

9. LITERATURVERZEICHNIS

- Adorno, Theodor W.** (1962): Einleitung in die Musiksoziologie: zwölf theoretische Vorlesungen. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Adorno, Theodor W.** (1973): Ästhetische Theorie. Hrsg. von Adorno, Gretel und Rolf Tiedemann. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Alsmann, Götz** (1985): Nichts als Krach: die unabhängigen Schallplattenfirmen und die Entwicklung der amerikanischen populären Musik 1943-1963. Drensteinfurt: Huba.
- Althen, Michael** (1994): Basic Instincts. Beavis und Buttthead: Wie zwei Idioten das Fernsehen revolutionierten. In: Spiegel Special „Pop & Politik“, Heft 2/1994, 111-113.
- Amazon.de.** URL: <http://www.amazon.de>.
- Anders, Marcel** (1996): Alternative – wie lange noch der neue Weg? Slacker-Rock zwischen Anspruch und Geschäft. In: Deese, Uwe/ Peter Erik Hillenbach/Dominik Kaiser/Christian Michatsch (Hrsg.): Jugend und Jugendmacher. Das wahre Leben in den Szenen der Neunziger. Düsseldorf und München: Metropolitan, 55-60.
- Appleton, Tom** (2001): Gladiatoren des Fußtritts. In: Telepolis. Magazin der Netzkultur. 28.02.2001. URL: <http://www.heise.de/tp/r4/html/result.xhtml?url=/tp/r4/artikel/3/3599/1.html&words=Glad> iatoren. Stand: 21.09.2005.
- Arnold, Gina** (1998 [1993]): Good to Go (Bin ich froh, daß ich nicht tot bin). In: Kemper, Peter/Thomas Langhoff/Ulrich Sonnenschein (Hrsg.): „but I like it“. Jugendkultur und Popmusik. Stuttgart: Philipp Reclam jun., 116-121.
- Austin, John Langshaw** (21979): Zur Theorie der Sprechakte. (How to do things with words). Stuttgart: Reclam.
- Avenarius, Horst** (1997): Das Starimage aus der Sicht der Wirtschaft. In: Faulstich, Werner und Helmut Korte (Hrsg.): Der Star: Geschichte – Rezeption – Bedeutung. München: Fink, 146-153.
- Baacke, Dieter** (1970): Beat – die sprachlose Opposition. München: Juventa.
- Baacke, Dieter** (1985): Jugendkulturen und Popmusik. In: Baacke, Dieter und Wilhelm Heitmeyer (Hrsg.): Neue Widersprüche. Ju-

- gendliche in den 80er Jahren. Weinheim und München: Juventa, 154-174.
- Baacke, Dieter** (1987): Musik- und Jugendszene. Zur Bedeutung der Pop-Kultur. In: Medien Praktisch, 11. Jg., Heft 3/1987, 4-8.
- Baacke, Dieter** (1998a): Die Welt der Musik und die Jugend. Eine Einleitung. In: Baacke, Dieter (Hrsg.): Handbuch Jugend und Musik. Opladen: Leske & Budrich, 9-26.
- Baacke, Dieter** (1998b): Punk und Pop. Die siebziger und achtziger Jahre. In: Baacke, Dieter (Hrsg.): Handbuch Jugend und Musik. Opladen: Leske & Budrich, 253-274.
- Bandelow, Borwin** (2007): Celebrities. Vom schwierigen Glück, berühmt zu sein. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch.
- Bar, Lollie** (2005): Beware Assassin Moods. In: Company. British Edition, Heft 9/2005, 86-87.
- Barthes, Roland** (1988 [1977]): Fragmente einer Sprache der Liebe. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Barthes, Roland** (1996 [1964]): Mythen des Alltags. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Baudrillard, Jean** (1978): Die Agonie des Realen. Berlin: Merve.
- Baudrillard, Jean** (1991): Das System der Dinge: Über unser Verhältnis zu den alltäglichen Gegenständen. Frankfurt a. M. und New York: Campus.
- BBC News Music Entertainment**. URL: <http://news.bbc.co.uk/1/hi/entertainment/music/>. Stand: 10.03.2003.
- Beha, Erdmute und Henryk M. Broder** (1973): Die große Bravo-Familie: Stars im Glück für Fans im Unglück. In: Baroth, Hans/ Erdmute Beha/Henryk M. Broder/Norbert Hartmann (Hrsg.): Mit Politik und Porno. Pressefreiheit als Geschäft belegt am Heinrich-Bauer-Verlag. Frankfurt a. M.: Europäische Verlagsanstalt, 67-97.
- Behr, Manfred und Silvia Kaiser** (2000): „Echte Gefühle“ und Projektionen: Big Brother als Mittel gegen den Milieautismus. In: Weber, Frank (Red.) (2000): Big Brother: Inszenierte Banalität zur Prime Time. Münster: LIT, 125-141.
- Benjamin, Walter** (²1968 [1936]): Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. Drei Studien zur Kunstsoziologie. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Benjamin, Walter** (2002): Medienästhetische Schriften. Neuausgabe. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Bennett, Tony** (1986): Introduction: ‚the Turn to Gramsci‘. In: Bennett, Tony/Colin Mercer/Janet Woollacott (Hrsg.): Popular Culture and Social Relations. Milton Keynes: Open U P, XI-XIX.
- Bente, Gary und Bettina Fromm** (1997): Affektfernsehen: Motive, Angebotsweisen und Wirkungen. Opladen: Leske & Budrich.
- Bente, Gary und Bettina Fromm** (1998): Tabubruch als Programm? Angebotsweisen, Nutzungsmuster und Wirkungen des Affektfern-

- sehens. In: Klingler, Walter/Gunnar Roters/Oliver Zöllner (Hrsg.): *Fernsehforschung in Deutschland: Themen – Akteure – Methoden*. Baden-Baden: Nomos, 613-639.
- Bergmann, Jörg R.** (1987): *Klatsch. Zur Sozialform der diskreten Indiskretion*. Berlin und New York: Walter de Gruyter.
- Bernet, Mark** (1989): *Rockmusik und ästhetische Subkultur. Zur kommunikativen Funktion der Rockmusik für Jugendliche*. Münster: Unveröffentlichte Magisterarbeit.
- Bielby, Denise D./C. Lee Harrington/William T. Bielby** (1999): *Whose Stories Are They? Fans' Engagement with Soap Opera Narratives in Three Sites of Fan Activity*. In: *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 43. Jg., Heft 1/1999, 35-51.
- Biermann, Christine/Dietlind Fischer/Klaus Janke/Eckart Liebau/Stefan Niehues/Klaus-Jürgen Tillmann** (1997): Editorial. In: Biermann, Christine/Dietlind Fischer/Klaus Janke/Eckart Liebau/Stefan Niehues/Klaus-Jürgen Tillmann (Hrsg.): *Stars – Idole – Vorbilder*. Schüler 1997. Seelze: Erhard Friedrich, 5.
- Biermann, Christine/Dietlind Fischer/Klaus Janke/Eckart Liebau/Stefan Niehues/Klaus-Jürgen Tillmann** (Hrsg.) (1997): *Stars – Idole – Vorbilder*. Schüler 1997. Seelze: Erhard Friedrich.
- Biffi, Cornelia** (1999): *Die Spice Girls, ihre weiblichen Fans und die drei Wirklichkeiten*. In: Ammann, Daniel/Heinz Moser/Roger Vaissière (Hrsg.): *Medien lesen: der Textbegriff in der Medienwissenschaft*. Zürich: Pestalozzianum, 243-265.
- Bilber, Christoph** (1997): *Vom Protest zur Profession? Jugendkultur und graphisches Design*. In: SpoKK (Hrsg.): *Kursbuch Jugendkultur. Stile, Szenen und Identitäten vor der Jahrtausendwende*. Mannheim: Bollmann, 263-272.
- Bleicher, Joan Kristin** (1999): *Fernsehen als Mythos: Poetik eines narrativen Erkenntnissystems*. Opladen: Westdeutscher.
- Bloch, Ernst** (1962): *Subjekt – Objekt. Erläuterungen zu Hegel*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Bloch, Ernst** (1969): *Philosophische Aufsätze zur objektiven Phantasie*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Bloch, Ernst** (1970): *Tübinger Einleitung in die Philosophie*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Bloch, Ernst** (1980): *Abschied von der Utopie? Vorträge. Herausgegeben und mit einem Nachwort von Hanna Gekle*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Bloch, Ernst** (1985 [1959]): *Das Prinzip Hoffnung*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Bloching, Karl-Heinz** (o. J.): *Die Jugendzeitschrift BRAVO. In: Massenkommunikation: Analyse – Kritik – Pädagogik*, Heft 15, 1-7.

- Blumler, Jay G. und Elihu Katz** (Hrsg.) (1974): *The Uses of Mass Communications. Current Perspectives in Gratification Research*. Beverly Hills: Sage.
- Böhm, Thomas** (2000): „Give me some truth.“ Vorläufige Überlegungen zur Konstruktion von Authentizität in der Musik. In: Rösing, Helmut und Thomas Phleps (Hrsg.): *Populäre Musik im kulturwissenschaftlichen Diskurs*. Karben: CODA, 251-262.
- Bolz, Norbert und David Bosshart** (1995): *Kult-Marketing: Die neuen Götter des Marktes*. Düsseldorf: Econ.
- Boorstin, Daniel J.** (1964): *Das Image oder Was wurde aus dem Amerikanischen Traum?* Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Booth, Daniel** (1998): The ‚Truth‘ Hurts? In: *Melody Maker*, Heft 19./26.12.1998, 40-41.
- Borris, Siegfried** (1978): *Kulturgut Musik als Massenware. Eine kritische Analyse der musikalischen Umwelt*. Wiesbaden: Breitkopf & Härtel.
- Boulding, Kenneth E.** (⁶1968): *The Image. Knowledge in Life and Society*. Ann Arbor: U of Michigan P.
- Bourdieu, Pierre** (1982): *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre** (1983): *Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital*. In: Kreckel, Reinhard (Hrsg.): *Soziale Ungleichheiten*. Göttingen: Schwartz, 183-198.
- Brake, Mike** (1981): *Soziologie der jugendlichen Subkulturen: Eine Einführung*. Frankfurt a. M. und New York: Campus.
- Breitenstein, Rolf** (2003): *Die neuen Stars im Musikgeschäft. Erst die Meme, dann die Musik*. In: *Telepolis. Magazin der Netzkultur*. 01.03.2003. URL: <http://www.heise.de/tp/deutsch/special/mem/14240/1.html>. Stand: 21.09.2005.
- Bromley, Roger/Udo Göttlich/Carsten Winter** (Hrsg.) (1999): *Cultural Studies: Grundlagentexte zur Einführung*. Lüneburg: zu Klampen.
- Brosda, Carsten** (2000): „Viel Lärm um nichts“: Big Brother – Anmerkungen zur Selbstreferentialität medialer Pseudo-Ereignisse. In: Weber, Frank (Red.) (2000): *Big Brother: Inszenierte Banalität zur Prime Time*. Münster: LIT, 95-107.
- Brosius, Hans-Bernd** (1991): *Schema-Theorie – ein brauchbarer Ansatz der Wirkungsforschung?* In: *Publizistik*, 36. Jg., Heft 3/1991, 285-297.
- Brüdigam, Ulf** (2000): *Medienfandom als sozialer Rahmen biographischer Entwicklungsprozesse*. In: Schäfer, Eva (Hrsg.): *Internet. Film. Fernsehen: Zur Nutzung aktueller Medien als Folie für Selbst- und Weltbilder*. München: KoPäd, 155-173.
- Bruhn, Herbert/Rolf Oerter/Helmut Rösing** (1993): *Musik und Psychologie – Musikpsychologie*. In: Bruhn, Herbert/Rolf Oerter/

- Helmut Rösing (Hrsg.): Musikpsychologie. Ein Handbuch. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, 13-21.
- Bucher, Anton A.** (1996): Renaissance der Vorbilder? In: Schmidinger, Heinrich (Hrsg.): Vor-Bilder – Realität und Illusion. Graz, Wien und Köln: Styria, 29-64.
- Burke, Kenneth** (1969 [1945]): A Grammar of Motives. Berkeley und Los Angeles: U of California P.
- Busse, Tanja** (1996): Mythos in Musikvideos: Weltbilder und Inhalte von MTV und VIVA. Münster: LIT.
- Büsser, Martin** (1997a): Schwerter zu Kulturwaren! In: Büsser, Martin et al. (Hrsg.): Testcard. Beiträge zur Popgeschichte #5. Mainz: Jens Neumann, 86-93.
- Büsser, Martin** (1997b): Stereolab. Zur Konstruktion von Indie-Stars. In: Büsser, Martin et al. (Hrsg.): Testcard. Beiträge zur Popgeschichte #5. Mainz: Jens Neumann, 108-115.
- Butler, Judith** (²1999): Subjects of Sex/Gender/Desire. In: During, Simon (Hrsg.): The Cultural Studies Reader. London und New York: Routledge, 341-353.
- Cameron, Glen T.** (1993): Spreading Activation and Involvement: An Experimental Test of a Cognitive Model of Involvement. In: Journalism Quarterly, 70. Jg., Heft 4/1993, 854-867.
- Casimir, Torsten** (1991): Musikkommunikation und ihre Wirkungen. Eine systemtheoretische Kritik. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-.
- Chlada, Marvin** (1998): Die Gesellschaft und das runde Leder. Stichworte zur herrschenden Fußballkultur. In: Bott, Dieter/Marvin Chlada/Gerd Dembowski (Hrsg.): Ball und Birne. Zur Kritik der herrschenden Fußball- und Sportkultur. Hamburg: VSA, 25-62.
- Cigarettes, Johnny** (1999): Ultimate Sellouts Kiss. In: New Musical Express, Heft 03.04.1999, 28.
- Ciampi, Luc** (⁵1998): Affektlogik: über die Struktur der Psyche und ihre Entwicklung; ein Beitrag zur Schizophrenieforschung. Stuttgart: Klett-Cotta.
- Ciampi, Luc** (³2005 [1997]): Die emotionalen Grundlagen des Denkens. Entwurf einer fraktalen Affektlogik. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Clarke, John** (1979): Stil. In: Honneth, Axel/Rolf Lindner/Rainer Paris (Hrsg.): Jugendkultur als Widerstand: Milieus, Rituale, Provokationen. Frankfurt a. M.: Syndikat, 133-157.
- Clarke, John** (1998 [1979]): Stilschöpfung. In: Kemper, Peter/Thomas Langhoff/Ulrich Sonnenschein (Hrsg.): „but I like it“. Jugendkultur und Popmusik. Stuttgart: Philipp Reclam jun., 375-392.
- Clarke, John/Stuart Hall/Tony Jefferson/Brian Roberts** (1979): Subkulturen, Kulturen und Klasse. In: Honneth, Axel/Rolf Lind-

- ner/Rainer Paris (Hrsg.): Jugendkultur als Widerstand: Milieus, Rituale, Provokationen. Frankfurt a. M.: Syndikat, 39-131.
- Cobain, Kurt** (1994): Abschiedsbrief. Zitiert nach Kurt Cobain's Suicide Note. URL: <http://www.geocities.com/SunsetStrip/Palms/9199/note.html>. Stand: 17.03.2003.
- Corinth, Ernst** (2000): Kann Enrique Iglesias nicht singen? In: Telepolis. Magazin der Netzkultur. 26.08.2000. URL: <http://www.heise.de/tp/r4/html/result.xhtml?url=/tp/r4/artikel/8/8611/1.html&words=kann%20Enrique>. Stand: 21.09. 2005.
- Coupland, Douglas** (1991): Generation X. Geschichten für eine immer schneller werdende Kultur. München: Goldmann.
- Critcher, Charles** (1994): Der Fußballfan. In: Hopf, Wilhelm (Hrsg.): Fußball: Soziologie und Sozialgeschichte einer populären Sportart. Münster und Hamburg: LIT, 150-161.
- Curry, Ramona** (1999): Madonna von Marilyn zu Marlene: Pastiche oder Parodie? In: Neumann-Braun, Klaus (Hrsg.): VIVA MTV! Popmusik im Fernsehen. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 175-204.
- Dahrendorf, Lord Ralf** (2003 [1969]): Vorwort. In: Goffman, Erving (2003 [1959]): Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag. München und Zürich: Piper, VII-X.
- Dalton, Stephen** (1999): Sellouts or Cultural Guerillas Fighting from Within? In: New Musical Express, Heft 03.04.1999, 30-31.
- de Certeau, Michel** (1988): Kunst des Handelns. Berlin: Merve.
- de la Motte-Haber, Helga** (²1996): Handbuch der Musikpsychologie. Laaber: Laaber.
- Deggerich, Markus** (1999): Viel ich, wenig wir: Warum Marken-Manager die Generation Y fürchten und wie Werber versuchen, sie zu gewinnen. In: Stern, Heft 13/1999, 90.
- Deleuze, Gilles** (²1997 [1968]): Differenz und Wiederholung. München: Fink.
- Delius, Friedrich Christian** (2002): Millionäre in Unterhosen. In: Ullrich, Wolfgang und Sabine Schirdewahn (Hrsg.): Stars. Annäherungen an ein Phänomen. Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch, 296-300.
- Dembowski, Gerd** (1998): Spaß und Sendungsbewußtsein. Wege der Fußballfanzines gegen die Kommerzspirale. In: Bott, Dieter/Marvin Chlada/Gerd Dembowski (Hrsg.): Ball und Birne. Zur Kritik der herrschenden Fußball- und Sportkultur. Hamburg: VSA, 91-105.
- Der Junge Mit Der Gitarre**. Offizielle Homepage. URL: <http://www.edel.de/specials/djmdg/start.html>. Stand: 18.03.2003.
- Derrida, Jacques** (1988): Randgänge der Philosophie. Wien: Passagen.
- Derrida, Jacques** (1997): Einige Statements und Binsenweisheiten über Neologismen, New-Ismen, Post-Ismen, Parasitismen und andere kleine Seismen. Berlin: Merve.

