

## **Mündliche Prüfungen Lehrbereich Fröhlich: Themenliste**

### **Themen- und Literaturvorschläge für die mündliche Master-Prüfung am Lehr- und Forschungsbereich Prof. Fröhlich**

Hinweis: Die hier genannten Prüfungsthemen und die dazu jeweils angegebene Literatur sind Vorschläge aus dem Interessensgebiet des Arbeits- und Forschungsbereichs von Prof. Fröhlich. Sie enthalten überwiegend „Klassiker“, mit denen die jeweiligen Themen konturiert werden. Eigene Recherchen zu und Ergänzungen mit aktuellen Werken werden erwartet.

Eigene Ideen der KandidatInnen sind natürlich jederzeit willkommen. Themen und Literatur müssen dann aber rechtzeitig vor der Prüfung mit Prof. Fröhlich persönlich abgestimmt werden! Außerdem bietet das unten aufgeführte „Handbuch der PR“ von Bentele, Fröhlich & Szyszka eine Fülle verschiedener Themen mit dazugehöriger Literatur.

Die folgende Liste enthält Hilfestellungen zur Literatursuche. Hinter jeder einzelnen Quelle finden Sie einen Hinweis darauf, wie diese zu bekommen ist. Seltene und nur in wenigen Exemplaren vorhandene Literatur haben wir gesichert.

Bücher, die nur in wenigen Exemplaren vorhanden sind, finden Sie im Handapparat in der Bibliothek der Institute am Englischen Garten (Kennzeichnung „HA“). Fragen Sie hier bitte direkt an der Theke am Eingang nach.

Aufsätze aus seltenen Büchern finden Sie in einem Ordner mit entsprechenden Kopiervorlagen (Kennzeichnung „KP“) ebenso in der Bibliothek der Institute am Englischen Garten im Eingangsbereich. Fragen Sie hier bitte direkt an der Theke am Eingang nach. Die Ordner sind mit „Fröhlich – Prüfung BA“ gekennzeichnet.

Bücher, die in ausreichender Stückzahl in den Bibliotheken vorhanden sind, suchen Sie bitte selbst. Diese sind nicht eingestellt (Kennzeichnung „NE“).

Das Gleiche gilt für Online-Quellen bzw. Zeitschriftenaufsätze (Kennzeichnung „ON/ZS“). Viele Zeitschriftenaufsätze finden Sie mittlerweile auch Online im elektronischen Zeitschriftenbestand der Universitätsbibliothek (<http://www.ub.uni-muenchen.de/>). Sollte eine Zeitschrift dort nicht bereitstehen, so finden Sie die jeweilige Zeitschrift entweder im Präsenzbestand der Bibliothek der Institute am Englischen Garten oder in der Staatsbibliothek.

**ACHTUNG:** Es ist selbstverständlich, dass die angegebene Literatur von den PrüfungskandidatInnen durch eigenständige Recherche in allen wissenschaftlichen Bibliotheken der Universität München eigenständig besorgt werden muss (mit Ausnahme der von uns als Kopierversionen hinterlegten Aufsätze; siehe entsprechende Hinweise). Zu den wiss. Bibliotheken der Universität gehört explizit nicht nur die Institutsbibliothek in der Oettingenstr. 67! Die BibliothekarInnen der Universitäts-, Staats- und aller Institutsbibliotheken auf dem Campus sind Ihnen bei der Beschaffung der Literatur behilflich. Die Grundlagen der wissenschaftlichen Literaturrecherche und -beschaffung müssen Sie selbst beherrschen.

## **Public Relations**

Grundlagenliteratur zu fast jedem PR-Prüfungsthema finden Sie in:

Fröhlich, R., Szyszka, P. & Bentele, G. (Hrsg.). (2015). Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln (3. Auflage). Wiesbaden: Springer. (NE)

### **1. PR-Berufsfeldforschung**

#### **1.1 Feminisierung der PR**

Fröhlich, R. (2019). Berufsfeld Öffentlichkeitsarbeit/PR und Geschlecht. In J. Dorer, B. Geiger, B. Hipfl, & V. Ratković (Hrsg.), Handbuch Medien und Geschlecht. Perspektiven und Befunde der feministischen Kommunikations- und Medienforschung (S. 1-5). Wiesbaden: Springer. Online first 2019 [https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2F978-3-658-20712-0\\_46-1.pdf](https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2F978-3-658-20712-0_46-1.pdf)

Fröhlich, R. (2015). Die Feminisierung der PR – Grundlagen und empirische Befunde. In R. Fröhlich, P. Szyszka, & G. Bentele, (Hrsg.), Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon (3., neue und komplett überarbeitete Auflage) (S. 669-678). Wiesbaden: VS Verlag.

Fröhlich, R. & Peters, S. (2007). PR “bunnies” caught in the agency ghetto? Gender stereotypes, organizational factors, and women’s careers in PR agencies. *Journal of Public Relations Research*, 19(3), 229–254. (ON/ZS)

Fröhlich, R., Peters, S. & Simmelbauer, E.-M. (2005). Public Relations. Daten und Fakten der geschlechtsspezifischen Berufsfeldforschung. München: Oldenburg. (NE)

#### **1.2 Berufsrollenforschung (Techniker vs. Manager)**

Dozier, D. (1992). The organizational roles of communications and Public Relations practitioners. In J.E. Grunig & D.M. Dozier. *Excellence in public relations and communication management* (S. 327-357). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers. (KP)

Fröhlich, R. (2005). PR-Berufsrollen. In G. Bentele, R. Fröhlich & P. Szyszka, P. (Hrsg), Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon (S. 599). Wiesbaden: VS Verlag, 2005. (NE)

Fröhlich, R., Peters, S. & Simmelbauer, E.-M. (2005). Public Relations. Daten und Fakten der geschlechtsspezifischen Berufsfeldforschung. München: Oldenburg. Hier insbesondere Kapitel 2, S. 67-139. (NE)

Szyszka, P. (1990, April). Der Mythos vom "anderen" Journalisten. Ein Berufsbild zwischen Schein und Sein. *prmagazin*, (4), 27-38. (ON/ZS)

#### **1.3 Ethik der PR**

Avenarius, H. (1998). Die ethischen Normen der Public Relations. Kodizes, Richtlinien, freiwillige Selbstkontrolle. Neuwied: Luchterhand. → S. 6–9, 29-74, 204–213, und S. 223-248. (KP)

Becher, M. (1996). Moral in der PR? Eine empirische Studie zu ethischen Problemen im Berufsfeld Öffentlichkeitsarbeit. Berlin: Vistas. (HA)

Bentele, G. (2005). Ethische Anforderungen an Öffentlichkeitsarbeit. In G. Bentele, R. Fröhlich, & P. Szyszka (Hrsg.), Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln (S. 562-574). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. (NE)

Förg, B. (2004). Moral und Ethik der PR. Grundlagen – Theoretische und empirische Analysen – Perspektiven. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. → S. 86-131. (KP)

Pürer, H. (1992). Ethik in Journalismus und Massenkommunikation. Publizistik, 37, 304-321. (ON/ZS)

