

Prof. Dr. Carsten Reinemann
LMU München. IfKW

**Mündliche Prüfungen im Diplom-Nebenfach
Kommunikationswissenschaft
(BWL, Geographie etc.)**

Die mündliche Prüfung dauert 30 Minuten, findet in meinem Büro statt und besteht aus Fragen und Antworten (kein Impulsreferat verlangt). Die Prüfung kann in folgenden Schwerpunktgebieten abgelegt werden:

- 1. Kommunikationstheorie und -geschichte
- 2. Publizistik, Journalistik, Öffentlichkeitsarbeit
- 3. Mediensysteme und Kommunikationspolitik
- 4. Methodenlehre

Insgesamt werden drei Themen geprüft. Dabei gibt es ein Pflichtthema und zwei Wahlthemen. Pflicht ist der Themenbereich *1.1.1 Kommunikation und Massenkommunikation*. Aus den übrigen Einzelthemen (ein Einzelthema ist daran zu erkennen, dass es Literaturangaben gibt) wählt der Prüfling zwei weitere aus. Diese müssen aus unterschiedlichen Schwerpunkten stammen.

Auch andere Themen sind u.U. möglich, müssen aber rechtzeitig mit mir vereinbart werden. Der Prüfling erstellt dann *nach der Themenabsprache* zunächst eigenständig eine Literaturliste und schickt diese spätestens zwei Wochen vor der Prüfung an mich oder Frau Schwarze (s.u.). Als Faustregel kann gelten, dass die Literaturliste für jedes Einzelthema mindestens 1-2 Monographien sowie 4-5 Aufsätze umfassen sollte. Bei der Recherche sind nicht nur Monographien und Sammelbände, sondern auch aktuelle Aufsätze aus einschlägigen deutschen und englischsprachigen Fachzeitschriften zu berücksichtigen. Auf der Literaturliste sind Name, Adresse, Email und Thema zu vermerken.

Für Anmeldungen zur Prüfungen, Fragen aller Art und die Anmeldung für die Sprechstunde wenden Sie sich bitte an Frau Schwarze, schwarze@ifkw.lmu.de, 089-2180-9420.

München, den 22.11.2008

Carsten Reinemann

Übersicht möglicher Themen

1. Kommunikationstheorie und -geschichte

- 1.1 Kommunikationsmodelle
 - 1.1.1 Kommunikation und Massenkommunikation
- 1.2 Mediennutzung
 - 1.1.1 Mediennutzung in Deutschland allgemein
 - 1.1.2 Uses & Gratifications-Ansatz
 - 1.1.3 Selektive Mediennutzung/ -wahrnehmung
- 1.3 Medienwirkungen
 - 1.3.1 Medienwirkungen allgemein / Modelle
 - 1.3.2 Agenda-Setting und Priming
 - 1.3.3 Kultivationsforschung
 - 1.3.4 Schweigespirale
 - 1.3.5 Wissensklufthypothese
 - 1.3.6 Framing
 - 1.3.7 Reziproke Effekte
 - 1.3.8 Medien und Wahlen
 - 1.3.9 Medien und Gewalt

2. Publizistik, Journalistik, Öffentlichkeitsarbeit

- 2.1 Theorien der Journalismusforschung
- 2.2 Journalismus als Beruf allgemein
- 2.3 Politischer Journalismus
- 2.4 Online-Journalismus
- 2.5 Theorien der Nachrichtenauswahl
- 2.6 Rollenselbstverständnis von Journalisten
- 2.7 Koorientierung, Selbstreferenz und Konsonanz
- 2.8 Medien als politische Akteure

3. Mediensysteme und Kommunikationspolitik

- 3.1 Medienpolitik
- 3.2 Das deutsche Mediensystem
- 3.3 Media-Performance/ Medienqualität
- 3.4 Medieninhalte im Wandel

4. Methodenlehre

- 4.1 Quantitative Inhaltsanalyse
- 4.2 Umfrageforschung
- 4.3 Sozialwissenschaftliches Experiment

