

Literaturverzeichnis

- 11 Bibliographien. Lexika
12 Jahrbücher. Geschäftsberichte
21 Kommunikationswissenschaft und -forschung
22 Journalismus. Medienberufe
23 Publizistische Persönlichkeiten
24 Medieninstitute
31 Kommunikation
32 Kommunikationspolitik
33 Lokalkommunikation. Bundesländer
41 Massenkommunikation Politik
42 Massenkommunikation Gesellschaft
43 Massenkommunikation Kultur
- 51 Telekommunikation. Informationsgesellschaft
52 Neue Technologien. Multimedia
61 Internationale Kommunikation
62 Europa Kommunikation
71 Massenmedien, allgemein
72 Medien Bildung
73 Medien Ökonomie
74 Medien Recht
75 Rundfunk
76 Werbung
- 81 Publikum. Mediennutzung
82 Rezeptionsforschung
83 Kinder Jugendliche Medien
- 91 Literatur zu einzelnen Ländern

11 Bibliographien. Lexika

Ubbens, Wilbert: Jahresbibliographie Massenkommunikation 1998: systematisches Verzeichnis der im Jahre 1998 innerhalb und außerhalb des Buchhandels veröffentlichten Literatur zu Presse, Rundfunk, Hörfunk, Fernsehen, Film, Telekommunikation und angrenzenden Problemen. – Berlin: Spieß, 2000. – 422 S.

12 Jahrbücher. Geschäftsberichte

Bertelsmann Geschäftsbericht 1998/99. – Gütersloh: Bertelsmann, 2000. – 100 S.

Deutsche Fachpresse 2000: Jahrbuch der Fachinformation. – Bonn: VDZ, 2000. – 192 S.

EBU Yearbook 2000: 50 years EBU. – Grand-Saconnex: European Broadcasting Union, 2000. – 64 S.

Forschungsbericht 1999/2000. – Hamburg: Hans-Bredow-Institut, 2000. – 70 S.

Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen 2000/01. – Baden-Baden: Nomos, 2000. – 927 S.

Jaarverslag 1999. – Hilversum: NCRV, 2000. – 36 S.

Jahrbuch 2000: mit der Spruchpraxis des Jahres 1999/Deutscher Presserat (Hrsg.). – Bonn: Deutscher Presserat, 2000. – 336 S.

Jahresbericht 1999. – München: Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis, 2000. – 138 S.

Rechenschaftsbericht des Direktors für das Jahr 1999/Unabhängige Landesanstalt für das Rundfunkwesen, ULR (Hrsg.). – Kiel: ULR, 2000. – 55 S.

Stamm 2000: Leitfaden durch Presse und Werbung. – Essen: Stamm Verlag, 2000. – 2 Bde

ZDF Jahrbuch 99 / Zweites Deutsches Fernsehen (Hrsg.). – Mainz: ZDF, 2000. – 463 S.

21 Kommunikationswissenschaft und -forschung

Berger, Arthur Asa: Media and communication research methods: an introduction to qualitative and quantitative approaches. – London: Sage, 2000. – 293 S.

Emmison, Michael; Philip Smith: Researching the visual: images, objects, contexts and interactions in social and cultural inquiry. – London: Sage, 2000. – 242 S.

Porst, Rolf: Praxis der Umfrageforschung. – Wiesbaden: Teubner, 2000. – 211 S.

Silverstone, Roger: Why study the media?. – London: Sage, 2000. – 165 S.

22 Journalismus. Medienberufe

Bertrand, Claude-Jean: Media ethics and accountability systems. – New Brunswick: Transaction, 2000. – 163 S.

Field, Syd u. a.: Drehbuchschreiben für Fernsehen und Film: ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. – München: List, 2000. – 247 S. (Journalistische Praxis)

Rossié, Michael: Sprechertraining: Texte präsentieren in Radio, Fernsehen und vor Publikum. – München: List, 2000. – 269 S.

rechtliche Programme im Vergleich. – Berlin: Vistas, 2000. – 107 S. (Schriftenreihe der MABB; 9)

23 Publizistische Persönlichkeiten

Jäger, Karl: Mitteilung statt Medium / Kutsch, Arnulf; Stefanie Averbeck (Hrsg.). – München: R. Fischer, 2000. – 319 S. (ex libris Kommunikation; 9)

