

Grundlagen- und Prüfungsliteratur Lehrbereich Fröhlich

Die folgende Liste umfasst die vollständige Prüfungsliteratur für die schriftliche Magisterprüfung (Klausur) sowie für die schriftliche Prüfung im Diplomstudengang Journalistik am Lehrbereich Fröhlich. Beiträge mit einem vorangestellten Sternchen (*) eignen sich für den Einstieg in die jeweilige Thematik. Idealerweise sollte die Liste **studienbegleitend** erarbeitet werden. Für alle Studierende, die im Rahmen ihres Examens (auch) eine mündliche Prüfung ablegen müssen, kann die Liste als Anregung dienen für die Auswahl von Themen zur mündlichen Prüfung.

Kommunikationswissenschaft im Überblick

- Blumler, J. G. (1997). Wandel des Mediensystems und sozialer Wandel: Auf dem Weg zu einem Forschungsprogramm. *Publizistik*, 42, 16-36.
- Brosius, H.-B. (1997). Multimedia und digitales Fernsehen: Ist eine Neuausrichtung kommunikationswissenschaftlicher Forschung notwendig? *Publizistik*, 42, 37-45.
- Fröhlich, R. & Holtz-Bacha, C. (1995). *Frauen und Medien – Eine Synopse der deutschen Forschung*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1995.
- Kutsch, A. & Pöttker, H. (Hrsg.). (1997). *Kommunikationswissenschaft – autobiographisch. Zur Entwicklung einer Wissenschaft* (= Publizistik Sonderheft 1/1997). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- *Pürer, H. (2003). *Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Handbuch*. Konstanz: UVK.
- Schulz, W. (1997). Probleme der Medienexpansion als Forschungsthema: Umwertung der Nachrichtenwerte, Fragmentierung der Nutzung und Wirklichkeitsverlust. *Publizistik*, 42, 83-89.

Mediensystem, Mediengeschichte, Medienpolitik

- Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger. (Hrsg.). (1998 ff). *Zeitungen '98ff*. Bonn: ZV-Verlag.
- Frank, G. (1988). Das Informationsgleichgewicht zwischen Regierung, Verwaltung und Parlament. *Publizistik*, 33, 633-644.
- Jarren, O. (Hrsg.). (1994). *Medien und Journalismus 1. Eine Einführung*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- *Meyn, H. & von Chill, H. (2004). *Massenmedien in Deutschland* (überarbeitete Neuauflage). Konstanz: UVK Taschenbuch.
- *Pürer, H. & Raabe J. (2007). *Presse in Deutschland* (3. völlig überarbeitete u. erweiterte Auflage). Konstanz: UVK
- *Schütz, W. J. (2005). *Zeitungen in Deutschland. Verlage und ihr publizistisches Angebot 1949-2004*. Berlin: Vistas.
- * Stuißer, H.-W, Schneiderbauer, C. & Wich, A. (1998). *Medien in Deutschland. Bd. 2: Rundfunk (1. und 2. Teil)*. Konstanz: UVK.

Sowie jeweils aktuell:

- „Formationen deutscher Medienmultis“ – regelmäßig in Media Perspektiven
- Sonstige aktuelle Beiträge in Media Perspektiven zur Medienkonzentration, Medienorganisationen usw. in Deutschland
- Neue Mediengesetze wie z.B. Rundfunkänderungsstaatsverträge, ständig aktuell in *Media Perspektiven Dokumentation*

Politische Kommunikation

*Jarren, O. & Donges, P. (2006). *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft* (2. Auflage). Wiesbaden: VS.

*Jarren, O., Sarcinelli, U. & Saxer, U. (Hrsg.). (1998). *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Sarcinelli, U. (Hrsg.). (1998). *Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Sarcinelli, U. (2005). *Politische Kommunikation in Deutschland*. Wiesbaden: VS.

Schulz, W. (1997). *Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse, empirische Forschung zur Rolle der Massenmedien in der Politik*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Schulz, W. (2003). Politische Kommunikation. In G. Bentele, H.-B. Brosius & O. Jarren (Hrsg.), *Öffentliche Kommunikation* (S. 458-480). Wiesbaden: VS.

Kommunikatorforschung

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

Fröhlich, R. & Schwenk, J. (2004). *Traumberuf Medien? Daten und Fakten zu einem vermeintlich frauendominierten Berufsfeld. Eine Lehr- und Informations-CD-ROM*. Wiesbaden: VS Verlag

Löffelholz, M. (2000). Theorien des Journalismus. Entwicklungen, Erkenntnisse, Erfindungen – eine metatheoretische und historische Orientierung. In M. Löffelholz (Hrsg.), *Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch* (S. 15–60). Opladen: Westdeutscher Verlag.

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

Pürer, H. (1997). Zwischen Tradition und Wandel: Zum Stand der Kommunikatorforschung in Deutschland. In H. Fünfgeld & C. Mast (Hrsg.), *Massenkommunikation. Ergebnisse und Perspektiven* (S. 89–123). Opladen: Westdeutscher Verlag.

