

Prof. Dr. Carsten Reinemann
LMU München. IfKW

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

Stand 23.11.2011

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 zwei Themen geprüft. Dabei gibt es zwei Wahlthemen. Aus den Einzelthemen (ein Einzelthema ist daran zu erkennen, dass es Literaturangaben gibt) wählt der Prüfling zwei aus. Diese müssen aus unterschiedlichen Schwerpunkten stammen. Zusätzlich zur angegebenen Literatur soll weitere aktuelle Literatur recherchiert werden. Die Literaturliste muss spätestens zwei Wochen vor der Prüfung an Frau Schwarze geschickt werden.

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 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 23.05.2012

Carsten Reinemann

Übersicht möglicher Themen

1. Kommunikationstheorie und -geschichte

- 1.1 Kommunikationsmodelle
 - 1.1.1 Kommunikation und Massenkommunikation
- 1.2 Mediennutzung und –wahrnehmung
 - 1.2.1 Uses & Gratifications-Ansatz
 - 1.2.2 Selektive Mediennutzung/ -wahrnehmung
 - 1.2.3 Hostile-media-phenomenon
 - 1.2.4 Third-person-effect / Presumed media influence
- 1.3 Medienwirkungen
 - 1.3.1 Medienwirkungen allgemein / Modelle
 - 1.3.2 Agenda-Setting und Priming
 - 1.3.3 Kultivation
 - 1.3.4 Schweigespirale
 - 1.3.5 Wissenskluff/Digital Divide
 - 1.3.6 Framing
 - 1.3.7 Reziproke Effekte
 - 1.3.8 Medien und Gewalt
 - 1.3.9 Medien und Strafverfahren
 - 1.3.10 Medien und Suizide
- 1.4 Medien und Politik
 - 1.4.1 Medialisierung der Politik
 - 1.4.2 Medien und internationale Politik
 - 1.4.3 Medien und politisches Involvement
 - 1.4.4 Wirkungen von TV-Duellen
 - 1.4.5 Wirkungen von Meinungsumfragen

2. Publizistik, Journalistik, Öffentlichkeitsarbeit

- 2.1 Theorien der Journalismusforschung
- 2.2 Journalismus als Beruf allgemein
- 2.3 Nachrichtenagenturen
- 2.4 Theorien der Nachrichtenauswahl
- 2.5 Rollenselbstverständnis von Journalisten
- 2.6 Koorientierung, Selbstreferentialität und Konsonanz

3. Mediensysteme und Kommunikationspolitik

- 3.1 Medienpolitik allgemein
- 3.2 Medienvielfalt und Medienkonzentration
- 3.3 Presse in Deutschland nach 1945
- 3.4 Der duale Rundfunk in Deutschland
- 3.5 Online-Medien in Deutschland
- 3.6 Media-Performance/ Medienqualität

4. Methodenlehre

- 4.1 Quantitative Inhaltsanalyse
- 4.2 Umfrageforschung
- 4.3 Sozialwissenschaftliches Experiment
- 4.4 Realtime-Response-Measurement (RTR)

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, S. 57-106.
- Schulz, W. (2003): Kommunikationsprozess. In: Noelle-Neumann, E., Schulz, W. & Wilke, J. (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt am Main, S. 153-182.

1.2 Mediennutzung und -wahrnehmung

1.2.1 Uses & Gratifications-Ansatz

- Barton, K. M. (2009): Reality Television Programming and Diverging Gratifications: The Influence of Content on Gratifications Obtained. In: Journal of Broadcasting & Electronic Media, 53, S. 460-476.
- Finn, S. (1997): Origins of media exposure: Linking personality traits to TV, radio, print, and film use. In: Communication Research, 24. Jg., S. 507-529.
- Hasebrink, U. (2003): Nutzungsforschung. In: Bentele, G., Brosius, H.-B. & Jarren, O. (Hrsg.): Öffentliche Kommunikation. Wiesbaden, S. 101-127.
- Ruggiero, T. E. (2000): Uses and gratifications theory in the 21st century. In: Mass Communication and Society, S. 3-37.
- Scherer, H. & Schlütz, D. (2004): Das neue Medien-Menü: Fernsehen und WWW als funktionale Alternativen? In: Publizistik, 49. Jg., S. 6-24.
- Schweiger, W. (2007): Theorien der Mediennutzung. Eine Einführung. Wiesbaden. (davon Kapitel 3.1 „Der Uses-and Gratifications-Ansatz“, S. 60-91).