41 Massenkommunikation Politik

Beierwaltes, Andreas: Demokratie und Medien: der Begriff der Öffentlichkeit und seine Bedeutung für die Demokratie in Europa. – Baden-Baden: Nomos, 2000. – 291 S. (Schriften des Zentrums Integrationsforschung; 16)

Faulstich, Werner: Grundwissen der Öffentlichkeitsarbeit. – München: Fink, 2000. – 246 S. (UTB für Wissenschaft; 2151)

Internet und Demokratie/Woyke, Wichard (Hrsg.). – Schwalbach: Wochenschau Verlag, 1999. – 64 S.

Jarren, Otfried; Patrick Donges: Medienregulierung durch die Gesellschaft?: eine steuerungstheoretische und komparative Studie mit Schwerpunkt Schweiz. – Wiesbaden: Westdeutscher, 2000. – 279 S.

McQuail, Denis: Mass communication theory. – London: Sage, 2000. – 542 S.

Pörksen, Bernhard: Die Konstruktion von Feindbildern: zum Sprachgebrauch in neonazistischen Medien. – Wiesbaden: Westdeutscher, 2000. – 232 S.

Die Veröffentlichung des Privaten: die Privatisierung der Öffentlichkeit/Imhof, Kurt; Peter Schulz (Hrsg.). – Wiesbaden: Westdeutscher, 1998. – 366 S.

33 Lokalkommunikation. Bundesländer

Brosius, Hans-Bernd; Stefan Weiler: Pro grammalyse nichtkommerzieller Lokalradios in Hessen. – München: Kopäd, 2000. – 217 S.

Media Guide 2000: Nordrhein-Westfalen. – Köln: Messe Treff Verlags-GmbH, 2000. – 112 S.

Medien Handbuch Hamburg 2000: über 10.000 Adressen für TV, Funk, Film, Design, Fotografie, Presse, Werbung, Neue Medien sowie aus Kunst und Kultur. – Hamburg: Kammerer & Unverzagt; Christians, 2000. – 606 S.

Nippa, Michael; Jan Hachenberger; Petra Nippa: Auswirkungen des Internets auf private Rundfunkveranstalter in Sachsen: Bestandsaufnahme, Anwendungsvoraussetzungen, Geschäftsmodelle und Handlungsempfehlungen. – Berlin: Vistas, 2000. – 238 S. (Schriftenreihe der SLM; 9)

Schneider, Beate; Wiebke Möhring; Dieter Stürzebecher: Ortsbestimmung: Lokaljournalismus in den neuen Ländern. – Konstanz: UVK, 1999. – 281 S. plus Anhang

Wichert, Lothar: Radioprofile in Berlin-Brandenburg: die privaten und zwei öffentlich-

42 Massenkommunikation Gesellschaft

Migranten und Medien: neue Herausforderungen an die Integrationsfunktion von Presse und Rundfunk/Schatz, Heribert; Jörg-Uwe Nieland; Christina Holtz-Bacha (Hrsg.). – Wiesbaden: Westdeutscher, 2000. – 285 S.

Zurawski, Nils: Virtuelle Ethnizität: Studien zu Identität, Kultur und Internet. – Frankfurt: Lang, 2000. – 283 S. (Soziologie und Anthropologie; 11)

43 Massenkommunikation Kultur

Harvey, Kerric: Eden online: re-inventing humanity in a technological universe. – Cresskill: Hampton Press, 2000. – 264 S.

Langan, Thomas: Surviving the age of virtual reality. – Columbia: University of Missouri Press, 2000. – 184 S.

Singhal, Arvind; Everett Rogers: Entertainment-education: a communication strategy for social change. – Mahwah: Erlbaum, 1999. – 265 S.

51 Telekommunikation. Informationsgesellschaft

Competition, regulation, and convergence: current trends in telecommunications policy research; Telecommunications policy Research Conference, 1998/Gillett, Sharon Eisner; Ingo Vogelsang (Hrsg.). – Mahwah: Erlbaum, 1999. – 327 S.