Deutscher Rat für Public Relations (Aktuelle Spruchpraxis)  
<http://www.dprg.de/statische/itemshowone.php4?id=53> (ON/ZS)

## **2. Anwendungs- und Tätigkeitsfelder der PR**

### **2.1 Digitalisierung der PR**

Birner, U. (2001). Das Internet als PR-Instrument der Printmedien. In K. Merten & R. Zimmermann (Hrsg.), Das Handbuch der Unternehmenskommunikation 2000 / 2001 (S. 357 – 366). Köln: Luchterhand. (ON/ZS)

Dirks, C. (1999). Internet für Public Relations. Neuwied: Luchterhand. (HA)

Finks, S. (2001). Vernetzte Öffentlichkeit – Chancen der Online-PR. In K. Merten & R. Zimmermann (Hrsg.), Das Handbuch der Unternehmenskommunikation 2000/2001. Köln: Luchterhand. (ON/ZS)

Fröhlich, R. (2005). Zauberformel “Digitalisierung”? PR im Digit-Hype zwischen alten Problemen und neuen Defiziten. In Edith Wienand, Joachim Westerbarkey & Ar-min Scholl (Hrsg.), Kommunikation über Kommunikation. Theorien, Methoden und Praxis (S. 252–264). Wiesbaden: VS. (KP)

Mast, C. (2001, November). Die Geister, die sie riefen... prmagazin, (11), 28-32. (ON/ZS)

Pleil, T. (2007). Online-PR im Web 2.0. Konstanz: UVK. (HA)

Westermann, A. (2004). Unternehmenskommunikation im Internet. Bestandsaufnahme und Analyse am Beispiel nationaler und internationaler Unternehmen. Berlin: Vistas. → S. 133-202. (KP)

### **2.2 Krisenkommunikation in den PR**

Baumgärtner, N. (2005). Risiko- und Krisenkommunikation. Rahmenbedingungen, Herausforderungen und Erfolgsfaktoren, dargestellt am Beispiel der chemischen Industrie. München: Verlag Dr. Hut. (HA)

Herbst, D. (2004). Zehn Thesen zur Zukunft der Krisen-PR. In T. Köhler & A. Schaffraniertz (Hrsg.), Public Relations – Perspektiven und Potenziale im 21. Jahrhundert (S. 97-107). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. (KP)

Möhrle, H. (2007). Plädoyer für ein erweitertes Krisenverständnis. In H. Möhrle, (Hrsg.), Krisen-PR (S. 12-29). Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch. (KP)

## Mündliche Prüfungen Lehrbereich Fröhlich – Themenliste

Müller, L. (1999). Der Fall Daimler-Benz und die A-Klasse. Außer Spesen nichts gewesen? In G. Bentele & L. Rolke (Hrsg.), Konflikte, Krisen und Kommunikationschancen in der Mediengesellschaft. Casestudies aus der PR-Praxis (S. 111-135). Berlin: Vistas. (KP)

Ruhrmann, G. & Schütte, D. (1991, Januar). Öffentlichkeitsarbeit und Risiko-kommunikation. PR Magazin, 27-34. (ON/ZS)

Ruhrmann, G. (1992). Risikokommunikation. Publizistik, 37, 5-24. (ON/ZS)

## Mündliche Prüfungen Lehrbereich Fröhlich

Ruhrmann, G. (2005). Risikokommunikation und Konflikt. In: G. Bentele, R. Fröhlich & P. Szyska (Hrsg.), Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln (S. 539-547). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. (NE)

### 2.3 Issues-Management

Ingenhoff, D. & Röttger, U. (2006). Issues Management. Ein zentrales Verfahren der Unternehmenskommunikation. In B.F. Schmid & B. Lyczek (Hrsg.), Un-ternehmenskommunikation. Kommunikationsmanagement aus Sicht der Un-ternehmensführung (S. 319-350). Wiesbaden: Gabler. (KP)

Röttger, U. (Hrsg.). (2001). Issues Management. Theoretische Konzepte und praktische Umsetzung. Eine Bestandsaufnahme. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. (HA)

Schulz, J. (2001). Issue Management im Rahmen der Risiko- und Krisenkommunikation. Anspruch und Wirklichkeit im Unternehmen. In U. Röttger (Hrsg.), Issues Management. Theoretische Konzepte und praktische Umsetzung. Eine Bestandsaufnahme (S. 217-234). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. (KP/HA)

### 2.4 Politische PR

Bentele, G. (1998). Politische Öffentlichkeitsarbeit. In U. Sarcinelli (Hrsg.), Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur Kommunikationskultur (S. 124-146). Opladen: Westdeutscher Verlag. (KP)

Bentele, G. & Seeling, S. (1996). Öffentliches Vertrauen als Faktor politischer Öffentlichkeit und politische Public Relations. In O. Jarren (Hrsg.), Medien und politischer Prozess (S. 155-167). Opladen: Westdeutscher Verlag. (KP)

Esser, F. (2000). Spin doctoring in British and German election campaigns. How the press is being confronted with a new quality of political PR. European Journal of Communication, 15, 209-239. (ON/ZS)

Fröhlich, R. (2008). Political public relations: Research on its success and its influence on German media coverage. In A. Zerfaß, B. van Ruler, & K. Sriramesh (Hrsg.), Public relations research. European and international perspectives and innovations. Festschrift for Günter Bentele (S. 193–204). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. (KP)

Fröhlich, R. & Rüdiger, B. (2006). Framing political public relations: Measuring success of political communication strategies in Germany. Public Relations Review, 32, 18–25. (ON/ZS)

Jarren, O. (2007): Forschungsfeld strategische Kommunikation. In B. Krause, B. Fretwurst & J. Vogelgesang (Hrsg.), Fortschritte der politischen Kommunikationsforschung (S. 51-74). Wiesbaden: VS Verlag. (KP)

Jarren, O. & Röttger, U. (1999). Politiker, politische Öffentlichkeitsarbeiter und Journalisten als Handlungssystem. Ein Ansatz zum Verständnis politischer PR. In L. Rolke & V. Wolff (Hrsg.), Wie die Medien die Wirklichkeit steuern und selber gesteuert werden (S. 199-222). Opladen: Westdeutscher Verlag. (KP/HA)

## **2.5 PR-Evaluation**

Baerns, B. (Hrsg.). (1997). PR-Erfolgskontrolle. Messen und Bewerten in der Öffentlichkeitsarbeit. Verfahren, Strategien, Beispiele. Frankfurt am Main: Institut für Medienentwicklung und Kommunikation. (HA)

Baerns, B. & Raupp, J. (2002). Modelling and evaluating public relations campaigns. In H.-D. Klingemann & A. Römmele (Hrsg.), Public Information Campaigns & Opinion Research (S. 21-35). London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage. (KP)

Besson, N. A. (2004). Strategische PR-Evaluation. Erfassung, Bewertung und Kontrolle von Öffentlichkeitsarbeit (2. durchgesehene Auflage). Opladen: Westdeutscher Verlag. (HA)

Fröhlich, R. (2007). Werbeäquivalenzanalyse (WÄA). In G. Bentele, R. Fröhlich & P. Szyszka, P. (Hrsg.), Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon (2., korrigierte und erweiterte Auflage) (S. 627-628). Wiesbaden: VS Verlag. (NE)

## **3. (Berufs)Geschichte der PR in Deutschland**

### **3.1 Ausbildungsproblematik in der PR**

Bentele, G. & Szyszka, P. (1995). Auf dem Weg zu einer Fata Morgana? Anspruch und Wirklichkeit deutscher PR-Bildungsarbeit. Ein historischer Abriss. In G. Bentele & P. Szyszka (Hrsg.), PR-Ausbildung in Deutschland. Entwicklung, Bestandsaufnahme und Perspektiven (S. 17-44). Opladen: Westdeutscher Verlag. (KP)

Fröhlich, R. (2013). PR-Ausbildung: Und sie bewegt sich doch. In O. Hoffjann, & Huck-Sandhu, S. (Hrsg.), Un/vergessene Diskurse – 20 Jahre PR- und Organisationskommunikationsforschung (S. 135-164). Wiesbaden: VS-Verlag.