1.2.2 Selektive Mediennutzung/ -wahrnehmung

- 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.
- Garrett, R. K. (2009): Politically motivated reinforcement seeking: Reframing the selective exposure debate. In: Journal of Communication, 59. Jg., S. 676-699.
- Knobloch-Westervick, 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).
- Zillmann, D., Chen, L., Knobloch, S. & Callison, C. (2004): Effects of Lead Framing on Selective Exposure to Internet News Reports. In: Communication Research, 31. Jg., S. 58-81.

1.2.3 Hostile-media-effect

- Dohle, M. & Hartmann, T. (2008): Alles eine Frage hoher Reichweite? Eine experimentelle Untersuchung zur Ursache der Entstehung von Hostile-Media-Effekten. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, 56. Jg. (1), S. 21-41.
- Christen, C. T., Kannaovakun, P. & Gunther, A. C. (2002): Hostile media perceptions: Partisan assessments of press and public during the 1997 UPS strike. In: Political Communication, 19. Jg., S. 423-436.
- Eveland, W. P. & Shah, D. V. (2003): The impact of individual and interpersonal factors on perceived news media bias. In: Political Psychology, 24, S. 101-117.
- Gunther, A. C. & Liebhart, J. L. (2006): Broad reach or biased source? Decomposing the hostile media effect. In: Journal of Communication, 56. Jg., S. 449-466.
- Gunther, A. C. & Schmitt, K. M. (2004): Mapping boundaries of the hostile media effect. In: Journal of Communication, 54. Jg., S. 55-70.
- Vallone, R. P., Ross, L. & Lepper, M. R. (1985): The hostile media phenomenon: Biased perception and perceptions of media bias in coverage of the Beirut massacre. In: Journal of Personality and Social Psychology, 49, S. 577-585.

1.2.4 Third-person-effect / Presumed media influence

- Cohen, J., Tsfati, Y. & Sheafer, T. (2008): The influence of presumed media influence in politics. Do politicians' perception of media power matter? In: Public Opinion Quarterly, 72, S. 331-344.
- Davison, W. P. (1983): The third person effect in communication. In: Public Opinion Quarterly, 47, S. 1-15.

- Gunther, A. C. & Storey J. D. (2003): The influence of presumed influence. In: *Journal of Communication*, 35. Jg., S. 199–215.
- Huck, I. & Brosius, H.-B. (2007): Der Third-Person-Effekt – Über den vermuteten Einfluss der Massenmedien. In: *Publizistik*, 52. Jg., S. 355–374.
- Mutz, D. (1989): The influence of perception of media influence. In: *International Journal of Public Opinion Research*, 1, S. 3–24.

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.
- Maurer, M. (2004): Das Paradox der Medienwirkungsforschung. Verändern Massenmedien die Bevölkerungsmeinung, ohne Einzelne zu beeinflussen? In: *Publizistik*, 49. Jg., S. 405-422.
- 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.
- Scheufele, B. (2008): Das multiple Erklärungsdilemma der Medienwirkungsforschung. Eine Logik zur theoretischen und methodischen Modellierung von Medienwirkungen auf die Meso- und Makro-Ebene. In: *Publizistik*, 53. Jg., S. 339-361.