- Derrida, Jacques** (2000 [1995]): *As if I were dead = Als ob ich tot wäre*. Wien: Turia und Kant.
- Deuber-Mankowsky, Astrid** (2002): Der virtuelle Star. In: Ullrich, Wolfgang und Sabine Schirdewahn (Hrsg.): *Stars. Annäherungen an ein Phänomen*. Frankfurt a. M.: Fischer, 105-120.
- Dollase, Rainer** (1998): Musikpräferenzen und Musikgeschmack Jugendlicher. In: Baacke, Dieter (Hrsg.): *Handbuch Jugend und Musik*. Opladen: Leske & Budrich, 341-368.
- Donnerstag, Joachim** (1996): Der engagierte Mediennutzer: das Involvement-Konzept in der Massenkommunikationsforschung. München: Fischer.
- Dörner, Andreas** (2000): Politische Identität in Unterhaltungsöffentlichkeiten. Zur Transformation des Politischen in der medialen Erlebnisgesellschaft. In: Hettlage, Robert und Ludgera Vogt (Hrsg.): *Identitäten in der modernen Welt*. Wiesbaden: Westdeutscher, 155-180.
- Drabczynski, Michael** (1982): *Motivationale Ansätze in der Kommunikationswissenschaft*. Berlin: Volker Spiess.
- Drehscheibe: Online-Lexikon: Presserecht**. Eintrag: Person der Zeitgeschichte. URL: <http://www.drehscheibe.org/ol-presserecht/olp-artikel.html?LeitfadenID=117>. Stand: 16.02.05.
- Düllo, Thomas** (1998): Wie wir wurden, was wir sind, indem wir hörten, was die Tonträger uns zutrug. In: Justin, Harald und Nils Plath (Hrsg.): *Tonabnehmer: Populäre Musik im Gebrauch*. Münster: Daedalus, 19-42.
- Dyer, Richard** (1979): *Stars*. London: Educational Advisory Service, British Film Institute.
- Eckert, Michael** (1981): Transzendieren und immanente Transzendenz. Die Transformation der traditionellen Zweiweltentheorie von Transzendenz und Immanenz in Ernst Blochs Zweiseitentheorie. Wien, Freiburg, Basel: Herder.
- Eco, Umberto** (1996): *Im Wald der Fiktionen. Sechs Streifzüge durch die Literatur*. München: dtv.
- Eichberg, Henning** (2003): Sport. In: Hügel, Hans-Otto (Hrsg.): *Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen*. Stuttgart und Weimar: Metzler, 430-437.
- Eilders, Christiane** (1997): *Nachrichtenfaktoren und Rezeption. Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Information*. Opladen: Westdeutscher.
- Eilders, Christiane und Werner Wirth** (1999): Die Nachrichtenswertforschung auf dem Weg zum Publikum: Eine experimentelle Überprüfung des Einflusses von Nachrichtenfaktoren bei der Rezeption. In: *Publizistik*, 44. Jg., Heft 1/1999, 35-57.
- Ellemers, Naomi/Wendy van Rijswijk/Marlene Roefs/Catrien Simons** (1997): Bias in Intergroup Perceptions: Balancing Group

- Identity with Social Reality. In: *Personality and Social Psychology Bulletin*, 23. Jg., Heft 2/1997, 186-198.
- Empire, Kitty** (1999): Fugazi Will Never Sell out. In: *New Musical Express*, Heft 03.04.1999, 27.
- Engelmann, Jan** (Hrsg.) (1999): *Die kleinen Unterschiede: der Cultural Studies Reader*. Frankfurt a. M. und New York: Campus.
- Erb, Hubert** (2001): McDonald's, not every time a good time. In: *Telepolis. Magazin der Netzkultur*. 01.03.2001. URL: <http://www.heise.de/tp/r4/html/result.xhtml?url=/tp/r4/artikel/7/7025/1.html&words=Every%20Time%20Erb%20A%20good>. Stand: 21.09.2005.
- Erikson, Erik H.** (1966): Identität und Lebenszyklus. Drei Aufsätze. In: Blumenberg, Hans/Jürgen Habermas/Dieter Henrich/Jacob Taubes (Hrsg.): *Theorie 2*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Ernst, Heiko** (2005): Es muss nicht immer Charisma sein. In: *Psychologie Heute*, 32. Jg., Heft 10/2005, 3.
- Errico, Marcus** (1998): Milli Vanilli Performer Found Dead in Hotel Room. In: *Eonline News*. 05.04.1998. URL: <http://www.eonline.com/News/Items/0,1,2799,00.html>. Stand: 21.09.2005.
- Ertl, Eric** (1978): Funktionen des Sportjournalismus. In: Hackforth, Josef und Siegfried Weischenberg (Hrsg.): *Sport und Massenmedien*. Bad Homburg: Limpert, 178-188.
- Farian, Frank/Dieter Kaltwasser/Reginald Rudolf** (2004): *Stupid dieser Bohlen*. O. O.: Franks Kleiner Buch-.
- Faulstich, Werner** (1978): *Rock, Pop, Beat, Folk: Grundlagen der Textmusik-Analyse*. Tübingen: Narr.
- Faulstich, Werner** (1983): „Cry Baby“ oder die Kunst der Interpretation. Ein Versuch zum besseren Verständnis von Janis Joplin. In: Faulstich, Werner (Hrsg.): *Was heißt Kultur? Aufsätze 1972-1982*. Tübingen: Selbstverlag, 176-193.
- Faulstich, Werner** (1997): Von Elvis Presley bis Michael Jackson – Kleine Startypologie der Rockgeschichte. In: Faulstich, Werner und Helmut Korte (Hrsg.): *Der Star: Geschichte – Rezeption – Bedeutung*. München: Fink, 155-173.
- Faulstich, Werner** (2000): Sternchen, Star, Superstar, Megastar, Gigastar. Vorüberlegungen zu einer Theorie des Stars als Herzstück populärer Weltkultur. In: Robertson, Caroline Y. und Carsten Winter (Hrsg.): *Kulturwandel und Globalisierung*. Baden-Baden: Nomos, 293-306.
- Faulstich, Werner/Helmut Korte/Stephen Lowry/Ricarda Strobel** (1997): „Kontinuität“ – zur Imagefundierung des Film- und Fernsehstars. In: Faulstich, Werner und Helmut Korte (Hrsg.): *Der Star: Geschichte – Rezeption – Bedeutung*. München: Fink, 11-28.
- Faulstich, Werner und Ricarda Strobel** (1994): Prominente und Stars. Fernsehgeschichte als Stargeschichte. In: Faulstich, Werner

- (Hrsg.): Geschichte des Fernsehens in der Bundesrepublik Deutschland. Band 5. München: Fink, 93-118.
- Faulstich, Werner** (Hrsg.) (1994): Vom „Autor“ zum Nutzer: Handlungsrollen im Fernsehen. München: Fink.
- Faulstich, Werner und Helmut Korte** (Hrsg.) (1997): Der Star: Geschichte – Rezeption – Bedeutung. München: Fink.
- Fausser, Markus** (2003): Einführung in die Kulturwissenschaft. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Fenster, Mark** (1993): Queer Punk Fanzines: Identity, Community, and the Articulation of Homosexuality and Hardcore. In: Journal of Communication Inquiry, 17. Jg., Heft 1/1993, 73-94.
- Festinger, Leon** (1954): A Theory of Social Comparison Processes. In: Human Relations, 7. Jg., 117-140.
- Festinger, Leon** (1957): Theorie der kognitiven Dissonanz. Hrsg: Irle, Martin und Volker Möntmann (1978). Bern, Stuttgart und Wien: Huber.
- Fischer-Lichte, Erika** (2000): Theatralität und Inszenierung. In: Fischer-Lichte, Erika und Isabel Pflug (Hrsg.): Inszenierung von Authentizität. Tübingen und Basel: Francke, 11-27.
- Fischer-Lichte, Erika und Isabel Pflug** (Hrsg.) (2000): Inszenierung von Authentizität. Tübingen und Basel: Francke.
- Fiske, John** (1997): Die kulturelle Ökonomie des Fantums. In: SpoKK (Hrsg.): Kursbuch JugendKultur. Stile, Szenen und Identitäten vor der Jahrtausendwende. Mannheim: Bollmann, 54-69.
- Fiske, John** (²2001 [1992]): The Cultural Economy of Fandom. In: Lewis, Lisa A. (Hrsg.): The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media. London und New York: Routledge, 30-49.
- Fiske, John** (2003 [1989]): Lesarten des Populären. Wien: Löcker.
- Fiske, John** im Gespräch mit **Eggo Müller** (1999): „Kampf im Alltagsleben“. In: Engelmann, Jan (Hrsg.): Die kleinen Unterschiede. Der Cultural Studies-Reader. Frankfurt und New York: Campus, 187-201.
- Flamm, Stefanie** (1998 [1995]): Lifestyle ist alles, was uns bleibt. In: Kemper, Peter/Thomas Langhoff/Ulrich Sonnenschein (Hrsg.): „but I like it“. Jugendkultur und Popmusik. Stuttgart: Philipp Reclam jun., 420-428.
- Flender, Reinhard und Hermann Rauhe** (1989): Popmusik. Aspekte ihrer Geschichte, Funktionen, Wirkung und Ästhetik. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Flusser, Vilém** (1993): Dinge und Undinge. Phänomenologische Skizzen. München und Wien: Hanser.
- Flusser, Vilém** (1997): Medienkultur. Frankfurt a. M.: Fischer.
- Flusser, Vilém** (²2000): Kommunikologie. Frankfurt a. M.: Fischer.

- Friederici, Markus R.** (1998): Sportbegeisterung und Zuschauergewalt: Eine empirische Studie über Alltagstheorien von Sportlerinnen und Sportlern. Münster: LIT.
- Frith, Simon** (1981): Jugendkultur und Rockmusik. Soziologie der englischen Musikszene. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch.
- Frith, Simon** (1987): Why Do Songs Have Words? In: White, Avron Levine (Hrsg.): *Lost in Music: Culture, Style and the Musical Event*. London und New York: Routledge, 77-106.
- Frith, Simon** (1992): Zur Ästhetik der Populären Musik. URL: <http://www2.rz.hu-berlin.de/inside/fpm/frith.htm>. Stand: 03.10.1999.
- Frith, Simon** (²1992): The Industrialization of Popular Music. In: Lull, James (Hrsg.): *Popular Music and Communication*. Newbury Park, London und New Delhi: Sage, 49-74.
- Frith, Simon** (1996): *Performing Rites. On the Value of Popular Music*. Oxford: Oxford U.
- Frith, Simon** (1998 [1978]): Zur Ideologie des Punk. In: Kemper, Peter/Thomas Langhoff/Ulrich Sonnenschein (Hrsg.): „but I like it“. Jugendkultur und Popmusik. Stuttgart: Philipp Reclam jun., 226-231.
- Frith, Simon** (1999): Das Gute, das Schlechte und das Mittelmäßige. Zur Verteidigung der Populärkultur gegen den Populismus. In: Bromley, Roger/Udo Göttlich/Carsten Winter (Hrsg.): *Cultural Studies: Grundlagentexte zur Einführung*. Lüneburg: zu Klampen, 191-214.
- Fritzsche, Bettina** (2003): *Pop-Fans. Studie einer Mädchenkultur*. Opladen: Leske & Budrich.
- Fromm, Bettina** (2000): Die Behandlung des Alltags in der Talkshow. Funktionen für Teilnehmer und Zuschauer. In: Paus-Haase, Ingrid/Dorothee Schnatmeyer/Claudia Wegener (Hrsg.): *Information, Emotion, Sensation. Wenn im Fernsehen die Grenzen zerfließen*. Bielefeld: GMK, 132-151.
- Früh, Werner** (1991): *Medienwirkungen: Das dynamisch-transaktionale Modell. Theorie und empirische Forschung*. Opladen: Westdeutscher.
- Galtung, Johan und Mari Holmboe Ruge** (1965): The Structure of Foreign News. The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers. In: *Journal of Peace Research*, Heft 2/1965, 64-91.
- Gardner, Peter** (1999): Was trägt Agent Mulder? In: *Der Spiegel*, Heft 11/1999, 174-176.
- Garofalo, Reebee** (1994): Die Relativität der Autonomie. In: *Pop-Scriptum*, Heft 2/1994, 9-30.

