

Bestellungen

Die Titel aus unserem Verlagsprogramm können über den Buchhandel oder direkt beim Verlag bestellt und vorgemerkt werden.

Mit Ihrer Bestellung über den Verlag kommt ein Kaufvertrag mit der Brockhaus Kommissionsgesellschaft GmbH zustande.

Es gelten die AGB und die Widerrufsbelehrung der Brockhaus Kommissionsgesellschaft GmbH.

In der Rubrik ›Vorschau‹ erhalten Sie einen Ausblick auf neue Publikationen, die in den nächsten Monaten erscheinen werden und bereits über den Handel oder beim Verlag vorbestellt werden können.

Eilige Bestellungen

richten Sie bitte per E-Mail an knaebe@brocom.de oder sales@halem-verlag.de. Sie können Ihre Bestellung aber auch telefonisch unter 0221/92 58 29 0 oder per Fax unter 0221/92 58 29 29 aufgeben.

Auslieferung

Auslieferung und Rechnungsstellung erfolgt seit dem 01.06.2017 über unsere Verlagsauslieferung:



Brockhaus/Commission

Brockhaus Kommissionsgeschäft GmbH
Kreidlerstraße 9
70806 Kornwestheim bei Stuttgart

Fragen zur Rechnungsbündelung und zu Bestellungen beantwortet Frau Knaebe von Brockhaus gern unter der Telefonnummer +49(0)7154/13 27 26 oder per E-Mail: knaebe@brocom.de

E-Books

Die meisten wissenschaftlichen Publikationen aus dem Herbert von Halem Verlag sind auch als E-Book verfügbar!

Über unseren Partner Bookwire sowie die Bibliotheksaggregatoren scholars E-Library, EBL, Ebsco, Ebrary und My-Library können sie Campus-Lizenzen auf dem gewohnten Wege beziehen. Konditionen und Preise nennen Ihnen unsere Vertriebspartner.

**Herbert von Halem Verlagsgesellschaft
mbH & Co. KG**
Boisseréestr. 9-11
50674 Köln
Fon: 0221/92 58 29 0
Fax: 0221/92 58 29 29
E-Mail: info@halem-verlag.de
URL: <https://www.halem-verlag.de>

Verkehrsnummer: 12542
HRA 13409
USt.IdNr: DE 172 714 183
Redaktion und Gestaltung: Herbert von Halem Verlag
Stand: Oktober 2025

IMPRESSUM

02

EDITORIAL

04

5

KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

17

KULTUR- UND MEDIENWISSENSCHAFTEN

25

MEDIENPRAXIS

29

SOZIOLOGIE

Liebe Leserin, lieber Leser,

willkommen zu unserem aktuellen Verlagsverzeichnis für 2025/2026. Wieder liegt ein spannendes Jahr vor uns, in dem technologische Innovationen und gesellschaftliche Umbrüche unser Denken und Handeln prägen. Bilder und Texte, Kino und Comics, Journalismus und Wissenschaft – sie alle stehen unter dem Eindruck der Digitalisierung, der Künstlichen Intelligenz und der Frage, wie wir uns inmitten dieses Wandels orientieren.

Die Flut an Bildern, die uns tagtäglich über Plattformen erreicht, eröffnet neue Chancen, bringt aber auch Risiken mit sich. Der Band *Visual Literacy. Bildkompetenzen in den digitalen Medien* (S. 7) untersucht, welche Fähigkeiten notwendig sind, um Bilder in digitalen Umgebungen kritisch zu deuten und selbst verantwortlich zu nutzen. Ergänzend führt *Bilder im Aufbruch. Herausforderungen der Bildwissenschaft* (S. 20) vor Augen, wie sehr KI-generierte Visualisierungen unsere bisherigen Vorstellungen von Authentizität infrage stellen und wie dringend neue theoretische Zugänge gebraucht werden.

Auch die Kunst ist von diesen Entwicklungen nicht unberührt. Dieter Mersch geht in *Kann KI Kunst?* (S. 21) der Frage nach, ob Computerprogramme zu eigenständigem ästhetischen Denken fähig sein können – und was es bedeutet, wenn Maschinen in Museen und Galerien Einzug halten.

Neben den visuellen Medien bleibt auch der Journalismus ein zentrales Thema. Er steht unter enormem Druck, sich ständig zu erneuern, und verliert dennoch viele seiner Fachleute. Jana Rick untersucht in *Ausstieg aus dem Journalismus* (S. 10), warum Journalist:innen ihren Beruf verlassen und welche Folgen das für die Betroffenen und die Öffentlichkeit hat. Eine historische und zugleich ethische Dimension eröffnet der Sammelband *Horst Pöttker: Beruf zur Öffentlichkeit* (S. 9), der die zentralen Schriften eines Wissenschaftlers würdigt, der seit jeher Journalismus als demokratisches Fundament versteht.

Dass auch Film mehr ist als nur Unterhaltung, zeigt Thomas Wiedemann in *Deutscher Kinospielelfilm* (S. 14): Er analysiert, wie die Architektur der Filmförderung das Schaffen und die Wirklichkeitskonstruktion im deutschen Kino prägt. Einen besonderen Blick in die Vergangenheit wirft Joseph Garncarz mit *Sehnsucht nach Vergnügen* (S. 23), das erstmals Kinocharts der DDR von 1952 bis 1989 präsentiert und aufzeigt, wie das Publikum trotz politischer Kontrolle seine eigenen Vorlieben behauptete.

Doch es geht nicht nur um wissenschaftliche Analysen, sondern auch um kreative Praxis. Hannes Rall lädt mit seinem monumentalen Werk *Comics. Konzept und Gestaltung* (S. 27) dazu ein, selbst schöpferisch tätig zu werden – ein Handbuch, das die Kunstform Comic in ihrer ganzen Breite und Tiefe erschließt.

Mit diesen und vielen weiteren Titeln möchten wir Ihnen erneut Einblicke in die Dynamik von Medien, Kommunikation und Kultur geben. Unsere Bücher richten sich an Forscher:innen und Praktiker:innen gleichermaßen – und an alle, die verstehen wollen, wie Medien unsere Gesellschaft formen und welche Möglichkeiten sie für die Zukunft bereithalten.

Mehr Informationen finden Sie wie immer auf unserer Website unter <http://www.halem-verlag.de> und in unseren Social-Media-Kanälen. Wir freuen uns auf Ihren virtuellen Besuch und ebenso auf die persönliche Begegnung bei den Kölner Mediengesprächen in unseren Verlagsräumen oder im Kölner Atelier Theater.

Bis bald und herzliche Grüße
Ihr



(Herbert von Halem)

MARIA LÖBLICH / ELISA POLLACK

**Ein Ost-West-Labor?
Die Redaktion der Berliner Zeitung
zwischen 1989 und 2020**

2025, Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-722-9

ISBN (PDF) 978-3-86962-723-6

MICHAEL MEYEN / LUKAS FRIEDRICH

**Medienskepsis in Ostdeutschland.
Warum das Misstrauen in den Journalismus
kein Erbe der DDR ist. Mit einer Fallstudie aus
Bautzen**

2025, ca. 248 S., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (PRINT) 978-3-86962-732-8

ISBN (PDF) 978-3-86962-733-5

MICHAEL HALLER / WALTER HÖMBERG (Hrsg.)

**Der Kampf um die Presse- und Medienfreiheit.
Journalisten als Wegbereiter der Pressefreiheit
und Demokratie**

2026, 2., komplett überarbeitete Auflage,
Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-719-9

ISBN (PDF) 978-3-86962-720-5

CHRISTOPH BERTLING

**Die Abwärtsspirale.
Formen, Paradoxien, Störungen des
Sportjournalismus und Wege aus seinem
Krisenmodus**

2026, ca. 430 S., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-737-3

ISBN (PDF) 978-3-86962-738-0

SIEGFRIED WEISCHENBERG

**Schuld und Geheimnis.
Bekenntnisse von »Medien-Legenden«
in der Welt von gestern**

2026, 716 S., Hardcover (Faden), 240 x 165 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-747-2

ISBN (PDF) 978-3-86962-748-9

ISBN (ePub) 978-3-86962-749-6

LARA LUTTENSCHLAGER

**Sichtbarkeitskämpfe.
Augenzeugenvideos in den Gelbwestenprotesten**

2026, Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-667-3

ISBN (PDF) 978-3-86962-703-8



Rudolf Stöber

Deutsche Pressegeschichte



Von den Anfängen bis
zur Gegenwart

4., überarbeitete Auflage

HERBERT VON HALEM VERLAG

RUDOLF STÖBER

Deutsche Pressegeschichte. Von den Anfängen bis zur Gegenwart

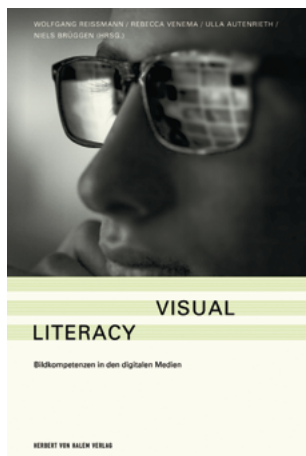
2025, 4., überarbeitete Auflage, 460 S., 27 Abb.,
64 Tab., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print)	978-3-7445-2108-6	42,00 EUR
ISBN (PDF)	978-3-7445-2109-3	35,99 EUR

Rudolf Stöber beschreibt kenntnisreich die Entwicklungen der Presse, die Herausbildung und Veränderung von Öffentlichkeit und Medienpolitik, Presserecht und -ökonomie sowie die Professionalisierung der publizistischen Berufe vom 15. Jahrhundert bis in die Gegenwart des 21. Jahrhunderts. Die Einführung konzentriert sich auf Deutschland, vereinzelt werden die Entwicklungen in anderen Ländern gestreift. Für die vierte Auflage wurden wiederum kleinere Korrekturen und Aktualisierungen an Text und Abbildungen vorgenommen sowie neueste Literatur eingearbeitet.