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

- Schneider, B., Schönbach, K., & Stürzebecher, D. (1993b). Journalisten im vereinigten Deutschland: Strukturen, Arbeitsweisen und Einstellungen im Ost-West-Vergleich. *Publizistik*, 38, 353–382.
- Scholl, A. & Weischenberg, S. (1998). *Journalismus in der Gesellschaft. Theorie, Methodologie und Empirie*. Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Weischenberg, S., Löffelholz, M. & Scholl, A. (1993). Profile der Aussagenentstehung. Journalismus in Deutschland: Design und erste Befunde der Kommunikatorstudie. *Media Perspektiven*, o. Jg., 21-33.
- Weischenberg, S., Löffelholz, M. & Scholl, A. (1994): Journalismus in Deutschland II: Merkmale und Einstellungen von Journalisten. *Media Perspektiven*, o. Jg., 154-167.
- Weischenberg, S., Malik, M. & Scholl, A. (2006). *Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland*. Konstanz: UVK.

Nachrichtenauswahl/-selektion

- Eilders, C. (1997). *Nachrichtenfaktoren und Rezeption: Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Informationen*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Kepplinger, H.-A. (1998). Der Nachrichtenwert der Nachrichtenfaktoren. In C. Holtz-Bacha, H. Scherer & N. Waldmann (Hrsg.), *Wie die Medien die Welt erschaffen und wie die Menschen darin leben*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Kepplinger, H. M. (07.04.1989). Theorien der Nachrichtenauswahl als Theorien der Realität. *Aus Politik und Zeitgeschichte, Beilage zur Zeitschrift das Parlament*, 15, 3-16.
- Kepplinger, H.-M. & Rouwen, B. (2000). Der prognostische Gehalt der Nachrichtentwerttheorie. *Publizistik* 45(4), 462-475.
- *Schulz, W. (1990). *Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung*. Freiburg, München: Alber.
- *Staab, J.-F. (1990). *Nachrichtentwerttheorie. Formale Struktur und empirischer Gehalt*. Freiburg, München: Alber.

Mediennutzung

- *Eimeren, B. van & Ridder, C.-M. (2005). Trends in der Nutzung und Bewertung der Medien 1970 bis 2005. *Media Perspektiven*, o. Jg.(10), 490-504.
- *Meyen, M. (2004). *Mediennutzung. Mediaforschung, Medienfunktionen, Nutzungsmuster* (2. überarbeitete Auflg.). Konstanz: UVK.
- *Reitze, H. & Ridder, C.-M. (2006). *Massenkommunikation VII. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964-2005*. Baden-Baden: Nomos.

- Ridder, C.-M. , Engel, B. (2005): Massenkommunikation 2005: Images und Funktionen der Massenmedien im Vergleich. *Media Perspektiven, o. Jg. (9)*, 422-448.
- Rössler, P. (1998). Wirkungsmodelle: die digitale Herausforderung. In P. Rössler (Hrsg.), *Online-Kommunikation. Beiträge zu Nutzung und Wirkung* (S. 17–46). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Schönbach, K. (1997). Das hyperaktive Publikum – Essay über eine Illusion. *Publizistik, 42*, 279–286.
- Schulz, W. (1982). Ausblick am Ende des Holzwegs. Eine Übersicht über die Ansätze der neuen Wirkungsforschung. *Publizistik, 27*, 49–73.
- Schweiger, W. (2007). *Theorien der Mediennutzung. Eine Einführung*. Wiesbaden: VS.
- *van Eimeren, B. & Ridder, C.-M. (2001). Trends in der Nutzung und Bewertung der Medien. 1970 bis 2000. Ergebnisse der ARD/ZDF Langzeitstudie Massenkommunikation. *Media Perspektiven, o. Jg.*, 538–553. Online verfügbar unter: http://www.ardwerbung.de/MediaPerspektiven/inhalt/MP01/MP01_11/download/vanEimeren.pdf.
- Wirth, W. & Schweiger, W. (1999). Selektion neu betrachtet: Auswahlentscheidungen im Internet. In W. Wirth. & W. Schweiger (Hrsg.), *Selektion im Internet. Empirische Analysen zu einem Schlüsselkonzept* (S. 43–70). Opladen: Westdeutscher Verlag.

Sowie jeweils aktuell:

- „ARD/ZDF-Onlinestudie“ (regelmäßig in Media Perspektiven)
- „Tendenzen im Zuschauerverhalten“ (regelmäßig in Media Perspektiven)
- Monographische Veröffentlichung zur jeweils letzten Welle der Studie „Massenkommunikation“ (so genannte Berg/Kiefer-Studie)

