

## **Forschungspraktikum: Politische Kommunikation (Sommersemester 2003)**

### **Themenschwerpunkte und Literatur**

#### *1. Basislektüre*

- Schenk, Michael, 2002: Medienwirkungsforschung. Tübingen, 2. Auflage.  
Schulz, Winfried, 1997: Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung zur Rolle der Massenmedien in der Politik, Opladen/Wiesbaden.

#### *2. Politische Kommunikation und Medienwirkung*

##### Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft

- Mancini, Paolo/Swanson, David L., 1996: Politics, Media, and Modern Democracy: Introduction, in Swanson, David L./Mancini Paolo (Hrsg.), Politics, Media, and Modern Democracy. An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences, Westport, Conn., S. 1-26.  
Mazzoleni, Gianpietro/Schulz, Winfried, 1999: „Mediatization“ of Politics: A Challenge for Democracy?, in: Political Communication 16, S. 247-261.  
Saxer, Ulrich, 1998: System, Systemwandel und politische Kommunikation, in: Jarren, Otfried/Sarcinelli, Ulrich/Saxer, Ulrich (Hrsg.), Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil, Opladen/Wiesbaden, S. 21-64.

##### Das Konzept der Medienwirkung

- Kepplinger, Hans M., 1982: Die Grenzen des Wirkungsbegriffes, in: Publizistik 27, S. 98-113.  
Merten, Klaus, 1991: Artefakte der Medienwirkungsforschung: Kritik klassischer Annahmen, in: Publizistik 36, S. 36-55.  
Merten, Klaus, 1994: Wirkungen von Kommunikation, in: Merten, Klaus / Schmidt, Siegfried J. / Weischenberg, Siegfried (Hrsg.), Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen, S. 291-328.  
Schenk, Michael, 2002: Medienwirkungsforschung. Tübingen, 2. Auflage, S. 32-56.  
Schulz, Winfried, 1986: Wirkungsmodelle der Medienwirkungsforschung, in: Deutsche Forschungsgemeinschaft (Hrsg.), Medienwirkungsforschung in der Bundesrepublik Deutschland. Teil I: Berichte und Empfehlungen, Weinheim, S. 83-100.

##### Klassische Modelle der Medienwirkung

- Hovland, Carl I. / Janis, Irving L. / Kelley, Harold H., 1953: Communication and Persuasion. New Haven/London, S. 1-18.  
Schenk, Michael, 2002: Medienwirkungsforschung. Tübingen, 2. Auflage, S. 77-137.

##### Medienwirkung im Rahmen des Agenda Setting-Modells

- Brosius, Hans-B., 1994: Agenda Setting nach einem Vierteljahrhundert Forschung: Methodischer und theoretischer Stillstand?, in: Publizistik 39, S. 269-288.  
Iyengar, Shanto / Kinder, Donald R., 1987: News that Matters. Chicago, S. 16-62.  
Schenk, Michael, 2002: Medienwirkungsforschung. Tübingen, 2. Auflage, S. 399-488.

##### Das RAS-Modell

- Schmitt-Beck, Rüdiger, 2000: Politische Kommunikation und Wählerverhalten. Ein internationaler Vergleich. Wiesbaden, S. 30-63.  
Zaller, John R., 1992: The Nature and Origins of Mass Opinion. Cambridge, S. 40-52, S. 118-150.

### Wirkungen von Wahlkämpfen

- Finkel, Steven E., 1993: Reexamining the ‚Minimal Effects‘ Model in Recent Presidential Campaigns, in: *Journal of Politics* 55, S. 1-21.
- Klein, Markus / Ohr, Dieter / Heinrich, Stefanie, 2002: Spitzenkandidaten im Wahlkampf. Die Veränderbarkeit von Kandidatenimages durch Wahlkampf und Medien, untersucht am Beispiel der nordrhein-westfälischen Landtagswahl vom 14. Mai 2000, in: *Publizistik* 47, S. 412-435.
- Lazarsfeld, Paul F. u.a., 1948: *The People’s Choice*, S. 65-104.
- Schmitt-Beck, Rüdiger / Farrell, David M., 2002: Studying Political Campaigns and their Effects, in: Farrell, David M. / Schmitt-Beck, Rüdiger (Hrsg.), *Do Political Campaigns Matter? Campaign Effects in Elections and Referendums*, London, S. 1-21.
- Schrott, Peter, 1993: Gewinnen ist nicht alles, aber es hilft: Die Effekte von Fernsehdebatten auf die Wahlentscheidung, in: Gabriel, Oscar W. / Troitzsch, Klaus G. (Hrsg.), *Wahlen in Zeiten des Umbruchs*. Frankfurt am Main, S. 51-71.
- Schulz, Winfried / Zeh, Reimar / Quiring, Oliver, 2000: Wählerverhalten in der Mediendemokratie, in: Klein, Markus / Jagodzinski, Wolfgang / Mochmann, Ekkehard / Ohr, Dieter (Hrsg.), *50 Jahre Empirische Wahlforschung in Deutschland*. Wiesbaden, S. 413-443.

### Medienberichterstattung und politische Entfremdung

- Holtz-Bacha, Christina, 1990: Ablenkung oder Abkehr von der Politik? Mediennutzung im Geflecht politischer Orientierungen, Opladen, S. 58-157.
- Newton, Kenneth, 1999: Mass Media Effects: Mobilization or Media Malaise?, in: *British Journal of Political Science* 29, S. 577-600.
- Robinson, Michael J., 1976: Public Affairs Television and the Growth of Political Malaise: The Case of „The Selling of the Pentagon“, in: *American Political Science Review* 70, S. 409-432.