- Gasiet, Seev** (1981): Menschliche Bedürfnisse. Eine theoretische Synthese. Frankfurt a. M. und New York: Campus.
- Gebhardt, Winfried** (2002): Die Versenzung der Gesellschaft und die Eventisierung der Kultur. Kulturanalyse jenseits traditioneller Kulturwissenschaften und Cultural Studies. In: Göttlich, Udo/Clemens Albrecht/Winfried Gebhardt (Hrsg.): Populäre Kultur als repräsentative Kultur. Die Herausforderung der Cultural Studies. Köln: Halem, 287-305.
- Gehrmann, Thomas** (²1990): Fußballrandale: Hooligans in Deutschland. Essen: Klartext.
- Geißendörfer, Hans W.** (1990): Wie Kunstfiguren zum Leben erwachen – zur Dramaturgie der „Lindenstraße“. In: Rundfunk und Fernsehen, 38. Jg., Heft 1/1990, 48-55.
- Gendolla, Peter** (1988): Idole in den Massenmedien. Siegen: Forschungsschwerpunkt Massenmedien und Kommunikation an der Universität-Gesamthochschule-Siegen.
- Geyer, Carl-Friedrich** (1996): Mythos. Formen, Beispiele, Deutungen. München: Beck.
- Giessen, Hans W.** (1994): Indikatoren des Zeitgeistes. Poptexte beschreiben gesellschaftliche Entwicklungen. In: Publizistik, 39. Jg., Heft 3/1994, 307-313.
- Gledhill, Christine** (1997): Genre and Gender: The Case of Soap Opera. In: Hall, Stuart (Hrsg.): Representation: Cultural Representations and Signifying Practices. London u. a.: Sage, 337-384.
- Gleich, Uli** (1999): Parasoziale Bindungen zu Politikern? In: Winterhoff-Spurk, Peter und Michael Jäckel (Hrsg.): Politische Eliten in der Mediengesellschaft: Rekrutierung – Darstellung – Wirkung. München: Fischer, 151-167.
- Gleich, Uli und Michael Burst** (1996): Parasoziale Beziehungen von Fernsehzuschauern mit Personen auf dem Bildschirm. In: Medienpsychologie: Zeitschrift für Individual- und Massenkommunikation, 8. Jg., Heft 3/1996, 182-200.
- Glenn, Joshua** (2000): Fake Authentictiy: An Introduction. In: Hermenaut. URL: <http://www.hermenaut.com/a5.shtml>. Stand: 21.09.2005.
- Gmür, Mario** (2002): Der öffentliche Mensch. Medienstars und Medienopfer. München: dtv.
- Goffman, Erving** (1973 [1961]): Interaktion: Spaß am Spiel/Rolledistanz. München: Piper.
- Goffman, Erving** (³1979 [1963]): Stigma: Über Techniken der Bewältigung beschädigter Identität. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Goffman, Erving** (1980 [1974]): Rahmen-Analyse. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

- Goffman, Erving** (1982 [1971]): Das Individuum im öffentlichen Austausch. Mikrostudien zur öffentlichen Ordnung. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Goffman, Erving** (1994): Interaktion und Geschlecht. Frankfurt a. M. und New York: Campus.
- Goffman, Erving** (2003 [1959]): Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag. München und Zürich: Piper.
- Goleman, Daniel** (1997): EQ: Emotionale Intelligenz. München: dtv.
- Google**. URL: <http://www.google.de>.
- Görden, Michael und Hans Christian Meiser** (1994): Madonna trifft Herkules – Die alltägliche Macht der Mythen. Frankfurt a. M.: Fischer.
- Göttlich, Udo und Mohini Krischke-Ramaswamy** (2003): Fan. In: Hügel, Hans-Otto (Hrsg.): Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen. Stuttgart und Weimar: Metzler, 167-172.
- Göttlich, Udo und Jörg-Uwe Nieland** (1998): Daily Soaps als Umfeld von Marken, Moden und Trends: Von Seifenopern zu Lifestyle-Inszenierungen. In: Jäckel, Michael (Hrsg.): Die umworbene Gesellschaft. Analysen zur Entwicklung der Werbekommunikation. Opladen: Westdeutscher, 179-208.
- Göttlich, Udo** (Hrsg.) (2001): Die Werkzeugkiste der Cultural Studies. Perspektiven, Anschlüsse und Interventionen. Bielefeld: transcript.
- Göttlich, Udo/Clemens Albrecht/Winfried Gebhardt** (Hrsg.) (2002): Populäre Kultur als repräsentative Kultur. Die Herausforderung der Cultural Studies. Köln: Halem.
- Götz, Maya** (1997): Die parasoziale Beziehung zu einem Medienstar. In: Feministische Studien, 15. Jg., Heft 2/1997, 51-66.
- Götz, Maya** (2002): Die Bedeutung von Daily Soaps im Alltag von Kindern und Jugendlichen. URL: <http://www.br-online.de/jugend/izi/text/daily-soaps.htm>. Stand: 21.09.2005.
- Gözen, Jiré Emine** (2000): Menschen als medienkreierte Produkte. Authentizität, Banalität und Big Brother von RTL2. Private Homepage. URL: <http://www.nolovelost.com/jire/bigbrother.htm>. Stand: 21.09.2005.
- Grabowski, Ralf** (1999): „Zünftig, bunt und heiter“: Beobachtungen über Fans des volkstümlichen Schlagers. Tübingen: Tübinger Vereinigung für Volkskunde.
- Greig, Charlotte** (1998 [1991]): Marry Me (If You Really Love Me). Punk, Funk und Hip Hop. In: Kemper, Peter/Thomas Langhoff/Ulrich Sonnenschein (Hrsg.): „but I like it“. Jugendkultur und Popmusik. Stuttgart: Philipp Reclam jun., 176-196.
- Gross, Harro** (1998): Einführung in die germanistische Linguistik. München: Iudicium.

- Gross, Michael** (1999): Entstehung von Sportprominenz und ihr individueller Umgang damit. In: Trosien, Gerhard und Michael Dinkel (Hrsg.): *Verkaufen Medien die Sportwirklichkeit?: Authentizität – Inszenierung – Märkte*. Aachen: Meyer und Meyer, 119-123.
- Grossberg, Lawrence** (²1992): *Rock and Roll in Search of an Audience*. In: Lull, James (Hrsg.): *Popular Music and Communication*. Newbury Park, London und New Delhi: Sage, 152-175.
- Grossberg, Lawrence** (1996): *Identity and Cultural Studies: Is That All There Is?* In: Hall, Stuart und Paul du Gay (Hrsg.): *Questions of Cultural Identity*. London u. a.: Sage, 87-107.
- Grossberg, Lawrence** (1997a): *Bringing It All Back Home. Essays on Cultural Studies*. Durham und London: Duke U.
- Grossberg, Lawrence** (1997b): *Dancing in spite of Myself. Essays on Popular Culture*. Durham und London: Duke U.
- Grossberg, Lawrence** (1999): Zur Verortung der Populärkultur. In: Bromley, Roger/Udo Göttlich/Carsten Winter (Hrsg.): *Cultural Studies: Grundlagentexte zur Einführung*. Lüneburg: zu Klampen, 215-236.
- Grossberg, Lawrence** (2000): *What's going on? Cultural Studies und Populärkultur*. Wien: Turia + Kant.
- Grossberg, Lawrence** (²2001 [1992]): *Is There a Fan in the House?: The Affective Sensibility of Fandom*. In: Lewis, Lisa A. (Hrsg.): *The Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*. London und New York: Routledge, 50-65.
- Grossberg, Lawrence** (2002): Die Definition der Cultural Studies. In: Musner, Lutz und Gotthart Wunberg (Hrsg.): *Kulturwissenschaften. Forschung – Praxis – Positionen*. Freiburg im Breisgau: Rombach, 46-68.
- Großmann, Rolf** (1991): *Musik als „Kommunikation“: zur Theorie musikalischer Kommunikationshandlungen*. Braunschweig: Vieweg.
- Gruber, Siegfried** (1996): Das Independent-Publikum. Einige Ergebnisse einer Analyse der Hörer von ‚unpopulärer Populärmusik‘. In: Rösing, Helmut (Hrsg.): *Arbeitskreis Studium populärer Musik: Beiträge zur Populärmusikforschung* 18. Karben: CODA, 6-22.
- Grubitzsch, Siegfried und Petra Muckel** (1999): *Orientierung Psychologie. Was sie kann, was sie will*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Gurk, Christoph** (1996): Wem gehört die Popmusik? In: Holert, Tom und Mark Terkessidis (Hrsg.): *Mainstream der Minderheiten. Pop in der Kontrollgesellschaft*. Berlin und Amsterdam: Edition ID-Archiv, 20-40.
- Haag, Søren** (1997): Warum ich Kelly-Fan war. In: Biermann, Christine/Dietlind Fischer/Klaus Janke/Eckart Liebau/Stefan Niehues/Klaus-Jürgen Tillmann (Hrsg.): *Stars – Idole – Vorbilder. Schüler* 1997. Seelze: Erhard Friedrich, 6-7.

- Hacker, Friedrich** (1973): *Terror: Mythos – Realität – Analyse*. Wien, München und Zürich: Fritz Molden.
- Haehl, Mathias** (o. J.): *Kinderwahn* ade. URL: <http://www.tele.ch/archiv/9919/sounds1.shtml>. Stand: 21.09.2005.
- Häfner, Heinz** (1991-1992): *Der Werther-Effekt*. In: *Leopoldina*, 37. Jg., 195-202.
- Halbscheffel, Bernward und Tibor Kneif** (1992): *Sachlexikon Rockmusik. Instrumente, Stile, Techniken, Industrie und Geschichte*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch.
- Halff, Gregor** (1998): *Die Malaise der Medienwirkungsforschung: Transklassische Wirkungen und klassische Forschung*. Opladen: Westdeutscher.
- Hall, Stuart** (1995): *The Whites of Their Eyes. Racist Ideologies and the Media*. In: Dines, Gail (Hrsg.): *Gender, Race and Class in Media. A Text-Reader*. Thousand Oaks: Sage, 18-22.
- Hall, Stuart** (1997): *The Spectacle of the ‚Other‘*. In: Hall, Stuart (Hrsg.): *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London u. a.: Sage, 223-279.
- Hall, Stuart** (1999a): *Ethnizität: Identität und Differenz*. In: Engelmann, Jan (Hrsg.): *Die kleinen Unterschiede: der Cultural Studies Reader*. Frankfurt a. M. und New York: Campus, 83-98.
- Hall, Stuart** (1999b): *Kodieren/Dekodieren*. In: Bromley, Roger/Udo Göttlich/Carsten Winter (Hrsg.): *Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung*. Lüneburg: zu Klampen, 92-110.
- Hamann, Götz** (2005): *Medientäter – Medienopfer?* 08.09.2005. URL: <http://www.zeit.de/online/2005/37/tuerck>. Stand: 21.09.2005.
- Hamlen, William A. Jr.** (1991): *Superstardom in Popular Music: Empirical Evidence*. In: *The Review of Economics and Statistics*, 73. Jg., 729-733.
- Hanekamp, Tino** (2003): *Schlimmer geht's immer*. In: *Telepolis. Magazin der Netzkultur*. 10.02.2003. URL: <http://www.heise.de/tp/deutsch/html/result.xhtml?url=/tp/deutsch/special/auf/14151/1.html&words=Superstars>. Stand: 21.09.2005.
- Hartmann, Elke** (2001): *Der Bazillus Trendicus*. In: *Focus*, Heft 13/2001, 226-227.
- Hartmann, Nicolai** (⁴1965 [1935]): *Zur Grundlegung der Ontologie*. Berlin: De Gruyter.
- Hartmann, Tilo/Christoph Klimmt/Peter Vorderer** (2001): *Avatare: Parasoziale Beziehungen zu virtuellen Akteuren*. *Medien und Kommunikationswissenschaft*, 49. Jg., Heft 3/2001, 350-368.
- Haselauer, Elisabeth** (1980): *Handbuch der Musiksoziologie*. Wien u. a.: Böhlau.
- Haubl, Rolf** (2000): *Be-dingte Emotionen. Über identitätsstiftende Objekt-Beziehungen*. In: Hartmann, Hans Albrecht und Rolf

- Haubl (Hrsg.): Von Dingen und Menschen. Funktion und Bedeutung materieller Kultur. Wiesbaden: Westdeutscher, 13-36.
- Hebdige, Dick** (1998 [1979]): Stil als absichtliche Kommunikation. In: Kemper, Peter/Thomas Langhoff/Ulrich Sonnenschein (Hrsg.): „but I like it“. Jugendkultur und Popmusik. Stuttgart: Philipp Reclam jun., 392-420.
- Heck, Marion** (1997): Electronic-Zines. In: Neumann, Jens (Hrsg.): Fanzines. Wissenschaftliche Betrachtungen zum Thema. Mainz: Jens Neumann, 89-101.
- Heister, Hanns-Werner** (2003): Walkman. In: Hügel, Hans-Otto (Hrsg.): Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen. Stuttgart und Weimar: Metzler, 505-507.
- Heitmeyer, Wilhelm** (1988): Jugendliche Fußballfans. Zwischen sozialer Entwertung und autoritär-nationalistischer Substituierung. In: Horak, Roman/Wolfgang Reiter/Kurt Stocker (Hrsg.): „Ein Spiel dauert länger als 90 Minuten“. Fußball und Gewalt in Europa. Hamburg: Junius, 159-174.
- Hejl, Peter M.** (1991): Fiktion und Wirklichkeitskonstruktion. Zum Unterschied zwischen Fiktionen im Recht und in der Literatur. In: Watzlawick, Paul und Peter Krieg (Hrsg.): Das Auge des Betrachters. Beiträge zum Konstruktivismus. Festschrift für Heinz von Foerster. München und Zürich: Piper, 101-115.
- Henningham, John** (1988): Looking at Television News. Melbourne: Longman Cheshire.
- Hepp, Andreas** (1995): „Das ist spitze ne, dann ist der Schildknecht tot!“ Die Rolle von Emotionen bei der Aneignung von Fernsehtexten. In: Jurga, Martin (Hrsg.): Lindenstraße. Produktion und Rezeption einer Erfolgsserie. Opladen: Westdeutscher, 211-230.
- Hepp, Andreas** (1999): Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung. Opladen: Westdeutscher.
- Hepp, Andreas und Carsten Winter** (Hrsg.) (2003): Die Cultural Studies Kontroverse. Lüneburg: zu Klampen.
- Herman, Andrew und John M. Sloop** (1998): The Politics of Authenticity in Postmodern Rock Culture: The Case of Negativland and *The Letter ,U‘ and the Numeral ,2‘*. In: Critical Studies in Mass Communication, 15. Jg., Heft 1/1998, 1-20.
- Herrmann, Hans Ulrich** (1977): Die Fußballfans: Untersuchungen zum Zuschauersport. Schorndorf: Hofmann.
- Herzog, Herta** (1944): What Do We Really Know about Daytime Serial Listeners? In: Lazarsfeld, Paul Felix und Frank N. Stanton (Hrsg.): Radio Research 1942-43. New York: Duell, Sloan and Pearce, 3-33.
- Heuermann, Hartmut** (1994): Medienkultur und Mythen: Regressive Tendenzen im Fortschritt der Moderne. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.

- Heuermann, Hartmut** (2000): Die Fabrikation der Träume: Ist Medienwirkung wirklich mythogen? In: Knilli, Friedrich/Reiner Matzker/Siegfried Zielinski (Hrsg.): Medienwissenschaft. Teil 5: Fiktion als Fakt: „Metaphysik“ der neuen Medien. Bern u. a.: Lang, 25-38.
- Hickethier, Knut** (1980): Der synthetische Fan. In: Lindner, Rolf (Hrsg.): Der Fußballfan: Ansichten vom Zuschauer. Frankfurt a. M.: Syndikat, 87-104.
- Hickethier, Knut** (²1996): Film- und Fernsehanalyse. Stuttgart und Weimar: Metzler.
- Hickethier, Knut** (1997): Vom Theaterstar zum Filmstar. In: Faustich, Werner und Helmut Korte (Hrsg.): Der Star: Geschichte – Rezeption – Bedeutung. München: Fink, 29-47.
- Hillenbach, Peter Erik** (1996): Glossar. In: Deese, Uwe/Peter Erik Hillenbach/Dominik Kaiser/Christian Michatsch (Hrsg.): Jugend und Jugendmacher. Das wahre Leben in den Szenen der Neunziger. Düsseldorf und München: Metropolitan, 231-245.
- Hinz, Ralf** (1998): Cultural Studies und Pop: zur Kritik der Urteilkraft wissenschaftlicher und journalistischer Rede über populäre Kultur. Opladen: Westdeutscher.
- Hitzler, Ronald** (1995): Ist Sport Kultur? Versuch, eine ‚Gretchenfrage‘ zu beantworten. In: Winkler, Joachim und Kurt Weis (Hrsg.): Soziologie des Sports: Theorieansätze, Forschungsergebnisse und Forschungsperspektiven. Opladen: Westdeutscher, 153-163.
- Holert, Tom** (1999): Abgrenzen und durchkreuzen. Jugendkultur und Popmusik im Zeichen des Zeichens. In: Kemper, Peter (Hrsg.): „Alles so schön bunt hier“: die Geschichte der Popkultur von den Fünfzigern bis heute. Stuttgart: Reclam, 21-33.
- Holert, Tom und Mark Terkessidis** (1996): Einführung in den Mainstream der Minderheiten. In: Holert, Tom und Mark Terkessidis (Hrsg.): Mainstream der Minderheiten. Pop in der Kontrollgesellschaft. Berlin und Amsterdam: Edition ID-Archiv, 5-19.
- Holert, Tom und Mark Terkessidis** (1998 [1996]): Mainstream der Minderheiten. In: Kemper, Peter/Thomas Langhoff/Ulrich Sonnenschein (Hrsg.): „but I like it“. Jugendkultur und Popmusik. Stuttgart: Philipp Reclam jun., 314-332.
- Holert, Tom und Mark Terkessidis** (Hrsg.) (1996): Mainstream der Minderheiten. Pop in der Kontrollgesellschaft. Berlin und Amsterdam: Edition ID-Archiv.
- Hollis, Lee** (1997): The Golf War. In: Büsser, Martin et al. (Hrsg.): Testcard. Beiträge zur Popgeschichte #5. Mainz: Jens Neumann, 106-107.
- Holtz-Bacha, Christina/Eva-Maria Lessinger/Merle Hettesheimer** (1998): Personalisierung als Strategie der Wahlwerbung. In: Imhof, Kurt und Peter Schulz (Hrsg.): Die Veröffentlichung des Pri-

