

Reihe Rezeptionsforschung | 44



Kümpel | Peter | Schnauber-Stockmann | Mangold [Hrsg.]

Nachhaltigkeit als Gegenstand und Zielgröße der Rezeptions- und Wirkungsforschung

Aktuelle Studien und Befunde



Nomos

Die Reihe Rezeptionsforschung ist ein Forum für aktuelle empirische und theoretische Beiträge zum Thema Medienrezeption. Dazu gehören Untersuchungen der aktiven Auseinandersetzung der Rezipienten mit Medienbotschaften, die von der Selektion von Medienangeboten und ihren Gründen über Rezeptionsqualitäten und Verarbeitungsprozesse bis hin zur Einbettung der Rezeption in den Alltag und den sich daraus ergebenden individuellen und gesellschaftlichen Konsequenzen reicht. Kurz: Es geht um die Frage „Was machen die Menschen mit den Medien?“

Reihe Rezeptionsforschung

herausgegeben von

Ass.-Prof. Dr. Tobias Dienlin | Jun.-Prof. Dr. Anna Sophie Kümpel
Dr. Frank Mangold | Dr. Anna Schnauber-Stockmann

Beirat:

PD Dr. Marco Dohle | Assoc.-Prof. Tilo Hartmann
Dr. Matthias Hofer | Prof. Dr. Thomas Koch
Prof. Dr. Holger Schramm | Prof. Dr. Carsten Wünsch

Begründet von

Prof. Dr. Helena Bilandzic | Prof. Dr. Volker Gehrau
Prof. Dr. Uwe Hasebrink | Prof. Dr. Patrick Rössler

Band 44

Anna Sophie Kümpel | Christina Peter
Anna Schnauber-Stockmann | Frank Mangold [Hrsg.]

Nachhaltigkeit als Gegenstand und Zielgröße der Rezeptions- und Wirkungsforschung

Aktuelle Studien und Befunde



Nomos

© Titelbild: Romolo Tavani – stock.adobe.com

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-8487-8221-5 (Print)

ISBN 978-3-7489-2643-6 (ePDF)



Onlineversion
Nomos eLibrary

1. Auflage 2022

© Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2022. Gesamtverantwortung für Druck und Herstellung bei der Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG. Alle Rechte, auch die des Nachdrucks von Auszügen, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung, vorbehalten. Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

Inhalt

Nachhaltigkeit als Gegenstand und Zielgröße der Rezeptions- und Wirkungsforschung	7
<i>Anna Sophie Kümpel, Christina Peter, Anna Schnauber-Stockmann, Frank Mangold</i>	
GreenfluencerInnen – eine neue Form der Nachhaltigkeitskommunikation?	19
<i>Isabell Koinig & Sandra Diehl</i>	
Sinnfluencer*innen: Der Schlüssel zu mehr Glaubwürdigkeit in Social Media? Ein Experiment zur Wahrnehmung von Nachhaltigkeitskommunikation auf Instagram	41
<i>Jasmin Baake, Mareike Gensich, Theresa Kraus, Carolina Müller, Sophie Przyklenk, Patrick Rössler, Chelsea Walpert, Anne Marie Zang</i>	
#Plastikverschmutzung – Ist Nachhaltigkeitskommunikation auf Instagram eine Frage von Nähe und Distanz?	63
<i>Anja Kalch & Tanja Habermeyer</i>	
Wirkung nach Werten: Förderung von umweltfreundlichem Verhalten durch die Übereinstimmung von Wertorientierung und Wertappell?	85
<i>Anna Schorn</i>	
Extreme Botschaften und die Rolle von Empathie – Analyse der Effektivität der Kommunikation von Tierschutzorganisationen mit extremen furchtinduzierenden Botschaften und Personifizierung	107
<i>Tanja Habermeyer, Janine N. Blessing & Rebecca Hellmeier</i>	
Die Stimme der Natur – Eine experimentelle Untersuchung zum Einfluss der moralischen Emotion Schuld bei der Rezeption von Naturdokumentationen auf umweltschützende Verhaltensintentionen	133
<i>Anica Lammers & Anna Freytag</i>	

Inhalt

Durch Social Media zu politischem Konsum? Eine Experimentalstudie zur Wirkung von journalistischen und mobilisierenden Hinweisen über die Nachhaltigkeit von Unternehmen	149
<i>Ole Kelm & Marco Doble</i>	
Like a Halloween Horror Show? Das Framing von Ernährung und Nachhaltigkeit in Alltagsdiskussionen auf Facebook-Seiten von Supermärkten in fünf Ländern	169
<i>Imke Hoppe & Katharina Kleinen-von Königslöw</i>	
Genderbasierte Diskriminierung in der Klimawandeldebatte auf Twitter	191
<i>Elisabeth Hopfe, Filipa Lessing, Gregor Willenbrock, Marko Bachl & Sabine Reich</i>	
Driving Forces in Green Advertisements: A Comparison of Green Advertisements in Ten Countries	209
<i>Jörg Matthes, Carolin Eicher, Brigitte Naderer, Ariadne Neureiter, Desirée Schmuck, Masoumeh Zibarzani</i>	
Nachhaltigkeit und die Nutzung und Wirkung von Virtual Reality	231
<i>Felix Reer</i>	