1.3.2 Agenda Setting und Priming

- Funkhouser, G. R. (1973): The issues of the sixties: An explanatory study in the dynamics of public opinion. In: *Public Opinion Quarterly*, 37, S. 62-75.
- McCombs, M. & Shaw, D. (1972): The Agenda-Setting function of mass media. In: *Public Opinion Quarterly*, 36, S. 176-185.
- Rössler, P. (2006): Zur Logik der Agenda-Setting Forschung. In: Wirth, W., Fahr, A. & Lauf, E. (Hrsg.): *Forschungslogik und –design in der Kommunikationswissenschaft, Band 2: Anwendungsfelder in der Kommunikationswissenschaft*. Köln, S.139-167
- 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.
- Sheafer, T. (2007): How to Evaluate It. The Role of Story-Evaluative Tone in Agenda Setting and Priming. In: *Journal of Communication*, 57. Jg., S. 21-39.
- Weaver, D. H. (2007): Thoughts on Agenda Setting, Framing, and Priming. In: *Journal of Communication*, 57. Jg., S. 142-147.

1.3.3. Kultivation

- Bilandzic, H. (2002): Genrespezifische Kultivierung durch Krimirezeption. In: Medienpsychologie, 14. Jg., S. 60-68.
- Morgan, M., Shanahan, J. & Signorelli, N. (2009): Growing Up with Television. Cultivation Processes. In: Bryant, J., Oliver, M. B. (Hrsg.): Media Effects: Advances in Theory and Research. 3rd Ed. New York, S. 34-49.
- Rossmann, C. (2008): Fiktion Wirklichkeit. Ein Modell der Informationsverarbeitung im Kultivierungsprozess. Wiesbaden.
- 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

- Noelle-Neumann, E. (2001): Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung – unsere soziale Haut. München.
- 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.
- Roessing, T. (2009): Öffentliche Meinung – die Erforschung der Schweigespirale. Baden-Baden.
- 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.
- Shanahan, J., Glynn, C. & Hayes, A. (2007): The Spiral of Silence: A Meta-Analysis and its Impact. In: Preiss, R. W. (Hrsg.): Mass media effects research. Advances through meta-analysis. Mawah, London, S. 415-427.

1.3.5 Wissensklufthypothese / Digital Divide

- Grabe, M. E., Kamhawi, R. & Yeghyan, N. (2009): Informing Citizens: How People with Different Levels of Education Process Television, Newspaper, and Web News. In: Journal of Broadcasting & Electronic Media, 53, S. 90-111.
- Holbrook, T. M. (2002): Presidential campaigns and the knowledge gap. In: Political Communication, 19. Jg., S. 437-454.
- Liu, Y.-I. & Eveland Jr., W. P. (2005): Education, need for cognition, and campaign interest as moderators of news effects on political knowledge: An analysis of the knowledge gap. In: Journalism & Mass Communication Quarterly, 82, S. 910-929.
- Kwak, N. (1999): Revisiting the Knowledge Gap Hypothesis: Education, Motivation, and Media Use. In: Communication Research, 26. Jg., S. 385-413.

- Schenk, M. & Wolf, M. (2006): Die digitale Spaltung der Gesellschaft: Zur politikorientierten Nutzung des Internet und der traditionellen Medien in den sozialen Milieus In: Imhof, K., Blum, R., Bonfadelli, H. & Jarren, O. (Hrsg.): Demokratie in der Mediengesellschaft. Wiesbaden, S. 239-260.
- 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.

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.
- Hutcheson, J., Domke, D., Billeaudeau, A., & Garland, P. (2004): U.S. national identity, political elites, and patriotic press following September 11. Political Communication, 21. Jg., S. 27-50.
- Kepplinger, H. M. (2007): Politiker als Protagonisten der Medien. In: Zeitschrift für Politik, 54. Jg., S. 274-295.
- Kepplinger, H. M. & Marx, D. (2008): Wirkungen und Rückwirkungen der politischen Kommunikation. Reziproke Effekte auf Landtagsabgeordnete. In: Sarcinelli, U. & Tenscher, J. (Hrsg.): Politikherstellung und Politikdarstellung. Beiträge zur politischen Kommunikation. Köln, S. 188-208.
- Kepplinger, H. M. & Glaab, S. (2005): Folgen ungewollter Öffentlichkeit. Abwertende Pressebeiträge aus der Sichtweise der Betroffenen. In: Beater, A. & 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.
- Klimmt, C. & Trepte, S. (2003): Theoretisch-methodische Desiderata der medienpsychologischen Forschung über die aggressionsfördernde Wirkung gewalthaltiger Computer- und Videospiele. In: Zeitschrift für Medienpsychologie, 15, S. 114-121.
- Möller, I. & Krahé, B. (2009): Exposure to Violent Video Games and Aggression in German Adolescents: A Longitudinal Analysis. In: Aggressive Behavior, 35, S. 75-89.