PROF. DR. RUDOLF STÖBER ist promovierter Historiker und habilitierter Kommunikationswissenschaftler; er war bis zum Ende des Wintersemesters 2024/25 Inhaber des Lehrstuhls für Kommunikationswissenschaft an der Universität Bamberg.



WOLFGANG REISSMANN / REBECCA VENEMA /
ULLA AUTENRIETH / NIELS BRÜGGEM (Hrsg.)

Visual Literacy. Bildkompetenzen in den digitalen Medien

2025, 336 S., 45 Abb., 2 Tab., Broschur,
213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print)	978-3-86962-701-4	36,00 EUR
ISBN (PDF)	978-3-86962-702-1	29,99 EUR

Die Forderung nach mehr ›Visual Literacy‹ respektive mehr ›Visueller Kompetenz‹ ist alt und neu zugleich. An der Schnittstelle von Visueller Kommunikation und Pädagogik stellt sich die Frage, welche Wissensbestände und Fähigkeiten zum Rezipieren, Produzieren und Distribuieren von Bildern heute notwendig sind und welche Bedingungen erfüllt sein müssen, dass sich Kinder, Jugendliche und Erwachsene in ihren mediatisierten Lebenswelten möglichst kompetent und mündig bewegen können.

Auf der Suche nach zeitgemäßen Visual Literacys schlägt der vorliegende Band die Brücke zur Diskussion um Digitalkompetenzen. Die theoretischen, empirischen sowie pädagogisch-praktischen Beiträge in diesem Buch beschäftigen sich mit Einbettungen von Bildern in Digitalmedien und Plattformen sowie mit den neuen Herausforderungen KI-generierter Bilder. Zudem verweisen sie aber auch auf das große Potenzial von Bildern, gesellschaftliche und technologische Komplexität zu veranschaulichen, sie erfahrbar und damit zugänglich zu machen für eine kritische gesellschaftliche Auseinandersetzung.

WOLFGANG REISSMANN, Dr., war Projektmitarbeiter und zuletzt Gastprofessor an der Arbeitsstelle Journalistik des IfPuK der FU Berlin und ist seit Oktober 2024 Volontär an der Universitätsbibliothek Leipzig. **REBECCA VENEMA**, Dr.in, ist Universitätslektorin am Department für Communication Science an der University of Amsterdam. **ULLA AUTENRIETH**, Prof.in Dr.in, ist Forschungsleiterin am Institut für Multimedia Production der Fachhochschule Graubünden. **NIELS BRÜGGEM**, Dr., forscht am JfF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis zur Medienaneignung von Kindern und Jugendlichen sowie zum digitalen Wandel in der Kinder- und Jugendarbeit.



MELANIE MALCZOK

Die Konstitution von Relevanz in Organisationen

Organisationskommunikation, 4

2025, 272 S., 9 Abb., 5 Tab., Broschur,
213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print)	978-3-86962-712-0	32,00 EUR
ISBN (PDF)	978-3-86962-713-7	27,99 EUR

Wie nutzen Menschen Kommunikationsangebote in Organisationen und entscheiden so, was für sie relevant ist und was nicht? Zur Beantwortung dieser Frage entwickelt das Buch einen eigenen Vorschlag zur kommunikationstheoretischen Definition von Relevanz. Das Fundament hierzu bilden die Luhmann'sche Systemtheorie sowie die Organisationstheorie Weicks, die jedoch auf ihre phänomenologischen Wurzeln mit engem Bezug zu Husserl zurückgeführt werden. Durch qualitative Empirie in verschiedenen Organisationen und einer fallvergleichenden Analyse zeigt sich, dass Relevanz in Organisationen in verschiedenen dominanten Kontexturen (Sinnräumen) zugeschrieben wird. Kommunikative Angebote werden auf Basis von zeitlichen, sozialen, lokalen und sachlichen Faktoren als relevant oder irrelevant angesehen. Diese prägen entscheidend die Selektionsroutinen in Organisationen.



MELANIE MALCZOK, geboren 1985, studierte Kommunikationsmanagement an der Hochschule Osnabrück und strategische Kommunikation an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster. Sie promovierte an der Otto-Friedrichs-Universität Bamberg zur Konstitution von Relevanz in Organisationen. Aktuell ist sie wissenschaftliche Mitarbeiterin im Zukunftslabor Gesellschaft und Arbeit des Zentrums für digitale Innovationen Niedersachsen (ZDIN). Zudem ist sie freiberuflich als Dozentin und Kommunikationsberaterin tätig.

Ihre aktuellen Forschungsschwerpunkte sind interne Organisationskommunikation, Mensch-Technik-Interaktion in Organisationen und strategische Kommunikation sozialer Bewegungen.



Horst Pöttker Beruf zur Öffentlichkeit

AUSGEWÄHLTE SCHRIFTEN ZU THEORIE,
ETHIK, GESCHICHTE UND PERSPEKTIVE
DES JOURNALISMUS

HERAUSGEGEBEN VON
CARSTEN BROSDA UND
DANIEL MÜLLER

HERBERT VON HALEM VERLAG

CARSTEN BROSDA / DANIEL MÜLLER (Hrsg.)

Horst Pöttker: Beruf zur Öffentlichkeit. Ausgewählte Schriften zu Theorie, Ethik, Geschichte und Perspektive des Journalismus

2025, 416 S., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print)	978-3-86962-717-5	38,00 EUR
ISBN (PDF)	978-3-86962-718-2	32,99 EUR

In zahlreichen Aufsätzen hat Horst Pöttker, viele Jahre Professor für Journalistik in Dortmund und danach Gast- und Seniorprofessor u.a. in Hamburg und Wien, von den 1970er-Jahren bis heute die Bausteine einer Theorie des journalistischen Berufs vorgelegt, die das journalistische Subjekt und die journalistische Ethik konsequent im Blick behält und im Einklang mit der internationalen Journalismusforschung auf dem Praxisbezug der Journalismustheorie beharrt.

Während viele journalismustheoretische Arbeiten im deutschsprachigen Raum die Systemtheorie oder den Konstruktivismus als Ausgangspunkte wählen, setzt Horst Pöttker, dessen 80. Geburtstag Anlass für diesen Sammelband ist, auf eine gründliche historische Analyse und handlungstheoretische Soziologie.



CARSTEN BROSDA, Dr., Jg. 1974, ist Senator für Kultur und Medien in Hamburg und Präsident des Deutschen Bühnenvereins sowie Vorsitzender des Kulturforums der Sozialdemokratie und Co-Vorsitzender der Medienkommission des SPD-Parteivorstandes. Nach einem Studium der Journalistik und Politikwissenschaft wurde er an der Universität Dortmund mit einer Arbeit über »Diskursiven Journalismus« bei Günther Rager und Horst Pöttker promoviert.



DANIEL MÜLLER, Dr., Jg. 1969, ist Leiter des Graduiertenzenentrums »House of Young Talents« der Universität Siegen. Nach Abschlüssen in Journalistik (Diplom) und Geschichte (Magister) wurde er an der Ruhr-Universität Bochum in Osteuropäischer Geschichte promoviert; er war 1996-1998 und 2002-2009 wissenschaftlicher Mitarbeiter Horst Pöttkers am Dortmunder Institut für Journalistik.



JANA RICK

Ausstieg aus dem Journalismus. Gründe, Wege und Folgen

2025, 388 S., 9 Abb., 23 Tab., Broschur,
213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print)	978-3-86962-707-6	42,00 EUR
ISBN (PDF)	978-3-86962-708-3	Open Access

Aus welchen Gründen verlassen Journalist:innen ihren Beruf, in welche Berufsfelder zieht es sie und welche Folgen hat die berufliche Entscheidung für die Aussteiger:innen? Vor dem Hintergrund der strukturellen Krise des Journalismus nimmt die Studie erstmalig systematisch ehemalige Journalist:innen in den Blick.