1. Kommunikationstheorie und -geschichte

1.1 Kommunikationsmodelle

1.1.1 Kommunikation und Massenkommunikation

- Bentele, G. & Beck, K. (1994): Information - Kommunikation - Massenkommunikation: Grundbegriffe und Modelle der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. In: Jarren, O. (Hrsg.): Medien und Journalismus 1. Eine Einführung. Opladen, S. 15-50.
- Bonfadelli, H. (2005): Was ist öffentlich Kommunikation? Grundbegriffe und Modelle. In: Bonfadelli, H., Jarren, O. & Siegert, G. (Hrsg.): Einführung in die Publizistikwissenschaft. 2. Auflage. Bern, S. 73-101.
- Kunczik, M. & Zipfel, A. (2001): Publizistik. Ein Studienhandbuch. Köln, S. 26-60.
- Pürer, H. (2003): Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Handbuch. Konstanz (darin S. 57-106).
- Schulz, W. (2003): Kommunikationsprozess. In: Noelle-Neumann, E., Schulz, W. & Wilke, J. (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt, S. 153-182.

1.2 Mediennutzung

1.2.1 Mediennutzung in Deutschland allgemein

- Engel, B. & Best, S. (2007): Qualitäten der Mediennutzung. Ergebnisse auf Basis der ARD/ ZDF-Studie Massenkommunikation. In: Media Perspektiven, o. Jg., S. 20-36.
- Gerhards, M. & Mende, A. (2008): Ein Drittel der Deutschen bleibt weiter offline. Ergebnisse der ARD/ZDF-Offlinestudie 2008. In: Media Perspektiven, o. Jg., S. 365-376.
- Hasebrink, U. (2003): Nutzungsforschung. In: Bentele, G., Brosius, H.-B. & Jarren, O. (Hrsg.): Öffentliche Kommunikation. Wiesbaden, S. 101-127.
- Pürer, H. (2003): Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Handbuch. Konstanz. (darin der Abschnitt „4.4.1 Mediennutzungsforschung“, S. 311-332).
- Van Eimeren, B. & Frees, B. (2008): Internetverbreitung: Größter Zuwachs bei Silver-Surfern. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2008. In: Media Perspektiven, o. Jg., S. 330-344.
- Zubayr, C. & Gerhard, H. (2008): Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 2007. In: Media Perspektiven, o. Jg., S. 106-119.

1.1.3 Uses & Gratifications-Ansatz

- Finn, S. (1997): Origins of media exposure: Linking personality traits to TV, radio, print, and film use. Communication Research, 24. Jg., S. 507-529.
- Katz, E., Blumler, J. G. & Gurevitch, M. (1974): Utilization of mass communication by the individual. In: Blumler, J. G. & Katz, E. (Hrsg.): The uses of mass communications: Current perspectives of gratifications research. Beverly Hills (CA), S. 19-32.

- Palmgreen, P. & Rayburn, J. D. (1985): An expectancy-value approach to media gratification. In: Rosengren, K. E., Palmgreen, P. C. & Wenner, L. A. (Hrsg.): Media gratifications research: Current perspectives. Beverly Hills (CA), S. 61-72.
- Ruggiero, T. E. (2000): Uses and gratifications theory in the 21st century. In: Mass Communication and Society, S. 3-37.
- Schweiger, W. (2007): Theorien der Mediennutzung. Eine Einführung. Wiesbaden. (davon Kapitel 3.1 „Der Uses-and Gratifications-Ansatz“, S. 60-91).

1.1.4 Selektive Mediennutzung/ -wahrnehmung

- Donsbach, W. (1992): Medienwirkung trotz Selektion. Einflussfaktoren auf die Zuwendung zu Zeitungsinhalten. Köln.
- Eilders, C. (1999): Zum Konzept der Selektivität. Auswahlprozesse bei Medien und Publikum. In: Wirth, W. & Schweiger, W. (Hrsg.): Selektion im Internet. Empirische Analysen zu einem Schlüsselkonzept. Wiesbaden, S. 13-41.
- Knobloch-Westerwick, S. (2007): Kognitive Dissonanz "Revisited". Selektive Zuwendung zu einstellungskonsistenten und -inkonsistenten politischen Informationen. In: Publizistik, 52. Jg., S. 51-62.
- Knobloch, S., Patzig, G., Hastall, M. (2002): "Informational Utility". Einfluß von Nützlichkeit auf selektive Zuwendung zu negativen und positiven Online-Nachrichten. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, 50. Jg., S. 359-375.
- Schweiger, W. (2007): Theorien der Mediennutzung. Eine Einführung. Wiesbaden. (darin Kapitel 3.2, S. 104-119 und Kapitel 4.4, S. 167-195).

