

ACHTUNG: GILT NUR FÜR DAS AUSLAUFENDE DIPLOMSTUDIUM (301).

Literaturliste

Empfehlungen zur Prüfungsvorbereitung für die Diplomprüfung (kommissionelle Prüfung)

Vorbemerkung Die Vorbereitung zu einer Prüfung besteht in der selbständigen Erarbeitung eines Wissens- und Problemhorizontes zu der jeweils gewählten Teildisziplin. Grundlage sollten die Lehrveranstaltungen sein, die im Laufe des Studiums besucht und in denen Übungs- und Seminararbeiten erstellt wurden. Ebenso wichtig aber ist das selbst erarbeitete Lektürenprofil, das in allen Geistes- und Sozialwissenschaften ausmacht, welche "Bildung" und welchen intellektuellen Habitus jemand hat. Deshalb die unablässige Weitergabe von "Literaturhinweisen" in allen Lehrveranstaltungen. Die hier aufgeführten Titel sind nicht zuletzt eine Fortschreibung dieses Lektürekansons aus dem Studium, wobei insbesondere Neuerscheinungen und preiswerte Titel Berücksichtigung finden.

I. REPETITORIUM

Die Reihe "Studienbücher zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft" hat den Anspruch, sozusagen die "Muss"-Texte zur Einführung in die verschiedenen Teilbereiche des Faches zu versammeln. Insofern stellen sie auch am Ende des Studiums ein Material dar, das sich als "Repetitorium" (was wörtlich übersetzt Wiederholungsunterricht oder Wiederholungsbuch heißt) nutzen lässt. Bd. 1: Wolfgang R. Langenbucher (Hg.): Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Textbuch zur Einführung in ihre Teildisziplinen., geänderte Neuauflage 1994. Und: Neukonzeption 1999: Ein Textbuch zur Einführung Bd. 2: Wolfgang R. Langenbucher (Hg.): Politische Kommunikation. Grundlagen, Strukturen, Prozesse. Bd. 3: Hannes Haas (Hg.): Mediensysteme. Struktur und Organisation der Massenmedien in den deutschsprachigen Demokratien. Bd. 4: Maximilian Gottschlich (Hg.): Massenkommunikationsforschung. Theorieentwicklung und Problemperspektiven. Bd. 5: Roland Burkart (Hg.): Wirkungen der Massenkommunikation. Theoretische Ansätze und empirische Ergebnisse. Bd. 6: Manfred Bobrowsky/Wolfgang Duchkowitsch/Hannes Haas (Hg.): Medien- und Kommunikationsgeschichte. Ein Textbuch zur Einführung. Bd. 7: Johanna Dorer/Klaus Lojka (Hg.): Öffentlichkeitsarbeit. Theoretische Ansätze, empirische Befunde und Berufspraxis der Public Relations. Bd. 8: Roland Burkart/Walter Hömberg (Hg.): Kommunikationstheorie. Ein Textbuch zur Einführung. Bd. 9: Johanna Dorer/Angerer, Marie-Luise (Hg.): Gender und Medien. Theoretische Ansätze, Empirische Befunde und Praxis der Massenkommunikation: Ein Textbuch zur Einführung. Bd. 10: Jürgen Wilke (Hg.): Ethik der Massenmedien Bd. 11: Wolfgang R. Langenbucher (Hg.): Elektronische Medien. Gesellschaft und Demokratie. Bd. 12: Hannes Haas/Wolfgang R. Langenbucher (Hg.): Medien- und Kommunikationspolitik. Alle: Verlag Braumüller, Wien 1986ff.

Beachten Sie bitte etwaige überarbeitete bzw. aktualisierte Neuauflagen!