- vaten – die Privatisierung des Öffentlichen. Opladen: Westdeutscher, 240-250.
- Holzer, Horst** (1973): Kommunikationssoziologie. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Hopf, Wilhelm** (1979): Kritik der Sportsoziologie. Lollar: Achenbach.
- Horkheimer, Max und Theodor W. Adorno** (2003 [1944]): Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente. Frankfurt a. M.: Fischer.
- Hortleder, Gerd** (1974): Die Faszination des Fußballspiels: soziologische Anmerkungen zum Sport als Freizeit und Beruf. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Horton, Donald und R. Richard Wohl** (2002 [1956]): Massenkommunikation und parasoziale Interaktion. Beobachtungen zur Intimität über Distanz. In: Adelman, Ralf/Jan O. Hesse/Judith Keilbach (Hrsg.): Grundlagentexte zur Fernsehwissenschaft: Theorie – Geschichte – Analyse. Konstanz: UVK, 74-104.
- Horx, Matthias** (1993): Trendbuch. Düsseldorf: Econ.
- Horx, Matthias** (³1998): Trendbuch. Megatrends für die späten neunziger Jahre. Düsseldorf: Econ.
- Hosokawa, Shuhei** (1987): Der Walkman-Effekt. Berlin: Merve.
- Hovland, Carl Iver/Irving Lester Janis/Harold Harding Kelley** (Hrsg.) (1953): Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change. New Haven: Yale U.
- Hübner, Kurt** (1985): Die Wahrheit des Mythos. München: Beck.
- Hügel, Hans-Otto** (2002): Zugangsweisen zur Populären Kultur. Zu ihrer ästhetischen Begründung und zu ihrer Erforschung. In: Göttlich, Udo/Clemens Albrecht/Winfried Gebhardt (Hrsg.): Populäre Kultur als repräsentative Kultur. Die Herausforderung der Cultural Studies. Köln: Halem, 52-78.
- Hügel, Hans-Otto** (2003): Populär. In: Hügel, Hans-Otto (Hrsg.): Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen. Stuttgart und Weimar: Metzler, 342-348.
- Huizinga, Johan** (1991 [1938]): Homo Ludens. Vom Ursprung der Kultur im Spiel. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Husslein, Uwe** (1995): Fanzines. Motoren und Meßstationen der Popkultur. In: Deese, Uwe/Peter Erik Hillenbach/Dominik Kaiser/Christian Michatsch (Hrsg.): Jugend und Jugendmacher. Das wahre Leben in den Szenen der Neunziger. Düsseldorf und München: Metropolitan, 201-206.
- Imhof, Kurt und Peter Schulz** (1998): Einleitung. Die Veröffentlichung des Privaten – die Privatisierung des Öffentlichen. In: Imhof, Kurt und Peter Schulz (Hrsg.): Die Veröffentlichung des Privaten – die Privatisierung des Öffentlichen. Opladen: Westdeutscher, 9-14.

- Irle, Martin** (1975): Lehrbuch der Sozialpsychologie. Göttingen, Toronto und Zürich: Hogrefe.
- ITV-Pop Idol**. URL: <http://www.itv.com/popidol/>. Stand: 10.03.2003.
- Jacke, Christoph** (1996): Die millionenschweren Verweigerer. Anti-Starkult in der Darstellung ausgesuchter Printmedien. Eine exemplarische Inhaltsanalyse. Münster: Unveröffentlichte Magisterarbeit.
- Jacke, Christoph** (1997): There They Were Then, Entertained Us! Von der Unmöglichkeit der Rockband Nirvana, medialen Konstruktionen und Mechanismen zu entrinnen. In: Büsser, Martin et al. (Hrsg.): Testcard. Beiträge zur Popgeschichte #5. Mainz: Jens Neumann, 150-160.
- Jacke, Christoph** (1998): Millionenschwere Medienverweigerer. Die US-Rockband Nirvana. In: Rösing, Helmut (Hrsg.): Neues zum Umgang mit Rock- und Popmusik. Karben: CODA, 7-30.
- Jacke, Christoph** (2000): Wirklichkeits-Crossover: einige Beobachtungen zu den spielerischen Ersatzkriegen Big Brother und „EM 2000“. In: Weber, Frank (Red.) (2000): Big Brother: Inszenierte Banalität zur Prime Time. Münster: LIT, 179-193.
- Jacke, Christoph** (2001): Prominente und Stars. In: Telepolis. Magazin der Netzkultur. 28.05.2001. URL: <http://www.heise.de/tp/r4/html/result.xhtml?url=/tp/r4/artikel/7/7017/1.html&words=Jacke%20prominente%20Stars>. Stand: 21.09.2005.
- Jacke, Christoph** (2004): Medien(sub)kultur. Geschichten – Diskurse – Entwürfe. Bielefeld: transcript.
- Jacke, Christoph und Guido Zurstiege** (2006): Schöner Schrott: Werbe-Rauschen im Kultur-Programm. Werbung und/als Popkultur. In: Jacke, Christoph/Eva Kimminich/Siegfried J. Schmidt (Hrsg.) (2006): Kulturschutt. Über das Recycling von Theorien und Kulturen. Bielefeld: transcript, 223-234.
- Jacke, Christoph/Eva Kimminich/Siegfried J. Schmidt** (Hrsg.) (2006): Kulturschutt. Über das Recycling von Theorien und Kulturen. Bielefeld: transcript.
- Jacke, Christoph und Guido Zurstiege** (Hrsg.) (2003): Hinlenkung durch Ablenkung. Medienkultur und die Attraktivität des Verborgenen. Münster: LIT.
- Jacob, Stefan** (1994): Sport im 20. Jahrhundert. Münster und Hamburg: LIT.
- Jakob, Günther** (1999): From Substream (c) to Mainculture? Über das endgültige Ende des Pop-Undergrounds. URL: <http://www.dds.nl/~n5m/content/tyrell/jacob.htm>. Stand: 21.09.1999.
- Janich, Peter** (²2000 [1996]): Was ist Wahrheit?: eine philosophische Einführung. München: Beck.
- Janke, Klaus** (1997): Stars, Idole, Vorbilder. In: Biermann, Christine/Dietlind Fischer/Klaus Janke/Eckart Liebau/Stefan Niehues/Klaus-

- Jürgen Tillmann (Hrsg.): Stars – Idole – Vorbilder. Schüler 1997. Seelze: Erhard Friedrich, 18-21.
- Janke, Klaus und Stefan Niehues** (1995): Echt abgedreht: Die Jugend der 90er Jahre. München: Beck.
- Janssen, Ingrid** (1997): Real-Life- und Antihelden. In: Biermann, Christine/Dietlind Fischer/Klaus Janke/Eckart Liebau/Stefan Niehues/Klaus-Jürgen Tillmann (Hrsg.): Stars – Idole – Vorbilder. Schüler 1997. Seelze: Erhard Friedrich, 94-95.
- Jasper, Dirk** (2001): Backstreet Boys – Biographie. URL: http://www.dem-online.de/entertainment/musik/stars/b/backstreet_boys.html. Stand: 13.01.2003.
- Jenson, Joli** (²2001 [1992]): Fandom as Pathology: The Consequences of Characterization. In: Lewis, Lisa A. (Hrsg.): The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media. London und New York: Routledge, 9-29.
- Jerrentrup, Ansgar** (1998): Populärmusik als Ausdrucksmedium Jugendlicher. In: Baacke, Dieter (Hrsg.): Handbuch Jugend und Musik. Opladen: Leske & Budrich, 59-91.
- Johach, Eva/Gudrun Quenzel/Kirsten Riesselmann** (1999): Nischen und Nester. Ein Verzeichnis Cultural Studies-naher Studiengänge, Institutionen und Medien. In: Engelmann, Jan (Hrsg.): Die kleinen Unterschiede. Der Cultural Studies-Reader. Frankfurt und New York: Campus, 275-304.
- Jörg, Sabine** (1992): Sehen im Zeitraffer: Wie der Fernsehzuschauer die Welt wahrnimmt. In: Hömberg, Walter und Michael Schmolke (Hrsg.): Zeit – Raum – Kommunikation. Berichtsband der gemeinsamen Arbeitstagung der Deutschen und der Österreichischen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft vom 23. bis 25. Mai 1990 in Salzburg zum Thema „Zeit und Raum als Determinanten gesellschaftlicher Kommunikation“. München: Ölschläger, 277-285.
- Jünger, Sebastian** (2000): Chaos Kultur – Beobachtungshorizonte zwischen Kulturdeterminismus und mediatisierter Selbstorganisation. In: Rusch, Gebhard und Siegfried J. Schmidt (Hrsg.): Konstruktivismus in Psychiatrie und Psychologie. DELFIN 1998/1999. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 207-224.
- Jünger, Sebastian** (2002): Kognition, Kommunikation, Kultur. Aspekte integrativer Theoriearbeit. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-.
- Junker, H.-P. und Sven Michaelsen** (1999): „Fernsehen macht blind und blöd“. Interview mit Thomas Gottschalk und Harald Schmidt. In: Stern, Heft 8/1999, 46-58.
- Jurga, Martin** (1995): Die Lindenstraße als kulturelles Forum. In: Jurga, Martin (Hrsg.): Lindenstraße. Produktion und Rezeption einer Erfolgsserie. Opladen: Westdeutscher, 55-72.

- Kafka, Franz** (2001 [1915]): Die Verwandlung. Stuttgart: Reclam.
- Kamps, Klaus** (1999): Politik in Fernsehnachrichten: Struktur und Präsentation internationaler Ereignisse – Ein Vergleich. Baden-Baden: Nomos.
- Kast, Verena** (1991): Ohne Titel. In: Gysling, Erich (Hrsg.): Brauchen wir Feindbilder? Münsingen-Bern: Fischer, 21-31.
- Kaysen, Susanna** (2000 [1993]): Girl, Interrupted. London: Virago.
- Keller, Katrin** (2000): Hate-Pages im World Wide Web: Negativer Starkult und die Konstruktion von (In-)Authentizität. Eine exemplarische Inhaltsanalyse. Münster: Unveröffentlichte Magisterarbeit.
- Keller, Katrin** (2003): Legitimation durch Verachtung. Identitätskonstruktionen von (Anti-)Fans in distinktionskritischen Zeiten. In: Jacke, Christoph und Guido Zurstiege (Hrsg.): Hinlenkung durch Ablenkung. Medienkultur und die Attraktivität des Verborgenen. Münster: LIT, 107-119.
- Kepplinger, Hans Mathias** (1993): Medien und Politik. Fünf Thesen zu einer konflikthaltigen Symbiose. In: Bertelsmann Briefe, Heft 129, Mai/1993, 20-23.
- Kepplinger, Hans Mathias** (1997): Politiker als Stars. In: Faulstich, Werner und Helmut Korte (Hrsg.): Der Star: Geschichte – Rezeption – Bedeutung. München: Fink, 176-194.
- Kepplinger, Hans Mathias** (1998): Der Nachrichtenwert der Nachrichtenfaktoren. In: Holtz-Bacha, Christina/Helmut Scherer/Norbert Waldmann (Hrsg.): Wie die Medien die Welt erschaffen und wie die Menschen darin leben. Opladen: Westdeutscher, 19-38.
- Klandermans, Bert** (1999): Identität und Protest. Ein sozialpsychologischer Ansatz. In: Klein, Ansgar und Frank Nullmeier (Hrsg.): Masse – Macht – Emotionen: Zu einer politischen Soziologie der Emotionen. Opladen: Westdeutscher, 260-270.
- Klausmeier, Friedrich** (1978): Die Lust, sich musikalisch auszudrücken. Eine Einführung in sozio-musikalisches Verhalten. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Klein, Gabriele** (2002): Popkulturen als performative Kulturen. Zum Verhältnis von globaler Imageproduktion und lokaler Praxis. In: Göttlich, Udo/Clemens Albrecht/Winfried Gebhardt (Hrsg.): Populäre Kultur als repräsentative Kultur. Die Herausforderung der Cultural Studies. Köln: Halem, 191-210.
- Klein, Gabriele** (2005): Pop leben. Pop inszenieren. In: Neumann-Braun, Klaus und Birgit Richard (Hrsg.): Coolhunters. Jugendkulturen zwischen Medien und Markt. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 44-51.
- Klein, Naomi** (²2002 [2000]): No Logo! Der Kampf der Global Players um Marktmacht. Ein Spiel mit vielen Verlierern und wenigen Gewinnern. München: Riemann.

- Klippel, Heike und Hartmut Winkler** (1998 [1986]): Der Star – das Muster. In: Kemper, Peter/Thomas Langhoff/Ulrich Sonnenschein (Hrsg.): „but I like it“. Jugendkultur und Popmusik. Stuttgart: Philipp Reclam jun., 333-343.
- Kneer, Georg und Armin Nassehi** (1993): Niklas Luhmanns Theorie sozialer Systeme. Eine Einführung. München: UTB, 81-95.
- Kneif, Tibor** (1982): Rockmusik. Ein Handbuch zum kritischen Verständnis. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- König, Berthold** (1999): Wer wird Politiker? – Die Lust, ganz oben zu sein. In: Winterhoff-Spurk, Peter und Michael Jäckel (Hrsg.): Politische Eliten in der Mediengesellschaft: Rekrutierung – Darstellung – Wirkung. München: Fischer, 57-64.
- Kötz, Michael** (1986): Der Traum, die Sehnsucht und das Kino: Film und die Wirklichkeit des Imaginären. Frankfurt a. M.: Syndikat.
- Krieg, Peter** (1991): Blinde Flecken und schwarze Löcher. Medien als Vermittler von Wirklichkeiten. In: Watzlawick, Paul und Peter Krieg (Hrsg.): Das Auge des Betrachters. Beiträge zum Konstruktivismus. Festschrift für Heinz von Foerster. München und Zürich: Piper, 129-137.
- Kriese, Konstanze** (1994): Inflation der Stars. Industrialisierung der göttlichen Einmaligkeit. In: Kriese, Konstanze (Hrsg.): Zwischen Rausch und Ritual. Berlin: Zyankrise, 100-124.
- Krüger, Heinz H. und Birgit Richard** (1997): Alte Muster und neue Namen. Jugendidole im historischen Wandel. In: Biermann, Christine/Dietlind Fischer/Klaus Janke/Eckart Liebau/Stefan Niehues/Klaus-Jürgen Tillmann (Hrsg.): Stars – Idole – Vorbilder. Schüler 1997. Seelze: Erhard Friedrich, 30-33.
- Krugman, Herbert E.** (1965): The Impact of Television Advertising: Learning without Involvement. In: Public Opinion Quarterly, 29. Jg., Heft 3/1965, 349-356.
- Kübert, Rainer und Holger Neumann** (1994): Fans und Medien im sozialen System Fußball. In: Kübert, Rainer/Holger Neumann/Jürgen Hüther/Wolfgang H. Swoboda (Hrsg.): Fußball, Medien und Gewalt. Medienpädagogische Beiträge zur Fußballfan-Forschung. München: KoPäd, 21-49.
- Kübler, Hans-Dieter** (2000): Inszenierte Banalität. Wie symptomatisch ist die „Real Life Show Big Brother“ für Fernsehen und Gesellschaft? In: Weber, Frank (Red.) (2000): Big Brother: Inszenierte Banalität zur Prime Time. Münster: LIT, 11-22.
- Kugler, Christine** (1998): „Die staatsmännische Performance“ – Mediale Öffentlichkeit und politische Inszenierung in modernen Politiksendungen. In: Göttlich, Udo/Jörg-Uwe Nieland/Heribert Schatz (Hrsg.): Kommunikation im Wandel. Zur Theatralität der Medien. Köln: Halem, 154-168.