1.3 Medienwirkungsforschung

1.3.1 Medienwirkung allg./ Grundlagen

- Brosius, H.-B. (2003): Medienwirkung. In: Bentele, G., Brosius, H.-B. & Jarren, O. (Hrsg.): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden, S. 128-148.
- Brosius, H.-B. & Esser, F. (1998): Mythen in der Wirkungsforschung: Auf der Suche nach dem Stimulus-Response-Modell. In: Publizistik, 43. Jg., S. 341-361.
- Früh, W. & Schönbach, K. (1982): Der dynamisch-transaktionale Ansatz. Ein neues Paradigma der Medienwirkungen. In: Publizistik, 27. Jg., S. 74-88.
- Kepplinger, H. M., Noelle-Neumann, E. (2002): Wirkung der Massenmedien. In: Noelle-Neumann, E., Schulz, W. & Wilke, J. (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt am Main, S. 597-647.
- Jäckel, M. (2005): Medienwirkungen. Ein Studienbuch zur Einführung. 3. überarbeitete Auflage. Wiesbaden.

1.3.2 Agenda Setting und Priming

- Brosius, H.-B. (1994): Agenda-Setting nach einem Vierteljahrhundert Forschung: Methodischer und theoretischer Stillstand? In: Publizistik, 39. Jg., S. 269-288.
- McCombs, M. & Shaw, D. (1972): The Agenda-Setting function of mass media. In: Public Opinion Quarterly, 36. Jg., S. 176-185.
- Rössler, P. (1997): Agenda-Setting. Theoretische Annahmen und empirische Evidenzen einer Medienwirkungshypothese. Opladen.
- Scheufele, D. A. & Tewksbury, D. (2007): Framing, agenda-setting, and priming: The evolution of three media effects models. Journal of Communication, 57. Jg., S. 9-20.
- Weaver, D. H. (2007): Thoughts on Agenda Setting, Framing, and Priming. In: Journal of Communication, 57. Jg., S. 142-147.

1.3.3 Kultivationshypothese

- Bilandzic, H. (2002): Genrespezifische Kultivierung durch Krimirezeption. In: Medienpsychologie, 14. Jg., S. 60-68.
- 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. In: Communication Theory, 16. Jg., S. 333-355.
- Gerbner, G. & Gross, L. (1976): Living with Television: The violence profil. In: Journal of Communication, 26. Jg., S. 173-199.
- Rossmann, C. & Brosius, H.-B. (2006): Zum Problem der Kausalität in der Kultivierungsforschung. In: Wirth, W., Fahr, A. & Lauf, E. (Hrsg.): Forschungslogik und -design in der Kommunikationswissenschaft. Anwendungsfelder in der Kommunikationswissenschaft (Band 2). Köln, S. 217-242.
- Williams, D. (2006): Virtual cultivation: Online worlds, offline perceptions. In: Journal of Communication, 56. Jg., S. 69-87.

1.3.4 Schweigespirale

- Donsbach, W. (1987): Die Theorie der Schweigespirale. In: Schenk, M. (Hrsg.): Medienwirkungsforschung. Tübingen, S. 324-343.
- Huang, H. (2005): A cross-cultural test of the spiral of silence. In: International Journal of Public Opinion Research, 17. Jg., S. 324-345.
- Noelle-Neumann, E. (1980): Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung – unsere soziale Haut. München.
- Noelle-Neumann, E. (1989): Die Theorie der Schweigespirale als Instrument der Medienwirkungsforschung. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie (Sonderheft), S. 418-440.
- Noelle-Neumann, E. (2003): Öffentliche Meinung. In: Noelle-Neumann, E., Schulz, W. & Wilke, J. (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt am Main, S. 392-406.

Scheufele, D. A. & Moy, P. (2000): Twenty-five years of the spiral of silence: A conceptual review and empirical outlook. In: *International Journal of Public Opinion Research*, 12. Jg., S. 3-28.

1.3.5 Wissensklufthypothese

Eveland, W. P., Jr. & Scheufele, D. A. (2000): Connecting news media use with gaps in knowledge and participation. In: *Political Communication*, 17. Jg, S. 215-237.

