

Prof. Dr. Wolfgang Jagodzinski und Dr. Dieter Ohr

Empirisches Forschungspraktikum: Politische Kommunikation

Ort und Zeit:

4 St. Di 08.30-12.30 im Seminarraum des IfAS (Greinstraße 2)

Veranstaltungsplan Wintersemester 1998/99

Teil I: Grundlegung

- | | |
|-------------|---|
| 13.10. 1998 | Einführung: Zur Beziehung zwischen Urteilen der Bevölkerung über politische Sachfragen, politische Kandidaten und Medienberichterstattung |
| 20.10. 1998 | Politische Sachfragen und Medienberichterstattung |
| 27.10. 1998 | Politische Kandidaten und Medienberichterstattung |
| 03.11. 1998 | Deutsche Presselandschaft: Meinungsführerschaft, Auflagenzahlen, Leserprofile |
| 10.11. 1998 | Das Wahljahr 1994: Politische Sachfragen, Hintergründe und Rahmen der Beurteilung von Helmut Kohl und Rudolf Scharping |
| 17.11. 1997 | Methodische Probleme bei der Analyse der Beziehung von Medienberichterstattung und Bevölkerungsurteilen |

Teil II: Erhebungsverfahren der Inhaltsanalyse und Durchführung der Inhaltsanalyse

- | | |
|------------------------------|---|
| 24.11. 1997 | Grundkonzepte der Inhaltsanalyse |
| 01.12. 1998 | Grundkonzepte der Inhaltsanalyse |
| 08.12. 1998 | Erarbeitung und Diskussion eines Kategorienschemas für die Inhaltsanalyse |
| 15.12. 1998 | Erarbeitung und Diskussion eines Kategorienschemas für die Inhaltsanalyse |
| 22.12. 1998 -
02.02. 1998 | Durchführung der Inhaltsanalyse in Arbeitsgruppen |
| 09.02. 1998 | Vorstellung der Ergebnisse der Inhaltsanalyse |

Literaturauswahl

- Berg, Klaus und Kiefer, Marie-L. (Hrsg.), 1996: Massenkommunikation. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964-1995 (Schriftenreihe Media Perspektiven Bd. 14), Baden-Baden.
- Brosius, Hans-B., 1994: Agenda Setting nach einem Vierteljahrhundert Forschung: Methodischer und theoretischer Stillstand?, Publizistik 39: 269-288.
- Donsbach, Wolfgang, 1991: Medienwirkung trotz Selektion. Einflußfaktoren auf die Zuwendung zu Zeitungsinhalten, Köln.
- Eilders, Christiane, 1997: Nachrichtenfaktoren und Rezeption. Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Information, Opladen.
- Früh, Werner, 1991³: Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis, München.
- Holtz-Bacha, Christina und Kaid, Lynda L. (Hrsg.), 1993: Die Massenmedien im Wahlkampf. Untersuchungen aus dem Wahljahr 1990, Opladen.
- Holtz-Bacha, Christina und Kaid, Lynda L. (Hrsg.), 1996: Wahlen und Wahlkampf in den Medien. Untersuchungen aus dem Wahljahr 1994, Opladen.
- Kepplinger, Hans M., 1982: Die Grenzen des Wirkungsbegriffes, Publizistik 27: 98-113.
- Kindelmann, Klaus, 1994: Kanzlerkandidaten in den Medien. Eine Analyse des Wahljahres 1990, Opladen.
- Krippendorff, Klaus, 1993: Content Analysis. An Introduction to its Methodology, Beverly Hills.
- Lass, Jürgen, 1995: Vorstellungsbilder über Kanzlerkandidaten. Zur Diskussion um die Personalisierung von Politik, Wiesbaden.
- Mathes, Rainer und Pfetsch, Barbara, 1991: The Role of the Alternative Press in the Agenda-building Process: Spillover Effects and Media Opinion Leadership, European Journal of Communication 6: 33-62.
- Mathes, Rainer und Czaplicki, Andreas, 1993: Meinungsführer im Mediensystem: "Top-down"- und "Bottom-up"- Prozesse, Publizistik 38: 153-166.
- Merten, Klaus, 1991: Artefakte der Medienwirkungsforschung: Kritik klassischer Annahmen, Publizistik 36: 36-55.
- Merten, Klaus, 1994: Wirkungen von Kommunikation, in: Klaus Merten, Siegfried J. Schmidt, Siegfried Weischenberg (Hrsg.), Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft, Opladen, S. 291-328.
- Merten, Klaus, 1995²: Inhaltsanalyse. Einführung in Theorie, Methode und Praxis, Opladen.
- Meyn, Hermann, 1994: Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland, Berlin.
- Nimmo, Dan und Swanson, David L., 1990: The Field of Political Communication: Beyond the Voter Persuasion Paradigm, in: David L. Swanson, Dan Nimmo (Hrsg.), New Directions in Political Communication, Newbury Park, S. 7-47.
- Noelle-Neumann, Elisabeth, 1994: Wirkung der Massenmedien auf die Meinungsbildung, in: Elisabeth Noelle-Neumann, Winfried Schulz, Jürgen Wilke (Hrsg.), Publizistik Massenkommunikation, Frankfurt am Main, S. 518-571.
- Pfetsch, Barbara, 1994: Themenkarrieren und politische Kommunikation. Zum Verhältnis von Politik und Medien bei der Entstehung der politischen Agenda, Aus Politik und Zeitgeschichte B 39/94: 11-20.
- Popkin, Samuel L., 1991: The Reasoning Voter. Communication and Persuasion in Presidential Campaigns, Chicago.
- Rössler, Patrick, 1997: Agenda-Setting. Theoretische Annahmen und empirische Evidenzen einer Medienwirkungshypothese, Opladen.
- Ruhrmann, Georg, 1994: Ereignis, Nachricht und Rezipient, in: Klaus Merten, Siegfried J. Schmidt, Siegfried Weischenberg (Hrsg.), Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft, Opladen, S. 237-256.
- Schenk, Michael, 1987: Medienwirkungsforschung, Tübingen.
- Schmitt-Beck, Rüdiger und Schrott, Peter R., 1992: Dimensionen der Mediennutzung in West- und Ostdeutschland. Eine vergleichende Untersuchung von Rezeptionsmustern von Tageszeitung und Fernsehen, Media Perspektiven 6/92: 376-392.
- Schulz, Winfried und Kindelmann, Klaus, 1993: Die Entwicklung der Images von Kohl und Lafontaine im Wahljahr 1990, in: Christina Holtz-Bacha, Lynda Lee Kaid (Hrsg.), Die Massenmedien im Wahlkampf, Opladen, S. 10-45.
- Schulz, Winfried, 1994: Inhaltsanalyse, in: Elisabeth Noelle-Neumann, Winfried Schulz, Jürgen Wilke (Hrsg.), Publizistik Massenkommunikation, Frankfurt am Main, S. 41-63.
- Schulz, Winfried, 1997: Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung zur Rolle der Massenmedien in der Politik, Opladen/Wiesbaden.
- Weber, Robert P., 1990²: Basic Content Analysis. Sage University Paper series on Quantitative Applications in the Social Sciences, 07-049. Newbury Park, CA.