12.2024)
28. - Biltreyst, Daniel, Mathijs, Ernest: The Screen Censorship Companion (26.11.2024)
29. - Brylla, Wolfgang, Ruf, Oliver: TV populär (09.12.2024)
30. - Lämmchen, Robert: Vom Bild zur Bildung (21.11.2024)

1. - Ageing, Dementia and Time in Film



ISBN/ISSN	9781474486989
Autor	Deng, Maohui
Preis	28,50 EUR
Gewicht	282 g
Verfügbarkeit	lieferbar
Erscheinungstermin	30.11.2024
Autoren:	Deng, Maohui
Verlag	Edinburgh University Press
Sprache	Englisch
Einband	Buch (broschiert)
Seiten	192

2. - But Wait, There's More...



ISBN/ISSN	9780522853223
Autor	Crawford, Robert
Preis	26,00 EUR
Gewicht	408 g
Verfügbarkeit	lieferbar
Erscheinungstermin	23.11.2024
Autoren:	Crawford, Robert
Verlag	Melbourne University
Zusätzliche Daten	Paperback, illustrations, Carlton
Sprache	Englisch
Einband	Buch (broschiert)
Seiten	224

Kurze Inhaltsangabe:

Provides a history of the Australian advertising industry, exploring its development over the course of the twentieth century from a disorganised group of individuals selling newspaper space to a multi-billion dollar enterprise run by giant transnationals.

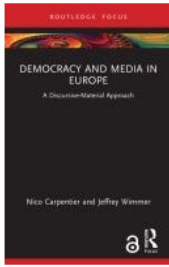
Inhaltsangabe:

Although such phrases as 'You oughta be congratulated' and 'Not happy, Jan' are instantly recognisable to Australian consumers, the individuals and industry responsible for them have remained largely anonymous. "'But Wait, There's More...'" is the first detailed history of the Australian advertising industry, exploring its development over the course of the twentieth century from a disorganised group of individuals selling newspaper space to a multi-billion dollar enterprise run by giant transnationals. By examining the forces and influences underpinning this rise, "'But Wait, There's More...'" provides a unique insight into the place of advertising in Australian society, and its often hidden influences on the way we live.

Informationen zum Autor:

Dr Robert Crawford is an Honorary Research Associate with the National Centre for Australian Studies at Monash University and with Menzies Centre for Australian Studies at King's College London. His articles on advertising history have appeared in various academic journals including Australian Historical Studies, Contemporary American Studies, and Media International Australia

3. - Democracy and Media in Europe



ISBN/ISSN	9781032779263
Autor	Carpentier, Nico Wimmer, Jeffrey
Preis	72,00 EUR
Gewicht	308 g
Verfügbarkeit	lieferbar
Erscheinungstermin	06.12.2024
Autoren:	Carpentier, Nico, Wimmer, Jeffrey
Verlag	Taylor & Francis
Sprache	Englisch
Einband	Buch (gebunden)
Seiten	132

Inhaltsangabe:

Introduction Part I: Democracy 1. Core Components of Democracy 2. Struggles over Democracy 3. Conditions of Possibility of Democracy 4. Threats to Democracy 5. A First Visual Summary Part II: Media and Democracy 6. Core Components of Media 7. The Roles of (European) Media in Democracy 8. Struggles over Media's Democratic Roles 9. Conditions of Possibility for Media's Democratic Roles 10. Threats to Media's Democratic Roles 11. A Second Visual Summary A brief conclusion References Index

Kurze Inhaltsangabe:

Democracy and Media in Europe: A Discursive-Material Approach is a theoretical reflection on the intersection of democracy and media, through a constructionist lens.

Informationen zum Autor:

Nico Carpentier is Extraordinary Professor at Charles University (Prague, Czech Republic) and Visiting Professor at Tallinn University (Estonia) and at Xi'an Jiaotong-Liverpool University (Suzhou, China). He was Vice-President of the European Communication Research and Education Association (2008-2012) and President of the International Association for Media and Communication Research (2020-2024). His theoretical focus is on discourse theory, his research is situated in the relationship between communication, politics and culture, especially in social domains as war and conflict, ideology, participation and democracy. His latest monographs are *The Discursive-Material Knot* (2017) and *Iconoclastic Controversies* (2021). His last exhibition was *The Mirror of Conflict* photography exhibition, in October 2023 at the Energy Museum, Istanbul in Türkiye, and in October 2024 at the Hollar Gallery, Prague, in the Czech Republic. Jeffrey Wimmer is Professor of Communication Science with an emphasis on media reality at the University of Augsburg, Germany. From 2008 to 2014, he was chairing the 'Communication and Democracy' section of the European Communication Research and Education Association, and from 2009 to 2015, the 'Sociology of Media Communication' section of the German Association of Communication Science. His research and teaching focuses on the sociology of media communication, public sphere and participation, mediatization and media change, digital games and virtual worlds. Recent edited book publications include *(Mis-)Understanding Political Participation* (2018, Routledge) and *The Forgotten Subject* (2023).

4. - Digitale Medien in Lehr-Lern-Konzepten der Lehrpersonenbildung in interdisziplinärer Perspektive



ISBN/ISSN	9783658450878
Autor	Fütting-Lippert, Angelika Eisenmann, Maria Trefzger, Thomas Siller, Hans-Stefan Grafe, Silke
Preis	42,79 EUR
Gewicht	271 g
Verfügbarkeit	lieferbar
Erscheinungstermin	24.12.2024
Autoren:	Fütting-Lippert, Angelika, Eisenmann, Maria, Trefzger, Thomas, Siller, Hans-Stefan, Grafe, Silke
Verlag	Springer Spektrum
Zusätzliche Daten	Color of cover: Brown, Color of cover: Purple, Color of cover: Silver, Color of cover: White, Color of cover: Yellow, XVI, 185 S. 35 Abb., 23 Abb. in Farbe., Wiesbaden
Sprache	Deutsch
Einband	Buch (broschiert)
Seiten	204
Themen	CoTeach, Digitale Lehre, Interdisziplinäre Konzepte zu digitalen Lern-Lehr-Formaten, Lehrer:innenbildung, Mensch-Computer-Interaktion, Open Access

Inhaltsangabe:

1. Einleitung.- 2. Über Elektrizität lernen mit AR-Applikation und Simulation. Ergebnisse einer Schülerlaborstudie zur Nutzung digitaler Materialien zur Vermittlung der E-Lehre.- 3. Nachhaltiges Lernen an der Hochschule: Untersuchungen zu Randbedingungen der positiven Effekte von digitalen Übungstests auf das Behalten von Lerninhalten.- 4. Adaptive Lernumgebungen gestalten und evaluieren: Selbstreguliertes Lernen an der Hochschule unterstützen.- 5. Auf der Suche nach dem ästhetischen Moment des Unterrichts. Eine bildungstheoretische Sicht auf das Digitale.- 6. Professionelle Kompetenz zum Lehren des Simulierens und mathematischen Modellierens mit digitalen Werkzeugen. Theoretischer Hintergrund, empirische Analyse und Förderung am Beispiel der Selbstwirksamkeitserwartungen.- 7. Medienkompetenzen in inklusiven Grundschulklassen im Bereich Digital Storytelling.- 8. Segen interaktiv: Die interdisziplinäre Entwicklung eines außerschulischen Lernortes zu interreligiösen Segensräumen.- 9. Social Virtual Reality für Inter- and Transkulturelles Lernen und Lehren im Englischunterricht.- 10. Interdisziplinäre Entwicklung eines Konzepts für die Weiterbildung von Dozierenden in der Lehrpersonenbildung unter Nutzung von Social Virtual Reality.- 11. Algorithmen erleben in Virtual Reality. Algorithmen erleben in Virtual Reality.

Kurze Inhaltsangabe:

Der open access Sammelband zeigt auf, wie digitalisierungsbezogene Kompetenzen von Studierenden und Dozierenden der Lehrpersonenbildung auf Basis interdisziplinären Zusammenwirkens von Bildungswissenschaften und Fachdidaktiken unter besonderer Berücksichtigung der Mensch-Computer-Interaktion gefördert werden können. Zehn Forschungsprojekte präsentieren ihre innovativen und wissenschaftlich fundierten Lern-Lehr-Konzepte, die sie gestaltet, implementiert und evaluiert haben. Hierbei kamen u.a. Augmented und Virtual Reality, Simulationen und adaptive Lernumgebungen zum Einsatz. Die Herausgeberinnen und Herausgeber Dr. Angelika Fütting-Lippert ist Akademische Rätin an der Professional School of Education an der Julius-Maximilians-Universität Würzburg. Prof.in Dr. Maria Eisenmann ist Inhaberin des Lehrstuhls für Fachdidaktik - Moderne Fremdsprachen an der Julius-Maximilians-Universität Würzburg. Prof.in Dr. Silke Grafe ist Inhaberin des Lehrstuhls für Schulpädagogik und Sprecherin des Kompetenzzentrums für digitales Lehren und Lernen an der Julius-Maximilians-Universität Würzburg. Prof. Dr. Hans-Stefan Siller ist Inhaber des Lehrstuhls für Mathematik V - Didaktik der Mathematik an der Julius-Maximilians-Universität Würzburg. Prof. Dr. Thomas Trefzger ist Inhaber des Lehrstuhls Physik und ihre Didaktik an der Julius-Maximilians-Universität Würzburg. Er gründete das

Mathematische, Informatische und Naturwissenschaftliche Didaktikzentrum M!ND und ist Direktor der Professional School of Education.

