

**Literaturliste für die
Diplomvorprüfung im Fach Kommunikationswissenschaft
im Rahmen des Studienganges *Medieninformatik***

Der Themenkatalog ist in *Pflicht-* und *Vertiefungsthemen* unterteilt. Die Pflichtthemen sind Gegenstand des ersten, zwanzigminütigen Prüfungsblocks. Im zweiten, zehn Minuten umfassenden Prüfungsteil wird das Vertiefungsthema behandelt, das mit dem Prüfer bei der Anmeldung abgesprochen wird.

Themenübersicht (Zuordnung zu den Lehrveranstaltungen im Klammern):

Pflichtthemen:

P1	Kommunikationstheorien und –modelle	(MI01, MI02)
P2	Medienkunde	(MI01, MI03, MI04, MI08)
P3	Publikumsforschung und Mediennutzung	(MI10)

Vertiefungsthemen:

V1	Kommunikationspolitik	(MI03)
V2	Medienethik und –recht	(MI05, MI06)
V3	Öffentlichkeitsarbeit	(MI11)
V4	Kommunikatorforschung	(MI09, MI12)
V5	Methodenlehre	(MI07)

**Literaturliste für 2004
(wird jährlich aktualisiert)**

P1 Kommunikationstheorien und –modelle

BURKART, Roland (2003): Kommunikationstheorien. In: BENTELE, Günter et al. (Hrsg.): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden, S. 169-192.

HÖMBERG, Walter; BURKART, Roland (1998): Elektronisch mediatisierte Gemeinschaftskommunikation. Eine Herausforderung für die kommunikationswissenschaftliche Modellierung. In: PFAMMATTER, René (Hrsg.): Multi Media Mania. Reflexionen zu Aspekten neuer Medien. Konstanz, S. 19-36.

KUNCZIK, Michael; ZIPFEL, Astrid (2001): Publizistik. Ein Studienhandbuch. Köln. Darin den Abschnitt V „Wirkungsforschung“.

LINNHOF-POPIEN, Claudia; BROSIUS, Hans-Bernd (2003) : Medieninformatik. In : BENTELE, Günter et. al. (Hrsg.): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden, S. 418-434.

RÖSSLER, Patrick (1998): Wirkungsmodelle: Die digitale Herausforderung. Überlegungen zu einer Inventur bestehender Erklärungsansätze der Medienwirkungsforschung. In: RÖSSLER, Patrick (Hrsg.): Online-Kommunikation. Beiträge zur Nutzung und Wirkung. Opladen, S. 17-46.

RÖSSLER, Patrick (2003): Online-Kommunikation. In: BENTELE, Günter et. al. (Hrsg.): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden, S. 504-522.

P2 Medienkunde

ALTES, Bärbel (2000): Paradigmenwechsel in der europäischen Fusionskontrolle. Steigende Medienkonzentration in Deutschland und Europa. In: Media Perspektiven 11/2000, S. 482-490.

DÖRING, Nicola (2003): Sozialpsychologie des Internet. Göttingen (Darin Kapitel 2: Dienste und Anwendungen im Internet, S.37-125)

KRÜGER, Udo Michael; ZAPF-SCHRAMM, Thomas (2001): Die Boulevardisierung im deutschen Fernsehen. Programmanalyse 2000. In: Media Perspektiven 7/2001, S. 326-344.

MERTEN, Klaus (1996): Konvergenz der Fernsehprogramme im dualen Rundfunk. In: HÖMBERG, Walter; PÜRER, Heinz (Hrsg.): Medien-Transformation. Zehn Jahre dualer Rundfunk in Deutschland. Konstanz, S. 152-171.

PÜRER, Heinz (2003): Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Handbuch. Konstanz. Darin der Abschnitt 4.3. Medienforschung.

RADA, Holger (1999): Von der Druckerpresse zum Web-Server. Zeitungen und Magazine im Internet. Berlin. Darin Kap.5: Typen und Strategien [von Verlagen] für Online-Auftritte.

RÖPER, Horst (2002): Formationen deutscher Medienmultis 2002. Entwicklungen und Strategien der größten Deutschen Unternehmen. In: Media Perspektiven 9/2002, S. 406-432.

RÖPER, Horst (2002): Zeitungsmarkt 2002: Wirtschaftliche Krise und steigende Konzentration. Daten zur Konzentration der Tagespresse in der Bundesrepublik Deutschland. In: Media Perspektiven 10/2002, S. 478-490.

SCHÜTZ, Walter J. (2001). Redaktionelle und verlegerische Struktur der deutschen Tagespresse. Übersicht über den Stand 2001: In: Media Perspektiven 12/2001, S. 633-643 (Nur die Textelemente).

SCHÜTZ, Walter J. (2001): Deutsche Tagespresse 2001. Trotz Bewegung im Markt keine wesentliche Erweiterung des publizistischen Angebots. In: Media Perspektiven 12/2001, S. 602-632 (Nur die Textelemente).

