

Literaturliste zur Zwischenprüfung: Bereich Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit

Einführungsliteratur/Überblickswerke zur Publizistikwissenschaft

- *Burkhard, Roland: Kommunikationswissenschaft, Grundlagen und Problemfelder, 1998
- Franck, Georg: Ökonomie der Aufmerksamkeit, München/Wien: Hanser, 1998
- *Jarren, Otfried (Hrsg.), Medien und Journalismus, Band 1 und 2, Opladen 1994 und 1995
- Maletzke, Gerhard: Kommunikationswissenschaft im Überblick. Grundlagen, Probleme, Perspektiven, Opladen: Westdeutscher Verlag, 1998
- *Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik/Massenkommunikation, Frankfurt 1994 (Neuaufg.)
- Pürer, Heinz/Raabe, Johannes: Medien in Deutschland, Band 1, Presse, München 1996 (2. Aufl.)
- *Rolke, Lothar/Wolff, Volker (Hrsg.): Wie die Medien die Wirklichkeit steuern und selbst gesteuert werden, Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 1999, S. 163-176
- Stuiber, Heinz-Werner: Medien in Deutschland, Band 2: Rundfunk, 1. und 2. Teil, Konstanz 1998

Journalismus

- Kepplinger, Hans Mathias: Die Demontage der Politik in der Informationsgesellschaft, Freiburg/München: Alber 1998
- *Mast, Claudia: ABC des Journalismus, Konstanz: UVK, 1994 (7. Ausgabe)
- Ruß-Mohl, Stephan: Kolumbus und Hippokrates als Leitbilder. Meilensteine für die Journalistenausbildung im 21. Jahrhundert, in: Neue Zürcher Zeitung v. 28.5.1999, S. 79
- ders.: Kulturrevolution im Zeitungsjournalismus. Die «LA Times» nach dem Sturm auf die «Chinesische Mauer», in: Neue Zürcher Zeitung v. 11.6.1999, S. 75
- ders.: Warum Zeitungen an Glaubwürdigkeit verlieren. US-Studie über die Sichtweisen von Journalisten und Publika, in: Neue Zürcher Zeitung v. 25.6.1999, S. 75
- *Weischenberg, Siegfried: Journalistik, Bd. I, II und III. Theorie und Praxis aktueller Massenkommunikation, Opladen 1992, 1995 und 1998
- Scholl, Armin/Weischenberg, Siegfried: Journalismus in der Gesellschaft, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 1998

Medien- und Redaktionsmanagement

- Meckel, Miriam: Redaktionsmanagement. Ansätze aus Theorie und Praxis, Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 1998
- Ruß-Mohl, Stephan: Redaktionelles Management und Marketing, in: Otfried Jarren (Hrsg.), Medien und Journalismus, Band 2, Opladen 1995, S. 104-138

Öffentlichkeitsarbeit

- Avenarius, Horst/Armbrecht, Wolfgang (Hrsg.): Ist Public Relations eine Wissenschaft?, Eine Einführung, Opladen 1992
- *Baerns, Barbara: Journalismus oder Öffentlichkeitsarbeit. Köln 1991 (2. Aufl.)
- *Bentele, Günter: Parasitentum oder Symbiose? Das Intereffikationsmodell in der Diskussion, in: Rolke, Lothar/Wolff, Volker (Hrsg.): Wie die Medien die Wirklichkeit steuern und selbst gesteuert werden, Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 1999, S. 163-176
- *Grunig, James E./Hunt T.: Managing Public Relations. New York: Holt, Rinehart & Winston 1984
- Kunczik, Michael: Public Relations. Konzepte und Theorien, Köln u.a.: Böhlau 1993
- *Ruß-Mohl, Stephan: Spoonfeeding, Spinning, Whistleblowing. Beispiel USA: Wie sich die Machtbalance zwischen PR und Journalismus verschiebt, in: Rolke, Lothar/Wolff, Volker (Hrsg.): Wie die Medien die Wirklichkeit steuern und selbst gesteuert werden, Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 1999, S. 163-176
- Zerfaß, Ansgar: Unternehmensführung und Öffentlichkeitsarbeit. Grundlegung einer Theorie der Unternehmenskommunikation und Public Relations, Opladen: Westdeutscher Verlag, 1996

(Stand: Februar 2000)