Die Ergebnisse der Mixed-Methods-Untersuchung machen deutlich, dass der Wandel des Journalismus und die veränderten Arbeitsbedingungen treibende Faktoren für die Berufswechsel von Journalist:innen sind. Nicht immer wird der Berufswechsel dabei als freiwillig wahrgenommen. Journalist:innen profitieren häufig beruflich und privat vom Ausstieg, die Berufswechsel können jedoch auch mit einer Identitätskrise und einer ambivalenten Zufriedenheit einhergehen. Viele Journalist:innen geben ihren Traumberuf für bessere Arbeitsbedingungen auf.

Das Buch richtet sich an Forscher:innen der Kommunikationswissenschaft, Publizistik, des Journalismus und der Arbeitssoziologie sowie an Studierende dieser Fächer. Ebenfalls von Interesse ist es für Praktiker:innen aus dem Journalismus und der Medienbranche allgemein.



JANA RICK, Dr., Jg. 1996, ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Ludwig-Maximilians-Universität München. Sie studierte dreisprachig den Bachelor in »Kommunikations- und Kulturwissenschaften« an der Freien Universität Bozen sowie den Master in Medienwissenschaften an der Universität Innsbruck. Sie promovierte von 2019 bis 2024 am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Ludwig-Maximilians-Universität München am Lehrstuhl für Journalismusforschung. Ihre Schwerpunkte in Forschung und Lehre liegen im Bereich der Prekarisierung im Journalismus und den Arbeitsbedingungen von Journalist:innen. Preisträgerin des Herbert von Halem Promotionsförderpreises 2023.



Der **Herbert von Halem Promotions-Förderpreis** (bis 2020 Herbert von Halem Nachwuchspreis) ist eine jährliche Auszeichnung eines medien- und/oder kommunikationswissenschaftlichen Dissertationsprojektes in Kooperation mit dem Mittelbau der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e. V. (DGPK).

2024

EVA-MARIA ROEHSE (TU Dortmund): *Textbasierte Nutzungsdaten aus den sozialen Medien als forschungsethische Herausforderung der Inhaltsanalyse – eine Analyse der Forschungs- und Lehrpraxis in der Kommunikationswissenschaft*

2023

JANA RICK (Universität München): *Ausstieg aus dem Journalismus: Gründe, Wege und Folgen*

2022

ANDREAS A. RIEDL (Universität München): *Nachrichtenqualität als journalistischer Prozess. Demokratietheoretisch fundierte Performanz zwischen Wollen, Sollen und Können*

MAREIKE WIELAND (Universität Hamburg): *Smarte Medien, smarte Informationsverarbeitung? Rezeption und Wirkung nicht-intendierter Nachrichtenkontakte im Kontext einer Smartphone-basierten Social Media-Nutzung*

2020

ELISABETH GÜNTHER (Universität Münster): *Topic Modeling: Theoretische Einordnung algorithmischer Themenkonzepte in Gegenstand und Methode der Kommunikationswissenschaft*

2019

PAULA STEHR (Universität Erfurt): *Austausch sozialer Unterstützung in Online-Kommunikationsmodi. Eine Ergänzung um die Perspektive der prosozial Handelnden*

2018

NINA STEINDL (Universität München): *Die Reflexion des politischen Vertrauens von JournalistInnen in der Politikberichterstattung Deutschlands*

2017

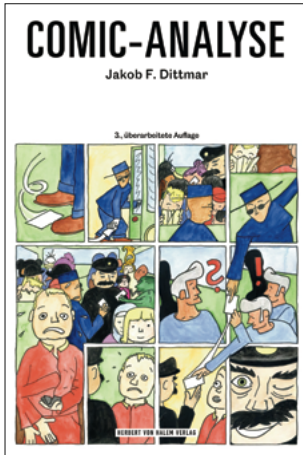
FRANZISCA SCHMIDT (Universität Bern): *Populistische Kommunikation und die Rolle der Medien im Europawahlkampf 2014*

2016

MANUEL MENKE (Universität Augsburg): *Mediennostalgie in digitalen Öffentlichkeiten. Zum kollektiven Umgang mit Medien- und Gesellschaftswandel*

2015

SARAH GEBER (Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover): *Wie Meinungsführer Meinung kommunizieren. Eine empirische Untersuchung von Meinungsführerschaft in politischen Alltagsgesprächen*



JAKOB F. DITTMAR

Comic-Analyse

2025, 3., überarbeitete Auflage, 284 S., 33 Abb.,
Broschur, 240 x 170 mm, dt.

ISBN (Print)	978-3-86962-715-1	39,00 EUR
ISBN (PDF)	978-3-86962-716-8	33,99 EUR

Alle Bildgeschichten erzählen im Prinzip mit demselben bildlichen und textlichen Inventar, seien sie komplex oder simpel, gedruckt, hybrid oder digital publiziert. Die Narration im Comic wird immer aus visuellen Einheiten konstruiert. Entsprechend bietet dieses Buch eine systematische Grundlage für die Beschreibung und Analyse von Comics. Zugleich erleichtert es reflektierte Entscheidungen bei der konkreten Gestaltung von Comics, sowohl auf Ebene einzelner Bilder und ihrer Elemente als auch auf Ebene der Seitenkomposition.

Die Elemente von Comics werden isoliert beschrieben und untersucht, um ihr Zusammenwirken genauer zu bestimmen, denn sowohl die Sequenzkonstruktion als auch die Art und Weise, in der einzelne Elemente dabei verwendet werden, machen das Medium Comic und seine Erzählformen aus.

Dabei wird die zugrunde liegende Funktionsweise aller Bildgeschichten deutlich – zugleich aber auch die Varianz, die individuelle Bildgeschichten aufweisen und den persönlichen Stil von Comicschaffenden ausmachen können.

JAKOB F. DITTMAR ist Lektor für Visuelle Kommunikation und Dozent für Medienwissenschaft an der Universität Malmö (Schweden). Er studierte British Studies, Religion, Soziologie und Kunst in Oldenburg, promovierte in Kunstwissenschaft an der Universität GH Essen und wurde mit der Erstauflage des Buchs *Comic-Analyse* als Medienwissenschaftler an der Technischen Universität Berlin habilitiert.



JAN NIKLAS KOCKS

Vor-Herrschaft. Hegemonie und politische Kommunikation in vernetzten Strukturen

Forschungsfeld Kommunikation, 412025, 520 S., 13 Abb., 8 Tab., Hardcover,
213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print)	978-3-86962-727-4	49,00 EUR
ISBN (PDF)	978-3-86962-728-1	41,99 EUR

Vor-Herrschaft bedeutet politische und gesellschaftliche Dominanz, bezeichnet zugleich aber auch den Raum, der vor dieser eigentlichen Herrschaft liegt. Hegemonietheoretische Ansätze suchen diesen Raum zu theoretisieren und wissenschaftlicher wie auch strategiefundierender Analyse zugänglich zu machen. Jan Niklas Kocks beschäftigt sich mit der Adaption ebendieser Ansätze für die Analyse und Konzeptionalisierung politischer Kommunikation. Dabei betrachtet er die Implikationen technologisch induzierter Wandlungsprozesse und der Transformation von Öffentlichkeit(en) für eine solche Adaption und untersucht, inwieweit hier geeignete netzwerkanalytische Zugänge empirische Potenziale bieten können.



JAN NIKLAS KOCKS, Prof. Dr., geboren 1984 in Mülheim an der Ruhr, ist Professor für Wirtschaftskommunikation an der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin. Er studierte Kommunikations-, Politik- und Rechtswissenschaften in Berlin und promovierte 2015 an der Freien Universität Berlin mit einer Arbeit zu politisch-medialen Kommunikationsnetzwerken. 2024 habilitierte er mit der vorliegenden Arbeit an der Universität Greifswald. Seine Forschungsschwerpunkte sind Politische Kommunikation, Public Relations, Kommunikationsmanagement und Soziale Netzwerkanalysen.



THOMAS WIEDEMANN

Deutscher Kinospielfilm. Akteurskonstellationen und Wirklichkeitskonstruktion im Zeichen des Filmfördersystems

2025, 448 S., 8 Abb., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print)	978-3-86962-735-9	38,00 EUR
ISBN (PDF)	978-3-86962-736-6	32,99 EUR

Was passiert mit einem Massenmedium, wenn es umfassenden öffentlichen Fördermaßnahmen unterliegt? Wie beeinflusst die Architektur der Filmförderung das heimische Filmschaffen und was bedeutet das für den filmischen Diskurs?