VOGEL, Andreas (2001): Onlinestrategien der Pressewirtschaft. Bestandsaufnahme des Online-Engagements der großen Zeitungs- und Zeitschriftenverlage. In: Media Perspektiven 12/2001, S. 590-601.

VOGEL, Andreas (2002): Publikumszeitschriften. Dominanz der Großverlage gestiegen. Daten zum Markt und zur Konzentration der Publikumspresse in Deutschland im I. Quartal 2002. In: Media Perspektiven 9/2002, S. 433-447.

P3 Publikumsforschung und Mediennutzung

BECK, Klaus; SCHWEIGER, Wolfgang (Hrsg.) (1999): Attention please! Online-Kommunikation und Aufmerksamkeit. München. Darin die Aufsätze von Werner Wirth (S. 69-89), Gabriele Siegert (S. 109-120), Wolfgang Schweiger (S. 175-196), Oliver Diekamp/Wolfgang Schweiger (S. 197-214).

DARSCHIN, Wolfgang; GERHARD, Heinz (2003): Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 2002. In: Media Perspektiven 4/2003, S. 158-166.

DÖRING, Nicola (2003): Sozialpsychologie des Internet. Göttingen (Darin Kapitel 5: Themen und Befunde der Online-Forschung, S.245-304)

EIMEREN, Birgit van; GERHARD, Heinz; FREES, Beate (2003): Internetverbreitung in Deutschland: Unerwartet hoher Zuwachs. ARD/ZDF-Online-Studie 2003. In: Media Perspektiven 8/2003, S. 338-358.

GERHARDS, Maria; MENDE, Annette (2003): Offliner 2003. Stabile Vorbehalte gegenüber dem Internet. ARD/ZDF-Online-Studie 2003. In: Media Perspektiven 8/2003, S. 359-373.

OEHMICHEN, Ekkehardt; SCHRÖTER, Christian (2003): Funktionswandel der Massenmedien durch das Internet? Veränderungen des Mediennutzungsverhaltens bei Online-Nutzern. In: Media Perspektiven 8/2003, S. 374-384.

PINGREE, Suzanne; HAWKINS, Robert (1996): Die Perspektive individueller Aktivität bei der Fernsehnutzung. In: HASEBRINK, Uwe; KROTZ, Friedrich (Hrsg.): Die Zuschauer als Fernsehregisseure? Zum Verständnis individueller Nutzungs- und Rezeptionsmuster. Baden-Baden, S. 97-115.

PÜRER, Heinz (2003): Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Handbuch. Konstanz. Darin der Abschnitt 4.4.1 (Mediennutzungsforschung, S. 311-333).

SCHULZ, Rüdiger (2002): Mediaforschung. In: NOELLE-NEUMANN, Elisabeth et. al. (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik/Massenkommunikation: Frankfurt/Main, S. 183-213.

WIRTH Werner; SCHWEIGER, Wolfgang (Hrsg.). (1999): Selektion im Internet. Empirische Analysen zu einem Schlüsselkonzept. Opladen. Darin die Aufsätze von Christiane Eilders (S. 13-42); Werner Wirth/Wolfgang Schweiger (S. 43-74); Werner Wirth/Michael Brecht (S. 149-180) sowie Hartmut Wandke/Jörn Hurtienne (S. 271-292).

V1 Kommunikationspolitik

BETHGE, Herbert (1996): Der Grundversorgungsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in der dualen Rundfunkordnung. In: Media Perspektiven 2/1996, S. 66-72.

EMMER, Martin; VOWE, Gerhard (2003): Weltagenda, Weltarena, Weltordnung. Das Internet als Kommunikationsstruktur der Weltinnenpolitik. In: LÖFFELHOLZ, Martin; QUANDT, Thorsten (Hrsg.): Die neue Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden, S. 165-190

STUIBER, Heinz Werner (1998): Medien in Deutschland. Bd 2: Rundfunk. Konstanz: UVK. Darin die Abschnitte S. 21-44, S. 424-459, S. 637-687, S. 798-877, und S. 1099-1145.

TONNEMACHER, Jan (2003): Kommunikationspolitik in Deutschland. Eine Einführung. 2., überarb. Auflage. Konstanz.

WINKEL, Olaf (2001): Die Kontroverse um die demokratischen Potenziale der interaktiven Informationstechnologien – Positionen und Perspektiven. In: Publizistik 46/2, S. 140-161.

V2 Medienethik und –recht

DEBATIN, Bernhard (1998): Ethik und Internet. In: DERNBACH, Beatrice et. al. (Hrsg.). Publizistik im vernetzten Zeitalter. Opladen, S. 125-148.

DEBATIN, Bernhard (2003): Ethik des Online-Journalismus – medienethische Kriterien und Perspektiven. In: BECK, Klaus; SCHWEIGER, Wolfgang; WIRTH, Werner (Hrsg.): Gute Seiten – schlechte Seiten. Qualität in der Onlinekommunikation. München, S. 80-99.

EICHHORN, Bert (2001): Internet-Recht. Ein Lehrbuch für das Recht im World Wide Web. Köln, S. 30-47.