II. AKTUALITÄTEN

Unsere Wissenschaft hat in den letzten Jahren eine Dynamik entwickelt, der nicht immer leicht zu folgen ist. Wer aber den "Fortschritten" auf der Spur bleiben will, der muss regelmäßig die wichtigsten Fachzeitschriften verfolgen. Dazu gehören jedenfalls:

o Publizistik. Vierteljahresshefte für Kommunikationsforschung Medien & Kommunikationswissenschaft (früher: Rundfunk und Fernsehen) o Medienjournal o Medien & Zeit o Medienpsychologie o Media Perspektiven etc.

Außerdem empfiehlt sich die Nutzung von aktuellen Fachbibliographien, Handbüchern und Lexika, z.B.:

Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hg.): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden, 2003

Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. Wien, 4. Aufl., 2002

Faulstich, Werner (Hg.): Grundwissen Medien. Stuttgart, 2000

Holtz-Bacha, Christina (Hg.): Schlüsselwerke für die Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden, 2002

Krallmann, Dietser/ Ziemann, Andreas: Grundkurs Kommunikationswissenschaft. München, 2001

Kunczik, Michael/ Zipfel, Astrid: Publizistik. Stuttgart, 2001

Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Stuttgart, 2002

Maletzke, Gerhard: Kommunikationswissenschaft im Überblick. Grundlagen, Probleme, Perspektiven. Opladen, 1998

Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke Jürgen (Hg.): Das Fischer Lexikon Publizistik und Massenkommunikation. Frankfurt/Main, 2002

Pürer, Heinz: Einführung in die Publizistikwissenschaft. Konstanz, 1998

Pürer, Heinz: Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Handbuch. München, 2003

Leschke, Rainer: Einführung in die Medienethik. München, 2001

III. VERTIEFUNGEN: Empfohlene Lektüre

Die Studienordnung kennt viele unterschiedliche "Fächer". Sie sind zusammengefasst in den sieben Teildisziplinen, innerhalb derer ein vertieftes Studium zunächst durch die Diplomarbeit (oder die Dissertation) und dann durch die beiden Prüfungsfächer der kommissionellen Prüfung bzw. des Rigorosums gewählt wird. Die eigenen Interessen und die eigene Wissensrecherche werden hier im Vordergrund stehen, sodass nur eine Auswahl von Standard- und Überblicksdarstellungen sowie neuere Bücher aufgeführt sind, von der aus sich auch "rückwärts", also ältere Literatur, recherchieren lässt.

Die folgenden Listen wurden auf Anregung von W.R. Langenbacher zusammengestellt. Sie sind nicht systematisch mit den anderen Prüfern abgestimmt, diesen aber bekannt.

Sie sollen zur inhaltlichen Konturierung der jeweiligen Teildisziplinen dienen und Anregungen für eine selbstständige Prüfungsvorbereitung bieten. Diese sollte sich in einem eigenständigen Lektüreprofil niederschlagen, das spätestens zu Beginn der Prüfung vorgelegt wird.

1. Kommunikationstheorie

Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 4. aktualisierte Auflage. Wien u.a., 2002 (=Böhlau Studien Bücher)

Jarren, Otfried/Sarcinelli Ulrich/Saxer, Ulrich (Hrsg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil. Wiesbaden, 1998

Scholl, Armin/Weischenberg, Siegfried: Journalismus in der Gesellschaft. Theorie, Methodologie und Empirie. Wiesbaden, 1998

Löffelholz, Martin (Hg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. Wiesbaden, 2000

Dorer, Johanna/Geiger, Brigitte: Feministische Kommunikations- und Medienwissenschaft. Ansätze, Befunde und Perspektiven der aktuellen Entwicklung. Wiesbaden, 2002

Jarren, Otfried/ Donges, Patrick: Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung. Wiesbaden, 2002. 2 Bände!