Distelkamp, Martin: Wettbewerbspotenziale der deutschen Kabel-TV-Infrastruktur. – Bad Honnef: WIK, 2000. – 84 S. (Diskussionsbeiträge; 203)

Distelkamp, Martin u. a.: Beschäftigungswirkungen der Liberalisierung im Telekommunikationssektor in der Bundesrepublik Deutschland. – Bad Honnef: WIK, 2000. – 147 S. (Diskussionsbeiträge; 202)

Elsenbast, Wolfgang; Hilke Smit: Gesamtwirtschaftliche Auswirkungen der Marktoffnung auf dem deutschen Postmarkt. – Bad Honnef: WIK, 2000. – 211 S. (Diskussionsbeiträge; 204)

Global@home: Informations- und Dienstleistungsstrukturen der Zukunft/Kubicek, Herbert u. a. (Hrsg.). – Heidelberg: Hüthig, 2000. – 517 S. (Jahrbuch Telekommunikation und Gesellschaft; 2000)

Kulenkampff, Gabriele: Der Markt für Internet-Telefonie: Rahmenbedingungen, Unternehmensstrategien und Marktentwicklung. – Bad Honnef: WIK, 2000. – 112 S. (Diskussionsbeiträge; 206)

Modell Deutschland: Reif für die Globalisierung?: zum Verhältnis von Politik und Ökonomie. – Hamburg: Körber-Stiftung, 2000. – 147 S. (Bergedorfer Gesprächskreis; 117)

Psychology and the Internet: intrapersonal, interpersonal, and transpersonal implications/Gackenbach, Jayne (Hrsg.). – London: Academic Press, 2000. – 369 S.

Sicherheit der Informationsgesellschaft: Gefährdung und Schutz informationsabhängiger Infrastrukturen/Geiger, Gebhard (Hrsg.). – Baden-Baden: Nomos, 2000. – 201 S.

Smit, Hilke: Die Anwendung der GATS-Prinzipien auf dem Postsektor und Auswirkungen auf die nationale Regulierung. – Bad Honnef:

WIK, 2000. – 94 S. (Diskussionsbeiträge; 205)

Stamm, Peter: Entwicklungsstand und Perspektiven von Powerline Communication. – Bad Honnef: WIK, 2000. – 85 S. (Diskussionsbeiträge; 201)

Understanding the Internet of global networks on local social, political and cultural values: first symposium of the German American Academic Council's Project „Global networks and local values“, Dresden 1999/Engel, Christoph; Kenneth Keller (Hrsg.). – Baden-Baden: Nomos, 2000. – 298 S. (Law and economics of international telecommunications; 42)

Valovic, Thomas: Digital mythologies: the hidden complexities of the Internet. – New Brunswick: Rutgers University Press, 2000. – 220 S.

Vulner, Jo: Info-Wahn: eine Abrechnung mit dem Multimedienjahrzehnt. – Wien: Springer, 2000. – 409 S.

52 neue Technologien. Multimedia

10 Erfolgsfaktoren im e-business: die Strategien der Gewinner, eine Analyse neuer Geschäftsansätze im Internet. – Frankfurt: FAZ-Institut, 2000. – 180 S.

Alexander, Janet E.; Marsha Ann Tate: Web wisdom: how to evaluate and create information quality on the web. – Mahwah: Erlbaum, 1999. – 156 S.

The economics, technology, and content of digital TV/Gerbarg, Darcy (Hrsg.). – Boston: Kluwer, 1999. – 330 S. (Economics of science, technology and innovation; 15)

Managing healthcare information systems with web-enabled technologies/Eder, Lauren (Hrsg.). – London: Idea Group Publishing, 2000. – 277 S.

Schössler, Julia: Konsequenzen der Digitalisierung für werbefinanzierte TV-Veranstalter. – Köln: Institut für Rundfunkökonomie, 2000. – 61 S. (Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln; 122)

Todreas, Timothy M.: Value creation and branding in television's digital age. – Westport: Quorum, 2000. – 222 S.

61 internationale Kommunikation

Kommunikation über Grenzen und Kulturen/Brosius, Hans-Bernd (Hrsg.). – Konstanz:

UVK, 2000. – 440 S. (Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft; 27)

Thieme, Werner Maximilian: Interkulturelle Kommunikation und internationales Marketing: theoretische Grundlagen als Anknüpfungspunkt für ein Management kultureller Unterschiede. – Frankfurt: Lang, 2000. – 439 S. (Europäische Hochschulschriften, Reihe 40; 71)

62 Europa Kommunikation

The Information society in Europe: work and life in an age of globalization/Ducatel, Ken; Juliet Webster; Werner Herrmann (Hrsg.). – Lanham: Rowman & Littlefield, 2000. – 322 S.

