



HERBERT VON HALEM VERLAG

Virtueller Büchertisch

für die Fachtagung
›Gesundheitskommunikation‹ 2020

Sommer/Herbst 2020

GESUNDHEITSKOMMUNIKATION



Heinz Bonfadelli / Thomas N. Friemel

Kommunikationskampagnen im Gesundheitsbereich.

Grundlagen und Anwendungen

2020, 3., völlig überarbeitete Auflage, 256 S., 35 Abb., 15 Tab., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-1150-6 | 34,00 € EUR

ISBN (PDF) 978-3-7445-1152-0 | 30,99 € EUR

Kommunikationskampagnen sind neben rechtlichen und technischen Maßnahmen ein wichtiges Mittel, um gesellschaftlichen Problemen wie Sucht (z.B. Alkohol und Tabak), Krankheiten (z.B. AIDS oder Grippe) und Unfälle (z.B. Verkehr und Arbeitsplatz) zu begegnen.

Dieses Buch bietet eine systematische Einführung in die wichtigsten Theorien der Kommunikationswissenschaft und Gesundheitspsychologie sowie deren Anwendung in Kommunikationskampagnen. Basierend auf dem aktuellen Forschungsstand wird aufgezeigt, welche Strategien für die gezielte Veränderung von Wissen, Einstellung und Verhalten Erfolg versprechend sind und welche Herausforderungen und Risiken dabei bestehen. Weitere zentrale Themen sind die gesellschaftliche Einbettung von Kampagnen und die Kampagnenevaluation.

Konkrete Empfehlungen und Entscheidungshilfen in Form von Checklisten machen die 3., völlig überarbeitete Auflage sowohl für Studierende verschiedener Fachrichtungen interessant als auch für Entscheidungsträger in Behörden und Interessenverbänden sowie für Journalisten und Kommunikationsagenturen.



Heinz Bonfadelli, ist seit 2015 emeritierter Professor für Publizistikwissenschaft an der Universität Zürich.



Thomas N. Friemel, ist Professor für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung am gleichnamigen Institut der Universität

Zürich (IKMZ).

KRISENKOMMUNIKATION



Jana Wiske (Hrsg.)

Krisenkommunikation komplex.

11 Analysen prominenter Fälle mit medialer Einordnung und Nachbetrachtung beteiligter Experten

2020, 292 S., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-466-2 | 27,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-86962-467-9 | 22,99 EUR

Durch Fehler in der eigenen Kommunikation entstehen Unternehmen, Personen oder Organisationen erhebliche wirtschaftliche Schäden. Ziel dieses Buches ist es, das wichtige Themenfeld Krisenkommunikation durch elf Fallstudien mit gesellschaftlicher Relevanz aufzuarbeiten, mediale Mechanismen aufzudecken und neue Erkenntnisse für den professionellen Umgang mit Krisen zu liefern. Unter anderem werden die weltweite Finanzkrise, die Krise im deutschen Fußball rund um den Fall Özil/Gündoğan, die Affäre Jan Böhmermann, Angela Merkel und die Flüchtlingskrise oder der Fall Relotius beim *Spiegel* beleuchtet. Zunächst erfolgt die objektive Beschreibung der jeweiligen Krisensituation. Schilderungen der Reaktionen aus Medien und Öffentlichkeit schließen sich daran an.

Danach ordnen die Beiträger des Bandes, ihrerseits Experten in den für die behandelten Fälle jeweils relevanten Fachgebieten, die Krisenkommunikation ein. Jeder Fall wird durch eine Stellungnahme beteiligter Personen ergänzt. So kommen unter anderem Oliver Bierhoff (Direktor Nationalmannschaften und Akademie beim Deutschen Fußball-Bund), Steffen Klusmann (Chefredakteur des *Spiegel*) und Steffen Seibert (Regierungssprecher von Kanzlerin Angela Merkel) zu Wort.



JANA WISKE, Prof. Dr., Jg. 1975, ist seit 2017 ist sie Professorin für PR/Unternehmenskommunikation an der Hochschule Ansbach.

ÖFFENTLICHE KOMMUNIKATION



Michael Wild

Öffentlichkeit in unsicheren Zeiten. Zur Analyse öffentlicher Kommunikation in Revolutionen

Öffentlichkeit und Geschichte, 12

2020, 320 S., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-508-9 | 34,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-86962-509-6 | 28,99 EUR

Die Komplexität öffentlicher Kommunikation ist im Kontext der Digitalisierung seit einigen Jahren wieder in den Fokus der gesellschaftlichen Debatte gerückt. Die Fragen nach dem Wandel und den Kontinuitäten öffentlicher Kommunikation sind allerdings nur mit einer historischen Perspektive zu beantworten. Damit dies gelingen kann, bedarf es einer systematischen Analyse im Gestern wie im Heute.

Mit dem Fokus auf der historischen Perspektive wird in der vorliegenden Arbeit ein theoretisch fundiertes Analyseinstrumentarium öffentlicher Kommunikation entwickelt und exemplarisch an den Revolutionen 1848/49 und 1918/19 in Bamberg angewendet. Die Arbeit zeigt damit, wie die Verbindung von Theorie und Empirie in kommunikationshistorischer Forschung gelingen kann, um so die Einordnung aktueller Kommunikationsphänomene zu ermöglichen.