Leschke, Rainer: Einführung in die Medientheorie. München, 2003

Kloock, Daniele/ Spahr, Angela: Medientheorien. Eine Einführung. Stuttgart 2000

Bentle, Günter/Brosius, Hans-Bernd/ Jarren, Otfried (Hg.): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden 2003

2. Empirische Kommunikationsforschung

2.1 Methodenlehre

Bortz, Jürgen/Döring, Nicola: Forschungsmethoden und Evaluation. Berlin, 2002

Noelle-Neumann, Elisabeth/Petersen, Thomas: Alle, nicht jeder. Einführung in die Methoden der Demoskopie. 3. Aufl., Berlin u.a., 2000

Schnell, R./Hill, P/ Esser, E.: Methoden empirischer Sozialforschung. München, 1999

2.2 Wirkungsforschung - Massenkommunikationsforschung

Adelmann, R./ Hesse, J.-O./ Keilbach, J./Stauff, M./ Thiele, M.: Grundlagentexte zur Fernsehwissenschaft. Theorie, Geschichte, Analyse. Konstanz, 2002

Bonfadelli, Heinz: Medienwirkungsforschung I. Grundlagen und theoretische Perspektiven. Konstanz, 2001

Bonfadelli, Heinz: Medienwirkungsforschung II. Anwendungen in Politik, Wirtschaft und Kultur. Konstanz, 2000

Schenk, Michael: Medienwirkungsforschung. Tübingen, 2002

3. Medienlehre und Medienkunde

Enzensberger, Hans Magnus: Baukasten zu einer Theorie der Medien. Kritische Diskurse zur Pressefreiheit (hg. von Peter Glotz) Reinhard Fischer Verlag, München, 1997 (= ex libris Kommunikation Band 8).

Groth, Otto: Vermittelte Mitteilung. Ein journalistisches Modell der Massenkommunikation (hg. von Wolfgang R. Langenbucher). München, 1998 (= ex libris Kommunikation Band 7)

Hickethier, Knut: Medien in Deutschland. Band 3: Film unter Mitarbeit von Joan Kristin Bleicher, Peter Hoff, Jürgen Kasten und Corinna Müller. Konstanz, noch nicht erschienen, erscheint 1/2004

Hiebel, Hans H. et al.: Die Medien. Logik - Leistung - Geschichte. München, 1998

Pürer, Heinz/Raabe, Johannes: Medien in Deutschland. Band 1: Presse 2., überarbeitete Auflage. Konstanz, 1996

Steinmaurer, Thomas: Konzentriert und verflochten. Österreichs Mediensystem im Überblick. Mit Beiträgen von Elfriede Scheipl und Thomas Ungerböck. Innsbruck/Wien/München, 2002

Stuiber, Heinz-Werner: Medien in Deutschland. Band 2: Rundfunk (in 2 Teilbänden). Konstanz, 1998

4. Kommunikations- und Mediengeschichte

Dussel, Konrad: Deutsche Rundfunkgeschichte. Eine Einführung. Konstanz, 1999 (=Uni Papers)

Habermas, Jürgen: Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Mit einem Vorwort zur Neuauflage 1990. (Erstausgabe 1962), Frankfurt a.M., 1990, Suhrkamp, 1991 (= stw 891)

Hiebel, Hans H.: Kleine Medienchronik. Von den ersten Schriftzeichen zum Mikrochip. München, 1998 (= BsR 1206)

Maase, Kaspar: Grenzenloses Vergnügen. Der Aufstieg der Massenkultur 1850 - 1970. Frankfurt a.M., 1997 (= FTB 16143)

Requate, Jörg: Journalismus als Beruf. Entstehung und Entwicklung des Journalistenberufs im 19. Jahrhundert. Deutschland im internationalen Vergleich. Göttingen, 1995 (= Kritische Studien zur Geschichtswissenschaft, Band 109)

Schanze, Helmut (Hg): Handbuch der Mediengeschichte. Stuttgart, 2001

Stöber, Rudolf: Deutsche Pressegeschichte. Einführung, Systematik, Glossar, Konstanz, 2000 (Uni Papers)

Wilke, Jürgen: Grundzüge der Medien- und Kommunikationsgeschichte: von den Anfängen bis ins 20. Jahrhundert. Köln u.a., 2000