Informationen zum Autor:

Dr. Angelika Fütting-Lippert ist Akademische Rätin an der Professional School of Education an der Julius-Maximilians-Universität Würzburg. Prof.in Dr. Maria Eisenmann ist Inhaberin des Lehrstuhls für Fachdidaktik - Moderne Fremdsprachen an der Julius-Maximilians-Universität Würzburg. Prof.in Dr. Silke Grafe ist Inhaberin des Lehrstuhls für Schulpädagogik und Sprecherin des Kompetenzzentrums für digitales Lehren und Lernen an der Julius-Maximilians-Universität Würzburg. Prof. Dr. Hans-Stefan Siller ist Inhaber des Lehrstuhls für Mathematik V - Didaktik der Mathematik an der Julius-Maximilians-Universität Würzburg. Prof. Dr. Thomas Trefzger ist Inhaber des Lehrstuhls Physik und ihre Didaktik an der Julius-Maximilians-Universität Würzburg. Er gründete das Mathematische, Informatische und Naturwissenschaftliche Didaktikzentrum M!ND und ist Direktor der Professional School of Education.

5. - Gesellschaft, Schule und mediale Öffentlichkeit



ISBN/ISSN	9783658466749
Autor	Schmidt, Carlo
Preis	89,99 EUR
Gewicht	620 g
Verfügbarkeit	lieferbar
Erscheinungstermin	02.12.2024
Autoren:	Schmidt, Carlo
Verlag	Springer Spektrum
Zusätzliche Daten	Color of cover: Brown, Color of cover: Orange, Color of cover: White, Color of cover: Yellow, XI, 472 S. 1 Abb., Wiesbaden
Sprache	Deutsch
Einband	Buch (broschiert)
Seiten	484
Themen	Bildungsgerechtigkeit, Bildungspolitik, Diskursanalyse, Gesellschaft, Medien, Schule, Öffentlichkeit

Inhaltsangabe:

Einleitung.- Vorhandenes Wissen und Forschungsfragen.- Zum analytischen Verständnis von Gesellschaft, Schule und medialer Öffentlichkeit.- Theoretische Rahmung, Methodologie und Methodik.- Diskursive Formationen: Die Schule aus der Perspektive der Medien.- Synthese der drei Analyseabschnitte, Komparation mit der Forschung und Reflexionen.- Zum Verhältnis von Gesellschaft, Schule und medialer Öffentlichkeit.

Kurze Inhaltsangabe:

Wie wurde in führenden deutschen Massenmedien zur Zeit der Corona-Pandemie über die Schule geschrieben? Welche Themen standen dort im Mittelpunkt, als die Schulen geschlossen waren? Was kann über das Verhältnis von Schule und Gesellschaft gesagt werden? In diesem Buch werden die Wechselwirkungen zwischen Gesellschaft, Schule und medialer Öffentlichkeit analysiert und Einblicke in die Konstruktionen und Problematisierungen von Bildungsgerechtigkeit, Bildungspolitik und unterschiedlichen Akteursrollen geboten.

Informationen zum Autor:

Carlo Schmidt ist Erziehungswissenschaftler an der Universität Stuttgart und Lehrer an einer Sekundarschule.

6. - Globale Kommunikation

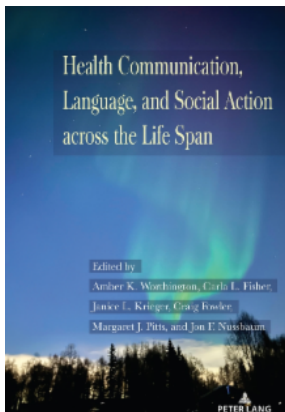


ISBN/ISSN	9783910740372
Autor	Nießing, Paula
Erscheinungstermin	02.12.2024
Autoren:	Nießing, Paula
Verlag	Landeszentrale f. polit. Bild. Thüringen
Zusätzliche Daten	Color of cover: Blue, Color of cover: Brown, Color of cover: Orange, Color of cover: Purple, Color of cover:, 10 Illustrationen, Erfurt
Sprache	Deutsch
Einband	Buch (broschiert)
Auflage	1
Seiten	24
Themen	Globalisierung, Kommunikation, Vernetzung

Informationen zum Autor:

Paula Nießing ist Kommunikationswissenschaftlerin und Politikwissenschaftlerin. Sie studiert derzeit Globale Kommunikation: Politik und Gesellschaft an der Universität Erfurt.

7. - Health Communication, Language, and Social Action across the Life Span



ISBN/ISSN	9781433197550
Autor	Fisher, CarlaFowler, CraigKrieger, JanicePitts, MargaretWorthington, AmberNussbaum, Jon
Preis	42,95 EUR
Gewicht	539 g
Verfügbarkeit	lieferbar
Erscheinungstermin	16.12.2024
Autoren:	Fisher, Carla, Fowler, Craig, Krieger, Janice, Pitts, Margaret, Worthington, Amber, Nussbaum, Jon
Verlag	Peter Lang
Zusätzliche Daten	Color of cover: Black, Color of cover: Blue, Color of cover: Grey, Color of cover: Silver, Color of cover:, New York
Sprache	Englisch
Einband	Buch (broschiert)
Themen	Health Communication, Social Action, Life Span, Successful Aging, Positive Communication, Caregiving, Oncology Communication, Retirement, Rural Health, Health Promotion Campaigns

Inhaltsangabe:

The language utilized within health communication encounters has a direct influence on our physical, emotional, and spiritual well-being. In many ways, the difficulties associated with efficient, effective, and competent communication within the health care context can be the major determinant of successful health outcomes. Further, while many of the interactional contexts within health are intergenerational, communication encounters are challenged by ageism and a lack of appropriate intergenerational communication skills. While it may seem obvious that the nature of human interaction is constantly changing as individuals develop throughout their lives, few theoretical or empirical investigators within the general disciplines of Communication, Language, and Social Psychology ground their research within a life span developmental perspective.

This book addresses communication events within health care institutions from a theory-rich, methodologically varied, and social action/positive communication orientation. Chapters in this book examine interpersonal relationships, the social environment, and culture to develop beneficial communication practices for healthcare professionals, individuals, families, and communities.

Informationen zum Autor:

Amber K. Worthington is Associate Professor of Communication at the University of Alaska Anchorage.

Carla L. Fisher is Professor of Health Outcomes & Biomedical Informatics in the College of Medicine at the University of Florida.

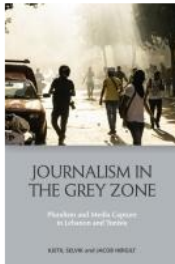
Janice L. Krieger is Professor of Quantitative Health Sciences at Mayo Clinic, Florida.

Craig Fowler is Associate Professor in the Department of Communication, Journalism, and Marketing at Massey University in Auckland, New Zealand.

Margaret J. Pitts is Associate Professor of Communication and Senior Associate Dean of the Graduate College at the University of Arizona.

Jon F. Nussbaum is Liberal Arts Professor Emeritus of Communication Arts and Sciences & Human Development and Family Studies at Penn State University. The other editors all earned their Ph.D.'s at Penn State under Jon's supervision.

8. - Journalism in the Grey Zone



ISBN/ISSN	9781399515825
Autor	Selvik, KjetilHøigilt, Jacob
Preis	27,50 EUR
Gewicht	340 g
Verfügbarkeit	lieferbar
Erscheinungstermin	30.11.2024
Autoren:	Selvik, Kjetil, Høigilt, Jacob
Verlag	Edinburgh University Press
Sprache	Englisch
Einband	Buch (broschiert)
Seiten	208

9. - Kommunikation in sozialen Medien: Theorien und Modelle



ISBN/ISSN	9783658379681
Autor	Schmidt, Simone
Preis	24,99 EUR
Gewicht	142 g
Verfügbarkeit	lieferbar
Erscheinungstermin	28.11.2024
Autoren:	Schmidt, Simone
Verlag	Springer Spektrum
Zusätzliche Daten	Color of cover: Blue, Color of cover: Green, Color of cover: Orange, Color of cover: White, Color of cover: Yellow, VI, 116 S. 26 Abb., 6 Abb. in Farbe., Wiesbaden
Sprache	Deutsch
Einband	Buch (broschiert)
Seiten	124
Themen	Kommunikationsmodelle, Kommunikationstheorien, Schweigespirale, Social Media, Soziale Medien, Symbolischer Interaktionismus, Systemtheorie nach Niklas Luhmann, Theorie des kommunikativen Handelns, Two-Step-Flow-Modell der Kommunikation, Theorie des Kommunikativen Handelns

Inhaltsangabe:

Einleitung.- Besonderheiten der Sozialen Medien und des Web 2.0.- Kommunikationsmodelle.- Soziologische Kommunikationstheorien.- Medienpsychologische Modelle der computervermittelten Kommunikation.- Modelle und Theorien der Wirkungsforschung.

