

# *Sektion Medien- und* **Kommunikationssoziologie**

## **Nachschlagewerke**

**Barnouw, E., Gerbner, G., Schramm, W., Worth, T.L. & Gross, L.** (Hg.) (1989): International Encyclopedia of Communications. 4 Bde. New York/Oxford.

**Noelle-Neumann, E., Schulz, W. & Wilke, J.** (Hg.) (1994): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt/Main.

**Silbermann, A.** (Hg.) (1982): Handwörterbuch der Massenkommunikation und Medienforschung. 2 Bde. Berlin.

## **Einführungen, Übersichten, Sammelbände**

**Burkart, R.** (1998): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. Wien.

**Charlton, M./Schneider, S.** (Hg.) (1997): Rezeptionsforschung. Theorien und Untersuchungen zum Umgang mit Massenmedien. Opladen.

**Faßler, M.** (1997): Was ist Kommunikation? München.

**Gumbrecht, H.U. & Pfeiffer, K.L.** (Hg.) (1988): Materialität der Kommunikation. Frankfurt/Main.

**Jensen, K.B./Jankowski, N.W.** (Hg.) (1991): A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research. London/New York.

**Kaase, M. & Schulz, W.** (Hg.) (1989): Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde. Opladen: Sonderheft 30 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie.

**Lindlof, Th.R.** (1995): Qualitative Communication Research Methods. London.

**McQuail, D.** (1997): Audience Analysis. Sage.

**Merten, K., Schmidt, S. & Weischenberg, S.** (Hg.) (1994): Die Wirklichkeit der Medien. Opladen.

**Müller-Doohm, St. & Neumann-Braun, K.** (Hg.) (1995): Kulturinszenierungen. Frankfurt/Main.

**Schenk, M.** (1995): Soziale Netzwerke und Massenmedien. Untersuchungen zum Einfluß der persönlichen Kommunikation. Tübingen.

**Jäckel, M.** (1999): Medienwirkungen. Ein Studienbuch zur Einführung. Opladen/Wiesbaden.

**Rössler, P.; Hasebrink, U.; Jäckel, M.** (Hrsg.) (2001): Theoretische Perspektiven der Rezeptionsforschung. München.

## **Öffentlichkeit**

**Gerhards, J.** (1993): Neue Konfliktlinien in der Mobilisierung öffentlicher Meinung. Eine Fallstudie. Opladen.

**Habermas, J.** (1990): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Frankfurt/Main (Orig. 1962).

**Neidhardt, F.** (Hg.) (1994): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegung. Opladen: Sonderheft 34 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie.

## **Medienforschung in sprachsoziologischer Perspektive**

**Burger, H.** (1990): Sprache der Massenmedien. Berlin.

**Holly, W. & Püschel, U.** (Hg.) (1993): Medienrezeption als Aneignung. Opladen.

**Keppler, A.** (1994): Tischgespräche. Frankfurt/Main.

## **Massenkommunikation und Geschlecht**

**Angerer, M.-L. & Dorer, J.** (Hg.) (1994): Gender und Medien. Wien.

**Brunsdon, Ch./Morley, D.** (Hg.) (1997): Feminist Television Criticism. A Reader. Oxford.

## **Medium: Radio**

**Bucher, H.-J.** (1995): Radiotrends. Formate, Konzepte, Analysen. Baden-Baden.

**Goffman, E.** (1981): Radio-Talk. in: Goffman, E.: Forms of Talk. Oxford, S.197-327.

**Goldhammer, K.** (1995): Formatradio in Deutschland. Konzepte, Techniken und Hintergründe der Programmgestaltung von Hörfunkstationen. Berlin.

**Neumann-Braun, K.** (1993): Rundfunkunterhaltung: zur Inszenierung publikumsnaher Kommunikationsereignisse. Tübingen

## **Medium: Film**

**Carroll, N.** (1998): Philosophy of Mass Art. Oxford.

**Goetsch, P./Scheunemann, D.** (Hg.) (1997): Text und Ton im Film. Tübingen.

**Paech, J.** (Hg.) (1994): Film, Fernsehen, Video und die Künste. Strategien der Intermedialität. Stuttgart.

## **Medium: Fernsehen**

**Biere, B.U./Hoberg, R.** (Hg.) (1996): Mündlichkeit und Schriftlichkeit im Fernsehen. Tübingen.

**Fiske, J.** (1987): Television Culture. London.

**Griem, J.** (Hg.) (1998): Bildschirmfiktionen. Interferenzen zwischen Literatur und neuen Medien. Tübingen.

**Hasebrink, U./Krotz, F.** (Hg.) (1996): Die Zuschauer als Fernsehregisseure? Baden-Baden.

**Winter, R.** (1995): Der produktive Zuschauer. Medienaneignung als kultureller und ästhetischer Prozeß. München.

**Jäckel, M.** (1996): Wahlfreiheit in der Fernsehnutzung. Eine soziologische Analyse zur Individualisierung der Massenkommunikation. Opladen 1996.

## **„Neue Medien“**

**Dery, M.** (1997): Cyber. Die Kultur der Zukunft. Berlin.

**Faßler, M. & Halbach, W.R.** (Hg.) (1994): Cyberspace. Gemeinschaften, virtuelle Kolonien, Öffentlichkeiten. München.

**Höflich, J. R.** (1996): Technisch vermittelte interpersonale Kommunikation. Grundlagen, organisatorische Medienverwendung, Konstitution 'elektronischer Gemeinschaften'. Opladen.

**Schenk, M. et al.** (1996): Innovationen im Kommunikationssystem. Eine empirische Studie zur Diffusion von Datenfernübertragung und Mobilfunk. Münster und Hamburg.

**Stegbauer, C.,** 2001, Grenzen virtueller Gemeinschaft. Strukturen internetbasierter Kommunikationsforen. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.