5. Kommunikations- und Medienpolitik

Donges, Patrick/Jarren, Otfried/Schatz, Heribert (Hg.): Globalisierung der Medien? Medienpolitik in der Informationsgesellschaft. Opladen/Wiesbaden, 1999

Jarren, Otfried/Sarcinelli, Ulrich/Saxer, Ulrich (Hrsg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil, Wiesbaden, 1998

Jarren, Otfried: Politik und Medien: Einleitende Thesen zu Öffentlichkeitswandel, politischen Prozessen und politischer PR. In: Bentele, Günter/ Haller, Michael (Hg.): Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure, Strukturen, Veränderungen. Konstanz, 1997, S. 103 - 110.

Jarren, Otfried: Politische Kommunikation und Integration in der Mediengesellschaft. In: Forum Medienethik, 2, 1997, S. 43-49.

Jarren, Otfried /Röttger, Ulrike: Politiker, politische Öffentlichkeitsarbeiter und Journalisten als Handlungssystem. Ein Ansatz zum Verständnis politischer PR. In: Lothar Rolke / Volker Wolff (Hg.): Wie die Medien die Wirklichkeit steuern. Opladen/Wiesbaden, 1999

Latzer, Michael: Mediamatik - Die Konvergenz von Telekommunikation, Computer und Rundfunk, Wiesbaden, 1997

Tonnemacher, Jan: Kommunikationspolitik in Deutschland. Eine Einführung. Konstanz, 1996 (=Reihe Uni-Papers, Band 7)

6. Kommunikations- und Medienökonomie

Heinrich, Jürgen: Medienökonomie, Band.1: Mediensystem, Zeitung, Zeitschrift, Anzeigenblatt. Opladen, 2001

Heinrich, Jürgen: Medienökonomie. Band 2: Hörfunk und Fernsehen. Opladen, 1999

Karmasin, Matthias: Medienökonomie als Theorie(massen-)medialer Kommunikation. Kommunikationsökonomie und Stakeholder Theorie. Graz-Wien, 1998

Kiefer, Marie-Luise: Medienökonomik: Einführung in eine ökonomische Theorie der Medien. München/Wien, 2001

7. Kommunikations- und Medienpraxis

7.1 Journalismus

Haas, Hannes: Empirischer Journalismus. Verfahren zur Erkundung gesellschaftlicher Wirklichkeit. Wien/Köln/Weimar, 1999

Lorenz, Dagmar: Journalismus. Stuttgart, 2002

Löffelholz, Martin (Hg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. Wiesbaden, 2000

Neverla, Irene/Grittmann, Elke/Pater, Monika (Hg.): Grundlagentexte zur Journalistik. Konstanz, 2002

Ruß-Mohl, Stephan (Hg.): Wissenschafts-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. 4. Aufl. München/Leipzig, 2000

Weber, Stefan: Was steuert Journalismus? Ein System zwischen Selbstreferenz und Fremdsteuerung. Konstanz, 2000

7.2 Werbung.

Aaker, D.A./ Joachimsthaler, E.: Brand Leadership. Die Strategie für Siegermarken, Financial Times Prentice Hall, München, 1996

Bruhn, M: Integrierte Marktkommunikation. 2.Auflage, Schäfer-Poeschel Verlag, Stuttgart, 1995

Gries, Rainer: Produkte als Medien. Kulturgeschichte der Produktkommunikation in der Bundesrepublik und der DDR. Leipzig, 2003

Ingenkamp, K: Werbung und Gesellschaft. Hintergründe und Kritik der kulturwissenschaftlichen Reflexion von Werbung. Peter Lang, Frankfurt/Main, 1996

Jäckel, Michael (Hrsg.): Die umworbene Gesellschaft. Analysen zur Entwicklung der Werbekommunikation, Wiesbaden, 1998

Karmasin, H.: Produkte als Botschaft. Ueberreuter, 2. Auflage, Wien, 1998

Kroeber-Riel, W.: Bildkommunikation. Imagerystrategien für die Werbung, Verlag Vahlen. München, 1996