1.3.9 Medien und Strafverfahren

- Bruschke, J., & Loges, W. E. (1999): Relationship Between Pretrial Publicity and Trial Outcome. In: Journal of Communication, 49 Jg., S. 104–120.
- Danzinger, Christine (2009): Die Medialisierung des Strafprozesses. Berlin.
- Fein, S., Morgan, S. J., Norton, M. I., & Sommers, S. R. (1997): Hype and Suspicion: The Effects of Pretrial Publicity, Race, and Suspicion on Jurors' Verdicts. In: Journal of Social Issues, 53(3), S. 487–502.
- Imrich, D. J., Mullin, C., & Linz, D. (1996): Measuring the extent of prejudicial pretrial publicity in major American newspapers: A content analysis. In: Journal of Communication, 45. Jg., S. 94–117.
- Kepplinger, H. M., & Zerback, T. (2009): Der Einfluss der Medien auf Richter und Staatsanwälte. Art, Ausmaß und Entstehung reziproker Effekte. In: Publizistik, 54. Jg., S. 216–239.
- Pritchard, D. (1986): Homicide and Bargained Justice: The Agenda-Setting Effect of Crime News on Prosecutors. In: Public Opinion Quarterly, 50(2), S. 143–159.

1.3.10 Medien und Suizide

- Brosius, H.-B., & Ziegler, W. (2001): Massenmedien und Suizid: Praktische Konsequenzen aus dem Werther-Effekt. In: Communicatio Socialis, 34, S. 9–29.
- Gould, M. S. (2001): Suicide and the media. Annals of the New York Academy of Science, 932, S. 200–224.
- Phillips, D. P. (1974): The influence of suggestion on suicide: Substantive and theoretical implications of the Werther effect. In: American Sociological Review, 39, S. 340–354.
- Schmidtke, A., & Häfner, H. (1986): Die Vermittlung von Selbstmordmotivation und Selbstmordhandlung durch fiktive Modelle: Die Folgen der Fernsehserie "Tod eines Schülers". In: Nervenarzt, 57, S. 502–510.
- Stack, S. (2000): Media impacts on suicide: A quantitative review of 293 findings. In: Social Science Quarterly, 81, S. 957–972.

1.4 Medien und Politik

1.4.1 Medialisierung der Politik

- Kepplinger, H. M. (2002): Mediatization of politics: Theory and data. In: *Journal of Communication*, 52. Jg., S. 972-986.
- Mazzoleni, G. & Schulz, W. (1999): "Mediatization" of Politics: A Challenge for Democracy? In: *Political Communication*, 16. Jg., S. 247-261.
- Pontzen, D. (2006): *Nur Bild, BamS und Glotze? Medialisierung der Politik*. Hamburg.
- Strömbäck, J. (2008): Four phases of mediatization: An analysis of the mediatization of politics. In: *International Journal of Press/Politics*, 13, S. 228-246.
- Walgrave, S. & van Aelst, P. (2006): The contingency of the mass media's political agenda setting power. Toward a preliminary theory. In: *Journal of Communication*, 56. Jg., S. 88-109.

1.4.2 Medien und internationale Politik

- Baum, M. A. & Potter, P. B. K. (2008): The Relationship Between Mass Media, Public Opinion and Foreign Policy: Toward a Theoretical Synthesis. Online am 15.04.2010 abgerufen unter: http://www.hks.harvard.edu/fs/mbaum/documents/BaumPotter_AnnualRev.pdf
- Edwards III, G. C. & Wood, B. D. (1999): Who influences whom? The president, congress, and the media. In: *The American Political Science Review*, 93. Jg., H. 2, S. 327-344.
- Entman, R. M. (2008): Theorizing mediated public diplomacy: The U.S. Case. In: *The International Journal of Press/Politics*, 13, S. 87-102.
- Gilboa, E. (2005): The CNN Effect: The Search for a Communication Theory of International Relations. In: *Political Communication*, 22. Jg., S. 27-44.
- Robinson, P. (2008): Media and public opinion. In: Smith, S., Hadfield, A. & Dunne, T. (Hrsg.): *Foreign policy. Theories, actors, cases*. Oxford, S. 137-154.
- Soroka, S. N. (2003): Media, Public Opinion, and Foreign Policy. In: *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 8, S. 27-48.