Fröhlich, R. (2005). Public Relations als Beruf: Entwicklung, Ausbildung und Berufsrollen. In G. Bentele, R. Fröhlich & P. Szyszka (Hrsg.), Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln mit Lexikon. (S. 429- 441). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. (NE)

Merten, K. (1997, Januar). PR als Beruf. Anforderungsprofile und Trends für die PR-Ausbildung. PR Magazin, 43-50. (ON/ZS)

Signitzer, B. (1995). Universitäre Public Relations-Ausbildung in den Vereinigten Staaten von Amerika. Daten, Fakten, Diskussionen. In: G. Bentele & P. Szyszka (Hrsg.), PR-Ausbildung in Deutschland. Entwicklung, Berufsaufnahme und Perspektiven (S. 63-75). Opladen: Westdeutscher Verlag. (KP)

Szyszka, P. (1995). Öffentlichkeitsarbeit und Kompetenz: Probleme und Perspektiven künftiger Bildungsarbeit. In G. Bentele & P. Szyszka (Hrsg.), PR-Ausbildung in Deutschland. Entwicklung, Berufsaufnahme und Perspektiven (S. 317-345). Köln: Opladen. (KP)

Szyszka, P. (2001, September). Tropfen auf den heißen Stein. prmagazin, (9), 54-55. (ON/ZS)

DPRG-Aktivitäten zur PR-Ausbildung <http://www.dprg.de/statische/itemshowone.php?id=40>  
(ON/ZS)

### **3.2 PR-Geschichte in Deutschland**

Bentele, G. (1997). PR-Historiographie und funktionalintegrative Schichtung. Ein neuer Ansatz zur PR-Geschichtsschreibung. In P. Szyszka (Hrsg.), Auf der Suche nach Identität. PR-Geschichte als Theoriebaustein (S. 137-169). Berlin: Vistas. (KP/HA)

Binder, E. (1983). Die Entstehung unternehmerischer Public Relations in der Bundesrepublik Deutschland. Münster: LIT. (HA)

Kunczik, M. (1997). Geschichte der Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland. Köln: Böhlau. (HA)

Szyszka, P. (Hrsg.). (1997). Auf der Suche nach Identität. PR-Geschichte als Theoriebaustein. Berlin: Vistas. (HA)

Szyszka, P. (2005). Berufsgeschichte – Bundesrepublik Deutschland. In G. Bentele, R. Fröhlich & P. Szyszka (Hrsg.), Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln (S. 380-393). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. (NE)

## **4. PR und Journalismus**

### **4.1 Determinierungshypothese vs. Intereffikationsmodell**

Baerns, B. (1979). Öffentlichkeitsarbeit als Determinante journalistischer Informationsleistungen. Publizistik, 24, 301-316. (ON/ZS)

Bentele, G. (1999). Parasitentum oder Symbiose? Das Intereffikationsmodell in der Diskussion. In L. Rolke & V. Wolff (Hrsg.), Wie die Medien die Wirklichkeit steuern und selber gesteuert werden (S. 177-193). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. (KP)

Bentele, G. (2005). Intereffikationsmodell. In R. Fröhlich, G. Bentele & P. Szyszka (Hrsg.), Handbuch der PR. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln (S. 209-222). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. (NE)

Bentele, G., Liebert, T. & Seeling, S. (1997). Von der Determination zur Intereffikation. In G. Bentele und M. Haller (Hrsg.), Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure – Strukturen – Veränderungen (S. 225-250). Konstanz: UVK Medien. (KP/HA)

Bentele, G. & Nothhaft, H. (2004). Das Intereffikationsmodell: Theoretische Weiterentwicklung, empirische Konkretisierung und Desiderate. In K.-D. Altmeppen, U. Röttger & G. Bentele (Hrsg.), Schwierige Verhältnisse: Interdependenzen zwischen Journalismus und PR (S. 67-104). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. (KP)

Raupp, J. (2005). Determinationsthese. In G. Bentele, R. Fröhlich & P. Szyska (Hrsg.), Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. (S. 192-208). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. (NE)

Schantel, A. (2002). Determination oder Intereffikation? Eine Metaanalyse der Hypothesen zur PR-Journalismus-Beziehung. Publizistik, 45, 70-88. (ON/ZS)

#### **4.2 Verhältnis Journalismus und PR**

Kunczik, M. und Zipfel, A. (2001). Publizistik. Köln, Weimar, Wien: Böhlau. Hier im Kapitel „Einflussfaktoren im Journalismus“ das Unterkapitel zum Thema Journalismus und PR (S. 187-197). (NE)

Ruß-Mohl, S. (1999). Spoonfeeding, Spinning, Whistleblowing. Beispiel USA: Wie sich die Machtbalance zwischen PR und Journalismus verschiebt. In L. Rolke & V. Wolff (Hrsg.), Wie die Medien die Wirklichkeit steuern und selber gesteuert werden (S. 163-176). Opladen: Westdeutscher Verlag. (KP)

Ruß-Mohl, S. (2004). PR und Journalismus in der Aufmerksamkeitsökonomie. In J. Raupp & J. Klewes (Hrsg.), Quo vadis, Public Relations? Auf dem Weg zum Kommunikationsmanagement: Bestandsaufnahmen und Entwicklungen (S. 52-65). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. (KP)

Saffarnia, P. A. (1993). Determiniert Öffentlichkeitsarbeit tatsächlich den Journalismus? Empirische Belege und theoretische Überlegungen gegen die PR-Determinierungsannahme. Publizistik, 38, 412-425. (ON/ZS)

Schantel, A. (2002). Determination oder Intereffikation? Eine Metaanalyse der Hypothesen zur PR-Journalismus-Beziehung. Publizistik, 45, 70-88. (ON/ZS)

Szyska, P. (1997). Bedarf oder Bedrohung? Zur Frage der Beziehungen des Journalismus zur Öffentlichkeitsarbeit. In G. Bentele & M. Haller (Hrsg.), Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure – Strukturen – Veränderungen (S. 209-224). Konstanz: UVK Medien. (KP/HA)