MICHAEL WILD, Jg. 1984, ist seit 2011 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Kommunikationswissenschaft an der Otto-Friedrich-Universität Bamberg.

AUSZUG AUS UNSEREM PROGRAMM



Benjamin Krämer

**How to Do Things with the Internet.
Handlungstheorie online**

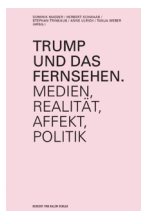
Forschungsfeld Kommunikation, 39
2020, Hardcover (Klebung), 213 x 142 mm
ISBN (Print) 978-3-7445-2025-6 | 46,00 EUR
ISBN (PDF) 978-3-7445-2026-3 | 39,99 EUR



Cornelia Brantner / Gerit Götzenbrucker /
Katharina Lobinger / Maria Schreiber (Hrsg.)

**Vernetzte Bilder.
Visuelle Kommunikation in Sozialen Medien**

2020, 320 S., 71 Abb., 5 Tab., Broschur,
213 x 142 mm, dt.
ISBN (Print) 978-3-86962-484-6 | 32,00 EUR
ISBN (PDF) 978-3-86962-485-3 | 27,99 EUR



Dominik Maeder / Herbert Schwaab / Stephan Trinkaus /
Anne Ulrich / Tanja Weber (Hrsg.)

**Trump und das Fernsehen.
Medien, Realität, Affekt, Politik**

2020, 384 S., Broschur, 213 x 142 mm, dt.
ISBN (Print) 978-3-86962-505-8 | ca. 34,00 EUR
ISBN (PDF) 978-3-86962-506-5 | ca. 28,99 EUR



Dietrich Leder / Jörg-Uwe Nieland / Daniela SchAAF

**Die Entstehung des Mediensports.
Zur Geschichte des Sportdokumentarfilms**

edition KHM, 3
2020, 552 S., Broschur, 240 x 170 mm, dt.
ISBN (Print) 978-3-86962-252-1 | 42,00 EUR
ISBN (PDF) 978-3-86962-253-8 | 35,99 EUR



Thomas Birkner / Patrick Merziger / Christian
Schwarzenegger (Hrsg.)

**Historische Medienwirkungsforschung.
Ansätze, Methoden und Quellen**

2020, 324 S., Broschur, 213 x 142 mm, dt.
ISBN (Print) 978-3-86962-310-8 | 34,00 EUR
ISBN (PDF) 978-3-86962-311-5 | 28,99 EUR



Joseph Garncarz

**Begeisterte Zuschauer.
Die Macht des Kinopublikums
in der NS-Diktatur**

2020, ca. 350 S., Hardcover (Klebung),
213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-562-1 | n.n.b.

ISBN (PDF) 978-3-86962-563-8 | n.n.b.



Michael Haller

**Die Reportage.
Theorie und Praxis des Erzähljournalismus**

Praktischer Journalismus, 8

2020, 7., komplett überarbeitete Auflage,
312 S., Broschur, 240 x 170 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-2000-3 | 26,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-7445-2001-0 | 21,99 EUR



Hans Poerschke

**Das Prinzip der Parteiliteratur.
Partei und Presse bei und unter Lenin
1899 - 1924**

2020, 240 S., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-565-2 | 26,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-86962-566-9 | 22,99 EUR

ISBN (ePub) 978-3-86962-568-3 | 22,99 EUR



Mandy Träger

**Pressefrühling und Profit.
Wie westdeutsche Verlage 1989/1990 den
Osten eroberten**

2019, 360 S., 13 Abb., Broschur,
213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-474-7 | 25,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-86962-475-4 | 21,99 EUR

ISBN (ePub) 978-3-86962-476-1 | 21,99 EUR

Beachten Sie auch unsere Angebote im Internet:

rezensionen:kommunikation:medien

<http://www.rkm-journal.de>

Biografisches Lexikon der Kommunikationswissenschaft

<http://blexkom.halemverlag.de>

Journalistikon.

Das Lexikon der Journalistik

<http://www.journalistikon.de>

Journalistik.

Zeitschrift für Journalismusforschung

<https://journalistik.online>

Vertriebsinformationen

Unsere Publikationen bieten wir Ihnen gedruckt und digital als ePDF an, teilweise auch im ePub-Format. LeserInnen können diese direkt auf unserer Website und in allen bekannten E-Book-Shops downloaden.

Bibliotheken und Handelspartner können unsere E-Books über unseren Partner Bookwire sowie verschiedene Bibliotheksaggregatoren, wie scholars E-Library, Ciando library, DiViBib, Ebsco, ProQuest (Schweitzer Fachinformationen) auf gewohntem Weg beziehen - die Konditionen nennen Ihnen unsere Vertriebspartner.

Gedruckt sind unsere Bücher im Buchhandel oder direkt über den Verlag erhältlich. Buchhandlungen können sich ebenfalls an unsere Verlagsauslieferung Brockhaus und die Barsortimente wenden.

Herbert von Halem Verlagsgesellschaft

mbH & Co. KG

Schanzenstr. 22

51063 Köln

Fon 0221/92 58 29 0

Fax 0221/92 58 29 29

E-Mail: info@halem-verlag.de

URL: <http://www.halem-verlag.de>

Verkehrsnummer: 12542 . HRA 13409

USt.IdNr: DE 172 714 183

Redaktion und Gestaltung: Herbert von Halem

Stand: Juni 2020