

1273 Proseminar: Medienwirkung

Dr. Dieter Ohr

2 St. Di. 10.15-11.45 in S 58 (Philos.)

15.10. 2002 Einführung

I. THEORIE UND METHODISCHE PROBLEME

22.10. 2002 Was bedeutet Medienwirkung?

Pflichtlektüre:

Kepplinger, Hans M., 1982: Die Grenzen des Wirkungsbegriffes, in: Publizistik 27, S. 98-113.

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.

Noelle-Neumann, Elisabeth, 1994: Wirkung der Massenmedien auf die Meinungsbildung, in: Noelle-Neumann, Elisabeth / Schulz, Winfried / Wilke, Jürgen (Hrsg.), Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt am Main, S. 518-571.

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.

29.10. 2002 Klassische Modelle der Medienwirkung

Pflichtlektüre:

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.

05.11. 2002 Konsistenztheorien: Warum Menschen ihre Einstellungen nicht ändern

Pflichtlektüre:

Donsbach, Wolfgang, 1991: Medienwirkung trotz Selektion. Einflussfaktoren auf die Zuwendung zu Zeitungsinhalten. Köln, S. 18-107.

Schenk, Michael, 2002: Medienwirkungsforschung. Tübingen, 2. Auflage, S. 137-179.

12.11. 2002 Wirkung von Massenmedien und persönliches Umfeld

Pflichtlektüre:

Schenk, Michael, 2002: Medienwirkungsforschung. Tübingen, 2. Auflage, S. 307-369.

Schmitt-Beck, Rüdiger, 2000: Politische Kommunikation und Wählerverhalten. Ein internationaler Vergleich. Wiesbaden, S. 64-102.

19.11. 2002 Agenda Setting

Pflichtlektüre:

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.

26.11. 2002 Die Theorie der Schweigespirale

Pflichtlektüre:

Noelle-Neumann, Elisabeth, 1980: Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung - unsere soziale Haut. München, S. 13-95.

Schenk, Michael, 2002: Medienwirkungsforschung. Tübingen, 2. Auflage, S. 489-536.

Zeh, Jürgen, 1989: Soziale Kontrolle durch öffentliche Meinung: Soziologische Betrachtung einer kommunikationswissenschaftlichen Problemstellung, in: Publizistik 34, S. 29-45.

03.12. 2002 Das RAS [Receive, Accept, Sample]-Modell

Pflichtlektüre:

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.

10.12. 2002 Langfristige Medienwirkungen am Beispiel der Kultivierungshypothese

Pflichtlektüre:

Gerbner, George, 2000: Die Kultivierungsperspektive: Medienwirkungen im Zeitalter von Monopolisierung und Globalisierung, in: Schorr, Angela (Hrsg.), Publikums- und Wirkungsforschung. Wiesbaden, S. 101-121.

Schenk, Michael, 2002: Medienwirkungsforschung. Tübingen, 2. Auflage, S. 537-567.

17.12. 2002 Methodische Aspekte der Erforschung von Medienwirkungen

Pflichtlektüre:

Brosius, Hans-Bernd/Koschel, Friedericke, 2001: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Wiesbaden, S. 204-246.

Merten, Klaus, 1991: Artefakte der Medienwirkungsforschung: Kritik klassischer Annahmen, in: Publizistik 36, S. 36-55.

II. EMPIRISCHE STUDIEN ZU SPEZIELLEN WIRKUNGSMECHANISMEN UND WIRKUNGSFELDERN

07.01. 2003 Spezielle Wirkungsfelder: Wirkung von Wahlkämpfen

Pflichtlektüre:

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 (im Erscheinen).

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.

14.01. 2003 Spezielle Wirkungsfelder: Fördert Fernsehkonsum politische Entfremdung?

Pflichtlektüre:

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.

21.01. 2003 Spezielle Wirkungsmechanismen: Gibt es die Macht der Bilder?

Pflichtlektüre:

Frey, Siegfried, 1999: Die Macht des Bildes. Der Einfluß der nonverbalen Kommunikation auf Kultur und Politik. Bern, S. 95-141.

Rosenberg, Shawn W. / Bohan, Lisa / McCafferty, Patrick / Harris, Kevin, 1986: The Image and the Vote: The Effect of Candidate Presentation on Voter Preference, in: American Journal of Political Science 30, S. 108-127.

Rosenberg, Shawn W. / McCafferty, Patrick, 1987: The Image and the Vote. Manipulating Voters' Preferences, in: Public Opinion Quarterly 51, S. 31-47.

28.01. 2003 Spezielle Wirkungsfelder: Emotionale Wirkungen des Fernsehens

Pflichtlektüre:

Feist, Ansgar, 2000: Emotionale Wirkungen von Fernsehtalkshows. Aachen, S. 1-144.

Schenk, Michael, 2002: Medienwirkungsforschung. Tübingen, 2. Auflage, S. 192-238.

04.02. 2003 Spezielle Wirkungsfelder: Wirkung medialer Gewaltdarstellungen

Pflichtlektüre:

Merten, Klaus, 1999: Gewalt durch Gewalt im Fernsehen. Opladen/Wiesbaden, S. 83-159.

Schenk, Michael, 2002: Medienwirkungsforschung. Tübingen, 2. Auflage, S. 206-238.

11.02. 2003 Abschlußdiskussion