### **Journalismus**

#### **1. Journalismus als Beruf**

##### **1.1 Berufsfeld allgemein/Kommunikatorforschung**

Schneider, B., Schönbach, K., & Stürzebecher, D. (1993a). Westdeutsche Journalisten im Vergleich: jung, professionell und mit Spaß an der Arbeit. Publizistik, 38, 5-30. (ON/ZS)

Schneider, B., Schönbach, K., & Stürzebecher, D. (1993b). Journalisten im vereinigten Deutschland: Strukturen, Arbeitsweisen und Einstellungen im Ost-West-Vergleich. Publizistik, 38, 352-382. (ON/ZS)

Weischenberg, S., Löffelholz, M., & Scholl, A. (1993). Profile der Aussageentstehung. Journalismus in Deutschland: Design und erste Befunde der Kommunikatorstudie. Media Perspektiven, o. Jg., 21-33. (ON/ZS)

Weischenberg, S., Löffelholz, M., & Scholl, A. (1994). Journalismus in Deutschland II: Merkmale und Einstellungen von Journalisten. Media Perspektiven, o. Jg., 154-167. (ON/ZS)

Weischenberg, S., Malik, M., & Scholl, A. (2006a). Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland. Konstanz: UVK. (NE)

Weischenberg, S., Malik, M., & Scholl, A. (2006b). Journalismus in Deutschland 2005. Media Perspektiven, o. Jg., 346-361. (ON/ZS)

### **1.2 Feminisierung des Journalismus/Kommunikatorforschung**

Fröhlich, R. (2021, in Druck). Journalistinnen im privaten Rundfunk in Bayern: Diagnose zu Entwicklung und Status quo. In M. Behmer, & M. Tremml (Hrsg.), Zur Entwicklung des privaten Rundfunks in Bayern. München: Bayerischen Landeszentrale für neue Medien.

Fröhlich, R. (2007). Ist der Journalismus (noch) ein männliches Geschäft? In C. Holtz-Bacha & N. König-Reiling (Hrsg.), Warum nicht gleich? Wie die Medien mit Frauen in der Politik umgehen (S. 66–78). Wiesbaden: VS, 2007. (KP)

Fröhlich, R. (2007). Three Steps forward and two Steps back? Women journalists in the Western world between progress, standstill, and retreat. In Pamela Creedon & Judith Cramer (Hrsg.), Women in Mass Communication (S. 161–176). Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage. (KP)

Schneider, B., Schönbach, K., & Stürzebecher, D. (1993a). Westdeutsche Journalisten im Vergleich: jung, professionell und mit Spaß an der Arbeit. Publizistik, 38, 5-30. (ON/ZS)

Schneider, B., Schönbach, K., & Stürzebecher, D. (1993b). Journalisten im vereinigten Deutschland: Strukturen, Arbeitsweisen und Einstellungen im Ost-West-Vergleich. Publizistik, 38, 352-382. (ON/ZS)

Weischenberg, S., Malik, M., & Scholl, A. (2006). Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland. Konstanz: UVK. (NE)

### **1.3 Journalismus Ausbildung (international vergleichend)**

Fröhlich, R. (2007). Modelle der Journalistenausbildung im internationalen Vergleich – oder: Über die Unmöglichkeit, sich von der Außenposition aus zu nähern. In Gabriele Melischek, Josef Seethaler & Jürgen Wilke (Hrsg.), Medien & Kommunikationsforschung im Vergleich (S. 291–308). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. (KP)

Fröhlich, R. (2009). Dauerbaustelle. Aktuelle Probleme und Herausforderungen der hochschulgebundenen Journalistenausbildung. In C. Holtz-Bacha, G. Reus, L. B. & Becker (Hrsg.), Wissenschaft mit Wirkung. Beiträge zu Journalismus- und Medienwirkungsforschung (S. 206–219). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Fröhlich, R. & Holtz-Bacha, C. (2009). The German journalism education landscape. In Georgios Terzis (ed.), European journalism education (S. 131–147). Bristol, UK: Mill and Chicago, IL: The University of Chicago Press.

Fröhlich, R. & Holtz-Bacha, C. (Hrsg.). (2002). Journalism education in Europe and North America. A structural comparison. London: Hampton Press. (HA)

### **1.4 Online-Journalismus/Kommunikatorforschung**

## Mündliche Prüfungen Lehrbereich Fröhlich – Themenliste

Debatin, B. (2003). Ethik des Online-Journalismus – medienethische Kriterien und Perspektiven. In K. Beck, W. Schweiger & W. Wirth (Hrsg.), *Gute Seiten – schlechte Seiten. Qualität in der Onlinekommunikation* (S. 80-99). München: Fischer. (KP)

Löffelholz, M., Quandt, T., Hanitzsch, T., & Altmeyen, K.-D. (2003). Online-Journalisten in Deutschland. Forschungsdesign und Befunde der ersten Repräsentativbefragung deutscher Online-Journalisten. *Media Perspektiven*, o. Jg., 477-486. (ON/ZS)

Neuberger, C. (2002). Berufsbild Online-Journalist. In K. Meier (Hrsg.), *Internet-Journalismus. Ein Leitfaden für ein neues Medium* (S. 175-186) (3. überarbeitete und erweiterte Auflage). Konstanz: UVK. (KP)

Neuberger, C. (2003). Onlinejournalismus: Veränderungen – Glaubwürdigkeit – Technisierung. Eine Sekundäranalyse bisheriger Forschungsergebnisse und wissenschaftlicher Analysen. *Media Perspektiven*, o. Jg., 131-138. (ON/ZS)

Neuberger, C. (2003). Online-Journalismus: Veränderungen – Glaubwürdigkeit – Technisierung. *Media Perspektiven*, o. Jg., 131-138. (ON/ZS)

Pürer, H. (2003). *Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Handbuch*. Konstanz: UVK. → S. 148-154 und S.266-276. (NE)

Quandt, T. (2005). *Journalisten im Netz*. Wiesbaden: VS Verlag. (HA)

Quandt, T., Löffelholz, M., Weaver, D., Hanitzsch, T. & Altmeyen, K.-D. (2006): American and German online journalists at the beginning of the 21st century. A bi-national survey. *Journalism Studies*, 7(2), 171-186. (ON/ZS)

### **Nachrichtentheorie/Nachrichtenselektionsforschung**

Arnold, B.-P. (1982). Nachrichtenwert und Nachrichtenauswahl. *Media Perspektiven*, o. Jg., 3-28. (ON/ZS)

Eilders, C. (1997). Nachrichtenfaktoren und Rezeption. Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Information. Opladen: Westdeutscher Verlag. (HA)

Kepplinger, H.-M. (1989). Theorien der Nachrichtenauswahl als Theorien der Realität. *Aus Politik und Zeitgeschichte, Beilage zur Zeitschrift das Parlament*, 15, 3-16. (ON/ZS)

Kunczik, M. & Zipfel A. (2005). *Publizistik. Ein Studienhandbuch*. Stuttgart: Böhlau. → S. 245-266 (NE)

Schulz, W. (1976). *Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung* (2. Auflage 1990). Freiburg, München: Alber. (HA)

Staab, J. F (1990). *Nachrichtenwerttheorie. Formale Struktur und empirischer Gehalt*. Freiburg, München: Alber. (HA)

### **Mediensysteme/ Mediengeschichte/ Medienpolitik**

#### **1.1 Medienkonzentration und Konzentrationskontrolle**

Knoche, M. (1999). Medienkonzentration und publizistische Vielfalt. Legitimationsgrenzen des privatwirtschaftlichen Mediensystems. In R. Renger & G. Siegert (Hrsg.), *Kommunikationswelten*.