71 Massenmedien, allgemein

Gender, politics and communication/Sreberny, Annabelle; Liesbet van Zoonen (Hrsg.). – Cresskill: Hampton Press, 2000. – 345 S.

Islam and the West in the mass media: fragmented images in a globalizing world/Hafez, Kai (Hrsg.). – Cresskill: Hampton Press, 2000. – 285 S.

Sexual rhetoric: media perspectives on sexuality, gender, and identity/Carstarphen, Meta G.; Susan C. Zavoina (Hrsg.). – Westport: Greenwood Press, 1999. – 304 S.

Sremac, Danielle S.: War of words: Washington tackles the Yugoslav conflict. – Westport: Praeger, 1999. – 284 S.

Wersig, Gernot: Informations- und Kommunikationstechnologien: eine Einführung in Geschichte, Grundlagen und Zusammenhänge. – Konstanz: UVK, 2000. – 209 S. (Reihe Uni-Papers; 13)

72 Medien Bildung

Bildung im Cyberspace: vom Grafik-Design zum künstlerischen Arbeiten in Netzen: Entwicklung und Erprobung eines Weiterbildungskonzeptes: Projektband 1/Thiedecke, Udo (Hrsg.). – Wiesbaden: Westdeutscher, 2000. – 242 S.

73 Medien Ökonomie

Bauder, Marc: Die Medienkonzerne Time Warner und News Corporation Ltd.: ein Ver-

gleich ihrer Anpassungsfähigkeit an technologische Entwicklungen und veränderte Marktbedingungen. – Köln: Institut für Rundfunkökonomie, 2000. – 36 S. (Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln; 120)

Evans, Philip; Thomas Wurster: Web-attack: Strategien für die Internet-Revolution. – München: Hanser, 2000. – 219 S.

Hudetz, Walter; Peter Schünke: Zukunftsperpektiven der Medienwirtschaft: eine Erhebung des Fraunhofer-Instituts für Systemtechnik und Innovationsforschung. – Karlsruhe: ISI, 1999. – 28 S.

Karmasin, Matthias: Medienökonomie als (massen-)mediale Kommunikation: Kommunikationsökonomie und Stakeholder Theorie. – Graz: Nausner & Nausner, 1998. – 407 S.

May, Frank Christian: Der gebundene Buchpreis: eine ökonomische Betrachtung. – Köln: Institut für Rundfunkökonomie, 2000. – 63 S. (Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln; 132)

Ökonomie der audiovisuellen Medien: Bd. 1: Fernsehen / Mühl-Benninghaus, Wolfgang; Axel Zerdick (Hrsg.). – Berlin: Vistas, 2000. – 210 S.

Steininger, Christian: Zur politischen Ökonomie der Medien: eine Untersuchung am Beispiel des dualen Rundfunksystems. – Wien: WUV, 2000. – 272 S. (Dissertationen der Universität Wien; 66)

Ziermann, Klaus: Der deutsche Buch- und Taschenbuchmarkt 1945 – 1995. – Berlin: Spiess, 2000. – 319 S.

74 Medien Recht

Deutschland einig Rundfunkland?: eine Dokumentation zur Wiedervereinigung des deutschen Rundfunksystems 1989 – 1991/Tichy, Roland; Sylvia Dietl (Hrsg.). – München: R. Fischer, 2000. – 390 S.

Di Fabio, Udo: Der Schutz der Menschenwürde durch Allgemeine Programmgrundsätze: Rechtsgutachten. – München: R. Fischer, 2000. – 104 S. (BLM-Schriftenreihe; 60)

Duvinage, Peter: Der Sport im Fernsehen: die Sicht der Rechteagenturen. – Köln: Institut für Rundfunkökonomie, 2000. – 14 S. (Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln; 130)

Gersdorf, Hubertus: Medienrechtliche Zulässigkeit des TV-Formats „Big Brother“: Rechtsgutachten im Auftrag der RTL2 Fernsehen GMBH & Ko KG. – Heidelberg: C.F.N. Müller, 2000. – 37 S. (RTkom-Sonderdruck)

Löffler, Severin: Mediendelikte im IPR und IZPR: Persönlichkeitsverletzungen durch Medien im Spiegel des deutschen, französischen, schweizerischen und österreichischen Rechts unter besonderer Berücksichtigung des Internets und des Gegendarstellungsanspruchs. – Frankfurt: Lang, 2000. – 290 S. (Europäische Hochschulschriften, Reihe 02; 2801)

Mailänder, Peter: Konzentrationskontrolle zur Sicherung von Meinungsvielfalt im privaten Rundfunk: eine vergleichende Untersuchung der Rechtslage in Deutschland, Frankreich, Italien, Großbritannien, Spanien, Österreich sowie den Niederlanden und im Europäischen Recht. – Baden-Baden: Nomos, 2000. – 403 S.

Muth, Susanne: Die Bestimmung des anwendbaren Rechts bei Urheberrechtsverletzungen im Internet. – Frankfurt: Lang, 2000. – 217 S. (Europäische Hochschulschriften, Reihe 02; 2814)

Nachtwey, Eckard; Willers, Peter: Rechtshandbuch Bürgermedien. – Kiel: ULR, 1999. – 191 S.

Pleitgen, Fritz: Der Sport im Fernsehen. – Köln: Institut für Rundfunkökonomie, 2000. – 16 S. (Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln; 127)

Real law@virtual space: communication regulation in cyberspace/Drucker, Susan J.; Gary Gumpert(Hrsg.). – Cresskill: Hampton Press, 1999. – 436 S.

Schorlemer, Sabine von: Globale Telekommunikation und Entwicklungsländer: die Liberalisierung von Telekommunikationsdiensten in GATT/WTO. – Baden-Baden: Nomos, 2000. – 517 S.

Selmer, Peter: Kurzberichterstattung und Schutzlisten für Sportübertragungen aus juristischer Sicht. – Köln: Institut für Rundfunkökonomie, 2000. – 18 S. (Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln; 133)

Stammler, Dieter: Projekt Kommunikationsrat: Chancen einer effizienten Koordination in der Medienpolitik?: Gutachten. – Bonn: Friedrich-Ebert-Stiftung, 2000. – 59 S.

Wettbewerb auf Telekommunikations- und Postmärkten?: Sondergutachten der Monopolkommission gemäß § 81 Abs. 3 Telekommunikationsgesetz und §44 Postgesetz. – Baden-Baden: Nomos, 2000. – 66 S. (Sondergutachten der Monopolkommission; 29)

Wolf, Dieter: Zentrale Vermarktung oder Einzelvermarktung von Mannschaftssport im Fernsehen?: die Sicht des deutschen und europäischen Kartellrechts. – Köln: Institut für Rundfunkökonomie, 2000. – 9 S. (Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln; 125)

75 Rundfunk

Bürgerbeteiligung und Medien: Dokumentation der Bürgermedienkongresses im Dezember 1999 in Hannover. – Berlin: Vistas, 2000. – 145 S. (Schriftenreihe der NLM; 8)

Kops, Manfred: Diversifizierte Verfahren zur Bereitstellung von Informationsgütern. – Köln: Institut für Rundfunkökonomie, 2000. – 57 S. (Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln; 123)

Media entertainment: the psychology of its appeal/Zillmann, Dolf; Peter Vorderer (Hrsg.). – Mahwah: Erlbaum, 2000. – 281 S.

Olschewski, Jobst: Planung des wirtschaftlichen Einsatzes von Programm-Trailern im Programm von Fernsehveranstaltern. – Köln: Institut für Rundfunkökonomie, 2000. – 127 S. (Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln; 126)

Volpers, Helmut; Christian Salwiczek; Detlef Schnier: Regionalfenster im Programm von RTL und SAT.1: eine vergleichende Inhaltsanalyse von Programmangeboten und journalistischer Qualität. – Opladen: Leske + Budrich, 2000. – 345 S. plus Anh. (Schriftenreihe Medienforschung der LFR; 35)

ZDF.vision: das Programmbouquet: digital und interaktiv. – Mainz: ZDF, 2000. – 75 S. (ZDF-Schriftenreihe; 58)

76 Werbung

Jahrbuch Sponsoring 2000/Strahlendorf, Peter (Hrsg.). – Hamburg: VMK, 2000. – 208 S.

Jankowski, Jule; Lisa Neundorfer: Selbstbild und Fremdbild der Zielgruppe 50plus in der Werbung: eine Untersuchung des IFAK-Insti-

tuts, Taunusstein. – München: R. Fischer, 2000. – 116 S. (BLM-Schriftenreihe; 59)

Werbefilme produzieren: Richtlinien für die Herstellung von Fernseh- und Kinospots: vom Auftraggeberbriefing bis zur Ausstrahlung. – Hamburg: VDW, 2000. – 98 S.

81 Publikum. Mediennutzung

Communication and aging/Jon F. Nussbaum u. a. (Mitarb.). 2. edition. – Mahwah: Erlbaum, 2000. – 368 S.

Die Selektivseher als strategische Planungszielgruppe: der Beitrag der Selektivseher zu mehr Planungseffizienz. – Mainz: ZDF, 2000. – 24 S.

„Vater, Mutter, Kind, TV...“: zwischen ABC und Hörsaal: wir gehen auf Sendung; Fachtagung des Forums Medienpädagogik der BLM 3. und 4. – München: R. Fischer, 2000. – 136 S. (BLM-Schriftenreihe; 56)

Webster, James G.; Patricia Phalen: The mass audience: rediscovering the dominant model. – Mahwah: Erlbaum, 1997. – 158 S.

82 Rezeptionsforschung

Barker, Chris: Cultural studies: theory and practice. – London: Sage, 2000. – 424 S.

Consuming audiences?: production and reception in media research/Hagen, Ingunn; Janet Wasko(Hrsg.). – Cresskill: Hampton Press, 2000. – 330 S.

Couldry, Nick: Inside culture: re-imagining the method of cultural studies. – London: Sage, 2000. – 166 S.

Mythologies of violence in postmodern media/Sharrett, Christopher (Hrsg.). – Detroit: Wayne State University Press, 2000. – 453 S.

Owen, Rob: Gen X TV: the brady bunch to Melrose Place. – Syracuse: Syracuse University Press, 2000. – 225 S.

Politik des Vergnügens: zur Diskussion der Populärfiktion in den cultural studies/Göttlich, Udo; Rainer Winter (Hrsg.). – Köln: Halem, 2000. – 342 S. (Fiktion und Fiktionalisierung; 3)

Sturm, Hertha: Der gestreßte Zuschauer: Folgerungen für eine rezipientenorientierte Dramaturgie/Greve-Partsch, Marianne Doelker, Christian (Hrsg.). – Stuttgart: Klett-Cotta, 2000. – 220 S.

Webster, James G.; Phalen, Patricia F.; Plichty, Lawrence W.: Ratings analysis: theory and practice of audience research. – Mahwah: Erlbaum, 2000. – 282 S.

83 Kinder Jugendliche Medien

Mayer, Gerhard: Risse im Alltäglichen: die Rezeption okkulter Darstellungen in Filmen. – Frankfurt: Lang, 2000. – 325 S. (Europäische Hochschulschriften, Reihe 06; 655)

91 Literatur zu einzelnen Ländern

Bishop, Ronald: To protect and serve: the „guard dog“ function of journalism in coverage of the Japanese-American internment. – Columbia: AEJMC, 2000. – 103 S. (Journalism & Communication monographs; 2000/2)

Harrie, Eva: The Nordic Media market 2000: media companies and business activities: Denmark, Finland, Iceland, Norway, Sweden. – Göteborg: Nordicom, 2000. – 81 S. (Nordic media trends; 5)

Herman, Edward S.: The myth of the liberal media. – Frankfurt: Lang, 1999. – 328 S. (Media & culture; 2)

Hong, Junhao: The internationalization of television in China: the evolution of ideology, society, and media since the reform. – Westport: Praeger, 2000. – 165 S.

McCourt, Tom: Conflicting communication interests in America: the case of National Public Radio: Praeger, 1999. – 210 S.

Presse Handbuch 2000. – Wien: Verband Österreichischer Zeitungen, 2000. – 975 S.

Zhao, Yuezhong: Media, market and democracy in China: Between the party line and the bottom line. – Urbana: Univ. of Illinois Press, 1998. – 257 S.