

**Basistexte zum Proseminar und zur Vorlesung
Sozialwissenschaftliche Kommunikations- und Medienforschung
(als Reader verfügbar, zugleich auch Basis-Literatur zur Zwischenprüfung)**

| | Reader Blatt |
|---|-----------------|
| zu 3: Modelle der Kommunikation und Massenkommunikation | |
| SCHULZ, Winfried (1994): Kommunikationsprozeß. In: Noelle-Neumann, Elisabeth / Schulz, Winfried / Wilke, Jürgen (Hg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt/Main, S. 140-171. | 1 – 18 |
| zu 4: Situation und Berufseinstellungen von Journalisten | |
| WEISCHENBERG, Siegfried (1994): Journalismus als soziales System. In: Merten, Klaus / Schmidt, Siegfried J. / Weischenberg, Siegfried (Hrsg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen, S. 427-454. | 19 – 33 |
| zu 5: Kommunikationsverhalten der Journalisten | |
| SCHULZ, Winfried (1976): Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung. Freiburg/München, S. 7-34. | 34 – 48 |
| SCHULZ, Winfried (1989): Massenmedien und Realität. Die ‚ptolemäische‘ und die ‚kopernikanische‘ Auffassung. In: Kaase, Max / Schulz, Winfried (Hrsg.): Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde. Sonderheft 30 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Opladen, S. 135-149. | 49 – 56 |
| zu 6 und 7: Persuasive Medienwirkungen | |
| NASCHOLD, Frieder (1973): Kommunikationstheorien. In: Aufermann, Jörg / Bohrmann, Hans / Sülzer, Rolf (Hrsg.): Gesellschaftliche Kommunikation und Information, Band 1. Frankfurt/Main, S. 9-48. | 57 – 77 |
| zu 6: Persuasion und Selektion | |
| DONSBACH, Wolfgang (1989): Selektive Zuwendung zu Medieninhalten. Einflußfaktoren auf die Auswahlentscheidungen der Rezipienten. In: Kaase, Max / Schulz, Winfried (Hrsg.): Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde. Sonderheft 30 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Opladen, S. 392-405. | 78 – 84 |
| zu 7: Persuasion und interpersonale Kommunikation | |
| SCHENK, Michael (1989): Massenkommunikation und interpersonale Kommunikation. In: Kaase, Max / Schulz, Winfried (Hrsg.): Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde. Sonderheft 30 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Opladen, S. 406-417. | 85 – 90 |
| zu 8 bis 12: Andere Medienwirkungen - Andere Forschungsansätze | |
| SCHULZ, Winfried (1982): Ausblick am Ende des Holzweges. Eine Übersicht über die Ansätze der neuen Wirkungsfor- schung. In: Publizistik 27, 1982, S. 49-73. | 91 – 103 |
| zu 8: Uses and Gratifications | |
| KATZ, Elihu / BLUMLER, Jay G. / GUREVITCH, Michael (1974): Utilization of Mass Communication by the Individual. In: Blumler, Jay G. / Katz, Elihu (Hrsg.): The Uses of Mass Communications. Beverly Hills / London, S. 19-32. | 104-111 |
| zu 9: Agenda Setting | |
| DEARING, James W./ROGERS, Everett (1996): Agenda-Setting. Thousand Oaks etc., S.1-23. | 112-123 |
| zu 10: Dynamische Transaktion | |
| FRÜH, Werner / SCHÖNBACH, Klaus (1982): Der dynamisch-transaktionale Ansatz. Ein neues Paradigma der Medienwirkungen. In: Publizistik 27, 1982, S. 74-88. Und in: Früh, Werner (Hrsg.): Medienwirkungen: Das dynamische-transaktionale Modell. Opladen, S. 23-40. | 124-131 |
| zu 11: Vielseher: Cultivation | |
| SCHENK, Michael (1987): Medienwirkungsforschung. Tübingen, S. 344-365 (= Konrad Burdach: ‚Violence Profile‘ und Kultivierungsanalyse: die Vielseherforschung George Gerbners). | 132-142 |
| zu 12: Schweigespirale | |
| SCHENK, Michael (1987): Medienwirkungsforschung. Tübingen, S. 324-343 (= Wolfgang Donsbach: Die Theorie der Schweigespirale). | 143-152 |
| zu 13: Öffentlichkeit, öffentliche Meinung und Massenkommunikation | |
| GERHARDS, Jürgen / NEIDHARDT, Friedhelm (1993): Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellungen und Ansätze. In: Langenbucher, Wolfgang R. (Hrsg.): Politische Kommunikation. Grundlagen, Prozesse, Strukturen. Wien, S. 52-88. | 153-171 |