Wissenschaftliche Perspektiven zur Medien- und Informationsgesellschaft (2. Aufl.) (S. 123-158). Innsbruck, Wien: StudienVerlag. (KP)

Knoche, M. (2001). Die Folgen globaler Multimedien-Unternehmensallianzen. In U. Hasebrink & C. Matzen (Hrsg.), Forschungsgegenstand Öffentliche Kommunikation. Funktionen, Aufgaben und Strukturen der Medienforschung (S. 81-97). Baden-Baden: Nomos. (KP)

Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) <http://www.kek-online.de/> (ON/ZS) [Aufgaben, Zusammensetzung der Kommission, neueste (!) Verfahren und Entscheidungen, sowie die Ausführungen zur Medienkonzentration]

Kruse, J. (1996). Publizistische Vielfalt und Medienkonzentration zwischen Markt-kräften und politischen Entscheidungen. In K.-D. Altmeyen (Hrsg.), Ökonomie der Medien und des Mediensystems (S. 25-52). Opladen: Westdeutscher Verlag. (KP/HA)

## **1.2 Finanzierung von Medien**

Conrad, R. (2004). Gebührenurteil und heutige Rolle der KEF. Impulsreferat. Media Perspektiven, o. Jg., 127-128. (ON/ZS)

Kiefer, M. L. (2001). Medienökonomik. Einführung in eine ökonomische Theorie der Medien. München, Wien: Oldenburg. → S. 296-302 und S. 316-331. (KP)

Kübler, F. (2004). Rundfunkgebühr, Meinungswettbewerb und Medienkonzentration. Impulsreferat. Media Perspektiven, o. Jg., 131-132. (ON/ZS)

Libertus, M. (2008). Die Revision des EU-Regulierungsrahmens für elektronische Kommunikation. Problematik aus Sicht des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Media Perspektiven, o. Jg., 226-235. (ON/ZS)

Pürer, H. (2003). Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Handbuch. Konstanz: UVK. → S. 255 und S. 276-291. (NE)

Rott, A. (2003). Werbefinanzierung und Wettbewerb auf dem deutschen Fernsehmarkt. Berlin: Duncker & Humblot. Daraus sind folgende Abschnitte prüfungsrelevant: Kapitel 1 E (S. 39-46) Kapitel 2 D (S. 87-94) Kapitel 5 A, Ziffer I (S. 163-168) sowie V (S. 190-196) Kapitel 6 A (S. 211-215) und G (S. 257-262)

Scheerer, M. (2006). EU verschärft Kurs gegen ARD und ZDF. Online eingesehen unter: <http://www.handelsblatt.com/politik/deutschland/verwendung-von-rundfunkgebuehren-eu-verschaerft-kurs-gegen-ard-und-zdf/2615386.html> (ON/ZS)

Verband Privater Rundfunk und Telemedien e. V. (2006). VPRT zur Einigung von EU-Kommission und Ländern im Gebührenstreit. Wichtiger Meilenstein auf dem Weg zu einer fairen dualen Rundfunkordnung. Online eingesehen unter: <http://www.vprt.de/verband/presse/pressemitteilungen/content/vprt-zur-einigung-von-eu-kommission-und-l%C3%A4ndern-im-geb%C3%BChre?c=4> (ON/ZS)

Vogel, A. (2012). Online als Geschäftsfeld und Vertriebskanal der Pressewirtschaft. Media Perspektiven, o. Jg., 158-172. (ON/ZS)

### **1.3 Das duale Rundfunksystem**

Eifert, M. & Hoffmann-Riem, W. (1999). Die Entstehung und Ausgestaltung des dualen Rundfunksystems. In D. Schwarzkopf (Hrsg.), *Rundfunkpolitik in Deutschland*. Band 1 (S. 50-116). München: Deutscher Taschenbuch Verlag. (KP/HA)

Hoffmann-Riem, W. (2000). Thesen zur Regulierung der dualen Rundfunkordnung. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 48(1), 7-21. (ON/ZS)

Hoffmann-Riem, W. (2006). Rundfunk als Public Service. Anmerkungen zur Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft öffentlich-rechtlichen Rundfunks. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 54(1), 95-104. (ON/ZS)

Kiefer, M.-L. (2004). 20 Jahre privater Rundfunk in Deutschland. Versuch einer Bestandsaufnahme aus medienökonomischer Perspektive. *Media Perspektiven*, o. Jg., 558-568. (ON/ZS)

Mai, M. (2004). Das duale Rundfunksystem in Deutschland – Erwartungen und Enttäuschungen der Medienpolitik. In M. Jäckel & H.-B. Brosius (Hrsg.), *Nach dem Feuerwerk: 20 Jahre duales Fernsehen in Deutschland. Erwartungen, Erfahrungen und Perspektiven* (S. 41-52). München: Reinhard Fischer. (KP)

Meyn, H. (2004). Die duale Rundfunkordnung. In H. Meyn (Hrsg.), *Massenmedien in Deutschland* (Neuaufgabe 2004) (S. 135-142). Konstanz: UVK Medien. (KP/HA)

Pürer, H. (2003). *Publizistik- und Kommunikationswissenschaft*. Konstanz: UVK Medien. → S. 415-431 (NE).

### **1.4 Journalismus im Dritten Reich**

Frei, N. & Schmitz, J. (1999). *Journalismus im Dritten Reich* (3. überarbeitete Auflage). München: Beck. (HA)

Pürer, H. & Raabe, J. (1996). *Medien in Deutschland*. Band 1: *Presse* (zweite Auflage). Konstanz: UVK Medien. → S. 63-90. (NE/HA)

Stuiber, H.-W. (1998). *Medien in Deutschland*. Band 2: *Rundfunk* (1. Teil). Konstanz: UVK Medien. → S. 161-183. (NE/HA)

### **Mediennutzung und -wirkung**

#### **1. Mediennutzung**

##### **1.1 Mediennutzung allg. Deutschland**

Busemann, K. & Engel, B. (2012). Wandel der Mediennutzungsprofile im Zeitalter des Internets. *Media Perspektiven*, o. Jg., 133-146. (ON/ZS)

Eimeren, B. van & Ridder, C.-M. (2005). Trends in der Nutzung und Bewertung der Medien. 1970 bis 2005. Ergebnisse der ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation. *Media Perspektiven*, o. Jg., S. 490–504. (ON/ZS)

Engel, B. & Best S. (2007). Qualitäten der Mediennutzung. Ergebnisse auf Basis der ARD/ZDF-Studie Massenkommunikation. *Media Perspektiven*, o. Jg., 20-36. (ON/ZS)

## Mündliche Prüfungen Lehrbereich Fröhlich – Themenliste

Engel, B. & Windgasse, T. (2005). Mediennutzung und Lebenswelten 2005. Media Perspektiven, o. Jg., 449-464. (ON/ZS)