Holbrook, T. M. (2002): Presidential campaigns and the knowledge gap. In: *Political Communication*, 19. Jg., S. 437-454.

Tichenor, P. J., Donohue, G. A. & Olien, C. N. (1970): Mass media flow and differential growth in knowledge. In: *Public Opinion Quarterly*, 34. Jg., S. 159-170.

Winterhoff-Spurk, P. (1999). Auf dem Weg in die mediale Klassengesellschaft? Psychologische Beiträge zur Wissenskluff-Forschung. In: *Medien praktisch*, 3. Jg., S. 17-22.

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

1.3.6 Framing

Dahinden, U. (2006): *Framing: Eine integrative Theorie der Massenkommunikation*. Konstanz.

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

Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007): Framing, agenda-setting, and priming: The evolution of three media effects models. In: *Journal of Communication*, 57. Jg., S. 9-20.

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

1.3.7 Reziproke Effekte

Daschmann, G. (2007): Der Preis der Prominenz. Medienpsychologische Überlegungen zu den Wirkungen von Medienberichterstattung auf die dargestellten Akteure. In: Schierl, T. (Hrsg.): *Prominenz in den Medien. Zur Genese und Verwertung von Prominenten in Sport, Wirtschaft und Kultur*. Köln, S. 184-211.

Kepplinger, H. M. (2007): Politiker als Protagonisten der Medien. In: *Zeitschrift für Politik*, 54. Jg., S. 274-295.

Kepplinger, H. M. (2007): Reciprocal Effects: Towards a Theory of Mass Media Effects on Decision Makers. In: *The Harvard International Journal of Press/ Politics*, 12. Jg., S. 3-23.

Kepplinger, H. M., Glaab, S. (2005): Folgen ungewollter Öffentlichkeit. Abwertende Pressebeiträge aus der Sichtweise der Betroffenen. In: Beater, A. und Habermeier, S. (Hrsg.): Verletzung von Persönlichkeitsrechten durch die Medien. Tübingen, S. 117-137.

1.3.8 Medien und Gewalt

Früh, H., Brosius, H.-B. (2008): Gewalt in den Medien. In: Batinic, B. & Appel, M. (Hrsg.): Medienpsychologie. Heidelberg, S. 178-193.

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

Kepplinger, H. M. (2002): Wirkung von Gewalt in den Massenmedien. In: Noelle-Neumann, E., Schulz, W. & Wilke, J. (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt am Main, S.648-658.

Kunczik, M. & Zipfel, A. (2002): Gewalttätig durch Medien? In: Aus Politik und Zeitgeschichte, Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament, 44. Jg., S. 29-37.

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

1.3.9 Medien und Wahlen

Brettschneider, F. (2005): Massenmedien und Wählerverhalten. In: Falter, J. W. & Schoen, H. (Hrsg.): Handbuch Wahlforschung. Wiesbaden, S. 473-500.

Iyengar, S. & Simon, A. F. (2000): New Perspectives and Evidence on Political Communication and Campaign Effects. In: Annual Review of Psychology, 51. Jg., S. 149-169.

Maurer, M. & Reinemann, C. (2006): Medieninhalte. Eine Einführung. Wiesbaden. (darin Kapitel 4.2, S. 107-143).

Schulz, W. (2008): Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung. 2. vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden. (darin Kapitel 6: „Medien im Wahlkampf“, S. 229-304).

Vowe, G. / Dohle, M. (2007): Politische Kommunikation im Umbruch – neue Forschung zu Akteuren, Medieninhalten und Wirkungen. In: Politische Vierteljahresschrift, 48. Jg., S. 338-359.

1.3.10 Medialisierung der Politik

Imhof, K. (2006): Mediengesellschaft und Medialisierung. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, 54. Jg., S. 191-215.

Kepplinger, H. M. (2002): Mediatization of politics: Theory and data. In: Journal of Communication, 52. Jg., S. 972-986.

Patterson, T. E. (1997): The news media. An effective political actor? In: Political Communication, 14. Jg., S. 445-455.

Pontzen, D. (2006): Nur Bild, BamS und Glotze? Medialisierung der Politik. Hamburg.

Schulz, W. (2004): Reconstructing mediatization as an analytical concept. In: *European Journal of Communication*, 19. Jg., S. 87-101.