FECHNER, Frank (2001): Medienrecht. 2. Auflage. Tübingen. Darin Abschnitt „Allgemeiner Teil des Medienrechts“, S. 5-148; sowie „Besonderer Teil des Medienrechts“, Kap. 12: Multimedia (S. 249-313).

FUNIOK, Rüdiger; SCHMÄLZLE, Udo (1999): Medienethik vor neuen Herausforderungen. In: FUNIOK, Rüdiger et. al. (Hrsg.): Medienethik – Eine Frage der Verantwortung. Bonn, S. 15-31.

KUNCZIK, Michael; ZIPFEL, Astrid (2001): Publizistik. Ein Studienhandbuch. Köln. Darin: Abschnitt III, Kap. 6. „Zur Berufsethik des Journalismus“, S. 198-240.

MIDDELHOFF, Thomas (2001): Gewinnerwartung und Medienethik. In: DRÄGERT, Christian; SCHNEIDER, Nikolaus (Hrsg.): Medienethik. Freiheit und Verantwortung. Stuttgart, S. 233-255.

PÜRER, Heinz (1996): Ethik und Verantwortung im Journalismus. In: PÜRER, Heinz (Hrsg.): Praktischer Journalismus in Zeitung, Radio und Fernsehen. 2., überarb u. erw. Aufl. Konstanz, S. 366-379.

STOLTE, Dieter (2001): Öffentliche Verantwortung in medialer Wettbewerbsgesellschaft. In: DRÄGERT, Christian; SCHNEIDER, Nikolaus (Hrsg.). Medienethik. Freiheit und Verantwortung. Stuttgart, S. 65-80.

STUIBER, Heinz Werner (1998): Medien in Deutschland – Bd. 2: Rundfunk. Konstanz, S. 319-512.

V3 Öffentlichkeitsarbeit

BAERNS, Barbara (Hrsg.). (1997): PR-Erfolgskontrolle. Messen und Bewerten in der Öffentlichkeitsarbeit. Verfahren, Strategien, Beispiele. 2. Aufl. Frankfurt am Main: Institut für Medienentwicklung und Kommunikation. Nur das Einleitungskapitel.

BENTELE, Günter (1999): Parasitentum oder Symbiose? Das Intereffikationsmodell in der Diskussion. In: ROLKE, Lothar; WOLF, Volker (Hrsg.): Wie die Medien die Wirklichkeit steuern und selbst gesteuert werden. Opladen/Wiesbaden, S. 163-176.

KUNCZIK, Michael (2002): Public Relations. Konzepte und Theorien. Köln.

ZERFASS, Ansgar (1996): Unternehmensführung und Öffentlichkeitsarbeit. Grundlegung einer Theorie der Unternehmenskommunikation und Public Relations. Opladen.

V4 Kommunikatorforschung

EILDERS, Christiane (1997): Nachrichtenfaktoren und Rezeption. Opladen 1997, S. 19-72.

LÖFFELHOLZ, Martin et al. (2003): Online-Journalisten in Deutschland. Zentrale Befunde der 1. Repräsentativbefragung deutscher Journalisten. In: Media Perspektiven 10/2003, S. 477-486.

NEUBERGER, Christoph (2003): Online-Journalismus: Veränderungen, Glaubwürdigkeit, Technisierung. In: Media Perspektiven 3/2003, S. 131-138.

PÜRER, Heinz (2003): Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Handbuch. Konstanz. Darin: Kap. 4.1. „Kommunikator-/Journalismusforschung“, S. 107-185.

SCHNEIDER, Beate; SCHÖNBACH, Klaus; STÜRZEBECKER, Dieter (1993): Journalisten im vereinigten Deutschland: Strukturen, Arbeitsweisen und Einstellungen im Ost-West-Vergleich. In: Publizistik, 38/3, S. 353-382.

SCHNEIDER, Beate; SCHÖNBACH, Klaus; STÜRZEBECKER, Dieter (1993): Westdeutsche Journalisten im Vergleich: jung, professionell und mit Spaß an der Arbeit. In: Publizistik, 38/1, S. 5-30.

V5 Methodenlehre

BROSIUS, Hans-Bernd; KOSCHEL, Friederike (2003): Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

PÜRER, Heinz (2003): Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Handbuch. Konstanz. Darin Kap. 6 „Empirische Forschungstechniken der Kommunikationswissenschaft“ (von Friederike Koschel und Heinz Pürer), S. 521-574.

RÖSSLER, Patrick; WIRTH, Werner (2001): Inhaltsanalysen im World Wide Web. In: WIRTH, Werner; LAUF, Edmund (Hrsg.): Inhaltsanalyse. Perspektiven, Probleme, Potenziale. Köln, S. 280-302.

WOLLING, Jens; KUHLMANN, Christoph (2003): Das Internet als Gegenstand und Instrument der empirischen Kommunikationsforschung. In: LÖFFELHOLZ, Martin; QUANDT, Thorsten (Hrsg.): Die neue Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden, S.131-161