Kurze Inhaltsangabe:

In diesem Lehrbuch werden zentrale und klassische Kommunikationsmodelle vorgestellt, die für das Medien- und Kommunikationsmanagement relevant sind. Ausgewählte Modelle und Theorien werden an die Social-Media-Kommunikation jeweils weiterentwickelt und angepasst, um die Aussagekraft, Grenzen und Potenziale für Aktivitäten in den sozialen Medien auszuloten.

Informationen zum Autor:

Dr. Simone Schmidt arbeitet als Dozentin für verschiedene Bildungsträger, unter anderem im Fernstudium an der SRH Riedlingen und an der Hochschule Fresenius Onlineplus im Studiengang Medien- und Kommunikationsmanagement sowie Medienpsychologie und Medien- und Kommunikationswissenschaften an der IU Internationale Hochschule.

10. - Mediated Ideologies



ISBN/ISSN	9798881901783
Autor	Korti, Jukka Kurvinen, Heidi
Preis	61,90 EUR
Gewicht	371 g
Verfügbarkeit	hergestellt auf Anfrage
Erscheinungstermin	05.12.2024
Autoren:	Korti, Jukka, Kurvinen, Heidi
Verlag	Vernon Press
Sprache	Englisch
Einband	Buch (broschiert)
Seiten	252
Themen	Ideology, Media history, Nordic region

Kurze Inhaltsangabe:

Ideologies have not been a focus of interest in the field of humanities and social sciences in recent decades, but rethinking the power of ideologies in the media sphere has recently returned to the scholarly discussion. The compilation book "Mediated Ideologies: Nordic Views on the History of the Press and Media Cultures" participates in this by providing selected yet justified approaches to media history from the point of view of ideological uses of media in the Nordic region. In this book, the role of media - comprising both popular media and news journalism - as a forum for ideologies and their circulation will be analyzed by focusing on the Nordic region. The perceived similarities in the media systems of the Nordic countries constitute a perfect extent for a regional media history against not only a European but also a global backdrop. This does not mean that there have not been many national differences. The book does not provide a chronological narrative of Nordic media history. Still, the ideology of media is approached not only from the standpoints of different media forms - film, television, newspapers, magazines, and periodicals - but also from several historical periods from the mid-19th century to the late 20th century. The chapters show the multidimensional role that the media has in transmitting ideologies to their audiences and the public sphere. They also demonstrate that analyzing the role of different ideologies, such as modernization, nationalism, solidarity, feminism, and peace movement in media history provides wider perspectives in understanding past and present media landscapes and people's mediated experiences that are fostered by them. "Mediated Ideologies: Nordic Views on the History of the Press and Media Cultures" can be used both as a reference book and as a classroom adaption in the field of media, communication, and history studies.

11. - Medien - Biografien - Generationen



ISBN/ISSN	9783756000593
Autor	Oggolder, ChristianRoth-Ebner, Caroline
Preis	64,00 EUR
Gewicht	362 g
Verfügbarkeit	lieferbar
Erscheinungstermin	30.12.2024
Autoren:	Oggolder, Christian, Roth-Ebner, Caroline
Verlag	Nomos
Zusätzliche Daten	Color of cover: Blue, Color of cover: Brown, Color of cover: Grey, Color of cover: Silver, Color of cover:., broschiert
Sprache	Deutsch
Einband	Buch (brochiert)
Auflage	1
Seiten	246
Themen	Alltagserfahrungen, Bildung, Biografien, Empirische Forschung, Familie, Generationen, Generationsunterschiede, Geschichte, Jugend, Kommunikationswissenschaft, Lebenswelten, Medienkompetenz, Mediennutzung, Medienpädagogik, Medienwandel, Medienwissenschaft, Praxis, Sozialisation, Soziologie, biographies, communication science, empirical research, everyday experiences, generational differences, generations, history, lifeworlds, media change, media competence, media education, media science, media use, sociology

Kurze Inhaltsangabe:

Über quantitative Fragestellungen traditioneller Mediennutzungsforschung hinausgehend, diskutiert der Band den Zusammenhang von Medienwandel, persönlichen Biografien und Generationen. Im Fokus stehen die individuellen Alltagserfahrungen und (mediatisierten) Lebenswelten der Menschen sowie die Frage nach generationsspezifischen Mediennutzungsweisen und medienpädagogischen Konsequenzen. Der Band umfasst sowohl empirische sowie theoretische Beiträge als auch biografische Zugänge in der medienpädagogischen Praxis. Er wendet sich an Forschende, Lehrende und Studierende der Medien- und Kommunikationswissenschaft, (Medien-)Pädagogik, Soziologie und Geschichte sowie an (medien)pädagogische Fachkräfte und an der Thematik interessierte Laien. Mit Beiträgen von Klaus Beck | Bianca Burgfeld-Meise | Lukas Dehmel | Sonja Ganguin | Johannes Gemkow | Bernward Hoffmann | Michaela Kramer | Dorothee M. Meister | Christian Oggolder | Ingrid Paus-Hasebrink | Anu Pöyskö | Wolfgang Reißmann | Caroline Roth-Ebner | Maria Schreiber | Christina Seeger | Christian Swertz

12. - Medientransparenzgesetz



ISBN/ISSN	9783900741815
Autor	Rauschenberger, Stefan
Preis	48,00 EUR
Verfügbarkeit	lieferbar
Erscheinungstermin	20.12.2024
Autoren:	Rauschenberger, Stefan
Verlag	Medien u. Recht
Zusätzliche Daten	Color of cover: Blue, Color of cover: Grey, Color of cover: Yellow, 2 Illustrationen, Wien (Vienna)
Sprache	Deutsch
Einband	Buch (broschiert)
Auflage	1
Seiten	222
Themen	Medientransparenz, Medienförderung, Inserate, Werbeaufträge, Medienkooperation

Inhaltsangabe:

Das Medientransparenz-Gesetz verpflichtet die Bundesministerien, Landesregierungen und Gemeinden mit mindestens 10.000 Einwohnern, aber auch alle anderen mit Verwaltungsaufgaben befassten öffentlichen Körperschaften und Unternehmungen halbjährlich zur Bekanntgabe ihrer an Print- und elektronische Medien erteilten Werbeaufträge und Förderungen. Der Kreis der potenziell meldepflichtigen Körperschaften und Unternehmen (sog. Rechtsträger) bestimmt sich danach, ob sie der Kontrolle des Rechnungshofs unterliegen. Die Medienbehörde KommAustria sammelt die Meldungen und bereitet sie für die Veröffentlichung im Internet auf. Sie trägt damit zur Transparenz in diesem sonst weniger beachteten Bereich staatlichen Handelns bei.

In dem Werk werden die Fragen, die sich in der Durchführung des Medien-Transparenzgesetzes stellen, umfassend behandelt. Dies betrifft einerseits die Meldepflicht bestimmter Rechtsträger wie öffentlicher Unternehmen, und andererseits die Einordnung von komplexen Werbepraktiken wie das Sponsoring von Veranstaltungen (Logos auf den Dressen, Bandenwerbung) oder digitaler Werbekampagnen im Internet („programmatische Werbung“) als meldepflichtige Leistungen. Durch die Novelle des Medien-Transparenzgesetzes im Jahr 2023 (BGBl I 50/2023) wurde die Meldepflicht u.a. auf sämtliche Bereiche der Außenwerbung erweitert.

Der vorliegende Kommentar gibt eine systematische Darstellung der Grundlagen dieses Rechtsbereichs, arbeitet die diesbezüglichen Entscheidungen der Behörden und Gerichte auf und bietet so eine Hilfestellung in der praktischen Anwendung des Gesetzes.

Der Autor: Mag. Stefan Rauschenberger ist Leiter der Rechtsabteilung des Fachbereichs Medien der RTR-GmbH und ist unmittelbar mit der Anwendung der Bestimmungen des Medientransparenzgesetzes befasst.