Meyen, M. (2004) Mediennutzung. Mediaforschung, Medienfunktionen, Nutzungsmuster (2., überarbeitete Auflage). Konstanz: UVK Medien. (NE)

Ridder, C.-M. & Eimeren, B. van. (2011). Trends in der Nutzung und Bewertung der Medien 1970-2010. Ergebnisse der ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation. Media Perspektiven, o. Jg., 525-536. (ON/ZS)

Ridder, C.-M. & Engel, B. (2010). Massenkommunikation 2010. Medien-nutzung im Intermediavergleich. Ergebnisse der 10. Welle der ARD/ZDF-Langzeitstudie zur Mediennutzung und -bewertung. Media Perspektiven, o. Jg., 525-536. (ON/ZS)

Ridder, C.-M. & Engel, B. (2001). Massenkommunikation 2000: Images und Funktionen der Massenmedien im Vergleich. Ergebnisse der 8. Welle der ARD/ZDF-Langzeitstudie zur Mediennutzung und -bewertung. Media Perspektiven, o. Jg., 102-125. (ON/ZS)

Ridder C.-M. & Engel B. (2005). Massenkommunikation 2005: Images und Funktionen der Massenmedien im Vergleich. Ergebnisse der 9. Welle der ARD/ZDF-Langzeitstudie zur Mediennutzung und -bewertung. Media Perspektiven o. Jg., 422-447. (ON/ZS)

### **1.2 Mediennutzung und Gender Studies**

Angerer, M.-L. & Dorer, J. (1994). Gender und Medien. Wien: Braumüller. (HA)

Cornelißen, W. (1998). Fernsehgebrauch und Geschlecht: Zur Rolle des Fernsehens im Alltag von Frauen und Männern. Wiesbaden: Opladen. (HA)

Ebert, L., Klingler, W., Karg, U. & Rathgeb, T. (2012). FIM-Studie: Mediennutzung im Familienkontext. Ergebnisse der Studie Familie, Interaktion & Medien. Media Perspektiven, o. Jg., 189-202. (ON/ZS)

Eimeren, B. van & Oehmichen, E. (1999). Mediennutzung von Frauen und Männern. Daten zur geschlechtsspezifischen Nutzung von Hörfunk, Fernsehen und Internet/Online 1998. Media Perspektiven, o. Jg., 187-201. (ON/ZS)

Gilges, M. (1992). Die Weichen sind längst gestellt. Geschlechtsspezifische Nutzung von Büchern bei Kindern und Erwachsenen. In R. Fröhlich (Hrsg.), Der andere Blick. Aktuelles zur Massenkommunikation aus weiblicher Sicht (S. 221-251). Bochum: Brockmeyer. (KP)

Holtz-Bacha, C. (1992). Medienverhalten männlich – weiblich. In R. Fröhlich (Hrsg.) Der andere Blick. Aktuelles zur Massenkommunikation aus weiblicher Sicht (S. 253-262). Bochum: Brockmeyer. (KP)

Klaus, E. (2005). Kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung. Wien: Lit. → S. 271-301 (KP)

Luca, R. (2003). Zwei Welten? Wenn Frauen und Männer gemeinsam fernsehen... In R. Luca (Hrsg.), Medien. Sozialisation. Geschlecht (S. 179-189). München: ko-paed. (KP)

Mende, A. & Gerhards, M. (2009). Offliner: Ab 60-jährige Frauen bilden die Kerngruppe. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2009. Media Perspektiven, o. Jg., 365-376. (ON/ZS)

Müller, K. F. (2010). Frauenzeitschriften aus der Sicht ihrer Leserinnen. Die Rezeption von „Brigitte“ im Kontext von Biografie, Alltag und Doing Gender. Bielefeld: transcript.

Schilter, I. (2003). Geschlechtsgebundene Medienrezeption am Beispiel des Fernsehkrimis. In R. Luca (Hrsg.), Medien. Sozialisation. Geschlecht (S. 151-166). München: kopaed. (KP)

Sowie geschlechtsspezifisch gesplittete Datenübersicht aus der ARD-Mediendatenbasis – online einsehbar unter:

[http://www.ard.de/intern/medienbasisdaten/mediennutzung/zeitbudget\\_20f\\_26\\_23252\\_3Br\\_20auidovisuelle\\_20medien/-/id=54984/sfyd65/index.html](http://www.ard.de/intern/medienbasisdaten/mediennutzung/zeitbudget_20f_26_23252_3Br_20auidovisuelle_20medien/-/id=54984/sfyd65/index.html)

sowie unter:

[http://www.ard.de/intern/medienbasisdaten/mediennutzung/mediennutzung\\_20und\\_20freizeitbesch\\_26\\_23228\\_3Bfti/-/id=54992/15w2mhl/index.html](http://www.ard.de/intern/medienbasisdaten/mediennutzung/mediennutzung_20und_20freizeitbesch_26_23228_3Bfti/-/id=54992/15w2mhl/index.html)

### **1.3 Mediennutzung Online-Medien/-Kommunikation**

Busemann, K. & Engel, B. (2012). Wandel der Mediennutzungsprofile im Zeitalter des Internets. Media Perspektiven, o. Jg., 133-146. (ON/ZS)

Busemann, K., Fisch, M. & Frees, B. (2012). Dabei sein ist alles – zur Nutzung privater Communities. Ergebnisse der ZDF-Studie Community 2011. Media Perspektiven, o. Jg., 258-268. (ON/ZS)

Busemann, K. & Gscheidle, C. (2012). Web 2.0: Habitualisierung der Social Communitys. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2012. Media Perspektiven, o. Jg., 380-390. (ON/ZS)

Busemann, K. & Gscheidle, C. (2011). Web 2.0: Aktive Mitwirkung verbleibt auf niedrigem Niveau. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2011. Media Perspektiven, o. Jg., 360-369. (ON/ZS)

Eimeren, B. van & Frees, B. (2012). 76 Prozent der Deutschen online – neue Nutzungssituationen durch mobile Endgeräte. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2012. Media Perspektiven, o. Jg., 362-379. (ON/ZS)

Eimeren, B. van & Frees, B. (2011). Drei von vier Deutschen im Netz – ein Ende des digitalen Grabens in Sicht? Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2011. Media Perspektiven, o. Jg., 334-349. (ON/ZS)

Mende, A. & Gerhards, M. (2009). Offliner: Ab 60-jährige Frauen bilden die Kerngruppe. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2009. Media Perspektiven, o. Jg., 365-376. (ON/ZS)

Meyen, M. & Dudenhöffer, K. (2012). Digitale Spaltung im Zeitalter der Sättigung. Eine Sekundäranalyse der ACTA 2008 zum Zusammenhang von Internetnutzung und sozialer Ungleichheit. Publizistik, 57, 7-26. (ON/ZS)

Oehmichen, E. & Schröter, C. (2010). Alltagswirklichkeit der Onlinenutzung. Zur Typologie der Aktiv-, Rand- und Nichtnutzer des Internets. Media Perspektiven, o. Jg., 457-470. (ON/ZS)