Gestützt auf knapp 100 Experteninterviews, die Analyse von 40 erfolgreichen deutschen Kinospielfilmen und eine Vielzahl begleitender Dokumente wird argumentiert, dass die Filmmentstehung hierzulande auch eine politische Dimension besitzt und Hierarchien zum Ausdruck bringt, die autonomes Handeln begrenzen. Die filmischen Wirklichkeitskonstruktionen wiederum sind in der Folge mehrheitlich von Deutungsangeboten bestimmt, die in einem eng abgesteckten Rahmen verharren und so herrschende Wissensstrukturen meist nicht untergraben.

Das vorliegende Buch richtet sich an Forscher:innen aus den Bereichen Kommunikations- und Medienwissenschaft, Soziologie sowie aus allen Disziplinen, die sich mit dem Zusammenhang von Film und gesellschaftlichen Strukturen beschäftigen. Von Belang ist sie genauso für die Filmbranche, für Interessensvertreter:innen in Sachen Film, für die Filmpolitik, die Filmpublizistik und die Filmpädagogik sowie allgemein für Film- und Kulturinteressierte.



THOMAS WIEDEMANN, Dr. habil., geboren 1981, hat Kommunikationswissenschaft, Politikwissenschaft, Französische und Spanische Philologie in München, Nancy und Barcelona studiert. Derzeit ist er wissenschaftlicher Mitarbeiter und Privatdozent am Institut für Medienforschung der Technischen Universität Chemnitz. 2024 wurde ihm die Lehrbefähigung für das Fach Kommunikationswissenschaft erteilt. Seine Forschungsschwerpunkte umfassen insbesondere Medienkultur, Mediendiskurse und mediale Realitätskonstruktionen, Filmanalyse und Filmsoziologie, Fachgeschichte der Kommunikationswissenschaft, Sozialtheorien und qualitative Methoden.



MICHAEL MEYEN

Das Rote Kloster. Eine Geschichte der Journalistenausbildung in der DDR

*Theorie und Geschichte der
Kommunikationswissenschaft, 16*

2025, 356 S., 23 Abb., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print)	978-3-86962-744-1	32,00 EUR
ISBN (PDF)	978-3-86962-745-8	27,99 EUR

In diesem Buch kommen elf Zeitzeugen zu Wort: Professoren und Dozenten, die an der Karl-Marx-Universität Leipzig die DDR-Journalistik erfunden und bis zum Ende getragen haben. Ihre autobiografischen Berichte erzählen eine »andere« Geschichte Ostdeutschlands nach dem Zweiten Weltkrieg – eine Geschichte vom sozialen Aufstieg und vom Ringen um das, was möglich war. Eingeordnet werden die Gespräche durch eine Kollektivbiografie und einen Blick auf den Alltag der Studenten. Diese beiden Texte helfen genauso wie die Dokumentation eines »Ost-West-Gipfels« vom Mai 1990 und das Kapitel »Abwicklung und Neustart« zu verstehen, warum das Leipziger Paradigma im größeren Deutschland chancenlos war.



MICHAEL MEYEN, Prof. Dr., Jahrgang 1967, studierte an der Sektion Journalistik und hat dann in Leipzig alle akademischen Stationen durchlaufen: Diplom (1992), Promotion (1995), Habilitation (2001). Parallel arbeitete er als Journalist (MDR info, *Leipziger Volkszeitung*, *Freie Presse*). Seit 2002 ist Meyen Professor am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der LMU München. Seine Forschungsschwerpunkte sind Medienrealitäten, Kommunikations- und Fachgeschichte sowie Journalismus.

Schriften zur Rettung des öffentlichen Diskurses

Warum ist der lagerübergreifende öffentlich-demokratische Diskurs gefährdet, ja geradezu »kaputt«? Weshalb ist der öffentliche Wettbewerb auf dem Marktplatz der Ideen ins Stocken geraten? Und welche Rolle spielen dabei Digitalisierung und Algorithmen, aber auch Bildung und Erziehung sowie eskalierende Shitstorms und – auf der Gegenseite – Schweigespiralen bis hin zu Sprech- und Denkverboten?

Die Reihe *Schriften zur Rettung des öffentlichen Diskurses* stellt diese Fragen, denn wir brauchen Beiträge und Theorien des gelingenden oder misslingenden Diskurses, die auch in Form von »Pro & Contra« als konkurrierende Theoriealternativen präsentiert werden können. Zugleich gilt es, an der Kommunikationspraxis zu feilen – und an konkreten empirischen Beispielen zu belegen, dass und

weshalb durch gezielte Desinformation ein »Realitätsvakuum« und statt eines zielführenden Diskurses eine von Fake News und Emotionen getragene »Diskurssimulation« entstehen kann. Ferner gilt es, Erklärungen dafür zu finden, warum es heute auch unter Bedingungen von Presse- und Meinungsfreiheit möglich ist, dass täglich regierungsoffiziell desinformiert wird und sich letztlich in der politischen Arena kaum noch ein faktenbasierter und »rationaler« Interessensausgleich herbeiführen lässt. Auf solche Fragen Antworten zu suchen, ist Ziel unserer Buchreihe.

Diese Reihe wird herausgegeben von Stephan Russ-Mohl, emeritierter Professor für Journalistik und Medienmanagement an der Università della Svizzera italiana in Lugano/Schweiz und Gründer des European Journalism Observatory.

Band 3



Stephan Russ-Mohl (Hrsg.)
Streitlust und Streitkunst.
Diskurs als Essenz der Demokratie
2020, 472 S., Broschur, 190 x 120 mm, dt.
ISBN 978-3-86962-552-2 | 28,00 EUR

Band 7



Hermann von Engelbrechten-Illow
Was läuft da schief im Journalismus?
Warum es mit den Medien bergab geht
und wie man ihnen aufhelfen kann
2023, 290 S., 30 Abb., Broschur,
190 x 120 mm, dt.
ISBN 978-3-86962-672-7 | 24,00 EUR

Band 4



Stephan Russ-Mohl /
Christian Pieter Hoffmann (Hrsg.)
Zerreißproben.
Leitmedien, Liberalismus und Liberalität
2021, 256 S., Broschur, 190 x 120 mm, dt.
ISBN 978-3-86962-535-5 | 23,00 EUR

Band 9



Isabelle Bourgeois
Frankreich entschlüsseln.
Missverständnisse und Widersprüche im
medialen Diskurs
2023, 288 S., 11 Abb.,
Broschur, 190 x 120 mm, dt.
ISBN 978-3-86962-643-7 | 23,00 EUR

Band 5



Sebastian Turner / Stephan Russ-Mohl
(Hrsg.)
Deep Journalism.
Domänenkompetenz als redaktioneller
Erfolgsfaktor
2023, 316 S., Broschur, 190 x 120 mm, dt.
ISBN 978-3-86962-660-4 | 25,00 EUR

Band 10



Tobias Endler
Demokratie und Streit.
Der Diskurs der Progressiven in den USA:
Vorbild für Deutschland?
2022, 208 S., Broschur,
190 x 120 mm, dt.
ISBN 978-3-86962-645-1 | 21,00 EUR

Band 6



Marco Bertolaso
Rettet die Nachrichten!
Was wir tun müssen, um besser
informiert zu sein
2021, 358 S., Broschur, 190 x 120 mm, dt.
ISBN 978-3-86962-493-8 | 25,00 EUR

Band 11



Thomas Petersen
Das Gesicht des Totalitären.
Woran man radikales Denken erkennt
2024, 172 S., 13 Abb., Broschur,
190 x 120 mm, dt.
ISBN 978-3-86962-695-6

IVA KRITALIC / ERK SIMON

**Medien für die superdiverse Gesellschaft.
Konzepte und Ergebnisse für die Medienpraxis**

2025, Broschur, 213 x 142 mm

ISBN (Print) 978-3-86962-739-7

ISBN (PDF) 978-3-86962-740-3

SUSANNE MARSCHALL (Hrsg.)

**Universale Archive.
Erinnerungskulturen und ihre medialen
Praktiken**

2026, ca. 250 S., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-524-9

ISBN (PDF) 978-3-86962-525-6



INTERNATIONALE PHOTOSZENE KÖLN (Hrsg.)

Artist Meets Archive #3. Künstlerische Interventionen im Archiv

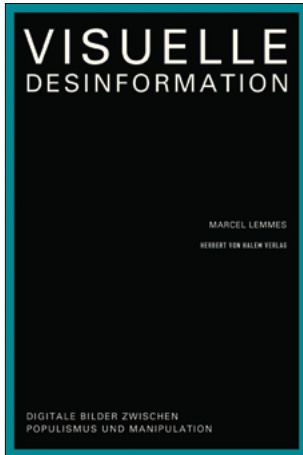
2025, 176 S., 63 Abb., Broschur, 240 x 170 mm, dt.