Informationen zum Autor:

Mag. Stefan Rauschenberger ist Leiter der Rechtsabteilung des Fachbereichs Medien der RTR-GmbH und ist unmittelbar mit der Anwendung der Bestimmungen des Medientransparenzgesetzes befasst.

13. - Political Communication, Culture, and Society



ISBN/ISSN	9781032489773
Autor	Moy, PatriciaNeumann, Rico
Preis	59,50 EUR
Gewicht	386 g
Verfügbarkeit	lieferbar
Erscheinungstermin	18.12.2024
Autoren:	Moy, Patricia, Neumann, Rico
Verlag	Taylor & Francis
Sprache	Englisch
Einband	Buch (broschiert)
Seiten	258

Inhaltsangabe:

Series Editors' Foreword Foreword - Political Communication: A Lens on Society 1. "The People Are Angry": Public Opinion Inferences in Broadcast and Print News 2. Of Tweets and Frames: Media Coverage of the 2016 U.S. Presidential Election 3. Are "Nasty Women" Funny Women? Selective Appreciation and Perception of Feminist Political Satire in Full Frontal with Samantha Bee 4. Campaigning on "Political Correctness": Revisiting the 2016 Election of Donald Trump 5. The Co-Cultural Communicative Practices of Refugees' Twitter Accounts 6. Journalistic Norms and Their Role in the Perpetuation of Racial Inequities 7. Fashion Meets Religion: The Hijab, Social Media, and Religious Identity in Singapore 8. Red, Blue, and Green: Examining the Effects of Framing and Source Trust on Partisans' Climate-Change Beliefs 9. Solidarity or Seclusion? Portrayals of Intergroup Relations in U.S. News Media 10. Language and Marginalization: Discursive Practices of Public Service Television in Serbia during Coverage of Anti-Government Protests "One of Five Million" 11. You Are Not Welcome Here: The Representation of Otherness in Salvini's Instagram Posts

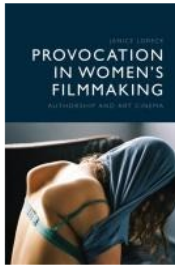
Kurze Inhaltsangabe:

As an installment of Routledge's BEA Electronic Media Research Series, Political Communication, Culture, and Society focuses on the expansive concept of political communication and illuminates the processes, contents, and effects related to myriad forms and vehicles of political communication.

Informationen zum Autor:

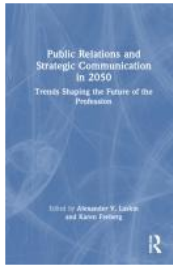
Patricia Moy is the Christy Cressey Professor of Communication and Associate Vice Provost for Academic and Student Affairs at the University of Washington (USA). Her research examines communication influences on public opinion, and she is a former president of the American Association for Public Opinion Research, World Association for Public Opinion Research, and International Communication Association, where she is also an elected fellow. Rico Neumann is a postdoctoral researcher at the Institute of Language and Communication at Technische Universität Berlin (Germany), where he examines discourses of social cohesion and civil society. His research focuses on intergroup phenomena from a political communication, news media, and public opinion perspective. His scholarship has been published in journals such as Mass Communication and Society, International Journal of Communication, Communication Monographs, American Behavioral Scientist, and International Journal of Public Opinion Research.

14. - Provocation in Women's Filmmaking



ISBN/ISSN	9781474483506
Autor	Loreck, Janice
Preis	28,00 EUR
Gewicht	306 g
Verfügbarkeit	lieferbar
Erscheinungstermin	30.11.2024
Autoren:	Loreck, Janice
Verlag	Edinburgh University Press
Sprache	Englisch
Einband	Buch (broschiert)
Seiten	208

15. - Public Relations and Strategic Communication in 2050



ISBN/ISSN	9781032730967
Autor	Laskin, Alexander V/Freberg, Karen
Preis	196,50 EUR
Gewicht	544 g
Verfügbarkeit	lieferbar
Erscheinungstermin	25.11.2024
Autoren:	Laskin, Alexander V, Freberg, Karen
Verlag	Taylor & Francis
Zusätzliche Daten	32 Illustrationen, Oxford
Sprache	Englisch
Einband	Buch (gebunden)
Auflage	1
Seiten	264
Themen	corporate communication, PR, theory, profession, practice, industry, media relations, communications management

Inhaltsangabe:

Introduction List of Contributors Section 1: Trends shaping the future of public relations and strategic communication Chapter 1: Questions of Power over (and Control of) Social, Political, Economic, and Cultural Dimensions of Artificial Intelligence in Public Relations and Strategic Communication Chapter 2: The Growth of Malicious AI: Countering Disinformation and Deepfakes Amid Mega-Crises Chapter 3: Responsible AI for Public Relations Practice: Applying Public Relations Practitioner Perspectives to Ethical Codes for the Use of Generative Artificial Intelligence Chapter 4: Devolving Ethical Standards of 2050: International and Disciplinary Failure Chapter 5: Biohacking and Bioethical Considerations for Marketing Communication Campaigns Chapter 6: The Next Frontier of DEI: Communication & Neurodiversity from Now to 2050 Chapter 7: When Big Brother is Listening: Impact of the Social Credit System on Strategic Communication Chapter 8: Beyond Big Data: Striking a Balance Chapter 9: Behind the Velvet Rope: Influencers and Creators as the Future Entertainment Chapter 10: Navigating the Future of Virtual Influencers: Hijacking Risks Chapter 11: Consumerism as the Driving Force of Human Identity in 2050 Chapter 12: Re-engaging the 'Eclipsed Public' - The Challenge for Public Communication and Politics Chapter 13: Facing the Rise of Postmodernism: Intelligent Goodwill as a Route toward Reinvigorating Public Relations in Face of Increasing Dissensus Section 2: The future of public relations and strategic communication specializations Chapter 14: The Future of Public Relations, According to AI Chapter 15: Crisis Communication in 2050: Sociopolitical and Technological Trends Shaping Crisis Communication Chapter 16: Film, Television, and Entertainment Public Relations in 2050: Establishing a New Normal in the Wake of Streaming, AI, and COVID-19 Chapter 17: Sport Public Relations in 2050 Chapter 18: The Future of Investor Relations and Financial Communication: AI, ESG, and Shareholder Activism Chapter 19: Propaganda and Psychological Warfare Aspects in the Strategic Communication of the 21st Century: European Union's Place in the Global Order Chapter 20: Media Relations, Journalism, Law and Ethics Chapter 21: Measurement and Analytics in 2050: Quantifying Digital and Analog Behaviors Index

Kurze Inhaltsangabe:

Taking stock of the technological, political, economic, and social trends that exist today, this book extends the discussion to analyze and predict how they will affect the public relations and strategic communication industry of the future.

Inhaltsangabe:

Taking stock of the technological, political, economic, and social trends that exist today, this book extends the discussion to analyze and predict how these trends will affect the public relations and strategic communication industry of the future.

The book is divided into two sections, the first addressing such key topics as artificial intelligence (AI), big data, political polarization, and misinformation, the second looking at key facets of the profession, such as media relations, crisis communication, and measurement and evaluation. Leading researchers in the discipline share their analysis of these topics

while also providing theoretically based and practically relevant insights on how the industry must evolve to keep up with, and perhaps anticipate, changes in culture, society, and technology.

This book will be of interest to scholars, industry professionals, and advanced undergraduate and graduate students in public relations and strategic communication.

Informationen zum Autor:

Alexander V. Laskin is a Professor of Advertising and Public Relations at Quinnipiac University, USA. Karen Freberg is a Professor in Strategic Communications at the University of Louisville, USA.

16. - Queer(ing) Communication Studies



ISBN/ISSN	9781666929904
Autor	Atay, AhmetYoung, Stephanie L.
Preis	113,50 EUR
Verfügbarkeit	lieferbar
Erscheinungstermin	15.01.2025
Autoren:	Atay, Ahmet, Young, Stephanie L.
Verlag	Lexington Books
Sprache	Englisch
Einband	Buch (gebunden)
Seiten	258

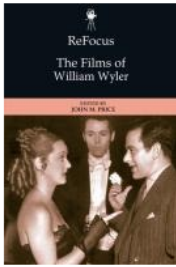
Kurze Inhaltsangabe:

In this edited volume, contributors examine the current state of queer theorizing within communication studies. Furthermore, the book collectively provides a critique for a lack of broader inclusion of queer theorization in the field and provide new pathways for queer communication studies.