Vowe, G. & Dohle, M. (2007): Politische Kommunikation im Umbruch – neue Forschung zu Akteuren, Medieninhalten und Wirkungen. In: *Politische Vierteljahresschrift*, 48. Jg., S. 338-359.

2. Publizistik, Journalistik, Öffentlichkeitsarbeit

2.1 Theorien der Journalismusforschung

Jäckel, M. (2007): „... dass man nichts zu wählen hat“: Die Kontroverse um den Homo Oeconomicus. In: Altmeppen, K., Hanitzsch, T. & Schlüter, C. (Hrsg.): *Journalismustheorie: Next Generation*. Wiesbaden, S. 71-95.

Kepplinger, H. M. (2004): Problemdimension des Journalismus. Wechselwirkung von Theorie und Empirie. In: Löffelholz, M. (Hrsg.): *Theorien des Journalismus*. Wiesbaden, S. 87-105.

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

Reinemann, C. (2007): Subjektiv rationale Akteure. Das Potential handlungstheoretischer Erklärungen für die Journalismusforschung. In: Altmeppen, K., Hanitzsch, T. & Schlüter, C. (Hrsg.): *Journalismustheorie: Next Generation*. Wiesbaden, S. 47-67.

2.2 Journalismus als Beruf allgemein

Donsbach, W. (2002): Journalist. In: Noelle-Neumann, E., Schulz, W. & Wilke, J. (Hrsg.): *Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation*. Frankfurt am Main, S. 78-125.

Pürer, Heinz (2003): *Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Handbuch*. Konstanz. (darin Kapitel 4.1 „Kommunikator-/ Journalismusforschung“, S. 107-164).

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

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

Weaver, D. H. (Hrsg.) (1998): *The global journalist: News people around the world*. Cresskill (NJ).

2.3 Politischer Journalismus

Donsbach, W. (2002): Journalist. In: Noelle-Neumann, E., Schulz, W. & Wilke, J. (Hrsg.): *Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation*. Frankfurt am Main, S. 78-125.

Donsbach, W. & Patterson, T. (2003): Journalisten in der politischen Kommunikation: Professionelle Orientierungen von Nachrichtenredakteuren im internationalen Vergleich. In: Pfetsch, B. & Esser, F. (Hrsg.): *Politische Kommunikation im internationalen Vergleich. Grundlagen, Anwendungen, Perspektiven*. Wiesbaden, S. 281-304.

- Fengler, S. & Vestring, B. (2008): Politikjournalismus. Wiesbaden.
- Langenbacher, W. (2007): Politik – Medien – Journalisten: Politischer Journalismus. In: Krause, B., Fretwurst, B. & Vogelgesang, J. (Hrsg.): Fortschritte der politischen Kommunikationsforschung. Wiesbaden, S. 75-106.
- Weischenberg, S., Malik, M. & Scholl, A. (2006a): Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland. Konstanz.

2.4 Online-Journalismus

- Debatin, B. (2003): Ethik des Online-Journalismus – medienethische Kriterien und Perspektiven. In: Beck, K., Schweiger, W. & Wirth, W. (Hrsg.): Gute Seiten – schlechte Seiten. Qualität in der Onlinekommunikation. München, S. 80-99.
- Löffelholz, M., Quandt, T., Hanitzsch, T., & Altmeyen, K.-D. (2003): Online-Journalisten in Deutschland. Forschungsdesign und Befunde der ersten Repräsentativbefragung deutscher Online-Journalisten. In: Media Perspektiven, o. Jg., S. 477-486.
- Neuberger, C. (2002): Berufsbild Online-Journalist. In: Meier, K. (Hrsg.): Internet-Journalismus. Ein Leitfaden für ein neues Medium. 3. überarbeitete und erweiterte Auflage. Konstanz, S. 175-186.
- Neuberger, C. (2003): Onlinejournalismus: Veränderungen – Glaubwürdigkeit – Technisierung. Eine Sekundäranalyse bisheriger Forschungsergebnisse und wissenschaftlicher Analysen. In: Media Perspektiven, o. Jg., S. 131-138.
- Pürer, H. (2003): Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Handbuch. Konstanz. (darin S. 148-154 und S. 266-276).
- Quandt, T., Löffelholz, M., Weaver, D. H., Hanitzsch, T. & Altmeyen, K.-D. (2006): American and German Online Journalists at the Beginning of the 21st Century. A Bi-National Survey. In: Journalism Studies, 7. Jg., S. 171-186.