Medienwirkung

- Bente, G. & Fromm, B. (1997). *Affektfernsehen: Motive, Angebotsweisen und Wirkungen*. Opladen: Leske + Budrich.
- Berghaus, M. (1999). Wie Massenmedien wirken. Ein Modell zur Systematisierung. *Rundfunk und Fernsehen, 181–199*.
- *Bonfadelli, H. (1999). *Medienwirkungsforschung I. Grundlagen und theoretische Perspektiven*. Konstanz: UVK Medien.
- Bonfadelli, H. (2004a). *Medienwirkungsforschung I* (3. neubearbeitete Auflage). Konstanz: UVK.
- Bonfadelli, H. (2004b). *Medienwirkungsforschung II*. Konstanz: UVK.
- Brosius, H.-B. (1997). *Modelle und Ansätze der Medienwirkungsforschung. Überblick über ein dynamisches Forschungsfeld* (Düsseldorfer Medienwissenschaftliche Vorträge, 8). Bonn: ZV Zeitungs-Verlag Service.
- Engel, B. & Best, S. (2001). Mediennutzung und Medienbewertung im Kohortenvergleich. Ergebnisse der ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation. *Media Perspektiven, o. Jg.*, 554-563. Online verfügbar unter:

http://www.ard-werbung.de/MediaPerspektiven/inhalt/MP01/MP01_11/download/Engel.pdf.

- Früh, W. & Schönbach, K. (1992). Der dynamisch-transaktionale Ansatz. In R. Burkart (Hrsg.), *Wirkungen der Massenkommunikation* (S. 86–100). Wien: Wilhelm Braumüller.
- Kepplinger, H.-M. (1982). Die Grenzen des Wirkungsbegriffs. *Publizistik*, 27, 98–113.
- *Kunczik, M. & Zipfel, A. (2006). *Gewalt und Medien. Ein Studienhandbuch*. Konstanz: UVK.
- Merten, K. (1994). Wirkungen von Kommunikation. In K. Merten, S. J. Schmidt & S. Weischenberg (Hrsg.), *Die Wirklichkeit der Medien: Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft* (S. 291–328). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Meyen, M. (2004). *Mediennutzung. Mediaforschung, Medienfunktionen, Nutzungsmuster* (2. überarbeitete Auflg.). Konstanz: UVK.
- *Schenk, M. (2002). *Medienwirkungsforschung* (2., vollst. überarbeitete Auflage). Konstanz: UVK.

Medienethik

- Debatin, B. (1998). Verantwortung im Medienhandeln. Medienethische und handlungstheoretische Überlegungen zum Verhältnis von Freiheit und Verantwortung in der Massenkommunikation. In W. Wunden (Hrsg.), *Freiheit und Medien* (S. 113–130). Frankfurt am Main: Gemeinschaftswerk der evangelischen Publizistik.
- Debatin, B. (1999). Ethik und Internet. Zur normativen Problematik von Online-Kommunikation. In R. Funiok, U. F. Schmäzle & C. Werth (Hrsg.), *Medienethik – die Frage der Verantwortung* (S. 274–293). Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.
- *Funiok, R. (2007). *Medienethik*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Haller, M. & Holzhey, H. (Hrsg.). (1991). *Medien-Ethik*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Karmasin, M. (Hrsg.). (2002). *Medien und Ethik*. Stuttgart: Reclam.
- *Pürer, H. (1992). Ethik in Journalistik und Massenkommunikation. Versuch einer Theoriensynopse. *Publizistik*, 37, 304–321.
- Rath, M. (Hrsg.). (2000). *Medienethik und Medienwirkungsforschung*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Sowie zusätzlich:

- Jahrbücher des Deutschen Presserates: Deutscher Presserat. (Hrsg.). (2000 ff.). Jahrbuch 2000 ff. Konstanz: UVK.

Public Relations

- Baerns, B. (1979). Öffentlichkeitsarbeit als Determinante journalistischer Informationsleistungen. *Publizistik*, 23, 301–316.
- Becher, M. (1996). *Moral in der PR? Eine empirische Studie zu ethischen Problemen im Berufsfeld Öffentlichkeitsarbeit*. Berlin: Vistas.
- *Bentele, G., Fröhlich, R. & Szyszka, R. (2007). *Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon* (überarbeitete, aktualisierte und erweiterte Auflage). Wiesbaden: VS.
- Bentele, G., Liebert, T. & Seeling, S. (1997). Von der Determination zur Intereffikation. Ein integriertes Modell zum Verständnis von Public Relation und Journalismus. In G. Bentele & M. Haller (Hrsg.), *Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure – Strukturen – Veränderungen* (S. 225–250). Konstanz: UVK Medien.
- *Fröhlich, R., Peters, S. & Simmelbauer, E.-M. (2005). *Public Relations. Daten und Fakten der geschlechtsspezifischen Berufsfeldforschung*. München: Oldenbourg.
- *Kunczik, M. (1997). *Geschichte der Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland*. Köln, Weimar, Wien: Böhlau.
- Kunczik, M. (2002). *Public Relations. Konzepte und Theorien* (4., völlig überarbeitete Auflage). Stuttgart: UTB.
- Röttger, U. (2000). *Public Relations – Organisation und Profession*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Röttger, U. (Hrsg.). (2004). *Theorien der Public Relations*. Wiesbaden
- *Schantel, A. (2000). Determination oder Intereffikation? Eine Metaanalyse der Hypothesen zur PR-Journalismus-Beziehung. *Publizistik*, 45, 70–88.