Informationen zum Autor:

Edited by Ahmet Atay and Stephanie L. Young - Contributions by Elissa Arterburn Adame; Ahmet Atay; ben Brandley; Daniel C. Brouwer; Dana L. Cloud; Christa Craven; Marco Dehnert; Ragan Fox; Dustin Bradley Goltz; Shuzhen Huang; Angela Labador; Nina Maria Lo

17. - Refocus: The Films of William Wyler



ISBN/ISSN	9781399510479
Autor	Price, John
Preis	34,00 EUR
Gewicht	442 g
Verfügbarkeit	lieferbar
Erscheinungstermin	30.11.2024
Autoren:	Price, John
Verlag	Edinburgh University Press
Sprache	Englisch
Einband	Buch (broschiert)
Seiten	304

18. - Social Media, Work and Organisations



ISBN/ISSN	9780367683764
Autor	Taylor, Claire
Preis	196,50 EUR
Gewicht	590 g
Verfügbarkeit	lieferbar
Erscheinungstermin	28.11.2024
Autoren:	Taylor, Claire
Verlag	Taylor & Francis Ltd.
Zusätzliche Daten	14 Illustrationen, Oxford
Sprache	Englisch
Einband	Buch (gebunden)
Auflage	1
Seiten	298
Themen	Social Media, Power, Identity, Misbehaviour, Surveillance, Sousveillance

Inhaltsangabe:

Introduction: About this book Section 1: The Opening: Concepts, Corporate Environments and Central Characters Section 2. Act 1: Adopting, shaping, and staging social media use in organisations Act 1. Scene 1: Hegemonic forces: How organisations adopt, stage and use particular social media in work Act 1. Scene 2: Players and voices: How differing organisational actors adopt, stage and use a variety of social media in work Section 3. Act 2: Digitised regimes of power: How control and surveillance are established at work Act 2. Scene 1: Discipling discourses; social media rules and regulation Act 2. Scene 2: Digital panopticons; Towers of surveillance in social media use Section 4. Act 3: Evolving identities and dramaturgical performance online Act 3. Scene 1: The multi-dimensional self: Identity and new ways of being online Act 3. Scene 2: Keeping up appearances: aesthetic labour in digitised working contexts Section 5. Act 4: Conflict, resistance, and social media (mis) behaviours Act 4. Scene 1: Can you hear me? Stories of resistance, employee voice and sousveillance in online contexts Act 4. Scene 2: People do dumb stuff on social media: Novel crimes and contradictory social media (mis)behaviours Section 6. Finale: Illusory social butterflies: Conclusions, future research and reading

Kurze Inhaltsangabe:

This book discusses the impact social media has on work using four conceptual themes: Adoption, shaping and staging of social media in organisations; digitised regimes of power, control and surveillance; evolving identity, employee voice and dramaturgical performance online, and employee forms of resistance.

Inhaltsangabe:

Social media use is a confounding aspect of organisations, aiding interconnection, communication and productivity. Its use has undoubtedly impacted on human resource management and the establishment of harmonious contemporary employment relationships. Its use challenges the traditional boundaries which existed between work and privacy and in doing so seemingly increases organisational power and management control.

This book discusses the impact social media has on work; how it is used to stage the organisation, self-identity, power and control using four conceptual themes: Adoption, shaping and staging of social media in organisations; digitised regimes of power, control and surveillance; evolving identity, employee voice and dramaturgical performance online, and employee forms of resistance, sousveillance and social media misbehaviours. These themes are brought to life through the lived experiences and narratives of workers who hold roles in human resources, management, and frontline operations. This approach highlights a unique multi-perspective on social media use by giving voice to these workers. The book uses these individual narratives to reposition the ways employees utilise social media for sousveillance, dissent and resistance purposes. In doing so, the book encourages wider debate, critical reflection, and self-reflexivity on rarely discussed management approaches or (mis)behaviours associated with social media use and their profound implications for power dynamics in organisations.

Informationen zum Autor:

Claire Taylor is a principal lecturer in human resource management at Nottingham Trent University. Her research interests and recent publications have focused on employment relations, social media use, identity, emerging surveillance and sousveillance practices, organisational (mis)behaviour, and the impact these have on freedom of expression, employee voice, management approaches, and power dynamics at work.

19. - Stigmatisierende Kommunikation



ISBN/ISSN	9783658466039
Autor	Freytag, Anna
Preis	74,99 EUR
Gewicht	321 g
Verfügbarkeit	hergestellt auf Anfrage
Erscheinungstermin	20.12.2024
Autoren:	Freytag, Anna
Verlag	Springer Spektrum
Zusätzliche Daten	Color of cover: Blue, Color of cover: Brown, Color of cover: Orange, Color of cover: White, XV, 225 S. 11 Abb., Wiesbaden
Sprache	Deutsch
Einband	Buch (broschiert)
Seiten	244
Themen	Abwertende Kommunikation, Kommunikationswissenschaft, Soziale Gruppen, Stigmatisierung, hate speech, Hate Speech

Inhaltsangabe:

Einleitung.- Bisherige Konzepte zur Beschreibung gruppenbezogener abwertender Kommunikation.- Stigmatisierung - eine sozialpsychologische Perspektive auf gruppenbezogene Abwertungsprozesse.- Stigmatisierende Kommunikation.- Entwicklung einer Forschungsprogrammatik zu stigmatisierender Kommunikation.- Diskussion.- Literatur.

Kurze Inhaltsangabe:

Die Arbeit von Anna Freytag setzt sich theoretisch mit dem Phänomen der gruppenbezogenen abwertenden Kommunikation auseinander. Die Kommunikationswissenschaft und andere Disziplinen haben sich in der Vergangenheit unter einer Vielzahl von Begriffen und aus unterschiedlichen theoretischen Perspektiven mit gruppenbezogener abwertender Kommunikation auseinandergesetzt. Die etablierten Begriffe bergen jedoch Herausforderungen und vernachlässigen zum Teil soziologische und sozialpsychologische Perspektiven, wie etwa das Konzept der Stigmatisierung. Vor diesem Hintergrund entwickelt die Autorin mit "Stigmatisierender Kommunikation" ein eigenes kommunikationswissenschaftliches Konzept, das Erkenntnisse aus verschiedenen Disziplinen integriert. Darauf aufbauend entwirft sie ein Forschungsprogramm für die weitere wissenschaftliche Auseinandersetzung mit stigmatisierender Kommunikation. Es werden Forschungsfragen zu beteiligten Akteuren, Motiven und Determinanten, zur inhaltlichen Ausgestaltung und zu den vielfältigen Auswirkungen stigmatisierender Kommunikation abgeleitet. Dazu werden methodische Ansätze und Herausforderungen für eine erfolgreiche empirische Untersuchung stigmatisierender Kommunikation diskutiert. Die Autorin Anna Freytag ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der Hochschule für Musik, Theater und Medien in Hannover. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen im Bereich der Gesundheits- und Nachhaltigkeitskommunikation.

Informationen zum Autor:

Anna Freytag ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der Hochschule für Musik, Theater und Medien in Hannover. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen im Bereich der Gesundheits- und Nachhaltigkeitskommunikation.

20. - Strategische CEO-Haltungskommunikation



ISBN/ISSN	9783658469481
Autor	Bayer, Marwin
Preis	69,99 EUR
Gewicht	301 g
Verfügbarkeit	lieferbar
Erscheinungstermin	24.12.2024
Autoren:	Bayer, Marwin
Verlag	Springer Spektrum
Zusätzliche Daten	Color of cover: Blue, Color of cover:, Color of cover: Silver, Color of cover: White, XXIV, 201 S. 41 Abb., Wiesbaden
Sprache	Deutsch
Einband	Buch (broschiert)
Seiten	228
Themen	CEO-Kommunikation, Haltungskommunikation, Kommunikationsmanagement, Management, Strategische CEO-Haltungskommunikation, Strategische Kommunikation, Unternehmenskommunikation

Inhaltsangabe:

Einleitung.- Konzeptualisierung des Handlungsfelds 'Strategische CEO-Haltungskommunikation'.- Ableitung theoretischer Erkenntnisinteressen.- Theoretische Fundierung des Kommunikationsmanagementtools.- Ableitung praktischer Anforderungen.- Konstruktion des Kommunikationsmanagementtools.- Evaluation des Kommunikationsmanagementtools.- Diskussion.- Fazit.

Kurze Inhaltsangabe:

Angesichts einer Zeit, die von Komplexität, Uneinigkeit und Polykrisen geprägt scheint, stehen Unternehmen und Chief Executive Officers (CEOs) vor der herausfordernden Aufgabe, ihre ökonomischen Interessen mit den vielfältigen Ansprüchen ihrer Stakeholder in Einklang zu bringen, um den Unternehmenserfolg zu sichern. Speziell zu gesellschaftlich kontrovers diskutierten Themen wächst der Druck auf CEOs, sich eindeutig zu positionieren und dadurch 'Haltung' zu zeigen. Diese Dynamiken begründen ein neues Handlungsfeld innerhalb der Unternehmenskommunikation und des Kommunikationsmanagements als strategischen Partner der Unternehmensführung, welches bislang nur unzureichend erschlossen wurde. Das vorliegende Buch nimmt sich diesem forschungstheoretischen und unternehmenspraktischen Handlungsbedarf an, indem es einen neuartigen Ansatz für 'Strategische CEO-Haltungskommunikation' entwickelt, empirisch validiert und durch ein Managementtool für Kommunikationsverantwortliche nutzbar macht. Der Autor Marwin Bayer ist Alumnus des Masters Corporate Communication Management (M. Sc.) an der Business School der Hochschule Pforzheim. Heute ist er in einer internationalen Kommunikationsberatung tätig, wo er Kunden zu Fragen der strategischen Positionierung und Kapitalmarktkommunikation berät.

