
Matthias Potthoff (Hrsg.)

Schlüsselwerke der Medienwirkungsforschung

Inhalt

Vorwort	VI
Zur Auswahl der Schlüsselwerke	1
<i>Matthias Potthoff</i>	
The Invasion from Mars. A Study in the Psychology of Panic von Hadley Cantril unter der Mitarbeit von Hazel Gaudet und Herta Herzog (1940)	13
<i>Martin R. Herbers</i>	
The People's Choice. How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign von Paul Felix Lazarsfeld, Bernard Berelson und Hazel Gaudet (1944)	25
<i>Monika Taddicken</i>	
Experiments on Mass Communication von Carl I. Hovland, Arthur A. Lumsdaine und Fred D. Sheffield (1949)	37
<i>Thomas Roessing</i>	
Communication and Persuasion von Carl I. Hovland, Irving L. Janis und Harold H. Kelley (1953)	49
<i>Nikolaus Jakob und Christine Hueß</i>	
Personal Influence. The Part Played by the People in the Flow of Mass Communication von Elihu Katz und Paul Felix Lazarsfeld (1955)	61
<i>Jens Woelke und Sebastian Koch</i>	

Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance von Donald Horton und R. Richard Wohl (1956) ... 75 <i>Tilo Hartmann</i>	
The Effects of Mass Communication von Joseph T. Klapper (1960) 85 <i>Michael Schenk</i>	
Diffusion of Innovations von Everett M. Rogers (1962) 97 <i>Veronika Karnowski und Anna Sophie Kämpel</i>	
Mass Media Flow and Differential Growth in Knowledge von Philipp J. Tichenor, George A. Donohue und Clarice N. Olien (1970) 109 <i>Heinz Bonfadelli</i>	
The Agenda-Setting Function of Mass Media von Maxwell E. McCombs und Donald L. Shaw (1972) 121 <i>Patrick Rössler</i>	
Living with Television: The Violence Profile von George Gerbner und Larry Gross (1976) 135 <i>Christine E. Meltzer, Constanze Rossmann und Anna Schnauber</i>	
Wie informiert das Fernsehen? Ein Indizienbeweis von Bernhard Wember (1976) 147 <i>Andreas Wagenknecht</i>	
The Variable Nature of News Media Influence von Harold Gene Zucker (1978) 161 <i>Matthias Potthoff</i>	
Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung – unsere soziale Haut von Elisabeth Noelle-Neumann (1980) 173 <i>Hans Mathias Kepplinger</i>	
Der dynamisch-transaktionale Ansatz. Ein neues Paradigma der Medienwirkungen von Werner Früh und Klaus Schönbach (1982) 183 <i>Volker Gehrau</i>	

The Third-Person Effect in Communication von W. Phillips Davison (1983)	195
<i>Marco Dohle</i>	
Das unterschätzte Medium. Politische Wirkungen von Presse und Fernsehen im Vergleich von Klaus Schönbach (1983)	205
<i>Carsten Wunsch und Miriam Czichon</i>	
Processing the News: How People Tame the Information Tide von Doris A. Graber (1984)	219
<i>Hans-Bernd Brosius und Julian Unkel</i>	
Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitude Change von Richard E. Petty & John T. Cacioppo (1986)	231
<i>Franziska Marquart und Brigitte Naderer</i>	
Darstellungseffekte: Experimentelle Untersuchungen zur Wirkung von Pressefotos und Fernsehfilmen von Hans Mathias Kepplinger (1987)	243
<i>Matthias Potthoff und Antal Wozniak</i>	
Medienwirkung trotz Selektion: Einflussfaktoren auf die Zuwendung zu Zeitungsinhalten von Wolfgang Donsbach (1991)	259
<i>Cornelia Mothes und Susan Schenk</i>	
Realitätsvermittlung durch Massenmedien. Die permanente Transformation der Wirklichkeit von Werner Früh (1994)	271
<i>Sebastian Hagen und Felix Frey</i>	
Eskalation durch Berichterstattung? Massenmedien und fremdenfeindliche Gewalt von Hans-Bernd Brosius und Frank Esser (1995)	285
<i>Bertram Scheufele</i>	
Alltagsrationalität in der Nachrichtenrezeption. Ein Modell zur Wahrnehmung und Verarbeitung von Nachrichteninhalten von Hans- Bernd Brosius (1995)	297
<i>Alexander Haas</i>	

Frames – Framing – Framing-Effekte: Theoretische und methodische Grundlegung des Framing-Ansatzes sowie empirische Befunde zur Nachrichtenproduktion von Bertram Scheufele (2003)	309
<i>Stefan Geiß und Christian Schemer</i>	
Autorinnen und Autoren	323