2.5 Nachrichtenagenturen

- Rössler, P. (2002): Von der Agenturwirklichkeit zur Pressewirklichkeit. Berichterstattung von Tageszeitungen und deren Abhängigkeit von Nachrichtenlieferanten. In: Baum, A. & Schmidt, S. J. (Hrsg.): Fakten und Fiktionen. Konstanz, S. 165-180.
- Schuller, S. (2003): Agenturjournalismus. Berlin.
- Schulz, W. (2002): Nachricht. In: Noelle-Neumann, E., Schulz, W. & Wilke, J. (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt am Main, S. 328-362.
- Struk, Thomas (2000): Redigierpraxis von Tageszeitungen bei Agenturnachrichten. In: Wilke, J. (Hrsg.): Von der Agentur zur Redaktion. Wie Nachrichten gemacht, bewertet und verwendet werden. Köln, Weimar, Wien, S. 179-239.
- Wilke, J. (2007): Das Nachrichtenangebot der Nachrichtenagenturen im Vergleich. In: Publizistik, 52. Jg., S. 329-354.

2.6 Theorien der Nachrichtenauswahl

- Kepplinger, H. M. (1989): Theorien der Nachrichtenauswahl als Theorien der Realität. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, Beilage zur Zeitschrift das Parlament, 15. Jg., S. 3-16.
- Kepplinger, H. M. (1998): Der Nachrichtenwert der Nachrichtenfaktoren. In: Holtz-Bacha, C., Scherer, H., Waldmann, N. (Hrsg.): Wie die Medien die Welt erschaffen und wie wir darin leben. Opladen, S. 19-38.
- Kepplinger, H. M. (2006): Forschungslogik der Nachrichtenwertforschung. Theoretische Grundlagen. In: Wirth, W., Fahr, A. & Lauf, E. (Hrsg.): Anwendungsfelder in der Kommunikationswissenschaft (Band 2). Köln, S. 15-34.
- Kunczik, M. & Zipfel A. (2005): Publizistik. Ein Studienhandbuch. Stuttgart, S. 245-266.
- Staab, J. F. (1990): Nachrichtenwerttheorie. Formale Struktur und empirischer Gehalt. Freiburg, München.

2.7 Rollenselbstverständnis von Journalisten

- Donsbach, W. (2008): Im Bermuda-Dreieck. Paradoxien im journalistischen Selbstverständnis. In: Scholl, A., Loosen, W., Pörksen, B. (Hrsg.): Paradoxien des Journalismus. Festschrift für Siegfried Weischenberg. Münster, S. 147-164.
- Donsbach, W. (2005): Rollenselbstverständnis. In: Weischenberg, S., Kleinsteuber, H. J. & Pörksen, B. (Hrsg.): Handbuch Journalismus und Medien. Konstanz, S. 415-420.
- Kepplinger, H. M. & Knirsch, K. (2000): Gesinnungs- und Verantwortungsethik im Journalismus. Sind Max Webers theoretische Annahmen empirisch haltbar? In: Rath, M. (Hrsg.): Medienethik und Medienwirkungsforschung. Opladen, S. 11-44.
- Kepplinger, H. M., Maurer, M. (2008): Das fragmentierte Selbst. Rollenkonflikte im Journalismus – Das Beispiel der Berliner Korrespondenten. In: Scholl, A., Loosen, W. & Pörksen, B. (Hrsg.): Paradoxien des Journalismus. Festschrift für Siegfried Weischenberg. Münster, S. 165-182.
- Weischenberg, S., Malik, M. & Scholl, A. (2006): Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland. Konstanz.

2.8 Koorientierung, Selbstreferentialität und Konsonanz

- Noelle-Neumann, E. (1973): Kumulation, Konsonanz und Öffentlichkeitseffekt. Ein neuer Ansatz zur Analyse der Wirkung der Massenmedien. In: Publizistik, 18. Jg., S. 26-55.
- Reinemann, C. (2003): Medienmacher als Mediennutzer. Kommunikations- und Einflusststrukturen im politischen Journalismus der Gegenwart. Köln [u.a.].
- Reinemann, C. & Huismann, J. (2007): Beziehen sich Medien immer mehr auf Medien? Dimensionen, Belege, Erklärungen. In: Publizistik, 52. Jg., S. 465-484.
- Peter, J. (2003): Konsonanz 30 Jahre später. Eine international vergleichende Studie zum Einfluss konsonanter Berichterstattung auf Meinungen zur Europäischen Union. In: Publizistik, 48. Jg., S. 190-208.