Informationen zum Autor:

Marwin Bayer ist Alumnus des Masters Corporate Communication Management (M. Sc.) an der Business School der Hochschule Pforzheim. Heute ist er in einer internationalen Kommunikationsberatung tätig, wo er Kunden zu Fragen der strategischen Positionierung und Kapitalmarktkommunikation berät.

21. - The Afterlives of Weimar Berlin



ISBN/ISSN	9781640141230
Autor	Smith, Jill Suzanne
Preis	102,50 EUR
Gewicht	462 g
Verfügbarkeit	vorübergehend nicht lieferbar
Erscheinungstermin	10.12.2024
Autoren:	Smith, Jill Suzanne
Verlag	Boydell & Brewer
Zusätzliche Daten	21 b/w illus.
Sprache	Englisch
Einband	Buch (gebunden)
Seiten	230
Themen	depravity, fascism, National Socialism, Achim von Borries, Henk Handloegten, Tom Tykwer, Robert Siodmak, Edgar G. Ulmer, Billy Wilder, Curt Siodmak, Bob Fosse, Christopher Isherwood, Jason Lutes, gender, sexuality

Inhaltsangabe:

List of Illustrations Acknowledgments Introduction 1. Decadence and Danger: The Anglo-American View of Weimar Berlin 2. Seduced by Poetry: Julia Franck's *Die Mittagsfrau* (2007) Revives Else Lasker-Schüler 3. Making Mischief, Making Movies: Christian Kracht's *Die Toten* (2016) Revives Lotte Eisner and Siegfried Kracauer 4. Metropolitan Temptations: Volker Kutscher's *Der nasse Fisch* (2007) Revives Joe May's *Asphalt* (1929) 5. Lotte at the Movies: The Makers of *Babylon Berlin* (2017) Revive *Menschen am Sonntag* (1930) Conclusion: Weimar Berlin, Back with a Vengeance Bibliography Index

Kurze Inhaltsangabe:

Explores the recent proliferation of cultural representations of Weimar Berlin in the German-speaking world, probing the connections between historical and contemporary texts, their contexts, and their creators.

Informationen zum Autor:

JILL SUZANNE SMITH is Associate Professor of German at Bowdoin College.

22. - The Computational Content Analyst



ISBN/ISSN	9781032846354
Autor	Vargo, Chris J
Preis	192,50 EUR
Gewicht	363 g
Verfügbarkeit	lieferbar
Erscheinungstermin	02.12.2024
Autoren:	Vargo, Chris J
Verlag	Taylor & Francis
Zusätzliche Daten	Oxford
Sprache	Englisch
Einband	Buch (gebunden)
Auflage	1
Seiten	134
Themen	communication studies, computational social science, mass communication, big data, machine learning, artificial intelligence, large language models

Inhaltsangabe:

Preface 1. Unveiling Content Analysis in the Contemporary Media Ecosystem 2. Designing a Computational Content Analysis: An Illustration from "Civic Engagement, Social Capital, and Ideological Extremity" 3. Basic Information Retrieval for Content Analysis 4. Supervised Machine Learning with BERT for Content Analysis 5. Text Classification of News Media Content Categories Using Deep Learning 6. Leveraging Generative AI for Content Analysis 7. Unveiling the Veiled: Topic Modeling as a Lens for Discovery 8. Extending Deep Learning to Image Content Analysis Appendix A: Codebook and Conceptual Definitions Appendix B: Deletion Themes

Kurze Inhaltsangabe:

This guide gives researchers the tools they need to amplify their analytical reach through the integration of content analysis with computational classification approaches, including machine learning and the latest advancements in generative AI and Large Language Models (LLMs). It is particularly useful for academic researchers and students.

Inhaltsangabe:

Most digital content, whether it be thousands of news articles, or millions of social media posts, are too large for the naked eye alone. Often, the advent of immense data sets requires a more productive approach to labelling media beyond a team of researchers. This book offers practical guidance and Python code to traverse the vast expanses of data—significantly enhancing productivity without compromising scholarly integrity. We'll survey a wide array of computer-based classification approaches, focusing on easy-to-understand methodological explanations and best practices to ensure that your data is being labelled accurately and precisely. By reading this book, you should leave with an understanding of how to select the best computational content analysis methodology to your needs for the data and problem you have.

This guide gives researchers the tools they need to amplify their analytical reach through the integration of content analysis with computational classification approaches, including machine learning and the latest advancements in generative AI and Large Language Models (LLMs). It is particularly useful for academic researchers looking to classify media data, and advanced scholars in mass communications research, media studies, digital communication, political communication, and journalism.

Complementing the book are online resources: datasets for practice, Python code scripts, extended exercise solutions, and practice quizzes for students, as well as test banks and essay prompts for instructors. Please visit www.routledge.com/9781032846354.

Rezension:

“The Computational Content Analyst opens new research frontiers using highly sophisticated computer-based approaches that greatly expand the substantive depth and scope of quantitative content analysis. These approaches vastly improve scholars’ ability to examine the large body of content available on the internet.”

- Maxwell McCombs, University of Texas at Austin, USA

“The Computational Content Analyst provides a practical and informative guide for scholars and practitioners aiming to learn the basics of computational approaches to analyzing text. This book is practical and insightful; Vargo makes a complex topic accessible through insightful examples and useful research case studies.”

- Matthew Weber, Rutgers University, USA

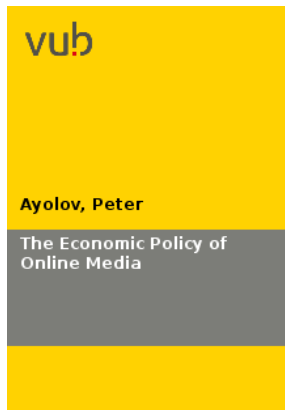
“This book makes computational content analysis as easy as following a recipe.”

- Milad Minoie, Kennesaw State University, USA

Informationen zum Autor:

Chris J. Vargo is an Associate Professor in the College of Media, Communication, and Information and Leeds School of Business (Courtesy) at the University of Colorado Boulder, USA. His research primarily focuses on the intersection of computational media analytics and political communication, employing computational methods to enhance understanding in these areas.

23. - The Economic Policy of Online Media



ISBN/ISSN	9781032461366
Autor	Ayolov, Peter
Preis	58,50 EUR
Gewicht	204 g
Verfügbarkeit	lieferbar
Erscheinungstermin	28.11.2024
Autoren:	Ayolov, Peter
Verlag	Taylor & Francis
Sprache	Englisch
Einband	Buch (broschiert)
Seiten	130

Inhaltsangabe:

Introduction: the Civil Cold War online 1. Changing the paradigm of mass communication 1.1. The need for a new paradigm 1.2. The rise of dissent in the network society 1.3. The 'New World Information Order' dystopia 1.4. Dysfunctions in the propaganda model 2. Dissent and the theory of mass communication 2.1. 'Manufacture of consent'-Walter Lippmann 2.2. 'Democratic propaganda'-Edward Bernays 2.3. 'The spiral of silence'-Elizabeth Noelle-Neumann 2.4. 'The propaganda model'-Noam Chomsky and Edward Herman 2.5. 'The end of history'-Francis Fukuyama 2.6. 'Agenda setting'-Maxwell McCombs 2.7. 'Pseudo news'-Niklas Luhmann 2.8. 'Distorted communication'-Jürgen Habermas 3. Digital media as a risk to democracy 3.1. Digital capitalism and decorative democracy 3.2. Trust and dissent in democracy 3.3. Dissidents' dissent and cognitive infiltration 4. Mass media as dissent manufacture 4.1. The Bulgarian connection in the attack on the pope 4.2. The effects of the 'lying press' (Lügenpresse) 4.3. Doublespeak and conflict propaganda 4.4. The language of Russophilia/Russophobia Conclusion: the dissent of the governed 1. Media hostility index 2. Angry citizens of the internet 3. Second-degree cybernetics and Kayfabe 4. Planned obsolescence of communication

Kurze Inhaltsangabe:

This book explores the distortion of communication online, centred around the theory that the economic policy model of online media is primarily based on the systematic manufacture of dissent.