1.4.3 Politische Mobilisierung durch das Internet

- Boulianne, S. (2009): Does internet use affect engagement? A meta-analysis of research. In: *Political Communication*, 26. Jg., S. 193-211.
- Bräuer, M., Seifert, M. & Wolling, J. (2008): Politische Kommunikation 2.0 – Grundlagen und empirische Ergebnisse zur Nutzung neuer Partizipationsformen im Internet. In: Zerfaß, A., Welker, M. & Schmidt, J. (Hrsg.): *Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Strategien und Anwendungen: Perspektiven für Wirtschaft, Politik und Publizistik*. Band 2. Köln, S. 188-209.
- Shah, D. V., Rojas, H. & Cho, J. (2009): Media and civic participation. On understanding and misunderstanding communication effects. In: Bryant, J. & Oliver, M. B. (Hrsg.): *Media effects: Advances in theory and research*. 3rd Ed. New York, S. 207-227.

- Wagner, S. (2004): Die Nutzung des Internet für die politische Kommunikation: Reinforcement oder Mobilisierung? In: Brettschneider, F., van Deth, J. & Roller, E. (Hrsg.): Die Bundestagswahl 2002: Analysen der Wahlergebnisse und des Wahlkampfes. Wiesbaden, S. 119-140.
- Xenos, M. & Moy, P. (2007): Direct and differential effects of the internet on political and civic engagement. In: *Journal of Communication*, 57. Jg., S. 704-718.

1.4.4 Wirkungen von TV-Duellen

- Blais, A. & Perrella, A. M. L. (2008): Systemic effects of televised candidates' debates. In: *International Journal of Press/Politics*, 13, S. 445-464.
- Fridkin, K. L., Kenney, P. J., Gershon, S. A. & Woodall, G. S. (2008): Spinning debates: The impact of the news media's coverage of the final 2004 presidential debate. In: *International Journal of Press/Politics*, 13, S. 29-51.
- Maurer, M. (2009): Sagen Bilder mehr als tausend Worte? Die Relevanz verbaler und visueller Informationen für die Urteilsbildung über Personen im Fernsehen. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 57, S. 198-216.
- Maurer, M., Reinemann, C., Maier, J. & Maier, M. (2007): Schröder gegen Merkel. Wahrnehmung und Wirkung des TV-Duells 2005 im Ost-West-Vergleich. Wiesbaden, (daraus Einleitung, Methode, Schluss + 2 weitere Kapitel).
- Senior, P. (2008): Electoral impact of televised leaders' debates on Australian federal elections. In: *Australian Journal of Political Science*, 43, S. 443-464.