Kroeber-Riel, W./ Esch, F.R.: Strategie und Technik der Werbung. Kohlhammer, 5. Auflage, 2000

Trommsdorf, V.: Konsumentenverhalten. 4 Auflage, Edition Marketing, Kohlhammer, Stuttgart, 2002

Steinecke, A.: Erlebnis- und Konsumwelten. Oldenbourg, München, Wien, 2000

Opaschowski, H.W.: Kathedralen des 21. Jahrhunderts. Zeitalter der Eventkultur. Bat Freizeit-Forschungsinstitut. Hamburg, 2000.

Müller. M.: Grundlagen der visuellen Kommunikation. UVK, UTB Verlagsgesellschaft, Konstanz, 2003

Ogilvy, D.: Ogilvy über Werbung. Econ Verlag, Wien, Düsseldorf, 1984

Unger,D./ Fuchs. W.: Management der Marktkommunikation. 2. Auflage. Physica-Verlag, Heidelberg, 1999

Popcorn, F.; M., Lys: Evaluation. Die neue Macht des Weiblichen. 8 Strategien für frauenorientiertes Marketing. Heyne Verlag, München. 2001

Toscani , O.: Die Werbung ist ein lächelndes Aas. Fischer, Frankfurt a. Main, 1997

Schmidt, Siegfried J./ Spieß, Brigitte: Die Kommerzialisierung der Kommunikation- Fernsehwerbung und sozialer Wandel 1956-1989, Frankfurt am Main, 1996.

7.3 Öffentlichkeitsarbeit

Avenarius, Horst: Public Relations. Die Grundform der gesellschaftlichen Kommunikation. 2., überarb. Aufl. Darmstadt, 2000

Avenarius, Horst / Armbrecht, Wolfgang (Hg.): Ist Public Relations eine Wissenschaft? Eine Einführung. Opladen, 1992

Armbrecht, Wolfgang/Zabel, Ulf (Hg.): Normative Aspekte der Public Relations. Grundlagen und Perspektiven. Eine Einführung. Opladen, 1994

Bentele, Günter/Steinmann, Horst/Zerfaß, Ansgar (Hg.): Dialogorientierte Unternehmenskommunikation. Grundlagen - Praxiserfahrungen - Perspektiven. Berlin, 1996 Bentele, Günter/Steinmann, Horst/Zerfaß, Ansgar (Hg.): Dialogorientierte Unternehmenskommunikation. Grundlagen - Praxiserfahrungen - Perspektiven. Berlin, 1996 Cutlip, Scott M./Center, Allen H./Broom, Glen M.: Effective Public Relations. 8th ed. Upper Saddle River, 2000 Grunig, James E.: Excellence in Public Relations and Communication Management. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, 1992 Koks, Klaus: Glanz und Elend der PR. Zur praktischen Philosophie der Öffentlichkeitsarbeit. Wiesbaden, 2001 Kunczik, Michael: Public Relations. Konzepte und Theorien. 4., völlig

überarb. Aufl. Köln, 2002 Mast, Claudia: Unternehmenskommunikation. Ein Leitfaden. Stuttgart, 2002 Röttger, Ulrike (Hg.): PR-Kampagnen. Über die Inszenierung von Öffentlichkeit. Opladen, 1997

Röttger, Ulrike: Public Relations - Organisation und Profession. Öffentlichkeitsarbeit als Organisationsfunktion. Eine Berufsfeldstudie. Wiesbaden, 2000

Ronneberger, Franz/Rühl, Manfred: Theorie der Public Relations. Ein Entwurf. Opladen, 1992 Zerfaß, Ansgar: Unternehmensführung und Öffentlichkeitsarbeit. Grundlegung einer Theorie der Unternehmenskommunikation und Public Relations. Opladen, 1996

Für den Inhalt verantwortlich: Wolfgang R. Langenbucher, Astrid Dietrich, Marian Adolf