Informationen zum Autor:

Peter Ayolov is Assistant Professor in the Faculty of Journalism and Mass Communication at Sofia University 'St. Kliment Ohridski', Bulgaria.

24. - The Handbook of Communication Ethics



ISBN/ISSN	9781032228570
Autor	Pinchevski, Amit Buzzanell, Patrice M Hannan, Jason
Preis	297,50 EUR
Gewicht	1021 g
Verfügbarkeit	lieferbar
Erscheinungstermin	02.12.2024
Autoren:	Pinchevski, Amit, Buzzanell, Patrice M, Hannan, Jason
Verlag	Taylor & Francis
Zusätzliche Daten	2 Illustrationen, Oxford
Sprache	Englisch
Einband	Buch (gebunden)
Auflage	2
Seiten	440
Themen	dialogic, human, rights, corporate, social, responsibility, virtue, organizational, applied, ourishing, communication studies, research, theory, scholarship, reference, ICA, International Communication Association

Inhaltsangabe:

Introduction Part I: Traditions 1. Rhetoric and Ethics 2. Dialogic Ethics: Listening 3. Virtue Ethics: Conversing with the Dissonant Reminders of Democracy 4. Liberalism 5. Pragmatism: Communication Ethics as Melioristic Inquiry 6. The Origin and Horizon of Ethics: A Philosophical Hermeneutic Interpretation 7. Poststructuralism: A Philosophy of Difference 8. Transnational Feminist Ethics and Second World Feminist Ethics 9. Relevance of Postcolonial Logics in Communication Ethics Part II: Contents 10. Identity, Difference, and Interpersonal Relationships: (Re)Considering Interpersonal Communication Ethics 11. Organizational Communication Ethics 12. Health Communication Ethics 13. Enhancing Ethics in Varied Communication Contexts through Dialogical Communication 14. The End of Traditional Journalism Ethics 15. Questioning the Ontological Legitimacy of Law: A Communication Ethics Approach to Sexual Violence Law 16. Climate Communication 17. Slow Bearings in the Dark: Waiting and the Ethics of Carefully Attending in the Digital Limit Situation Part III: Debates 18. Artificial Intelligence 19. Media Witnessing and the Ethics of Humanitarian Communication 20. Intersectionality: (Re)orienting toward Social Justice and Ethics in Communication Scholarship 21. Truth, Fake News, and Conspiracy Theories 22. On the Impossibility of Ethical Surveillance 23. Digital Activism Ethics 24. Culture Wars 25. Disability at the Intersections of Communication Ethics and Media Technologies 26. Queer Theory and Communication Ethics: Deconstructing and Reimagining Dominant Norms 27. On the Ethical Complexity of Digital Game Experiences Epilogue Index

Kurze Inhaltsangabe:

The second edition of this handbook offers a thoroughly updated overview of the different approaches and perspectives in communication ethics today. This handbook serves as a must-read for faculty, graduate students, and advanced undergraduate students in all areas of communication studies.

Inhaltsangabe:

The second edition of this handbook offers a thoroughly updated overview of the different approaches and perspectives in communication ethics today.

Extending the path paved by its predecessor, this Handbook includes new issues and concerns that have emerged in the interim—from environmentalism to Artificial Intelligence, from disability studies to fake news. It also features a new structure, comprised of three sections representing a wide array of communication ethics: Traditions, Contexts, and Debates. Rather than focusing exclusively on a subset of ethics (such as interpersonal communication, rhetoric, or journalism as do other handbooks of ethics in communication), this collection provides a valuable resource for those who seek a broader basis on which to study communication ethics.

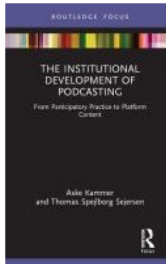
This handbook is a must-read for faculty, graduate students, and advanced undergraduate students in all areas of

communication studies as well as in neighboring disciplines such as rhetoric, media studies, sociology, political science, cultural studies, and science and technology studies.

Informationen zum Autor:

Amit Pinchevski is Professor and Chair of the Department of Communication at the Hebrew University of Jerusalem, Israel. Patrice M. Buzzanell is Distinguished Professor in the Department of Communication at the University of South Florida, USA. Jason Hannan is Professor in the Department of Rhetoric, Writing, and Communications at the University of Winnipeg, Canada.

25. - The Institutional Development of Podcasting



ISBN/ISSN	9781032318417
Autor	Kammer, AskeSpejlberg Sejersen, Thomas
Preis	73,50 EUR
Gewicht	245 g
Verfügbarkeit	lieferbar
Erscheinungstermin	26.11.2024
Autoren:	Kammer, Aske, Spejlberg Sejersen, Thomas
Verlag	Taylor & Francis
Sprache	Englisch
Einband	Buch (gebunden)
Seiten	68

Inhaltsangabe:

List of figures List of tables Preface Acknowledgements Chapter 1: Podcast studies and institutionalism Chapter 2: A history of podcasting Chapter 3: The business of podcasting Chapter 4: The platformization and datafication of podcasting Chapter 5: Conclusion: the institutional development of podcasting Index

Kurze Inhaltsangabe:

Referring back to the early 2000s, this book traces the development of podcasting from a "do-it-yourself" medium by amateurs into its current environment, where a wide variety of individuals, organizations, and platforms operate in an increasingly crowded and competitive market.

Informationen zum Autor:

Aske Kammer, PhD, is Associate Professor of Journalism Studies at Roskilde University, Denmark. His research concerns the structural conditions of journalism and in particular focuses on the intersection between editorial matters, management and economics, and (digital) technology. He has published extensively on the business of digital journalism, on the digitalization and datafication of the news industry, and on the institutional development of digital media. Thomas Spejlberg Sejersen is Associate Professor of Media Production and Management at Danish School of Media and Journalism. His research focuses on the datafication of audiovisual narration.

26. - The Playful Politics of Memes



ISBN/ISSN	9781032449524
Autor	Mortensen, MetteNeumayer, Christina
Preis	59,00 EUR
Gewicht	327 g
Verfügbarkeit	lieferbar
Erscheinungstermin	28.11.2024
Autoren:	Mortensen, Mette, Neumayer, Christina
Verlag	Taylor & Francis
Sprache	Englisch
Einband	Buch (broschiert)
Seiten	188

Inhaltsangabe:

1. The playful politics of memes 2. Messy on the inside: internet memes as mapping tools of everyday life 3. Memes, brands and the politics of post-terror togetherness: following the Manchester bee after the 2017 Manchester Arena bombing 4. Memetising the pandemic: memes, COVID-19 mundanity and political cultures 5. 'Don't panic people! Trump will tweet the virus away': memes contesting and confirming populist political leaders during the COVID-19 crisis 6. '#OkBoomer, time to meet the Zoomers': studying the memefication of intergenerational politics on TikTok 7. Memetic commemorations: remixing far-right values in digital spheres 8. Sharing the hate? Memes and transnationality in the far right's digital visual culture 9. Murder fantasies in memes: fascist aesthetics of death threats and the banalization of white supremacist violence

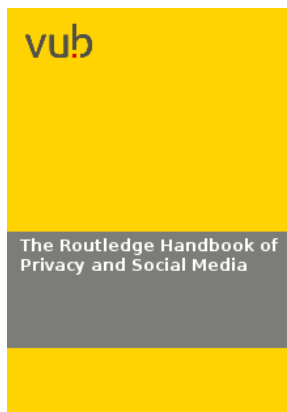
Kurze Inhaltsangabe:

This book studies how memes disrupt and reimagine politics in humorous ways. Memes create a playful activity that follows a shared set of rules and gives a (shared) voice, which may generate togetherness and political identities but also increase polarization.

Informationen zum Autor:

Mette Mortensen is Professor and Deputy Head of Department for Research at the Department of Communication, University of Copenhagen, Denmark. Christina Neumayer is Associate Professor of Media Studies at the Department of Communication, University of Copenhagen, Denmark.