ISBN (Print)	978-3-86962-704-5	38,00 EUR
ISBN (PDF)	978-3-86962-705-2	32,99 EUR

Im *Artist Meets Archive*-Programm der Internationalen Photoszene Köln setzen sich internationale Künstler:innen unterschiedlicher fotografischer Disziplinen mit verschiedenen Archiven der Stadt Köln auseinander und reflektieren deren Bestände innerhalb ihrer künstlerischen Praxis. 2022 und 2023 fanden zwei Symposien statt, die sich mit den Schnittstellen künstlerischer Praxis und wissenschaftlicher Theoriebildung im Themenfeld des Archivs beschäftigten. Die vorliegende Publikation vereint Beiträge beider Symposien und dokumentiert die Ausstellungsprojekte der dritten Ausgabe *Artist Meets Archive*.

Mit Beiträgen von Franziska Brons, Friedrich Tietjen, Judith Riemer, Helene Roth, Johanna Bose, Helena Weber, Roland Meyer, Friederike Wappler, Marc Feustel, Marissa Petrou und Inga Schneider.

DIE INTERNATIONALE PHOTOSZENE KÖLN dient seit ihrer Gründung 1984 der Förderung der künstlerischen Fotografie. Sie verfolgt das Ziel, die Fotografie in ihrer Vielschichtigkeit als bestimmendes Leitmedium unserer Zeit zu reflektieren und Köln als Standort für Fotografie nachhaltig zu stärken. Das von ihr ausgerichtete, partizipative Photoszene-Festival etablierte sich über die vergangenen 40 Jahre zu einer stadtübergreifenden Kulturveranstaltung, zu der Museen, Galerien und freie Kunsträume ihre Fotoausstellungen zeigen.



MARCEL LEMMES

Visuelle Desinformation. Digitale Bilder zwischen Populismus und Manipulation

2025, Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print)	978-3-86962-741-0	34,00 EUR
ISBN (PDF)	978-3-86962-742-7	28,99 EUR

Populistische Akteur:innen nutzen die Macht digitaler Bilder gezielt für Desinformation und emotionale Mobilisierung. Doch wie genau funktionieren diese visuellen Strategien?

Das Buch schließt eine entscheidende Forschungslücke, indem es die visuellen Komponenten populistischer Kommunikation analysiert. Dafür entwickelt die Arbeit zwei innovative Bausteine: einen präzisen, auf Manipulation statt Täuschung basierenden Desinformationsbegriff und eine aktuelle bildpragmatische Theorie des populistischen Bildes. Das Ergebnis ist ein scharfes Analyseraster, das die Mechanismen visueller Manipulation systematisch erfasst und verständlich macht.



MARCEL LEMMES, Jg. 1996, ist Medienwissenschaftler und forscht vor allem zu Fragen der sozialformativen Affordanzen digitaler Medien. Insbesondere interessiert er sich für soziale Medien im Spannungsfeld von Alltagskultur und Politisierung und die Spezifika visueller Desinformation und populistischer Visualisierungsstrategien. Aktuell sind hierbei insbesondere jüngere Transformationen der Bildkultur (etwa Internet-Memes oder Sharepics) für ihn in den Fokus gerückt. Forschungsschwerpunkte: soziale Medien, Internet-Communitys, digitale Bildphänomene, Generative Imagery, Memes, Populismus und populistische

Kommunikation, visuelle Desinformation.



MARCEL LEMMES / STEPHAN PACKARD /
KLAUS SACHS-HOMBACH (Hrsg.)

Bilder im Aufbruch. Herausforderungen der Bildwissenschaft

2025, 516 S., 72 Abb., Broschur, 213 x 142 mm,
dt./engl.

ISBN (Print)	978-3-86962-687-1	56,00 EUR
ISBN (PDF)	978-3-86962-688-8	Open Access

Aktuell scheint die Geschichte der Bilder (und allgemeiner: der visuellen Medien), die seit den 1990er-Jahren einen bemerkenswerten Aufschwung in Gesellschaft und Wissenschaft erlebten, in eine neue Phase zu treten und weitere Ambivalenzen zu Tage zu fördern. Das betrifft zum einen die enorm beschleunigte Distribution von Bildern in den sozialen Medien, zum anderen die mittels KI eröffneten Möglichkeiten der Bildgenerierung, deren Effekte sich bisher noch gar nicht absehen lassen. Insbesondere haben sich die technischen Möglichkeiten der Bildmanipulation in einem Maße erhöht, dass sie die uns bisher bekannten Verfahren der Bildbearbeitung (etwa im Rahmen der digitalen Fotografie oder mithilfe von Bildbearbeitungsprogrammen wie Photoshop) als harmlose Spielerei und die ehemals übertrieben wirkenden Bilddystopien bei Vilém Flusser oder Jean Baudrillard als aktuelle Gesellschaftsdiagnosen erscheinen lassen.

Bilder im Aufbruch. Herausforderungen der Bildwissenschaft versucht, diesen neuerlichen Entwicklungen nachzuspüren. Dafür nehmen die Autor*innen in interdisziplinärer Weise eine kritische Bestandsaufnahme theoretischer und terminologischer Fragen zu Bildern einerseits sowie zu neuen Bildphänomenen und -formen andererseits vor.

MARCEL LEMMES, Jg. 1996, ist Medienwissenschaftler und forscht vor allem zu Fragen der sozialformativen Affordanzen digitaler Medien. Insbesondere interessiert er sich für soziale Medien im Spannungsfeld von Alltagskultur und Politisierung und die Spezifika visueller Desinformation und populistischer Visualisierungsstrategien. **STEPHAN PACKARD** ist Professor für Kulturen und Theorien des Populären an der Universität zu Köln. Er ist Herausgeber der Zeitschrift *Mediale Kontrolle* und Sprecher der Third-Mission-Plattform *Medienapokalypsen: Hoffnungen und Ängste zum medialen Wandel*. **KLAUS SACHS-HOMBACH**, Prof. Dr., Jg. 1957, ist Professor i. R. für Medienwissenschaft (Medieninnovation/Medienwandel) am Institut für Medienwissenschaft der Universität Tübingen.



DIETER MERSCH

Kann KI Kunst? Eine ästhetische Kritik

2025, 412 S., 25 Abb., Broschur, 190 x 120 mm, dt.

ISBN (Print)	978-3-86962-709-0	32,00 EUR
ISBN (PDF)	978-3-86962-710-6	27,99 EUR

Kunst und Design als autonome Schöpfungen aus dem Computer erleben einen regelrechten Boom sowohl in Galerien als auch in Ausstellungen und internationalen Museen wie dem MOMA oder der Guggenheim-Foundation. Eine kritische Diskussion, insbesondere der Frage, ob es sich um veritable Kunst handelt und was der ästhetische Wert dieser Produktionen bildet, hat gerade erst begonnen. Das schließt auch die Auseinandersetzung darüber ein, ob Computersysteme in einem überzeugenden Sinne kreativ sein können, ja, ob sie zu einem eigenständigen ästhetischen Denken fähig sind. Mit seinen Überlegungen blickt der Autor dazu buchstäblich ins Innere der Funktionsweise der Maschinen und ihrer Mathematik, um diese Fragen zu beantworten.



DIETER MERSCH, Prof. em. Dr., Zürcher Hochschule der Künste, studierte Mathematik und Philosophie an den Universitäten Köln, Bochum und Darmstadt. Zwischen 2004-2013 hatte er den Lehrstuhl für Medientheorie und Medienwissenschaften an der Universität Potsdam inne, 2013-2021 leitete er das Institut für Theorie an der Zürcher Hochschule der Künste und war Prof. für Ästhetische Theorie, ferner zwischen 2018-2021 Präsident der Deutschen Gesellschaft für Ästhetik. Jüngste Publikationen: *Epistemologien des Ästhetischen*, Zürich/Berlin 2015, *Manifest der Künstlerischen Forschung. Eine Verteidigung gegen ihre Verfechter*, Zürich/Berlin 2020, *Humanismen und Antihumanismen. Kritische Studien zur Gegenwartsphilosophie*, Berlin/Zürich 2024, zudem zahlreiche Studien zur Medien-Philosophie, Kunst-Philosophie, Bild-Philosophie und zum Digital Criticism.



KEVIN PAULIKS / JENS RUCHATZ

Bildkritik durch Bilder. Soziale Medien als Ort einer praxeologischen Medienphilosophie

2025, 228 S., 71 Abb., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print)	978-3-86962-649-9	39,00 EUR
ISBN (PDF)	978-3-86962-650-5	33,99 EUR

Bilder in den Sozialen Medien werden nicht nur in wissenschaftlichen oder journalistischen Organen häufig der Kritik unterzogen, sondern ebenfalls in den Bildern der Sozialen Medien selbst. Die Autoren setzen auf das medienphilosophische Potenzial dieser Form der Bildkritik, um aus den digitalen Bildpraktiken selbst Elemente einer Theorie des digitalen Bildes zu gewinnen. Hierfür haben sie den neuen Ansatz der Bildpraxisanalyse entwickelt, der digitale Bilder danach befragt, was sie über ihre eigene piktorale Medienpraxis wissen: sowohl auf welche Charakteristika sich die Kritik richtet als auch wie diese Kritik bildförmig umgesetzt wird. Es interessiert dabei, wie dieses bildförmig materialisierte praktische Wissen das digitale Bild theoretisiert. Digitale Bilder werden insofern nicht nur als durch Medienpraktiken geformt, sondern gleichzeitig als geformte Medienpraxis verstanden.

