

Heinz Bonfadelli, Thomas N. Friemel,  
**Medienwirkungsforschung**



Alles in einem Band: grundlegende Konzepte, theoretische Ansätze und empirische Befunde der Medienwirkungsforschung.

Die Autoren berücksichtigen dabei die psychologisch und soziologisch orientierte Forschung: Nutzungsmuster und Wirkungen auf der Ebene einzelner Individuen werden so ebenso verständlich wie auch Auswirkungen auf soziale Netzwerke sowie auf die Gesellschaft als Ganzes.

Die Neuauflage zur Medienwirkungsforschung wurde inhaltlich aktualisiert und um didaktische Elemente wie Lernziele, kommentierte Literaturangaben und Übungsfragen erweitert.

"ein ausgezeichnetes Lehrbuch" (Zeitschrift für Erfahrungswissenschaftliche Sozialforschung)

Dieser Titel ist auf verschiedenen e-Book-Plattformen (Amazon, Libreka, Libri) auch als e-Pub-Version für mobile Lesegeräte verfügbar.

Die Zusatzmaterialien wurden vom Autor / der Autorin / den Autoren zur Verfügung gestellt und sind genau auf den Inhalt des Werkes abgestimmt.

### **Nutzung und Copyright**

Die Nutzung der Materialien für eigene Studienzwecke ist kostenlos, das Copyright liegt bei den Autoren bzw. beim Verlag. Eine Weiterverbreitung gleich in welcher Form ist nur mit schriftlicher Genehmigung der utb GmbH Stuttgart gestattet.

Diese und viele weitere kostenlose Zusatzmaterialien finden Sie unter [www.utb-shop.de](http://www.utb-shop.de)

Kostenlose Tipps zum wissenschaftlichen Arbeiten für alle Fächer gibt's auf unserem Studi-Portal unter <http://studium.utb.de>

## **Literatur zu den Themenbereichen der Medienwirkungsforschung**

Online-Zusatzangebot zum Buch „Medienwirkungsforschung“  
von Heinz Bonfadelli und Thomas N. Friemel (6. Auflage 2017)

## Inhalt

<b>1</b>	<b>Wirkungsforschung allgemein</b> .....	<b>5</b>
1.1	Klassische Texte.....	5
1.2	Übersichtstexte.....	6
1.3	Theoretische Diskussion .....	8
<b>2</b>	<b>Mediennutzung</b> .....	<b>11</b>
2.1	Publikum .....	11
2.2	Mediennutzungsforschung .....	13
2.3	Befunde zur Mediennutzung .....	16
2.3.1	Allgemein .....	16
2.3.2	Print - Lesen .....	18
2.3.3	Radio - TV .....	20
2.3.4	Internet & Social Media .....	21
2.4	Habitus – Typen – Medienrepertoires.....	24
2.4.1	Modalitäten, Habitus, Nutzungstypen .....	24
2.4.2	Medienrepertoires .....	25
2.5	Glaubwürdigkeit, Images, Qualität von Medien.....	26
2.6	Medienumgang: qualitative Perspektiven.....	27
2.7	Mediensucht.....	29
<b>3</b>	<b>Uses-and-Gratifications: der Nutzenansatz</b> .....	<b>31</b>
3.1	Klassische Texte.....	31
3.2	Überblickstexte.....	31
3.3	Theoretische Diskussion .....	32
3.4	Empirische Forschung.....	33
<b>4</b>	<b>Medienrezeption</b> .....	<b>34</b>
4.1	Überblickstexte.....	34
4.2	Aktive versus passive Informationssuche.....	35
4.3	Dynamisch-transaktioneller Ansatz .....	37
4.4	Aufmerksamkeit.....	37
4.5	Info-Verarbeitung und Verstehen .....	38
4.6	Identifikation und Parasoziale Interaktion .....	39
4.7	Emotionale Prozesse und Unterhaltung .....	41
<b>5</b>	<b>Einstellung, Konsistenztheorien, Persuasion</b> .....	<b>44</b>
5.1	Klassische Texte.....	44
5.2	Überblickstexte.....	44
5.3	Theoretische Diskussion .....	46
5.4	Empirische Forschung.....	47

<b>6</b>	<b>Lerntheorie, ELM, Attributionstheorie</b> .....	<b>48</b>
6.1	Lerntheorie.....	48
6.1.1	Exemplifikation: Fallbeispieleffekt.....	48
6.2	ELM – Elaboration Likelihood Ansatz.....	49
6.3	Attributionstheorie, Third Person, Hostile Media .....	50
6.3.1	Attributionstheorie.....	50
6.3.2	Third Person Effekt.....	51
6.3.3	Hostile Media Effekt .....	52
<b>7</b>	<b>Interpersonaler Kontext</b> .....	<b>53</b>
7.1	Two Step Flow .....	53
7.1.1	Klassische Texte .....	53
7.1.2	Überblickstexte .....	53
7.1.3	Theoretische Diskussion.....	54
7.1.4	Empirische Forschung.....	55
7.2	Netzwerktheorie.....	55
<b>8</b>	<b>Diffusions- und Innovationsforschung</b> .....	<b>58</b>
8.1	Diffusionstheorie - News Diffusion.....	58
8.2	Innovationstheorie .....	59
<b>9</b>	<b>Agenda-Setting</b> .....	<b>62</b>
9.1	Klassische Texte.....	62
9.2	Übersichtstexte.....	62
9.3	Theoretische Diskussion .....	63
9.4	Empirische Forschung.....	65
<b>10</b>	<b>Priming</b> .....	<b>67</b>
10.1	Klassische Texte.....	67
10.2	Übersichtstexte.....	67
10.3	Theoretische Diskussion .....	67
10.4	Empirische Forschung.....	68
<b>11</b>	<b>Framing</b> .....	<b>69</b>
11.1	Klassische Texte.....	69
11.2	Übersichtstexte.....	69
11.3	Theoretische Diskussion .....	70
11.4	Empirische Forschung.....	72
<b>12</b>	<b>Knowledge Acquisition</b> .....	<b>74</b>
12.1	Politische Informiertheit .....	74
12.2	Medien-Dependenz .....	76

<b>13</b>	<b>Knowledge Gap</b> .....	<b>77</b>
13.1	Klassische Texte.....	77
13.2	Übersichtstexte.....	77
13.3	Theoretische Diskussion.....	78
13.4	Empirische Forschung.....	79
<b>14</b>	<b>Digital Divide</b> .....	<b>82</b>
14.1	Übersichten.....	82
14.2	Empirische Studien.....	82
<b>15</b>	<b>Kultivierung</b> .....	<b>84</b>
15.1	Klassische Texte.....	84
15.2	Übersichtstexte.....	84
15.3	Theoretische Diskussion.....	85
15.4	Empirische Forschung.....	86
<b>16</b>	<b>Media Malaise</b> .....	<b>90</b>
<b>17</b>	<b>Schweigespirale</b> .....	<b>91</b>
17.1	Klassische Texte.....	91
17.2	Überblickstexte.....	91
17.3	Theoretische Diskussion.....	91
17.4	Empirische Forschung.....	92

# 1 Wirkungsforschung allgemein

## 1.1 Klassische Texte

- Canetti, Elias (1960): Masse und Macht. Hamburg.
- Cantril, Hadley (1985): Die Invasion vom Mars. In: Prokop, Dieter (Hg.): Medienforschung. 2: Wünsche, Zielgruppen, Wirkungen. Frankfurt a.M., S. 14-28.
- Dröge, Franz/Weissenborn, Rainer/Haft, Henning (1973<sup>2</sup> 1969<sup>1</sup>): Wirkungen der Massenkommunikation. Münster.
- Hackforth, Josef (1976): Massenmedien und ihre Wirkungen. Göttingen.
- Klapper, Joseph (1960): The Effects of Mass Communication. New York/Glencoe.
- Larsen, Otto N. (1964): Social Effects of Mass Communications. In: Faris, Robert E. (Hg.): Handbook of Modern Sociology. Chicago, S. 348-381.
- Le Bon, Gustave (1895): Psychologie des foules. (*dt. Psychologie der Massen. Stuttgart 1911', 1982<sup>15</sup>*).
- Lowery, Shearon/DeFleur, Melvin L. (1995<sup>3</sup>): Milestones in Mass Communication Research: Media Effects. White Plains.
- Maletzke, Gerhard (1963): Psychologie der Massenkommunikation. Hamburg.
- Maletzke, Gerhard (1976): Ziele und Wirkungen der Massenkommunikation. Grundlagen und Probleme einer zielorientierten Mediennutzung. Hamburg.
- Meyrowitz, Joshua (2009): Medium Theory: An Alternative to the Dominant Paradigm of Media Effects. In: Nabi, Robin L./Oliver, Mary B. (Hg.): The Sage Handbook of Media Processes and Effects. Thousand Oaks et al., S. 517-530.
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1971): Wirkungen der Massenmedien. In: Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried (Hg.): Das Fischer Lexikon Publizistik. Frankfurt a.M., S. 316-350.
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1973): Return to the Concept of Powerful Mass Media. In: Studies of Broadcasting 9(1), S. 67-112.
- Prokop, Dieter (1981): Medien-Wirkungen. Frankfurt a.M.
- Prokop, Dieter (Hg.) (1985): Medienforschung. 2: Wünsche, Zielgruppen, Wirkungen. Frankfurt a.M.
- Riesman, David (1950): The Lonely Crowd. (*dt. Die einsame Masse. Hamburg 1960*).
- Publizistik (1982): Themenheft „Medienwirkungsforschung“. In: Publizistik 27(1-2).
- Roberts, Donald F./Maccoby, Nathan (1985): Effects of Mass Communication. In: Lindzey, Gardner/Aronson, Elliot (Hg.): The Handbook of Social Psychology 2. New York, S. 539-598.
- Schramm, Wilbur L. (Hg.) (1964): Grundfragen der Kommunikationsforschung. München.

## 1.2 Übersichtstexte

- Bilandzic, Helena (2014): Wirkungsforschung. In: Karmasin, Matthias/Rath, Mattias/Thomaß, Barbara (Hg.): Kommunikationswissenschaft als Integrationsdisziplin. Wiesbaden, S. 159-178.
- Bonfadelli, Heinz (2004a): Medienwirkungsforschung 1. Grundlagen und theoretische Perspektiven. Konstanz.
- Bonfadelli, Heinz (2004b): Medienwirkungsforschung 2. Anwendungen in Politik, Wirtschaft und Kultur. Konstanz.
- Bonfadelli, Heinz (2008): Medienwirkungsforschung. In: Fix, Ulla/Gardt, Andreas/Knape, Joachim (Hg.): Rhetorik und >Stilistik. Ein internationales Handbuch historischer und systematischer Forschung, 1. Halbband. Berlin/New York, S. 837-855.
- Bonfadelli, Heinz/Friemel, Thomas (2017<sup>6</sup>): Medienwirkungsforschung. Konstanz Utb.
- Brosius, Hans-Bernd (1997): Modelle und Ansätze der Medienwirkungsforschung. Überblick über ein dynamisches Forschungsfeld. Bonn.
- Brosius, Hans-Bernd (2003): Medienwirkung. In: Jarren, Otfried (Hg.): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden, S. 128-148.
- Bryant, Jennings/Oliver, Mary B. (Hg.) (2009<sup>3</sup>): Media Effects. Advances in Theory and Research. New York/London.
- Bryant, Jennings/Thompson, Susan (2002): Fundamentals of Media Effects. New York.
- Burkart, Roland (Hg.) (1987): Wirkungen der Massenkommunikation. Theoretische Ansätze und empirische Ergebnisse. Wien.
- DFG Deutsche Forschungsgemeinschaft (Hg.) (1986): Medienwirkungsforschung in der Bundesrepublik Deutschland. Teil 1: Berichte und Empfehlungen, Teil 2: Dokumentation, Katalog der Studien. Weinheim.
- Dillard, James P./Shen, Lijiang (Hg.) (2013): The SAGE Handbook of Persuasion. Developments in Theory and Practice. Thousand Oaks/London/New Delhi.
- Donsbach, Wolfgang (1995): Mit kleinen Schritten voran. Zum Stand der Medienwirkungsforschung zu Beginn der neunziger Jahre. In: Jarren, Otfried (Hg.): Medien und Journalismus 2. Opladen, S. 52-74.
- Falkenburg, Patti M./Peter, Jochen (2013): Five Challenges for the Future of Media-Effects Research. In: Int. Journal of Communication 7, S. 197-215.
- Hasebrink, Uwe (2002): Publikum, Mediennutzung und Medienwirkung. In: Jarren, Otfried/Weßler, Hartmut (Hg.): Journalismus – Medien – Öffentlichkeit. Eine Einführung. Wiesbaden, S. 323-412.
- Jäckel, Michael (2012<sup>5</sup>): Medienwirkungen. Ein Studienbuch zur Einführung. Wiesbaden.
- Jäckel, Michael (2012): Medienwirkungen kompakt. Einführung in ein dynamisches Forschungsfeld. Wiesbaden.
- Katz, Elihu (2015): Media Effects. In: Wright, James (Hg.) (2015): International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences. Amsterdam, S. 9472-9479.
- Kepplinger, Hans Mathias (2008): Media Effects. In: Donsbach, Wolfgang (Hg.): The International Encyclopedia of Communication. Malden/Oxford, S. 2871-2883.

- Mahle, Walter A. (Hg.) (1985): Fortschritte der Medienwirkungsforschung? AKM-Studien 26. Berlin.
- McLeod, Jack M./Reeves, Byron (1980): On the Nature of Mass Media Effects. In: Withey, Stephen B./Abeles, Ronald P. (Hg.): Beyond Violence and Children. Hillsdale, N.J., S. 17-54.
- McQuail, Denis (2000): Medienwirkungen als Thema der kommunikationswissenschaftlichen Forschung: Versuch einer Evaluation unter besonderer Berücksichtigung der Variable Zeit. In: Schorr, Angela (Hg.): Publikums- und Wirkungsforschung. Ein Reader. Wiesbaden, S. 31-43.
- McQuail, Denis (2010): Mass Communication Theory. London/Beverly Hills.
- Merten, Klaus (1982): Wirkungen der Massenkommunikation. Ein theoretisch-methodischer Problemaufriss. In: Publizistik 27(1-2), S. 26-48.
- Merten, Klaus (1994): Wirkungen der Medien. In: Merten, Klaus/Schmidt, Siegfried J./Weischenberg, Siegfried (Hg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen, S. 291-328.
- Nabi, Robin L./Oliver, Mary B. (Hg.) (2009): The Sage Handbook of Media Processes and Effects. Thousand Oaks et al.
- Perse, Elizabeth M. (2001): Media Effects and Society. Mahwah/London.
- Potthoff, Matthias (Hg.) (2016): Schlüsselwerke der Medienwirkungsforschung. Wiesbaden
- Potter, W. James (2012): Media Effects. Thousand Oaks/London/New Delhi.
- Rössler, Patrick/Hoffner, Cynthia A./van Zoonen, Liesbet et al. (Hg.) (2017): International Encyclopedia of Media Effects. Chichester, UK.
- Schenk, Michael (2007): Medienwirkungsforschung. Tübingen.
- Schenk, Michael (1997): Massenkommunikation und ihre Wirkungen. In: Fünfgeld, Hermann/Mast, Claudia (Hg.): Massenkommunikation. Ergebnisse und Perspektiven. Opladen, S. 155-168.
- Schenk, Michael (1998): Forschungsschwerpunkt Medienwirkungen: Ein Überblick. In: Klingler, Walter/Roters, Gunnar/Zöllner, Oliver (Hg.): Fernsehforschung in Deutschland. Themen – Akteure – Methoden. 2 Bde. Baden-Baden, S. 527-543.
- Scheufele, Bertram (2008): Das Erklärungsdilemma der Medienwirkungsforschung. Eine Logik zur theoretischen und methodischen Modellierung auf die Meso- und Makro-Ebene. In: Publizistik 53(3), S. 339-361.
- Schorr, Angela (Hg.) (2000): Publikums- und Wirkungsforschung. Ein Reader. Wiesbaden.
- Schulz, Winfried (Hg.) (1992): Medienwirkungen. Einflüsse von Presse, Radio und Fernsehen auf Individuum und Gesellschaft. Forschungsbericht der DFG Deutsche Forschungsgemeinschaft. Weinheim.
- Schweiger, Wolfgang (2013): Grundlagen: Was sind Medienwirkungen? – Überblick und Systematik. In: Schweiger, Wolfgang/Fahr, Andreas (Hg.): Handbuch Medienwirkungsforschung. Wiesbaden, S. 15-37.
- Schweiger, Wolfgang/Fahr, Andreas (Hg.) (2013): Handbuch Medienwirkungsforschung. Wiesbaden.
- Sparks, Glenn G. (2002): Media Effects Research. A Basic Overview. Belmont.
- Winterhoff-Spurk, Peter (2001): Fernsehen. Fakten zur Medienwirkung. Bern.



Wünsch, Carsten; Schramm, Holger; Gehrau, Volker; Bilandzic, Helena (Hg.) (2014): Handbuch Medienrezeption. Baden-Baden.

### 1.3 Theoretische Diskussion

- Batinic, Bernad/Appel, Markus (Hg.) (2008): Medienpsychologie. Heidelberg.
- Bennett, Lance W./Iyengar, Shanto (2008): A New Era of Minimal Effects? The Changing Foundations of Political Communication. In: Journal of Communication 58(4), S. 707-731.
- Berghaus, Margot (1999): Wie Massenmedien wirken? Ein Modell zur Systematisierung. In: Rundfunk und Fernsehen 47(2), S. 181-199.
- Bonfadelli, Heinz (2013): Normativität in der Wirkungsforschung. In: Karmasin, Matthias/Rath, Matthias/Thomaß, Barbara (Hg.): Normativität in der Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden, S. 101-114.
- Bonfadelli, Heinz (2017): Media Effects Accross and Between Cultures. In: Rössler, Patrick et al. (Hg.): The International Encyclopedia of Media Effects. Chichester, West Sussex.
- Brosius, Hans-Bernd (2013): Neue Medienumgebungen. Theoretische und methodische Herausforderungen. In: Jandura, Olaf/Fahr, Andreas/Brosius, Hans-Bernd (Hg.): Theorienanpassungen in der digitalen Medienwelt. Baden-Baden, S. 13-29.
- Brosius, Hans-Bernd/Esser, Frank (1998): Mythen in der Wirkungsforschung: Auf der Suche nach dem Stimulus-Response-Modell. In: Publizistik 43(4), S. 341-361.
- Bryant Jennings/Zillmann, Dolf (2009): A Retrospective and Prospective Look at Media Effects. In: Nabi, Robin L./Oliver, Mary B. (Hg.): The Sage Handbook of Media Processes and Effects. Thousand Oaks et al., S. 9-18.
- Chaffee, Steven H. (1977): Mass Media Effects: New Research Perspectives. In: Lerner, Daniel/Nelson, Lyle M. (Hg.): Communication Research – A Half Century Appraisal. Honolulu, S. 210-241.
- Clarke, Peter/Kline, F. Gerald (1974): Medienwirkungen neu überdacht: Einige Strategien zur Kommunikationsforschung. In: Rundfunk und Fernsehen 22(1), S. 37-52.
- Früh, Werner (1994): Realitätsvermittlung durch Massenmedien: die permanente Transformation der Wirklichkeit. Opladen.
- Jäckel, Michael (2013): Soziologische Grundlagen. In: Schweiger, Wolfgang/Fahr, Andreas (Hg.): Handbuch Medienwirkungsforschung. Wiesbaden, S. 67-87.
- Jandura, Olaf/Fahr, Andreas/Brosius, Hans-Bernd (Hg.) (2013): Theorienanpassungen in der digitalen Medienwelt. Baden-Baden.
- Kleinen-von Königslöw, Katharina/Förster, Kati (Hg.) (2014): Medienkonvergenz und Medienkomplementarität aus Rezeptions- und Wirkungsperspektive. Baden-Baden.
- Lin, Carolyn A. (2009): Effects of the Internet. In: Bryant, Jennings/Oliver, Mary B. (Hg.) (2009): Media Effects. Advances in Theory and Research. New York/London, S. 567-591.
- Mahle, Walter A. (Hg.) (1986): Langfristige Medienwirkungen. Berlin.

- Mahle, Walter A. (Hg.) (1989): Medienangebot und Mediennutzung. Entwicklungstendenzen im entstehenden dualen Rundfunksystem. Berlin.
- Maurer, Marcus (2013): Grundlagen: Designs und Forschungslogik in der Medienwirkungsforschung. In: Schweiger, Wolfgang / Fahr, Andreas (Hg.): Handbuch Medienwirkungsforschung. Wiesbaden, S. 549-563.
- McGuire, William (1986): The Myth of Massive Media Impact. Savagings and Salvagings. In: Comstock, George: Public Communication and Behavior 1. New York, 173-257.
- McLeod, Douglas M./Kosicki, Gerald M./McLeod, Jack M. (2002): Resurveying the Boundaries of Political Communication Effects. In: Bryant, Jennings/ Zillmann, Dolf (Hg.) (2002): Media Effects. Advances in Theory and Research. Mahwah, S. 215-267.
- McLeod, Jack M./Kosicki, Gerald M./Pan, Zhongdang (1991): On Understanding and Misunderstanding Media Effects. In: Curran, James/Gurevitch, Michael (Hg.): Mass Media and Society. London/New York, S. 235-266.
- Merten, Klaus (1978): Von den Schwierigkeiten der Kommunikationsforschung. In: Bertelsmann Briefe 95, S. 9-15.
- Merten, Klaus (1983): Wirkungen der Medien im Wahlkampf. Fakten oder Artefakte? In: Schulz, Winfried/Schönbach, Klaus (Hg.): Massenmedien und Wahlen. München, S. 424-441.
- Merten, Klaus (1991): Artefakte der Medienwirkungsforschung: Kritik klassischer Annahmen. In: Publizistik 36(1), S. 36-55.
- Metzger, Miriam J. (2009): The Study of Media Effects in the Area of Internet Communication. In: Nabi, Robin L./Oliver, Mary B. (Hg.): The Sage Handbook of Media Processes and Effects. Thousand Oaks et al., S. 561-576.
- Miller, Toby (2009): Media Effects and Cultural Studies. In: Nabi, Robin L./Oliver, Mary B. (Hg.): The Sage Handbook of Media Processes and Effects. Thousand Oaks et al., S. 131-143.
- Mundorf, Norbert/Laird, Kenneth R. (2002): Social and Psychological Effects of Information Technologies and other Interactive Media. In: Bryant, Jennings/Zillmann, Dolf (Hg.) (2002): Media Effects. Advances in Theory and Research. Mahwah, S. 583-602.
- Neuman, W. Russell/Guggenheim, Lauren (2011): The Evolution of Media Effects Theory: A Six-Stage Model of Cumulative Research. In: Communication Theory 21(2), S. 169-196.
- Pan, Zhongdang/McLeod, Jack M. (1991): Multilevel Analysis in Mass Communication Research. In: Communication Research 18(2), S. 140-173.
- Perloff, Richard M. (2015): Mass Communication Research at the Crossroads: Definitional Issues and Theoretical Directions for Mass and Political Communication Scholarship in an Age of Online Media. In: Mass Communication and Society, 18, S. 531-556.
- Potter, James W. (2014): Patterns in the Use of Theory in Media Effects Research. In: Fortner, Robert S./Fackler, Mark P. (Hg.): The Handbook of Media and Mass Communication Theory. Malden, MA, S. 98-114.
- Preiss, Raymond W./Gayle, Barbara M./Burrell, Nancy/Allen, Mike/Bryant, Jennings (Hg.) (2007): Mass Media Effects Research: Advances through Meta-Analysis. Mahwah.

- Rogers, Everett M. (2002): Intermedia Processes and Powerful Media Effects. In: Bryant, Jennings/Zillmann, Dolf (Hg.) (2002): Media Effects. Advances in Theory and Research. Mahwah, S. 199-214.
- Rössler, Patrick (2007): Wirkungsmodelle: die digitale Herausforderung revisited. Forschungsstand zu Wirkungen von Online-Kommunikation – ein rückblickender Essay. In: Kimpeler, Simone/Mangold, Michael/Schweiger, Wolfgang (Hg.): Die digitale Herausforderung. Zehn Jahre Forschung zur computervermittelten Kommunikation. Wiesbaden, S. 91-103.
- Schulz, Winfried (1982): Ausblick am Ende des Holzweges. Eine Übersicht über die Ansätze der neuen Wirkungsforschung. In: Publizistik 27(1-2), S. 49-73.
- Schulz, Winfried (1993a): Mangel an Makrotheorien der Medienwirkungen? Ein Diskussionsbeitrag. In: Bentele, Günter/Rühl, Manfred (Hg.): Theorien öffentlicher Kommunikation. München, S. 241-245.
- Schulz, Winfried (1993b): Medienwirklichkeit und Medienwirkung. Aktuelle Entwicklungen der Massenkommunikation und ihre Folgen. In: Aus Politik und Zeitgeschichte (B40), S. 16-26.
- Slater, Michael D. (2007): Reinforcing Spirals: The Mutual Influence of Media Selectivity and Media Effects and their Impact on Individual Behavior and Social Identity. In: Communication Theory 17(3), S. 281-303.
- Sturm, Hertha (1977): Die Wirkungen des Fernsehens: Förderungen und Defizite. In: Fernsehen und Bildung 11(3), S. 172-186.
- Sundar, Shyam S. (2009): Media Effects 2.0. Social and Psychological Effects of Communication Technologies. In: Nabi, Robin L./Oliver, Mary Beth (Hg.): The SAGE Handbook of Media Processes and Effects. Los Angeles etc., S. 545-560.
- Valkenburg, Patti M./Peter, Jochen (2013): Five Challenges for the Future of Media-Effects Research. In: International Journal of Communication, 7, S. 197-215.
- Voderer, Peter (2015): Der mediatisierte Lebenswandel. Permanently online, permanently connected. In: Publizistik, 60(3), S. 259-276.
- Wirth, Werner (2013): Grundlagen emotionaler Medienwirkungen. In: Schweiger, Wolfgang/Fahr, Andreas (Hg.): Handbuch Medienwirkungsforschung. Wiesbaden, S. 227-246.
- Wirth, Werner/Kühne, Rinaldo (2013): Grundlagen der Persuasionsforschung. Konzepte, Theorien und zentrale Einflussfaktoren. In: Schweiger, Wolfgang/Fahr, Andreas (Hg.): Handbuch Medienwirkungsforschung. Wiesbaden, S. 313-332.

## 2 Mediennutzung

### 2.1 Publikum

- Abercrombie, Nicholas/Longhurst, Brian (1998): *Audiences. A Sociological Theory of Performance and Imagination*. London/Thousand Oaks/New Delhi.
- Ang, Ien (1991): *Desperately Seeking the Audience*. London.
- Bauer, Raymond A. (1964): *The Obstinate Audience*. In: *American Psychologist* 19(5), S. 319-328.
- Bauer, Raymond A. (1973): *Das widerspenstige Publikum*. In: Prokop, Dieter (Hg.): *Massenkommunikationsforschung, 2: Konsumtion*. Frankfurt a.M., S. 152-166.
- Biocca, Frank A. (1988): *Opposing Conceptions of the Audience: The Active and Passive Hemispheres of Mass Communication Theory*. In: Anderson, James A.: *Communication Yearbook 11*. Newbury Park/London/New-Delhi, S. 51-81.
- Blumer, Herbert (1966): *The Mass, the Public, and Public Opinion*. In: Berelson, Bernard/Janowitz, Morris (Hg.): *Reader in Public Opinion and Communication*. New York/London (1946), S. 43-50.
- Böhme-Dürr, Karin/Graf, Gerhard (Hg.) (1995): *Auf der Suche nach dem Publikum. Medienforschung für die Praxis*. Konstanz.
- Carpentier, Nico (2011): *New Configurations of the Audience? The Challenges of User-Generated Content for Audience Theory and Media Participation*. In: Nigthingale, Virginia (Hg.): *The Handbook of Media Audiences*. Malden, MA, S. 190-212.
- Carpentier, Nico/Schröder, Kim/Hallett, Lawrie (Hg.) (2014): *Audience Transformations. Shifting Audience Positions in Late Modernity*. New York/London.
- Dickinson, Roger/Harindranath, Ramaswami/Linné, Olga (Hg.) (1998): *Approaches to Audiences. A Reader*. London et al.
- Dohle, Marco (2008): *Audience*. In: Donsbach, Wolfgang (Hg.): *The International Encyclopedia of Communication 1*. Malden/Oxford/Carlton, S. 250-254.
- Ettema, James S./Whitney, Charles D. (1994): *Audiencemaking: How the Media Create the Audience*. London/New Delhi.
- Hasebrink, Uwe (2008): *Das multiple Publikum. Paradoxien im Verhältnis von Journalismus und Mediennutzung*. In: Pörksen, Bernhard/Loosen, Wiebke/Scholl, Armin (Hg.): *Paradoxien des Journalismus. Theorie – Empirie – Praxis*. Wiesbaden, S. 513-530.
- Jensen, Klaus B./Rosengren, Karl E. (1990): *Five Traditions in Search of the Audience*. In: *European Journal of Communication* 5(2-3), S. 207-238.
- Lindlof, Thomas R. (1988): *Media Audiences as Interpretative Communities*. In: Anderson, James A. (Hg.): *Communication Yearbook 11*. Newbury Park/London/New-Delhi, S. 81-107.

- Lindlof, Thomas R. (Hg.) (1987): *Natural Audiences: Qualitative Research of Media Uses and Effects*. Norwood.
- Lindlof, Thomas R. (1991): The Qualitative Study of Media Audiences. In: *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 35(1), S. 23-42.
- Lueglinger, Elisabeth/Thiele, Martina (2016): Die Publika des Journalismus. In: Löffelholz, Martin/Rothenberger, Liane (Hg.): *Handbuch Journalismustheorien*. Wiesbaden, S. 566-583.
- McGuigan, Lee/Manzerolle, Vincent (Hg.) (2014): *The Audience Commodity in a Digital Age. Revisiting a Critical Theory of Commercial Media*. New York etc.
- McQuail, Denis (1997): *Audience Analysis*. Thousand Oaks/London/New Delhi.
- Morley, David (1992): *Television, Audiences & Cultural Studies*. London.
- Nightingale, Virginia (Hg.) (2011): *The Handbook of Media Audiences*. Malden, MA.
- Oppenheim, Roy/Stolte, Dieter/Zölch, Franz A. (Hg.) (2002): *Das Publikum als Programm*. Matthias Steinmann. Forscher – Unternehmer – Autor. Bern.
- Potter, W. James (2009): Conceptualizing the Audience. In: Nabi, Robin L./Oliver, Mary B. (Hg.): *The Sage Handbook of Media Processes and Effects*. Thousand Oaks et al., S. 19-34.
- Press, A.L. (2015): Audiences. In: *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, S. 926-931.
- Radway, Janice (1985): Interpretative Communities and Variable Literacies. The Functions of Romance Reading. In: Gurevitch, Michael/Levy, Mark R. (Hg.): *Mass Communication Review Yearbook 5*. Beverly Hills, S. 337-361.
- Ruddock, Andy (2001): *Understanding Audiences. Theory and Method*. London/Thousand Oaks/New Delhi.
- Saxer, Ulrich (1986): Die Publikumsforschung unter gewandelten Bedingungen. In: Fleck, Florian H. (Hg.): *Zukunftsaspekte des Rundfunks. Kommunikationspolitische und ökonomische Beiträge*. Stuttgart/Berlin, S. 107-121.
- Scherer, Helmut/Brosius, Hans-Bernd (Hg.) (1997): *Zielgruppen, Publikumssegmente, Nutzergruppen. Beiträge aus der Rezeptionsforschung*. München.
- Schröder, Kim Christian (2011): Audiences are inherently cross-media: Audience studies and the cross-media challenge. In: *Communication Management Quarterly*, 18, S. 5-27.
- Schröder, Kim Christian (2013): Audiences as Citizens. Insights from Three Decades of Reception Research. In: *International Encyclopedia of Media Studies*. Radhika Parameswaren: Volume IV: Audience and Interpretation. Malden, S. 510-534.
- Schulze, Gerhard (1993): *Die Erlebnisgesellschaft. Kulturosoziologie der Gegenwart*. Frankfurt/New York.
- Vogelgesang, Waldemar (1994): Jugend- und Medienkulturen. Ein Beitrag zur Ethnographie medienvermittelter Jugendwelten. In: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 46(3), S. 464-491.
- Vogelgesang, Waldemar (1996): Jugendmedien und Jugendszenen. In: *Rundfunk und Fernsehen* 44(3), S. 346-364.
- Webster, James G. (1989): Television Audience Behavior: Patterns of Exposure in the New Media Environment. In: Salvaggio, Jerry L./Bryant, Jennings (Hg.): *Media Use in the Information Age*. Hillsdale, N.J., S. 197-216.

- Webster, James G. (1998): The Audience. In: *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 42(2), S. 190-207.
- Webster, James G. (2005): Beneath the Veneer of Fragmentation: Television Audience Polarization in a Multichannel World. In: *Journal of Communication*, S. 366-382.
- Webster, James G. (2011): The Duality of Media: A Structural Theory of Public Attention. In: *Communication Theory*, 21, S. 43-66.
- Wicks, Robert H. (2001): *Understanding Audiences. Learning to Use the Media Constructively*. Mahwah.