27. - The Routledge Handbook of Privacy and Social Media



ISBN/ISSN	9781032155555
Autor	Trepte, Sabine Masur, Philipp
Preis	65,00 EUR
Gewicht	646 g
Verfügbarkeit	lieferbar
Erscheinungstermin	19.12.2024
Autoren:	Trepte, Sabine, Masur, Philipp
Verlag	Taylor & Francis
Sprache	Englisch
Einband	Buch (broschiert)
Seiten	334

Inhaltsangabe:

Part 1: Perspectives on Social Media Privacy 1. Definitions of Privacy 2. Individualistic Privacy Theories 3. Privacy Theory - Social, Networked, Relational, Collective 4. Institutional Perspectives on Privacy 5. Group Privacy 6. A Situational Perspective on Privacy in Social Media 7. Privacy Calculus: Theory, Studies, and New Perspectives 8. Online Privacy Cues and Heuristics Part 2: Factors Shaping Social Media Privacy 9. Social Media Affordances and Privacy 10. Privacy and Trust 11. Challenges in Studying Social Media Privacy Literacy 12. Privacy Breaches 13. Privacy Cynicism: Resignation in the Face of Agency Constraints 14. Intercultural Privacy 15. Privacy and Gender Part 3: Populations and Their Social Media Privacy 16. The Translucent Family: Sharenting and Privacy Negotiations between Children and Parents 17. An Intimate Relation: Adolescent Development, Self-disclosure, and Privacy 18. Privacy in Later Life 19. Toward a Better Understanding of Minorities' Privacy in Social Media 20. Inequalities and Privacy in the Context of Social Media Part 4: Algorithms and Privacy 21. Privacy in Interactions with Machines and Intelligent Systems 22. Social Credit System and Privacy 23. Microtargeting, Privacy, and the Need for Regulating Algorithms 24. Health Data and Privacy Part 5: Solutions to Preserve Social Media Privacy 25. Nudges (and Deceptive Patterns) for Privacy: Six Years Later 26. Communicating Information Security 27. From Procedural Rights to Political Economy: New Horizons for Regulating Online Privacy 28. Regulating Privacy on Online Social Networks 29. Consumer Privacy and Data Protection in the EU 30. The Role of Participants in Online Privacy Research: Ethical and Practical Considerations

Kurze Inhaltsangabe:

This volume provides the basis for contemporary privacy and social media research and informs global as well as local initiatives to address issues related to social media privacy through research, policymaking, and education.

Informationen zum Autor:

Sabine Trepte is a full professor of Media Psychology in the Department of Communication at the University of Hohenheim in Stuttgart, Germany. Philipp K. Masur is an assistant professor in the Department of Communication Science at the Vrije Universiteit Amsterdam, The Netherlands.

28. - The Screen Censorship Companion



ISBN/ISSN	9781804130667
Autor	Biltereyst, DanielMathijs, Ernest
Preis	150,50 EUR
Gewicht	850 g
Verfügbarkeit	lieferbar
Erscheinungstermin	26.11.2024
Autoren:	Biltereyst, Daniel, Mathijs, Ernest
Verlag	University of Exeter Press
Sprache	Englisch
Einband	Buch (gebunden)
Seiten	410

Kurze Inhaltsangabe:

This companion gives an exhaustive overview of how screen censorship touches our lives, from historical studies to today's intrusions into how screen content is controlled, made available, or taken away. The cases studies range from the forbidden over politically 'subversive' materials, to plain mainstream fare-all within censorship's reach.

Informationen zum Autor:

Daniel Biltereyst is Professor in Film and Media Studies at Ghent University, Belgium. He is the (co-)editor of several volumes on cinema audiences and censorship. In 2020 he published a monograph on the history of film/cinema censorship in Belgium, *Verboden Beelden*, and made a documentary with Bruno Mestdagh on film cuttings (*Ongezien/invisible*, 2020, Cinematek). Ernest Mathijs is Professor of Cinema and Media Studies at the University of British Columbia, Vancouver. He has written on cult cinema, the reception of Canadian and European genre cinema, *The Lord of the Rings*, reality-TV, Thomas Pynchon, and on Delphine Seyrig. In 2020 he co-wrote the two-part documentary *The Quiet Revolution*.

29. - TV populär



ISBN/ISSN	9783847117858
Autor	Brylla, WolfgangRuf, Oliver
Preis	50,00 EUR
Gewicht	506 g
Verfügbarkeit	lieferbar
Erscheinungstermin	09.12.2024
Autoren:	Brylla, Wolfgang, Ruf, Oliver
Verlag	V&R unipress
Zusätzliche Daten	mit 6 Abbildungen
Sprache	Deutsch
Einband	Buch (gebunden)
Auflage	1
Seiten	262
Themen	Fernsehen, Fernsehästhetik, Mediatisierung, Primetime, Publikum, Reality TV, TV total, TV-Formate, Trash TV

Kurze Inhaltsangabe:

Ist das lineare Fernsehen tot? Die unzähligen Remakes von kultigen TV-Shows der letzten Jahre belegen das Gegenteil. Das klassische Fernsehen lebt noch - in anderen Formen, Formaten und Formationen.

Inhaltsangabe:

Als Populärmedium wurde dem Fernsehen zumindest im deutschsprachigen Wissenschaftsdiskurs wenig Beachtung geschenkt, was einerseits – denkt man an die immer noch dominierende und in die Irre leitende Unterscheidung von E- und U-Kunst – nicht verwunderlich ist, andererseits jedoch aus denselben Gründen erstaunen mag. Die unterschiedlichsten TV-Formate, Primetime-Sendungen oder Samstagabendshows in der deutschen Fernsehgeschichte sind nämlich mehr oder weniger als ein Spiegelbild ihrer (Ausstrahlungs-)Zeit aufzufassen; in ihnen schlägt sich die Erwartungshaltung ihrer Zuschauer:innen bzw. des sich von Generation zu Generation verändernden TV-Publikums nieder, das dem linearen Fernsehen unter anderem zugunsten der Streamingdienste den Rücken kehrt und für das das (digitale) Fernsehen nicht zum Momentum, sondern zum Skip-Moment wird.

Of the various popular media, television has received relatively little attention in German-language academic discourse. On one hand, this is not surprising, considering the still dominant and misleading distinction between high art (E-Kunst) and popular art (U-Kunst). On the other hand, it may seem surprising for the same reasons. The diverse TV formats, prime-time shows, or Saturday evening programs in the history of German television can be seen as reflections of their (broadcast) time. They reflect the expectations of their viewers and the changing TV audience from generation to generation, an audience that is turning its back on linear television in favor of streaming services, where (digital) television becomes not a moment to be savored, but a moment to skip.

Informationen zum Autor:

Prof. Dr. Oliver Ruf ist Professor für Medienästhetik an der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg. Seine Forschungsschwerpunkte sind Theorie und Ästhetik gegenwartsbezogener Medienpraktiken, Medienarchäologie sowie Kulturtechnikforschung.

30. - Vom Bild zur Bildung



ISBN/ISSN	9783658465742
Autor	Lämmchen, Robert
Preis	69,99 EUR
Gewicht	336 g
Verfügbarkeit	lieferbar
Erscheinungstermin	21.11.2024
Autoren:	Lämmchen, Robert
Verlag	Springer Spektrum
Zusätzliche Daten	Color of cover: Blue, Color of cover: Grey, Color of cover: Silver, Color of cover: White, XIII, 241 S. 39 Abb., Wiesbaden
Sprache	Deutsch
Einband	Buch (broschiert)
Seiten	256
Themen	Bildung, Computerspiel, Digitale Bildung, Digitalisierung, Kybernetik, Mediatisierung, Radikaler Konstruktivismus, Systemtheorie

Inhaltsangabe:

Einleitung.- Gegenwart und Bildung.- Kommunikationsmedien und Spiel.- System und Kommunikation: Das Computerspiel als Form.- Computerspiele und Raum.- Computerspiel und Bildung.- Fazit und Ausblick.

Kurze Inhaltsangabe:

Diese theoretische Arbeit gründet auf der Beobachtung, dass einzelne Funktionssysteme der Gesellschaft wie Politik, Wirtschaft oder Erziehung nicht einheitlich auf Herausforderungen der Gegenwart reagieren können. Lösungsversuche sozialer Probleme verlagern sich folglich in einzelne Systeme. Am Beispiel des Erziehungssystems wird gezeigt, inwiefern Bemühungen, ökologischen Gefährdungen zu begegnen, diesem System eingeschrieben sind und unter dem Begriff Bildung zusammengefasst werden. Die daraus resultierenden normativen, operationalen sowie theoretischen Probleme werden in Rückgriff auf die Systemtheorie Luhmanns analysiert. Die Herleitung eines alternativen Bildungsbegriffs verspricht die Beobachtung von sowohl gesellschaftstheoretischen als auch individuellen Differenzierungsleistungen. Darüber hinaus werden Computerspiele als Medien vorgestellt, die Räume für Bildungsprozesse anbieten. Auffällig ist hierbei, dass Computerspiele als Medien grundlegend an Visualität gebunden sind. Nur über ein Bild ist es möglich, durch Computerspiele zu erleben und zu handeln. Zwar muss jede Beschreibung des Computerspiels als Bildungsmedium damit an der Schnittstelle des Bilds ansetzen, doch verlangt eine jede Bezeichnung einer Unterscheidung als Raum eine Beobachtung von beobachtenden Systemen.

Informationen zum Autor:

Robert Lämmchen ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Humangeographie der Goethe-Universität Frankfurt am Main.