In einem Inventar werden die bildkritischen Medienpraktiken des Bearbeitens, Imitierens, Kuratierens, Beschriftens und Taggens wissenschaftlich katalogisiert, medienpraxeologisch analysiert und visuell präsentiert. Das Ergebnis ist ein multiperspektivischer Blick auf die diversen Formen und Praktiken des digitalen Bildes in den Sozialen Medien.



KEVIN PAULIKS, Dr., ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Medienwissenschaft der Philipps-Universität Marburg. Er forscht zu digitalen Medien und dabei insbesondere zu Internet-

Memes und Videospielen.



JENS RUCHATZ, Prof. Dr., lehrt seit 2012 Medienwissenschaft an der Philipps-Universität Marburg. Forschungsschwerpunkte: medienwissenschaftliche Zeitschriftenforschung, Geschichte und Theorie der Fotografie, Praxeologie des digitalen Bildes sowie kulinarische Medien.

talen Bildes sowie kulinarische Medien.



JOSEPH GARNCARZ

Sehnsucht nach Vergnügen. Das Kino der DDR zwischen Kontrolle und Freiheit

Winter 2025, Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print)	978-3-86962-729-8	ca. 44,00 EUR
ISBN (PDF)	978-3-86962-730-4	ca. 37,99 EUR

Obwohl die SED das Kino in der DDR als politische Kulturinstitution etablieren wollte, funktionierte es letztlich ähnlich wie in der Bundesrepublik. Das Buch stützt sich auf umfangreiche Aktenbestände und präsentiert erstmals jährliche DDR-Kinocharts.

Filmproduktion, Verleih und Kinos wurden verstaatlicht und zentral gesteuert, um Filme als Mittel politischer Erziehung einzusetzen. Doch das Publikum ignorierte die propagandistischen Werke, auch die der DEFA, und bevorzugte die wenigen westlichen Unterhaltungsfilme. Mitarbeiter in Verleih, Bezirksfilmdirektionen und Kinos setzten sich konsequent für die Wünsche ihres Publikums ein.

Das Buch erweitert die film- und kinogeschichtliche Forschung, indem es Kino im Spannungsfeld von Politik, Wirtschaft und Publikum untersucht. Mit den Kinocharts von 1952 bis 1989 bietet es ein neues Instrument, um Filmernfolge zu messen und international zu vergleichen. Zugleich zeigt es, dass autokratische Systeme oft weit weniger effizient funktionieren, als sie selbst behaupten.



JOSEPH GARNCARZ ist Professor i. R. am Institut für Medienkultur und Theater der Universität zu Köln. Seine Forschungsschwerpunkte sind Film- und Kinogeschichte. Er lehrte an verschiedenen Universitäten in Europa, leitete mehrere Forschungsprojekte und veröffentlichte eine Reihe von Monografien, darunter *Hollywood in Deutschland: Zur Internationalisierung der Kinokultur, 1925-1990* (2013), *Wechselnde Vorlieben: Über die Filmpräferenzen der Europäer 1896-1939* (2015) und *Begeisterte Zuschauer: Die Macht des Kinopublikums in der NS-Diktatur* (2021). Seine Publikationen wurden ins Englische, Französische, Tschechische und Polnische übersetzt. Seine Forschung wurde wiederholt von der Deutschen Forschungsgemeinschaft gefördert und 2011 mit dem Willy-Haas-Preis ausgezeichnet.

Bildwissenschaft



MARCEL LEMMES / STEPHAN PACKARD /
KLAUS SACHS-HOMBACH (Hrsg.)

Bilder im Aufbruch.

Herausforderungen der Bildwissenschaft

2025, 516 S., 72 Abb., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-687-1 | 56,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-86962-688-8 | 47,99 EUR

VOLKER WORTMANN

Authentisches Bild und authentisierende Form

2023, 2., überarbeitete und ergänzte Auflage, 304 S.,
engl. Broschur

ISBN (Print) 978-3-86962-651-2 | 28,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-86962-652-9 | 23,99 EUR

ISBN (ePub) 978-3-86962-653-6 | 23,99 EUR

KLAUS SACHS-HOMBACH

Das Bild als kommunikatives Medium.

Elemente einer allgemeinen Bildwissenschaft

2021, 4., leicht überarbeitete und ergänzte Auflage,

380 S., 8 Abb., 2 Tab., Broschur

ISBN (Print) 978-3-86962-584-3 | 28,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-86962-581-2 | 23,99 EUR

ANDREAS VEITS / LUKAS R.A. WILDE /
KLAUS SACHS-HOMBACH (Hrsg.)

Einzelbild & Narrativität.

Theorien, Zugänge, offene Fragen

2020, 208 S., Broschur

ISBN (Print) 978-3-86962-401-3 | 30,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-86962-402-0 | 25,99 EUR

BENITA HERDER

Bild und Fiktion.

Eine Untersuchung über die Funktion von Bildern in der Erkenntnistheorie

2017, 216 S., 8 Abb., 0 Tab., Broschur,

ISBN (Print) 978-3-86962-259-0 | 25,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-86962-260-6 | 20,99 EUR

MANFRED HARTH / JAKOB STEINBRENNER (Hrsg.)

Bilder als Gründe

2013, 152 S., 10 Abb., Broschur, 213 x 142 mm, dt./engl.

ISBN (Print) 978-3-86962-076-3 | 19,80 EUR

KLAUS SACHS-HOMBACH / JÖRG R. J. SCHIRRA (Hrsg.)

Origins of Pictures.

Anthropological Discourses in Image Science

2013, 560 S., 229 Abb., 6 Tab., Broschur

ISBN (Print) 978-3-86962-057-2 | 36,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-86962-161-6 | 30,99 EUR

KLAUS SACHS-HOMBACH / RAINER TOTZKE (Hrsg.)

Bilder – Sehen – Denken.

Zum Verhältnis von begrifflich-philosophischen und empirisch-psychologischen Ansätzen in der bildwis- senschaftlichen Forschung

2011, 456 S., 138 Abb., 2 Tab., Broschur

ISBN (Print) 978-3-86962-006-0 | 30,00 EUR

SILVIA SEJA

Handlungstheorien des Bildes

2009, 208 S., Broschur

ISBN (Print) 978-3-938258-59-0 | 21,00 EUR

STEFAN MEIER

(Bild-)Diskurs im Netz.

Konzept und Methode für eine semiotische Diskursanalyse im World Wide Web

2014, 2. Auflage, 480 S., 65 Abb., Broschur

ISBN (Print) 978-3-938258-83-5 | 32,00 EUR

KLAUS SACHS-HOMBACH (Hrsg.)

Bild und Medium.

Kunstgeschichtliche und philosophische Grundlagen der interdisziplinären Bildwissenschaft

2006, 280 S., 34 Abb., Broschur

ISBN (Print) 978-3-938258-22-4 | 30,00 EUR

KLAUS SACHS-HOMBACH (Hrsg.)

Bildwissenschaft zwischen Reflexion und Anwendung

2005, 568 S., über 100 Abb., engl. Broschur

ISBN (Print) 978-3-931606-73-2 | 36,00 EUR

KLAUS SACHS-HOMBACH

Wege zur Bildwissenschaft.

Interviews

2004, 284 S., 35 Abb., englische Broschur

ISBN (Print) 978-3-931606-62-6 | 26,00 EUR

CHRISTOPH FASEL

Textsorten

Praktischer Journalismus, 108

2026, 3., überarbeitete Auflage,

Broschur, 185 x 120 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-2086-7

ISBN (PDF) 978-3-7445-2087-4

CLAUDIA MAST / KLAUS SPACHMANN (Hrsg.)

ABC des Journalismus.

Ein Handbuch

Praktischer Journalismus, 1

2026, 14. Auflage, ca. 500 S., ca. 70 Abb.,

Hardcover (Faden), 240 x 170 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-2094-2

ISBN (PDF) 978-3-7445-2095-9

LEIF KRAMP / STEPHAN WEICHERT

Lernbuch digitale Resilienz.

Wie Eltern und ihre Kinder souveräner im Umgang mit dem Internet werden

2025, Broschur m. Klappe, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-753-3

ISBN (PDF) 978-3-86962-754-0

ISBN (cPub) 978-3-86962-755-7



DANIEL MOJ

Bewegtbild-Journalismus. Handbuch für TV, Online und Social Media

Praktischer Journalismus, 115

2025, 3., völlig überarbeitete Auflage, ca. 304 S.,
45 Abb., Broschur m. Klappe, 240 x 170 mm, dt.