1.4.5 Wirkungen von Demoskopie und Meinungsklimawahrnehmung

- Donsbach, W., & Weisbach, K. (2005): Kampf um das Meinungsklima. Quellen und Inhalte der Aussagen über den möglichen Wahlausgang. In: Noelle-Neumann, E., Donsbach, W. & Kepplinger, H. M. (Hrsg.): *Wählerstimmungen in der Mediendemokratie. Analysen auf Basis des Bundestagswahlkampfes 2002*. Freiburg, S.104-127.
- Faas, T., Mackenrodt, C. & Schmitt-Beck, R. (2007): Wahrnehmung und Wirkung politischer Meinungsumfragen. Eine Exploration zur Bundestagswahl 2005. In: Brettschneider, F., Niedermayer, O. & Weißels, B. (Hrsg.): *Die Bundestagswahl 2005: Analysen des Wahlkampfes und der Wahlergebnisse*. Wiesbaden, S. 233-267.
- Hardmeier, S. (2008): The effect of published polls on citizens. In: Donsbach, W. & Traugott, M. W. (Hrsg.): *The SAGE Handbook of Public Opinion Research* Los Angeles, S. 504-513.
- Irwin, G. A. & Van Holsteyn, J. J. M. (2008): What are they waiting for? Strategic information for late deciding voters. In: *International Journal of Public Opinion Research*, 20 (4), S. 483-493.
- Jandura, O. & Petersen, T. (2009): Gibt es eine indirekte Wirkung von Wahlumfragen? Eine Untersuchung über den Zusammenhang zwischen der auf Umfragen gestützten und der sonstigen politischen Berichterstattung im Bundestagswahlkampf 2002. In: *Publizistik*, 54. Jg., S. 485-497.

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 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, T. (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.

2.4 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.

2.5 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.

2.6 Koorientierung, Selbstreferentialität und Konsonanz

- Reinemann, C. (2003): Medienmacher als Mediennutzer. Kommunikations- und Einflussstrukturen 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.

Vliegenthart, R. & Stefaan W. (2008): The contingency of intermedia agenda-setting. A longitudinal study in Belgium. In: Journalism and Mass Communication Quarterly, 85(4), S. 860-877.

3. Mediensysteme und Kommunikationspolitik

3.1 Medienpolitik allgemein

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 Medienvielfalt und Medienkonzentration

Kepplinger, H. M. (1995): Medienzugang, Medienmonopol, Medienkonzentration: Lässt sich mit rechtlichen Mitteln Meinungs- und Programmvielfalt sichern? In: Stiftung Gesellschaft für Rechtspolitik Trier & Institut für Rechtspolitik Univ. Trier (Hrsg.): Bitburger Gespräche Jahrbuch 1995. München, S. 1-82.

Kepplinger, H. M. (2007): Wie kann man publizistische Meinungsmacht messen? In: Möhring, W., Schütz, W. J. & Stürzebecher, D. (Hrsg.): Journalistik und Kommunikationsforschung. Festschrift für Beate Schneider. Berlin, S. 141-159.

McQuail, D. (2007): Revisiting Diversity as a Media Policy Goal. In: Meier, W. & Trappel, J. (Hrsg.): Power, Performance and Politics. Baden-Baden, S.41-57.

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. Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Bd.30. Konstanz, S.174-187.

Schulz, W. & Held, T. (2006): Die Zukunft der Kontrolle der Meinungsmacht. Gutachten im Auftrag der Friedrich-Ebert-Stiftung. Berlin, Online am 08.10.2008 abgerufen unter: <http://library.fes.de/pdffiles/stabsabteilung/04083.pdf>.

3.3 Presse in Deutschland nach 1945

- Bucher, H.-J. & Schumacher, P. (2007): Tabloid versus Broadsheet. Wie Zeitungsformate gelesen werden. Eine vergleichende Rezeptionsstudie zur Leser-Blatt-Interaktion. In: Media Perspektiven, 10, S. 514-528.
- Keller, D. (2009): Schwierige Zeiten – Zur wirtschaftlichen Lage der deutschen Zeitungen. In: Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e.V (Hrsg.): Zeitungen 2009, S. 29-108.
- Kolo, C. & Meyer-Lucht, R. (2007): Erosion der Intensivleserschaft. Eine Zeitreihenanalyse zum Konkurrenzverhältnis von Tageszeitungen und Nachrichtensites. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, 4, S. 513-533.
- Pürer, H. & Raabe, J. (2007): Presse in Deutschland. Konstanz.
- Röper, H. (2008): Konzentrationssprung im Markt der Tageszeitungen. In: Media Perspektiven, 8, S. 420-437.
- Wilke, J. (2009): Presse. In: Noelle-Neumann, E., Schulz, W. & Wilke, J. (Hrsg.): Das Fischer-Lexikon Publizistik, Massenkommunikation. Frankfurt am Main, S. 593-650.