Oehmichen, E. & Schröter, C. (2007). Zur typologischen Struktur medienübergreifender Nutzungsmuster. Erklärungsbeiträge der MedienNutzer- und der OnlineNutzerTypologie. Media Perspektiven, o. Jg., 406-421. (ON/ZS)

### **1.4 Aufmerksamkeit und Online-Kommunikation**

Beck, K. (2001): Aufmerksamkeitsökonomie – die Funktion von Kommunikation und Medien. In K. Beck & W. Schweiger (Hrsg.), Attention please! Online-Kommunikation und Aufmerksamkeit (S. 19-38). München: Fischer. (KP)

Dahinden, U. (2001). Informationsflut und Aufmerksamkeitsmangel – Überlegungen zur Sozialökonomie der Aufmerksamkeit. In K. Beck & W. Schweiger (Hrsg.), *Attention please! Online-Kommunikation und Aufmerksamkeit* (S. 39-56). München: Fischer. (KP)

Franck, G. (2007): *Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf*. München: Hanser. (HA) (auch ältere Auflagen sind gültig)

Rössler, P. & Beck, K. (2001). Aufmerksamkeitskalküle bei verschiedenen Modi der Online-Kommunikation. In K. Beck & W. Schweiger (Hrsg.), *Attention please! Online-Kommunikation und Aufmerksamkeit* (S. 141-158). München: Fischer. (KP)

Schulz, W. (1989). Massenmedien und Realität: Die „ptolemäische“ und die „kopernikanische“ Auffassung. In M. Kaase & W. Schulz (Hrsg.), *Massenkommunikation: Theorien, Methoden, Befunde* (S.135-149). Opladen: Westdeutscher Verlag. (KP)

Schweiger, W. (2001). Aufmerksamkeitseffekte der Hypermediengestaltung. Befunde zur Scrollgrenze und anderen Phänomenen. In K. Beck & W. Schweiger (Hrsg.), *Attention please! Online-Kommunikation und Aufmerksamkeit* (S. 175-196). München: Fischer. (KP)

Theis-Berglmair, A.M. (2001). Aufmerksamkeit und Wahrnehmen. Mediale Strategien zur Sicherstellung zentraler Voraussetzungen von Kommunikation. In K. Beck & W. Schweiger (Hrsg.), *Attention please! Online-Kommunikation und Aufmerksamkeit* (S. 57-68). München: Fischer. (KP)

Wirth, W. (2001). Aufmerksamkeit: ein Konzept- und Theorieüberblick aus psychologischer Perspektive mit Implikationen für die Kommunikationswissenschaft. In K. Beck & W. Schweiger (Hrsg.), *Attention please! Online-Kommunikation und Aufmerksamkeit* (S. 69-89). München: Fischer. (KP)

## **2. Medienwirkungsforschung**

### **2.1 Medienwirkung allg./Grundlagen**

Bonfadelli, H. (2004a). *Medienwirkungsforschung I. Grundlagen und theoretische Perspektiven*. Stuttgart: UVK Medien. (NE)

Bonfadelli, H. (2004b). *Medienwirkungsforschung II. Anwendungen in Politik, Wirtschaft und Kultur*. Stuttgart: UVK Medien. (NE)

Jäckel, M. (2008). *Medienwirkungen. Ein Studienbuch zur Einführung* (4. überarb. Aufl.). Wiesbaden: VS-Verlag. (NE)

### **2.2 Medienwirkung spezifische Theorien und Modelle**

#### *2.2.1 Agenda Setting*

Eichhorn, W. (2005). *Agenda-Setting-Prozesse. Eine theoretische Analyse individueller und gesellschaftlicher Themenstrukturierung* (2. Auflage, digitale Ausgabe). <http://epub.ub.uni-muenchen.de/734/1/AgendaSettingProzesse.pdf> (ON/ZS)

McCombs, M. & Shaw. (1972). The Agenda-Setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-185. (ON/ZS)

## Mündliche Prüfungen Lehrbereich Fröhlich – Themenliste

Rössler, P. (1997). *Agenda-Setting. Theoretische Annahmen und empirische Evidenzen einer Medienwirkungshypothese*. Westdeutscher Verlag, Opladen. (HA)

Rössler, P. (2006). Zur Logik der Agenda-Setting Forschung. In W. Wirth, A. Fahr & E. Lauf (Hrsg.): *Forschungslogik und –design in der Kommunikationswissenschaft. Band 2: Anwendungsfelder in der Kommunikationswissenschaft* (S. 139-167). Köln: van Halem. (KP)

Weaver, D. H. (2007). Thoughts on Agenda Setting, Framing, and Priming. *Journal of Communication*, 57(1), 142–147. (ON/ZS)

### 2.2.2. Kultivationshypothese

Bilandzic, H. (2006). The perception of distance in the cultivation process: A theoretical consideration of the relationship between television content, processing experience, and perceived distance. *Communication Theory*, 16, 333-355. (ON/ZS)

Bilandzic, H. (2002). Genrespezifische Kultivierung durch Krimirezeption. *Medienpsychologie*, 14(2), 60-68. (ON/ZS)

Bilandzic, H., & Rössler, P. (2004). Life according to television. Implications of genre-specific cultivation effects: The gratification/cultivation model. *Communications. The European Journal of Communication*, 29(3), 295-326. (ON/ZS)

Gerbner, G. & Gross, L. (1976). Living with Television: The violence profil. *Journal of Communication*, 26 (2), 173-199. (ON/ZS)

Rossmann, C. (2007). *Fiktion Wirklichkeit: Ein Modell der Informationsverarbeitung im Kultivierungsprozess*. Wiesbaden: VS Verlag. (HA).

### 2.2.3 Schweigespirale

Burkart, R. (2002). *Kommunikationswissenschaft* (4. Auflage). Wien, Köln, Weimar: Böhlau (S. 262–269). (NE)

Donsbach, W. (1987). Die Theorie der Schweigespirale. In M. Schenk (Hrsg.), *Medienwirkungsforschung* (S. 324–343). Tübingen: Mohr. (NE)

Noelle-Neumann, E. (1980). *Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung – unsere soziale Haut*. München: Langen-Müller. (HA)

Noelle-Neumann, E. (1989). Die Theorie der Schweigespirale als Instrument der Medienwirkungsforschung. In M. Kaase & W. Schulz (Hrsg.): *Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde* (S. 418-440). Opladen: Westdeutscher Verlag.