ISBN (Print)	978-3-7445-2013-3	37,00 EUR
ISBN (PDF)	978-3-7445-2014-0	31,99 EUR

Diese 3., gänzlich überarbeitete Auflage begegnet den aktuellen Herausforderungen des Berufsstands mit Expertise und Weitsicht. Es ist kein reines Lehrbuch zur Filmgestaltung, sondern eine Sammlung professionellen Wissens und Könnens, gepaart mit praxisnahen Beispielen und nützlichen Checklisten. Der Autor präsentiert das journalistische Handwerk nicht als simplifizierte Handgriffe, sondern als kreativen und gestalterischen Prozess. Dabei steht ausgewogenes, verständliches und fesselndes Erzählen im Vordergrund.

Im Kern geht es darum, welche Fähigkeiten ein*e Journalist*in beherrschen muss, um Inhalte zielgerichtet zu präsentieren und die Zuschauer*innen zu fesseln. Dieses Buch ist für alle gedacht, die die Kunst des Journalismus mit den Medien Film und Video erlernen oder vertiefen möchten – von Student*innen und Praktikant*innen bis zu Volontär*innen und Berufsanfänger*innen. Aber auch gestandene Reporter*innen und Redakteur*innen finden hier wertvolle Inspiration. *Bewegtbild-Journalismus* ist damit nicht nur ein Handbuch, sondern auch ein Nachschlagewerk und Begleiter für den journalistischen Alltag. Es ist strukturiert, um auch punktuell gelesen zu werden, ohne dabei den roten Faden zu verlieren.



DANIEL MOJ ist freier Journalist, Filmemacher und Dozent. Als Grenzgänger zwischen TV-Journalismus und Unternehmenskommunikation berät und produziert er für Wirtschaft und Medien.



HANNES RALL

Comics. Konzept und Gestaltung

2025, 728 S., 376 Abb., Broschur m. Klappe,
240 x 170 mm, dt.

ISBN (Print)	978-3-86962-533-1	64,00 EUR
ISBN (PDF)	978-3-86962-534-8	44,99 EUR

Unterhaltsam und gleichzeitig wissenschaftlich fundiert führt *Comics: Konzept und Gestaltung* in die kreative Praxis ein. Die verschiedenen Schritte vom Szenario zur fertigen Seite werden im Detail erklärt.

Exklusive Interviews mit deutschen und internationalen Zeichner*innen runden das Buch ab. In der aus der erfolgreichen ›Schwesterpublikation‹ *Animationsfilm: Konzept und Produktion* bekannten Weise ergänzen sich Text und Illustrationen des Autors, um die komplexe Materie zu vermitteln.

Der Band ist darüber hinaus reich mit zum Großteil unveröffentlichten Comiczeichnungen der deutschen Größen Stefan Dinter, Michael Meier, Christina Plaka und Daniel Lieske illustriert. Visuelle Beispiele der großen Klassiker Hal Foster, Alex Raymond, Milton Caniff und Chester Gould demonstrieren die praktische Umsetzung gestalterischer Prinzipien.

Das Buch ist gleichermaßen für Anfänger*innen und Fortgeschrittene, Profis und Forscher*innen geeignet, die sich kompetent über das Machen von Comics informieren wollen.



HANNES RALL, geboren 1965, Diplom-Designer Staatliche Akademie der Bildenden Künste Stuttgart (1991), ist Professor für Animation Studies und Chair der School of Art, Design and Media an der Nanyang Technological University Singapore. Er ist auch ein erfolgreicher Regisseur von Animationskurzfilmen. Sie waren auf über 900 Filmfestivals weltweit zu sehen und erhielten 95 internationale Preise, darunter sieben Auszeichnungen mit dem FBW-Prädikat »besonders wertvoll«. Das Filmmuseum Düsseldorf hat mehr als 16.000 seiner Filmzeichnungen und Illustrationen in seine Sammlung aufgenommen. Seine erfolgreichen Bücher sind in über 160 wichtigen Universitätsbibliotheken präsent, darunter Stanford, Yale, Cornell, UCLA und Columbia.



YVONNE MALAK

Erfolgreich Radio machen

Praktischer Journalismus, 100

2025, 2., komplett überarbeitete Auflage, 296 S.,
25 Abb., Broschur m. Klappe, 240 x 170 mm, dt.

ISBN (Print)	978-3-7445-2104-8	39,00 EUR
ISBN (PDF)	978-3-7445-2105-5	33,99 EUR

Alles, was Radiomacher heute wissen müssen: kompakt in einem Buch. Yvonne Malak bündelt Erfahrung und Wissen aus vier Jahrzehnten Praxis und Strategie in Einschaltquoten-orientierten Radiosendern. Das Buch deckt alle Bereiche ab, die für maximalen Erfolg relevant sind: strategische Position eines (neuen) Senders und optimale Positionierung bereits bestehender Marken, Aufbau und Entwicklung von Morgenshows, die wichtigsten Regeln und Tipps für On-Air-Personalities, Gewinnspiele und deren Risiken sowie Content und dessen kreative Umsetzung – dazu Checklisten, Fallstudien und praktische Grafiken für die tägliche Arbeit. Damit ist *Erfolgreich Radio machen* das Standardwerk für Radiomacher von heute und morgen.



YVONNE MALAK verbindet geballtes Know-how aus Praxis, Strategie und Management. Sie verfügt über umfangreiche Erfahrungen als Moderatorin aller Tagesschienen, als Leiterin On-Air-Promotion, als Unterhaltungschefin und Programmdirektorin von Marktführern. Seit 2006 ist sie mit ihrer Firma my radio ausschließlich in Coaching und Beratung tätig.

BERNT SCHNETTLER

Thomas Luckmann

Klassiker der Wissenssoziologie, 1
2026, 2., überarbeitete Auflage,
ca. 160 S., 185 x 120 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-1991-5 EUR (D) 16,00
ISBN (PDF) 978-3-7445-1992-2 EUR (D) 13,99
ISBN (ePub) 978-3-7445-1994-6 EUR (D) 13,99

RENÉ SALOMON / ANDREAS GÖBEL

Niklas Luhmann

Klassiker der Wissenssoziologie, 19
2026, ca. 150 S., Broschur, 185 x 120 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-1981-6 EUR (D) 16,00
ISBN (PDF) 978-3-7445-1982-3 EUR (D) 13,99
ISBN (ePub) 978-3-7445-1983-0 EUR (D) 13,99

MARTIN ENDRESS

Max Weber

Klassiker der Wissenssoziologie, 20
2026, ca. 150 S., Broschur, 185 x 120 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-1995-3 EUR (D) 16,00
ISBN (PDF) 978-3-7445-1996-0 EUR (D) 13,99
ISBN (ePub) 978-3-7445-1997-7 EUR (D) 13,99

JÜRGEN RAAB

Helmuth Plessner

Klassiker der Wissenssoziologie, 21
2026, Broschur, 185 x 120 mm

ISBN (Print) 978-3-7445-2038-6 EUR (D) 16,00
ISBN (PDF) 978-3-7445-2039-3 EUR (D) 13,99
ISBN (ePub) 978-3-7445-2040-9 EUR (D) 13,99



Klassiker der Wissenssoziologie (Hrsg. von Bernt Schnettler)

BERNT SCHNETTLER

Thomas Luckmann

Klassiker der Wissenssoziologie, 1
2025, 2., überarbeitete Auflage,
ca. 160 S., 185 x 120 mm, dt.

ISBN 978-3-7445-1991-5

REINER KELLER

Michel Foucault

Klassiker der Wissenssoziologie, 7
2023, 2. Auflage, 194 S., Broschur,
185 x 120 mm, dt.

ISBN 978-3-7445-2073-7

DIETMAR J. WETZEL

Maurice Halbwachs

Klassiker der Wissenssoziologie, 15
2023, 2., überarbeitete Auflage,
156 S., 185 x 120 mm, dt.

ISBN 978-3-7445-2067-6

STEPHAN MOEBIUS

Marcel Mauss

Klassiker der Wissenssoziologie, 2
2022, 2. Auflage, 176 S.,
185 x 120 mm, dt.

ISBN 978-3-7445-2070-6

AMALIA BARBOZA

Karl Mannheim

Klassiker der Wissenssoziologie, 9
2020, 160 S., 185 x 120 mm, dt.
2., komplett überarb. Auflage

ISBN 978-3-7445-2031-7

UWE KRÄHNKE

Georg Simmel

Klassiker der Wissenssoziologie, 16
2023, 136 S., 185 x 120 mm, dt.

