

Literaturverzeichnis

- 11 Bibliographien. Lexika. Handbücher
- 12 Jahrbücher. Geschäftsberichte
- 13 Medieninstitute. Bibliotheken. Datenbanken
- 21 Kommunikationswissenschaft und -forschung
- 22 Forschungsmethoden
- 31 Kommunikation
- 32 Lokalkommunikation. Bundesländer
- 33 Netzkomunikation. Mobile Kommunikation
- 34 Politische Kommunikation
- 35 Internationale Kommunikation. Globalisierung
- 41 Medientheorien
- 42 Medienfunktionen. Publizistische Vielfalt
- 43 Medieninhalte
- 44 Medienangebote
- 51 Medienwandel. Informationsgesellschaft
- 52 Medienkultur
- 53 Medienethik
- 54 Medienmanagement
- 61 Mediengeschichte
- 62 Medienstruktur. Medienpolitik
- 63 Medienökonomie
- 64 Medienrecht
- 65 Medien Bildung
- 66 Medien Werbung
- 71 Publikum. Mediennutzung
- 72 Rezeptionsforschung
- 73 Kinder Jugendliche Medien
- 81 Journalismus. Medienberufe
- 82 Public Relations. Unternehmenskommunikation
- 83 Publizistische Persönlichkeiten
- 91 Literatur einzelner Länder

12 Jahrbücher. Geschäftsberichte

17. Jahresbericht der KEK: Berichtszeitraum 01.07.2013 bis 30.06.2015. – Berlin: die medienanstalten, ALM, 2015. – 179 S.

Berauer, Wilfried (Hrsg.): Filmstatistisches Jahrbuch 2015. – Baden-Baden: Nomos, 2015. – 101 S. (Schriftenreihe zu Medienrecht, Medienproduktion und Medienökonomie; 32)

Geschäftsbericht 2014 der Landesmedienanstalt Saarland. – Saarbrücken: LMS, 2015. – 41 S.

Jahrbuch 2014/2015: die medienanstalten, ALM. – Leipzig: Vistas, 2015. – 304 S.

Jahresbericht 2014. – Frankfurt: Hessischer Rundfunk, 2015. – 107 S.

Rechenschaftsbericht 2014 der Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein (MA HSH). – Norderstedt: MA HSH, 2015. – 57 S.

Werbung 2015. – Berlin: edition ZAW, 2015. – 358 S.

21 Kommunikationswissenschaft und -forschung

Gauntlett, David: Making Media Studies: The Creativity Turn in Media and Communications Studies. – New York: Lang, 2015. – 171 S. (Digital Formations; 93)

Pürer, Heinz; Springer, Nina; Eichhorn, Wolfgang: Grundbegriffe der Kommunikationswissenschaft. – Konstanz: UVK, 2015. – 105 S.

Rühl, Manfred: Organisationskommunikation von Max Weber zu Niklas Luhmann: wie interdisziplinäre Theoriebildung gelingen kann. – Wiesbaden: Springer VS, 2015. – 31 S. (essentials)

Thiele, Martina: Medien und Stereotype: Konturen eines Forschungsfeldes. – Bielefeld: transcript, 2015. – 501 S. (Critical Media Studies)

22 Forschungsmethoden

Kara, Helen: Creative Research Methods in the Social Sciences: A Practical Guide. – Bristol: Policy Press, 2015. – 221 S.

Bredl, Klaus; Hüninger, Julia; Jensen, Jakob Linaa (Hrsg.): Methods for Analyzing Social Media. – New York: Routledge, 2014. – 187 S.

Wirth, Werner; Sommer, Katharina; Wettstein, Martin (Hrsg.): Qualitätskriterien in der Inhaltsanalyse. – Köln: Halem, 2015. – 289 S. (Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft; 12)

Keller, Bernhard; Klein, Hans-Werner; Tuschl, Stefan (Hrsg.): Zukunft der Marktforschung: Entwicklungschancen in Zeiten von Social Media und Big Data. – Wiesbaden: Springer, 2015. – 333 S.