Rössler, P. (2003): Themenvielfalt im Politikressort. Ein Vergleich der Berichtsansätze von 27 deutschen Tageszeitungen. In: Donsbach, W. & Jandura, O. (Hrsg.): Chancen und Gefahren der Mediendemokratie. Konstanz, S. 174-187.

3. Mediensysteme und Kommunikationspolitik

3.1 Medienpolitik

Haas, H. & Wallner, C. (2007): Medienpolitik als gesellschaftliches Projekt. Die Ziele von Media Governance. In: Donges, P. (Hrsg.): Von der Medienpolitik zur Media Governance? Köln, S. 127-143.

Jarren, O. (1999): Medienregulierung in der Informationsgesellschaft? Über die Möglichkeiten der Ausgestaltung der zukünftigen Medienordnung. In: Publizistik, 44. Jg., S. 149-164.

Puppis, M. (2007): Einführung in die Medienpolitik. Konstanz.

Van Cuilenburg, J. & McQuail, D. (2003): Media policy paradigm shifts. Towards a new communications policy paradigm. In: European Journal of Communication, 18. Jg., S. 181-207.

Vowe, G. (2003): Medienpolitik. Regulierung der öffentlichen Kommunikation. In: Bentele, G., Brosius, H.-B. & Jarren, O. (Hrsg.): Öffentliche Kommunikation. Wiesbaden, S. 210-227.

Wilke, J. (1983): Leitideen in der Begründung der Pressefreiheit. In: Publizistik, 28. Jg., S. 512-524.

3.2 Das deutsche Mediensystem

Mathes, R. & Donsbach, W. (2002): Rundfunk. In: Noelle-Neumann, E., Schulz, W. & Wilke, J. (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt am Main, S. 546-596.

Schütz, W. J. (2002): Pressewirtschaft. In: Noelle-Neumann, E., Schulz, W. & Wilke, J. (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt am Main, S. 493-516.

Pürer, H. (2003): Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Handbuch. Konstanz. (darin der Abschnitt „4.3. Medienforschung“ S. 208-309).

Röper, H. (2008): Konzentrationssprung im Markt der Tageszeitungen. Daten zur Konzentration der Tagespresse in der Bundesrepublik Deutschland im I. Quartal 2008. In: Media Perspektiven, o. Jg., S. 420-437.

Wilke, J. (2002): Presse. In: Noelle-Neumann, E., Schulz, W. & Wilke, J. (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt am Main, S. 422-459.

Schütz, W. J. (2007): Deutsche Tagespresse 2006. Trotz Anzeigen- und Auflagenverlusten kaum Zeitungskrise spürbar. In: Media Perspektiven, o. Jg., S. 560-588.

3.3 Media-Performance/Medienqualität

Bucher, H.-J. & Altmeppen, K.-D. (Hrsg.) (2003): Qualität im Journalismus: Grundlagen, Dimensionen, Praxismodelle. Wiesbaden.

- Hagen, L. (1995a): Relevanz von Nachrichten. Meßmethoden für ein zentrales Qualitätskriterium und ihre Anwendung auf Dienste von Nachrichtenagenturen. In: Rundfunk und Fernsehen, 43. Jg., S. 158-177.
- McQuail, D. (1991): Media performance assessment in the public interest: Principles and methods. In: Anderson, J. (Hrsg.): Communication Yearbook 14. Newbury Park u.a, S. 111-147.
- McQuail, D. (1992): Media Performance. Mass communication and the public interest. London.
- Schatz, H. & Schulz, W. (1992): Qualität von Fernsehprogrammen. Kriterien und Methoden zur Beurteilung von Programmqualität im dualen Fernsehsystem. In: Media Perspektiven, o. Jg., S. 690-712.