## 2.2 Mediennutzungsforschung

- Angermann, Erhard/Diem, Peter/Pürer, Heinz (1996): Publikumsforschung in Österreich. In: Pürer, Heinz (Hg.): *Praktischer Journalismus in Zeitung, Radio und Fernsehen*. Konstanz, S. 467-482.
- Best, Stefanie/Engel, Bernhard/Hoffmann, Henriette/Mai, Lothar/Müller, Dieter K. (2009): Zeitbudgeterhebungen im Zeitalter medialer Konvergenz. In: *Media Perspektiven* (6), S. 288-296.
- Bilandzic, H./Koschel, F./Springer, N./Pürer, H. (2016): *Rezipientenforschung. Mediennutzung – Medienrezeption – Medienwirkung*. UVK: Konstanz.
- Bonfadelli, Heinz (1998): Theoretische und methodische Anmerkungen zur Buchmarkt- und Leserforschung. In: *Stiftung Lesen* (Hg.): *Lesen im Umbruch – Forschungsperspektiven im Zeitalter von Multimedia*. Baden-Baden, S. 78-89.
- Bonfadelli, Heinz (1994): Medienpublikum: Erträge der angewandten und der universitären Medienwissenschaft. In: *Medienwissenschaft Schweiz* (2), S. 38-39.
- Bonfadelli, Heinz (2009): Medien und Alter: Generationen aus Sicht der Kommunikationswissenschaft. In: *Künemund, Harald/Szydlík, Marc* (Hg.): *Generationen. Multidisziplinäre Perspektiven*. Wiesbaden, S. 149-169.
- Bonfadelli, Heinz/Meier, Werner A. (1996): Das erforschte Publikum. In: *ZOOM K&M* 8, S. 5-13.
- Buß, Michael (1998): Das System der GfK-Fernsehforschung. Entwicklung und Nutzen der Forschungsmethode. In: *Klingler, Walter/Roters, Gunnar/Zöllner, Oliver* (Hg.): *Fernsehforschung in Deutschland. Themen – Akteure – Methoden*. 2 Bde. Baden-Baden, S. 787-813.
- Beng Huat, Chua (2013): A Framework for Audience Study of Transnational Television. In: *International Encyclopedia of Media Studies*, Vol. IV, S. 276-299.
- Couldry, Nick (2011): The Necessary Future of the Audience ... and How to Research It. In: *Nightingale, Virginia* (Hg.) (2011): *The Handbook of Media Audiences*. Malden, MA, S. 213-229.
- Diem, Peter (1993): Die Praxis der ORF-Medienforschung. In: *Media Perspektiven* (9), S. 417-431.
- Diem, Peter (1996): Audience Research in Austria: History, Design and Recent Research Findings. In: *Communications* 21(2), S. 221-233.

- Drabczynski, Michael (1998): Kommunikationstheorie und Werbung. Burda Medien-Forschung: München/Offenburg.
- Engel, Bernhard (2008): Überlegungen zur Zukunft der Fernsehforschung. Von der Messung des Zuschauerhaltens zum Investitionscontrolling für das Medium Fernsehen. In: Media Perspektiven (2), S. 84-90.
- Gleich, Uli (1996a): Neuere Ansätze zur Erklärung von Publikumsverhalten. In: Media Perspektiven (11), S. 598-606.
- Hans-Bredow-Institut (Hg.) (1984): Symposion '83: Empirische Publikumsforschung. Fragen der Medienpraxis – Antworten der Medienwissenschaft. Hamburg.
- Hartmann, Peter/Neuwöhner, Ulrich (1999): Lebensstilforschung und Publikumssegmentierung. Eine Darstellung der MedienNutzerTypologie (MNT). In: Media Perspektiven (10), S. 531-539.
- Kasari, Heikki J. (1993): Radio Audience Measurement in Europe. In: ORF Medienreport 395, S. 41-63.
- Hasebrink, Uwe (2003): Nutzungsforschung. In: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hg.): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden, S. 101-127.
- Hasebrink, Uwe (2012): Comparing Media Use and Reception. In: Esser, Frank/Hanitzsch, Thomas (Hg.): The Handbook of Comparative Communication Research. New York/London, S. 382-399.
- Jäckel, Michael (1996): Was machen die Menschen mit den Medien? Zum Zusammenhang von Sozialstruktur und Mediennutzung. In: Jäckel, Michael/Winterhoff-Spurk, Peter (Hg.): Mediale Klassengesellschaft? Politische und soziale Folgen der Medienentwicklung. München, 149-175.
- Jäckel, Michael (1999): Inklusion und Exklusion durch Mediennutzung? In: Honegger, Claudia/Hradil, Stefan/Traxler, Franz (Hg.): Grenzenlose Gesellschaft? Opladen, S. 692-706.
- Kiefer, Marie-Luise (1996): Schwindende Chancen für anspruchsvolle Medien? In: Media Perspektiven (11), S. 589-597.
- Kiefer, Marie-Luise (1998): Ein Unikat in der Rezeptionsforschung: Langzeitstudie Massenkommunikation zur Mediennutzung und Medienbewertung. In: Klingler, Walter/Roters, Gunnar/Zöllner, Oliver (Hg.): Fernsehforschung in Deutschland. Themen – Akteure – Methoden. 2 Bde. Baden-Baden, S. 17-29.
- Klaus, Elisabeth (1997): Konstruktion der Zuschauerschaft: vom Publikum in der Einzelzahl zu den Publika in der Mehrzahl. In: Rundfunk und Fernsehen 45(4), S. 456-471.
- Klaus, Elisabeth (1998): Feministische Publikumsforschung. Die Vervielfältigung des Blicks in der feministischen Publikumsforschung. In: Medien Journal 22(4), S. 18-28.
- Klemm, Michael (2000): Zuschauerkommunikation. Formen und Funktionen der alltäglichen kommunikativen Fernsehaneignung. Frankfurt a.M.
- Klemm, Michael (2010): Qualitätsprüfung im Fernsehpanel. In: Media Perspektiven, (12), S. 581-587.
- Klingler, Walter/Roters, Gunnar/Zöllner, Oliver (Hg.) (1998): Fernsehforschung in Deutschland. Themen – Akteure – Methoden. 2 Bde. Baden-Baden.
- Lindner-Braun, Christa (2006): Mediennutzung. Methodologische, methodische und theoretische Grundlagen. Münster.

- Lindner-Braun, Christa (Hg.) (1998): Radioforschung. Konzepte, Instrumente und Ergebnisse aus der Praxis. Opladen.
- Livingstone, Sonja (2013): The Participation Paradigm in Audience Research. In: *The Communication Review*, 16, S. 21-30.
- Loosen, Wiebke/Dohle, Marco (Hg.) (2014): Journalismus und (sein)Publikum. Schnittstellen zwischen Journalismusforschung und Rezeptions- und Wirkungsforschung. Wiesbaden.
- McKeone, Dermot (1995): *Measuring Your Media Profile*. Aldershot.
- Meyen, Michael (2004): Mediennutzung. Mediaforschung – Medienfunktionen – Nutzungsmuster. Konstanz.
- Müller, Dieter K. (1997): Fernsehzuschauerforschung in Deutschland. In: *Media Perspektiven* (9), S. 470-480.
- Müller, Dieter K. (1997): Das AG.MA-Partnerschaftsmodell wird neu definiert. In: *Media Perspektiven* (6), S. 320-329.
- Müller, Dieter K. (1998): Radiometer als optimales Instrument der Hörerforschung. In: *Media Perspektiven* (2), S. 70-75.
- Müller, Dieter K. (2000): Fernsehforschung ab 2000 – Methodische Kontinuität. In: *Media Perspektiven* (1), S. 2-7.
- Müller, Dieter K. (2002): Nutzungsmessung des Radios: Uhr oder Ohr? In: *Media Perspektiven* (1), S. 2-8.
- Napoli, Philip M. (2011): Ratings and Audience Measurement. In: Nigthingale, Virginia (Hg.): *The Handbook of Media Audiences*. Malden, MA., S. 286-301.
- Napoli, Philip M. (2012): Audience Evolution and the Future of Audience Research. In: *International Journal on Media Management* 14, S. 79-97.
- Neumann-Braun, Klaus (2000): Publikumsforschung – im Spannungsfeld von Quotennutzung und handlungstheoretisch orientierter Rezeptionsforschung. In: Neumann-Braun, Klaus/Müller-Doohm, Stefan (Hg.): *Medien- und Kommunikationssoziologie. Eine Einführung in zentrale Begriffe und Theorien*. Weinheim/München, S. 181-219.
- Rössler, Patrick (2008): International Comparison of Media Use. In: Donsbach, Wolfgang (Hg.): *The International Encyclopedia of Communication* 1. Malden/Oxford/Carlton, S. 3012-3019.
- Schröder, Kim Christian (1987): Convergence of Antagonistic Traditions? The Case of Audience Research. In: *European Journal of Communication* 2(1), S. 7-31.
- Schulz, Winfried (2000): Medienexpansion und politische Kompetenz: Machen Medien mündiger? In: Schorr, Angela (Hg.): *Publikums- und Wirkungsforschung. Ein Reader*. Wiesbaden, S. 227-245.
- Schweiger, Wolfgang (2007): *Theorien der Mediennutzung. Eine Einführung*. Wiesbaden.
- SFB (Hg.) (1991): *Die Quote: der heimliche Machthaber. Reichweitenforschung bei Hörfunk und Fernsehen und ihre Bedeutung für das Programm*. SFB-Werkstattheft 20. Berlin.
- Steinmann, Matthias F. (1997): Audience Research Activities of the Swiss Broadcasting Corporation. In: *Communications* 22(2), S. 223-230.
- Siegert, Gabriele (1993): *Marktmacht Medienforschung. Die Bedeutung der empirischen Medien- und Publikumsforschung im Medienwettbewerbssystem*. München.



- Siegert, Gabriele (1997): Die heimliche Hauptsache. Systemtheoretische und mikroökonomische Bedeutungsdimensionen der Medien- und Publikumsforschung. In: Renger, Rudi/Siegert, Gabriele (Hg.): Kommunikationswelten. Innsbruck/Wien, S. 159-180.
- Slater, Michael D. (2004): Operationalizing and Analyzing Exposure: The Foundation of Media Effects Research. In: Journalism & Mass Communication Quarterly 81(1), S. 168-183.
- Stiehler, Hans-Jörg/Marr, Mirko (1994): „Totgesagte leben länger“. Erklärungsmuster der Medien und des Publikums zum Abschneiden der PDS bei den Kommunal- und Europawahlen in Leipzig 1994. In: Holtz-Bacha, Christina/Kaid, Lynda L. (Hg.): Wahlen und Wahlkampf in den Medien. Untersuchungen aus dem Wahljahr 1994. Opladen, S. 119-149.
- Svendsen, Eric N. (1998): Audience Research within the European Scene. In: Communications 23(2), S. 211-218.
- Urban, Christine D. (1984): Factors Influencing Media Consumption: A Survey of Literature. In: Compaigne, Benjamin M. (Hg.): Understanding New Media: Trends and Issues in Electronic Distribution of Information. Cambridge (MA), S. 213-282.
- Van der Goot, Margot/Beentjes, Johannes W.J. (2008): Media Use across Life Span. In: Donsbach, Wolfgang (Hg.): The International Encyclopedia of Communication 1. Malden/Oxford/Carlton, S. 3020-325.
- van Eimeren, Birgit (1995): Methoden der Hörfunkforschung und ihre Anwendung in einer öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt. In: Böhme-Dürr, Karin/Graf, Gerhard (Hg.): Auf der Suche nach dem Publikum. Medienforschung für die Praxis. Konstanz, S. 91-107.
- Webster, James G. (2008): Audience Research. In: Donsbach, Wolfgang (Hg.): The International Encyclopedia of Communication 1. Malden/Oxford/Carlton, S. 257-261.
- Webster, James G. (2011): The Duality of Media: A Structural Theory of Public Attention. In: Communication Theory, 21(1), S. 43-66.
- Webster, James G./Wakshlag, Jacob (1985): Measuring Exposure to Television. In: Zillmann, Dolf/Bryant, Jennings (Hg.): Selective Exposure to Communication. Hillsdale, N.J., S. 35-62.
- Wiegand, Jürgen (Hg.) (1996): Erhebungsmodelle in der Printmedienforschung und ihre Bewertung im internationalen Vergleich. Frankfurt a.M.

## 2.3 Befunde zur Mediennutzung

### 2.3.1 Allgemein

- Becker, Lee B./Schönbach, Klaus (Hg.) (1989): Audience Responses to Media Diversification. Coping with Plenty. Hillsdale, N.J.

#### Literatur zu ausgewählten Themenbereichen

---

- Becker, Lee B./Schönbach, Klaus (1989): When Media Content Diversifies: Anticipating Audience Behaviors. In: Becker, Lee B./Schönbach, Klaus (Hg.): Audience Responses to Media Diversification. Coping with Plenty. Hillsdale, N.J., S. 1-27.
- Berens, Harald/Kiefer, Marie-Luise/Meder, Arne (1997): Spezialisierung der Mediennutzung im dualen Rundfunksystem. Sonderauswertung zur Langzeitstudie Massenkommunikation. In: Media Perspektiven (2), S. 80-91.
- Berg, Klaus/Kiefer, Marie-Luise (1996): Massenkommunikation 5. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964 - 1995. Baden-Baden.
- Berg, Klaus/Ridder, Christa-Maria (2002): Massenkommunikation 6. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964 - 2000. Baden-Baden.
- Best, Stefanie/Engel, Bernhard (2016): Generationenprofile in der konvergenten Medienwelt. Kohortenanalyse auf der Basis der ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation. In: Media Perspektiven, Heft 1, S. 2-26.
- Böck, Margit/Weish, Uli (2002): Medienhandeln und Geschlecht. In: Dorer, Johanna/Geiger, Brigitte (Hg.): Feministische Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden, S. 235-266.
- Bonfadelli, Heinz (2010): Mediennutzung stabil auf hohem Niveau, drei Viertel nutzen das Internet regelmäßig und immerhin ein gutes Drittel „ab und zu“ zur politischen Information. Forschungsprogramm UNIVOX 2009. Zürich.
- Bonfadelli, Heinz et al. (1986): Jugend und Medien. Eine Studie der ARD/ZDF-Medienkommission und der Bertelsmannstiftung. Frankfurt a.M.
- Breunig, Christian/van Eimeren, Birgit (2015): 50 Jahre „Massenkommunikation“: Trends in der Nutzung und Bewertung der Medien. Ergebnisse der ARD/ZDF-Langzeitstudie. In: Media Perspektiven, Heft 11, S. 505-525.
- Breunig, Christian/Engel, Bernhard (2015): Massenkommunikation 2015: Funktionen und Images der Medien im Vergleich. Ergebnisse der ARD/ZDF-Langzeitstudie. In: Media Perspektiven, Heft 7-8, S. 323-341.
- Engel, Bernhard/Mai, Lothar (2015): Mediennutzung und Lebenswelten 2015. Ergebnisse der ARD/ZDF-Langzeitstudie. In Media Perspektiven Heft 10, S. 427-441.
- Feierabend, Sabine/Klingler, Walter (2006): KIM-Studie 2005. Kinder + Medien, Computer + Internet. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger. Baden-Baden.
- Engel, Bernhard/Breunig, Christian (2015) Massenkommunikation 2015: Mediennutzung im Intermediavergleich. Ergebnisse der ARD/ZDF-Langzeitstudie. In: Media Perspektiven, Heft 7-8, S. 310-322.
- Friemel, Thomas N. (2013): Sozialpsychologie der Mediennutzung. Motive, Charakteristik und Wirkung interpersonaler Kommunikation über massenmediale Inhalte. Konstanz.
- Gerhards, Maria/Klingler, Walter (2003): Mediennutzung in der Zukunft. In: Media Perspektiven (3), S. 115-130.
- Hagenah, Jörg/Meulemann, Heiner (Hg.) (2006): Sozialer Wandel und Mediennutzung in der Bundesrepublik Deutschland. Münster.
- Hasebrink, Uwe/Krotz, Friedrich (1992): Muster individueller Fernsehnutzung. In Rundfunk und Fernsehen 40(3), S. 398-411.

- Mediapulse (2009): Jahresbericht, Rapport annuel, Rapporto annuale 2008. 1: Allgemeine Daten, Données générales, Dati generali. Bern.
- Kiefer, Marie-Luise (1998): Ein Unikat in der Rezeptionsforschung: Langzeitstudie Massenkommunikation zur Mediennutzung und Medienbewertung. In: Klingler, Walter/Roters, Gunnar/Zöllner, Oliver (Hg.): Fernsehforschung in Deutschland. Themen – Akteure – Methoden. 2 Bde. Baden-Baden, S. 17-29.
- Klingler, Walter/Turecek, Irina (2016): Medienzeitbudgets und Tagesablaufverhalten. Ergebnisse auf Basis der ARD/ZDF-Studie Massenkommunikation. In: Media Perspektiven (2), S.98-107.
- Mediapulse (2010): Jahresbericht, Rapport annuel, Rapporto annuale 2009. 1: Allgemeine Daten, Données générales, Dati generali. Bern.
- Prommer, Elizabeth (2014): Lebensphasen. In: Wünsch, Carsten/Schramm, Holger/Gehrau, Volker/Bilandzic, Helena (Hg.): Handbuch Medienrezeption. Baden-Baden, S. 323-336.
- Reitze, Helmut/Ridder, Christa-Maria (2006): Massenkommunikation 7. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964 - 2005. Baden-Baden.
- Ridder, Christa-Maria/Engel, Bernhard (2001): Massenkommunikation 2000: Images und Funktionen der Massenmedien im Vergleich. In: Media Perspektiven (3), S. 102-125.
- Ridder, Christa-Maria/Engel, Bernhard (2010): Massenkommunikation 2010: Mediennutzung im Intermediavergleich. In: Media Perspektiven (11), S. 523-536.
- Ridder, Christa-Maria/Engel, Bernhard (2010): Massenkommunikation 2010: Funktionen und Images der Medien im Vergleich. In: Media Perspektiven (11), S. 537-548.
- van Eimeren, Birgit/Oehmichen, Ekkehardt (1999): Mediennutzung von Frauen und Männern. Daten zur geschlechtsspezifischen Nutzung von Hörfunk, Fernsehen und Internet/Online 1998. In: Media Perspektiven (4), S. 187-201.
- van Eimeren, Birgit/Ridder, Christa-Maria (2011): Trends in der Nutzung und Bewertung der Medien 1970 bis 2010. In: Media Perspektiven (1), S. 2-15.
- Van Rees, Kees/van Eijck, Koen (2003): Media repertoires of selective audiences: the impact of status, gender, and age on media use. In: Poetics, 32, S. 465-490.
- Webster, James/Ksiazek, Thomas (2012): The Dynamics of Audience Fragmentation: Public Attention in an Age of Digital Media. In: Journal of Communication, 42, S. 39-56.
- Zubayr, Camille/Gerhard, Hans (2017): Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 2016. In: Media Perspektiven (3), S. 120-144.

### 2.3.2 Print - Lesen

- Bertelsmann Stiftung (Hg.) (1993): Lesesozialisation. 1: Leseklima in der Familie; 2: Leseerfahrungen und Lesekarrieren. Gütersloh.
- Böck, Margit (1998): Leseförderung als Kommunikationspolitik. Zum Mediennutzungs- und Leseverhalten sowie zur Situation der Bibliotheken in Österreich. Wien.

- Bonfadelli, Heinz (1988): Das Leseverhalten von Kindern und Jugendlichen. In: Schweizerisches Jugendbuch-Institut (Hg.): Leselandschaft Schweiz. Zürich, S. 11-90.
- Bonfadelli, Heinz (1998): Theoretische und methodische Anmerkungen zur Buchmarkt- und Leserforschung. In: Stiftung Lesen (Hg.): Lesen im Umbruch – Forschungsperspektiven im Zeitalter von Multimedia. Baden-Baden, S. 78-89.
- Bonfadelli, Heinz (1999): Leser und Leseverhalten heute – Sozialwissenschaftliche Buchlese(r)forschung. In: Franzmann, Bodo/Hasemann, Klaus/Löffler, Dietrich/Schön, Erich (Hg.): Handbuch Lesen. München, S. 86-144.
- Bonfadelli, Heinz (2004): Buch, Buchlesen und Buchwissenschaft aus publizistikwissenschaftlicher Perspektive. In: Kerlen, Dietrich (Hg.): Buchwissenschaft – Medienwissenschaft. Ein Symposium. Wiesbaden, S. 91-110.
- Bonfadelli, Heinz (2015): Sozial- und kommunikationswissenschaftliche Ansätze. In: Rautenberg, Ursula/Schneider, Ute (Hg.): Lesen. Ein interdisziplinäres Handbuch. Berlin/Boston, S. 63-84.
- Bucher, Priska (2004): Leseverhalten und Leseförderung. Zur Rolle von Schule, Familie und Bibliothek im Medienalltag Heranwachsender. Zürich.
- Bonfadelli, Heinz (2015): Entstehung und Entwicklung der modernen Lese- und Leserforschung. In: Rautenberg, Ursula/Schneider, Ute (Hg.): Lesen. Ein interdisziplinäres Handbuch. Berlin/Boston, S. 531-546.
- Bonfadelli, Heinz (2015): Buch – Lesen – Alter. In: Medien & Altern, (7), S. 30-43.
- Dernbach, Beatrice/Roth, Judith (2007): Literalität des Alltags: Von Scannern, Gernern und Direkteinsteigern. Eine Typologie von Verhaltensmustern beim Zeitunglesen. In: Medien & Kommunikationswissenschaft 55(1), S. 24-42.
- Dorsch, Petra/Lehnert, F. Helmut (1981): Buchmarktforschung im internationalen Überblick. In: Dorsch, Petra/Teckentrup, Konrad (Hg.): Buch und Lesen: International. Berichte und Analysen zum Buchmarkt und zur Buchmarktforschung. Gütersloh, S. 81-93.
- Elvestad, Eiri/Blekesaune, Arild (2008): Newspaper Readers in Europe. A Multilevel Study of Individual and National Differences. In: European Journal of Communication, 23(4), S. 425-447.
- Graf-Szczuka, Karola (2006): Typisch Leser! Wie man die Leserschaft durch Typologien beschreibt. In: Rager, Günther et al. (Hg.): Zeitungsjournalismus. Empirische Leserschaftsforschung. Konstanz, S. 270-290.
- Hagenah, Jörg/Strak, Birgit/Weiber, Erwin (2015): Wandel des Zeitunglesens in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Eine zeit- und ländervergleichende Analyse zur Einführung von Gratistageszeitungen. In: M&K, 63(2), S. 246-281.
- Kochhan, Christoph/Haddad, Doris/Dehm, Ursula (2005): Bücher und Lesen als Freizeitaktivität. Unterschiedliches Leseverhalten im Kontext von Fernsehgewohnheiten. In: Media Perspektiven, Heft 1, S. 23-32.
- Kochhan, Christoph/Schengbier, Kristiane (2007): Bücher und Lesen im Kontext unterschiedlicher Lebenswelten. In: Media Perspektiven, Heft 12, S. 622-633.
- Mahling, Marina (2016): Lesepraxis von Kinder und Jugendlichen. Die Bedeutung von Familie, Schule und Peers für die Beschaffung und Nutzung von Lesestoffen. Berlin.
- Muth, Ludwig (Hg.) (1993): Der befragte Leser. Buch und Demoskopie. München et al.

- Stark, Birgit/Karmasin, Matthias (2009): Österreich – Land der Zeitungleser auch im Zeitalter des Internets? Eine empirische Analyse zum Verhältnis von Print und Online. In: *m&K*, 57(3), S. 353-374.
- Stiftung Lesen (Hg.) (1990): Lesen im internationalen Vergleich 1. Bundesrepublik Deutschland, Deutsche Demokratische Republik, Schweiz, Österreich, Großbritannien, Frankreich, USA. Mainz.
- Stiftung Lesen (Hg.) (1994): Lesen im internationalen Vergleich 2: Dänemark, Finnland, Israel, Japan, Kanada, Niederlande, Russland, Schweden, Spanien, USA. Mainz.
- Stiftung Lesen (Hg.) (2001): Leseverhalten in Deutschland im neuen Jahrtausend. Eine Studie der Stiftung Lesen. Mainz/Hamburg.
- Stiftung Lesen (Hg.) (2008): Lesen in Deutschland 2008. Mainz.
- Weichert, Stephan/Kramp, Leif (2009): Das Verschwinden der Zeitung. Internationale Trends und medienpolitische Problemfelder. Berlin: Friedrich Ebert Stiftung.

### 2.3.3 Radio - TV

- Bauer, Wolf/Baur, Elke/Kungel, Bernd (Hg.) (1976): Vier Wochen ohne Fernsehen. Berlin.
- Bekkers, Wim (1998): Fernsehnutzung im digitalen Zeitalter. In: *Media Perspektiven* (2), Bonfadelli, Heinz/Fretwurst, Benjamin (2010): Publikumsbefragung: Programmqualität der SRG und des Lokalrundfunks. BAKOM: Biel.
- Buß, Michael/Simon, Erik (1998): Fernsehnutzung auf die Spitze getrieben: Die Viel-seher. In: Klingler, Walter/Roters, Gunnar/Zöllner, Oliver (Hg.): *Fernsehforschung in Deutschland. Themen – Akteure – Methoden*. 2 Bde. Baden-Baden, S. 125-145.
- Doll, Jörg/Hasebrink, Uwe (1989): Zum Einfluss von Einstellungen auf die Auswahl von Fernsehsendungen. In: Groebel, Jo/Winterhoff-Spurk, Peter (Hg.): *Empirische Medienpsychologie*. München, S. 45-63.
- Eckhardt, Josef (1982): Stellenwert des Radiohörens – Versuch eines neuen Forschungsansatzes. In: *Rundfunk und Fernsehen* 30(2), S. 178-188.
- Eisenblätter, Andrea/Hermann, Bernd (2016): Fernsehnutzung der MedienNutzerTypen. Ein Blick in die Lebenswelt der Fernsehzuschauer. In: *Media Perspektiven*, Heft 1, S. 36-62.
- Gattringer, Karin/Klingler, Walter (2016): Wie Deutschland Radio hört. Ergebnisse, Trends und Methodik der ma 2016 II. In: *Media Perspektiven* (9), S. 460-474.
- Gattringer, Karin/Klingler, Walter (2013): Radionutzung auf hohem Niveau constant. In: *Media Perspektiven* (9), S. 441-453.
- Gattringer, Karin/Klingler, Walter (2015): Radio behauptet sich im digitalen Zeitalter. ma 2015 Radio II: Methodische Neuerungen und aktuelle Ergebnisse der Radioforschung. In: *Media Perspektiven*, Heft 9, S. 397-411.
- Klingler, Walter/Müller, Dieter K. (2000): MA 2000 Radio: Erstmals mit Telefoninterviews erhoben. In: *Media Perspektiven* (9), S. 414-433.
- Klingler, Walter/Müller, Dieter K. (2009): MA 2009 Radio 2: Radio gewinnt Hörer bei jungen Zielgruppen. In: *Media Perspektiven* (9), S. 518-528.

- Neuwöhner, Ulrich (2008): Perspektiven des Radios im digitalen Zeitalter. Eine Analyse anhand von Daten aus der angewandten Hörerforschung. In: *Media Perspektiven* (5), S. 247-254.
- Paus-Haase, Ingrid/Hasebrink, Uwe/Mattusch, Uwe/Keuneke, Susanne/Krotz, Friedrich (1999): *Talkshows im Alltag von Jugendlichen*. Opladen.
- Pingree, Susanne/Hawkins, Robert P. (1982): What Children Do with Television: Implications for Communication Research. In: Dervin, Brenda/Voigt, Melvin J. (Hg.): *Progress in Communication Sciences 3*. Norwood, S. 225-244.
- SF Schweizer Fernsehen (2008): Das Publikum gibt SF erneut höhere Noten. Zürich.
- Stipp, Horst (1989): Neue Techniken, neue Zuschauer? Zum Einfluss von Fernbedienung und Programmangebot auf das Zuschauerverhalten. In: *Media Perspektiven* (3), S. 164-167.
- Stipp, Horst (2009): Verdrängt Online-Sehen die Fernsehnutzung? Zehn aktuelle Medientrends in den USA. In: *Media Perspektiven* (5), S. 226-232.
- van der Goot, Margot/Beentjes, Johannes/van Selm, Martine (2012): Meanings of television in older adults' lives: an analysis of change and continuity in television viewing. In: *Ageing &*. 147-168.
- Weiß, Andreas (1999): *Wer sieht sich das nur an? Den Zuschauern von Daily-Talkshows auf der Spur*. München.
- Winkler, Hartmut (1990): Switching: Die Installation der Tagtraummaschine. In: *EPD Kirche und Rundfunk* 85, S. 5-8.
- Zubayr, Camille/Gerhard, Hans (2009): Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 2008. In: *Media Perspektiven* (3), S. 98-112.
- Zubayr, Camille/Gerhard, Hans (2010): Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 2009. In: *Media Perspektiven* (3), S. 106-118.
- Zubayr, Camille/Gerhard, Hans (2013): Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 2012. In: *Media Perspektiven* Heft 3, S. 130-142.
- Zubayr, Camille/Gerhard, Hans (2015): Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 2014. In: *Media Perspektiven*, Heft 3, S. 110-125.

### 2.3.4 Internet & Social Media

- Bonfadelli, Heinz/Marr, Mirko (2002): Die Medien in der Informationsgesellschaft. In: Bundesamt für Statistik/Gruppe für Wissenschaft und Forschung/Bundesamt für Kommunikation (Hg.): *Informationsgesellschaft Schweiz. Standortbestimmung und Perspektiven*. Neuchâtel, S. 49-67.
- Bromley, Rebekah V./Bowles, Dorothy (1995): Impact of Internet on Use of Traditional News Media. In: *Newspaper Research Journal* 16(2), S. 14-27.

- Buckingham, David (2002): The Electronic Generation? Children and New Media. In: Lievrouw, Leah A./Livingstone, Sonja (Hg.): Handbook of New Media. London/Thousand Oaks/New Delhi, S. 77-89.
- Busemann, Katrin/Gscheidle, Christoph (2010): Web 2.0: Nutzung steigt – Interesse an aktiver Teilnahme sinkt. In: Media Perspektiven (7-8), S. 359-368.
- Comstock, George/Paik, Haejung (1991): Television and the American Child. San Diego.
- Cornelißen, Waltraud (1998): Fernsehgebrauch und Geschlecht. Köln.
- Cornelißen, Waltraud (2002): Der Stellenwert des Fernsehens im Alltag von Frauen und Männern. In: Dorer, Johanna/Geiger, Brigitte (Hg.): Feministische Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden, S. 267-289.
- Engel, Dirk (2010): Das Internet – Ein Segen für die Marktforschung? Einige Überlegungen zur Online-Forschung in der Praxis. In: Jakob, Nikolaus et al. (Hg.): Das Internet als Forschungsinstrument und -gegenstand in der Kommunikationswissenschaft. Köln, S. 3
- Darschin, W-49.olfgang (1998): Fernsehgewohnheiten und Programmbewertung nach der Dualisierung des deutschen Rundfunksystems. In: Klingler, Walter/Roters, Gunnar/Zöllner, Oliver (Hg.): Fernsehforschung in Deutschland. Themen – Akteure – Methoden. 2 Bde. Baden-Baden, S. 31-47.
- Dimmick, John/Chen, Yan/Li, Zhan (2004): Competition Between the Internet and Traditional New Media: The Gratification-Opportunities Niche Dimensions. In: The Journal of Media Economics 17(1), S. 19-33.
- Frees, Beate/Koch, Wolfgang (2015). Internetnutzung: Frequenz und Vielfalt nehmen in allen Altersgruppen zu. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2015. In: Media Perspektiven, Heft 9, S. 366-377.
- Groebel, Jo/Gehrke, Gernot (Hg.) (2003): Internet 2002: Deutschland und die digitale Welt. Internetnutzung und Medieneinschätzung in Deutschland und Nordrhein-Westfalen im internationalen Vergleich. Opladen.
- Haas, Sabine/Trump, Thilo/Gerhards, Maria/Klingler, Walter (2007): Web 2.0: Nutzung und Nutzertypen. In: Media Perspektiven (4), S. 215-222.
- Hagen, Lutz (1998): Online-Nutzung und Nutzung von Massenmedien. Eine Analyse von Substitutions- und Komplementärbeziehungen. In: Rössler, Patrick (Hg.): Online-Kommunikation. Beiträge zur Nutzung und Wirkung. Opladen, S. 105-122.
- Hölig, Sascha/Hasebrink, Uwe (2014): Nachrichtennutzung im Wandel: Neue Plattformen, Endgeräte und Zugänge. In: Media Perspektiven, HHeft 11, S. 530-538.
- Hölig, Sascha/Hasebrink, Uwe (2016): Nachrichtennutzung über Soziale Medien im internationalen Vergleich. Ergebnisse des Reuters Institute Digital News Survey 2016. In: Media Perspektiven, Heft 11, S. 534-548.
- Jandura, Olaf/Karnowski, Veronika (2015): Digital Natives vs. Digital Immigrants – fruchtbares empirisches Konzept für die Kommunikationswissenschaft oder populärwissenschaftliche Fiktion? In: Publizistik, 60(1), S. 63-79.
- Koch, Thomas/Frees, Beate (2016): Dynamische Entwicklung bei mobiler Internetnutzung wie Audios und Videos. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2016. In: Media Perspektiven, Heft 9, S. 418-437.
- Kübler, Hans-Dieter (2012): Digital Immigrants, silver surfer – oder digital prudent? In: Medien & Altern, (1), 51-63.

- Lievrouw, Leah A./Livingstone, Sonja (Hg.) (2002): *Handbook of New Media*. London/Thousand Oaks/New Delhi.
- Mende, Annette/Gerhards, Maria (2009): Offliner: Ab 60-jährige Frauen bilden die Kerngruppe. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2009. In: *Media Perspektiven* (7), S. 365-376.
- Mögerle, Ursina (2009): *Substitution oder Komplementarität? Die Nutzung von Online- und Print-Zeitungen im Wandel*. Konstanz.
- Morris, Merrill/Ogan, Christine (1996): The Internet as Mass Medium. In: *Journal of Communication* 46(1), S. 39-50.
- Napoli, Philip M. (2014): The Institutionally Effective Audience in Flux: Social Media and the Reassessment of the Audience Commodity. In: McGuigan, Lee/Manzerolle, Vincent (Hg.): *The Audience Commodity in a Digital Age. Revisiting a Critical Theory of Commercial Media*. New York etc., S. 115-133.
- Neuberger, Christoph (2007): Interaktivität, Interaktion, Internet. In: *Publizistik* 52(1), S. 33-50.
- Papacharissi, Zizi/Rubin, Alan M. (2000): Predictors of Internet use. In: *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 44(2), S. 175-196.
- Rice, Ronald E./Williams, Frederick (1984): Theories Old and New: The Study of New Media. In: Rice, Ronald E. (Hg.): *The New Media. Communication, Research, and Technology*. Beverly Hills/London/New Delhi, S. 55-80.
- Rössler, Patrick (Hg.) (1998): *Online-Kommunikation. Beiträge zu Nutzung und Wirkung*. Opladen.
- Schröder, Kim Christian (2015): News Media Old and New. Fluctuating audiences, news repertoires and locations of consumption. In: *Journalism Studies*, 16(1), S. 60-78.
- Stipp, Horst (1994): Welche Folgen hat die digitale Revolution für die Fernsehnutzung? In: *Media Perspektiven* (8), S. 392-400.
- Stipp, Horst (1998): Wird der Computer die traditionellen Medien ersetzen? In: *Media Perspektiven* (2), S. 76-82.
- Taneja, Harsh/Webster, James (2016): How Do Global Audiences Take Shape? The Role of Institutions and Culture Patterns of Web Use. In: *Journal of Communication*, 66(1), S. 161-182.
- Tippelt, Florian/Kupferschmitt, Thomas (2015): Social Web: Ausdifferenzierung der Nutzung – Potentiale für Medianbieter. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2015. In: *Media Perspektiven*, Heft 10, S. 442-452.
- Vonbun, Ramona/Schönbach, Klaus (2014): Wer ist politisch aktiv im Social Web? Eine Studie zur politischen Online-Kommunikation in Österreich. In: *Publizistik*, 59(2), S. 199-212.
- van Eimeren, Birgit/Frees, Beate (2010): Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2010. Fast 50 Millionen Deutsche online – Multimedia für alle? In: *Media Perspektiven* (7-8), S. 334-349.
- Van Eimeren, Birgit (2015): Nachrichtenrezeption im Internet. Befunde aus der ARD/ZDF-Onlinestudie 2014. In: *Media Perspektiven*, Heft 1, S. 2-7.
- van Eimeren, Birgit/Frees, Beate (2013): Rasanter Anstieg des Internetkonsums – Onliner fast 3 Stunden täglich im Netz. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2013. In: *Media Perspektiven* (7-8), S. 358-372.



- van Eimeren, Birgit/Ridder, Christa-Maria (2011): Trends in der Nutzung und Bewertung der Medien 1970 bis 2010. In: *Media Perspektiven* (1), S. 2-15.
- Vorderer, Peter (1995): Medienpsychologische Thesen über die Motivation zur Nutzung neuer Medien. In: *Rundfunk und Fernsehen* 43(4), S. 494-505.
- Voderer, Peter (2015): Der mediatisierte Lebenswandel. Permanently online, permanently connected. In: *Publizistik* 60(3), S. 259-276.
- Zillien, Nicole (2008): Auf der anderen Seite. Zu den Ursachen der Internet-Nichtnutzung. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft* 56(2), S. 209-226.
- Van Eimeren, Birgit (2015): Nachrichtenrezeption im Internet. Befunde aus der ARD/ZDF-Onlinestudie 2014. In: *Media Perspektiven*, Heft 1, S. 2-7.
- Vonbun, Ramona/Schönbach, Klazus (2014): Wer ist politisch aktiv im Social Web? Eine Studie zur politischen Online-Kommunikation in Österreich. In: *Publizistik*, 59(2), S. 199-212.

## 2.4 Habitus – Typen – Medienrepertoires

### 2.4.1 Modalitäten, Habitus, Nutzungstypen

- Best, Stefanie/Engel, Berhard (2011): Alter und Generation als Einflussfaktoren der Mediennutzung. Hohortenanalysen auf der Basis der ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation. In: *Media Perspektiven*, Heft 11, S. 525-542.
- Eisenblätter, Andrea/Hermann, Bernd (2016): Fernsehnutzung der MedienNutzerTypen. Ein Blick in die Lebenswelt der Fernsehzuschauer. In: *Media Perspektiven* (1), S. 36-62.
- Handel, Ulrike (2000): Die Fragmentierung des Medienpublikums. Bestandsaufnahme und empirische Untersuchung eines Phänomens der Mediennutzung und seiner Determinanten. Wiesbaden.
- Hartmann, Peter H./Höhne, Inga (2007): MNT 2.0 – Zur Weiterentwicklung der MedienNutzerTypologie. Veränderungen gegenüber der MNT 98. In: *Media Perspektiven*, Heft 5, S. 235-254.
- Jäckel, Michael (1992): Mediennutzung als Niedrigkostensituation. Anmerkungen zum Nutzen- und Belohnungsansatz. In: *Medienpsychologie* 4(4), S. 246-266.
- LaRose, Robert (2010): The Problem of Media Habit. In: *Communication Theory*, 20, S. 194-222.
- Meyen, Michael (2007): Medienwissen und Medienmenüs als kulturelles Kapital und als Distinktionsmerkmale. In: *Medien&Kommunikationswissenschaft*, 55, S. 333-354.
- Michel, Burkhard (2010): Habitus und Lebensstil. In: Vollbrecht, Ralph/Wegener, Claudia (Hg.): *Handbuch Mediensozialisation*. Wiesbaden, S. 75-84.
- Oehmichen, Eckehardt (2007): Die neue MedienNutzerTypologie MNT 2.0. Veränderungen und Charakteristika der Nutzertypen. In: *Media Perspektiven*, Heft 5, S. 236-254.

- Pommer, Elisabeth (2014): Lebensphasen. In: Wunsch, Carsten/Schramm, Holger/Gehrau, Volker/Bilandzic (Hg.): Handbuch Medienrezeption. Baden-Baden, S. 323-336.
- Scherer, Helmut (2013): Mediennutzung und soziale Distinktion. In: Wiedemann, Thomas/Meyen, Michael (Hg.): Pierre Bourdieu und die Kommunikationswissenschaft. Internationale Perspektiven. Köln, S. 100-122.
- Schnauber, Anna (2017): Medienselektion im Alltag. Die Rolle von Gewohnheiten im Selektionsprozess. Wiesbaden: Springer VS.
- Schweiger, Wolfgang (2006): Tranmedialer Nutzungsstil und Rezipientenpersönlichkeit. In: Publizistik, 51(3), S. 290-312.
- Webster, James G. (2012): The Dynamics of Audience Fragmentation Public Attention in an Age of Digital Media. In: Journal of Communication, 62(1), S. 39-56.
- Weiß, Ralph (1996): Soziographie kommunikativer Milieus. Wege zur empirischen Rekonstruktion der sozialstrukturellen Grundlagen alltags-kultureller Handlungsmuster. In: Rundfunk und Fernsehen 44(3), S. 325-345.
- Weiß, Ralph (2009): Politisch-kommunikative Milieus. Notwendigkeit und Nutzen einer milieutheoretischen Analyse politischer Kommunikation. In: M&K, 57(1), S. 3-22.

## 2.4.2 Medienrepertoires

- Bonfadelli, Heinz/Bächler, Jesse (2012): Medienrepertoires als Fiebermesser der Fragmentierung. Wann kann von einer „Publikumskrise“ gesprochen werden? In: Meier, Werner A./Bonfadelli, Heinz/Trappel, Josef (Hg.):Gehen in den Leuchttürmen die Lichter aus? Was aus den Schweizer Leitmedien wird. Wien/Berlin, S. 211-237.
- Hasebrink, Uwe (2004): Konvergenz aus Nutzerperspektive: Das Konzept der Kommunikationsmodi. In: Hasebrink, Uwe/Mikos, Lothar/Prommer, Elisabeth (Hg.): Mediennutzung in konvergierenden Medienumgebungen. München, S. 67-85.
- Hasebrink, Uwe/Dohmeyer, Hanna (2010): Zum Wandel von Informationsrepertoires in konvergierenden Medienumgebungen. In: Hartmann, Maren/Hepp, Andreas (Hg.): Die Mediatisierung der Alltagswelt. Wiesbaden, S. 49-63.
- Hasebrink, Uwe/Dohmeyer, Hanna (2012): Media repertoires as patterns of behavior and meaningful practices: A multimethod approach to media use in convergent environments. In: Participations, 9(2), S. 757-779.
- Hasebrink, Uwe/Krotz, Friedrich (1992): Muster individueller Fernsehnutzung. In Rundfunk und Fernsehen 40(3), S. 398-411.
- Hasebrink, Uwe/Mikos, Lothar/Prommer, Elisabeth (Hg.) (2004): Mediennutzung in konvergierenden Medienumgebungen. München.
- Hasebrink, Uwe/Popp, Jutta (2006): Media repertoires as a result of selective media use. A conceptual approach to the analysis of patterns of exposure. In: Communications, 31(2), S. 369-387.
- Hasebrink, Uwe/Schmidt, Jan-Hinrik et al. (2012): Informationsrepertoires der deutschen Bevölkerung. Konzept für eine regelmäßig durchzuführende bevölkerungsrepräsentative Befragung im Rahmen des Vorhabens „Erfassung und Darstellung

- der Medien- und Meinungsvielfalt in Deutschland“. Hans-Bredow-Institut: Hamburg.
- Hasebrink, Uwe/Schmidt, Jan-Hinrik (2013): Medienübergreifende Informationsreper-toires. Zur Rolle der Mediengattungen und einzelner Angebote für Information und Meinungsbildung. In: Media Perspektiven (1), S. 2-12.

## 2.5 Glaubwürdigkeit, Images, Qualität von Medien

- ARD-Forschungsdienst (2017): Glaubwürdigkeit der Medien. In: Media Perspektiven (1), S. 552-56.
- Beck, Klaus/Schweiger, Wolfgang/Wirth, Werner (Hg.) (2004): Gute Seiten – schlechte Seiten. Qualität in der Online-Kommunikation. München.
- Bentele, Günter (1988): Der Faktor Glaubwürdigkeit. Forschungsergebnisse und Fragen für die Sozialisationsperspektive. In: Publizistik 33(2-3), S. 406-426.
- Bentele, Günter (1994): Objektivitätsanspruch und Glaubwürdigkeit. In: Jarren, Otfried (Hg.): Medien und Journalismus 1. Opladen, S. 296-313.
- Breunig, Christian/Engel, Bernhard (2015): Massenkommunikation 2015: Funktionen und Images der Medien im Vergleich. Ergebnisse der ARD/ZDF-Langzeitstudie. In: Media Perspektiven, Heft 7-8, S. 323-341.
- Breunig, Christian/van Eimeren, Birgit (2015). 50 Jahre „Massenkommunikation: Trends in der Nutzung und Bewertung der Medien. Ergebnisse der ARD/ZDF-Langzeitstudie 1964-2015. In: Media Perspektiven, Heft 11, S. 505-525.
- Bucher, Hans-Jürgen/Jäckel, Michael (Hg.) (2002): Die Kommunikationsqualität von E-Business-Plattformen. Empirische Untersuchungen zu Usability und Vertrauen von Online-Angeboten. Trier.
- Fretwurst, Benjamin / Bonfadelli, Heinz (2012): Schweizer Radio- und TV-Programme im Urteil ihres Publikums: Akzeptanz, Erwartungen und Bewertung. IPMZ: Zürich.
- Fretwurst, Ben/Frey, Tobias/Fischer, Siri/Friemel, Thomas/Bonfadelli, Heinz (2016): Nutzung und Bewertung der Schweizer Radio- und TV-Programme 2016. Schlussbericht für Bundesamt für Kommunikation BAKOM. Zürich.
- Haas, Alexander/Unkel, Julian (2015): Glaubwürdigkeit und Selektion von Suchergebnissen. Der Einfluss von Platzierung, Reputation, Neutralität und sozialen Empfehlungen bei der Nutzung von Suchmaschinen. In: M&K 63(3), S. 363-382.
- Klingler, Walter/Turecek, Irina (2016): Medienzeitbudgets und Tagesablaufverhalten. Ergebnisse auf Basis der ARD/ZDF-Studie Massenkommunikation. In: Media Perspektiven, Heft 2, S.98-107.
- Kosicki, Gerald M./Becker, Lee/Fredin, Eric S. (1994): Buses and Ballots: the Role of Media Images in a Local Election. In: Journalism Quarterly 71(1), S. 76-89.
- Massenkommunikation 2015: Funktionen und Images der Medien im Vergleich. Ergebnisse der ARD/ZDF-Langzeitstudie. In: Media Perspektiven, Heft 7-8, S. 323-341.

- Metzger, Miriam J./Flanagin, Andrew J./Eyal, Keren/Lemus, Daisy R./McCann, Robert M. (2003): *Credibility for the 21st Century: Integrating Perspectives on Source, Message, and Media Credibility in the Contemporary Media Environment*. In: Kalbfleisch, Pamela J. (Hg.): *Communication Yearbook 27*. Mahwah, S. 293-335.
- Perse, Elizabeth M./Courtright, John A. (1993): *Normative Images of Communication Media. Mass and Interpersonal Channels in the New Media Environment*. In: *Human Communication Research* 19(4), S. 485-503.
- Ridder, Christa-Maria/Engel, Bernhard (2001): *Massenkommunikation 2000: Images und Funktionen der Massenmedien im Vergleich*. In: *Media Perspektiven* (3), S. 102-125.
- Ridder, Christa-Maria/Engel, Bernhard (2010): *Massenkommunikation 2010: Funktionen und Images der Medien im Vergleich*. In: *Media Perspektiven* (11), S. 537-548.
- Rössler, Patrick/Wirth, Werner (Hg.) (1999): *Glaubwürdigkeit im Internet. Fragestellungen, Modelle, empirische Befunde*. München.
- Schweiger, Wolfgang (1999): *Medienglaubwürdigkeit – Nutzungserfahrung oder Medienimage?* In: Rössler, Patrick/Wirth, Werner (Hg.): *Glaubwürdigkeit im Internet. Fragestellungen, Modelle, empirische Befunde*. München, S. 89-110.
- Self, Charles C. (1996): *Credibility*. In: Salwen, Michael B./Stacks, Don W. (Hg.): *An Integrated Approach to Communication Theory and Research*. Mahwah, S. 421-441.
- van Eimeren, Birgit/Ridder, Christa-Maria (2011): *Trends in der Nutzung und Bewertung der Medien 1970 bis 2010*. In: *Media Perspektiven* (1), S. 2-15.
- Verein ARGE Media-Analysen (2016): *MQ 2015. Media Qualitäten*. Wien.
- Wirth, Werner (1999): *Methodologische und konzeptionelle Aspekte der Glaubwürdigkeitsforschung*. In: Rössler, Patrick/Wirth, Werner (Hg.): *Glaubwürdigkeit im Internet. Fragestellungen, Modelle, empirische Befunde*. München, S. 47-66.

## 2.6 Medienumgang: qualitative Perspektiven

- Ang, Ien (1986): *Das Gefühl Dallas. Zur Produktion des Trivialen*. Bielefeld.
- Baacke, Dieter/Sander, Uwe/Vollbrecht, Ralf (1990): *Lebenswelten sind Medienwelten*. Opladen.
- Bachmair, Ben (1990): *Alltag als Gegenstand von Fernsehforschung*. In: Charlton, Michael/Bachmair, Ben (Hg.): *Medienkommunikation im Alltag. Interpretative Studien zum Medienhandeln von Kindern und Jugendlichen*. München et al., S. 57-75.
- Barthelmes, Jürgen/Sander, Ekkehard (1990): *Familie und Medien. Forschungsergebnisse und kommentierte Auswahlbibliographie*. München.
- Bausinger, Hermann (1984): *Media, Technology and Daily Life*. In: *Media, Culture and Society* 6(4), S. 343-351.
- Bronfenbrenner, Uri (1981): *Die Ökologie der menschlichen Entwicklung*. Stuttgart.
- Brown, Mary E. (1991): *Knowledge and Power: An Ethnography of Soap-Opera Viewers*. In: Vande Berg, Leah R./Wenner, Lawrence A. (Hg.): *Television Criticism. Approaches and Applications*. New York/London, S. 178-198.
- Charlton, Michael/Bachmair, Ben (Hg.) (1990): *Medienkommunikation im Alltag. Interpretative Studien zum Medienhandeln von Kindern und Jugendlichen*. München.

- Couldry, Nick/Hepp, Andreas (2016): *The Mediated Construction of Reality*: Cambridge.
- Fiske, John (1987): *Television Culture*. London/New York.
- Fritzsche, Bettina (2013): Mediennutzung im Kontext kultureller Praktiken als Herausforderung an die qualitative Forschung. In: Bohnsack, R. et al. (Hg.): *Die dokumentarische Methode und ihre Forschungspraxis*. Wiesbaden, S. 33-50.
- Ganguin, Sonja/Sander, Uwe (2005): Medienökologie. In: Mikos, Lothar/Wegener, Claudia (Hg.): *Qualitative Medienforschung*. Ein Handbuch. Konstanz, S. 130-140.
- Hartmann, Maren (2013): *Domestizierung*. Baden-Baden.
- Hickethier, Knut (1982): Medienbiographien – Bausteine für eine Rezeptionsgeschichte. In: *Medien und Erziehung* 26(4), S. 206-215.
- Kohli, Martin (1977): Fernsehen und Alltagswelt. Ein Modell eines Rezeptionsprozesses. In: *Rundfunk und Fernsehen* 25(1-2), S. 70-85.
- Krotz, Friedrich (2001): *Die Mediatisierung kommunikativen Handelns. Der Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch Medien*. Wiesbaden.
- Kübler, Hans-Dieter (1982): Medienbiographien – ein neuer Ansatz der Rezeptionsforschung? In: *Medien und Erziehung* 26(4), S. 194-205.
- Lange, Andreas/Lüscher, Kurt (1998): *Kinder und ihre Medienökologie. Eine Zwischenbilanz der Forschung unter besonderer Berücksichtigung des Leitmediums Fernsehen*. München.
- Luger, Kurt (1985): *Medien im Jugendalltag. Wie gehen die Jugendlichen mit den Medien um – was machen die Medien mit den Jugendlichen?* Wien.
- Lull, James (1980): Family Communication Patterns and The Social Uses of Television. In: *Communication Research* 7(3), S. 319-334.
- Lull, James (1982): A Rules Approach to the Study of Television and Society. In: *Human Communication Research* 9(4), S. 3-16.
- Lüscher, Kurt/Wehrspau, Michael (1985): Medienökologie: Der Anteil der Medien an unserer Gestaltung der Lebenswelten. In: *Zeitschrift für Sozialisation und Erziehung* 5(2), S. 187-204.
- Mikos, Lothar (2005): Alltag und Mediatisierung. In: Mikos, Lothar/Wegener, Claudia (Hg.): *Qualitative Medienforschung*. Ein Handbuch. Konstanz, S. 80-94.
- Mikos, Lothar/Wegener, Claudia (Hg.) (2005): *Qualitative Medienforschung*. Ein Handbuch. Konstanz.
- Naab, Teresa K. (2013): *Gewohnheiten und Rituale bei der Fernsehnutzung. Theoretische Konzeption und methodische Perspektiven*. Baden-Baden.
- Neumann-Braun, Klaus (2005): Strukturanalytische Rezeptionsforschung. In: Mikos, Lothar/Wegener Claudia (Hg.): *Qualitative Medienforschung*. Konstanz, S. 58-66.
- Press, Andrea (1990): Class, Gender and the Female Viewer: Women's Responses to Dynasty. In: Brown, Mary E. (Hg.): *Television and Women's Culture*. London, S. 158-182.
- Radway, Janice (1984): *Reading the Romance: Woman, Patriarchy and Popular Literature*. Chapel Hill.
- Rogge, Jan-Uwe (1982a): Die biographische Methode in der Medienforschung. In: *Medien und Erziehung* 26(5), S. 273-287.

- Rogge, Jan-Uwe (1982b): Familienwelten – Medienwelten. In: Furiar, Martin/Wittmann, Peter (Hg.): *Television total?* Heidelberg, S. 107-121.
- Röser, Jutta (Hg.) (2007): *MedienAlltag. Domestizierungsprozesse alter und neuer Medien.* Wiesbaden.
- Röser, Jutta/Großmann, Nina (2008): Alltag mit Internet und Fernsehen Fallstudien zum Medienhandeln junger Paare. In: Thomas, Tanja (Hg.): *Medienkultur als soziales Handeln.* Wiesbaden, S. 91-104.
- Röser, Jutta/Thomas, Tanja/Peil, Corinna (Hg.) (2010): *Alltag in den Medien – Medien im Alltag.* Wiesbaden.
- Sander, Ekkehard/Lange, Andreas (2005): Der medienbiographische Ansatz. In: Mikos, Lothar/Wegner, Claudia (Hg.): *Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch.* Konstanz, S. 115-129.
- Vorderer, Peter (2015): Der mediatisierte Lebenswandel. In: *Publizistik* 60(3), S. 259-276.
- Vollbrecht, Ralf (2010): Der sozialökologische Ansatz der Mediensozialisation. In: Hoffmann, Dagmar/Mikos, Lothar (Hg.): *Mediensozialisationstheorien. Modelle und Ansätze in der Diskussion.* Wiesbaden, S. 93-108.
- Weber, Mathias (2015): *Der soziale Rezipient. Medienrezeption als gemeinschaftliche Identitätsarbeit in Freundeskreisen Jugendlicher.* Wiesbaden.
- Wünsch, Carsten/Schramm, Holger/Gehrau, Volker/Bilandzic, Helena (Hg.) (2014): *Handbuch Medienrezeption.* Baden-Baden.

## 2.7 Mediensucht

- Byun, Sookeun et. al (2009): Internet Addiction: A Metasynthesis of 1996-2006 Quantitative Research. In: *CyberPsychology & Behavior* 12(2), S. 203-207.
- Eidenbenz, Franz (2004): Online zwischen Faszination und Sucht. In: *SuchtMagazin* 1, S. 3-12.
- Finn, Seth (1992): Television „Addiction?“ An Evaluation of Four Competing Media-Use Models. In: *Journalism Research* 69(2), S. 422-435.
- Greenfield, David N. (1999): The Nature of Internet Addiction: Psychological Factors in Compulsive Internet Use. Presentation at the Annual Meeting of the American Psychological Ass. Boston. Auf: <http://www.virtual-addiction.com/articles.htm>.
- Griffiths, Mark (2008): Addiction and Exposure. In: Donsbach, Wolfgang (Hg.): *The International Encyclopedia of Communication.* Malden, Mass., S. 34-36.
- Hahn, André/Jerusalem, Matthias (2001): Internetsucht: Jugendliche gefangen im Netz. In: Raithel, Jürgen (Hg.): *Risikoverhaltensweisen Jugendlicher. Formen, Erklärungen und Prävention.* Opladen, S. 279-293.
- Kim, Junghyun/Haridakis, Paul M. (2009): The Role of Internet User Characteristics and Motives in Explaining Three Dimensions of Internet Addiction. In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 14, S. 988-1015.
- McIlwraith, Robert D. (1998): “I am Addicted to Television”: The Personality, Imagination, and TV Watching Patterns of Self-Identified TV Addicts. In: *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 42(3), S. 371-386.

- McIlwraith, Robert D./Smith Jacobvitz, Robin/Kubey, Robert W./Alexander, Alison (1991): Television Addiction. Theories and Data behind the Ubiquitous Metaphor. In: *American Behavioral Scientist* 35(2), S. 104-121.
- Schulz, Winfried (1997c): Vielseher im dualen Rundfunksystem. Sekundäranalyse zur Langzeitstudie Massenkommunikation. In: *Media Perspektiven* (2), S. 92-102.
- Smith, Robin (1986): Television Addiction. In: Bryant, Jennings/Anderson, Daniel R. (Hg.): *Perspectives on Media Effects*. Hillsdale, N.J., S. 109-128.
- Sturm, Herta (Hg.) (1981): Themenheft „Der Vielseher – Herausforderung für die Fernsehforschung und Gesellschaft“. In: *Fernsehen und Bildung* 15(1-3).
- Sturm, Hertha (1981): Die Vielseher im Sozialisationsprozess. Rezipientenorientierter Ansatz der formalen medienspezifischen Angebotsweisen. In: *Fernsehen und Bildung* 15(1-3), S. 137-148.
- Widyanto, Laura/Griffiths, Mark (2006): “Internet Addiction”: A Critical Review. In: *Int. Journal of Mental Health Addict*, 4, S. 31-51.
- Young, Kimberly S. (1996): Internet Addiction: The Emergence of a New Clinical Disorder. In: *CyberPsychology & Behavior* 1(3), S. 237-244.
- Young, Kimberly S. (1998): *Caught in the Net: How to Recognize the Signs of Internet-Addiction and a Winning Strategy for Recovery*. New York.
- Zimmerl, Hans D./Panosch, Beate/Masser, Joachim (1998): „Internetsucht“ – eine neumodische Krankheit? In: *Wiener Zeitschrift für Suchtforschung* 21(4), S. 19-34.

## 3 Uses-and-Gratifications: der Nutzenansatz

### 3.1 Klassische Texte

- Berelson, Bernard (1965): What Missing the Newspaper Means. In: Schramm, Wilbur L. (Hg.): *The Process and Effects of Mass Communication*. Urbana, S. 36-49.
- Herzog, Herta (1940): Professor Quiz: A Gratification Study. In: Lazarsfeld, Paul F. (Hg.): *Radio and the Printed Page*. New York, S. 64-93.

### 3.2 Überblickstexte

- Blumler, Jay G./Katz, Elihu (Hg.) (1974): *The Uses of Mass Communications. Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills.
- Haradikis, Paul (2013): Uses and Gratifications. A Social and Psychological Perspective of Media Use and Effects. In: Valdivia, Angharad N. (Hg.): *The International Encyclopedia of Media Studies*. Vol. V: *Media Effects/Media Psychology*. Oxford UK, S. 148-169.
- Krcmar, Marina (2017): Uses and Gratifications: Basic Concepts. In: Rössler, Patrick et al. (Hg.): *The International Encyclopedia of Media Effects*. Chichester, West Sussex, UK.
- Lev-On, Azi (2017): Uses and Gratifications: Evidence for Various Media. In: Rössler, Patrick et al. (Hg.): *The International Encyclopedia of Media Effects*. Chichester, West Sussex, UK.
- Levy, Mark R./Windahl, Sven (1984): Audience Activity and Gratifications. A Conceptual Clarification and Exploration. In: *Communication Research* 11(1), S. 51-78.
- McLeod, Jack M./Becker, Lee B. (1981): The Uses and Gratifications Approach. In: Nimmo, Dan D./Sanders, Keith R. (Hg.): *Handbook of Political Communication*. Beverly Hills/London, S. 67-99.
- Palmgreen, Philip (1984): Der „Uses and Gratifications Approach“. Theoretische Perspektiven und praktische Relevanz. In: *Rundfunk und Fernsehen* 32(1), S. 51-62.
- Quan-Haase, Anabel/Young, Alyson L. (2014): The Uses and Gratifications (U&G) Approach as a Lens for Studying Social Media Practice. In: Fortner, Robert S./Fackler, Mark P. (Hg.): *The Handbook of Media and Mass Communication Theory*. Malden, MA, S. 269-286.
- Rayburn, Jay D. II. (1996): Uses and Gratifications. In: Salwen, Michael B./Stacks, Don W. (Hg.): *An Integrated Approach to Communication Theory and Research*. Mahwah, S. 145-163.
- Reimer, Myriam (2008): Eskapismus-Konzept. In: Sander, Uwe/von Gross, Friederike/Hugger, Kai-Uwe (Hg.): *Handbuch Medienpädagogik*. Wiesbaden: VS, S. 297-300.



- Rosengren, Karl E./Wenner, Lawrence A./Palmgreen, Philip (Hg.) (1985): Media Grati-  
fications Research. Current Perspectives. Beverly Hills et al.
- Rubin, Alan M. (2000): Die Uses-and-Gratifications-Perspektive der Medienwirkung. In:  
Schorr, Angela (Hg.): Publikums- und Wirkungsforschung. Ein Reader. Wiesbaden,  
S. 137-152.
- Rubin, Alan M. (2002): The Uses-And-Gratifications Perspective of Media Effects. In:  
Bryant, Jennings/Zillmann, Dolf (Hg.) (2002): Media Effects. Advances in Theory  
and Research. Mahwah, S. 525-548.
- Rubin, Alan M. (2009a): Uses-and-Gratifications Perspective on Media Effects. In:  
Bryant, Jennings/Oliver, Mary B. (Hg.) (2009): Media Effects. Advances in Theory  
and Research. New York/London, S. 165-184.
- Rubin, Alan M. (2009b): Uses and Gratifications. An Evolving Perspective of Media  
Effects. In: Nabi, Robin L./Oliver, Mary B. (Hg.): The Sage Handbook of Media  
Processes and Effects. Thousand Oaks et al., S. 147-159.
- Swanson, David L. (Hg.) (1979): The Uses and Gratifications Approach to Mass Com-  
munications Research. Communication Research (Special Issue) 6(1), S. 3-112.
- Windahl, Sven (1981): Uses and Gratifications at the Crossroads. In: Wilhoit, G. Cleve-  
land/Bock, Harold (Hg.): Mass Communication Review Yearbook 2. Beverly Hills/  
London, S. 174-185.

### 3.3 Theoretische Diskussion

- Blumler, Jay G. (1979): The Role of Theory in Uses and Gratifications Studies. In:  
Communication Research 6(1), S. 9-36.
- Blumler, Jay G./Katz, Elihu (Hg.) (1974): The Uses of Mass Communications. Current  
Perspectives on Gratifications Research. Beverly Hills.
- Höfer, W. (2013): Medien und Emotionen. Kap. 2: Publikums- und Gratifikationsfor-  
schung. Wiesbaden, S. 55-108.
- Höflich, Joachim R. (1994): Der Computer als „interaktives Massenmedium“. Zum Bei-  
trag des Uses and Gratifications Approach bei der Untersuchung computer-ver-  
mittelter Kommunikation. In: Publizistik 39(4), S. 389-408.
- Katz, Elihu/Foulkes, David (1962): On the Use of the Mass Media as „Escape“: Clarifi-  
cation of a Concept. In: Public Opinion Quarterly 26(3), S. 377-388.
- McQuail, Denis (1984): With the Benefit of Hindsight: Reflections on Uses and Grati-  
fications Research. In: Critical Studies in Mass Communication 1(2), S. 177-193.
- Mehling, Gabriele (2001): Fernsehen ist kein „Problem“. Zu den handlungstheoretischen  
Vorstellungen des Uses-and-Gratifications Approach. In: Rössler, Patrick/Hase-  
brink, Uwe/Jäckel, Michael (Hg.): Theoretische Perspektiven der Rezeptionsfor-  
schung. München, S. 97-119.
- Merten, Klaus (1984): Vom Nutzen des „Uses and Gratifications Approach“. Anmer-  
kungen zu Palmgreen. In: Rundfunk und Fernsehen 32(1), S. 66-72.

- Palmgreen, Philip/Rayburn II, Jay D. (1982): Gratification Sought and Media Exposure: An Expectancy Value Model. In: *Communication Research* 9(4), S. 561-580.
- Pfaff-Rüdiger, Senta/Meyen, Michael (2013): Soziales Kapital und praktischer Sinn. Wie das Internet die Sicht auf den Uses-and-Gratifications-Ansatz verändert. In: Jandura, Olaf/Fahr, Andreas/Brosius, Hans-Bernd (Hg.): *Theorieanpassungen in der digitalen Medienwelt*. Baden-Baden, S. 71-83.
- Ronge, Volker (1984): Massenmedienkonsum und seine Erforschung – eine Polemik gegen „Uses and Gratifications“. In: *Rundfunk und Fernsehen* 32(1), S. 73-82.
- Sundar, Shyam S./Limperos, Anthony M. (2013): Uses and Grats 2.0: New Gratifications for New Media. In: *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(4), S. 504-525.
- Weinreich, Frank (1998): Nutzen- und Belohnungsstrukturen computergestützter Kommunikationsformen. Zur Anwendung des Uses and Gratifications Approach in einem neuen Forschungsfeld. In: *Publizistik* 43(2), S. 130-142.

### 3.4 Empirische Forschung

- Blumler, Jay G./Katz, Elihu (Hg.) (1974): *The Uses of Mass Communications. Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills.
- Breunig, Christian/Engel, Bernhard (2015): *Massenkommunikation 2015: Funktionen und Images der Medien im Vergleich. Ergebnisse der ARD/ZDF-Langzeitstudie*. In: *Media Perspektiven*, Heft 7-8, S. 323-341.
- Katz, Elihu/Gurevitch, Michael/Haas, Hadassah (1973): On the Use of the Mass Media for Important Things. In: *American Sociological Research* 38(2), S. 164-181.
- Kaye, Barbara K./Johnson, Thomas J. (2002): Online and in the Know: Uses and Gratifications of the Web for Political Information. In: *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 46(1), S. 54-71.
- Krcmar, Marina/Kean, Linda G. (2005): Uses and Gratifications of Media Violence: Personality Correlates of Viewing and Liking Violent Genres. In: *Media Psychology* 7(4), S. 399-420.
- Lull, James (1980b): The Social Uses of Television. In: *Human Communication Research* 6(3), S. 197-209.
- Rubin, Alan M. (1983): Television Uses and Gratifications: The Interaction of Viewing Patterns and Motivations. In: *Journal of Broadcasting* 27(1), S. 37-51.
- Ryffel, Fabian A. (2016): Die Emotionskluft. Wie sich die Printmediennutzung und Gratifikationserwartungen in Einstellungsstrukturen niederschlagen. In: *Publizistik*, 61(2), S. 167-187.

## 4 Medienrezeption

### 4.1 Überblickstexte

- Bilandzic, Helena/Schramm, Holger/Matthes, Jörg (2015): Medienrezeptionsforschung. Konstanz.
- Bucher, Hans-Jürgen (2008): Vergleichende Rezeptionsforschung: Theorien, Methoden und Befunde. In: Melischek, Gabriele/Seethaler, Josef/Wilke, Jürgen (Hg.): Medien & Kommunikationsforschung im Vergleich. Grundlagen, Gegenstandsbereiche, Verfahrensweisen. Wiesbaden, S. 309-340.
- Bucher, Hans-Jürgen/Schumacher, Peter (Hg.) (2012): Interaktionale Rezeptionsforschung. Theorie und Methode der Blickaufzeichnung in der Medienforschung. Wiesbaden.
- Charlton, Michael (1997): Rezeptionsforschung als Aufgabe einer interdisziplinären Medienwissenschaft. In: Charlton, Michael/Schneider, Silvia (Hg.): Rezeptionsforschung. Theorien und Untersuchungen zum Umgang mit Massenmedien. Opladen, S. 16-39.
- Charlton, Michael/Schneider, Silvia (Hg.) (1997): Rezeptionsforschung. Theorien und Untersuchungen zum Umgang mit Massenmedien. Opladen.
- Gehrau, Volker (2002): Eine Skizze der Rezeptionsforschung in Deutschland. In: Rössler, Patrick/Kubisch, Susanne/Gehrau, Volker (Hg.): Empirische Perspektiven der Rezeptionsforschung. München, S. 9-47.
- Hasebrink, Uwe (2014): Kultur. In: Wünsch, Carsten/Schramm, Holger/Gehrau, Volker/Bilandzic, Helena (Hg.): Handbuch Medienrezeption. Baden-Baden, S. 395-409.
- Holly, Werner/Püschel, Ulrich (Hg.) (1993): Medienrezeption als Aneignung. Methoden und Perspektiven qualitativer Medienforschung. Opladen.
- Krotz, Friedrich (1996): Der Beitrag des symbolischen Interaktionismus für die Fernsehnutzungs- und Rezeptionsforschung. In: Hasebrink, Uwe/Krotz, Friedrich (Hg.): Die Zuschauer als Fernsehregisseure. Baden-Baden/Hamburg, S. 52-72.
- Rössler, Patrick/Kubisch, Susanne/Gehrau, Volker (Hg.) (2002): Empirische Perspektiven der Rezeptionsforschung. München.
- Rössler, Patrick/Hasebrink, Uwe/Jäckel, Michael (Hg.) (2001): Theoretische Perspektiven der Rezeptionsforschung. München.
- Sandvoss, C. (2011): Reception. In: Nightingale, V. (Hg.): The Handbook of Media Audiences. Malden, MA/Oxford, OX, S. 230-250.
- Schröder, Christian (2013): Audiences as Citizens. Insights from Three Decades of Reception Research. In: Valdivia, Angharad (Hg.): The International Encyclopedia of Media Studies. Vol. IV: Audience and Interpretation. Oxford UK, S. 510-534.
- Thomas, William I./Thomas, Dorothy S. (1928): The Child in America: Behavior Problems and Programs. New York.

- Woelke, Jens (2014): Kanalspezifika. In: Wünsch, Carsten / Schramm, Holger / Gehrau, Volker / Bilandzic, Helena (Hg.): Handbuch Medienrezeption. Baden-Baden, S. 61-80.
- Wünsch, Carsten/Schramm, Holger/Gehrau, Volker/Bilandzic, Helena (Hg.) (2014): Handbuch Medienrezeption. Baden-Baden.

## 4.2 Aktive versus passive Informationssuche

- Atkin, Charles K. (1973): Instrumental Utilities and Information Seeking. In: Clarke, Peter (Hg.): New Models in Mass Communication Research. Beverly Hills/London, S. 205-242.
- Blödorn, Sascha/Gerhards, Maria (2004): Informationsverhalten der Deutschen. Ergebnisse einer Repräsentativbefragung. In: Media Perspektiven (1), S. 2-14.
- Borch, Susan/Wagner, Sandra J. (2009): Motive und Kontext der Suche nach Gesundheitsinformationen – Theoretische Überlegungen und empirische Befunde anhand des telefonischen Gesundheitssurveys. In: Roski, Reinhold (Hg.): Zielgruppengerechte Gesundheitskommunikation. Akteure – Audience Segmentation – Anwendungsfelder. Wiesbaden, S. 59-87.
- Case, Donald O. (2008): Looking for Information. A Survey of Research on Information Seeking, Needs, and Behavior. London et al.
- Chaffee, Steven H./McLeod, Jack M. (1973): Individual vs. Social Predictors of Information Seeking. In: Journalism Quarterly 50(2), S. 237-245.
- Clarke, Peter (1971): Children's Response to Entertainment: Effects of Co-Orientation on Information Seeking. In: Kline, F. Gerald/Clarke, Peter (Hg.): Mass Communication and Youth. Beverly Hills/London, S. 51-67.
- Dervin, Brenda (1976): The Everyday Information Needs of the Average Citizen. In: Kochen, Manfred/Donohue, Joseph C. (Hg.): Information for the Community. Chicago, S. 19-38.
- Dervin, Brenda (1980): Communication Gaps and Inequities: Moving Toward a Reconceptualization. In: Dervin, Brenda/Voigt, Melvin J. (Hg.): Progress in Communication Sciences 2. Norwood, S. 73-112.
- Dervin, Brenda (1989): Audience as Listener and Learner, Teacher and Confidante: The Sense-Making Approach. In: Rice, Ronald E./Atkin, Charles K. (Hg.) (1989): Public Communication Campaigns. Newbury Park, S. 67-86.
- Dervin, Brenda/Foreman-Wernet, Lois (2013): Sense-Making Methodology as an Approach to Understanding and Designing for Campaign Audiences. In: Rice, Ronald E./Atkin, Charles K. (Hg.): Public Communication Campaigns. Los Angeles/London/New Delhi/Singapore, S. 147-162.
- Dervin, Brenda/Foreman-Wernet, Lois/Lauterbach, Eric (Hg.) (2003): Sense-Making Methodology Reader: Selected Writings of Brenda Dervin. Cresskill.
- Dervin, Brenda/Frenette, Micheline (2001): Sense-Making Methodology: Communicating Communicatively with Campaign Audiences. In: Rice, Ronald E./Atkin, Charles K. (Hg.): Public Communication Campaigns. Beverly Hills/London, S. 69-87.

- Dervin, Brenda/Harlock, Sylvia/Atwood, Rita/Garzona, Carol (1980): The Human Side of Information. An Exploration in a Health Communication Context. In: Nimmo, Dan D. (Hg.): *Communication Yearbook 4*. New Brunswick/London, S. 591-608.
- Dervin, Brenda/Nilan, Michael S./Jacobson, Thomas L. (1982): Improving Predictors of Information Use: A Comparison of Predictor Types in a Health Communication Setting. In: Burgoon, Michael (Hg.): *Communication Yearbook 5*. New Brunswick/London, S. 807-830.
- Donohew, Lewis (1990): Public Health Campaigns: Individual Message Strategies and a Model. In: Ray, Eileen B./Donohew, Lewis (Hg.): *Communication and Health: Systems and Applications*. Hillsdale, N.J., S. 136-152.
- Donohew, Lewis/Tipton, Leonard (1973): A Conceptual Model of Information Seeking, Avoiding, and Processing. In: Clarke, Peter (Hg.): *New Models for Communication Research*. Beverly Hills/London, S. 243-268.
- Johnson, J. Davis/Case, Donald O. (2012): *Health Information Seeking*. New York etc.
- Hartmann, Tilo (2009) (Hg.): *Evolving perspectives on media choice: A theoretical and empirical overview*. New York.
- Hastall, Matthias (2011): *Kommunikation von Gesundheitsrisiken in den Massenmedien. Der Einfluss von Informations- und Rezipientenmerkmalen auf die Botschaftszuwendung und -vermeidung*. Baden-Baden.
- Kahlor, LeeAnn/Dunwoody, Sharon/Griffin, Robert J./Neuwirth, Kurt (2006): Seeking and Processing Information about Impersonal Risk. In: *Science Communication* 28(2), S. 163-194.
- Knobloch-Westerwick, Silvia/Mothes, Cornelia/Johnson, Benjamin K./Westerwick, Axel/Donsbach, Wolfgang (2015): Political Online Information Searching in Germany and the United States: Confirmation Bias, Source Credibility, and Attitude Impacts. In: *Journal of Communication*, 65(3), S. 489-511.
- Obermaier, Magdalena/Haim, Mario/Reinemann, Carstel (2014): Emotionen bewegen? Ein Experiment zur Wirkung von Medienbeiträgen mit Emotionalisierungspotenzial auf Emotionen, politische Partizipationsabsichten und weiterführende Informationssuche. In: *M&K*, 62(2), S. 216-235.
- Savolainen, Reijo (2005): Everyday Life Information Seeking. In: Fisher, Karen E./Erdelcz, Sanda/McKenie, Lynne (Hg.): *Theories of Information Behavior*. Medford, S. 143-148.
- van der Rijt, Gerrit A. J. (1998): Determinants of the Consumption of Health Information in the Media. In: *Communications* 23(3), S. 255-269.
- Yang, Janet Z./Aloe, Ariel M. /Feeley, Thomas Hugh (2014): Risk Information Seeking and Processing Model: A Meta-Analysis. In: *Journal of Communication*, 64(1), S. 20-41.

### 4.3 Dynamisch-transaktioneller Ansatz

- Engelmann, Ines/Wendelin, Manuel (2015): Relevanzzuschreibung und Nachrichtenauswahl des Publikums im Internet. Ein faktorieller Survey zum Einfluss von Kommentarhäufigkeiten und Nachrichtenfaktoren. In: *Publizistik*, 60(2), S. 165-185.
- Früh, Werner (1991): *Medienwirkungen: Das dynamisch-transaktionale Modell. Theorie und empirische Forschung*. Opladen.
- Früh, Werner (2001): Der dynamisch-transaktionale Ansatz. Ein integratives Paradigma für Medienrezeption und Medienwirkungen. In: Rössler, Patrick/Hasebrink, Uwe/Jäckel, Michael (Hg.): *Theoretische Perspektiven der Rezeptionsforschung*. München, S. 11-34.
- Früh, Werner/Schönbach, Klaus (1982): Der dynamisch-transaktionale Ansatz. Ein neues Paradigma der Medienwirkungen. In: *Publizistik* 27(1-2), S. 74-88.
- Früh, Werner/Schönbach, Klaus (2005): Der dynamisch-transaktionale Ansatz 3. Eine Zwischenbilanz. In: *Publizistik* 50(1), S. 4-20.
- Schönbach, Klaus/Früh, Werner (1984): Der dynamisch-transaktionale Ansatz 2: Konsequenzen. In: *Rundfunk und Fernsehen* 32(3), S. 314-329.
- Wünsch, Carsten/Früh, Werner/Gehrau, Volker (Hg.)(2007): *Integrative Modelle in der Rezeptions- und Wirkungsforschung. Dynamische und transaktionale Perspektiven*. München.

### 4.4 Aufmerksamkeit

- Alwitt, Linda F./Anderson, Daniel R./Lorch, Elisabeth P./Levin, Stephen R. (1980): Preschool Children's Visual Attention to Attributes of Television. In: *Human Communication Research* 7(1), S. 42-67.
- Anderson, Daniel R. (Hg.): *Attention and Awareness*. In: Rössler, Patrick/Hoffner, Cynthia A./van Zoonen, Liesbet et al. (Hg.): *International Encyclopedia of Media Effects*. Chichester, UK.
- Bickham, David S./Wright, John C./Huston, Aletha C. (2001): Attention, Comprehension, and the Influences of Television. In: Singer, Dorothy. G./Singer, Jerome L. (Hg.): *Handbook of Children and the Media*. Thousand Oaks, S. 101-119.
- Chaffee, Steven H./Schleuder, Joan (1986): Measurement and Effects of Attention to News Media. In: *Human Communication Research* 13(1), S. 76-107.
- Eilders, Christiane/Wirth, Werner (1999): Die Nachrichtenwertforschung auf dem Weg zum Publikum: Eine experimentelle Überprüfung des Einflusses von Nachrichtenfaktoren bei der Rezeption. In: *Publizistik* 44(1), S. 35-57.
- Franck, Georg (1998): *Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf*. München/Wien.
- Huff, Markus (2008): Aufmerksamkeitsprozesse beim Fernsehen. In: Krämer, Nicole C./tsfati, Stephan/Unz, Dagmar/Suckfüll, Monika (Hg.): *Medienpsychologie. Schlüsselbegriffe und Konzepte*. Stuttgart, S. 70-74.

- Lombard, Matthew/Lee, Songyi/Sun, Weimei/Xu, Kun/Yang, Hocheol (2017): Presence Theory. Rössler, Patrick/Hoffner, Cynthia A./van Zoonen, Liesbet et al. (Hg.): International Encyclopedia of Media Effects. Chichester, UK. In:
- Rice, Mabel/Huston, Aletha C./Wright, John C. (1984): Fernsehspezifische Formen und ihr Einfluss auf Aufmerksamkeit, Verständnis und Sozialverhalten der Kinder. In: Meyer, Manfred (Hg.): Wie verstehen Kinder Fernsehprogramme? München/New York, S. 17-49.
- Salomon, Gavriel (1983): Television Watching and Mental Effort: A Social Psychological View. In: Bryant, Jennings/Anderson, Daniel R. (Hg.): Children's Understanding of Television. New York/London, S. 181-198.
- Tibus, Maike (2008): Amount of Invested Mental Effort AIME. In: Krämer, Nicole C./Schwan, Stephan/Unz, Dagmar/Suckfüll, Monika (2008) (Hg.): Medienpsychologie. Schlüsselbegriffe und Konzepte. Stuttgart, S. 96-101.

## 4.5 Info-Verarbeitung und Verstehen

- Beck, Klaus/Schweiger, Wolfgang (Hg.) (2001): Attention please! Online-Kommunikation und Aufmerksamkeit. München.
- Busselle, Rick/Bilandzic, Helena (2008): Fictionality and Perceived Realism in Experiencing Stories: A Model of Narrative Comprehension and Engagement. In: Communication Theory 18(2), S. 255-280.
- Früh, Hanna (2013): Grundlagen : Informationsverarbeitung. In: Schweiger, Wolfgang/Fahr, Andreas (Hg.): Handbuch Medienwirkungsforschung. Wiesbaden, S. 133-151.
- Lutz, Benedikt/Wodak, Ruth (1987): Information für Informierte. Linguistische Studien zu Verständlichkeit und Verstehen von Hörfunknachrichten. Wien.
- Matthes, Jörg (2014): Kognition. In: Wünsch, Carsten/Schramm, Holger/Gehrau, Volker/Bilandzic, Helena (Hg.): Handbuch Medienrezeption. Baden-Baden, S. 13-27.
- Matthes, Jörg (2014): Kognition. In: Wünsch, Carste/Schramm, Holger/Gehrau, Volker / Bilandzic, Helena (Hg.): Handbuch Medienrezeption. Baden-Baden, S. 13-27.
- Rice, Mabel/Huston, Aletha C./Wright, John C. (1984): Fernsehspezifische Formen und ihr Einfluss auf Aufmerksamkeit, Verständnis und Sozialverhalten der Kinder. In: Meyer, Manfred (Hg.): Wie verstehen Kinder Fernsehprogramme? München/New York, S. 17-49.
- Roskos-Ewoldsen, Beverly/Roskos-Ewoldsen, David R./Yang, Moonhee/Lee, Mina (2007): Comprehension of the Media. In: Roskos-Ewoldsen, David R./Monahan, Jennifer L. (Hg.): Communication and Social Cognition. Theories and Methods. Mahwah/London, S. 319-348.
- Schemer, Christian/Wirth, Werner/Matthes, Jörg (2008): Out of the Lab into the Field - Zur Operationalisierung und Validierung von Informationsverarbeitungsprozessen in kommunikationswissenschaftlichen Befragungsstudien. In: Jörg Matthes/Wirth, Werner/Daschmann, Gregor/Fahr, Andreas (Hg.): Die Brücke zwischen Theorie

- und Empirie. Operationalisierung, Messung und Validierung in der Kommunikationswissenschaft. Köln, S. 28-47.
- Schwan, Stephan (2014): Verstehen. In: Wünsch, Carsten/Schramm, Holger/Gehrau, Volker/Bilandzic, Helena (Hg.): Handbuch Medienrezeption. Baden-Baden; S. 191-206.
- Schwan, Stephan/Buder, Jürgen (2007): Informationsaufnahme und -verarbeitung. In: Six, Ulrike/Gleich, Uli/Gimmler, Roland (Hg.) (2007): Kommunikationspsychologie – Medienpsychologie. Lehrbuch. Weinheim/Basel, S. 51-69.
- Wyer, Rbert S./Shrum, L. J. (2015): The Role of Comprehension Processes in Communication and Persuasion. In: Media Psychology, 18, S. 163-195.

## 4.6 Identifikation und Parasoziale Interaktion

- Beniger, James R. (1987): Personalization of Mass Media and the Growth of Pseudo-Community. In: Communication Research 14(3), S. 352-371.
- Brown, William J. (2015): Examining Four Processes of Audience Involvement With Media Personae: Transportation, Parasocial Interaction, Identification, and Worship. In: Communication Theory, 25, S. 259-283.
- Charlton, Michael/Borcsa, Maria (1997): Thematische Voreingenommenheit, Involvement und Formen der Identifikation. In: Charlton, Michael/Schneider, Silvia (Hg.): Rezeptionsforschung. Theorien und Untersuchungen zum Umgang mit Massenmedien. Opladen, S. 254-267.
- Cohen, Jonathan (2001): Defining Identification: A Theoretical Look at the Identification of Audiences With Media Characters. In: Mass Communication & Society 4(3), S. 245-264.
- Feilitzen, Cecilia von/Linné, Olga (1975): Identifying with Television Characters. In: Journal of Communication 25(4), S. 51-55.
- Früh, Werner (1978): Leseranspruch und Leserurteil. In: Publizistik 23(4), S. 319-336.
- Früh, Werner (1980): Lesen, Verstehen, Urteilen. Untersuchungen über den Zusammenhang von Textgestaltung und Textwirkung. Freiburg i.Br./München.
- Früh, Werner/Wünsch, Carsten (2009): Empathie und Medienempathie. Ein empirischer Konstrukt- und Methodenvergleich. In: Publizistik 54(2), S. 191-215.
- Gleich, Uli/ Burst, Michael (1996): Parasoziale Beziehungen von Fernsehzuschauern mit Personen auf dem Bildschirm. In: Medienpsychologie 8(3), S. 182-200.
- Hartmann, Tilo (2010): Parasoziale Interaktion und Beziehungen. Baden-Baden.
- Hartmann, Tilo/Schramm, Holger/Klimmt, Christoph (2004): Parasoziale Interaktionen und Beziehungen mit Medienfiguren in interaktiven und konvergierenden Medienumgebungen. In: Hasebrink, Uwe/Mikos, Lothar/Prommer, Elisabeth (Hg.) (2004): Mediennutzung in konvergenten Medienumgebungen. München, S. 299-320.
- Hoffner, Cynthia (1996): Children's Wishful Identification and Parasocial Interaction with Favorite Television Characters. In: Journal of Broadcasting & Electronic Media 40(3), S. 389-402.



- Horton, Donald/Wohl, Richard (1956): Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance. In: *Psychiatry* 19(3), S. 215-229.
- Isotalus, Pekka (1995): Friendship through Screen. Review of Parasocial Relationship. In: *Nordicom Review* (1), S. 59-64.
- Keppler, Angela (1994): Tischgespräche. Über Formen kommunikativer Vergemeinschaftung am Beispiel der Konversation in Familien. Frankfurt a.M.
- Keppler, Angela (1998): Interaktion ohne reales Gegenüber. Zur Wahrnehmung medialer Akteure im Fernsehen. In: Vorderer, Peter (Hg.): *Fernsehen als "Beziehungskiste"*. Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen. Opladen, S. 11-24.
- Kepplinger, Hans M. (1982): Die Grenzen des Wirkungsbegriffes. In: *Publizistik* 27(1-2), S. 98-113.
- Knobloch-Westerwick, Silvia/Hastall, Matthias R. (2006): Social Comparison with News Personae: Selective Exposure to News Portrayals of Same-Sex and Same-Age Characters. In: *Communication Research* 33(4), S. 262-284.
- Knobloch, Silvia/van Nguyen-Blaas, Lan/Hastall, Matthias R. (2004): Mitfühlen oder Mitspielen. Wahrnehmung von Medienfiguren in Trickfilm und PC-Spiel bei Grundschulkindern. In: Hasebrink, Uwe/Mikos, Lothar/Prommer, Elisabeth (Hg.) (2004): *Mediennutzung in konvergenten Medienumgebungen*. München, S. 321-346.
- Krotz, Friedrich (1996b): Parasoziale Interaktion und Identität im elektronisch mediatisierten Kommunikationsraum. In: Vorderer, Peter (Hg.): *Fernsehen als „Beziehungskiste“*. Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen. Opladen, S. 73-90.
- Leißner, Laura/Stehr, Paula/Rössler, Patrick/Döringer, Esther/Morsbach, Melissa/Simon, Linda (2014): Parasoziale Meinungsführerschaft. Beeinflussung durch Medienpersonen im Rahmen parasozialer Beziehungen: Theoretische Konzeption und erste empirische Befunde. In: *Publizistik*, 59(3), 247-267.
- Paus-Hasebrink, Ingrid (2007): Heroes, Identity and para-social Interaction. In: Arnett, Jeffrey J. (Hg.): *Encyclopedia of Children, Adolescents, and the Media*. Thousand Oaks/London/New Delhi, S. 357-377.
- Rubin, Alan M./Perse, Elizabeth M./Powell, Robert A. (1985): Loneliness, Parasocial Interaction, and Local Television News Viewing. In: *Human Communication Research* 12(2), S. 155-180.
- Schramm, Holger (2006): Parasoziale Interaktionen und Beziehungen. Konzept – Begriffe – Modellierung – Messung – Befunde. In: Frizzoni, Brigitte/Tomkowiak, Ingrid (Hg.): *Unterhaltung. Konzepte – Formen – Wirkungen*. Zürich, S. 247-269.
- Schramm, Holger (2008): Parasoziale Interaktion (PSI). In: Krämer, Nicole C./Schwan, Stephan/Unz, Dagmar/Suckfüll, Monika (Hg.): *Medienpsychologie. Schlüsselbegriffe und Konzepte*. Stuttgart, S. 253-256.
- Schreier, Margrit (2008): Perceived Reality. In: Krämer, Nicole C./Schwan, Stephan/Unz, Dagmar/Suckfüll, Monika (Hg.): *Medienpsychologie. Schlüsselbegriffe und Konzepte*. Stuttgart, S. 112-117.
- Thallmair, Alexandra/Rössler, Patrick (2001): Parasoziale Interaktion bei der Rezeption von Daily Talkshows. Eine Befragung von älteren Talk-Zuschauern. In: Schneiderbauer, Christian (Hg.): *Daily Talkshows unter der Lupe. Wissenschaftliche Beiträge aus Forschung und Praxis*. München, S. 179-207.

## 4.7 Emotionale Prozesse und Unterhaltung

- Bente, Gary/Stephan, Egon/Jain, Anita/Mutz, Gerhard (1992): Fernsehen und Emotion. Neue Perspektiven der psychophysiologischen Wirkungsforschung. In: *Medienpsychologie* 4(3), S. 186-204.
- Bente, Gary/Fromm, Bettina (1997): *Affektfernsehen. Motive, Angebotsweisen und Wirkungen*. Opladen.
- Bilandzic, Helena/Busselle, Rick (2013): Narrative Persuasion. In: Dillard, James Price / Shen, Lijiang (Hg.): *The SAGE Handbook of Persuasion. Developments in Theory and Practice*. Thousand Oaks, Calif., S. 200-219.
- Bolls, Paul D. (2017): Arousal and Activation. In: Rössler, Patrick/Hoffner, Cynthia A./van Zoonen, Liesbet et al. (Hg.): *International Encyclopedia of Media Effects*. Chichester, UK.
- Bryant, Jennings/Vorderer, Peter (Hg.) (2006): *Psychology of Entertainment*. Mahwah.
- Bryant, Jennings/Miron, Dorina (2002): Entertainment as Media Effect. In: Bryant, Jennings/Zillmann, Dolf (Hg.) (2002): *Media Effects. Advances in Theory and Research*. Mahwah, S. 549-582.
- Bryant, Jennings/Zillmann, Dolf (Hg.) (2002): *Media Effects. Advances in Theory and Research*. Mahwah.
- Harber, Kent D./Cohen, Dov J. (2005): The Emotional Broadcaster Theory of Social Sharing. In: *Journal of Language and Social Psychology* 24(4), S. 382-400.
- Hastall, Matthias (2013): Spannung. In: Schweiger, Wolfgang / Fahr, Andreas (Hg.): *Handbuch Medienwirkungsforschung*. Wiesbaden, S. 263-278.
- Hofer, Matthias (2016): *Presence und Involvement*. Baden-Baden.
- Meadowcroft, Jeanne/Zillmann, Dolf (1987): Women's Comedy Preferences During the Menstrual Cycle. In: *Communication Research* 14(2), S. 204-218.
- Myrtek, Michael/Scharff, Christian/Brügner, Georg (1997): Psychophysiologische Untersuchungen zum Fernsehverhalten bei 11- und 15-jährigen Schülern unter besonderer Berücksichtigung der emotionalen Reaktionen. In: Charlton, Michael/Schneider, Silvia (Hg.): *Rezeptionsforschung. Theorien und Untersuchungen zum Umgang mit Massenmedien*. Opladen, S. 122-146.
- Nabi, Robin L. (2003): "Feeling" Resistance: Exploring the Role of Emotionally Evocative Visuals in Inducing Inoculation. In: *Media Psychology* 5(2), S. 199-223.
- Nabi, Robin L. (2009): Emotion and Media Effects. In: Nabi, Robin L./Oliver, Mary B. (Hg.): *The Sage Handbook of Media Processes and Effects*. Thousand Oaks et al., S. 205-222.
- Postman, Neil (1985): *Amusing Ourselves to Death. Public Discourse in the Age of Television*. New York; dt.: *Wir amüsieren uns zu Tode. Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie*. Frankfurt a.M.
- Raney, Arthur A. (2006): Why We Watch and Enjoy Mediated Sports. In: Raney, Arthur A./Bryant, Jennings (Hg.): *Handbook of Sports and Media*. Mahwah, S. 313-329.
- Schachter, Stanley/Singer, Jerome L. (1962): Cognitive, Social, and Physiological Determinants of Emotional State. In: *Psychological Review* 69(5), S. 379-399.

- Schramm, Holger (2005): Mood Management durch Musik. Die alltägliche Nutzung von Musik zur Regulierung von Stimmungen. Köln.
- Schramm, Holger/Wirth, Werner (2006): Hedonismus als zentrales Motiv zur Stimmungsregulierung durch Medien? Eine Reflexion der Mood-Management-Theorie Zillmanns. In: Wirth, Werner/Schramm, Holger/Gehrau, Volker (Hg.): Unterhaltung durch Medien. Theorie und Messung. Köln, S. 59-79.
- Schramm, Holger/Wirth, Werner (2006): Medien und Emotionen. Bestandsaufnahme eines vernachlässigten Forschungsfeldes aus medienpsychologischer Perspektive. In: Medien & Kommunikationswissenschaft 54(1), S. 25-55.
- Singer, Jerome L. (1980): The Power and Limitations of Television: A Cognitive-Affective Analysis. In: Tannenbaum, Percy H. (Hg.): The Entertainment Functions of Television. Hillsdale, N.J., S. 31-65.
- Sturm, Hertha/Vitouch, Peter/Bauer, A./Grewe-Partsch, Marianne (1982): Emotion und Erregung – Kinder als Fernsehzuschauer, eine psychophysiologische Untersuchung. In: Fernsehen und Bildung 16(1-3), S. 9-114.
- Tannenbaum, Percy H. (Hg.) (1980): The Entertainment Functions of Television. Hillsdale, N.J.
- Tannenbaum, Percy H./Zillmann, Dolf (1975): Emotional Arousal and the Facilitation of Aggression through Communication. In: Berkowitz, Leonard (Hg.): Advances in Experimental and Social Psychology 8. New York, S. 149-192.
- Wirth, Werner (2006): Involvement. In: Bryant, Jennings/Vorderer, Peter (Hg.): Psychology of Entertainment. Mahwah, NJ, S. 199-213.
- Wirth, Werner/Schramm, Holger (2005): Media and Emotions. In: Communication Research Trends 24(3), S. 3-43.
- Wirth, Werner/Schramm, Holger/Gehrau, Volker (Hg.) (2006): Unterhaltung durch Medien. Theorie und Messung. Köln.
- Vorderer, Peter (1994): „Spannung ist, wenn's spannend ist“. Zum Stand der (psychologischen) Spannungsforschung. In: Rundfunk und Fernsehen 42(3), S. 323-339.
- Vorderer, Peter (1996): Rezeptionsmotivation: Warum nutzen Rezipienten mediale Unterhaltungsangebote? In: Publizistik 41(3), S. 310-326.
- Vorderer, Peter (1998): Unterhaltung durch Fernsehen: Welche Rolle spielen parasoziale Beziehungen zwischen Zuschauern und Fernsehakteuren? In: Klingler, Walter/Roters, Gunnar/Zöllner, Oliver (Hg.): Fernsehforschung in Deutschland. Themen – Akteure – Methoden. 2 Bde. Baden-Baden, S. 689-707.
- Vorderer, Peter (2001): Was wissen wir über Unterhaltung? In: Schmidt, Siegfried/Westerbarkey, Joachim/Zurstiege, Guido (Hg.): A/Effektive Kommunikation: Unterhaltung und Werbung. Münster, S. 111-131.
- Vorderer, Peter (2004): Unterhaltung. In: Mangold, Roland/Vorderer, Peter/Bente, Gary (Hg.): Lehrbuch der Medienpsychologie. Göttingen, S. 543-564.
- Vorderer, Peter/Hartmann, Tilo (2009): Entertainment and Enjoyment as Media Effects. In: Bryant, Jennings/Oliver, Mary B. (Hg.) (2009<sup>3</sup>): Media Effects. Advances in Theory and Research. New York/London, S. 532-550.
- Vorderer, Peter/Knobloch, Silvia/Schramm, Holger (2001): Does Entertainment Suffer from Interactivity? The Impact of Watching an Interactive TV Movie on Viewers' Experience of Entertainment. In: Media Psychology 3(4), S. 343-363.

#### Literatur zu ausgewählten Themenbereichen

---

- Vorderer, Peter/Reinecke, L. (2012): Zwei-Prozess-Modelle des Unterhaltungserlebens im Schnittbereich hedonischer und non-hedonischer Bedürfnisbefriedigungen. In: Reinecke, Leonard/Trepte, Sabine (Hg.): Unterhaltung in neuen Medien. Köln, S. 12-29.
- Wirth, Werner (2013): Grundlagen emotionaler Medienwirkungen. In: Schweiger, Wolfgang/Fahr, Andreas (Hg.): Handbuch Medienwirkungsforschung. Wiesbaden, S. 227-246.
- Wirth, Werner (2014): Emotion. In: Wünsch, Carsten/Schramm, Holger/Gehrau, Volker/Bilandzic, Helena (Hg.): Handbuch Medienrezeption. Baden-Baden, S. 29-43.
- Wünsch, Carsten (2002): Unterhaltungstheorien. Ein systematischer Überblick. In: Früh, Werner (Hg.): Unterhaltung durch Fernsehen. Eine molare Theorie. Konstanz, S. 15-49.
- Zillmann, Dolf (1979): Hostility and Aggression. Hillsdale, N.J.
- Zillmann, Dolf (1988): Mood Management: Using Entertainment to Full Advantage. In: Donohew, Lewis/Snypher, Howard E./Higgins, Tory T. (Hg.): Communication, Social Cognition and Affect. Hillsdale, N.J., S. 147-171.
- Zillmann, Dolf (1988): Mood Management through Communication Choices. In: American Behavioral Scientist 31(3), S. 327-340.
- Zillmann, Dolf (1991): Television Viewing and Physiological Arousal. In: Bryant, Jennings/Zillmann, Dolf (Hg.): Responding to the Screen. Hillsdale, N.J., S. 103-134.
- Zillmann, Dolf (1994): Mechanisms of Emotional Involvement with Drama. In: Poetics 23(1-2), S. 33-51.
- Zillmann, Dolf (1996): The Psychology of Suspense in Dramatic Exposition. In: Vorderer, Peter/Wulf, Hans J./Friedrichsen, Mike (Hg.): Suspense: Conceptionalizations, Theoretical Analyses, and Empirical Explorations. Mahwah, S. 199-231.
- Zillmann, Dolf/Bryant, Jennings (1998): Fernsehen. In: Strauß, Bernd (Hg.): Zuschauer. Göttingen et al., S. 175-212.
- Zillmann, Dolf/Vorderer, Peter (Hg.) (2000): Media Entertainment. The Psychology of Its Appeal. Mahwah.
- Zuckerman, Marvin (1979): Sensation Seeking: Beyond the Optimum Level of Arousal. Hillsdale, N.J.
- Zuckerman, Marvin (1990): The Psychophysiology of Sensation Seeking. In: Journal of Personality 58(1), S. 313-345.

## 5 Einstellung, Konsistenztheorien, Persuasion

### 5.1 Klassische Texte

- Allport, Gordon W. (1935): Attitudes. In: Murchison, Carl M. (Hg.): Handbook of Social Psychology. Worcester, S. 792-844.
- Eagly, Alice H./Chaiken, Shelly (Hg.) (1993): The Psychology of Attitudes. Belmont.
- Eagly, Alice H./Wood, Wendy/Chaiken, Shelly (1978): Causal Inferences about Communicators and their Effects on Opinion Change. In: Journal of Personality and Social Psychology 36(4), S. 424-435.
- Fishbein, Martin/Ajzen, Icek (1975): Belief, Attitude, Intention and Behavior. An Introduction to Theory and Research. Reading.
- Heider, Fritz (1946): Attitudes and Cognitive Organization. In: Journal of Psychology 21(2), S. 107-112.
- Heider, Fritz (1958): The Psychology of Interpersonal Relations. New York.
- LaPierre, Richard T. (1934): Attitudes vs. Actions. In: Social Forces 13(2), S. 230-237.
- Rosenberg, Milton J./Hovland, Janis C. (1960): Cognitive, Affective and Behavioral Components of Attitudes. In: Hovland, Janis C./Rosenberg, Milton J. (Hg.): Attitude Organization and Change: An Analysis of Consistency Among Attitude Components. New Haven, S. 1-14.
- Triandis, Harry C. (1975): Einstellungen und Einstellungsänderungen. Weinheim/Basel.

### 5.2 Überblickstexte

- Ajzen, Icek (2012): Attitudes and Persuasion. In: Deaux, Kay/Snyder, Mark (Hg.): The Oxford Handbook of Personality and Social Psychology. Oxford/New York, S. 367-393.
- Ajzen, Icek/Fishbein, Martin (1980): Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior. Englewood Cliffs.
- Bohner, Gerd/Dickel, Nina (2011): Attitudes and Attitude Change. In: Annual Review of Psychology 62, S. 391-417.
- Bohner, Gerd/Wänke, Michaela (2002): Attitudes and Attitude Change. Hove.
- Bowman, Nicholas David (2017): Selective Exposure. In: Rössler, Patrick/Hoffner, Cynthia A./van Zoonen, Liesbet (Hg.): International Encyclopedia of Media Effects. Chichester, UK.
- Carpenter, Christopher/Boster, Franklin J./Andrews, Kyle R. (2013): Functional Attitude Theory. In: Dillard, James Price/Shen, Lijiang (Hg.): The SAGE Handbook of Persuasion. Developments in Theory and Practice. Thousand Oaks/London/New Delhi, S. 104-119.

- Compton, Josh (2013): Inoculation Theory. In: Dillard, James Price/Shen, Lijiang (Hg.): The SAGE Handbook of Persuasion. Developments in Theory and Practice. Thousand Oaks/London/New Delhi, S. 220-236.
- Crano, William D./Prislin, Radmila (2006): Attitudes and Persuasion. In: Annual Review of Psychology 57(1), S. 354–374.
- Dillard, James P. (2010): Persuasion. In: Berger, Charles R./Roloff, Michael E./Roskos-Ewoldsen, David R. (Hg.): The Handbook of Communication Science. Los Angeles etc., S. 203-218.
- Dillard, James P./Pfau, Michael (Hg.) (2002): The Persuasion Handbook. Developments in Theory and Practice. Thousand Oaks/London/New Delhi.
- Dillard, James Price/Shen, Lijiang (Hg.) (2013<sup>2</sup>): The SAGE Handbook of Persuasion. Developments in Theory and Practice. Thousand Oaks/London/New Delhi.
- Dillard, James P./Shen, Lijiang (Hg.) (2013): The SAGE Handbook of Persuasion. Developments in Theory and Practice. Thousand Oaks/London/New Delhi.
- Dillard, James P./Seo, Kiwon (2013): Affect and Persuasion. In: Dillard, James P./Shen, Lijiang (Hg.): The SAGE Handbook of Persuasion. Developments in Theory and Practice. Thousand Oaks/London/New Delhi, S. 150-166.
- Donsbach, Wolfgang/Mothes, Cornelia (2017): Selectivity Paradigms and Cognitive Dissonance. In: Rössler, Patrick et al. (Hg.): The International Encyclopedia of Media Effects. Chichester, West Sussex, UK.
- Flick, Uwe (Hg.) (1995): Psychologie des Sozialen. Repräsentationen in Wissen und Sprache. Reinbek bei Hamburg.
- Hirzalla, Fadi (2017): Propaganda Effects. In: Rössler, Patrick/Hoffner, Cynthia A./van Zoonen, Liesbet et al. (Hg.): International Encyclopedia of Media Effects. Chichester, UK.
- Holbert, Lance R./Tchernev, John M. (2013): Media Influence as Persuasion. In: Dillard, James P./Shen, Lijiang (Hg.): The SAGE Handbook of Persuasion. Developments in Theory and Practice. Thousand Oaks/London/New Delhi, S. 36-52.
- Johnson, Blair T. / Maio, Gregory R. / Smith-McLallen, Aaron (2005): Communication and Attitude Change: Causes, Processes and Effects. In: Albarracín, Dolores/ Johnson, Blair T./Zanna, Mark P. (Hg.): The Handbook of Attitudes. Mahwah, New Jersey, S. 617-669.
- Jonas, Klaus/Stroebe, Wolfgang/Hewstone, Miles (2007<sup>5</sup>): Sozialpsychologie. Eine Einführung. Heidelberg.
- Krosnick, Jon A./Judd, Charles M./Wittenbrink, Bernd (2005): The Measurement of Attitudes. In: Albarracín, Dolores/Johnson, Blair T./Zanna, Mark P. (Hg.): The Handbook of Attitudes. Mahwah, S. 21-76.
- Leyens, Jacques P./Dardenne, Benoit (1996): Soziale Kognition: Ansätze und Grundbegriffe. In: Stroebe, Wolfgang/Hewstone, Miles/Stephenson, Geoffrey (Hg.) (1996<sup>3</sup>): Sozialpsychologie. Eine Einführung. Berlin et al., S. 115-141.
- Maio, Gregory R./Olson, James M. (2000): Why We Evaluate. Functions of Attitudes. Mahwah.
- Niederdeppe, Jeff/Helely, Kathryn/Barry, Collen L. (2015): Inoculation and Narrative Strategies in Competitive Framing of Three Health Policy Issues. In: Journal of Communication, 65(5), S. 838-862.

- O'Keefe, Daniel J. (2002): *Persuasion: Theory and Research*. Thousand Oaks.
- Perloff, Richard M. (2008): *The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the 21<sup>st</sup> Century*. Mahwah/London.
- Perloff, Richard M. (2013): Political Persuasion. In: Dillard, James Price / Shen, Lijiang (Hg.): *The SAGE Handbook of Persuasion. Developments in Theory and Practice*. Los Angeles etc., S. 258-277.
- Pfau, Michael (1998): The Inoculation Model of Resistance to Influence. In: Barnett, George A./Boster, Franklin J.: *Progress in Communication Sciences: Advances in Persuasion*. Vol. 13. Greenwich, Connecticut, S. 133-171.
- Rossmann, Constanze (2011): *Theory of Reasoned Action – Theory of Planned Behavior*. Baden-Baden.
- Tourangeau, Roger / Galešić, Mirta (2009): Conceptions of Attitudes and Opinions. In: Donsbach, Wolfgang/Traugott, Michael W. (Hg.): *The SAGE Handbook of Public Opinion Research*. Los Angeles etc., S. 141-154.
- Wirth, Werner/Kühne, Rinaldo (2013): Grundlagen der Persuasionsforschung. Konzepte, Theorien und zentrale Einflussfaktoren. In: Schweiger, Wolfgang/Fahr, Andreas (Hg.): *Handbuch Medienwirkungsforschung*. Wiesbaden, S. 313-332.
- Yzer, Marco (2013): Reasoned Action Theory: Persuasion as Belief-Based Behavioral Change. In: Dillard, James P./Shen, Lijiang (Hg.): *The SAGE Handbook of Persuasion. Developments in Theory and Practice*. Thousand Oaks/London/New Delhi, S. 120-136.
- Yzer, Marco (2017): Theory of Reasoned Action and Theory of Planned Behavior. In: Rössler, Patrick/Hoffner, Cynthia A./van Zoonen, Liesbet et al. (Hg.): *International Encyclopedia of Media Effects*. Chichester, UK.

### 5.3 Theoretische Diskussion

- Bilandžić, Helena/Busselle, Rick (2013): Narrative Persuasion. In: Dillard, James Price/Shen, Lijiang (Hg.): *The SAGE Handbook of Persuasion. Developments in Theory and Practice*. Thousand Oaks/London/New Delhi, S. 200-219.
- Fazio, Russell H./Olson, Michael A. (2003): Implicit Measures in Social Cognition Research: Their Meaning and Use. In: *Annual Review of Psychology* 54(1), S. 297-327.
- Jonas, Klaus/Schmid Mast, Marianne (2008): Stereotyp und Vorurteil. In: Straub, Jürgen/Weidemann, Arne/Weidemann, Doris (Hg.): *Handbuch interkulturelle Kommunikation und Kompetenz*. Stuttgart/Weimar, S. 69-76.
- Lilli, Waldemar/Frey, Dieter (1993): Die Hypothesentheorie der sozialen Wahrnehmung. In: Frey, Dieter/Irle, Martin (Hg.) (1993): *Theorien der Sozialpsychologie 1: Kognitive Theorien*. Bern et al., S. 49-78.

## 5.4 Empirische Forschung

- Donsbach, Wolfgang (1989): Selektive Zuwendung zu Medieninhalten. Einflussfaktoren auf die Auswahlentscheidung der Rezipienten. In: KZfSS, Sonderheft 30, S. 392-405.
- Garrett, Kelly R. (2009): Politically Motivated Reinforcement Seeking: Reframing the Selective Exposure Debate. In: *Journal of Communication* 59(4), S. 676-699.
- Garrett, Kelly R. (2009): Echo Chamber Online? Politically Motivated Selective Exposure Among Internet News Users. In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 14(2), S. 265-285.
- Hart, William et al. (2009): Feeling Validated Versus Being Correct: A Meta-Analysis of Selective Exposure to Information. In: *Psychological Bulletin* 135(4), S. 555-588.
- Innocenti, Beth/Miller, Elizabeth (2016): The Persuasive Force of Political Humor. In: *Journal of Communication*, 66(3), S. 366-385.
- Marcinkowski/Metag, Julia (2013): Lassen sich mit dem Internet Wählerstimmen gewinnen? Befunde zu drei deutschen Wahlen. In: *Publizistik*, 58(1), S. 23-44.
- Matthes, Jörg/Marquart, Franziska (2013): Werbung auf niedrigem Niveau? Die Wirkung negativ-emotionalisierender politischer Werbung auf Einstellungen gegenüber Ausländern. In: *Publizistik*, 58(3), S. 247-266.
- Oh, Jeeyun/Sundar, Shyam (2015): How Does Interactivity Persuade? An Experimental Test of Interactivity on Cognitive Absorption, Elaboration, and Attitudes. In: *Journal of Communication*, 65(2), S. 213-236.
- Schemer, Christian (2009): Politische Kampagnen für Herz und Verstand. Affektive und kognitive Einflüsse der Massenmedien auf politische Einstellungen. Baden-Baden.



## 6 Lerntheorie, ELM, Attributionstheorie

### 6.1 Lerntheorie

Sozial-kognitive Lerntheorie

- Bandura, Albert (1978): Social Learning Theory of Aggression. In: Journal of Communication, 28, S. 12-29.
- Bandura, Albert (1979): Die sozial-kognitive Lerntheorie. Stuttgart.
- Bandura, Albert (1986): Social Foundations of Thought and Action. Englewood Cliffs.
- Bandura, Albert (1989): Die sozial-kognitive Theorie der Massenkommunikation. In: Groebel, Jo/Winterhoff-Spurk, Peter (Hg.): Empirische Medienpsychologie. München, S. 7-32.
- Bandura, Albert (2001): Social cognitive theory: An agentic perspective. In: Annual Review of Psychology, 52, 1-26.
- Bandura, Albert (2001): Social Cognitive Theory of Mass Communication. In: Media Psychology, 3, S. 265-299.
- Bandura, Albert (2001). Social cognitive theory of mass communication. In J. Bryant & D. Zillman (Hg.): Media effects: Advances in theory and research. Hillsdale, NJ: Earlbaum, S. 121-153.
- Bandura, Albert (2009): Social Cognitive Theory of Mass Communication. In: Bryant, Jennings/Oliver, Mary Beth (Hg.): Media Effects. Advances in Theory and Research. New York/London, S. 94-124.
- Nabi, Robin L./Prestin, Abby (2017): Social Learning Theory and Social Cognition Theory. In: Rössler, Patrick et al. (Hg.): The International Encyclopedia of Media Effects. Chichester, West Sussex, UK.

#### 6.1.1 Exemplifikation: Fallbeispieleffekt

- Brosius, Hans-Bernd (2017): Exemplification Theory. In: Rössler, Patrick/Hoffner, Cynthia A./van Zoonen, Liesbet (Hg.): International Encyclopedia of Media Effects. Chichester, UK.
- Fast, Victoria/Müller, Philipp/Scherr, Sebastian (2014): Der kombinierte Einsatz von Daten und Fallbeispielen in den Medien: Wirkung und Glaubwürdigkeit. In: Dohle, Marco/Loosen, Wiebke (Hg.): Journalismus und (sein) Publikum. Schnittstellen zwischen Journalismusforschung und Rezeptions- und Wirkungsforschung. Wiesbaden,
- Krämer, Benjamin (2015): Fallbeispiele. Baden-Baden.
- Müller, Philipp/Scherr, Sebastian/Fast, Victoria (2013): Der Einfluss wahrgenommener Medienwirkungen auf die Verarbeitung von Fallbeispielen. In: Jandura, Olaf/Fahr,

- Andreas (Hg.) Theorieanpassungen in der digitalen Medienwelt. Baden-Baden, S.141 – 158.
- Peter, Christina (2013): Quo vadis Fallbeispielforschung? Aktuelle Befunde und zukünftige Herausforderungen an ein Forschungsfeld In: Jandura, Olaf/Fahr, Andreas (Hg.) Theorieanpassungen in der digitalen Medienwelt. Baden-Baden, S. 123-140.
- Zillmann, Dolf (2002): Exemplification Theory of Media Influence. In: Bryant, Jennings /Zillmann, Dolf (Hg.) (2002): Media Effects. Advances in Theory and Research. Mahwah, S. 19-41.
- Zillmann, Dolf/Brosius, Hans-Bernd (2000): Exemplification in Communication. The Influence of Case Reports on the Perceptions of Issues. New York/London.

## 6.2 ELM – Elaboration Likelihood Ansatz

- Booth-Butterfield, Steve/Welbourne, Jennifer (2002): The Elaboration Likelihood Model. Its Impact on Persuasion Theory and Research. In: Dillard, James Price/Pfau, Michael (Hg.): The Persuasion Handbook. Developments in Theory and Practice. Thousand Oaks etc., S. 155-173.
- O’Keefe, Daniel J. (2013): The Elaboration Likelihood Model. In: Dillard, James Price/Shen, Lijiang (Hg.): The SAGE Handbook of Persuasion. Thousand Oaks etc., S. 137-149.
- Petty, Richard/Briñol, Pablo (2014): Emotion and persuasion: Cognitive and meta-cognitive processes impact attitudes. In: Cognition and Emotion, 1-26.
- Petty, Richard/Briñol, Pablo/Priester, Joseph (2009): Mass Media Attitude Change. Implications of the Elaboration Likelihood Model of Persuasion. In: Bryant, Jennings/Oliver, Mary Beth (Hg.): Media Effects. Advances in Theory and Research. New York/London, S. 125-164.
- Petty, Richard/Cacioppo, J.T. (1986a): The Elaboration Likelihood Model of Persuasion. In: Berkowitz, Leonard (Hg.): Advances in Experimental Social Psychology. New York, S. 123-205.
- Petty, Richard/Cacioppo, J.T. (1986b): Communication and Persuasion. Central and Peripheral Routes to Attitude Change. New York.
- Petty, Richard u.a. (1994): To Think or not to Think: Exploring Two Routes to Persuasion. In: Shavitt, Sharon/Brock, Timothy C. (Hg.): Persuasion. Psychological Insights and Perspectives. New York, S. 113-147.
- Petty, Richard/Ostrom, Thomas/Brock, Timothy (Hg.) (1981): Cognitive Responses in Persuasion. Hillsdale N.J..
- Petty, Richard/Priester, Joseph/Briñol, Pablo (2002): Mass Media Attitude Change: Implications of the Elaboration Likelihood Model of Persuasion. In: Bryant, J./Zillmann, D. (Hg.): Media Effects. Advances in Theory and Research. Mahwah, New Jersey, S. 155-198.

- Petty, Richard u.a. (1993): Conceptual and Methodological Issues in the Elaboration Likelihood Model of Persuasion: A Reply to the Michigan State Critics. In: *Communication Theory*, 3(4), S. 336-362.
- Todorov, Alexander/Chaiken, Shelly/Henderson, Marlene D. (2002): The Heuristic-Systematic Model of Social Information Processing. Dillard, James Price/Pfau, Michael (Hg.): *The Persuasion Handbook. Developments in Theory and Practice*. Thousand Oaks etc., S. 195-211.
- Xu, Qian (2017): Dual Process Models of Persuasion. In: Rössler, Patrick et al. (Hg.): *The International Encyclopedia of Media Effects*. Chichester, West Sussex, UK.

## 6.3 Attributionstheorie, Third Person, Hostile Media

### 6.3.1 Attributionstheorie

- Eagly, A.H./Wood, W./Chaiken, S. (1978): Causal Inferences about Communicators and their Effects on Opinion Change. In: *Journal of Personality and Social Psychology*, 36, S. 424-435.
- Försterling, Friedrich (2000): Wahlen aus der Perspektive der Attributionstheorie: Forschungsergebnisse, Versuchspläne und Analyseperspektiven. In: Bohrmann, Hans u.a. (Hg.): *Wahlen und Politikvermittlung durch Massenmedien*. Wiesbaden, S. 91-104.
- Försterling, Friedrich/Groeneveld, Annette (1983): Ursachenzuschreibungen für ein Wahlergebnis: Eine Überprüfung von Hypothesen der Attributionstheorie in einer Feldstudie anhand der niedersächsischen Kommunalwahlen 1981. In: *Z.f.Sozialpsychologie*, 14, S. 262-269.,
- Gunther, A.C./Thorson, E. (1992): Perceived Persuasive Effects of Product Commercials and Public Service Announcements. Third-Person Effect in New Domains. In: *Communication Research*, 19, S. 574-596.
- Heider, Fritz (1958): *The Psychology of Interpersonal Relations*. NY. [A524]
- Heider, Fritz (1973): Soziale Wahrnehmung und phänomenale Kausalität. In: Irle, Martin: *Texte aus der experimentellen Sozialpsychologie*. Luchterhand: Neuwied und Darmstadt, S. 26-56.
- Hewstone, Miles/Augoustinos, Martha (1995): Soziale Sttributionen und soziale Repräsentationen. In: Flick, Uwe (Hg.): *Psychologie des Sozialen*. rororo enzyklopädie: Reinbek bei Hamburg, S. 78-99.
- Innes, J./Zeit, H. (1988): The Public's View of the Impact of the Mass Media. A Test of the „Third-Person Effect“. In: *European Journal of Social Psychology*, 18, S. 457-463.
- Kelley, H.H. / Michela, J.L. (1980): Attribution Theory and Research. In: *Ann. Review of Psychology*, 31, S. 457-501.

- Meyer, W.U./Schmalt, H.D. (1978): Die Attributionstheorie. In: Frey, D.(Hg.): Kognitive Theorien der Sozialpsychologie. Bern, S. 98-136.
- Meyer, Wolf Uwe/Försterling, Friedrich (1993): Die Attributionstheorie. In: Frey, Dieter/Irle, Martin (Hg.): Theorien der Sozialpsychologie. Band I: Kognitive Theorien. Bern etc., S.175-214.
- Robertson, Th./Rossiter, J. (1976): Children's Responsiveness to Commercials. In: Journal of Communication, 27, S. 101-106.
- Seibold, D.R./Spitzberg, B.H. (1982): Attribution Theory and Research: Review and Implications for Communication. In: Dervin, B. / Voigt, M.J. (Hg.): Progress in Communication Sciences III. Norwood, N.J., S. 85-125. [A1002]
- Staab, Joachim Friedrich (1992): Ausstrahlungseffekte von Beiträgen in Fernsehnachrichten. Zur Ursachenattribution bei der Rezeption politischer Medieninhalte. In: Rundfunk und Fernsehen, 40(4), S. 544-556.
- Tal-Or, Nurit/Papirman, Yael (2007): The Fundamental Attribution Error in Attributing Fictional Figures' Characteristics to the Actors. In: Media Psychology 9(2), S. 331-345.
- Tannenbaum, Percy (1980): Entertainment as Vicarious Emotional Experience. In: ders. (Hg.): The Entertainment Functions of Television. Hillsdale, N.J., S. 107-131.
- Vitouch, Peter (1981): Vielseher und Attribution. In: Fernsehen und Bildung, 15, S. 160-167.

### 6.3.2 Third Person Effekt

- Andsager, Julie L./White, Allen H. (2007): Self Versus Others. Media, Messages, and the Third-Person Effect. Mahwah.
- Brosius, Hans-Bernd/Engel, Dirk (1997): „Die Medien beeinflussen vielleicht die anderen, aber mich doch nicht“: Zu den Ursachen des Third-Person-Effekts. In: Publizistik 42(3), S. 325-345.
- Davison, Phillips W. (1983): The Third-Person Effect in Communication. In: Public Opinion Quarterly 47(1), S. 1-15.
- Davison, Phillips W. (1996): The Third-Person Effect Revisited. In: International Journal of Public Opinion Research 8(2), S. 113-119.
- Dohle, Marco (2013): Third-Person-Effekt. Baden-Baden.
- Huck, Inga/Brosius, Hans-Bernd (2007): Der Third-Person-Effekt – Über den vermuteten Einfluss der Massenmedien. In: Publizistik 52(3), S. 355-374.
- Perloff, Richard M. (1993): Third-Person Effect Research 1983-1992: A Review and Synthesis. In: International Journal of Public Opinion Research 5(2), S. 167-184.
- Paul, Bryant/Salwen, Michael B./Dupagne, Michel (2000): The Third-Person Effect: A Meta-Analysis of the Perceptual Hypothesis. In: Mass Communication and Society 3(1), S. 57-85.
- Peiser, Wolfram/Peter, Jochen (2000): Third-Person Perception of Television-Viewing Behavior. In: Journal of Communication 50(1), S. 25-45.

- Shen, Lijiang/Palmer, Jason/Mercer Koller, Laura Min/Comer, Sarah (2015): A Social Comparison Explanation for the Third-Person Perception. In: *Communication Research*, 42(2), S. 260-280.
- Sun, Ye/Pan, Zhongdang/Shen, Lijiang (2008): Understanding the Third-Person Perception: Evidence From a Meta-Analysis. In: *Journal of Communication* 58(2), S. 280-300.
- Tsfati, Yariv/Cohen, Jonathan (2013): Perceptions of Media and Media Effects. The Third Person Effect, Trust in Media, and Hostile Media Perceptions. In: Valdivia, Angharad N. (Hg.): *The International Encyclopedia of Media Studies. Vol. V: Media Effects/Media Psychology*. Oxford UK, S. 128-146.
- Thomas, William I./Thomas, Dorothy S. (1928): *The Child in America: Behavior Problems and Programs*. New York.
- White, Allen H./Andsager, Julie L. (2017): Third-Person Effect: Basic Concept. In: Rössler, Patrick/Hoffner, Cynthia A./van Zoonen, Liesbet et al. (Hg.): *International Encyclopedia of Media Effects*. Chichester, UK.

### 6.3.3 Hostile Media Effekt

- Gunther, Albert C./Liebhart, Janice L. (2006): Broad Reach or Biased Source? Decomposing the Hostile Media Effect. In: *Journal of Communication* 56(3), S. 449-166.
- Hansen, Glenn J./Kim, Hyunjung (2011): Is the Media Biased Against Me? A Meta-Analysis of the Hostile Media Effect Research. In: *Communication Research Reports* 28(2), S. 169-179.
- Matheson, Kimberly/Dursun, Sanela (2001): Social Identity Precursors to the Hostile Media Phenomenon: Partisan Perceptions of Coverage of the Bosnian Conflict. In: *Group Processes & Intergroup Relations* 4(2), S. 116-125.
- Schmitt, Kathleen M./Gunther, Albert C./Liebhart, Janice L. (2004): Why Partisans See Mass Media as Biased. In: *Communication Research* 31(6), S. 623-641.
- Tsfati, Yariv/Cohen, Jonathan (2013): Perceptions of Media and Media Effects. The Third-Person Effect, Trust in Media, and Hostile Media Perception. In: Valdivia, Angharad N. (Hg.): *The International Encyclopedia of Media Studies. Vol. V: Media Effects/Media Psychology*. Oxford UK, S. 128-146.
- Vallone, Robert P./Ross, Lee/Lepper, Mark 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(3), S. 577-585.

## 7 Interpersonaler Kontext

### 7.1 Two Step Flow

#### 7.1.1 Klassische Texte

- Berelson, Bernard/Lazarsfeld, Paul F./McPhee, William N. (1954/1963<sup>4</sup>): *Voting. A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign*. Chicago.
- Katz, Elihu/Lazarsfeld, Paul F. (1955): *Personal Influence*. Glencoe.
- Katz, Elihu/Lazarsfeld, Paul F. (1962): *Persönlicher Einfluss und Meinungsbildung*. München.
- Lazarsfeld, Paul F./Berelson, Bernard/Gaudet, Hazel (1968<sup>3</sup>/1944<sup>1</sup>): *The People's Choice*. New York/London.
- Lazarsfeld, Paul F./Berelson, Bernard/Gaudet, Hazel (1969): *Wahlen und Wähler. Soziologie des Wahlverhaltens*. Neuwied.

#### 7.1.2 Überblickstexte

- Eulau, Heinz (1980): *The Columbia Studies of Personal Influence: Social Network Analysis*. In: *Social Science History* 4(2), S. 207-228.
- Friemel, Thomas N. (2010): *Diffusionsforschung*. In: Stegbauer, Christian/Häussling, Roger (Hg.): *Handbuch Netzwerkforschung*, Wiesbaden, S. 825-833.
- Geise, Stefanie (2017): *Meinungsführer und der Flow of Communication*. Baden-Baden: Nomos.
- Katz, Elihu (1957): *The Two-Step Flow of Communication: An Up-To-Date Report on a Hypothesis*. In: *Public Opinion Quarterly* 21(1), S. 61-78.
- Langenbacher, Wolfgang R. (Hg.) (1990): *Paul F. Lazarsfeld. Die Wiener Tradition der empirischen Sozial- und Kommunikationsforschung*. München.
- Langenbacher, Wolfgang R. (Hg.) (2008): *Paul Felix Lazarsfeld – Leben und Werk*. Wien.
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1990): *The People's Choice – Revisited*. In: Langenbacher, Wolfgang R. (Hg.): *Paul F. Lazarsfeld. Die Wiener Tradition der empirischen Sozial- und Kommunikationsforschung*. München, S. 147-155.
- Renckstorf, Karsten (1970): *Zur Hypothese des „two-step-flow“ der Massenkommunikation*. In: *Rundfunk und Fernsehen* 18(3-4), S. 314-333. Auch in: Burkart, Roland (Hg.) (1987): *Wirkungen der Massenkommunikation*. Wien, S. 40-56.

- Schenk, Michael (1989): Massenkommunikation und interpersonale Kommunikation. In: Kaase, Max/Schulz, Winfried (Hg.): Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde. Opladen, S. 406-417.
- Weimann, Gabriel (2017): Multistep Flow of Communication: Evolution of the Paradigm. In: Rössler, Patrick et al. (Hg.): The International Encyclopedia of Media Effects. Chichester, West Sussex, UK.

### 7.1.3 Theoretische Diskussion

- Charlton, Michael/Klemm, Michael (1998): Fernsehen und Anschlusskommunikation. In: Klingler, Walter/Roters, Gunnar/Zöllner, Oliver (Hg.) (1998): Fernsehforschung in Deutschland. Themen – Akteure – Methoden. 2 Bde. Baden-Baden, S. 709-727.
- Friemel, Thomas N. (2008): Anatomie von Kommunikationsrollen. Methoden zur Identifizierung von Akteursrollen in gerichteten Netzwerken. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 60(3), S. 473-499.
- Friemel, Thomas N. (2009): Mediensport als Gesprächsthema. Sozialpsychologische Betrachtung der interpersonalen Kommunikation über Sportberichterstattung in Massenmedien. In: Schramm, Holger/Marr, Mirko (Hg.): Die Sozialpsychologie des Sports in den Medien. Köln: Halem, S. 199-222.
- Friemel, Thomas N. (2013): Sozialpsychologie der Mediennutzung. Motive, Charakteristik und Wirkung interpersonaler Kommunikation über massenmediale Inhalte. Konstanz.
- Gehrau, Volker/Goertz, Lutz (2010): Gespräche über Medien unter veränderten medialen Bedingungen. In: Publizistik 55(2), S. 153-172.
- Haarkötter, Hektor (Hg.) (2016): Shitstorms und andere Nettigkeiten. Die Grenzen der Kommunikation auf Facebook & Co. Baden-Baden.
- Monge, Peter R./Contractor, Noshir S. (2003): Theories of Communication Networks. Oxford et al.
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1983): Persönlichkeitsstärke. Ein neuer Maßstab zur Bestimmung von Zielgruppenpotentialen. Untersuchung des Instituts für Demoskopie für den Spiegel-Verlag. Hamburg.
- Rogers, Everett M. (2003): Diffusion of Innovations. New York/London.
- Rogers, Everett M./Kincaid, Lawrence D. (1981): Communication Networks: Toward a New Paradigm of Research. New York.
- Sutter, Tilmann (2002): Anschlusskommunikation und die kommunikative Verarbeitung von Medienangeboten. In: Groeben, Norbert/Hurrelmann, Bettina (Hg.): Lesekompetenz. Bedingungen, Dimensionen, Funktionen. Weinheim/München, S. 80-105.
- Valente, Thomas W. (1995): Network Models of the Diffusion of Innovations. Creskill.

- Weimann, Gabriel (1992): Persönlichkeitsstärke: Rückkehr zum Meinungsführer-Konzept? In: Wilke, Jürgen (Hg.): Öffentliche Meinung. Theorie, Methoden, Befunde. Freiburg/München, S. 87-102.
- Ziegele, Marc (2016): Nutzerkommentare als Anschlusskommunikation. Theorie und qualitative Analyse des Diskussionswerts von Online-Nachrichten. Wiesbaden.

#### 7.1.4 Empirische Forschung

- Basil, Michael D./Brown, William J. (1994): Interpersonal Communication in News Diffusion: A Study of „Magic“ Johnson’s Announcement. In: Journalism Quarterly 71(2), S. 305-320.
- Eisenstein, Cornelia (1994): Meinungsbildung in der Mediengesellschaft. Eine Analyse zum Multi-Step Flow of Communication. Opladen.
- Friemel, Thomas N. (2013): Sozialpsychologie der Mediennutzung. Motive, Charakteristik und Wirkung interpersonaler Kommunikation über massenmediale Inhalte. Konstanz.
- Friemel, Thomas N. (2012): Network Dynamics of Television Use in School Classes. In: Social Networks 34(2), S. 346-358.
- Friemel, Thomas N. (2015): Influence Versus Selection: A Network Perspective on Opinion Leadership. In: International Journal of Communication 9, S. 1002-1022.
- Matthes, Jörg (2013): The Affective Underpinnings of Hostile Media Perceptions. Exploring the Distinct Effects of Affective and Cognitive Involvement. In: Communication Research, 40(3), S.360-387.
- Schnell, Kevin/Friemel, Thomas N. (2005): Überschätzte Meinungsmacher. Auf der Suche nach Opinion Leaders. In: Media Trend Journal 20(1-2), S. 56-58.
- Sommer, Denise (2010): Nachrichten im Gespräch. Wesen und Wirkung von Anschlusskommunikation über Fernsehnachrichten. Baden-Baden.
- Weimann, Gabriel (1982): On the Importance of Marginality: One More Step in the Two-Step Flow of Communication. In: American Sociological Review 47(6), S. 764-773.
- Weimann, Gabriel (1991): The Influentials: Back to the Concept of Opinion Leaders? In: Journalism Quarterly 55(2), S. 267-279.

#### 7.2 Netzwerktheorie

- Aerni, Philipp (1998): Public Acceptance of Genetically Engineered Food in Developing Countries. The Case of the Philippines. Research Report. ETH: Zürich.



- Friemel, Thomas N. (2005): Die Netzwerkanalyse in der Publizistikwissenschaft. In: Uwe Serdült (Hg.): *Anwendungen Sozialer Netzwerkanalyse: Beiträge zur Tagung vom 14. und 15. Oktober 2004*. Zürich, S. 25-36.
- Friemel, Thomas N. (2008): Anatomie von Kommunikationsrollen. Methoden zur Identifizierung von Akteursrollen in gerichteten Netzwerken. In: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 60/3, S. 473-499. DOI: 10.1007/s11577-008-0024-7
- Friemel, Thomas N. (2008): Netzwerkanalytische Methoden zur Identifizierung von Kommunikationsrollen. In: Stegbauer, Christian (Hg.): *Netzwerkanalyse und Netzwerktheorie. Ein neues Paradigma in den Sozialwissenschaften*. Wiesbaden, VS, S. 179-190.
- Friemel, Thomas N. (2010): Diffusionsforschung. In: Stegbauer, Christian/ Häußling, Roger (Hg.): *Handbuch Netzwerkforschung*, Wiesbaden: VS, S. 825-833.
- Friemel, Thomas N. (2011): Dynamics of Social Networks. In: *Procedia Social and Behavioral Sciences*, S. 2-3.
- Friemel, Thomas N. (2012): Network Dynamics of Television Use in School Classes. In: *Social Networks* 34(3), S. 346-358. DOI:10.1016/j.socnet.2011.08.002
- Friemel, Thomas N. (2013): Sozialpsychologie der Mediennutzung. Motive, Charakteristik und Wirkung interpersonalen Kommunikation über massenmediale Inhalte. Konstanz, UVK.
- Friemel, Thomas N. (2015): Influence vs. Selection. A Network Perspective on Opinion Leadership. In: *International Journal of Communication* 9, S. 1002-1022.
- Friemel, Thomas N. (2017): #joizchatfamily: Ko-Orientierung in Social-TV-Chats. In: Göttlich, Udo/Heinz, Luise/ Herbers, Martin R. (Hrsg.) *Ko-Orientierung in der Medienrezeption*. Wiesbaden: Springer VS, S. 175-193. DOI: 10.1007/978-3-658-14929-1\_10
- Friemel, Thomas N. (accepted): Social Network Analysis. In: Matthes, Jörg/Davis, Christine S./Potter, Robert (Hrsg.) *The International Encyclopedia of Communication Research Methods*. Wiley & Sons.
- Friemel, Thomas N./Knecht, Andrea (2009): Praktische Grenzen vs. effektive Netzwerke. Eine Diskussion zur Validität von Schulklassen als komplette Netzwerke. In: Stegbauer, Christian/Häußling, Roger (Hg.): *Netzwerk Grenzen*, Wiesbaden: VS, S. 15-32.
- Friemel, Thomas N./Bixler, Matthias (im Druck): *Networked Media Collectivities. The Use of Media for the Communicative Construction of Collectivities among Adolescents*. In: Hepp, Andreas/Breiter, Andreas/Hasebrink, Uwe (Hrsg.) *Communicative Figurations*. Palgrave Macmillan.
- Liu, Wenlin/Sidhu, Anupreet/Beacom, Amanda M./Valente, Thomas W. (2017): Social Network Theory. In: Rössler, Patrick et al. (Hg.): *The International Encyclopedia of Media Effects*. Chichester, West Sussex, UK.
- Marsden, Peter V./Lin, Nan (Hg.) (1982): *Social Structure and Network Analysis*. Beverly Hills/London.
- Neuberger, Christoph (2014): Konflikt, Konkurrenz und Kooperation. Interaktionsmodi in einer Theorie der dynamischen Netzwerköffentlichkeit. In: *M&K* 62(4), S. 567-587.

#### Literatur zu ausgewählten Themenbereichen

---

- Richards, William D./Barnett, George, A. (Hg.) (1993): Progress in Communication Sciences. Vol. XII. Norwood, N.J..
- Rogers, Everett M./Bhowmik, Ph.K. (1971): Homophily – Heterophily: Relational Concepts for Communication Research. In: Public Opinion Quarterly, 34, S. 523-538.
- Rogers, Everett M./Kincaid, Lawrence D. (1981): Communication Networks: Toward a New Paradigm of Research. New York. [A907]
- Schenk, Michael (1981): Bürgerinitiativen: Interpersonelle Kommunikation und persönlicher Einfluss. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft, S. 623-637.
- Schenk, Michael (1983): Meinungsführer und Netzwerke persönlicher Kommunikation. In: Rundfunk und Fernsehen, 31(3-4), S. 326-336.
- Schenk, Michael (1984): Soziale Netzwerke und Kommunikation. Tübingen.
- Schenk, Michael (1985): Politische Meinungsführer: Kommunikationsverhalten und primäre Umwelt. In: Publizistik, 30(1), S. 7-16.
- Schenk, Michael (1993): Die ego-zentrierten Netzwerke von Meinungsbildnern („Opinion Leaders“). In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 45(2), S. 254-269.
- Schenk, Michael (1995): Soziale Netzwerke und Massenmedien: Untersuchungen zum Einfluß der persönlichen Kommunikation. Tübingen.
- Schenk, Michael/Dahm, Hermann/Sonje, Deziderio (1997): Die Bedeutung sozialer Netzwerke bei der Diffusion neuer Kommunikationstechniken. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 49(1), S. 35-52.
- Stegbauer, Christian (2005): Medien und soziale Netzwerke. In: Jäckel, Michael (Hg.): Mediensoziologie. Grundfragen und Forschungsfelder. Wiesbaden, S.319-334.
- Valente, T.W. (1995): Network Models of the Diffusion of Innovations. Cresskill, N.J.

## 8 Diffusions- und Innovationsforschung

### 8.1 Diffusionstheorie - News Diffusion

- Basil, Michael D./Brown, William J. (1994): Interpersonal Communication in News Diffusion: A Study of „Magic” Johnson’s Announcement. In: *Journalism Quarterly*, 71(2), S. 305-320.
- Chaffee, Steven H. (1975): The Diffusion of Political Information. In: Chaffee, Steven H. (Hg.): *Political Communication. Issues and Strategies for Research*. Beverly Hills / London, S. 85-128.
- Cohen, Yoel (2002): Broadcast News Diffusion in Crisis-Ridden Democracies. Israel and the Rabin Assassination. In: *The Harvard International Journal of Press and Politics*, 7(3), S. 14-33.
- DeFleur, Melvin L. (1987): The Growth and Decline of Research on the Diffusion of News. In: *Communication Research*, 14(1), S. 109-130.
- Emmer, Martin/Kuhlmann, Christoph/Vowe, Gerhard/Wolling, Jens (2002): Der 11. September – Informationsverbreitung, Medienwahl, Anschlusskommunikation. In: *Media Perspektiven*, Heft 4, S. 166-177.
- Funkhouser, G.R./McCombs, M.E. (1971): The Rise and Fall of News Diffusion. In: *Public Opinion Quarterly*, 35, S. 107-113.
- Gantz, Walter (1983): The Diffusion of News About an Attempted Reagan Assassination. In: *Journal of Communication*, 33(1), S. 56-66.
- Kanihan, Stacey Frank/Gale, Kendra L. (2003): Within 3 hours, 97 percent learn about 9/11 attack. In: *Newspaper Research Journal*, 24(1), S. 78-91.
- Karnowski, Veronika (2013): Diffusionstheorie. In: Schweiger, Wolfgang/Fahr, Andreas (Hg.): *Handbuch Medienwirkungsforschung*. Wiesbaden, S. 513-528.
- Kleining, Gerd (1992): Die Diffusionstheorie als Erklärungsprinzip für die Verbreitung von Neuerungen. In: *PR-Magazin*, Heft 7, S. 35-42.
- Noll, Michael (Hg.) (2003): *Crisis Communication. Lessons from September 11*. Oxford: Bowman & Littlefield.
- Riffe, Daniel/Stoval, James Glen (1989): Diffusion of News of Shuttle Disaster. What Role for Emotional Response? In: *Journalism Quarterly*, 66(3), S. 351-356.
- Reuband, Karl-Heinz (2010): How People Learned About the September 11 Terrorist Attack and How It Affected Them. A Study in News Diffusion and Psychosocial Reactions in Germany. In: Beckers, Tilo / Birkelbach /Hagenah, Jörg/Rosar, Ulrich (Hg.): *Komparative empirische Sozialforschung*. Wiesbaden, S. 437-466.
- Rogers, Everett (2003): Diffusion of News on the September 11 Terrorist Attacks. In: Noll, Michael A. (Hg.): *Crisis Communications. Lessons from September 11*. London u.a., S. 17-30.
- Rogers, Everett (2000): Reflexions on News Event Diffusion Research. In: *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 77(3), S. 561-576.

- Rosengren, Karl Erik (1973): News Diffusion: An Overview. In: *Journalism Quarterly*, 50(1), S. 83-91.
- Rosengren, Karl Erik (Hg.) (1987): A Special Issue on News Diffusion. In: *European Journal of Communication*, 2(2).
- Savage, Robert L. (1981): The Diffusion of Information Approach. In: Nimmo, Dan D. / Sanders, Keith R. (Hg.): *Handbook of Political Communication*. Beverly Hills/London, S. 101-119.
- Stempel, Guido H. (1991): Where People Really Get Most of Their News. In: *Newspaper Research Journal*, S. 2-9.
- Strang, David/Meyer, John W. (1993): Institutional Conditions for Diffusion. In: *Theory and Society*, 22(4), S. 487-511.
- Van der Voort, Tom/Vantil, Jan E. / Vooijs, Marcel W. (1992): Watching the Gulf War. News Diffusion and Educational Effects. In: *Medienpsychologie*, 4(2), S. 90-103.
- Vowe, Gerhard/Wolling, Jens (2003): Der 26. April – wann, wo und wie man davon erfuhr. Vortrag bei der wissenschaftliche Tagung „Stadt unter Schock“ in Erfurt am 25.4.03 TUI Ilmenau.
- Weibull, Lennart/Lindahl, Rutger/Rosengren, Karl Erik (1987): News Diffusion in Sweden: The Role of the Media. In: *European Journal of Communications*, 2(2), S. 143-170.
- Weber, Patrick/Wirth, Werner (2015): Selektionseffekte von Nachrichtenfaktoren in der interpersonalen Nachrichtendiffusion: Die vermittelnde Rolle von Involvement und Elaborationen. In: *Publizistik*, 60(2), S. 187-203.

## 8.2 Innovationstheorie

### Übersichten

- Atkin, David J./Hunt, Daniel, S./Lin, Carolyn A. (2015): Diffusion Theory in the New Media Environment: Toward an Integrated Technology Adoption Model. In: *Mass Communication and Society*, 18, S.623-650.
- Deffuant, Guillaume/Huet, Sylvie/Amblard, Frédéric (2005): An Individual-Based Model of Innovation. Diffusion Mixing Social Value and Individual Benefit. In: *AJS*, 110(4), S. 1041-1069.
- Friemel, Thomas N. (2010): Diffusionsforschung. In: Stegbauer, Christian/ Häußling, Roger (Hg.): *Handbuch Netzwerkforschung*, Wiesbaden: VS, S. 825-833.
- Hall, Brown (2003): *Innovation and Diffusion*. University of California, USA.
- Karnowski, Vera/von Pape, Thilo/Wirth, Werner (2006): Zur Diffusion neuer Medien. Kritische Bestandsaufnahme aktueller Ansätze und Überlegungen zu einer integrativen Diffusions- und Aneignungstheorie neuer Medien. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 54(1), S. 56-74.
- McAnany, Emile G. (1984): The Diffusion of Innovation: Why does it Endure? In: *Critical Studies in Mass Communications*, 1, S. 439-442.

- Rice, Ronald (2009): Diffusion of Innovations. Theoretical Extensions. In: Nabi, Robin / Oliver, Mary Beth (Hg.): Media Processes and Effects. Sage: Los Angeles etc., S. 489-503.
- Rogers, Everett M. (1971): Communication of Innovations. New York / London.
- Rogers, Everett M. (2003<sup>5</sup>): Diffusion of Innovations. New York / London. [A536]
- Rogers, Everett M. (1987): The Diffusion of Innovation Perspective. In: Weinstein, Neil D. (Hg.): Taking Care. Understanding and Encouraging Self-Protective Behavior. Cambridge u.a., S. 79-94.
- Rogers, Everett M./Adhikarya, Ronny (1979): Diffusion of Innovations. An Up-to-Date Report. In: Nimmo, Dan (Hg.): Communication Yearbook III. New Brunswick, S. 67-81.
- Rogers, Everett M./Singhal, Arvind (1996): Diffusion of Innovations. In: Salwen, Michael/Stacks, Don (Hg.): An Integrated Approach to Communication Theory. Mahwah, N.J., S. 409-420.
- Valente, Thomas (1995): Network Models of the Diffusion of Innovations. Cresskill.
- Wejnert, Barbara (2002): Integrating Models of Diffusion of Innovations: A Conceptual Framework. In: Annual Review of Sociology, 28, S. 297-326.

## Empirische Umsetzung

- Atkin, David J./Jeffres, Leo W. /Neuendorf, Kimberly A. (1998): Understanding Internet Adoption as Telecommunications Behavior. In: Journal of Broadcasting & Electronic Media, 42(4), S. 475-490.
- Baer, Walter S. (1985): Information Technology Comes Home. In: Telecommunication Policy, 3, S. 3-21.
- Becker, Lee B./Schönbach, Klaus (1989): When Media Content Diversifies: Anticipating Audience Behaviors. In: Becker, Lee B./Schönbach, Klaus (Hg.): Audience Responses to Media Diversification. Hillsdale, N.J., S. 1-27.
- Carey, John/Moss, Mitchell L. (1985): The Diffusion of New Telecommunication Technologies. In: Telecommunication Policy, 6, S. 145-158.
- Dutton, William/Rogers, Everett/Jun, Suk-Ho (1987): Diffusion and Social Impacts of Personal Computers. In: Communication Research, 14(2), S. 219-250.
- Gerhards, Maria/Klingler, Walter (2003): Mediennutzung der Zukunft. In: Media Perspektiven, Heft 3, S. 115-130.
- Gerhards, Maria/Klingler, Walter (2004): Mediennutzung der Zukunft – Konstanz und Wandel. In: Media Perspektiven, Heft 10, S. 472-482.
- Klopfenstein, Bruce (1989): The Diffusion of the VCR in the United States. In: Levy, Mark (Hg.): The VCR age: home video and mass communication. Newbury Park, S. 21-39.
- Lin, C.A. (1998): Exploring the Personal Computer Adoption Dynamics. In: Journal of Broadcasting & Electronic Media, 41(1), S. 95-112.
- Morris, Merrill/Ogan, Christine (1996): The Internet as Mass Medium. In: Journal of Communication, 46(1), S. 39-50.

#### Literatur zu ausgewählten Themenbereichen

---

- Scherer, Helmut/Berens, Harald (1997): Kommunikative Innovatoren oder introvertierte Technikfans? Die Nutzer von Online-Medien diffusions- und nutzertheoretisch betrachtet. In: Hagen, Lutz (Hg.): Online-Medien als Quellen politischer Information. Opladen.
- Strang, David/Meyer, John W. (1993): Institutional Conditions for Diffusion. In: *Theory and Society*, 22(4), S. 487-511.
- Saxer, Ulrich (1989): Medieninnovation und Medienakzeptanz. In: Mahle, Walter A. (Hg.): *Medienangebot und Mediennutzung*. Berlin, S. 145-174.

## 9 Agenda-Setting Agenda-Setting

### 9.1 Klassische Texte

- Beniger, James R. (1978): Media Content as Social Indicators: The Greenfield Index of Agenda Setting. In: *Communication Research* 5(4), S. 437-453.
- Erbring, Lutz/Goldenberg, Edie N./Miller, Arthur (1980): Front-Page News and Real World Cues: A New Look at Agenda-Setting by Mass Media. In: *American Journal of Political Science* 24(1), S. 16-49.
- Iyengar, Shanto/Simon, Adam (1993): News coverage of the Golf crisis and public opinion: A study of agenda-setting, priming and framing. In: *Communication Research*, 20(3), S. 365-383.
- McCombs, Maxwell E./Shaw, Donald L. (1972): The Agenda-Setting Function of Mass Media. In: *Public Opinion Quarterly* 36(2), S. 176-187.
- McCombs, Maxwell E./Shaw, Donald L. (1993): The Evolution of Agenda-Setting Research: Twenty-Five Years in the Place of Ideas. In: *Journal of Communication*, 43(2), S. 58-67.

### 9.2 Übersichtstexte

- Brettschneider, Frank (1994): Agenda-Setting. Forschungsstand und politische Konsequenzen. In: Jäckel, Michael/Winterhoff-Spurk, Peter (Hg.): *Politik und Medien. Analysen zur Entwicklung der politischen Kommunikation*. Berlin, S. 211-229.
- Eichhorn, Wolfgang (1996): *Agenda-Setting-Prozesse. Eine theoretische Analyse individueller und gesellschaftlicher Themenstrukturierung*. München.
- Ehlers, Renate (1983): Themenstrukturierung durch Massenmedien. Zum Stand der empirischen Agenda-Setting-Forschung. In: *Publizistik* 28(2), S. 167-186.
- Ehlers, Renate (1983): Thematisierung durch Medien? Zum Verhältnis von Agenda-Setting-Forschung und praktischer Politik. In: *Rundfunk und Fernsehen* 31(3-4), S. 319-325.
- Journalism Quarterly* (1993): Themenheft „Two Decades of Agenda-Setting Research“. In: *Journalism Quarterly* 69(4), S. 813-920.
- Lasorsa, Dominic C. (2007): Agenda Setting. In: Kaid, Lynda L./Holtz-Bacha, Christina (Hg.): *Encyclopedia of Political Communication*. Los Angeles et al., S. 12-19.
- Maurer, Marcus (2010): *Agenda-Setting*. Baden-Baden.
- McCombs, Maxwell E. (1981): The Agenda-Setting Approach. In: Nimmo, Dan D./Sanders, Keith R. (Hg.): *Handbook of Political Communication*. Beverly Hills/London, S. 121-140.

- McCombs, Maxwell E. (2000): Agenda-Setting: Zusammenhänge zwischen Massenmedien und Weltbildern. In: Schorr, Angela (Hg.): Publikums- und Wirkungsforschung. Ein Reader. Wiesbaden, S. 123-136.
- McCombs, Maxwell E./Bell, Tamara (1996): The Agenda Setting Role of Mass Communication. In: Salwen, Michael B./Stacks, Don W. (Hg.): An Integrated Approach to Communication Theory and Research. Mahwah, S. 93-110.
- McCombs, Maxwell E./Guo, Lei (2014): Agenda-Setting Influence of the Media in the Public Sphere. In: Fortner, Robert S./Fackler, Mark P. (Hg.): The Handbook of Media and Mass Communication Theory. Malden, MA, S. 251-268.
- McCombs, Maxwell/Lee, Jae Kook (2013): Mapping the Psychology of Agenda Setting. In: Valdivia, Angharad N. (Hg.): The International Encyclopedia of Media Studies. Vol. V: Media Effects/Media Psychology. Oxford UK, S. 41-62.
- Pross, David L./McCombs, Maxwell E. (Hg.) (1991): Agenda Setting. Reading on Media, Public Opinion, and Policymaking. Hillsdale, N.J.
- Rogers, Everett M./Dearing, James (1988): Agenda-Setting Research. Where Has It Been, Where Is It Going? In: Anderson, James A. (Hg.): Communication Yearbook 11. Newbury Park/London/New-Delhi, S. 555-594.
- Rössler, Patrick (1997): Agenda-Setting. Theoretische Annahmen und empirische Evidenzen einer Medienwirkungshypothese. Opladen.
- Shah, Dhavan V./McLeod, Douglas M./Gotlieb, Melissa R./Nam-Jin, Lee (2009): Framing and Agenda-Setting. In: Nabi, Robin L./Oliver, Mary B. (Hg.): The Sage Handbook of Media Processes and Effects. Thousand Oaks et al., S. 83-98.
- Shaw, Donald L./McCombs, Maxwell E. (Hg.) (1977): The Emergence of American Political Issues: The Agenda Setting-Function of the Press. St. Paul.
- Wanta, Wayne (1997): The Public and the National Agenda: How People Learn about Important Issues. Mahwah.
- Wanta, Wayne/Alkazemi, Mariam F. (2017): Agenda-Setting Research: History and Research Tradition. In: Rössler, Patrick et al. (Hg.): The International Encyclopedia of Media Effects. Chichester, West Sussex, UK.
- Wanta, Wayne/Ghanem, Salma (2007): Effects of Agenda-Setting. In: Preiss, Raymond W./Gayle, Barbara M./Burrell, Nancy/Allen, Mike/Bryant, Jennings (Hg.): Mass Media Effects Research. Advances through Meta-Analysis. Mahwah, S. 37-51.

### 9.3 Theoretische Diskussion

- Brosius, Hans-Bernd (1994): Agenda-Setting nach einem Vierteljahrhundert Forschung: Methodischer und theoretischer Stillstand? In: Publizistik 39(3), S. 269-288.
- Brosius, Hans-Bernd/Kepplinger, Hans M. (1990): The Agenda-Setting Function of Television News. Static and Dynamic Views. In: Communication Research 17(2), S. 183-211.
- Brosius, Hans-Bernd/Kepplinger, Hans M. (1992): Linear and Nonlinear Models of Agenda-Setting in Television. In: Journal of Broadcasting & Electronic Media 36(1), S. 5-23.



- Brosius, Hans-Bernd/Weimann, Gabriel (1995): Medien oder Bevölkerung: Wer bestimmt die Agenda? Ein Beitrag zum Zwei-Stufen-Fluss von Agenda-Setting. In: Rundfunk und Fernsehen 41(3), S. 312-329.
- Bulkow, Kristin/Schweiger, Wolfgang (2013): Agenda-Setting – zwischen gesellschaftlichem Phänomen und individuellem Prozess. In: Schweiger, Wolfgang/Fahr, Andreas (Hg.): Handbuch Medienwirkungsforschung. Wiesbaden, S. 171-190.
- Gleich, Uli/Groebel, Jo (1994): Agenda-Setting: Die Thematisierungsfunktion der Medien neu betrachtet. In: Media Perspektiven (10), S. 517-522.
- Iyengar, Shanto (1988): New Directions of Agenda-Setting Research. In: Anderson, James A. (Hg.): Communication Yearbook 11. Newbury Park/London/New-Delhi, S. 595-602.
- Kosicki, Gerald M. (1993): Problems and Opportunities in Agenda-Setting Research. In: Journal of Communication 43(2), S. 92-119.
- McCombs, Maxwell E. (1997): New Frontiers in Agenda Setting: Agendas of Attributes and Frames. In: Mass Communication Review 24(1-2), S. 32-52.
- McCombs, Maxwell E./Llamas, Juan P./Lopez-Escobar, Esteban/Rey, Federico (1997): Candidate Images in Spanish Elections: Second-Level Agenda-Setting Effects. In: Journalism & Mass Communication Quarterly 74(4), S. 703-717.
- McCombs, Maxwell E./Reynolds, Amy (2009): How the News Shapes our Civic Agenda. In: Bryant, Jennings/Oliver, Mary B. (Hg.) (2009<sup>3</sup>): Media Effects. Advances in Theory and Research. New York/London, S. 1-16.
- McLeod, Jack M./Becker, Lee B./Byrnes, James E. (1974): Another Look at the Agenda-Setting Function of the Press. In: Communication Research 1(2), S. 131-166.
- Marr, Mirko (2002): Das Ende der Gemeinsamkeiten? Folgen der Internetnutzung für den medialen Thematisierungsprozess. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, 50(4), S. 510-532.
- Pingree, Raymond J./Stoycheff, Elizabeth (2013): Differentiating Cueing from Reasoning in Agenda-Setting-Effects. In: Journal of Communication 63, S. 852-872.
- Schönbach, Klaus (1983): Der „Agenda-Setting“ Approach: theoretische Perspektiven und praktische Relevanz. In: Hans-Bredow-Institut (Hg.): Medienwissenschaftliches Symposium 1983. Hamburg, S. 88-97.
- Schulz, Winfried (1984): „Agenda Setting“ und andere Erklärungen. Zur Theorie der Medienwirkung. In: Rundfunk und Fernsehen 32(2), S. 206-213.
- Takeshita, Toshio (2006): Current Critical Problems in Agenda-Setting Research. In: International Journal of Public Opinion Research 18(3), S. 275-296.
- Tiele, Annekaryn/Scherer, Helmut (2004): Die Agenda – ein Konstrukt der Rezipienten? In: Publizistik 49(4), S. 439-453.
- Weaver, David H. (2007): Thoughts on Agenda Setting, Framing, and Priming. In: Journal of Communication, 57, S. 142-157.
- Weaver, David H./Zhu, Jian-Hua/Willnat, Lars (1992): The Bridging Function of Interpersonal Communication in Agenda-Setting. In: Journalism Quarterly 69(4), S. 856-867.

## 9.4 Empirische Forschung

- Boonk, Alicia/Hinnah, Cara/Hollmann, Kristina/Mandow, Sophia (2014): Umwelt. Ein sterbendes Issue. In: Gehrau, Volker/Väth, Judith/Haake, Gianna (Hg.): Dynamiken der öffentlichen Problemwahrnehmung. Umweltpolitik, Terrorismus, Rechtsextremismus und Konsumklima in der deutschen Öffentlichkeit. Wiesbaden, S. 65-120.
- Breen, Michael J. (1997): A Cook, a Cardinal, His Priests, and the Press: Deviance as a Trigger for Intermedia Agenda-Setting. In: *Journalism & Mass Communication Quarterly* 74(2), S. 348-356.
- Gehrau, Volker (2014): Die Dyanmik gesellschaftlicher Problemwahrnehmung II. Erkenntnisse aus vier Fallstudien. In: Gehrau, Volker/Väth, Judith/Haake, Gianna (Hg.): Dynamiken der öffentlichen Problemwahrnehmung. Umweltpolitik, Terrorismus, Rechtsextremismus und Konsumklima in der deutschen Öffentlichkeit. Wiesbaden, S. 251-266.
- Gehrau, Volker/Väth, Judith/Haake, Gianna (2014): Dynamiken der öffentlichen Problemwahrnehmung. Umweltpolitik, Terrorismus, Rechtsextremismus und Konsumklima in der deutschen Öffentlichkeit. Wiesbaden.
- Haas, Alexander (2014): Interpersonale Kommunikation und Medienwirkungen. Beurteilung der Themenrelevanz im Zusammenspiel mit Gesprächen und Mediennutzung. Wiesbaden.
- Hill, David B. (1985): Viewer Characteristics and Agendas Setting by Television News. In: *Public Opinion Quarterly* 49(3), S. 340-350.
- Holbach, Thomas/Mauerer, Marcus (2014): Agenda-Setting-Effekte zwischen Medienberichterstattung und Online-Informationsverhalten am Beispiel der EHEC-Epidemie. In: *Publizistik* 59(1), S. 65-81.
- Kepplinger, Hans M./Roth, Herbert (1978): Kommunikation in der Ölkrise des Winters 1973/74. Ein Paradigma für Wirkungsstudien. In: *Publizistik* 23(4), S. 337-356.
- Krause, Birgit/Fretwurst, Benjamin (2007): Kurzfristige Agenda-Setting-Effekte von Fernsehnachrichten. Eine Zeitreihenanalyse am Beispiel Ausländerfeindlichkeit und Rechtsradikalismus. In: Krause, Birgit/Fretwurst, Benjamin/Vogelgesang, Jens (Hg.): Fortschritte der politischen Kommunikationsforschung. Festschrift für Lutz Erbring. Wiesbaden, S. 171-196.
- Krause, Birgit/Gehrau, Volker (2007): Das Paradox der Medienwirkung auf Nichtnutzer. Eine Zeitreihenanalyse auf Tagesbasis zu den kurzfristigen Agenda-Setting-Effekten von Fernsehnachrichten. In: *Publizistik* 52(2), S. 171-209.
- Lang, Gladys E./Lang, Kurt (1981): Watergate. An Exploration of the Agenda-Building Process. In: Wilhoit, G. Cleveland/Bock, Harold de (Hg.): *Mass Communication Review Yearbook* 2. Beverly Hills/London, S. 447-468.
- Longchamp, Claude (2000): Themenhierarchisierung und Klimaerzeugung: Überlegungen zur Bedeutung des „agenda-setting“-Ansatzes für die Analyse und Gestaltung von politischen Kampagnen am Beispiel der Schweizerischen Nationalratswahlen 1983-1995. In: Bohrmann, Hans/Jarren, Otfried/Melischek, Gabriele/Seethaler, Josef (Hg.): *Wahlen und Politikvermittlung durch Massenmedien*. Wiesbaden, S. 191-211.

- Mathes, Rainer/Pfetsch, Barbara (1991): The Role of the Alternative Press in the Agenda-Building Process: Spill Over Effects and Media Opinion Leadership. In: *European Journal of Communication* 6(1), S. 33-62.
- McClure, Robert D./Patterson, Thomas E. (1976): Setting the Political Agenda: Print vs. Network News. In: *Journal of Communication* 26(2), S. 23-28.
- McCombs, Maxwell E. (1977): Newspapers vs. Television: Mass Communication Effects over Time. In: Shaw, Donald L./McCombs, Maxwell E. (Hg.): *The Emergence of American Political Issues. The Agenda-Setting Function of the Press*. St. Paul, S. 89-105.
- Miller, Randy/Wanta, Wayne (1996): Race as a Variable in Agenda Setting. In: *Journalism and Mass Communication Quarterly* 73(4), S. 913-925.
- Palmgreen, Philip/Clarke, Peter (1977): Agenda-Setting with Local and National Issues. In: *Communication Research* 4(4), S. 435-452.
- Peter, Jochen (2003): Country Characteristics as Contingent Conditions of Agenda-setting: The Moderating Influence of Polarized Elite Opinion. In: *Communication Research* 30(6), S. 683-712.
- Peter, Jochen/de Vreese, Claes (2003): Agenda Rich, Agenda Poor: A Cross-National Comparative Investigation of Nominal and Thematic Agenda Diversity. In: *International Journal of Public Opinion Research* 15(1), S. 44-64.
- Rogers, Everett M./Dearing, James/Chang, Soonbum (1991): AIDS in the 1980s. The Agenda-Setting Process for a Public Issue. In: *Journalism Monographs* 126, S. 1-47.
- Rußmann, Uta (2007): *Agenda Setting und Internet. Themensetzung im Spannungsfeld von Onlinemedien und sozialen Netzwerken*. München.
- Schönbach, Klaus (1981): Agenda-Setting im Europawahlkampf 1979: Die Funktion von Presse und TV. In: *Media Perspektiven* (7), S. 537-547.
- Shaw, Donald L. (1977): The Agenda-Setting Function Hypothesis Reconsidered: Interpersonal Factors. In: *Gazette* 23(4), S. 230-240.
- Wanta, Wayne/Hu, Yu-Wei (1994): The Effects of Credibility, Reliance, and Exposure on Media Agenda-Setting: A Path Analysis Model. In: *Journalism Quarterly* 71(1), S. 90-98.
- Wanta, Wayne/Wu, Yi-Chen (1992): Interpersonal Communication and the Agenda-Setting Process. In: *Journalism Quarterly* 69(4), S. 847-855.
- Winter, James P./Eyal, Chaim H. (1981): Agenda Setting for the Civil Rights Issue. In: *Public Opinion Quarterly* 45(3), S. 376-383.
- Wirth, Werner et al. (2010): Agenda Building and Setting in a Referendum Campaign. Investigating the Flow of Arguments Among Campaigners, the Media, and the Public. In: *Journalism & Mass Communication Quarterly* 87/2, S. 328-345.
- Wu, Xu/Seltzer, Trent (2006): First- und Second-Level Agenda-Building und Agenda-Setting Effects: Exploring the Linkages Among Candidate News Releases, Media Coverage, and Public Opinion during the 2002 Florida Gubernatorial Election. In: *Journal of Public Relations Research* 18(3), S. 265-285.
- Yang, Jin/Stone, Gerald (2003): The powerful role of interpersonal communication in Agenda-Setting. In: *Mass Communication and Society* 6(1), S. 57-74.

## 10 Priming

### 10.1 Klassische Texte

Iyengar, Shanto/Simon, Adam (1993): News Coverage of the Golf Crisis and Public Opinion: A Study of Agenda-Setting, Priming and Framing. In: *Communication Research* 20(3), S. 365-383.

### 10.2 Übersichtstexte

Dillman Carpentier, Francesca R. (2017): Priming. In: Rössler, Patrick/Hoffner, Cynthia A./van Zoonen, Liesbet et al. (Hg.): *International Encyclopedia of Media Effects*. Chichester, UK.

Peter, Jochen (2002): Medien-Priming – Grundlagen, Befunde und Forschungstendenzen. In: *Publizistik* 47(1), S. 21-44.

Roskos-Ewoldsen, David R./Roskos-Ewoldsen, Beverly/Dillman Carpentier, Francesca (2009): Media Priming. An Updated Synthesis. In: Bryant, Jennings/Oliver, Mary B. (Hg.) (2009): *Media Effects. Advances in Theory and Research*. New York/London, S. 74-93.

Schemer, Christian (2013): Priming, Framing, Stereotype. In: Schweiger, Wolfgang/Fahr, Andreas (Hg.): *Handbuch Medienwirkungsforschung*. Wiesbaden, S. 153-169.

Scheufele, Dietram (2016): *Priming*. Baden-Baden.

### 10.3 Theoretische Diskussion

Eko, Lyombe (1999): Framing and Priming Effects. In: Stone, Gerald/Singletary, Michael/Richmond, Virginia (Hg.): *Clarifying Communication Theories. A Hands-On Approach*. Ames, S. 276-288.

Price, Vincent/Tewksbury, David (1998): News Values and Public Opinion: A Theoretical Account of Media Priming and Framing. In: Barnett, George A./Boster, Franklin J. (Hg.): *Progress in Communication Sciences: Advances in Persuasion* 13. Greenwich/London, S. 173-212.

Scheufele, Bertram (2000): Agenda-Setting, Priming, and Framing Revisited: Another Look at Cognitive Effects of Political Communication. In: *Mass Communication & Society* 3(2-3), S. 297-316.

## 10.4 Empirische Forschung

- Arendt, Florian (2013): Dose-Dependent Media Priming Effects of Stereotypic Newspaper Articles on Implicit and Explicit Stereotypes. In: *Journal of Communication* 63, S. 830-851.
- Arendt, Florian (2015): Toward a Dose-Response. Account of Media Priming. In: *Communication Research*, 42(8), S. 1089-1115.
- Eunhyung, Jo/Berkowitz, Leonard (1994): A Priming Effect Analysis of Media Influences: An Update. In: Bryant, Jennings/Zillmann, Dolf (Hg.): *Media Effects. Advances in Theory and Research*. Hillsdale, N.J., S. 43-60.

## 11 Framing

### 11.1 Klassische Texte

- Entman, Robert M. (1993): Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. In: *Journal of Communication* 43(4), S. 51-58.
- Gamson, William A. (1996): Media Discourse as a Framing Resource. In: Cringler, Ann N. (Hg.): *The Psychology of Political Communication*. Ann Arbor, S. 111-132.
- Gamson, William A./Modigliani, Andre (1989): Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power. A Constructivist Approach. In: *American Journal of Sociology* 95(1), S. 1-37.
- Goffman, Erving (1980): *Rahmen-Analyse. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen*. Frankfurt a.M.
- Iyengar, Shanto/Simon, Adam (1993): News Coverage of the Golf Crisis and Public Opinion: A Study of Agenda-Setting, Priming and Framing. In: *Communication Research* 20(3), S. 365-383.
- Kahneman, Daniel/Tversky, Amos (1984): Choices, Values, and Frames. In: *American Psychologist* 39(4), S. 341-350.
- Kuklinski, James H./Luskin, Robert C./Bolland, John (1991): Where Is the Schema? Going Beyond the „S“ Word in Political Psychology. In: *American Political Science Review* 85(4), S. 1341-1356.
- Rumelhart, Donald E. (1980): Schemata. The Building Blocks of Cognition. In: Spiro, Rand J./Bruce, Bertram C./Brewer, William F. (Hg.): *Theoretical Issues in Reading Comprehension*. Hillsdale, N.J., S. 33-58.
- Tversky, Amos/Kahneman, Daniel (1981). The Framing of Decisions and the Psychology of Choice. In: *Science* 211 (4481): S. 453–458.

### 11.2 Übersichtstexte

- Aarøe, Lene (2017): Framing: Audience Frames. In: Rössler, Patrick et al. (Hg.): *The International Encyclopedia of Media Effects*. Chichester, West Sussex, UK.
- Busselle, Rick (2017): Schema Theory and Mental Models. In: Rössler, Patrick/Hoffner, Cynthia A./van Zoonen, Liesbet et al. (Hg.): *International Encyclopedia of Media Effects*. Chichester, UK.
- Dahinden, Urs (2006): *Framing. Eine integrative Theorie der Massenkommunikation*. Konstanz.
- D'Angelo (2017): Framing: Media Frames. In: Rössler, Patrick et al. (Hg.): *The International Encyclopedia of Media Effects*. Chichester, West Sussex, UK.

- De Vreese, Claes H. (2017): Framing as a Multilevel Process. In: Rössler, Patrick/Hoffner, Cynthia A./van Zoonen, Liesbet et al. (Hg.): *International Encyclopedia of Media Effects*. Chichester, UK.
- Gallagher, Kristel M./Updegraff, John A. (2012): Health message framing effects on attitudes, intentions, and behavior: A meta-analytic review. In: *Annals of Behavioral Medicine* 43, S. 101-116.
- Matthes, Jörg (2007): *Framing-Effekte. Zum Einfluss der Politikberichterstattung auf die Einstellung der Rezipienten*. München.
- Matthes, Jörg (2007): *Framing*. Baden-Baden.
- O’Keefe, Daniel J./Jensen, Jakob D. (2006). The Advantages of Compliance or the Disadvantages of Noncompliance? A Meta-Analytic Review of the Relative Persuasive Effectiveness of Gain-Framed and Loss-Framed Messages. In: Beck, Christina S. (Hg.): *Communication Yearbook* 30, S. 1-43.
- Pan, Zhongdang/Kosicki, Gerald M. (1993): Framing Analysis: An Approach to News Discourse. In: *Political Communication* 10(1), S. 55-75.
- Reese, Stephen D./Gandy, Oscar H./Grant, August E. (Hg.) (2001): *Framing Public Life. Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. Mahwah.
- Schemer, Christian (2013): Priming, Framing, Stereotype. In: Schweiger, Wolfgang/Fahr, Andreas (Hg.): *Handbuch Medienwirkungsforschung*. Wiesbaden, S. 153-169.
- Scheufele, Bertram (2003): *Frames – Framing – Framing-Effekte. Theoretische und methodische Grundlegung des Framing-Ansatzes sowie empirische Befunde zur Nachrichtenproduktion*. Wiesbaden.
- Scheufele, Bertram T./Scheufele, Dietram A. (2013): Framing and Priming Effects. Exploring Challenges Connected to Cross-Level Approaches in Media Effects Research. In: Valdivia, Angharad N. (Hg.): *The International Encyclopedia of Media Studies. Vol. V: Media Effects/Media Psychology*. Oxford UK, S. 89-107.
- Tewksbury, David/Scheufele, Dietram A. (2009): News Framing Theory and Research. In: Bryant, Jennings/Oliver, Mary B. (Hg.) (2009<sup>3</sup>): *Media Effects. Advances in Theory and Research*. New York/London, S. 17-33.

## 11.3 Theoretische Diskussion

- Brosius, Hans-Bernd (1991): Schema-Theorie: ein Ansatz in der Wirkungsforschung? In: *Publizistik* 36(3), S. 285-297.
- Busselle, Rick (2017): Schema Theory and Mental Models. In: Rössler, Patrick et al. (Hg.): *The International Encyclopedia of Media Effects*. Chichester, West Sussex, UK.
- De Vreese, Claes H. (2012): New Avenues for Framing Research. In: *American Behavioral Scientist*, 56(3), S. 365-375.
- Druckman, James N. (2001): On the Limits of Framing Effects: Who Can Frame? In: *Journal of Politics* 63(4), S. 1041-1066.

- Scheufele, Bertram (2004): Framing-Effekte auf dem Prüfstand. Eine theoretische, methodische und empirische Auseinandersetzung mit der Wirkungsperspektive des Framing-Ansatzes. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft* 52(1), S. 30-55.
- Scheufele, Bertram A. (1999): Framing as a Theory of Media Effects. In: *Journal of Communication* 49(1), S. 103-122.
- Druckman, James N./Nelson, Kjersten R. (2003): Framing and Deliberation: How Citizens' Conversations Limit Elite Influence. In: *American Journal of Political Science* 47(4), S. 729-745.
- Eko, Lyombe (1999): Framing and Priming Effects. In: Stone, Gerald/Singletary, Michael/Richmond, Virginia (Hg.): *Clarifying Communication Theories. A Hands-On Approach*. Ames, S. 276-288.
- Maher, Michael T. (2001): Framing: An Emerging Paradigm or a Phase of Agenda-Setting? In: Reese, Stephen D./Gandy, Oscar H./Grant, August E. (Hg.): *Framing Public Life. Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. Mahwah, S. 83-94.
- Matthes, Jörg (2009): Identität und Vielfalt des Framing-Ansatzes: Eine systematische Analyse der Forschungsliteratur. In: Schulz, Pert/Hartung, Uwe/Keller, Simone (Hg.) *Identität und Vielfalt der Kommunikationswissenschaft*. Konstanz, S. 117-131.
- Matthes, Jörg / Kohring, Matthias (2009): The content analysis of media frames: Toward improving reliability and validity. In: *Journal of Communication* 58, S. 278-279.
- Nelson, Tomas E./Oxley, Zoe M./Clawson, Rosalee A. (1997b): Toward a Psychology of Framing Effects. In: *Political Behavior* 19(3), S. 221-246.
- Price, Vincent/Tewksbury, David (1998): News Values and Public Opinion: A Theoretical Account of Media Priming and Framing. In: Barnett, George A./Boster, Franklin J. (Hg.): *Progress in Communication Sciences: Advances in Persuasion* 13. Greenwich/London, S. 173-212.
- Scheufele, Bertram (2000): Agenda-Setting, Priming, and Framing Revisited: Another Look at Cognitive Effects of Political Communication. In: *Mass Communication & Society* 3(2-3), S. 297-316.
- Shah, Dhavan V./McLeod, Douglas M./Gotlieb, Melissa R./Nam-Jin, Lee (2009): Framing and Agenda-Setting. In: Nabi, Robin L./Oliver, Mary B. (Hg.): *The Sage Handbook of Media Processes and Effects*. Thousand Oaks et al., S. 83-98.
- Van Gorp, Baldwin (2007) The Constructionist Approach to Framing: Bringing Culture Back In. In: *Journal of Communication*, 57(1), S. 60-78.
- Vliegthart, Rens/van Zoonen, Elisabeth (2011). Power to the frame: Bringing Sociology back to frame analysis. In: *European Journal of Communication*, 26(2), S. 101-115.
- Wicks, Robert H. (1992): Schema Theory and Measurement in Mass Communication Research: Theoretical and Methodological Issues in News Information Processing. In: Deetz, Stanley A. (Hg.): *Communication Yearbook* 15. Newbury Park, S. 115-145.



## 11.4 Empirische Forschung

- Cho, Hyunyi/Boster, Franklin J. (2008): Effects of Gain Versus Loss Frame Antidrug Ads on Adolescents. In: *Journal of Communication* 58(3), S. 428-446.
- De Vreese, Claes (2004): The Effects of Frames in Political Television News on Issue Interpretation and Frame Salience. In: *Journalism & Mass Communication Quarterly* 81(1), S. 36-52.
- Detweiler, Jerusha B./Bedell, Brian T./Salovey, Peter/Pronin, Emily/Rothman, Alexander J. (1999): Message Framing and Sunscreen Use: Gain-Framed Messages Motivate Beach-Goers. In: *Health Psychology* 18(2), S. 189-196.
- Hastall, Matthias/Sukalla, Freya (2013). Multiples Framing in der Gesundheitskommunikation: Annahmen und Befunde. In: Rossmann, Constanze/Hastall, Matthias (Hg.): *Medien und Gesundheitskommunikation. Befunde, Entwicklungen, Herausforderungen*. Baden-Baden, S. 201-218).
- Iyengar, Shanto (1991): *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*. Chicago.
- Iyengar, Shanto/Kinder, Donald R. (1987): *News that Matters*. Chicago.
- Kepplinger, Hans Mathias/ Geiss, Stefan/Siebert, Sandra (2012): Framing Scandals: Cognitive and Emotional Media Effects. In: *Journal of Communication*, 62(4), S. 659-681.
- Kühne, Rinaldo/Schemer, Christian (2015): The Emotional Effects of News Frames on Information Processing and Opinion Formation. In: *Communication Research*, 42(3), S. 387-407.
- Kühne, Rinaldo/Sommer, Katharina/Weber, Patrick (2015): Kognitive und emotionale Framing-Effekte auf Einstellungen. Überlegungen zur Relevanz der Untersuchung von Mediationsprozessen und eine empirische Überprüfung. In: *M&K*, 63(1), S. 44-61.
- Matthes, Jörg / Schemer, Christian (2012): Diachronic Framing Effects in Competitive Opinion Environments. In: *Political Communication*, 29(3), S. 319-339.
- Leonarz, Martina (2006): *Gentechnik im Fernsehen. Eine Framing-Analyse*. Konstanz.
- Nelson, Thomas E./Clawson, Rosalee A./Oxley, Zoe M. (1997a): Media Framing of a Civil Liberties Conflict and its Effect on Tolerance. In: *American Political Science Review* 91(3), S. 567-583.
- O'Keefe, Daniel J./Jensen, Jakob D. (2009): The Relative Persuasiveness of Gain-Framed and Loss-Framed Messages for Encouraging Disease Detection Behaviors: A Meta-Analytic Review. In: *Journal of Communication* 59(2), S. 296-316.
- Price, Vincent/Tewksbury, David/Powers, Elizabeth (1997): Switching Trains of Thought. The Impact of News Frames on Readers' Cognitive Responses. In: *Communication Research* 24(5), S. 481-506.
- Riles, Julius M./Sangalang, Angeline/Hurley, Ryan J./Tewksbury, David (2015): Framing Cancer for Online News: Implications for Popular Perceptions of Cancer. In: *Journal of Communication*, 65(6), S. 1018-1040.
- Rothman, Alexander J./Bartels, Roger D./Wlaschin, Jhon/Salovey, Peter (2006): The Strategic Use of Gain- and Loss-Framed Messages to Promote Healthy Behavior:

- How Theory Can Inform Practice. In: *Journal of Communication* 56 (Issue Supplement), S. 202-220.
- Rothman, Alexander J./Salovey, Peter (1997): Shaping Perceptions to Motivate Healthy Behavior: The Role of Message Framing. In: *Psychological Bulletin* 121(1), S. 3-19.
- Salovey, Peter/Schneider, Tamera R./Apanovitch, Anne M. (2002): Message Framing in the Prevention and Early Detection of Illness. In: Dillard, James P./Pfau, Michael (Hg.): *The Persuasion Handbook. Developments in Theory and Practice*. Thousand Oaks/London/New Delhi, S. 391-406.
- Salovey, Peter/Williams-Pichota, Pamela (2004): Field Experiments in Social Psychology. Message Framing and the Promotion of Health Protective Behaviors. In: *American Behavioral Scientist* 47(5), S. 488-505.
- Scheufele, Bertram (2010): Verknüpfen und urteilen. Ein Experiment zur Wirkung medialer Value-Frames. In: *Medien&Kommunikationswissenschaft* 58(1), S. 26-45.
- Shen, Fuyuan/Dillard, James P. (2009): Message Frames Interact with Motivational Systems to Determine Depth of Message Processing. In: *Health Communication* 24(1), S. 1-11.
- Shen, Fuyuan/Edwards, Heidi H. (2005): Economic Individualism, Humanitarianism, and Welfare Reform: A Value-Based Account of Framing Effects. In: *Journal of Communication* 55(4), S. 795-809.
- Shen, Lijiang/Mercer Kollar, Laura Min (2015): Testing Moderators of Message Framing Effect: A Motivational Approach. In: *Communication Research* 42(5), S. 626-648.
- Slothuus, Rune (2008): More than Weighting Cognitive Importance: A Dual Process Model of Issue Framing Effects. In: *Political Psychology* 29(1): S. 1-28.
- Wehling, Elisabeth (2016): *Politisches Framing. Wie eine Nation sich ihr Denken einredet – und daraus Politik macht*. Köln.

## 12 Knowledge Acquisition

### 12.1 Politische Informiertheit

- Baum, Matthew A. (2003): Soft News and Political Knowledge: Evidence of Absence or Absence of Evidence? In: *Political Communication* 20(2), S. 173-190.
- Beaudoin, Christopher E. (2004): The Independent and Interactive Antecedents of International Knowledge. In: *Gazette* 66(5), S. 459-473.
- Bennett, Lance W. (2003): The Burglar Alarm That Just Keeps Ringing: A Response to Zaller. In: *Political Communication* 20(2), S. 131-138.
- Bennett, Stephen E. (1988): Know-Nothings Revisited: The Meaning of Political Ignorance Today. In: *Social Science Quarterly* 69(2), S. 422-435.
- Bennett, Stephen E./Flickinger, Richard S./Baker, John R./Rhine, Staci L./Bennett, Linda L. (1996): Citizens' Knowledge of Foreign Affairs. In: *Press/Politics* 1(2), S. 10-29.
- Böck, Margit (2003): Information, Wissen und medialer Wandel. In: *Medien-Journal* 27(1), S. 51-65.
- Bonfadelli, Heinz/Marr, Mirko (2008): Informationsleistungen von Medien im Vergleich. In: Melischek, Gabriele/Seethaler, Josef/Wilke, Jürgen (Hg.): *Medien & Kommunikationsforschung im Vergleich. Grundlagen, Gegenstandsbereiche, Verfahrensweisen*. Wiesbaden, S. 359-381.
- Brunbauer, Stefan/Matthes, Jörg (2016): Wissensvermittlung durch Produktplatzierungen. Lerneffekte von platzierten Marken- und Produktinformationen in unterhaltenden Medieninhalten. In: *Publizistik*, 61(2), S. 123-144.
- Chaffee, Steven H./Kanihan, Stacey F. (1997): Learning about Politics from the Mass Media. In: *Political Communication* 14(4), S. 421-430.
- Corner, John (1991): Meaning, Genre and Context: The Problematics of Public Knowledge in the New Audience Studies. In: Curran, James/Gurevitch, Michael (Hg.): *Mass Media and Society*. London/New York, S. 267-284.
- Curran, James/Iyengar, Shanto/Lund, Anker B./Salovaara-Moring, Inka (2009): Media System, Public Knowledge and Democracy: A Comparative Study. In: *European Journal of Communication* 24(1), S. 5-26.
- Delli Carpini, Michael X./Keeter, Scott (1991): Stability and Change in the U.S. Public's Knowledge of Politics. In: *Public Opinion Quarterly* 55(4), S. 583-612.
- Delli Carpini, Michael X./Williams, Bruce (2001): Let Us Infotain You: Politics in the New Media Age. In: Bennett, Lance W./Entman, Robert M. (Hg.): *Mediated Politics*. Cambridge, S. 160-181.
- Eveland, William P. (2004): The Effect of Political Discussion in Producing Informed Citizens: The Roles of Information, Motivation, and Elaboration. In: *Political Communication* 21(2), S. 177-193.

- Eveland, William P./Dunwoody, Sharon (2002): An Investigation of Elaboration and Selective Scanning as Mediators of Learning from Web Versus Print. In: *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 46(1), S. 34-53.
- Grabe, Maria E./Myrick, Jessica (2016): Informend Citizenship in a Media-Centric Way of Life. In: *Journal of Communication*, 66(2), S. 215-235.
- Graber, Doris A. (1984): *Processing the News. How People Tame the Information Tide*. New York.
- Faile, Marta/Iyengar, Shanto (2014): Not all news sources are equally informative: A cross-national analysis of political knowledge in Europe. In: *The International Journal of Press/Politics* 19(3), S. 275-294.
- Graber, Doris A. (1989): An Information Processing Approach to Public Opinion Analysis. In: Dervin, Brenda (Hg.): *Rethinking Communication 2: Paradigm Exemplars*. Newbury Park, S. 103-116.
- Graber, Doris A. (1994): Why Voters Fail Information Tests: Can the Hurdles Be Overcome? In: *Political Communication* 11(4), S. 331-346.
- Graber, Doris A. (2001): *Processing Politics: Learning from Television in the Internet Age*. Chicago/London.
- Hollander, Barry (1997): Television News Exposure and Foreign Affairs Knowledge. A Six Nation Analysis. In: *Gazette* 59(2), S. S. 151-161.
- Hollander, Barry (2014): The Role of Media Use in the Recall Versus Recognition of Political Knowledge. In: *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 58(1), S. 97-113.
- Iyengar, Shanto/Hahn, Kyu S./Bonfadelli, Heinz/Marr, Mirko (2009): "Dark Areas of Ignorance" Revisited. Comparing International Affairs Knowledge in Switzerland and the United States. In: *Communication Research* 36(3), S. 341-358.
- McCombs, Maxwell E./Poindexter, Paula M. (1983): The Duty to Keep Informed: News Exposure and Civic Obligation. In: *Journal of Communication* 33(1), S. 88-96.
- Maier, Jürgen (2009): Was die Bürger über Politik (nicht) wissen – und was die Massenmedien damit zu tun haben – ein Forschungsüberblick. In: Marcinkowski, Frank/Pfetsch, Barbara (Hg.): *Politik in der Mediendemokratie*. Wiesbaden, S. 393-414.
- Moy, Patricia/Xenos, Michael A./Hess, Verena K. (2005): Communication and Citizenship: Mapping the Political Effects of Infotainment. In: *Mass Communication & Society* 8(2), S. 111-131.
- Moy, Patricia/Xenos, Michael A./Hussain, Muzammil M. (2013): News and Political Entertainment Effects on Democratic Citizenship. In: Valdivia, Angharad (Hg.): *The International Encyclopedia of Media Studies*. Vol. V: *Media Effects/Media Psychology*. Oxford UK, S. 463-483.
- Partheymüller, Julia/Schäfer, Anne (2013): Das Informationsverhalten der Bürger im Bundestagswahlkampf 2013. In: *Media Perspektiven* (12), S. 574-588.
- Poindexter, Paula M./McCombs, Maxwell E. (2001): Revisiting the Civic Duty to Keep Informed. In the New Media Environment. In: *Journalism & Mass Communication Quarterly* 78(1), S. 113-126.
- Prior, Markus (2003): Any Good News in Soft News? The Impact of Soft News Preferences on Political Knowledge. In: *Political Communication* 20(2), S. 149-171.

- Prior, Markus (2005): News vs. Entertainment: How Increasing Media Choice Widens Gaps in Political Knowledge and Turnout. In: *American Journal of Political Science* 49(3), S. 577-592.
- Robinson, John P./ Levy, Mark R. (1986): *The Main Source: Learning from Television News*. Beverly Hills, CA:
- Robinson, John P./Levy, Mark R. (1996): News Media Use and the Informed Public: A 1990s Update. In: *Journal of Communication* 46(2), S. 129-135.
- Rosser, Connie/Flora, June A./Chaffee, Steven H./Farquar, John W. (1990): Using Research to Predict Learning from a PR Campaign. In: *Public Relations Review* 16(2), S. 61-77.
- Schmitt, Josephine B. (2014): Onlinenachrichten und politisches Wissen bei Jugendlichen. In: *Media Perspektiven* (1), S. 33-46.
- Schudson, Michael (1999): *The Good Citizen: A History of American Civic Life*. Cambridge.
- Sotirovic, Mira/McLeod, Jack M. (2004): Knowledge as Understanding: The Information Processing Approach to Political Learning. In: Kaid, Lynda L.(Hg.): *Handbook of Political Communication Research*. Mahwah/London, S. 357-394.
- Zaller, John (2003): A New Standard of News Quality: The Burglar Alarms of the Monitorial Citizen. In: *Political Communication* 20(2), S. 109-130.

## 12.2 Medien-Dependenz

- Ball-Rokeach, Sandra J. (1985): The Origins of Individual Media-System Dependency. A Sociological Framework. In: *Communication Research* 12(4), S. 485-510.
- Ball-Rokeach, Sandra J./DeFleur, Melvin L. (1976): A Dependency Model of Mass-Media Effects. In: *Communication Research* 3(1), S. 3-21.
- Ball-Rokeach, Sandra J./Jung, Joo-Young (2009): The Evolution of Media System Dependency Theory. In: Nabi, Robin L./Oliver, Mary Beth (Hg.): *The Sage Handbook of Media Processes and Effects*. Los Angeles etc., S. 531.-544.
- Becker, Lee B./Whitney, Charles D. (1980): Effects of Media Dependencies. Audience Assessment of Government. In: *Communication Research* 7(1), S. 95-120.
- McDonald, Daniel G. (1983): Investigating Assumptions of Media Dependency Research. In: *Communication Research* 10(4), S. 509-528.

## 13 Knowledge Gap

### 13.1 Klassische Texte

- Olien, Clarice N./Donohue, George A./Tichenor, Phillip J. (1983): Structure, Communication and Social Power: Evolution of the Knowledge Gap Hypothesis. In: Wartella, Ellen/Windahl, Sven/Whitney, Charles D. (Hg.): Mass Communication Review Yearbook 4, S. 455-461.
- Tichenor, Phillip J./Donohue, George A./Olien, Clarice N.(1970): Mass Media Flow and Differential Growth in Knowledge. In: Public Opinion Quarterly 34(2), S. 159-170.
- Tichenor, Phillip J./Donohue, George A./Olien, Clarice N. (1980): Community Conflict and the Press. Beverly Hills/London.
- Tichenor, Phillip J./Rodenkirchen, Jane M./Olien, Clarice N./Donohue, George A. (1973): Community Issues, Conflict, and Public Affairs Knowledge. In: Clarke, Peter (Hg.): New Models for Communication Research. Beverly Hills/London, S. 45-79.

### 13.2 Übersichtstexte

- Bonfadelli, Heinz (1980): Neue Fragestellungen in der Wirkungsforschung: Zur Hypothese der wachsenden Wissenskluft. In: Rundfunk und Fernsehen 28(2), S. 173-193.
- Bonfadelli, Heinz (1994): Die Wissenskluft-Perspektive: Massenmedien und gesellschaftliche Information. Konstanz.
- Bonfadelli, Heinz (2007): Die Wissenskluft-Perspektive. In: Schenk, Michael (Hg.) (2007<sup>3</sup>): Medienwirkungsforschung. Tübingen, S. 614-647.
- Bonfadelli, Heinz (2008): Knowledge Gap. In: Kaid, Lynda L./Holtz-Bacha, Christina (Hg.): Encyclopedia of Political Communication. Los Angeles et al., S. 382-384
- Bonfadelli, Heinz (2016): Mass Media Flow and Differential Growth in Knowledge. In: Potthoff, Matthias (Hg.): Schlüsselwerke der Medienwirkungsforschung. Wiesbaden: Springer VS, S. 109-120.
- Bonfadelli, Heinz (2016): Wissenskluft-Perspektive und Digital Divide in der Gesundheitskommunikation. In: Rossmann, C./Hastall, M.R. (Hg.): Handbuch Gesundheitskommunikation. Wiesbaden: Springer, S. 1-12.
- Donohue, George A./Tichenor, Phillip J./Olien, Clarice N. (1975): Mass Media and Knowledge Gap. A Hypothesis Reconsidered. In: Communication Research 2(1), S. 3-23.
- Gaziano, Cecile (1983): The Knowledge Gap: An Analytical Review of Media Effects. In: Communication Research 10(4), S. 447-486.
- Gaziano, Cecile (1997): Forecast 2000: Widening Knowledge Gaps. In: Journalism & Mass Communication Quarterly 74(2), S. 237-264.

- Gaziano, Cecilie (2010): Notes on "Revisiting the Knowledge Gap Hypothesis: A Meta-Analysis of Thirty-Five Years of Research. In: J&MC Quarterly, 87(3-4), S. 615-632,
- Gaziano, Cecilie/Gaziano, Emanuel (1996): Theories and Methods in Knowledge Gap Research since 1970. In: Salwen, Michael B./Stacks, Don W. (Hg.): An Integrated Approach to Communication Theory and Research. Mahwah, S. 127-143.
- Gaziano, Cecilie (2017): Knowledge-Gap: History and Development. In: Rössler, Patrick et al. (Hg.): The International Encyclopedia of Media Effects. Chichester, West Sussex.
- Hwang, Yoori/Jeong, Se-Hoon (2009): Revisiting the Knowledge Gap Hypothesis: A Meta-Analysis of Thirty-Five Years of Research. In: Journalism & Mass Communication Quarterly 86(2), S. 513-532.
- Lenz, Thomas / Zillien, Nicole (2005): Medien und soziale Ungleichheit. In: Jäckel, Michael (Hg.): Mediensoziologie. Grundlagen und Forschungsfelder. Wiesbaden, S. 237-253.
- Saxer, Ulrich (1978): Medienverhalten und Wissensstand – zur Hypothese der wachsenden Wissenskluft. In: Buch und Lesen. Bertelsmann Texte 7. Gütersloh, S. 35-70.
- Saxer, Ulrich (Hg.) (1985): Gleichheit oder Ungleichheit durch Massenmedien. München.
- Van Doersen/van Dijk, Jan (2014): The digital divide shifts to differences in usage. In: New Media & Society, 16(3), S. 507-526.
- Viswanath, Kasisomayajula /Finnegan, John R. (1996): The Knowledge Gap Hypothesis: Twenty-Five Years Later. In: Burleson, Brant/Kunkel, Adrienne (Hg.): Communication Yearbook 19. Thousand Oaks/London/New Delhi, S. 187-227.
- Zillien, Nicole (2013) Wissensklufforschung. In: Schweiger, Wolfgang/Fahr, Andreas (Hg.): Handbuch Medienwirkungsforschung. Wiesbaden, S. 495-512.
- Zillien, Nicole/Hauf-Brusberg (2014): Wissenskluff und Digital Divide. Baden-Baden.

### 13.3 Theoretische Diskussion

- Bas, Ozen/Grabe, Maria Elizabeth (2015): Emotion-Provoking Personalization of News: Informing Citizens and Closing the Knowledge Gap? In: Communication Research, 42(2), S. 159-185.
- Bonfadelli, Heinz (2002b): The Internet and Knowledge Gaps. A Theoretical and Empirical Investigation. In: European Journal of Communication 17(1), S. 65-84.
- Cho, Jaeho/McLeod, Douglas M. (2007): Structural Antecedents to Knowledge and Participation: Extending the Knowledge Gap Concept to Participation. In: Journal of Communication 57(2), S. 205-228.
- Ettema, James S. (1984): Three Phases in the Creation of Information Inequities: An Empirical Assessment of a Prototype Videotext System. In: Journal of Broadcasting 28(4), S. 383-395.
- Ettema, James S./Kline, F. Gerald (1977): Deficits, Differences, and Ceilings. Contingent Conditions for Understanding the Knowledge Gap. In: Communication Research 4(2), S. 179-202.