31 Kommunikation

Averbeck-Lietz, Stefanie: Soziologie der Kommunikation: die Mediatisierung der Gesellschaft und die Theoriebildung der Klassiker. – Berlin: De Gruyter, 2015. – 284 S.

33 Netzkomunikation. Mobile Kommunikation

Beham, Frank: Corporate Shitstorm Management: Konfrontationen im Social Web professionell managen. – Wiesbaden: Springer, 2015. – 37 S. (essentials)

Büttner, Vivian: Akzidentielle Medienhypes: Entstehung, Dynamik und mediale Verbreitung. – Wiesbaden: Springer VS, 2015. – 397 S.

Charles, Alec: Interactivity 2: New Media, Politics and Society. – Oxford: Lang, 2014. – 238 S.

Zlitrni, Sami; Lienard, Fabien (Hrsg.): Electronic Communication: Political, Social and Educational Uses. – Bern: Lang, 2015. – 203 S.

Sachs-Hombach, Klaus; Thon, Jan-Noel (Hrsg.): Game Studies: aktuelle Ansätze der Computerspielforschung. – Köln: Halem, 2015. – 501 S.

Gehl, Robert W.: Reverse Engineering Social Media: Software, Culture, and Political Economy in New Media Capitalism. – Philadelphia: Temple University Press, 2014. – 222 S.

Trottier, Daniel; Fuchs, Christian (Hrsg.): Social Media, Politics and the State: Protests, Revolutions, Riots, Crime and Policing in the Age of Facebook, Twitter and YouTube. – New York: Routledge, 2015. – 251 S. (Routledge Research and Information Technology and Society; 16)

Tunick, Mark: Balancing Privacy and Free Speech: Unwanted Attention in the Age of Social Media. – New York: Routledge, 2015. – 222 S. (Routledge Research in Information Technology and E-Commerce Law)

Mejova, Yelena; Weber, Ingmar; Macy, Michael W. (Hrsg.): Twitter: a Digital Socioscope. – New York: Cambridge University Press, 2015. – 173 S.

34 Politische Kommunikation

Imhof, Kurt; Blum, Roger; Bonfadelli, Heinz (Hrsg.): Demokratisierung durch Social Me-

dia?: Mediensymposium 2012. – Wiesbaden: Springer, 2015. – 282 S.

Ertl, Sarah: Protest als Ereignis: zur medialen Inszenierung von Bürgerpartizipation. – Bielefeld: transcript, 2015. – 369 S. (Edition Medienwissenschaft)

Gherairi, Jasmina: Persuasion durch Protest: Protest als Form erfolgsorientierter, strategischer Kommunikation. – Wiesbaden: Springer VS, 2015. – 612 S.

Meyer, Thomas: Die Unbelangbaren: wie politische Journalisten mitregieren. – Berlin: Suhrkamp, 2015. – 185 S. (Edition Suhrkamp; 2692)

43 Medieninhalte

Prommer, Elizabeth; Schuegraf, Martina; Wegener, Claudia (Hrsg.): Gender – Medien – Screens: (De)Konstruktionen aus wissenschaftlicher und künstlerischer Perspektive. – Konstanz: UVK, 2015. – 300 S. (Alltag, Medien und Kultur; 13)

Schifferes, Steve; Roberts, Richard (Hrsg.): The Media and Financial Crises: Comparative and Historical Perspectives. – New York: Routledge, 2015. – 309 S.

Wilhelm, Claudia: Digitales Spielen als Handeln in Geschlechterrollen: eine Untersuchung zu Selektion, Motiven, Genrepräferenzen und Spielverhalten. – Wiesbaden: Springer VS, 2015. – 274 S.

Schäfer, Mike S.; Kristiansen, Silje; Bonfadelli, Heinz (Hrsg.): Wissenschaftskommunikation im Wandel. – Köln: Halem, 2015. – 374 S.

44 Medienangebote

Dabala, Jacek: Creative Paths to Television Journalism. – Frankfurt, M.: Lang, 2015. – 184 S.

Stehling, Miriam: Die Aneignung von Fernsehformaten im transkulturellen Vergleich: eine Studie am Beispiel des Topmodel-Formats. – Wiesbaden: Springer VS, 2015. – 401 S.

51 Medienwandel. Informationsgesellschaft

Ahl, Jennifer: Web-TV: Entstehungsgeschichte, Begriffe, Ästhetik. – Glückstadt: Hülbusch, 2014. – 322 S. (Medientheorie)

Burkhardt, Marcus: Digitale Datenbanken: eine Medientheorie im Zeitalter von Big Data. – Bie-

lefeld: transcript, 2015. – 388 S. (Digitale Gesellschaft)

Digitalisierungsbericht 2015: digitale Weiten, analoge Inseln – Die Vermessung der Medienwelt. – Leipzig: Vistas, 2015. – 84 S.

Droll, Dennis: Facebook, YouTube, Spotify & Co. – alternative Plattformen für die digitale Radioübertragung. – Köln: Universität zu Köln, 2015. – 47 S. (Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie der Universität zu Köln; 301)

52 Medienkultur

Klimpel, Paul; Euler, Ellen (Hrsg.): Der Vergangenheit eine Zukunft: kulturelles Erbe in der digitalen Welt. – Berlin: iRights Media, 2015. – 305 S.

Hepp, Andreas; Krotz, Friedrich; Lingenberg, Swantje (Hrsg.): Handbuch Cultural Studies und Medienanalyse. – Wiesbaden: Springer, 2015. – 461 S. (Medien – Kultur – Kommunikation)

Müller, Marion G.; Geise, Stephanie: Grundlagen der visuellen Kommunikation. – Konstanz: UTB, 2015. – 334 S.

Banse, Gerhard; Rothkegel, Annely (Hrsg.): Neue Medien: Interdependenzen von Technik und Kommunikation. – Berlin: Trafo, 2015. – 339 S. (e-Culture; 19)

62 Medienstruktur. Medienpolitik

Pürer, Heinz: Medien in Deutschland: Presse, Rundfunk, Online. – Konstanz: UVK, 2015. – 259 S. (UTB; 4262)

63 Medienökonomie

Bennett, Lucy; Chin, Bertha; Jones, Bethan (Hrsg.): Crowdfunding the Future: Media Industries, Ethics, and Digital Society. – New York: Lang, 2015. – 274 S. (Digital formations; 98)

Goldfarb, Avi; Greenstein, Shane M.; Tucker, Catherine E. (Hrsg.): Economic Analysis of the Digital Economy. – Chicago: Univ. of Chicago Press, 2015. – 497 S. (National Bureau of Economic Research Conference Report)

64 Medienrecht

Greve, Felix: Die staatliche Gewährleistungsverantwortung für offene Standards: Interope-

rabilität von Dateiformaten als Voraussetzung des E-Governments, Problem des Wettbewerbsrechts und telekommunikationsrechtliche Notwendigkeit. – Baden-Baden: Nomos, 2015. – 405 S. (Hamburger Schriften zum Medien-, Urheber- und Telekommunikationsrecht; 8)

Hildebrandt, Mireille: Smart Technologies and the End(s) of Law: Novel Entanglements of Law and Technology. – Cheltenham: Elgar Publ., 2015. – 280 S.

Holtmann, Frank: Zur rechtlichen Unterscheidung von Rundfunk und Telemedien bei Hybrid-TV: unter besonderer Berücksichtigung der Werbe- und Jugendschutzregelungen des RStV und JMSv. – Hamburg: Kovac, 2015. – 205 S. (Schriften zum Medienrecht; 41)

Laudien, Arne: Präventives staatliches Eingreifen in massenmediale Internetkommunikation: der Schutz der Kommunikationsfreiheiten in der Wissensgesellschaft durch das Zensurverbot und die objektiven Gehalte des Art. 5 Abs. 1 GG. – Bremen: Europäischer Hochschulverlag, 2013. – 371 S.

Sedelmeier, Klaus; Burkhardt, Emanuel H. (Hrsg.): Presserecht: Kommentar zu den deutschen Landespressegesetzen mit systematischen Darstellungen zum pressebezogenen Standesrecht, Anzeigenrecht, Werbe- und Wettbewerbsrecht, Vertriebsrecht, Urheber- und Verlagsrecht, Arbeitsrecht, Titelschutz, Jugendmedienschutz und Steuerrecht. – München: Beck, 2015. – 2091 S.

65 Medien Bildung

Elea, Ilana (Hrsg.): Agents and Voices: A Panorama of Media Education in Brazil, Portugal and Spain. – Göteborg: Nordicom, 2015. – 279 S.

Kotilainen, Sirkku; Kupainen, Reijo (Hrsg.): Reflections on Media Education Futures: Contributions to the Conference Media Education Futures in Tampere, Finland 2014; Yearbook 2015. – Göteborg: Nordicom, 2015. – 301 S.

Anfang, Günther; Demmler, Kathrin; Lutz, Klaus (Hrsg.): wischen, klicken, knipsen: Medienarbeit mit Kindern. – München: kopaed, 2015. – 276 S. (Materialien zur Medienpädagogik; 12)

66 Medien Werbung

Knoll, Johannes: Persuasion in sozialen Medien: der Einfluss nutzergenerierter Inhalte auf die Rezeption und Wirkung von Onlinewerbung. – Wiesbaden: Springer, 2015. – 194 S.

Wille-Baumkauf, Benjamin: Onlinemarkenkommunikation und Markenloyalität im B2B-Segment. – Wiesbaden: Springer, 2015. – 322 S.

71 Publikum. Mediennutzung

Bonini, Tiziano; Monclús, Belén (Hrsg.): Radio Audiences and Participation in the Age of Network Society. – New York: Routledge, 2015. – 295 S. (Routledge Studies in European Communication Research and Education; 6)

72 Rezeptionsforschung

Bilandzic, Helena; Schramm, Holger; Matthes, Jörg: Medienrezeptionsforschung. – Konstanz: UVK, 2015. – 284 S. (UTB; 4003)

Hölig, Sascha; Hasebrink, Uwe: Reuters Digital News Survey 2015: Ergebnisse für Deutschland: Juni 2015. – Hamburg: Hans-Bredow-Institut, 2015. – 53 S. (Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts; 34)

Weber, Mathias: Der soziale Rezipient: Medienerzeption als gemeinschaftliche Identitätsarbeit in Freundeskreisen Jugendlicher. – Wiesbaden: Springer VS, 2015. – 390 S.

73 Kinder Jugendliche Medien

DIVSI U9-Studie: Kinder in der digitalen Welt: eine Grundlagenstudie des SINUS-Instituts Heidelberg im Auftrag des Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet. – Hamburg: DIVSI, 2015. – 144 S.

Eggersmann, Matthias et al.: Mobil – aktiv – entrückt? Schüler erforschen Nutzungsmuster sozialer Medien im Schulalltag. – München: kopaed, 2015. – 137 S.

Festl, Ruth: Täter im Internet: eine Analyse individueller und struktureller Erklärungsfaktoren von Cybermobbing im Schulkontext. – Wiesbaden: Springer VS, 2015. – 328 S.

Haas, Michael: Religion und Neue Medien: eine Untersuchung über (quasi-)religiöses Verhalten von Jugendlichen in ihrem gegenwärtigen Mediengebrauch. – München: kopaed, 2015. – 369 S.

Wassmer, Christian: Jugendmedienschutz im Internet: eine komparative Analyse zur Ressource Wissen in Governance-Regimes. – Baden-Baden: Nomos, 2015. – 303 S. (Reihe Medienstrukturen; 7)

81 Journalismus. Medienberufe

Brandstetter, Barbara: Verbraucherjournalismus. – Konstanz: UVK, 2015. – 254 S. (Praktischer Journalismus; 95)

Hasche, Christa; Kalisch, Eleonore; Weber, Thomas (Hrsg.): Der dramaturgische Blick: Potenziale und Modelle von Dramaturgie im Medienwandel. – Berlin: Avinus, 2014. – 317 S. (Beiträge zur Medienkulturforschung)

Haagerup, Ulrik: Constructive News: Warum „bad news“ die Medien zerstören und wie Journalisten mit einem völlig neuen Ansatz wieder Menschen berühren. – Salzburg: Oberauer, 2015. – 213 S. (Edition Oberauer)

Haarkötter, Hektor: Die Kunst der Recherche. – Konstanz: UVK, 2015. – 294 S. (Praktischer Journalismus; 98)

Krämer, Benjamin: Fallbeispieleffekte. – Baden-Baden: Nomos, 2015. – 133 S. (Konzepte: Ansätze der Medien- und Kommunikationswissenschaft; 13)

Leidecker, Melanie: „Das ist die Topgeschichte des Tages!“: der Aufmacher-Artikel deutscher Tageszeitungen im Vergleich. – Köln: Böhlau, 2015. – 389 S. (Medien in Geschichte und Gegenwart; 30)

Lumma, Nico; Rippler, Stefan; Woischwill, Branko: Berufsziel Social Media: wie Karrieren im Web 2.0 funktionieren. – Wiesbaden: Springer, 2015. – 151 S.

Lynen, Patrick: Das wundervolle Radiobuch: moderne Moderation im Radio – Persönlichkeit, Kommunikation, Motivation. – Baden-Baden: Nomos, 2015. – 189 S.

Malak, Yvonne: Erfolgreich Radio machen. – Konstanz: UVK, 2015. – 319 S. (Praktischer Journalismus; 100)

Mükke, Lutz: Korrespondenten im Kalten Krieg: zwischen Propaganda und Selbstbehauptung. – Köln: Halem, 2014. – 439 S.

Posor, Petja: Der Fall Hoeneß als Skandal in den Medien: Anschlusskommunikation, Authentisierung und Systemstabilisierung. – Konstanz: UVK, 2015. – 141 S.

Pürer, Heinz: Journalismusforschung. – Konstanz: UVK, 2015. – 177 S. (UTB; 4261)

Ruchatz, Jens: Die Individualität der Celebrity: eine Mediengeschichte des Interviews. – Konstanz: UVK, 2014. – 589 S.

Haller, Michael (Hrsg.): Wir brauchen Zeitungen! Was man aus der Zeitung alles machen kann. Trendbeschreibungen und Best Practices. – Köln: Halem, 2015. – 216 S. (edition medien-praxis; 13)

82 Public Relations. Unternehmenskommunikation

Fröhlich, Romy; Szyszka, Peter; Bentele, Günter (Hrsg.): Handbuch der Public Relations: wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln; mit Lexikon. – Wiesbaden: Springer VS, 2015. – 1173 S.

Zerfaß, Ansgar; Pleil, Thomas (Hrsg.): Handbuch Online-PR: Strategische Kommunikation in Internet und Social Web. – Konstanz: UVK, 2015. – 494 S. (PR Praxis; 7)

Linke, Anne: Management der Online-Kommunikation von Unternehmen: Steuerungsprozesse, Multi-Loop-Prozesse und Governance. – Wiesbaden: Springer, 2015. – 329 S.

91 Literatur einzelner Länder

Anderson, John Nathan: Radio's Digital Dilemma: Broadcasting in the Twenty-First Century. – New York: Routledge, 2014. – 188 S. (Routledge Research in Cultural and Media Studies; 60)

Richter, Carola; El Difraoui, Asiem (Hrsg.): Arabische Medien. – Konstanz: UVK, 2015. – 344 S.

Brändli, Matthias: Die Online-Kommunikation von politischen Interessengruppen in der Schweiz: Bedeutung, Einsatz und Veränderungen der Organisationsstrukturen. – Köln: Halem, 2015. – 395 S. (Neue Schriften zur Online-Forschung; 13)

Schneider, Nadja-Christina; Richter, Carola (Hrsg.): New Media Configurations and Socio-Cultural Dynamics in Asia and the Arab World. – Baden-Baden: Nomos, 2015. – 372 S.

Schneider Stingelin, Colette: Gesundheitskampagnen in der Schweiz: integriertes Kampagnenmanagement mit theoretischer Fundierung und Evaluation. – Konstanz: UVK, 2014. – 211 S.