3.4 Medieninhalte im Wandel

- Bernhard, U. & Scharf, W. (2008): „Infotainment“ in der Presse. In: Publizistik, 53. Jg., S. 231-250.
- Donsbach, W. & Büttner, K. (2005): Boulevardisierungstrend in deutschen Fernsehnachrichten. Darstellungsmerkmale der Politikberichterstattung vor den Bundestagswahlen 1983, 1990 und 1998. In: Publizistik, 50. Jg., S. 21-38.
- Maurer, M. & Reinemann, C. (2006): Medieninhalte. Eine Einführung. Wiesbaden.
- Reinemann, C. (2007): Wandel beschrieben – Wandel erklärt? Wahlkampfkommunikation im Langzeitvergleich. In: Melischek, G., Seethaler, J. & Wilke, J. (Hrsg.): Medien- und Kommunikationsforschung im Vergleich. Wiesbaden, S. 179-198.
- Rossmann, C., Brandl, A. & Brosius, H.-B. (2003). Der Vielfalt eine zweite Chance? Eine Analyse der Angebotsstruktur öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehsender in den Jahren 1995, 1998 und 2001. In: Publizistik, 48. Jg., S. 427-453.
- Wilke, J. & Reinemann, C. (2006): Die Normalisierung des Sonderfalls? Die Wahlkampfberichterstattung der Presse 2005 im Langzeitvergleich. In: Holtz-Bacha, C. (Hrsg.): Die Massenmedien im Wahlkampf. Die Bundestagswahl 2005. Wiesbaden, S. 306-337.

4. Methodenlehre

4.1 Quantitative Inhaltsanalyse

- Brosius, H.-B. & Koschel, Friederike (2008): Methoden der empirischen Sozialforschung. Eine Einführung. Wiesbaden.
- Früh, W. (2001): Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis. 5., überarbeitete Auflage. Konstanz.
- Jandura, G., Jandura, O. & Kuhlmann, C. (2005): Stichprobenziehung in der Inhaltsanalyse. Gegen den Mythos der künstlichen Woche. In: Gehrau, V., Fretwurst, B., Krause, B. & Daschmann, G. (Hrsg.): Auswahlverfahren in der Kommunikationswissenschaft. Köln, S. 71-116.
- Kepplinger, H. M., Tullius, C. & Augustin, S. (1994): Objektiver Inhalt und subjektives Verständnis aktueller Zeitungsberichte. In: Medienpsychologie, 6. Jg., S. 302-322.
- Maurer, M. & Reinemann, C. (2006): Medieninhalte. Eine Einführung. Wiesbaden. (darin S. 11-69).

4.2 Umfrageforschung

- Brosius, H.-B. & Koschel, F. (2008): Methoden der empirischen Sozialforschung. Eine Einführung. Wiesbaden.
- Maurer, M. & Jandura, O. (2008): Masse statt Klasse? Einige kritische Anmerkungen zu Repräsentativität und Validität von Online-Befragungen. In: Jakob, N., Schoen, H. & Zerback, T. (Hrsg.): Sozialforschung im Internet: Methodologie und Praxis der Online-Befragung. Wiesbaden, S. 61-73.
- Möhring, W. & Schlütz, D. (2003): Die Befragung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Eine praxisorientierte Einführung. Opladen.
- Scholl, A. (2003): Die Befragung: Sozialwissenschaftliche Methode und kommunikationswissenschaftliche Anwendung. Konstanz.

4.3 Sozialwissenschaftliches Experiment

- Brosius, H.-B. & Koschel, F. (2008): Methoden der empirischen Sozialforschung. Eine Einführung. Wiesbaden.
- Daschmann, G. (2004): Labordaten versus Felddaten – Theoretische Überlegungen und ein empirisches Beispiel zu den Implikationen der Verwendung studentischer Versuchsgruppen in Laborexperimenten. In: Wirth, W., Lauf, E. & Fahr, A. (Hrsg.): Forschungslogik und -design in der Kommunikationswissenschaft (Band 1). Köln, S. 88-114.
- Trepte, S. & Wirth, W. (2004): Kommunikationswissenschaftliche Experimentalforschung im Spannungsfeld zwischen interner und externer Validität. In: Wirth, W., Lauf, E. & Fahr, A. (Hrsg.): Forschungslogik und -design in der Kommunikationswissenschaft (Band 1). Köln, S. 60-87.
- Zimmermann, E. (1972): Das Experiment in den Sozialwissenschaften. Stuttgart.