- Kugler, Christine und Ronald Kurt** (2000): Inszenierungsformen von Glaubwürdigkeit im Medium Fernsehen. Politiker zwischen Ästhetisierung und Alltagspragmatik. In: Fischer-Lichte, Erika und Isabel Pflug (Hrsg.): Inszenierung von Authentizität. Tübingen und Basel: Francke, 149-162.
- Kuhn, Fritz** (2000): Inszenierung und Glaubwürdigkeit. In: Siller, Peter und Gerhard Pitz (Hrsg.): Politik als Inszenierung: Zur Ästhetik des Politischen im Medienzeitalter. Baden-Baden: Nomos, 95-96.
- Kunczik, Michael** (1984): Kommunikation und Gesellschaft: Theorien zur Massenkommunikation. Köln und Wien: Böhlau.
- Kurzenberger, Hajo** (2003): Theatralität. In: Hügel, Hans-Otto (Hrsg.): Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen. Stuttgart und Weimar: Metzler, 451-457.
- Landau, Jon** (1975 [1972]): Der Tod von Janis Joplin. In: Schöler, Franz (Hrsg.): Let it Rock. Eine Geschichte der Rockmusik von Chuck Berry und Elvis Presley bis zu den Rolling Stones und den Allman Brothers. München: Carl Hanser, 177-180.
- Lau, Jörg** (2000): Mystik der neuen Medien. In: Knilli, Friedrich/Reiner Matzker/Siegfried Zielinski (Hrsg.): Medienwissenschaft. Teil 5: Fiktion als Fakt: „Metaphysik“ der neuen Medien. Bern u. a.: Lang, 19-24.
- Lau, Thomas** (1999): Idole, Ikonen und andere Menschen: Madonna, Michael Jackson und die Fans. In: Kemper, Peter (Hrsg.): „Alles so schön bunt hier“: die Geschichte der Popkultur von den Fünfzigern bis heute. Stuttgart: Reclam, 241-253.
- Lazarsfeld, Paul Felix/Bernard Berelson/Hazel Gaudet** (²1948 [1944]): The People's Choice. How the Voter Makes up his Mind in a Presidential Campaign. New York: Columbia.
- Lévi-Strauss, Claude** (1968 [1962]): Das wilde Denken. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Lévi-Strauss, Claude** (1995 [1980, Vorträge von 1977]): Mythos und Bedeutung. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Levy, Emanuel** (1990): Social Attributes of American Movie Stars. In: Media, Culture & Society, 12. Jg., Heft 2/1990, 247-267.
- Lewis, George H.** (²1992): Who Do You Love? The Dimensions of Musical Taste. In: Lull, James (Hrsg.): Popular Music and Communication. Newbury Park, London und New Delhi: Sage, 134-151.
- Lewis, Lisa A.** (²2001 [1992]): Introduction. In: Lewis, Lisa A. (Hrsg.): The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media. London und New York: Routledge, 1-6.
- Lewis, Lisa A.** (Hrsg.) (²2001 [1992]): The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media. London und New York: Routledge.

- Leyens, Jacques-Philippe und Benoit Dardenne** (³1996): Soziale Kognition: Ansätze und Grundbegriffe. In: Stroebe, Wolfgang/ Miles Hewstone/Geoffrey M. Stephenson (Hrsg.): Sozialpsychologie: eine Einführung. Berlin u. a.: Springer, 115-141.
- Liebl, Franz** (2002): „Bricolo-Chic“: Der Bastler als Schnittstelle von Marketing, Trendforschung und Cultural Studies. In: Göttlich, Udo/Clemens Albrecht/Winfried Gebhardt (Hrsg.): Populäre Kultur als repräsentative Kultur. Die Herausforderung der Cultural Studies. Köln: Halem, 259-286.
- Lindenstraße**. URL: <http://www.lindenstrasse.de>. Stand: 21.09.2005.
- Lindner, Rolf** (1979): Editorial. In: Honneth, Axel/Rolf Lindner/ Rainer Paris (Hrsg.): Jugendkultur als Widerstand: Milieus, Rituale, Provokationen. Frankfurt a. M.: Syndikat, 7-13.
- Lindner, Rolf** (1981): Nachwort. Jugendkultur und Subkultur als soziologische Konzepte. In: Brake, Mike (Hrsg.): Soziologie der jugendlichen Subkulturen: Eine Einführung. Frankfurt a. M. und New York: Campus, 172-193.
- Lindner, Rolf und Heinrich Th. Breuer** (1994a): Der Fußballspieler als Repräsentant der Arbeiterklasse. In: Hopf, Wilhelm (Hrsg.): Fußball: Soziologie und Sozialgeschichte einer populären Sportart. Münster und Hamburg: LIT, 139-142.
- Lindner, Rolf und Heinrich Th. Breuer** (1994b): Fußball als Show. Kommerzialisierung, Oligopolisierung und Professionalisierung des Fußballsports. In: Hopf, Wilhelm (Hrsg.): Fußball: Soziologie und Sozialgeschichte einer populären Sportart. Münster und Hamburg: LIT, 162-170.
- Lippmann, Walter** (1990 [1949]): Die öffentliche Meinung. Bochum: Brockmeyer.
- Longhurst, Brian** (²1996): Popular Music and Society. Cambridge: Polity.
- Lowry, Stephen** (1997): Star Images: Questions for Semiotic Analysis. In: Nöth, Winfried (Hrsg.): Semiotics of the Media. State of the Art, Projects, and Perspectives. Berlin und New York: Mouton de Gruyter, 307-320.
- Lowry, Stephen** (2003a): Image. In: Hügel, Hans-Otto (Hrsg.): Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen. Stuttgart und Weimar: Metzler, 259-262.
- Lowry, Stephen** (2003b): Rebell. In: Hügel, Hans-Otto (Hrsg.): Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen. Stuttgart und Weimar: Metzler, 370-374.
- Lowry, Stephen** (2003c): Star. In: Hügel, Hans-Otto (Hrsg.): Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen. Stuttgart und Weimar: Metzler, 441-445.
- Lowry, Stephen und Helmut Korte** (2000): Der Filmstar. Stuttgart und Weimar: Metzler.

- Luchting, Anne-Kathrin** (1995): Leidenschaft am Nachmittag. Eine Untersuchung zur Textualität und Intertextualität US-amerikanischer Seifenopern im deutschen Fernsehen und ihrer Fankultur. Wolznach: Kastner.
- Ludes, Peter** (1997): Aufstieg und Niedergang von Stars als Teilprozeß der Menschheitsentwicklung. In: Faulstich, Werner und Helmut Korte (Hrsg.): Der Star: Geschichte – Rezeption – Bedeutung. München: Fink, 78-98.
- Luger, Kurt** (1998): Vergnügen, Zeitgeist, Kritik. Streifzüge durch die populäre Kultur. Wien: Österreichischer Kunst- und Kultur-.
- Luhmann, Niklas** (1991): Wie lassen sich latente Strukturen beobachten? In: Watzlawick, Paul und Peter Krieg (Hrsg.): Das Auge des Betrachters. Beiträge zum Konstruktivismus. Festschrift für Heinz von Foerster. München und Zürich: Piper, 61-74.
- Luhmann, Niklas** (1992): Die Wissenschaft der Gesellschaft. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas** (²1996): Die Realität der Massenmedien. Opladen: Westdeutscher.
- Luhmann, Niklas** (1998): Die Gesellschaft der Gesellschaft. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas** (⁴2000 [1968]): Vertrauen: ein Mechanismus der Reduktion sozialer Komplexität. Stuttgart: Lucius & Lucius.
- Lull, James** (²1992): Popular Music and Communication. An Introduction. In: Lull, James (Hrsg.): Popular Music and Communication. Newbury Park, London und New Delhi: Sage, 1-32.
- Lungmus, Monika** (2002): Promis im Blick. In: *journalist*, 52. Jg., Heft 7/2002, 10-15.
- Maase, Kaspar** (2002): Jenseits der Massenkultur. Ein Vorschlag, populäre Kultur als repräsentative Kultur zu lesen. In: Göttlich, Udo/Clemens Albrecht/Winfried Gebhardt (Hrsg.): Populäre Kultur als repräsentative Kultur. Die Herausforderung der Cultural Studies. Köln: Halem, 79-194.
- Maletzke, Gerhard** (1963): Psychologie der Massenkommunikation. Theorie und Systematik. Hamburg: Hans-Bredow-Institut.
- Marcinkowski, Frank** (1994): Politisierung und Entpolitisierung der „Realität“ in unterschiedlichen Medienformaten. In: Jäckel, Michael und Peter Winterhoff-Spurk (Hrsg.): Politik und Medien: Analysen zur Entwicklung der politischen Kommunikation. Berlin: VISTAS, 35-53.
- Marcuse, Herbert** (1977): Die Permanenz der Kunst. Wider eine bestimmte marxistische Ästhetik. München: Hanser.
- Marcuse, Herbert** (³1988 [1972]): Konterrevolution und Revolte. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

- Marcuse, Herbert** (²³1989 [1970]): Der eindimensionale Mensch. Studien zur Ideologie der fortgeschrittenen Industriegesellschaft. Darmstadt: Luchterhand.
- Marquardt, Volker** (1995): Klang und Körper. In: Michel, Karl Markus und Tilman Spengler (Hrsg.): Kursbuch 121: Der Generationenbruch. Berlin: Rowohlt, 79-94.
- Maslow, Abraham Harold** (1984): Motivation und Persönlichkeit. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Matejovski, Dirk** (2000): „Big Brother“: Medienspektakel für Modernisierungsverlierer? In: Das Magazin, 11. Jg., Heft 4/2000, 14-17.
- Maturana, Humberto R.** (1991): Wissenschaft und Alltag: Die Ontologie wissenschaftlicher Erklärungen. In: Watzlawick, Paul und Peter Krieg (Hrsg.): Das Auge des Betrachters. Beiträge zum Konstruktivismus. Festschrift für Heinz von Foerster. München und Zürich: Piper, 167-208.
- Maturana, Humberto R.** (⁸2000): Kognition. In: Schmidt, Siegfried J. (Hrsg.): Der Diskurs des Radikalen Konstruktivismus. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 89-132.
- McFedries, Paul** (2004): Word Spy: The Word Lover's Guide to Modern Culture. New York: Broadway.
- McLeod, Kembrew** (1999): Authenticity within Hip-Hop and Other Cultures Threatened with Assimilation. In: Journal of Communication, 49. Jg., Heft 4/1999, 134-150.
- McQuail, Denis/Jay G. Blumler/J. R. Brown** (1972): The Television Audience: A Revised Perspective. In: McQuail, Denis (Hrsg.): Sociology of Mass Communications. Harmondsworth: Penguin, 135-165.
- Mead, George Herbert** (1969): Philosophie der Sozialität. Aufsätze zur Erkenntnisanthropologie. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Mead, George Herbert** (1983): Gesammelte Aufsätze. Band 2. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Mead, George Herbert** (⁴2002 [1934]): Mind, Self, and Society from the Standpoint of a Social Behaviorist. Edited and with an Introduction by Charles W. Morris. Chicago: U of Chicago.
- Meckel, Miriam** (1999): Tod auf dem Boulevard. Ethik und Kommerz in der Mediengesellschaft. In: Meckel, Miriam/Klaus Kamps/Patrick Rössler/Werner Gephart (Hrsg.): Medien-Mythos? Die Inszenierung von Prominenz und Schicksal am Beispiel von Diana Spencer. Opladen: Westdeutscher, 11-52.
- Meckel, Miriam** (2000): Starsein oder Nichtsein – Der „normale“ Mensch im Rampenlicht. In: Das Magazin, 11. Jg., Heft 4/2000, 24-25.
- Medosch, Armin** (2001): Gorillaz kicken Boybands in den A***. In: Telepolis. Magazin der Netzkultur. 17.03.2001. URL: <http://www.heise.de/>

tp/r4/html/result.xhtml?url=/tp/r4/artikel/7/7163/1.html&words=Gorillaz. Stand: 21.09.2005.

Melcher, Werner (1996): Der Einfluß von Gruppendarstellung auf das Phänomen der Ingroupfavorisierung: Experimentelle Untersuchungen am Beispiel kategorialer Aggressionsurteile. Münster: LIT.

Merten, Klaus (1977): Kommunikation. Eine Begriffs- und Prozeßanalyse. Opladen: Westdeutscher.

Merten, Klaus und Joachim Westerbarkey (1994): Public Opinion und Public Relations. In: Merten, Klaus/Siegfried J. Schmidt/Siegfried Weischenberg (Hrsg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen: Westdeutscher, 188-211.

Meyer, Petra Maria (2000a): Akustische Kunst – live event – authentisches Erleben. In: Hallenberger, Gerd und Helmut Schanze (Hrsg.): Live is Life: Mediale Inszenierungen des Authentischen. Baden-Baden: Nomos, 105-121.

Meyer, Petra Maria (2000b): Mediale Inszenierung von Authentizität und ihre Dekonstruktion im theatralen Spiel mit Spiegeln. Am Beispiel des komponierten Films *Solo* von *Mauricio Kagel*. In: Fischer-Lichte, Erika und Isabel Pflug (Hrsg.): Inszenierung von Authentizität. Tübingen und Basel: Francke, 71-91.

Meyer, Thomas (2000): Die Theatralität der Politik. In: Siller, Peter und Gerhard Pitz (Hrsg.): Politik als Inszenierung: Zur Ästhetik des Politischen im Medienzeitalter. Baden-Baden: Nomos, 117-121.

Meyer, Thomas/Rüdiger Ontrup/Christian Schicha (2000a): Die Inszenierung des Politischen. Zur Theatralität von Mediendiskursen. Opladen: Westdeutscher.

Meyer, Thomas/Rüdiger Ontrup/Christian Schicha (2000b): Die Inszenierung des politischen Welt-Bildes. Politikinszenierungen zwischen medialem und politischem Eigenwert. In: Fischer-Lichte, Erika und Isabel Pflug (Hrsg.): Inszenierung von Authentizität. Tübingen und Basel: Francke, 183-208.

Meyrowitz, Joshua (1990): Die Fernsehgesellschaft. Wirklichkeit und Realität im Medienzeitalter. Woher kommen wir, wohin gehen wir? In: Kunczik, Michael (Hrsg.): Fernsehen: Aspekte eines Mediums. Köln: Böhlau, 263-287.

Meyrowitz, Joshua (1990a [1985]): Überall und nirgends dabei. Die Fernsehgesellschaft I. Weinheim und Basel: Beltz.

Meyrowitz, Joshua (1990b [1985]): Wie Medien unsere Welt verändern. Die Fernsehgesellschaft II. Weinheim und Basel: Beltz.

Michler, Klaus (1999): Sport im Fernsehen – empirisches Brachland? In: Trosien, Gerhard und Michael Dinkel (Hrsg.): Verkaufen Me-

- dien die Sportwirklichkeit?: Authentizität – Inszenierung – Märkte. Aachen: Meyer und Meyer, 55-66.
- Mikos, Lothar** (1991): Idole und Stars. In: *Medium*, 21. Jg., Heft 3/1991, 72-74.
- Mischke, Jörg** (1991): Pluralismus der ästhetischen Erfahrung oder Wie postmodern ist populäre Musik? URL: <http://www2.rz.huberlin.de/inside/fpm/mischke.htm>. Stand: 03.10.1999.
- Mitterer, Josef** (2001): Die Flucht aus der Beliebtheit. Frankfurt a. M.: Fischer.
- Mitterer, Josef** (2002): Das Jenseits der Philosophie: wider das dualistische Erkenntnisprinzip. Wien: Passagen.
- Mocek, Ingo** (2004): Der Fan als Junkie. Interview mit Howard Bloom. In: *Neon*, Heft 11/2004, 152.
- Molcho, Samy** (2000): Körpersprache. Rheda-Wiedenbrück: RM.
- Moore, Timothy E.** (1996): Scientific Consensus and Expert Testimony: Lessons from the Judas Priest Trial. In: *Sceptical Inquirer*, Heft November/Dezember/1996. Online-Ausgabe. URL: http://www.csicop.org/si/9611/judas_priest.html. Stand: 21.09.2005.
- Moritz, Peter** (1996): Seife fürs Gehirn: Fernsehen im Serienalltag. Münster: LIT.
- Morley, David** (2003): Die „sogenannten Cultural Studies“. Von theoretischen Sackgassen und neu erfundenen Rädern. Es ist nur common sense... In: Hepp, Andreas und Carsten Winter (Hrsg.): Die Cultural Studies Kontroverse. Lüneburg: zu Klampen, 111-136.
- Morris, Charles W.** (⁴2002 [1962]): Introduction: George Herbert Mead as Social Psychologist and Social Philosopher. In: Mead, George Herbert (⁴2002 [1934]): *Mind, Self, and Society from the Standpoint of a Social Behaviorist*. Edited and with an Introduction by Charles W. Morris. Chicago: U of Chicago, IX-XXXV.
- Moser, Heinz** (1999): Twelve Points. Grand Prix Eurovision – Analyse einer Fankultur. Zürich: Pestalozzianum.
- Müller-Doohm, Stefan** (2000): Isolation bei totaler Nähe. In: *Das Magazin*, 11. Jg., Heft 4/2000, 26-28.
- Müller-Doohm, Stefan und Klaus Neumann-Braun** (1995): Kulturinszenierungen – Einleitende Betrachtungen über die Medien kultureller Sinnvermittlung. In: Müller-Doohm, Stefan und Klaus Neumann-Braun (Hrsg.): *Kulturinszenierungen*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 9-23.
- Müller-Thurau, Claus Peter** (1987): Deutsche Idole: Jugendleitbilder von Hermann bis Otto. Düsseldorf, Wien und New York: ECON.
- Mummendey, Hans Dieter** (²1995): Psychologie der Selbstdarstellung. Göttingen u. a.: Hogrefe.

- N. N. (1998a): Murder, Intrigue, Disaster.... This Month's Essential Websites. In: Select, Heft 11/1998, 100.
- N. N. (1998b): Von der Leo-Manie zur Leo-Phobie. In: Focus, Heft unbekannt/1998, 166.
- N. N. (1999a): Manic Street Preachers in Their Own Words. URL: http://www.dcs.warwick.ac.uk/people/students/t.l.hatfield/own_words.html. Stand: 03.10.1999.
- N. N. (1999b): The '90s. In: Q, Heft 12/1999, 67-100.
- N. N. (2001): Websites für Hassler. In: TV Total, 1. Jg., Heft 5/2001, 127.
- N. N. (2003): Der neue Superstar: Alex sang wie Robbie Williams – das war der Sieg! In: Bild.de. 09.03.2003. URL: http://www.bild.t-online.de/BTO/kinomusik/superstars__staffel__01/aktuell/2003/mar/09/superstars__erste__geschichte/superstars__sieg__geschichte.html. Stand: 21.09.2005.
- N. N. (2005): Guidomobil: Mit dem Guidomobil auf Wahlkampftour. In: Spiegel online. 13.08.2005. URL: www.spiegel.de/fotostrecke/0,5538,10847,00.html. Stand: 21.01.2008.
- Neumann, Gerhard** (2000): Erzähl-Theater. Inszenierte Authentizität in Brechts kleiner Prosa. In: Fischer-Lichte, Erika und Isabel Pflug (Hrsg.): Inszenierung von Authentizität. Tübingen und Basel: Francke, 93-108.
- Neumann, Jens** (Hrsg.) (1997): Fanzines. Wissenschaftliche Betrachtungen zum Thema. Mainz: Jens Neumann.
- Neumann, Jens** (Hrsg.) (1999): Fanzines 2. Noch wissenschaftlichere Betrachtungen zum Medium der Subkulturen. Mainz: Ventil.
- New Musical Express**. Heft 09.10.1999.
- Niehues, Stefan** (1997): Wie werden Stars gemacht? Mechanismen der Unterhaltungsindustrie. In: Biermann, Christine/Dietlind Fischer/Klaus Janke/Eckart Liebau/Stefan Niehues/Klaus-Jürgen Tillmann (Hrsg.): Stars – Idole – Vorbilder. Schüler 1997. Seelze: Erhard Friedrich, 70-72.
- Nieland, Jörg-Uwe** (2000): Inszenierung und Imagetransfer – Kult-Marketing zur Sendung Big Brother. In: Weber, Frank (Red.) (2000): Big Brother: Inszenierte Banalität zur Prime Time. Münster: LIT, 109-124.
- Niemczyk, Ralf** (1998 [1995]): Längst über den Regenbogen. Kommerz im Rave-Land. In: Kemper, Peter/Thomas Langhoff/Ulrich Sonnenschein (Hrsg.): „but I like it“. Jugendkultur und Popmusik. Stuttgart: Philipp Reclam jun., 142-148.
- Noelle-Neumann, Elisabeth** (²1994 [1989]): Wirkung der Massenmedien auf die Meinungsbildung. In: Noelle-Neumann, Elisabeth/ Winfried Schulz/Jürgen Wilke (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch, 518-571.

- Odenwald, Michael** (2005): „Die Politik ist ein Suchtmilieu“. In: Focus, Heft 38/2005, 94-95.
- Oldham, James** (1999): „It's simple, really. We hate everyone.“ In: New Musical Express, Heft 03.04.1999, 24-26.
- Ostermann, Anne** (1976): Vorurteile und Feindbilder. München, Berlin und Wien: Urban & Schwarzenberg.
- Paech, Anne und Joachim Paech** (2000): Menschen im Kino: Film und Literatur erzählen. Stuttgart und Weimar: Metzler.
- Page, Michael** (1999): Ohne Titel (Leserbrief). In: New Musical Express, Heft 01.05.1999, 62.
- Parr, Andrea** (1997): Mythen in Tüten. Der Deal mit den Stars. München: dtv.
- Parsons, Tony** (1994): Gott schütze die Königin. In: Spiegel Special „Pop & Politik“, Heft 2/1994, 38-43.
- Patalas, Enno** (1963): Sozialgeschichte der Stars. Hamburg: Marion von Schröder.
- Paulus, Jochen** (2005a): Wahlen: Keine Chancen für Babyfaces. In: Psychologie Heute, 32. Jg., Heft 10/2005, 8.
- Paulus, Jochen** (2005b): „Wie fühle ich mich dabei?“. In: Psychologie Heute, 32. Jg., Heft 10/2005, 9.
- Pearson, Geoffrey** (1975): The Deviant Imagination: Psychiatry, Social Work and Social Change. New York: Holmes & Meier.
- Perse, Elizabeth M.** (1998): Implications of Cognitive and Affective Involvement for Channel Changing. In: Journal of Communication, 48. Jg., Heft 3/1998, 49-68.
- Peters, Birgit** (1994): „Öffentlichkeitselite“ – Bedingungen und Bedeutungen von Prominenz. In: Neidhardt, Friedhelm (Hrsg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. Opladen: Westdeutscher, 191-213.
- Peters, Sibylle** (1998): Diana oder die perfekte Tragödie: kulturwissenschaftliche Betrachtungen eines Trauerfalls. Köln u. a.: Böhlau.
- Pikulik, Lothar** (2003): Ästhetik und Moral. In: Hügel, Hans-Otto (Hrsg.): Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen. Stuttgart und Weimar: Metzler, 114-118.
- Pilz, Gunter A.** (1994): Zuschauerausschreitungen im Fußballsport – Versuch einer Analyse. In: Hopf, Wilhelm (Hrsg.): Fußball: Soziologie und Sozialgeschichte einer populären Sportart. Münster und Hamburg: LIT, 171-190.
- Plake, Klaus** (1999): Talkshows: die Industrialisierung der Kommunikation. Darmstadt: Primus.
- Posner, Roland** (2003): Kulturwandel und Kulturschutt. Vortrag im Rahmen der Tagung „Kulturschutt, Pragmatismus und Recycling“. 05.12.2003. Münster.

- Posselt, Michael und Manfred Riegelhofer** (1996): Die Fragesteller der Nation: die Rolle des Moderators in politischen Fernsehsendungen. Wien: Braumüller.
- Postman, Neil** (1994 [1985]): Wir amüsieren uns zu Tode. Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie. Frankfurt a. M.: Fischer.
- Prakke, Henk** (1968): Kommunikation der Gesellschaft. Einführung in die funktionale Publizistik. Münster: Regensburg.
- Price, Simon** (1999): Everything (A Book about Manic Street Preachers). London: Virgin.
- Prigge, Jörg** (2004): Der unaufhaltsame Aufstieg des Trash-TV. In: Telepolis. Magazin der Netzkultur. 03.03.2004. URL: [http://www.heise.de/tp/deutsch/html/result.xhtml?url=/tp/deutsch/inhalt/co/16876/1.html&word=trash %20TV](http://www.heise.de/tp/deutsch/html/result.xhtml?url=/tp/deutsch/inhalt/co/16876/1.html&word=trash%20TV). Stand: 21.09.2005.
- Psychology: Don't Believe Your Eyes**. URL: http://www.geocities.com/omegaman_uk/percept.html. Stand: 21.09.2005.
- Rasmussen, Tove A.** (2000): Construction of Authenticity. Television Talk as Situated Interaction. In: Hallenberger, Gerd und Helmut Schanze (Hrsg.): Live is Life: Mediale Inszenierungen des Authentischen. Baden-Baden: Nomos, 47-67.
- Riha, Karl** (1980): Männer, Kämpfe, Kameras. Zur Dramaturgie von Sportsendungen im Fernsehen. In: Lindner, Rolf (Hrsg.): Der Fußballfan: Ansichten vom Zuschauer. Frankfurt a. M.: Syndikat, 165-182.
- Robins, Kevin** (1996): Interrupting Identities: Turkey/Europe. In: Hall, Stuart und Paul Du Gay (Hrsg.): Questions of Cultural Identity. London u. a.: Sage, 61-86.
- Roche, John** (2000): Comment to Glenn, Joshua (2000): Fake Authenticity: An Introduction. In: Hermenaut. URL: <http://www.hermenaut.com/a5.shtml>. Stand: 21.09.2005.
- Rorty, Richard** (1993): Eine Kultur ohne Zentrum. Vier philosophische Essays und ein Vorwort. Stuttgart: Reclam.
- Rorty, Richard** (1994): Hoffnung statt Erkenntnis: eine Einführung in die pragmatische Philosophie. Wien: Passagen.
- Rosen, Sherwin** (1981): The Economics of Superstars. In: American Economic Review, 71. Jg., Heft 4/1981, 845-858.
- Rösing, Helmut** (1993): Sonderfall Abendland. In: Bruhn, Herbert/Rolf Oerter/Helmut Rösing (Hrsg.): Musikpsychologie. Ein Handbuch. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch, 74-86.
- Roß, Dieter** (1995): Öffentliche Kontrolle des Privaten oder exhibitionistische Sensationshascherei? In: Forum Medienethik, 2. Jg., Heft 2/1995, 39-40.
- Roß, Dieter** (1998): Die Regression des Politischen. Die Massenmedien privatisieren die Öffentlichkeit. In: Imhof, Kurt und Peter

- Schulz (Hrsg.): Die Veröffentlichung des Privaten – die Privatisierung des Öffentlichen. Opladen: Westdeutscher, 149-156.
- Rötzer, Florian** (1996): Computerviren und Meme. In: Telepolis. Magazin der Netzkultur. 19.12.1996. URL: <http://www.heise.de/tp/deutsch/special/mem/2090/1.html>. Stand: 21.09.2005.
- Rötzer, Florian** (1999): Medienhysterie. Coca-Cola und die memetische Ansteckung. In: Telepolis. Magazin der Netzkultur. 03.07.1999. URL: <http://www.heise.de/tp/deutsch/special/mem/5035/1.html>. Stand: 21.09.2005.
- Rowe, David** (1995): Popular Cultures: Rock Music, Sport and the Politics of Pleasure. London, Thousand Oaks und New Delhi: Sage.
- Rusch, Gebhard** (1987): Erkenntnis, Wissenschaft, Geschichte. Von einem konstruktivistischen Standpunkt. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Rustemeyer, Ruth** (1997): Geschlechtsspezifische Rollen bei Medienstars. In: Faulstich, Werner und Helmut Korte (Hrsg.): Der Star: Geschichte – Rezeption – Bedeutung. München: Fink, 99-113.
- RZ-Online News**. URL: <http://starr.rz-online.de/on/98/04/05/topnews/milli.html>. Stand: 21.09.2005.
- Sakersadeh, Abholghassem** (1994): Immanenz und Transzendenz als ungelöste Problematik in der Philosophie Nicolai Hartmanns. Münster und Hamburg: LIT.
- Sams, Gideon** (1998 [1978]): Der Punk. In: Kemper, Peter/Thomas Langhoff/Ulrich Sonnenschein (Hrsg.): „but I like it“. Jugendkultur und Popmusik. Stuttgart: Philipp Reclam jun., 212-225.
- Sarcinelli, Ulrich** (1987): Symbolische Politik: zur Bedeutung symbolischen Handelns in der Wahlkampfkommunikation der Bundesrepublik Deutschland. Opladen: Westdeutscher.
- Sarcinelli, Ulrich** (1994): Symbolische Politik – Realitätsdeutung oder Realitätstäuschung? In: Bertelsmann Briefe, Heft 132, Dezember/1994, 22-24.
- Sarcinelli, Ulrich und Jens Tenscher** (1998): Polit-Flimmern und sonst nichts? Das Fernsehen als Medium symbolischer Politik und politischer Talkshowisierung. In: Klingler, Walter/Gunnar Roters/Oliver Zöllner (Hrsg.): Fernsehforschung in Deutschland: Themen – Akteure – Methoden. Baden-Baden: Nomos, 303-317.
- Savage, Jon** (1997): Der Trans-Europa-Amerika-Express. Der Soundtrack der Generation X. In: SpoKK (Hrsg.): Kursbuch JugendKultur. Stile, Szenen und Identitäten vor der Jahrtausendwende. Mannheim: Bollmann, 374-381.
- Saxer, Ulrich** (1997): Das Starphänomen im dualen Rundfunksystem. In: Faulstich, Werner und Helmut Korte (Hrsg.): Der Star: Geschichte – Rezeption – Bedeutung. München: Fink, 204-218.

- Schabedoth, Eva** (1992): Wenn Idole aus der Rolle fallen. Was Milli Vanilli mit des Kaisers neuen Kleidern verbindet. In: Bertelsmann Briefe, Heft 10/1992, 29-32.
- Schenk, Michael** (1987): Medienwirkungsforschung. Tübingen: Mohr.
- Schicha, Christian** (1999): Politik auf der ‚Medienbühne‘. Rhetorik politischer Informationsprogramme. In: Schicha, Christian und Rüdiger Ontrup (Hrsg.): Medieninszenierungen im Wandel: Interdisziplinäre Zugänge. Münster: LIT, 138-167.
- Schicha, Christian** (2000): „Leb, so wie Du Dich fühlst?“ Zur Fiktion von Authentizität beim Sendeformat Big Brother. In: Weber, Frank (Red.): Big Brother: Inszenierte Banalität zur Prime Time. Münster: LIT, 77-94.
- Schimmöller, Heiner/Stefan Aust/Klaus Brinkbäumer** (2001): „Ich bin ein Spieler.“ Interview mit Boris Becker. In: Der Spiegel, Heft 6/2001, 87-98.
- Schmidbauer, Michael und Paul Löhr** (1996): Das Programm für Jugendliche: Musikvideos in MTV Europe und VIVA. In: Televisio, 9. Jg., Heft 2/1996, 6-32.
- Schmidbauer, Wolfgang** (2001): Mythos und Psychologie. Krummwisch: Königsfurt.
- Schmidt, Sabine** (2000): Interview: Niels Ruf: „Die Sahnetorte von innen aufrollen“. In: Das Magazin, 11. Jg., Heft 4/2000, 17.
- Schmidt, Siegfried J.** (²1992): Medien, Kultur: Medienkultur. Ein konstruktivistisches Gesprächsangebot. In: Schmidt, Siegfried J. (Hrsg.): Kognition und Gesellschaft. Der Diskurs des Radikalen Konstruktivismus 2. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 425-450.
- Schmidt, Siegfried J.** (1993): Gedächtnis – Erzählen – Identität. In: Assmann, Aleida und Dietrich Harth (Hrsg.): Mnemosyne. Formen und Funktionen der kulturellen Erinnerung. Frankfurt a. M.: Fischer, 378-397.
- Schmidt, Siegfried J.** (1994a): Einleitung: Handlungsrollen im Fernsehen. In: Faulstich, Werner (Hrsg.): Vom „Autor“ zum Nutzer: Handlungsrollen im Fernsehen. München: Fink, 13-26.
- Schmidt, Siegfried J.** (1994b): Medien = Kultur? Wabern-Bern: Benteli.
- Schmidt, Siegfried J.** (1997): Kultur und Kontingenz: Lehren des Beobachters. In: Müller, Albert/Karl H. Müller/Friedrich Stadler (Hrsg.): Konstruktivismus und Kognitionswissenschaft. Kulturelle Wurzeln und Ergebnisse. Wien und New York: Springer, 173-181.
- Schmidt, Siegfried J.** (1998a): Die Zähmung des Blicks: Konstruktivismus – Empirie – Wissenschaft. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Schmidt, Siegfried J.** (1998b): Modernisierung, Kontingenz, Medien: Hybride Beobachtungen. In: Vattimo, Gianni und Wolfgang Welsch (Hrsg.): Medien – Welten – Wirklichkeiten. München: Fink, 173-186.

- Schmidt, Siegfried J.** (2000a): Aufmerksamkeit – revisited. In: Telepolis. Magazin der Netzkultur. 22.12.2000. URL: <http://www.heise.de/tp/deutsch/html/result.xhtml?url=/tp/deutsch/special/auf/4543/1.html>. Stand: 21.09.2005.
- Schmidt, Siegfried J.** (2000b): Kalte Faszination. Medien, Kultur, Wissenschaft in der Mediengesellschaft. Weilerswist: Velbrück Wissenschaft.
- Schmidt, Siegfried J.** (⁸2000): Der Radikale Konstruktivismus: Ein neues Paradigma im interdisziplinären Diskurs. In: Schmidt, Siegfried J. (Hrsg.): Der Diskurs des Radikalen Konstruktivismus. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 11-88.
- Schmidt, Siegfried J.** (2002a): Erfahrungen. Österreichische Texte beobachtend. Klagenfurt und Wien: Ritter.
- Schmidt, Siegfried J.** (2002b): Es gibt keine Kultur – aber wir brauchen sie. In: Göttlich, Udo/Clemens Albrecht/Winfried Gebhardt (Hrsg.): Populäre Kultur als repräsentative Kultur. Die Herausforderung der Cultural Studies. Köln: Halem, 105-124.
- Schmidt, Siegfried J.** (2003a): Gedächtnis als Konstruktion – Gedächtnis als Norm. Vortrag auf der Tagung „Gedächtnis zwischen Erfahrung und Repräsentation: Was bleibt von der verstörenden Kraft der Erinnerung?“ am Internationalen Forschungszentrum Kulturwissenschaften Wien, 12.-13.12.2003. Münster: Manuskript.
- Schmidt, Siegfried J.** (2003b): Geschichten&Diskurse. Abschied vom Konstruktivismus. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Schmidt, Siegfried J.** (2003c): Medienkulturwissenschaft. In: Nünning, Ansgar und Vera Nünning (Hrsg.): Konzepte der Kulturwissenschaften. Theoretische Grundlagen – Ansätze – Perspektiven. Stuttgart und Weimar: Metzler, 351-369.
- Schmidt, Siegfried J.** (2003d): Über die Fabrikationen von Identität. In: Kimminich, Eva (Hrsg.): Kulturelle Identität. Konstruktionen und Krisen. Frankfurt a. M.: Peter Lang, 1-19.
- Schmidt, Siegfried J.** (2003e): Unterhaltung gibt es nicht. Unterhalten Sie sich gut! Einige philosophische Anmerkungen zum Thema. In: Früh, Werner und Hans-Jörg Stiehler (Hrsg.): Theorie der Unterhaltung. Ein interdisziplinärer Diskurs. Köln: Halem, 324-336.
- Schmidt, Siegfried J.** (2003f): Vorlesung Orientierungs-Kurs I am Institut für Kommunikationswissenschaft der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster. Wintersemester 2003/2004. Vorlesungs-Script. URL: <http://kommunix.uni-muenster.de/ifk/seminare/ws2000-2001/seminarplaene/okurs/11/sld007.htm>. Stand: 10.12.03.
- Schmidt, Siegfried J.** (³2003): Kognitive Autonomie und soziale Orientierung. Münster: LIT.
- Schmidt, Siegfried J.** (2004a): Eine Kultur der Kulturen. Münster: Manuskript.

- Schmidt, Siegfried J.** (2004b): Fernsehwirklichkeiten: Eine systematisch verzerrte Debatte. Eröffnungsvortrag der 37. Mainzer Tage der Fernsehkritik vom 26.-27.04.2004 „Info ohne -tainment?“. Münster: Manuskript.
- Schmidt, Siegfried J. und Claudia Lieb** (²2003): Siegfried J. Schmidt und Claudia Lieb im Gespräch: Unterhaltung und/als Medienkommunikation. In: Schmidt, Siegfried J./Joachim Westerbarky/Guido Zurstiege (Hrsg.): *a/effektive Kommunikation: Unterhaltung und Werbung*. Münster: LIT, 133-143.
- Schmidt, Siegfried J. und Guido Zurstiege** (2000): Kommunikationswissenschaft: Was sie kann, was sie will. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Schmiedke-Rindt, Carina** (1998): „Express Yourself – Madonna Be With You“ – Madonna-Fans und ihre Lebenswelt. Augsburg: Sonnentanz.
- Schmitt-Beck, Rüdiger und Barbara Pfetsch** (1994): Politische Akteure und die Medien der Massenkommunikation. Zur Generierung von Öffentlichkeit in Wahlkämpfen. In: Neidhardt, Friedhelm (Hrsg.): *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen*. Opladen: Westdeutscher, 106-138.
- Schneider, Ulrich F.** (2004): Der Januskopf der Prominenz. Zum ambivalenten Verhältnis von Privatheit und Öffentlichkeit. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schnierer, Thomas** (1995): Modewandel und Gesellschaft. Die Dynamik von „in“ und „out“. Opladen: Leske & Budrich.
- Schönbach, Klaus** (1992): Transaktionale Modelle der Medienwirkung: Stand der Forschung. In: Schulz, Winfried (Hrsg.): *Medienwirkungen. Einflüsse von Presse, Radio und Fernsehen auf Individuum und Gesellschaft*. Einheim: VCH, 109-121.
- Schramm, Holger/Tilo Hartmann/Christoph Klimmt** (2002): Desiderata und Perspektiven der Forschung über parasoziale Interaktionen und Beziehungen zu Medienfiguren. In: *Publizistik*, 47. Jg., Heft 4/2002, 436-459.
- Schreck, Folkher C.** (1997): Die Bedeutung der Stars für die Publikumszeitschriften. In: Faulstich, Werner und Helmut Korte (Hrsg.): *Der Star: Geschichte – Rezeption – Bedeutung*. München: Fink, 174-175.
- Schulz, Winfried** (1982): Ausblick am Ende des Holzweges. Eine Übersicht über die Ansätze der neuen Wirkungsforschung. In: *Publizistik*, 27. Jg., Heft 1-2/1982, 49-73.
- Schumacher, Heidemarie** (2003): Moderator. In: Hügel, Hans-Otto (Hrsg.): *Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen*. Stuttgart und Weimar: Metzler, 312-316.
- Schütz, Astrid** (1999): Selbstdarstellung in der Politik: Techniken und ihre Wirkung. In: Winterhoff-Spurk, Peter und Michael Jäckel

- (Hrsg.): Politische Eliten in der Mediengesellschaft: Rekrutierung – Darstellung – Wirkung. München: Fischer, 105-120.
- Schwarz, Michael** (1997): Das Phänomen des Künstlerstars. In: Faulstich, Werner und Helmut Korte (Hrsg.): Der Star: Geschichte – Rezeption – Bedeutung. München: Fink, 195-203.
- Schwerfel, Heinz Peter** (2000): Lust statt Leid, Sex statt Seele. In: Das Magazin, 11. Jg., Heft 4/2000, 6-10.
- Searle, John R.** (1975): The Logical Status of Fictional Discourse. In: New Literary History, 6. Jg., Heft 2/1975, 319-332.
- Seifart, Horst** (1974): Sport im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. In: Medium, 4. Jg., Heft 6/1974, 8-12.
- Seifart, Horst** (1978): TV-Management: internationale Dramaturgie. In: Hackforth, Josef und Siegfried Weischenberg (Hrsg.): Sport und Massenmedien. Bad Homburg: Limpert, 87-101.
- Sennett, Richard** (²1996 [1994]): Fleisch und Stein. Der Körper und die Stadt in der westlichen Zivilisation. Berlin: Berlin.
- Sennett, Richard** (¹³2002 [1974]): Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei der Intimität. Frankfurt a. M.: Fischer.
- Shepherd, John** (1992): Warum Popmusikforschung? In: PopScriptum, Heft 1/1992, 43-67.
- Shusterman, Richard** (2003): Entertainment: A Question for Aesthetics. In: British Journal of Aesthetics, 43. Jg., Heft 3/2003, 289-307.
- Siller, Peter** (2000): Prolog: Politik und Ästhetik. Anmerkungen zu einer prekären Allianz. In: Siller, Peter und Gerhard Pitz (Hrsg.): Politik als Inszenierung: Zur Ästhetik des Politischen im Medienzeitalter. Baden-Baden: Nomos, 11-19.
- Simmel, Georg** (1992a): Gesamtausgabe. Hrsg. Rammstedt, Otthein. Band 5. Aufsätze und Abhandlungen 1894-1900. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Simmel, Georg** (1992b): Gesamtausgabe. Hrsg. Rammstedt, Otthein. Band 8. Aufsätze und Abhandlungen 1901-1908. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Simmel, Georg** (1992c): Gesamtausgabe. Hrsg. Rammstedt, Otthein. Band 11. Soziologie: Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Simon, Fritz B.** (2000): Psychopathologische Konstruktionen. In: Rusch, Gebhard und Siegfried J. Schmidt (Hrsg.): Konstruktivismus in Psychiatrie und Psychologie. DELFIN 1998/1999. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 87-103.
- Solotaroff, Ivan** (1994): No Success Like Failure. The American Love of Self-Destruction, Self-Aggrandizement and Breaking Even. Riverdale-on-Hudson: Sheep Meadow.
- Sommer, Carlo Michael** (1997): Stars als Mittel der Identitätskonstruktion. Überlegungen zum Phänomen des Starkults aus sozial-

- psychologischer Sicht. In: Faulstich, Werner und Helmut Korte (Hrsg.): *Der Star: Geschichte – Rezeption – Bedeutung*. München: Fink, 114-124.
- Spengler, Peter** (²1987): *Rockmusik und Jugend: Bedeutung und Funktion einer Musikkultur für die Identitätssuche im Jugendalter*. Frankfurt a. M.: Brandes & Apsel.
- Spielhagen, Caroline/Anja Geßner/Karl-Heinz Renner/Lothar Laux** (2000): *Wer war William Shakespeare? Big Brother aus Sicht der Selbstdarstellungsforschung*. In: Weber, Frank (Red.): *Big Brother: Inszenierte Banalität zur Prime Time*. Münster: LIT, 271-288.
- Staab, Joachim Friedrich** (1990): *Nachrichtenwert-Theorie: formale Struktur und empirischer Gehalt*. Freiburg und München: Alber.
- Staab, Joachim Friedrich** (1998): *Faktoren aktueller Berichterstattung. Die Nachrichtenwert-Theorie und ihre Anwendung auf das Fernsehen*. In: Kamps, Klaus und Miriam Meckel (Hrsg.): *Fernsehnachrichten: Prozesse, Strukturen, Funktionen*. Opladen: Westdeutscher, 49-64.
- Stäheli, Urs** (2000): *Big Brother: Das Experiment „Authentizität“ – Zur Interdiskursivität von Versuchsanordnungen*. In: Balke, Friedrich/Gregor Schwing/Urs Stäheli (Hrsg.): *Big Brother. Beobachtungen*. Bielefeld: transcript, 55-77.
- Staiger, Janet** (1997): *Das Starsystem und der klassische Hollywoodfilm*. In: Faulstich, Werner und Helmut Korte (Hrsg.): *Der Star: Geschichte – Rezeption – Bedeutung*. München: Fink, 48-59.
- Stanislavskij, Konstantin S.** (1961): *Die Arbeit des Schauspielers an sich selbst. Tagebuch eines Schülers*. Berlin: Henschel.
- Storey, John** (³2001): *Cultural Theory and Popular Culture: an Introduction*. Harlow u. a.: Prentice Hall.
- Storey, John** (2003): *Cultural Studies und Populärkultur. Oder: Warum sind die Cultural Studies keine Politische Ökonomie?* In: Hepp, Andreas und Carsten Winter (Hrsg.): *Die Cultural Studies Kontroverse*. Lüneburg: zu Klampen, 166-180.
- Stromberg, Tom** (1998): „Mythos der Unmittelbarkeit“ oder „Terror der Präsenz“? In: Mahle, Walter A. (Hrsg.): *Kultur in der Informationsgesellschaft*. Konstanz: UVK Medien, 77-81.
- Sutherland, Steve** (1999): *No Sell out*. In: *New Musical Express*, Heft 03.04.1999, 22-23.
- Swoboda, Wolfgang H.** (1994): *Abseits oder Anstoß? Fragestellungen und Perspektiven der Fußballfan-Forschung*. In: Kübert, Rainer/Holger Neumann/Jürgen Hüther/Wolfgang H. Swoboda (Hrsg.): *Fußball, Medien und Gewalt. Medienpädagogische Beiträge zur Fußballfan-Forschung*. München: KoPäd, 51-91.
- Tajfel, Henri** (1982): *Gruppenkonflikt und Vorurteil: Entstehung und Funktion sozialer Stereotypen*. Bern u. a.: Hans Huber.

- Tedeschi, James T./Nawaf Madi/Dimitri Lyakhovitzky** (1998): Die Selbstdarstellung von Zuschauern. In: Strauß, Bernd (Hrsg.): Zuschauer. Göttingen u. a.: Hogrefe, 93-110.
- Tennstedt, Florian** (1979): Rockmusik und Gruppenprozesse. Aufstieg und Abstieg der Petards. Mit musikalischen Analysen von Günter Kleinen. München: Fink.
- Terkessidis, Mark** (2000): Leben nach der Geschichte. Wie in der Berliner Republik Pop und Politik die Plätze tauschen. In: Göttlich, Udo und Rainer Winter (Hrsg.): Politik des Vergnügens. Zur Diskussion der Populärkultur in den Cultural Studies. Köln: Halem, 301-320.
- Tetzlaff, David** (1994): Music for Meaning: Reading the Discourse of Authenticity in Rock. In: Journal of Communication Inquiry, 18. Jg., Heft 1/1994, 95-117.
- Thiel, Erhard** (1991): Sport und Sportler-Image und Marktwert: Einsatzmöglichkeiten im Marketing. Landsberg/Lech: Moderne Industrie.
- Thiele, Jens** (1997): Künstlerisch-mediale Zeichen der Starinszenierung. In: Faulstich, Werner und Helmut Korte (Hrsg.): Der Star: Geschichte – Rezeption – Bedeutung. München: Fink, 136-145.
- Thieme, Michael** (1994): Musikpublizistik von unten. In: Medium, 24. Jg., Heft 1/1994, 56-59.
- Thornton, Sarah** (1995): Club Cultures. Music, Media and Sub-cultural Capital. Cambridge: Polity.
- Tienken, Reiner** (1991): Das Star-Syndrom. Stellenwert und Erscheinungsbild von „Stars“ in der kommerziellen Jugendillustrierten BRAVO. Eine Inhaltsanalyse. Münster: Unveröffentlichte Magisterarbeit.
- Treanor, Paul** (1997): Haß im Internet. In: Telepolis. Magazin der Netzkultur. 07.10.1997. URL: <http://www.heise.de/tp/r4/html/result.xhtml?url=/tp/r4/artikel/2/2211/1.html&words=Ha%DF%20im%20Internet>. Stand: 21.09.2005.
- Tuma, Thomas** (2003): Die Akkord-Arbeiter. „Deutschland sucht den Superstar“ war ein Geniestreich – wenn auch nur ein ökonomischer. In: Adolf Grimme Institut (Hrsg.): Jahrbuch Fernsehen 2003. Marl: Adolf Grimme Institut, 52-63.
- Uka, Walter** (2003): Idol/Ikone. In: Hügel, Hans-Otto (Hrsg.): Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen. Stuttgart und Weimar: Metzler, 255-259.
- Ullmaier, Johannes** (1997a): Letzter Aufruf nach Walhalla. Bemerkungen zur Popkanongenese im kulturindustriellen Aquarium. In: Büsser, Martin et al. (Hrsg.): Testcard. Beiträge zur Popgeschichte #5. Mainz: Jens Neumann, 204-218.
- Ullmaier, Johannes** (1997b): What's So Funny about L'age Polyd'or? Zur Independent/Major-Konstellation. In: Büsser, Martin et

- al. (Hrsg.): Testcard. Beiträge zur Popgeschichte #5. Mainz: Jens Neumann, 94-104.
- Ullrich, Wolfgang und Sabine Schirdewahn** (2002a): „You always think you’re watching me, but you don’t know how often I’m watching you!“ Ein Interview mit drei Michael-Jackson-Fans. In: Ullrich, Wolfgang und Sabine Schirdewahn (Hrsg.): Stars. Annäherungen an ein Phänomen. Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch, 204-223.
- Ullrich, Wolfgang und Sabine Schirdewahn** (2002b): Zur Einleitung. In: Ullrich, Wolfgang und Sabine Schirdewahn (Hrsg.): Stars. Annäherungen an ein Phänomen. Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch, 7-9.
- Ullrich, Wolfgang und Sabine Schirdewahn** (Hrsg.) (2002): Stars. Annäherungen an ein Phänomen. Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch.
- Unholzer, Gerhard** (1972): Fernsehzuschauer-Forschung. In: Theo van Alst (Hrsg.): Millionenspiele – Fernsehbetrieb in Deutschland. München: Richard Boorberg, 185-198.
- van Versendaal, Dirk** (1999): In & Out. In: Brigitte, Heft 6/1999, 25-26.
- Vande Berg, Leah R.** (1998): The Sports Hero Meets Mediated Celebrityhood. In: Wenner, Lawrence A. (Hrsg.): MediaSport. London und New York: Routledge, 134-153.
- Venker, Thomas und Linus Volkmann** (2003): MTV Cribs. At Home You Feel Like a Popstar. In: Intro, Heft 2/2003, 14-15.
- Verschwörungen, Komplotte & Intrigen: Uwe Barschel.** URL: <http://www.conspiracy.nebelbank.de/barschel.html>. Stand: 21.09.2005.
- Visscher, Anja und Peter Vorderer** (1998): Freunde in guten und schlechten Zeiten. Parasoziale Beziehungen von Vielsehern zu Charakteren einer Daily Soap. In: Willems, Herbert und Martin Jurga (Hrsg.): Inszenierungsgesellschaft. Ein einführendes Handbuch. Opladen: Westdeutscher, 453-469.
- Vogel, Juliane** (2002): Himmelskörper und Schaumgeburt: Der Star erscheint. In: Ullrich, Wolfgang und Sabine Schirdewahn (Hrsg.): Stars. Annäherungen an ein Phänomen. Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch, 11-39.
- Vogel, Thomas** (1987): Musik als religiöse Erfahrung. Gedanken zu Lärm, Musik, Gott und der Welt. In: Medien Praktisch, 11. Jg., Heft 3/1987, 13-15.
- von Bismarck, Wolf-Bertram und Stefan Baumann** (1995): Markenmythos: Verkörperung eines attraktiven Wertesystems. Frankfurt a. M.: Lang.

- von Foerster, Heinz** (1979): Cybernetics of Cybernetics. In: Krippendorff, Klaus (Hrsg.): Communication and Control in Society. New York: Gordon and Breach, 5-8.
- von Foerster, Heinz** (²1984 [1981]): Observing Systems. Seaside: Intersystems.
- von Foerster, Heinz** (1993): Wissen und Gewissen. Versuch einer Brücke. Hrsg. von Siegfried J. Schmidt. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- von Foerster, Heinz und Bernhard Pörksen** (⁵2003 [2001]): Wahrheit ist die Erfindung eines Lügners. Gespräche für Skeptiker. Heidelberg: Carl Auer.
- von Schoenebeck, Mechthild** (1987): Was macht Musik populär?: Untersuchungen zu Theorie und Geschichte populärer Musik. Frankfurt a. M. u. a.: Lang.
- von Stuckrad Barre, Benjamin** (1998): Soloalbum. Köln: Kiepenheuer & Witsch.
- Vorderer, Peter** (Hrsg.) (1996): Fernsehen als „Beziehungskiste“. Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen. Opladen: Westdeutscher.
- Vorderer, Peter und Silvia Knobloch** (1996): Parasoziale Beziehungen zu Serienfiguren: Ergänzung oder Ersatz? In: Medienpsychologie: Zeitschrift für Individual- und Massenkommunikation, 8. Jg., Heft 3/1996, 201-216.
- Watzlawick, Paul/Beavin, Janet H./Don D. Jackson** (⁶1982 [1969]): Menschliche Kommunikation: Formen, Störungen, Paradoxien. Bern u. a.: Huber.
- Weber, Frank** (Red.) (2000): Big Brother: Inszenierte Banalität zur Prime Time. Münster: LIT.
- Weber, Max** (⁵1980 [1922]): Wirtschaft und Gesellschaft: Grundriß der verstehenden Soziologie. Besorgt von Winckelmann, Johannes. Studienausgabe. Tübingen: Mohr.
- Wehner, Josef** (1997): Interaktive Medien – Ende der Massenkommunikation? In: Zeitschrift für Soziologie, 26. Jg., Heft 2/1997, 96-114.
- Wehner, Josef** (1998): Öffentliche Meinung und Person – Zur Darstellung der Politik in den Medien. In: Imhof, Kurt und Peter Schulz (Hrsg.): Die Veröffentlichung des Privaten – die Privatisierung des Öffentlichen. Opladen: Westdeutscher, 318-331.
- Weinberger, Norman M.** (2004): Music and the Brain. In: Scientific American, Heft 11/2004, 89-95.
- Weis, Kurt** (1995): Sport und Religion: Sport als soziale Institution im Dreieck zwischen Zivilreligion, Ersatzreligion und körperlich erlebter Religion. In: Winkler, Joachim und Kurt Weis (Hrsg.): Soziologie des Sports: Theorieansätze, Forschungsergebnisse und Forschungsperspektiven. Opladen: Westdeutscher, 127-150.

- Weischenberg, Siegfried** (1997): Neues vom Tage: die Schreinemarkisierung unserer Medienwelt. Hamburg: Rasch und Röhling.
- Weiß, Otmar** (1990): Sport und Gesellschaft. Eine sozialpsychologische Perspektive. Wien: ÖBV.
- Wellershoff, Marianne** (1999): Jeder kann ein Star sein. In: Der Spiegel, Heft 4/1999, 100-102.
- Wenner, Lawrence A. und Walter Gantz** (1998): Watching Sports on Television: Audience Experience, Gender, Fanship, and Marriage. In: Wenner, Lawrence A. (Hrsg.): MediaSport. London und New York: Routledge, 233-251.
- Weninger, Gerd** (Hrsg.) (2001): Lexikon der Psychologie: in fünf Bänden. Heidelberg und Berlin: Spektrum.
- Werner, Frank** (1998): Zur regionalen Szene der Alternativ-Labels. In: Baacke, Dieter (Hrsg.): Handbuch Jugend und Musik. Opladen: Leske & Budrich, 305-315.
- Westerbarkey, Joachim** (1991a): Das Geheimnis: zur funktionalen Ambivalenz von Kommunikationsstrukturen. Opladen: Westdeutscher.
- Westerbarkey, Joachim** (1991b): Vom Gebrauchswert der Massenmedien: Prämissen, Präferenzen und Konsequenzen. In: Medienpsychologie, 3. Jg., Heft 1/1991, 27-52.
- Westerbarkey, Joachim** (1995): Medienmenschen: Publizistische Komponenten personaler Attraktivität. In: Communications, 20. Jg., Heft 1/1995, 25-32.
- Westerbarkey, Joachim** (2000): Das Geheimnis: Die Faszination des Verborgenen. Berlin: Aufbau.
- Weyrauch, Jan** (1997): Boygroups – Das Teenie-Fanomen der 90er. Berlin: Extent.
- White, David Manning** (1950): The „Gatekeeper“: A Case Study in the Selection of News. In: Journalism Quarterly, 27. Jg., Heft 3/1950, 383-390.
- White, Harrison C.** (1992): Identity and Control. A Structural Theory of Social Action. Princeton: Princeton U.
- Wicke, Peter** (1992): „Populäre Musik“ als theoretisches Konzept. URL: <http://www2.rz.hu-berlin.de/inside/fpm/popkonz.htm>. Stand: 03.10.1999.
- Wicke, Peter** (1993): Popmusik als Industrieprodukt. URL: <http://www2.rz.hu-berlin.de/inside/fpm/popindu.htm>. Stand: 03.10.1999.
- Wicke, Peter** (1999): Musikindustrie im Überblick. Ein historisch-systematischer Abriß. URL: <http://www2.rz.hu-berlin.de/inside/fpm/musikind.htm>. Stand: 03. 10.1999.
- Wicke, Peter** (2003): Musik. In: Hügel, Hans-Otto (Hrsg.): Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen. Stuttgart und Weimar: Metzler, 322-326.

- Wicke, Peter/Kai-Erik Ziegenrucker/Wieland Ziegenrucker** (³1997): Handbuch der populären Musik. Zürich u. a.: Atlantis/Schott.
- Wickert, Ulrich** (1995): Glaubwürdigkeit. In: von Sternburg, Wilhelm (Hrsg.): Tagesthema ARD: Der Streit um das Erste Programm. Frankfurt a. M.: Fischer, 65-69.
- Wilke, Henk und Ad van Knippenberg** (³1996): Gruppenleistung. In: Stroebe, Wolfgang/Miles Hewstone/Geoffrey M. Stephenson (Hrsg.): Sozialpsychologie: eine Einführung. Berlin u. a.: Springer, 455-502.
- Wilke, Jörg** (1998): Analytische Dimensionen der Personalisierung des Politischen. In: Imhof, Kurt und Peter Schulz (Hrsg.): Die Veröffentlichung des Privaten – die Privatisierung des Öffentlichen. Opladen: Westdeutscher, 283-294.
- Wilkinson, Roy** (1998): Have You Seen This Band? In: Select, Heft 12/1998, 44-47.
- Willander, Arne** (1996): Als es Rock und Pop und die Jugend noch gab. In: Televizion, 9. Jg., Heft 2/1996, 4-6.
- Willems, Herbert** (2000): Big Brother – We are watching you: Überlegungen zum Genre und zur Resonanz einer neuen Form der Fernsehunterhaltung. In: Weber, Frank (Red.) (2000): Big Brother: Inszenierte Banalität zur Prime Time. Münster: LIT, 23-36.
- Winter, Rainer** (1991): Zwischen Kreativität und Vergnügen. Der Gebrauch des postmodernen Horrorfilms. In: Müller-Doohm, Stefan (Hrsg.): Öffentlichkeit, Kultur, Massenkommunikation. Beiträge zur Medien- und Kommunikationssoziologie. Oldenburg: Bibliotheks- und Informationssystem der Universität Oldenburg, 213-229.
- Winter, Rainer** (1993): Die Produktivität der Aneignung. Zur Soziologie medialer Fankulturen. In: Holly, Werner (Hrsg.): Medienrezeption als Aneignung. Opladen: Westdeutscher, 67-79.
- Winter, Rainer** (1995): Der produktive Zuschauer. Medienaneignung als kultureller und ästhetischer Prozeß. München: Quintessenz.
- Winter, Rainer** (1997): Medien und Fans: Zur Konstitution von Fankulturen. In: SpoKK (Hrsg.): Kursbuch JugendKultur. Stile, Szenen und Identitäten vor der Jahrtausendwende. Mannheim: Bollmann, 40-53.
- Winter, Rainer** (2003): Popularisierung. In: Hügel, Hans-Otto (Hrsg.): Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen. Stuttgart und Weimar: Metzler, 348-351.
- Wittgenstein, Ludwig** (2000 [1921]): Tractatus logico-philosophicus. Tagebücher 1914-1916. Philosophische Untersuchungen. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Wittwen, Andreas** (1995): Infotainment: Fernsehnachrichten zwischen Information und Unterhaltung. Bern: Lang.

- Wolf, Axel** (2005a): Charisma. Die außeralltägliche Gabe. In: *Psychologie Heute*, 32. Jg., Heft 10/2005, 20-23 und 26-27.
- Wolf, Axel** (2005b): Charisma in der Politik: Nur etwas für den Ausnahmezustand. In: *Psychologie Heute*, 32. Jg., Heft 10/2005, 24-25.
- Wulff, Hans J.** (1996): Parasozialität und Fernsehkommunikation. In: *Medienpsychologie: Zeitschrift für Individual- und Massenkommunikation*, 8. Jg., Heft 3/1996, 163-181.
- Zierold, Martin** (2003): Gedächtniskultur – Gedächtnispolitik. Münster: Unveröffentlichte Magisterarbeit.
- Zijdeveld, Anton C.** (1976): Humor und Gesellschaft. Eine Soziologie des Humors und des Lachens. Graz, Wien und Köln: Styria.
- Zimbardo, Philip G.** (⁶1995 [1974]): *Psychologie*. Berlin u. a.: Springer.
- Zimmer, Jochen** (²1981): *Rock-Soziologie. Theorie und Sozialgeschichte der Rock-Musik*. Hamburg: VSA.
- Zipes, Jack** (1987): Populäre Kultur, Ernst Bloch und Vor-Schein. In: Münster, Arno/Michael Löwy/Nicolas Tertulian (Hrsg.): *Verdinglichung und Utopie: Ernst Bloch und Georg Lukács zum 100. Geburtstag. Beiträge des internationalen Kolloquiums in Paris, März 1985*. Frankfurt a. M.: Sendler, 239-253.
- Žižek, Slavoj** (1991): *Liebe Dein Symptom wie Dich selbst! Jacques Lacans Psychoanalyse und die Medien*. Berlin: Merve.
- Zurstiege, Guido** (2001): Aufmerksamkeit – die Unwahrscheinlichkeit des Unvermeidbaren. In: *Telepolis. Magazin der Netzkultur*. 17.01.2001. URL: <http://www.heise.de/tp/deutsch/html/result.xhtml?url=/tp/deutsch/special/auf/4699/1.html>. Stand: 21.09.2005.
- Zurstiege, Guido** (2004): *Medien: Von der Disziplinierung der Wahrnehmung zur Wahrnehmung der Disziplinierung*. Münster: Habilitations-Vortrag (Manuskript).
- Zurstiege, Guido** (2005): *Zwischen Kritik und Faszination. Was wir beobachten, wenn wir die Werbung beobachten, wie sie die Gesellschaft beobachtet*. Köln: Halem.
- Zybok, Oliver** (2005): Aussichtslose Unabhängigkeiten. Kein Ende des Jugendwahns! In: Neumann-Braun, Klaus und Birgit Richard (Hrsg.): *Coolhunters. Jugendkulturen zwischen Medien und Markt*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 207-221.