3.4 Dualer Rundfunk in Deutschland

- Altendorfer, O. (2001): Das Mediensystem der Bundesrepublik Deutschland: Band 1, 1. Wiesbaden, (hier: Abschnitt zu Rundfunkurteilen), S. 127-152.
- Donsbach, W. & Wilke, J. (2009): Rundfunk. In: Noelle-Neumann, E., Schulz, W. & Wilke, J. (Hrsg.): Das Fischer-Lexikon Publizistik, Massenkommunikation. Frankfurt am Main, S. 546-596.
- Eggert, D., Kaumanns, R. & Siegenheim, V. (2009): Präferenzen europäischer und amerikanischer Nutzer in Bezug auf analoges und digitales Fernsehen. Ergebnisse einer Vergleichsstudie aus Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Spanien und den USA. In: Media Perspektiven, 1, S. 20-29.
- Gleich, U. (2008): Digitales Fernsehen aus Sicht der Nutzer. In: Media Perspektiven, 9, S. 485-490.
- Zubayr, C. & Gerhard, H. (2010): Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 2009. In: Media Perspektiven, 3, S. 106-118.

3.5 Online-Medien in Deutschland

- Engesser, S. & Wimmer, J. (2009): Gegenöffentlichkeit(en) und partizipativer Journalismus im Internet. In: Publizistik, 54, 43-63.
- van Eimeren, B. & Frees, B. (2009). Der Internetnutzer 2009 - multimedial und total vernetzt? Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2009. In: Media Perspektiven, 7, S. 334-348.
- Neuberger, C., Nuernbergk, C. & Rischke, M. (2009): Journalismus im Internet: Zwischen Profession, Partizipation und Technik. Ergebnisse eines DFG-Forschungsprojekts. In: Media Perspektiven, 4, S. 174-187.
- Neuberger, C., Nuernbergk, C. & Rischke, M.; Hrsg. (2009): Journalismus im Internet. Profession – Partizipation – Technisierung. Wiesbaden 2009 (daraus drei selbstgewählte Beiträge).

Schmidt, J., Frees, B. & Fisch, M. (2009): Themenscan im Web 2.0. Neue Öffentlichkeiten in Weblogs und Social-News-Plattformen. In: Media Perspektiven, 2, S. 50-59.

3.6 Media-Performance/Medienqualität

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

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.

Reinemann, C. (2010): Das Versprechen der Selbstkontrolle. Presserat und Pressekodex im Urteil von Journalisten. In: Reinemann, C. & Stöber, R. (Hrsg.): Wer die Vergangenheit kennt, hat eine Zukunft. Festschrift für Jürgen Wilke. Köln, S. 236-263.

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.

4. Methodenlehre

4.1 Quantitative Inhaltsanalyse

Brosius, H.-B. & Koschel, F. (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, 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.

4.4 Realtime-Response-Measurement (RTR)

- Fahr, A. & Fahr, A. (2009): Reactivity of Real-Time Response Measurement: The Influence of Employing RTR Techniques on Processing Media Content. In: Maier, J., Maier, M., Meyer, V., Maurer, M. & Reinemann, C. (Hrsg.): Real-Time Response Measurement in the Social Sciences. Frankfurt am Main, S. 45-61.
- Maier, J., Maier, M., Meyer, V., Maurer, M. & Reinemann, C. (Hrsg.) (2009): Real-Time Response Measurement in the Social Sciences. Frankfurt am Main (hieraus sind zwei zusätzliche, frei wählbare Aufsätze vorzubereiten).
- Reinemann, C., Maier, J., Faas, T. & Maurer, M. (2005): Reliabilität und Validität von RTR-Messungen. Ein Vergleich zweier Studien zur zweiten Fernsehdebatte im Bundestagswahlkampf 2002. In: Publizistik, 50. Jg., S. 56-73.
- Reinemann, C., Maurer, M. (2009): Is RTR biased towards verbal message components? An experimental test of the external validity of RTR measurements. In: Maier, J., Maier, M., Maurer, M., Reinemann, C. & Meyer, V. (Hrsg.): Real-Time Response Measurement in the Social Sciences. Frankfurt am Main, S. 27-44.