ISBN 978-3-7445-0309-9

MARTIN ENDRESS

Alfred Schütz

Klassiker der Wissenssoziologie, 3
2006, 160 S., 185 x 120 mm, dt.

ISBN 978-3-7445-1607-5

DIRK VOM LEHN

Harold Garfinkel

Klassiker der Wissenssoziologie, 10
2012, 156 S., 185 x 120 mm, dt.

ISBN 978-3-7445-1688-4

MICHAELA PFADENHAUER

Peter L. Berger

Klassiker der Wissenssoziologie, 17
2010, 136 S., 185 x 120 mm, dt.

ISBN 978-3-7445-0325-9

JÖRG STRÜBING

Anselm Strauss

Klassiker der Wissenssoziologie, 4
2007, 152 S., 184 x 120 mm, dt.

ISBN 978-3-7445-1611-2

DANIEL ŠUBER

Émile Durkheim

Klassiker der Wissenssoziologie, 12
2011, 152 S., 185 x 120 mm, dt.

ISBN 978-3-7445-1671-6

DARIUŠ ZIFONUN

Hans-Georg Soeffner

Klassiker der Wissenssoziologie, 18
2020, 184 S., 185 x 120 mm, dt.

ISBN 978-3-7445-1963-2

GABRIELA CHRISTMANN

Robert E. Park

Klassiker der Wissenssoziologie, 5
2007, 140 S., 185 x 120 mm, dt.

ISBN 978-3-7445-1628-0

MICHAEL KAUPPERT

Claude Lévi-Strauss

Klassiker der Wissenssoziologie, 13
2008, 124 S., 185 x 120 mm, dt.

ISBN 978-3-7445-0032-6

RENÉ SALOMON / ANDREAS GÖBEL

Niklas Luhmann

Klassiker der Wissenssoziologie, 19
2025, ca. 150 S., 185 x 120 mm, dt.

ISBN 978-3-7445-1981-6

JÜRGEN RAAB

Erving Goffman

Klassiker der Wissenssoziologie, 6
2014, 2. Auflage, 160 S.,
185 x 120 mm, dt.

ISBN 978-3-7445-0684-7

HEIKE DELITZ

Arnold Gehlen

Klassiker der Wissenssoziologie, 14
2011, 152 S., 185 x 120 mm, dt.

ISBN 978-3-7445-0054-8

MARTIN ENDRESS

Max Weber

Klassiker der Wissenssoziologie, 20
2025, ca. 150 S., 185 x 120 mm, dt.

ISBN 978-3-7445-1995-3

Weitere Bände in Vorbereitung!

Alfred Schütz Werkausgabe

Herausgegeben von Hans-Georg Soeffner, Ilja Srubar und Richard Grathoff (†)

Band I

Matthias Michailow (Hrsg.)
Sinn und Zeit.
Frühe Wiener Arbeiten und Entwürfe
2007. ISBN 978-3-7445-1760-7
EUR(D) 49,00 [Serienpreis 39,00]

Band II

Martin Endreß / Joachim Renn (Hrsg.)
Der sinnhafte Aufbau der sozialen Welt.
Eine Einleitung in die verstehende Soziologie
2004. ISBN 978-3-7445-1758-4
EUR(D) 79,00 [Serienpreis 69,00]

Band III.1

Gerd Sebald / Michael Thomas (Hrsg.)
Philosophisch-phänomenologische Schriften 1.
Zur Kritik der Phänomenologie Edmund Husserls
2009. ISBN 978-3-7445-1756-0
EUR(D) 64,00 [Serienpreis 54,00]

Band III.2

Hansfried Kellner / Joachim Renn (Hrsg.)
Philosophisch-phänomenologische Schriften 2.
Studien zu Scheler, James und Sartre
2005. ISBN 978-3-7445-1754-6
EUR(D) 44,00 [Serienpreis 34,00]

Band IV

Thomas Samuel Eberle / Jochen Dreher /
Gerd Sebald (Hrsg.)
Zur Methodologie der Sozialwissenschaften
2010. ISBN 978-3-7445-1752-2
EUR(D) 79,00 [Serienpreis 69,00]

Band V.1

Martin Endreß / Ilja Srubar (Hrsg.)
Theorie der Lebenswelt 1.
Die pragmatische Schichtung der Lebenswelt
2003. ISBN 978-3-7445-1777-5
EUR(D) 69,00 [Serienpreis 59,00]

Band V.2

Hubert Knoblauch / Ronald Kurt /
Hans-Georg Soeffner (Hrsg.)
Theorie der Lebenswelt 2.
Die kommunikative Ordnung der Lebenswelt
2003. ISBN 978-3-7445-1750-8
EUR(D) 59,00 [Serienpreis 49,00]

Band VI.1

Elisabeth List (Hrsg.)
Relevanz und Handeln 1.
Zur Phänomenologie des Alltagswissens
2004. ISBN 978-3-7445-1748-5
EUR(D) 64,00 [Serienpreis 54,00]

Band VI.2

Andreas Göttlich / Gerd Sebald /
Jan Weyand (Hrsg.)
Relevanz und Handeln 2.
Gesellschaftliches Wissen und politisches
Handeln
2011. ISBN 978-3-7445-1746-1
EUR(D) 59,00 [Serienpreis 49,00]

Band VII

Gerd Sebald / Andreas Georg Stascheit (Hrsg.)
Schriften zur Musik
2016. ISBN 978-3-7445-1745-4
EUR(D) 49,00 [Serienpreis 39,00]

Band VIII

Jochen Dreher / Michael D. Barber (Hrsg.)
Schriften zur Literatur
2013. ISBN 978-3-7445-1743-0
EUR(D) 54,00 [Serienpreis 44,00]

Band IX

Martin Endreß / Sebastian Klimasch (Hrsg.)
Strukturen der Lebenswelt
2020. ISBN 978-3-7445-1741-6
EUR(D) 79,00 [Serienpreis 69,00]

9 Bände (12 Teilbände) zum Paketpreis von 628,00 EUR (statt 740,00 EUR).

Dieser Preis gilt bei Abnahme aller 12 (Teil-)Bände.

ISBN 978-3-4775-1740-9 (Gesamtwerk ASW)

BLexKom möchte der Kommunikationswissenschaft im deutschsprachigen Raum ein Gesicht geben. Vorgestellt werden die zentralen Akteure: Professoren, Habilitierte und andere Personen, die einen gewichtigen Beitrag für das Fach geleistet haben – von Karl Bücher bis zu den frisch Berufenen.

Journalistik

Das Wörterbuch der Journalistik

<http://www.journalistikon.de>

Das *Journalistik* ist das erste deutschsprachige Lexikon der Journalistik. Dabei handelt es sich um die Wissenschaft, die den Journalistenberuf durch Ausbildung und Innovationen unterstützt und kritisch begleitet. Das Wörterbuch der Journalistik wendet sich nicht nur an Forschende oder Studierende entsprechender Fachrichtungen, sondern an alle, die sich für Journalistik und praktischen Journalismus interessiert und sich als Mediennutzer oder Medienhandwerker an einem reflektierenden Zugang versuchen möchte. Das *Journalistik* lohnt sich für alle, die Informationen zur Thematik suchen, ohne dabei ein zweites Lexikon zum Verständnis der Ausführungen daneben legen zu müssen.

rezensionen:kommunikation:medien (*r:k:m*) versteht sich als zentrales Rezensionsforum für die Kommunikations- und Medienwissenschaften. *r:k:m* will seiner Leserschaft einen möglichst vollständigen thematischen Überblick über die einschlägige Fachliteratur ermöglichen und Orientierung in der Fülle des ständig wachsenden Buchmarkts bieten. Aktuelle Rezensionen erscheinen in regelmäßigen Abständen. <http://www.rkm-journal.de>

KÖLNER MEDIENGESPRÄCHE

<http://www.koelner-mediengespraech.de>

Bei den *Kölner Mediengesprächen* setzen sich unsere Autorinnen und Autoren sowie kompetente Gäste in unterschiedlichen Formaten wie Gesprächsrunden, Vorträgen oder auch Präsentationen mit Fragen aus der Welt der Medien und der Kommunikation auseinander.

Die *Kölner Mediengespräche* finden in den Räumen des Herbert von Halem Verlags oder im Atelier Theater in Köln statt. Unser Verlag versteht sich ausdrücklich nicht als ein ›Unternehmen hinter verschlossenen Türen‹, sondern als eine offene Plattform des Diskurses für Fragen rund um die Themen Medien und Kommunikation.

Herbert von Halem
Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Boisseréestr. 9-11
50674 Köln

Fon: 0221 / 92 58 29 0
Fax: 0221 / 92 58 29 29

E-Mail: info@halem-verlag.de
URL: <https://www.halem-verlag.de>

Verkehrsnummer: 12542

Das Gesamtverzeichnis des Herbert von Halem Verlag wurde Ihnen überreicht durch: