

Literatur zu ausgewählten Themenbereichen der Medienwirkungsforschung

Online-Zusatzangebot zum Buch „Medienwirkungsforschung“
von Heinz Bonfadelli und Thomas N. Friemel (4. Auflage 2011)
(Stand: Dezember 2011)

Inhalt

1	Wirkungsforschung allgemein	5
1.1	Klassische Texte	5
1.2	Übersichtstexte	6
1.3	Theoretische Diskussion	7
2	Mediennutzung	9
2.1	Publikum.....	9
2.2	Mediennutzungsforschung.....	11
2.3	Befunde zur Mediennutzung	14
	2.3.1 Allgemein	14
	2.3.2 Print - Lesen	15
	2.3.3 Radio - TV	16
	2.3.4 Internet.....	17
2.4	Glaubwürdigkeit und Images von Medien	18
2.5	Medienumgang: qualitative Perspektiven.....	19
2.6	Mediensucht	21
3	Uses-and-Gratifications: der Nutzenansatz	22
3.1	Klassische Texte	22
3.2	Überblickstexte	22
3.3	Theoretische Diskussion	23
3.4	Empirische Forschung.....	24
4	Medienrezeption	24
4.1	Überblickstexte	24
4.2	Aktive versus passive Informationssuche.....	25
4.3	Dynamisch-transaktioneller Ansatz	26
4.4	Aufmerksamkeit.....	27
4.5	Info-Verarbeitung und Verstehen.....	27
4.6	Identifikation und Parasoziale Interaktion	28
4.7	Emotionale Prozesse und Unterhaltung	30
5	Two-Step-Flow-Theorie	32
5.1	Klassische Texte	32
5.2	Überblickstexte	32
5.3	Theoretische Diskussion	33
5.4	Empirische Forschung.....	34

6	Agenda-Setting	34
6.1	Klassische Texte	34
6.2	Übersichtstexte	35
6.3	Theoretische Diskussion	36
6.4	Empirische Forschung.....	37
7	Priming	38
7.1	Klassische Texte	38
7.2	Übersichtstexte	39
7.3	Theoretische Diskussion	39
7.4	Empirische Forschung.....	39
8	Framing	40
8.1	Klassische Texte	40
8.2	Übersichtstexte	40
8.3	Theoretische Diskussion	41
8.4	Empirische Forschung.....	42
9	Knowledge Acquisition	43
9.1	Politische Informiertheit	43
9.2	Medien-Dependenz.....	45
10	Knowledge Gap	45
10.1	Klassische Texte	45
10.2	Übersichtstexte	46
10.3	Theoretische Diskussion	46
10.4	Empirische Forschung.....	47
11	Kultivierung	49
11.1	Klassische Texte	49
11.2	Übersichtstexte	49
11.3	Theoretische Diskussion	50
11.4	Empirische Forschung.....	51
12	Media Malaise	53
13	Schweigespirale	54
13.1	Klassische Texte	54
13.2	Überblickstexte	54
13.3	Theoretische Diskussion	54
13.4	Empirische Forschung.....	55

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 (1973², 1969¹): *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 1911¹, 1982¹⁵*).
- Lowery, Shearon/DeFleur, Melvin L. (1995³): *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

- Bonfadelli, Heinz (2004a): Medienwirkungsforschung 1. Grundlagen und theoretische Perspektiven. Konstanz.
- Bonfadelli, Heinz (2004b): Medienwirkungsforschung 2. Anwendungen in Politik, Wirtschaft und Kultur. Konstanz.
- Brosius, Hans-Bernd (1997): Modelle und Ansätze der Medienwirkungsforschung. Überblick über ein dynamisches Forschungsfeld. Bonn.
- Bryant, Jennings/Oliver, Mary B. (Hg.) (2009³): 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.
- 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.
- Hasebrink, Uwe (2002): Publikum, Mediennutzung und Medienwirkung. In: Jarren, Otfried/Weßler, Hartmut (Hg.): Journalismus – Medien – Öffentlichkeit. Eine Einführung. Wiesbaden, S. 323-412.
- Jäckel, Michael (2008⁴): Medienwirkungen. Ein Studienbuch zur Einführung. Wiesbaden.
- 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 (2000⁴): 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.
- Schenk, Michael (1987¹/2007³): 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.
- Sparks, Glenn G. (2002): Media Effects Research. A Basic Overview. Belmont.
- Winterhoff-Spurk, Peter (2001): Fernsehen. Fakten zur Medienwirkung. Bern.

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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.

- 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.
- 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.

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 (1946¹), S. 43-50.
- Böhme-Dürr, Karin/Graf, Gerhard (Hg.) (1995): Auf der Suche nach dem Publikum. Medienforschung für die Praxis. Konstanz.
- 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): Audiencesmaking: How the Media Create the Audience. London/New Delhi.
- 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.
- McQuail, Denis (1997): Audience Analysis. Thousand Oaks/London/New Delhi.
- Morley, David (1992): Television, Audiences & Cultural Studies. London.
- 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.
- 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.
- Schulze, Gerhard (1993): Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie 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 Jugendscenen. 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.
- Wicks, Robert H. (2001): Understanding Audiences. Learning to Use the Media Constructively. Mahwah.

2.2 Mediennutzungsforschung

- Best, Stefanie/Engel, Bernhard/Hoffmann, Henriette/Mai, Lothar/Müller, Dieter K. (2009): Zeitbudgeterhebungen im Zeitalter medialer Konvergenz. In: *Media Perspektiven* (6), S. 288-296.
- 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/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.
- 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.
- 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.
- Handel, Ulrike (2000): Die Fragmentierung des Medienpublikums. Bestandsaufnahme und empirische Untersuchung eines Phänomens der Mediennutzung und seiner Determinanten. Wiesbaden.
- 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 (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. 513-53.

- 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.
- Jäckel, Michael (1992): Mediennutzung als Niedrigkostensituation. Anmerkungen zum Nutzen- und Belohnungsansatz. In: *Medienpsychologie* 4(4), S. 246-266.
- 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 Einzahl 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.
- 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.
- 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.
- Schröder, K. (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 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./Wakshlag, Jacob (1985): Measuring Exposure to Television. In: Zillmann, Dolf/Bryant, Jennings (Hg.): Selective Exposure to Communication. Hillsdale, N.J., S. 35-62.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- Feierabend, Sabine/Klingler, Walter (2006): KIM-Studie 2005. Kinder + Medien, Computer + Internet. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger. Baden-Baden.
- Friemel, Thomas N. (2008b): Mediennutzung im sozialen Kontext. Soziale Netzwerkanalyse der Funktionen und Effekte interpersonaler Kommunikation über massenmediale Inhalte. Dissertation, Universität Zürich. Auf: <http://www.friemel.com>.
- 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.
- Hasebrink, Uwe/Mikos, Lothar/Prommer, Elisabeth (Hg.) (2004): Mediennutzung in konvergenten Medienumgebungen. München.
- Mediapulse (2009): Jahresbericht, Rapport annuel, Rapporto annuale 2008. 1: Allgemeine Daten, Données générales, Dati generali. Bern.
- Mediapulse (2010): Jahresbericht, Rapport annuel, Rapporto annuale 2009. 1: Allgemeine Daten, Données générales, Dati generali. Bern.

- 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 (2010a): 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.

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 (1999): Leser und Leseverhalten heute – Sozialwissenschaftliche Buchlese(t)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.
- Bucher, Priska (2004): Leseverhalten und Leseförderung. Zur Rolle von Schule, Familie und Bibliothek im Medienalltag Heranwachsender. Zürich.
- Dernbach, Beatrice/Roth, Judith (2007): Literalität des Alltags: Von Scannern, Gehern und Direkteinsteigern. Eine Typologie von Verhaltensmustern beim Zeitungslesen. 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.
- Muth, Ludwig (Hg.) (1993): Der befragte Leser. Buch und Demoskopie. München et al.
- 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.

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.
- 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.
- 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.

2.3.4 Internet

- 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.
- Darschin, Wolfgang (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.
- 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.
- Lievrouw, Leah A./Livingstone, Sonja (Hg.) (2002): *Handbook of New Media*. London/Thousand Oaks/New Delhi.

- Marr, Mirko/Zillien, Nicole (2010): Digitale Spaltung. In: Schweiger, Wolfgang/Beck, Klaus (Hg.): Handbuch Onlinekommunikation. Wiesbaden, S. 257-282.
- 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.
- 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.
- Roters, Gunnar/Turecek, Oliver/Klingler, Walter (2003): Digitale Spaltung. Informationsgesellschaft im neuen Jahrtausend – Trends und Entwicklungen. Baden-Baden.
- 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.
- 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.
- 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.
- Vorderer, Peter (1995): Medienpsychologische Thesen über die Motivation zur Nutzung neuer Medien. In: Rundfunk und Fernsehen 43(4), S. 494-505.
- Zillien, Nicole (2008): Auf der anderen Seite. Zu den Ursachen der Internet-Nichtnutzung. In: Medien & Kommunikationswissenschaft 56(2), S. 209-226.
- Zillien, Nicole (2009²): Digitale Ungleichheit. Neue Technologien und alte Ungleichheiten in der Informations- und Wissensgesellschaft. Wiesbaden.

2.4 Glaubwürdigkeit und Images von Medien

- 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.
- Bucher, Hans-Jürgen/Jäckel, Michael (Hg.) (2002): Die Kommunikationsqualität von E-Business-Plattformen. Empirische Untersuchungen zu Usability und Vertrauen von Online-Angeboten. Trier.
- 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.
- 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.
- 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.

2.5 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.
- Fiske, John (1987): Television Culture. London/New York.
- Ganguin, Sonja/Sander, Uwe (2005): Medienökologie. In: Mikos, Lothar/Wegener, Claudia (Hg.): Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch. Konstanz, S. 130-140.
- 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.
- 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: Furian, Martin/Wittemann, 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.

2.6 Mediensucht

- Buyn, 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.
- 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 medienpezifischen 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 neuromodische 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.
- 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.
- 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.
- Rosengren, Karl E./Wenner, Lawrence A./Palmgreen, Philip (Hg.) (1985): *Media Gratifications 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.) (2009³): 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 Communications Research. Communication Research (Special Issue) 6(1), S. 3-112.
- Windahl, Sven (1981): Uses and Gratifications at the Crossroads. In: Wilhoit, G. Cleveland/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.
- Höflich, Joachim R. (1994): Der Computer als „interaktives Massenmedium“. Zum Beitrag des Uses and Gratifications Approach bei der Untersuchung computer-vermittelter Kommunikation. In: Publizistik 39(4), S. 389-408.
- Katz, Elihu/Foulkes, David (1962): On the Use of the Mass Media as „Escape“: Clarification of a Concept. In: Public Opinion Quarterly 26(3), S. 377-388.
- McQuail, Denis (1984): With the Benefit of Hindsight: Reflections on Uses and Gratifications 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/Hasebrink, Uwe/Jäckel, Michael (Hg.): Theoretische Perspektiven der Rezeptionsforschung. München, S. 97-119.
- Merten, Klaus (1984): Vom Nutzen des „Uses and Gratifications Approach“. Anmerkungen 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.
- Ronge, Volker (1984): Massenmedienkonsum und seine Erforschung – eine Polemik gegen „Uses and Gratifications“. In: Rundfunk und Fernsehen 32(1), S. 73-82.
- 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.
- 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.

4 Medienrezeption

4.1 Überblickstexte

- 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.
- 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.
- 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.

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.): Zielgruppenrechte Gesundheitskommunikation. Akteure – Audience Segmentation – Anwendungsfelder. Wiesbaden, S. 59-87.
- 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.
- Case, Donald O. (2008²): 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.
- 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.) (1989²): Public Communication Campaigns. Newbury Park, S. 67-86.
- 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.
- 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.
- Savolainen, Reijo (2005): Everyday Life Information Seeking. In: Fisher, Karen E./Erdelez, Sanda/McKenic, 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.

4.3 Dynamisch-transaktioneller Ansatz

- 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.

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.
- 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./Schwan, Stephan/Unz, Dagmar/Suckfüll, Monika (Hg.): *Medienpsychologie. Schlüsselbegriffe und Konzepte*. Stuttgart, S. 70-74.
- 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, Maïke (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.
- Lutz, Benedikt/Wodak, Ruth (1987): *Information für Informierte. Linguistische Studien zu Verständlichkeit und Verstehen von Hörfunknachrichten*. Wien.
- 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/Buder, Jürgen (2007): Informationsaufnahme und -verarbeitung. In: Six, Ulrike/Gleich, Uli/Gimmler, Roland (Hg.) (2007): *Kommunikationspsychologie – Medienpsychologie*. Lehrbuch. Weinheim/Basel, S. 51-69.

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.
- 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): Lesersanspruch 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.
- 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.
- 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.
- 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/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.) (2009³): 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.
- 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 Two-Step-Flow-Theorie

5.1 Klassische Texte

- Berelson, Bernard/Lazarsfeld, Paul F./McPhee, William N. (1954/1963⁴): *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 (1968³/1944¹): *The People's Choice*. New York/London.
- Lazarsfeld, Paul F./Berelson, Bernard/Gaudet, Hazel (1969): *Wahlen und Wähler. Soziologie des Wahlverhaltens*. Neuwied.

5.2 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. (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. (2010): Diffusionsforschung. In: Stegbauer, Christian/Häussling, Roger (Hg.): *Handbuch Netzwerkforschung*, Wiesbaden, S. 825-833.

- 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.
- Langenbucher, Wolfgang R. (Hg.) (1990): Paul F. Lazarsfeld. Die Wiener Tradition der empirischen Sozial- und Kommunikationsforschung. München.
- Langenbucher, Wolfgang R. (Hg.) (2008): Paul Felix Lazarsfeld – Leben und Werk. Wien.
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1990): The People's Choice – Revisited. In: Langenbucher, 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.

5.3 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. (2008a): Anatomie von Kommunikationsrollen. Methoden zur Identifizierung von Akteursrollen in gerichteten Netzwerken. In: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 60(3), S. 473-499.
- Gehrau, Volker/Goertz, Lutz (2010): Gespräche über Medien unter veränderten medialen Bedingungen. In: *Publizistik* 55(2), S. 153-172.
- 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.
- Schenk, Michael (1984): *Soziale Netzwerke und Kommunikation*. Tübingen.
- 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.

5.4 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. (2011 – im Druck): Network Dynamics of Television Use in School Classes. In: *Social Networks* (Special Issue on “Dynamics of Social Networks”).
- Friemel, Thomas N. (2008b): Mediennutzung im sozialen Kontext. Soziale Netzwerkanalyse der Funktionen und Effekte interpersonaler Kommunikation über massenmediale Inhalte. Dissertation, Universität Zürich. Auf: <http://www.friemel.com>.
- 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.

6 Agenda-Setting

6.1 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.

6.2 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 (1983a): Themenstrukturierung durch Massenmedien. Zum Stand der empirischen Agenda-Setting-Forschung. In: Publizistik 28(2), S. 167-186.
- Ehlers, Renate (1983b): 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.
- Protest, 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/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.

6.3 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.
- 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.) (2009³): *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.
- 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./Zhu, Jian-Hua/Willnat, Lars (1992): The Bridging Function of Interpersonal Communication in Agenda-Setting. In: *Journalism Quarterly* 69(4), S. 856-867.

6.4 Empirische Forschung

- 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.
- Hill, David B. (1985): Viewer Characteristics and Agendas Setting by Television News. In: *Public Opinion Quarterly* 49(3), S. 340-350.
- 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.
- 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.

7 Priming

7.1 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.

7.2 Übersichtstexte

- 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.) (2009³): *Media Effects. Advances in Theory and Research*. New York/London, S. 74-93.

7.3 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.

7.4 Empirische Forschung

- Eunkyung, 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.

8 Framing

8.1 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.

8.2 Übersichtstexte

- 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.
- Dahinden, Urs (2006): *Framing. Eine integrative Theorie der Massenkommunikation*. Konstanz.
- Matthes, Jörg (2007): *Framing-Effekte. Zum Einfluss der Politikberichterstattung auf die Einstellung der Rezipienten*. München.
- 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.
- Scheufele, Bertram (2003): *Frames – Framing – Framing-Effekte. Theoretische und methodische Grundlegung des Framing-Ansatzes sowie empirische Befunde zur Nachrichtenproduktion*. Wiesbaden.
- 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.
- Tewksbury, David/Scheufele, Dietram A. (2009): *News Framing Theory and Research*. In: Bryant, Jennings/Oliver, Mary B. (Hg.) (2009³): *Media Effects. Advances in Theory and Research*. New York/London, S. 17-33.

8.3 Theoretische Diskussion

- Brosius, Hans-Bernd (1991): *Schema-Theorie: ein Ansatz in der Wirkungsforschung?* In: *Publizistik* 36(3), S. 285-297.
- 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, Dietram 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.
- 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.

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.

8.4 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.
- Iyengar, Shanto (1991): Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues. Chicago.
- Iyengar, Shanto/Kinder, Donald R. (1987): News that Matters. Chicago.
- 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.
- 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-Piechota, 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.
- Slothuus, Rune (2008): More than Weighting Cognitive Importance: A Dual Process Model of Issue Framing Effects. In: *Political Psychology* 29(1): S. 1-28.

9 Knowledge Acquisition

9.1 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.
- 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.
- Graber, Doris A. (1984): *Processing the News. How People Tame the Information Tide*. New York.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.

9.2 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.
- 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.

10 Knowledge Gap

10.1 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.

10.2 Übersichtstexte

- Arnold, Katja (2003): Digital Divide. Zugangs- oder Wissenskluft? München.
- 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.) (2007³): 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
- 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, Cecilie (1983): The Knowledge Gap: An Analytical Review of Media Effects. In: Communication Research 10(4), S. 447-486.
- Gaziano, Cecilie (1997): Forecast 2000: Widening Knowledge Gaps. In: Journalism & Mass Communication Quarterly 74(2), S. 237-264.
- 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.
- 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.
- Norris, Pippa (2001): Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide. Cambridge.
- 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 Dijk, Jan (2009): One Europe, Digitally Divided. In: Chadwick, Andrew/Howard, Philip N. (Hg.): Routledge Handbook of Internet Politics. London, S. 288-304.
- 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.

10.3 Theoretische Diskussion

- 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 Videotex 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.
- 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 Wissenskluffthese. In: Jarren, Otfried/Knaup, Bettina/Schatz, Heribert (Hg.): *Rundfunk im politischen Kommunikationsprozess*. Münster/Hamburg, S. 197-241.

10.4 Empirische Forschung

- 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.

- 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.
- 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.
- Holbrook, Thomas M. (2002): Presidential Campaigns and the Knowledge Gap. In: *Political Communication* 19(4), S. 437-454.
- 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.
- Marr, Mirko (2005): Internetzugang und politische Informiertheit. Zur digitalen Spaltung der Gesellschaft. Konstanz.
- McLeod, Jack M./Bybee, Carl/Durall, Jean A. (1979): Equivalence of Informed Political Partizipation. The 1976 Presidential Debates as a Source of Influence. In: *Communication Research* 6(4), S. 463-487.
- Miyu, 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.
- 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.
- 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, Mieneke/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.

11 Kultivierung

11.1 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.

11.2 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): *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.) (2009³): *Media Effects. Advances in Theory and Research*. New York/London, S. 34-49.
- 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.) (2009³): *Media Effects. Advances in Theory and Research*. New York/London, S. 50-73.
- 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.

11.3 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.
- 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.

11.4 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.
- 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.
- 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/Stenbjerre, 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.

12 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.
- Wolling, Jens (1999): Politikverdrossenheit durch Massenmedien? Der Einfluss der Medien auf die Einstellungen der Bürger zur Politik. Opladen/Wiesbaden.

13 Schweigespirale

13.1 Klassische Texte

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

13.2 Überblickstexte

- 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.

13.3 Theoretische Diskussion

- Noetzel, Dieter (1978): Über einige Bedingungen des Erwerbs politisch-ideologischer Deutungsmuster. Kritische Anmerkungen zur Theorie der Schweigespirale. In: Oberndörfer, Dieter (Hg.): *Wahlverhalten 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.

13.4 Empirische Forschung

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.

Merten, Klaus (1983): Wirkungen der Medien im Wahlkampf. Fakten oder Artefakte? In: Schulz, Winfried/Schönbach, Klaus (Hg.): *Massenmedien und Wahlen*. München, S. 424-441.