- Fredin, Eric S./Monnett, Theresa H./Kosicki, Gerald M. (1994): Knowledge Gaps, Social Locators, and Media Schemata: Gaps, Reverse Gaps, and Gaps of Disaffection. In: *Journalism Quarterly* 71(1), S. 176-190.
- Garramone, Gina (1984): Audience Motivation Effects: More Evidence. In: *Communication Research* 11(1), S. 79-96.
- Grabe, Maria Elizabeth/Bas, Ozen/van Driel, Ingeborg (2015): Defecting From the Gutenberg Legacy: Employing Images to Test Knowledge Gaps. In: *Journal of Communication*, 65, S. 300-319.
- Jenssen, Anders Todal (2012): Widening or Closing the Knowledge Gap? The Role of TV and Newspapers in Changing Distribution of Political Knowledge. In: *Nordicom Review*, 33, S. 19-36.
- Kwak, Nojin (1999): Revisiting the Knowledge Gap Hypothesis. Education, Motivation, and Media Use. In: *Communication Research* 26(4), S. 385-413.
- Wirth, Werner (1997): Von der Information zum Wissen. Die Rolle der Rezeption für die Entstehung von Wissensunterschieden. Opladen.
- Wirth, Werner (1997): Bildungsspezifische Rezeption politischer Fernsehbeiträge: Ein Beitrag zur Wissensklufththese. In: Jarren, Otfried/Knaup, Bettina/Schatz, Heribert (Hg.): *Rundfunk im politischen Kommunikationsprozess*. Münster/Hamburg, S. 197-241.

## 13.4 Empirische Forschung

- Bas, Ozen/Grabe, Maria Elizabeth (2015): Emotion-Provoking Personalization of News: Informing Citizens and Closing the Knowledge Gap? In: *Communication Research*, 42(2), 159-185.
- Bauer, Martin W./Bonfadelli, Heinz (2002): Controversy, Media Coverage and Public Knowledge. In: Bauer, Martin W./Gaskell, George (Hg.): *Biotechnology. The Making of a Global Controversy*. Cambridge, S. 149-175.
- Bonfadelli, Heinz (1978): Zur „increasing knowledge gap“ Hypothese. In: Bertelsmann Stiftung (Hg.): *Buch und Lesen*. Bertelsmann Texte 7, S. 71-90.
- Bonfadelli, Heinz (1995): EG und EWR: Wie steht es um die Information der Öffentlichkeit in der Schweiz? In: Erbring, Lutz (Hg.): *Kommunikationsraum Europa*. Konstanz, S. 222-232.
- Bonfadelli, Heinz (2002): The Internet and Knowledge Gaps. A Theoretical and Empirical Investigation. In: *European Journal of Communication* 17(1), S. 65-84.
- Bonfadelli, Heinz (2010): Die Grüne Gentechnologie im Urteil der Schweizer Bevölkerung: Wissen, Akzeptanz, Bewertung. In: Bonfadelli, Heinz/Meier, Werner A. (Hg.): *Grüne Gentechnologie im öffentlichen Diskurs*. Konstanz, S. 181-232.
- Chew, Fiona/Palmer, Sushma (1994): Interest, the Knowledge Gap, and Television Programming. In: *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 38(3), S. 271-287.
- Ettema, James S./Brown, James W./Luepker, Russell V. (1983): Knowledge Gap Effects in a Health Information Campaign. In: *Public Opinion Quarterly* 47(4), S. 516-527.



- Eveland, William P./Scheufele, Dietram A. (2000): Connecting News Media Use with Gaps in Knowledge and Participation. In: *Political Communication* 17(3), S. 235-237.
- Galloway, John J. (1977): The Analysis and Significance of Communication Effects Gaps. In: *Communication Research* 4(3), S. 363-386.
- Genova, Bistravapka K./Greenberg, Bradly S. (1979): Interests in News and the Knowledge Gap. In: *Public Opinion Quarterly* 43(1), S. 79-91.
- Grabe, Maria E./Lang, Annie/Zhou, Shuhua/Bolls, Paul D. (2000): Cognitive Access to Negatively Arousing News: An Experimental Investigation of the Knowledge Gap. In: *Communication Research* 27(1), 3-26.
- Griffin, Robert J. (1990): Energy in the Eighties: Education, Communication, and the Knowledge Gap. In: *Journalism Quarterly* 67(3), S. 554-566.
- Hindman, Douglas Blanks (2012): Knowledge Gaps, Belief Gaps, and Public Opinion about Health Care Reform. In: *Journalism & Mass Communication Quarterly* 89(4), S. 585-605.
- Holbrook, Thomas M. (2002): Presidential Campaigns and the Knowledge Gap. In: *Political Communication* 19(4), S. 437-454.
- Kobayashi, Tetsuro/Inamasu, Kazunori (2013): The Knowledge Leveling Effect of Portal Sites. In: *Communication Research* 42(4), S. 482-502.
- Liu, Yung-I/Eveland, William 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(4), S. 910-929.
- McLeod, Jack M./Bybee, Carl/Durall, Jean A. (1979): Equivalence of Informed Political Participation. The 1976 Presidential Debates as a Source of Influence. In: *Communication Research* 6(4), S. 463-487.
- Miyo, Yuko (1983): Knowledge Gap Hypothesis and Media Dependency: Is Television a Knowledge Leveler? In: Bostrom, Robert M. (Hg.): *Communication Yearbook* 7. Beverly Hills/London, S. 626-650.
- Moore, David W. (1987): Political Campaigns and the Knowledge Gap Hypothesis. In: *Public Opinion Quarterly* 51(2), S. 186-200.
- Priest, Susanna/Bonfadelli, Heinz/Rusanen, Maria (2003): The „Trust Gap“ Hypothesis: Predicting Support for Biotechnology across National Cultures as a Function of Trust in Actors. In: *Risk Analysis* 23(4), S. 751-765.
- Rucinski, Diane (2004): Community Boundedness, Personal Relevance, and the Knowledge Gap. In: *Communication Research* 31(4), S. 472-495.
- Shehata, Adam (2013): Active or passive learning from television? Political Information opportunities and knowledge gaps during election campaigns. In: *Journal of Elections, Public Opinion, and Parties* 23(2), S. 200-222.
- Shingi, Prakah/Mody, Bella (1976): The Communication Effects Gap: A Field Experiment on Television and Agricultural Ignorance in India. In: *Communication Research* 3(2), S. 171-190.
- Slater, Michael D./Hayer, Andrew F./Reineke, Jason B./Long, Marilee/Bettinghaus, Erwin P. (2009): Newspaper Coverage of Cancer Prevention: Multilevel Evidence for Knowledge-Gap Effects. In: *Journal of Communication* 59(3), S. 514-533.

- Tran, Hai (2013): Does Exposure to Online Media Matter? The Knowledge Gap and the Mediating Role of News Use. In: *International Journal of Communication* 7, S. 831-852.
- Viswanath, Kasisomayajula/Finnegan, John R./Hannan, Peter J./Luepker, Russel V. (1991): Health and Knowledge Gaps: Some Lessons from the Minnesota Health Program. In: *American Behavioral Scientist* 34(6), S. 712-726.
- Viswanath, Kasisomayajula/Finnegan, John R./Hertog, James/Pirie, Phyllis/Murray, David M. (1994): Community Type and the Diffusion of Campaign Information. In: *Gazette* 54(1), S. 39-59.
- Viswanath, Kasisomayajula/Kahn, Emily/Finnegan, John R./Hertog, James/Potter, John D. (1993): Motivation and the Knowledge Gap. Effects of a Campaign to Reduce Diet-Related Cancer Risk. In: *Communication Research* 20(4), S. 546-563.
- Wanta, Wayne/Elliott, William R. (1995): Did the "Magic" Work? Knowledge of HIV/AIDS and the Knowledge Gap Hypothesis. In: *Journalism and Mass Communication Quarterly* 72(2), S. 312-321.
- Weenig, Mienke/Midden, Cees (1997): Mass-Media Information Campaigns and Knowledge Gap Effects. In: *Journal of Applied Social Psychology* 27(11), S. 945-958.
- Yows, Suzanne R./Salmon, Charles T./Hawkins, Robert P./Love, Richard R. (1991): Motivational and Structural Factors in Predicting Different Kinds of Cancer Knowledge. *American Behavioral Scientist* 34(6), S. 727-741.

## 14 Digital Divide

### 14.1 Übersichten

- Arnold, Katja (2003): Digital Divide. Zugangs- oder Wissenskluff? München.
- Friemel, Thomas N. (2016): The digital divide has grown old: Determinants of a digital divide among seniors. In: *New Media & Society* 18(2), S. 313-331. DOI: 10.1177/1461444814538648
- Jandura, Olaf/Karnowski, Veronika (2015): Digital Natives vs. Digital Immigrants – fruchtbares empirisches Konzept für die Kommunikationswissenschaft oder populärwissenschaftliche Fiktion? In: *Publizistik* 60(1), S. 63-79.
- Marr, Mirko (2002): Das Ende der Gemeinsamkeiten? Folgen der Internetnutzung für den medialen Thematisierungsprozess. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 50(4), S. 510-532.
- Marr, Mirko/Zillien, Nicole (2010): Digitale Spaltung. In: Schweiger, Wolfgang/Beck, Klaus (Hg.): *Handbuch Onlinekommunikation*. Wiesbaden, S. 257-282.
- Norris, Pippa (2001): *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*. Cambridge.
- Robinson, Laura et al. (2015): Digital inequalities and why they matter. In: *Information, Communication & Society* 18(5), S. 569-582.
- Roters, Gunnar/Turecek, Oliver/Klingler, Walter (2003): *Digitale Spaltung. Informationsgesellschaft im neuen Jahrtausend – Trends und Entwicklungen*. Baden-Baden.
- van Dijk, Jan (2009): One Europe, Digitally Divided. In: Chadwick, Andrew/Howard, Philip N. (Hg.): *Routledge Handbook of Internet Politics*. London, S. 288-304.
- van Dijk, Jan (2013): Digitale Spaltung und digitale Kompetenzen. In: Schüller-Zwierlein, André/Zillien, Nicole (Hg.): *Informationsgerechtigkeit. Theorie und Praxis der gesellschaftlichen Informationsversorgung*. Berlin, S. 108-133.
- van Dijk, Jan (2017): Digital Divide: Impact of Access. In: Rössler, Patrick et al. (Hg.): *The International Encyclopedia of Media Effects*. Chichester, West Sussex, UK.
- Zillien, Nicole (2009<sup>2</sup>): *Digitale Ungleichheit. Neue Technologien und alte Ungleichheiten in der Informations- und Wissensgesellschaft*. Wiesbaden.
- Zillien, Nicole/Hauf-Brusberg (2014): *Wissenskluff und Digital Divide*. Baden-Baden.

### 14.2 Empirische Studien

- Friemel, Thomas N./Signer, Sara (2010): Web 2.0 Literacy: Four Aspects of the Second-Level Digital Divide. In: *Studies in Communication Sciences* 10(2), S. 143-166.

#### Literatur zu ausgewählten Themenbereichen

---

- Kubicek, Herbert/Welling, Stefan (2000): Vor einer digitalen Spaltung in Deutschland? Annäherung an ein verdecktes Problem von wirtschafts- und gesellschaftspolitischer Brisanz. In: *Medien & Kommunikation* 48(4), S. 497-517.
- Marr, Mirko (2005): Internetzugang und politische Informiertheit. Zur digitalen Spaltung der Gesellschaft. Konstanz.
- van Doersen, Alexander/van Dijk, Jan (2014): The digital divide shifts to differences in usage. In: *New Media & Society*, 16(3), S. 507-526.
- Stark, Birgit/Rußmann, Uta (2009): Soziale Ungleichheit im Internetzeitalter – Entwicklungstendenzen der Internetnutzung von 1999-2007. In: Stark, Birgit/Magin, Melanie (Hg.): *Die österreichische Medienlandschaft im Umbruch*. Wien, S. 191-215.

## 15 Kultivierung

### 15.1 Klassische Texte

- Gerbner, George (1970): Cultural Indicators: The Case of Violence in Television Drama. In: *Annals of the American Academy for Political and Social Science* 388(1), S. 69-81.
- Gerbner, George et al. (1981): Die „angsterregende“ Welt des Vielsehers. In: *Fernsehen und Bildung* 15(1-3), S. 16-42.

### 15.2 Übersichtstexte

- Gerbner, George (2000): Die Kultivierungsperspektive: Medienwirkungen im Zeitalter von Monopolisierung und Globalisierung. In: Schorr, Angela (Hg.): *Publikums- und Wirkungsforschung. Ein Reader*. Wiesbaden, S. 101-121.
- Gerbner, George/Gross, Larry/Morgan, Michael/Signorielli, Nancy/Shanahan, James (2002): Growing Up With Television: Cultivation Processes. In: Bryant, Jennings/Zillmann, Dolf (Hg.) (2002<sup>2</sup>): *Media Effects. Advances in Theory and Research*. Mahwah, S. 43-67.
- Melischek, Gabriele/Rosengren, Karl E./Stappers, James (Hg.) (1984): *Cultural Indicators. An International Symposium*. Wien.
- Morgan, Michael (2009): Cultivation Analysis and Media Effects. In: Nabi, Robin L./Oliver, Mary B. (Hg.): *The Sage Handbook of Media Processes and Effects*. Thousand Oaks et al., S. 69-82.
- Morgan, Michael (Hg.) (2002): *Against the Mainstream. The Selected Works of George Gerbner*. New York et al.
- Morgan, Michael/Shanahan, James (1997): Two Decades of Cultivation Research: An Appraisal and Meta-Analysis. In: Roloff, Michael E. (Hg.): *Communication Yearbook 20*. Thousand Oaks/London/New Delhi, S. 1-45.
- Morgan, Michael/Shanahan, James/Signorielli, Nancy (2009): Growing Up With Television. Cultivation Processes. In: Bryant, Jennings/Oliver, Mary B. (Hg.) (2009<sup>3</sup>): *Media Effects. Advances in Theory and Research*. New York/London, S. 34-49.
- Morgan, Michael/Shanahan, James/Signorielli, Nancy (2014): Cultivation Theory in the Twenty-First Century. In: Fortner, Robert S./Fackler, Mark P. (Hg.): *The Handbook of Media and Mass Communication Theory*. Malden, MA, S. 480-497.
- Romer, Daniel/Jamieson, Patrick/Bleakely, Amy/Hall Jamieson, Kathleen (2014): Cultivation Theory: Its History, Current Status, and Future Directions. In: Fortner, Robert S./Fackler, Mark P. (Hg.): *The Handbook of Media and Mass Communication Theory*. Malden, MA, S. 115-136.

- Rossmann, Constanze (2013): Kultivierungsforschung: Idee, Entwicklung und Integration. In: Schweiger, Wolfgang/Fahr, Andreas (Hg.): Handbuch Medienwirkungsforschung. Wiesbaden, S. 207-223.
- Shanahan, James/Morgan, Michael (1999): Television and its Viewers: Cultivation Theory and Research. Cambridge.
- Shrum, Larry J. (2009): Media Consumption and Perceptions of Social Reality. In: Bryant, Jennings/Oliver, Mary B. (Hg.) (2009): Media Effects. Advances in Theory and Research. New York/London, S. 50-73.
- Shrum, Larry J. (2017): Cultivation Theory: Effects and Underlying Processes. In: Rössler, Patrick et al. (Hg.): The International Encyclopedia of Media Effects. Chichester, West Sussex, UK.
- Signorielli, Nancy (2013): Gender-Role Socialization in the Twenty-First Century. In: Valdivia, Angharad N. (Hg.): The International Encyclopedia of Media Studies. Vol. V: Media Effects/Media Psychology. Oxford UK, S. 249-271.
- Signorielli, Nancy/Morgan, Michael (1996): Cultivation Analysis: Research and Practice. In: Salwen, Michael B./Stacks, Don W. (Hg.): An Integrated Approach to Communication Theory and Research. Mahwah, S. 111-126.
- Signorielli, Nancy/Morgan, Michael (Hg.) (1990): Cultivation Analysis. New Directions in Media Effects Research. Newbury Park/London/New Delhi.

### 15.3 Theoretische Diskussion

- Adoni, Hanna/Mane, Sherrill (1984): Media and the Construction of Reality. Toward an Integration of Theory and Research. In: Communication Research 11(3), S. 323-340.
- De Gruyter (Hg.) (2004): Current Developments in Cultivation Research. Special Issue. In: Communications 29(3), S. 273-398.
- Hawkins, Robert P./Pingree, Suzanne, Adler, Ilya (1987): Searching for Cognitive Processes in the Cultivation Effect. Adult and Adolescent Samples in the United States and Australia. In: Human Communication Research 13(4), S. 553-557.
- Hawkins, Robert P./Pingree, Suzanne (1990): Divergent Psychological Processes in Constructing Social Reality from Mass Media Content. In: Signorielli, Nancy/ Morgan, Michael (Hg.): Cultivation Analysis. New Directions in Media Effects Research. Newbury Park/London/New Delhi, S. 35-50.
- Hirsch, Paul M. (1980): The „Scary World“ of the Nonviewer and Other Anomalies. A Reanalysis of Gerbner et al.'s Findings on the Cultivation Hypothesis. In: Communication Research 7(4), S. 403-456.
- Hirsch, Paul M. (1981): On Not Learning from One's Own Mistakes. A Reanalysis of Gerbner et al.'s Findings on the Cultivation Hypothesis. In: Communication Research 8(1), S. 3-37.
- Newcomb, Horace (1978): Assessing the Violence Profile of Gerbner and Gross: A Humanistic Critique and Suggestions. In: Communication Research 5(3), S. 264-282.

- Potter, W. James (1988): Perceived Reality in Television Effects Research. In: *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 32(1), S. 23-41.
- Potter, W. James (1991): Examining Cultivation from a Psychological Perspective. Component Subprocesses. In: *Communication Research* 18(1), S. 77-102.
- Potter, W. James (1993): Cultivation Theory and Research. A Conceptual Critique. In: *Human Communication Research* 19(4), S. 564-601.
- Roßmann, Constanze/Brosius, Hans-Bernd (2004): The Problem of Causality in Cultivation Research. In: *Communications* 29(3), S. 379-397.
- Rubin, Allan M./Perse, Elizabeth M./Taylor, Donald S. (1988): A Methodological Examination of Cultivation. In: *Communication Research* 15(2), S. 107-134.
- Shrum, Larry J. (1995): Assessing the Social Influence of Television: A Social Cognitive Perspective on Cultivation Effects. In: *Communication Research* 22(4), S. 402-429.
- Shrum, Larry J. (1997): The Role of Source Confusion in Cultivation Effects May Depend on Processing Strategy: A Comment on Mares. In: *Human Communication Research* 24(2), S. 349-358.
- Shrum, Larry J. (2004): The Cognitive Processes Underlying Cultivation Effects Are a Function of Whether the Judgements are On-Line or Memory-Based. In: *Communications* 29(3), S. 327-344.
- Shrum, Larry J. (2007): Social Cognition and Cultivation. In: Roskos-Ewoldsen, David R./Monahan, Jennifer L. (Hg.): *Communication and Social Cognition. Theories and Methods*. Mahwah/London, S. 245-272.
- Tapper, John (1995): The Ecology of Cultivation: A Conceptual Model for Cultivation Research. In: *Communication Theory* 5(1), S. 36-57.
- Van den Bulck, Jan (2013): Cultivation Theory. Television Fiction as a Vector of Socialization. In: Valdivia, Angharad N. (Hg.): *The International Encyclopedia of Media Studies*. Vol. V: Media Effects/Media Psychology. Oxford UK, S. 63-88.
- Weimann, Gabriel (2000): *Communicating Unreality. Modern Media and the Reconstruction of Reality*. Thousand Oaks/London/New Delhi.
- Wober, Mallory (1998): Cultural Indicators: European Reflections on a Research Paradigm. In: Dickinson, Roger/Harindranath, Ramaswami/Linné, Olga (Hg.): *Approaches to Audiences. A Reader*. London et al., S. 61-73.

## 15.4 Empirische Forschung

- Aalberg, Toril/Strabac, Zan (2010): Media Use and Misperceptions. Does TV Viewing Improve our Knowledge about Immigration? In: *Nordicom Review* 31(1), S. 35-52.
- Barth, Bertram (1988): Fernsehnutzung und Realitätswahrnehmung. Zur Überprüfung der Kultivierungshypothese. In: *Rundfunk und Fernsehen* 36(1), S. 67-79.
- Bilandzic, Helena/Rössler, Patrick (2004): Life According to Television. Implications of Genre-Specific Cultivations Effects: The Gratification/Cultivation Model. In: *Communications* 29(3), S. 295-326.

- Bissell, Kimberly L. (2004): What Do These Messages Really Mean? Sports Media Exposure, Sports Participation, and Body Image Distortion in Women Between the Ages of 18 to 75. In: *Journalism & Mass Communication Quarterly* 81(1), S. 108-123.
- Bonfadelli, Heinz (1983): Der Einfluss des Fernsehens auf die Konstruktion der sozialen Realität: Befunde aus der Schweiz zur Kultivierungshypothese. In: *Rundfunk und Fernsehen*, 31(3-4), S. 415-430.
- Bonfadelli, Heinz (1988): Lesen, Fernsehen und Lernen. Eine Studie über differentielle Kommunikationseffekte bei 15-jährigen Zürcher Jugendlichen. In: *Publizistik* 33(2-3), S. 437-455.
- Chory-Assad, Rebecca/Tamborini, Ron (2003): Television Exposure and the Public's Perceptions of Physicians. In: *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 47(2), S. 197-215.
- Chung, Jae Eun (2014): Medical Dramas and Viewer Perception of Health: Testing Cultivation Effects. In: *Human Communication Research* 40(3), S. 333-349.
- Ex, Carine T./Janssens, Jan M./Korzilius, Hubert P. (2002): Young Females' Images of Motherhood in Relation to Television Viewing. In: *Journal of Communication* 52(4), S. 955-970.
- Gehrau, Volker (2014): Kultivierungseffekte des Fernsehens auf die Berufsvorstellungen von Jugendlichen. In: *Medien&Kommunikationswissenschaft*, 62(3), S. 417-438.
- Gerbner, George/Gross, Larry (1976): Living with Television: The Violence Profile. In: *Journal of Communication* 26(2), S. 173-199.
- Gerbner, George/Gross, Larry/Morgan, Michael/Signorielli, Nancy (1980b): Aging with Television. Images on Television Drama and Conceptions of Social Reality. In: *Journal of Communication* 30(1), S. 37-47.
- Gerbner, George/Gross, Larry/Morgan, Michael/Signorielli, Nancy (1982): Charting the Mainstream: Television's Contributions to Political Orientations. In: *Journal of Communication* 32(2), S. 100-127.
- Gerbner, George/Gross, Larry/Morgan, Michael/Signorielli, Nancy (1984): Political Correlates of Television Viewing. In: *Public Opinion Quarterly* 48(1B), S. 283-300.
- Gerbner, George/Gross, Larry/Eleey, Michael F./Jackson-Beeck, Marilyn/Jeffries-Fox, Suzanne/Signorielli, Nancy (1977): TV Violence Profile No.8: The Highlights. In: *Journal of Communication* 27(2), S. 171-230.
- Gerbner, George/Gross, Larry/Jackson-Beeck, Marilyn/Jeffries-Fox, Suzanne/Signorielli, Nancy (1978): Cultural Indicators: Violence Profile No.9. In: *Journal of Communication* 28(3), S. 176-206.
- Gerbner, George/Gross, Larry/Jackson-Beeck, Marilyn/Morgan, Michael/Signorielli, Nancy (1979): The Demonstration of Power: Violence Profile No.10. In: *Journal of Communication* 29(3), S. 177-196.
- Gerbner, George/Gross, Larry/Morgan, Michael/Signorielli, Nancy (1980a): The „Mainstreaming“ of America: Violence Profile No.11. In: *Journal of Communication* 30(3), S. 10-29.
- Gleich, Uli (1996b): Kultivierung durch Fernsehen? Wirklichkeitsdarstellung und ihr Einfluss auf die Zuschauer. In: *Media Perspektiven* (4), S. 224-228.



- Groebel, Jo (1982): „Macht“ das Fernsehen die Umwelt bedrohlich? Strukturelle Aspekte und Ergebnisse einer Längsschnittstudie zu Fernsehwirkungen. In: *Publizistik* 27(1-2), S. 152-165.
- Hasebrink, Uwe (2001): Kultivierte Talkshow-Nutzer? Tägliche Talkshows und die Realitätswahrnehmung Jugendlicher. In: Schneiderbauer, Christian (Hg.): *Daily Talkshows unter der Lupe. Wissenschaftliche Beiträge aus Forschung und Praxis*. München, S. 153-177.
- Hedinsson, Elias/Windahl, Sven (1984): Cultivation Analysis: A Swedish illustration. In: Melischek, Gabriele/Rosengren, Karl E./Stappers, James (Hg.): *Cultural Indicators. An International Symposium*. Wien, S. 389-406.
- Holbert, Lance R./Kwak, Nojin/Shah, Dhavan V. (2003): Environmental Concern, Patterns of Television Viewing, and Pro-environmental behaviors: Integrating Models of Media Consumption and Effects. In: *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 47(2), S. 177-196.
- Morgan, Michael/Shanahan, James (1991): Do VCRs Change the TV Picture? VCRs and the Cultivation Process. In: *American Behavioral Scientist* 35(2), S. 122-135.
- Moriarty, Cortney M./Harrison, Kirsten (2008): Television Exposure and Disordered Eating Among Children: A Longitudinal Panel Study. In: *Journal of Communication* 58(2), S. 361-381.
- Niederdeppe, Jeff/Franklin Fowler, Erika/Goldstein, Kenneth/Pribble, Kenneth (2010): Does Local Television News Coverage Cultivate Fatalistic Beliefs about Cancer Prevention? In: *Journal of Communication* 60(2), S. 230-253.
- Rössler, Patrick/Brosius, Hans-Bernd (2001): Prägen Daily Talks die Vorstellungen Jugendlicher von der Wirklichkeit? In: Schneiderbauer, Christian (Hg.): *Daily Talkshows unter der Lupe. Wissenschaftliche Beiträge aus Forschung und Praxis*. München, S. 119-151.
- Roßmann, Constanze (2002): *Die heile Welt des Fernsehens. Eine Studie zur Kultivierung durch Krankenhausserien*. München.
- Segrin, Chris/Nabi, Robin L. (2002): Does Television Viewing Cultivate Unrealistic Expectations about Marriage? In: *Journal of Communication* 52(2), S. 247-263.
- Shanahan, James/Morgan, Michael/Stenbjørre, Mads (1997): Green or Brown? Television's Cultivation of Environmental Concern. In: *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 41(3), S. 305-323.
- Signorielli, Nancy (1989): Television and Conceptions about Sex Roles: Maintaining Conventionality and the Status Quo. In: *Sex Roles* 21(5-6), S. 341-360.
- Signorielli, Nancy/Bacue, Aron (1999): Recognition and Respect: A Content Analysis of Prime-Time Television Characters Across Three Decades. In: *Sex Roles* 40(7-8), S. 527-544.
- Vitouch, Peter (1993): *Fernsehen und Angstbewältigung: zur Typologie des Zuschauer- verhaltens*. Opladen.
- Vitouch, Peter (1981): Vielseher und Attribution. In: *Fernsehen und Bildung* 15(1-3), S. 160-167.
- Wonneberger, Anke (2014): Mehr Wissen durch Vielfalt? Komplementäre Nutzung von Informationsquellen zu Umweltthemen. In: Kleinen-von Königslöw, Katharina /

#### Literatur zu ausgewählten Themenbereichen

---

- Förster, Kati (Hg.): Medienkonvergenz und Medienkomplementarität aus Rezeptions- und Wirkungsperspektive. Baden-Baden, S. 164-177.
- Wünsch, Carsten/Nitsch, Cordula/Eilders, Christiane (2012): Politische Kultivierung am Vorabend. Ein prolonged-exposure Experiment zur Wirkung der Fernsehserie „Lindenstrasse“. In: Medien&Kommunikationswissenschaft, 60(2), S. 176-196.

## 16 Media Malaise

- Holtz-Bacha, Christina (1990a): Videomalaise Revisited: Media Exposure and Political Alienation in West Germany. In: *European Journal of Communication* 5(1), S. 73-85.
- Holtz-Bacha, Christina (1994): Entfremdung von der Politik durch „Fernseh-Politik“? – Zur Hypothese von der Videomalaise. In: Jarren, Otfried (Hg.): *Politische Kommunikation in Hörfunk und Fernsehen*. Opladen, S. 123-133.
- O’Keefe, Garrett (1980): Political Malaise and Reliance on Media. In: *Journalism Quarterly* 57(1), S. 122-128.
- Miller, Mark M./Reese, Stephen D. (1982): Media Dependency as Interaction. Effects of Exposure and Reliance on Political Activity and Efficacy. In: *Communication Research* 9(2), S. 227-248.
- Robinson, Michael J. (1975): American Political Legitimacy in an Era of Electronic Journalism: Reflections on the Evening News. In: Cater, Douglass/Adler, Richard (Hg.): *Television as a Social Force: New Approaches to TV Criticism*. New York, S. 97-139.
- Schuck, Andreas R.T./Boomgarden, Hajo G./de Vreese, Claes H. (2013): Cynics All Around? The Impact of Election News on Political Cynicism in Comparative Perspective. In: *Journal of Communication*, 63(2), S. 287-311.
- Wolling, Jens (1999): *Politikverdrossenheit durch Massenmedien? Der Einfluss der Medien auf die Einstellungen der Bürger zur Politik*. Opladen/Wiesbaden.

## 17 Schweigespirale

### 17.1 Klassische Texte

Noelle-Neumann, Elisabeth (1982): Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung – unsere soziale Haut. Frankfurt a.M./Wien/Berlin.

### 17.2 Überblickstexte

Donsbach, Wolfgang/Traugott, Michael W. (Hg.): The SAGE Handbook of Public Opinion Research. Los Angeles etc.

Lamp, Erich (2017): Public Opinion. In: Rössler, Patrick et al.(Hg.): International Encyclopedia of Media Effects. Chichester, West Sussex, UK.

Merten, Klaus (1985b): Some Silence in the Spiral of Silence. In: Sanders, Keith R./Kaid, Lynda L./Nimmo, Dan D. (Hg.): Political Communication Yearbook 1. Carbondale/Edwardsville, S. 31-42.

Salmon, Charles T./Glynn, Caroll J. (1996): Spiral of Silence: Communication and Public Opinion as Social Control. In: Salwen, Michael B./Stacks, Don W. (Hg.): An Integrated Approach to Communication Theory and Research. Mahwah, S. 165-180.

### 17.3 Theoretische Diskussion

Noetzel, Dieter (1978): Über einige Bedingungen des Erwerbs politisch-ideologischer Deutungsmuster. Kritische Anmerkungen zur Theorie der Schweigespirale. In: Oberndörfer, Dieter (Hg.): Wählerverhalten in der BRD. Frankfurt a.M., S. 215-263.

Schönbach, Klaus (1983b): Werden Wahlen im Fernsehen entschieden? Einige Überlegungen zur politischen Wirksamkeit von Presse und Fernsehen. In: Media Perspektiven (7), S. 462-468.

## 17.4 Empirische Forschung

- Friemel, Thomas N./Dötsch, Mareike (2015): Online Reader Comments as Indicator for Perceived Public Opinion. In: Emmer, Martin/Strippel, Christian (Hg.): Kommunikationspolitik für die digitale Gesellschaft. Digital Communication Research.de, S. 151-172.
- Gerhards, Jürgen (1996): Reder, Schweiger, Anpasser und Missionare: Eine Typologie öffentlicher Kommunikationsbereitschaft und ein Beitrag zur Theorie der Schweigespirale. In: Publizistik 41(1), S. 1-14.
- Glynn, Carroll J./Hayes, Andrew/Shanahan, James (1997): Perceived Support for One's Opinions and Willingness to Speak Out. In: Public Opinion Quarterly 61(3), S. 452-463.
- Huang, Huiping (2005): A Cross-Cultural Test of the Spiral of Silence. In: International Journal of Public Opinion Research 17(3), S. 324-345.
- Kiefer, Marie-Luise (1977): Rundfunkjournalisten als Wahlhelfer? Zur Diskussion über die Wahlniederlage von CDU/CSU und ihre möglichen Ursachen. In: Media Perspektiven (1), S. 1-10.
- Lasorsa, Dominic C. (1991): Political Outspokenness: Factors Working Against the Spiral of Silence. In: Journalism Quarterly 68(1-2), S. 131-140.
- Matthes, Jörg/Hayes, Andrew F./Rojas, Hernando/Shen, Fei/Min, Seong-Jae/Dylko, Ivan B. (2012): Exemplifying a Dispositional Approach to Cross-Cultural Spiral of Silence Research: Fear of Social Isolation and the Inclination to Self-Censor. In: International Journal of Public Opinion Research 24(3), S. 287-305.
- Merten, Klaus (1983): Wirkungen der Medien im Wahlkampf. Fakten oder Artefakte? In: Schulz, Winfried/Schönbach, Klaus (Hg.): Massenmedien und Wahlen. München, S. 424-441.
- Porten-Cheé, Pablo/Eilders, Christiane (2015): Spiral of Silence online: How online communication affects opinion climate perception and opinion expression regarding the climate change debate. In: Studies in Communication Sciences, 15, 143-150.
- Schulz, Anne / Roessler, Patrick (2012): The Spiral of Silence and the Internet: Selection of Online Content and the Perception of the Public Opinion Climate in Computer-Mediated Communication Environments. In: International Journal of Public Opinion Research 24(3), S. 346-367.
- Tsfati, Yarif/Stroud, Natalie Jomini/Chotiner, Adi (2014): Exposure to Ideological News and Perceived Opinion Climate: Testing the Media Effects Component of Spiral-of-Silence in a Fragmented Media Landscape. In: The International Journal of Press/Politics 19(1), S. 3-23.