Noelle-Neumann, E. (2002). Öffentliche Meinung. In E. Noelle-Neumann, Elisabeth u. a. (Hrsg.). *Das Fischer Lexikon. Publizistik, Massenkommunikation* (S. 392–406). Frankfurt am Main. (NE)

### 2.2.4 Wissensklufthypothese

Bonfadelli, H. (1994). *Die Wissensklufthypothese. Massenmedien und gesellschaftliche Information*. Konstanz: Ölschläger. (HA)

Dijk, J. van. (2005). *The deepening divide: inequality in the information society*. Thousand Oaks. (HA)

Tichenor, P. J., Donohue, G.A. & Olien, C. N. (1970). Mass media flow and differential growth in knowledge. *Public Opinion Quarterly*, 34(2), 159-170. (ON/ZS)

Winterhoff-Spurk, P. (1999). Auf dem Weg in die mediale Klassengesellschaft? Psychologische Beiträge zur Wissenskluft-Forschung. *Medien praktisch*, 3, 17-22. (KP/ZS)

Wirth, W. (1997). *Von der Information zum Wissen. Die Rolle der Rezeption für die Entstehung von Wissensunterschieden*. Opladen: Westdeutscher Verlag. (HA)

### 2.2.5 Framing

Entman, R.M. (1993), Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43: 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>

Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. London: Harper and Row. (HA)

Matthes, J. (2007). *Framing-Effekte*. München: Reinhard Fischer. (HA)

Scheufele B. (2003). *Frames - Framing - Framing-Effekte: Theoretische und methodische Grundlegung des Framing-Ansatzes sowie empirische Befunde zur Nachrichtenproduktion*. Wiesbaden: VS. (HA)

Scheufele, D. A. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, 49(1), 103–122. (ON/ZS)

Pan, Z. & Kosicki, G. M. (2001). Framing as a strategic action in public deliberation. In S. D. Reese, O. H. Gandy, Jr., & A. E. Grant (Hrsg.), *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world* (S. 35–66). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates. (KP)

### 2.2.6 Third-Person-Effekt

Davison, W. P. (1983). The third-person effect in communication. *Public Opinion Quarterly*, 47, 1-15. (ON/ZS)

Davison, W. P. (1996). The third-person effect revisited. *International Journal of Public Opinion Research*, 8, 113–119. (ON/ZS)

Huck, I. & Brosius, H.-B. (2007). Der Third-Person-Effekt — Über den vermuteten Einfluss der Massenmedien. *Publizistik*, 52, 355-374. (ON/ZS)

Paul, B., Salwen, M. B. & Dupagne, M. (2000). The third-person effect. A meta-analysis of the perceptual hypothesis. *Mass Communication and Society*, 3, 57–85. (ON/ZS)

Perloff, R.M. (2002). The third-person effect. In J. Bryant & D. Zillmann (Hrsg.), *Media effects. Advances in theory and research* (S. 489-506). Mahwah: Lawrence Erlbaum. (NE)

Mutz, D. C. (1989). The influence of perceptions of media influence. Third-person effects and public expression of opinion. *International Journal of Opinion Research* 1, 3-23. (ON/ZS)

## **2.3 Medien und Gewalt**

Früh, W. (1995). Die Rezeption von Fernsehgewalt. *Media Perspektiven*, o. Jg., 172-185. (ON/ZS)

Gleich, U. (2004). Medien und Gewalt. In R. Mangold, P. Vorderer & G. Bente (Hrsg.), *Lehrbuch der Medienpsychologie* (S. 587-618). Göttingen: Hogrefe-Verlag. (KP)

Kunczik, M. & Zipfel, A. (2002). Gewalttätig durch Medien? Aus Politik und Zeitgeschichte. Beilage zur Wochenzeitung *Das Parlament*, 44, 29-37. (ON/ZS)

Kunczik, M. & Zipfel, A. (2006). *Gewalt und Medien. Ein Studienhandbuch*. Köln: Böhlau. (HA)

Pürer, H. (2003). *Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Handbuch*. Konstanz: UVK. → S. 503-510 (NE)

## **Medienethik**

### **1.1 Medienethik allg.**

Debatin, B. (2003). *Kommunikations- und Medienethik*. Konstanz: UVK Medien. (HA)

Funiok, R. (1999). Grundfragen der Publikumsethik. In A. Holdegger (Hrsg.), *Kommunikations- und Medienethik. Interdisziplinäre Perspektiven*. Freiburg, Schweiz: Universitäts-Verlag. (KP)

Funiok, R. & Schmälzle U. (1999). Medienethik vor neuen Herausforderungen. In R. Funiok (Hrsg.), *Medienethik – die Frage der Verantwortung* (S. 15-31). Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung. (KP)

Funiok, R. (2007). *Medienethik. Verantwortung in der Mediengesellschaft*. Stuttgart: Kohlhammer. (HA)

Kunczik, M. & Zipfel, A. (2005). *Publizistik*. Köln: Böhlau. → S. 198-240 (NE)

Pürer, H. (1996). Ethik und Verantwortung im Journalismus. In H. Pürer (Hrsg.), *Praktischer Journalismus in Zeitung, Radio und Fernsehen*. Konstanz: UVK Medien. (NE)

### **1.2 Ethik im Journalismus**

Esser, F. (1999). Ursachen größerer Recherchebereitschaft im britischen Presse-journalismus. Eine Analyse aus vergleichender Perspektive. *Rundfunk und Fernsehen*, 47, 200-219. (ON/ZS)

Karmasim, M. (1996). Journalismus ohne Moral – Staat oder Markt als Moralersatz? In C. Mast (Hrsg.), *Markt – Macht – Medien. Publizistik im Spannungsfeld zwischen gesellschaftlicher Verantwortung und ökonomischen Zielen* (S. 215–229). Konstanz: UVK Medien. (ON/ZS)

Pürer, H. (1992). Ethik in Journalistik und Massenkommunikation. Versuch einer Theoriensynapse. *Publizistik*, 37, 304-321.

Saxer, U. (1984). Journalismus- und Medienethik: Möglichkeiten und Grenzen. *Media Perspektiven*, o. Jg., S. 21-32. (ON/ZS)

Weischenberg, S., Malik, M., & Scholl, A. (2006a). *Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland*. Konstanz: UVK. Insbesondere S. 167-181. (NE)

## Mündliche Prüfungen Lehrbereich Fröhlich – Themenliste

Wolling, J. (1996). Wunsch versus Wirklichkeit. Normative und realistische Erwartungen an journalistischen Entscheidungsverhalten. In C. Mast (Hrsg.), Markt –Macht – Medien. Publizistik im Spannungsfeld zwischen gesellschaftlicher Verantwortung und ökonomischen Zielen (S. 231-247). Konstanz: UVK Medien. (ON/ZS)

### 1.3 Ethik der PR

Avenarius, H. (1998). Die ethischen Normen der Public Relations. Kodizes, Richtlinien, freiwillige Selbstkontrolle. Neuwied: Luchterhand. → S. 6–9, 29-74, 204–213, und S. 223-248. (KP)

Becher, M. (1996). Moral in der PR? Eine empirische Studie zu ethischen Problemen im Berufsfeld Öffentlichkeitsarbeit. Berlin: Vistas. (HA)

#### Mündliche Prüfungen Lehrbereich Fröhlich

Bentele, G. (2005). Ethische Anforderungen an Öffentlichkeitsarbeit. In G. Bentele , R. Fröhlich, & P. Szyszka (Hrsg.), Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln (S. 562-574). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. (NE)

Förg, B. (2004). Moral und Ethik der PR. Grundlagen – Theoretische und empirische Analysen – Perspektiven. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. → S. 86-131 (KP)

Pürer, H. (1992). Ethik in Journalismus und Massenkommunikation. Publizistik, 37, 304-321. (ON/ZS)

Deutscher Rat für Public Relations (Aktuelle Spruchpraxis)

<http://www.dprg.de/statische/itemshowone.php4?id=53> (ON/ZS)