Schriftenverzeichnis

Prof. Dr. Dr. h. c. Winfried Schulz

Monographien

- Medien und Wahlen. Wiesbaden: Springer VS 2015.
- Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung zur Rolle der Massenmedien in der Politik. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 3. überarbeitete Aufl. 2011, 1. Aufl. 1997; Übersetzung der 1. Auflage ins Polnische: Komunikacja polityczna. Koncepcje teoretyczne i wyniki badań empirycznych na temat mediów masowych w polityce. Krakow: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego 2006.
- Der Kampf um Castor in den Medien. Konfliktbewertung, Nachrichtenresonanz und journalistische Qualität. München: Verlag Reinhard Fischer 1998 (gemeinsam mit Harald Berens & Reimar Zeh).
- Analýza obsahu mediálních sdělení. Praha: Karolinum nakladelství Univerzity Karlovy 1998 (gemeinsam mit Lutz Hagen, Helmut Scherer & Irena Reifová).
- Die Programme der Lokalradios im Raum Nürnberg. Inhaltsanalyse erstellt im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien. München: Bayerische Landeszentrale für neue Medien 1989 (gemeinsam mit Helmut Scherer).
- Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung. Freiburg i. Br. und München: Alber, 2. Aufl. 1990, 1. Aufl. 1976.
- Medienwirkung und Medienselektion. Methoden und Ergebnisse der Forschung zum Inter-Media-Vergleich von Fernsehen, Radio, Zeitung, Zeitschrift. Hamburg: Gruner + Jahr 1971.
- Kausalität und Experiment in den Sozialwissenschaften. Methodologie und Forschungstechnik. Mainz: v. Hase & Koehler 1970.

Herausgeberschaften

- News decisions and news values. Special issue of Communications 31, 2006, No. 1 (gemeinsam mit Carsten Reinemann).

- Das Fischer Lexikon Publizistik/Massenkommunikation. Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch Verlag, 5. aktualisierte Neuauflage 2009, frühere Auflagen 2002, 1994, 1989 und 1971 (gemeinsam mit Elisabeth Nolle-Neumann & Jürgen Wilke).
- Medienwirkungen. Einflüsse von Presse, Radio und Fernsehen auf Individuum und Gesellschaft. Untersuchungen im Schwerpunktprogramm „Publizistische Medienwirkungen“. Weinheim: VCH Verlagsgesellschaft 1992.
- Massenkommunikation. Theorien – Methoden – Befunde. Sonderheft 30 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Opladen: Westdeutscher Verlag 1989 (gemeinsam mit Max Kaase).
- Medienwirkungsforschung in der Bundesrepublik Deutschland. Enquete der DFG-Senatskommission für Medienwirkungsforschung unter dem Vorsitz von Winfried Schulz und der Mitarbeit von Jo Groebel. Teil I: Berichte und Empfehlungen. Teil II: Dokumentation/Katalog der Studien. Weinheim: VCH Verlagsgesellschaft 1987.
- Der Inhalt der Zeitungen. Eine Inhaltsanalyse der Tagespresse in der Bundesrepublik Deutschland (1967) mit Quellentexten früher Inhaltsanalysen in Amerika, Frankreich und Deutschland. Düsseldorf: Rheinisch-Bergische Verlagsanstalt 1970.

Aufsätze in Fachzeitschriften und Sammelbänden

- Informationsverhalten und Mobilisierung im Wahlkampf. In: Michael Jäckel & Uwe Jun (Hrsg.), Wandel und Kontinuität der politischen Kommunikation. Opladen: Barbara Budrich 2015, S. 65–82.
- Ende der Medialisierung? Politische Folgen im Lichte der neueren Medienentwicklung. In: Hans-Jörg Stieler, Sebastian Hagen, Felix Frey, Sebastian Koch & Maria Faust (Hrsg.), Inspiration und Systematik. Theorieentwicklung in der Kommunikationswissenschaft. Leipzig: Leipziger Universitätsverlag 2015, S. 34–49.
- Folgen „neuer Medien“ für demokratische Prozesse. Eine kritische Betrachtung empirischer Forschungsergebnisse. In: Media Perspektiven, 2015, Heft 4, S. 210–214.
- Geht's bergab? Ein Blick auf den Wandel der politischen Kommunikation. In: Olaf Jandura, Thomas Petersen, Cornelia Mothes & Anna-Maria Schielicke (Hrsg.), Publizistik und gesellschaftliche Verantwortung. Festschrift für Wolfgang Donsbach. Wiesbaden: Springer VS 2015, S. 157–171.

- Mediatization of the modern publicity process. In: Stephen Coleman, Giles Moss & Katy Parry (Eds.), *Can the media serve democracy? Essays in honor of Jay G. Blumler*. Basingstoke: Palgrave Macmillan 2015, S. 53–62.
- Fernsehnachrichten über Kanzlerkandidaten. Die Trends seit 1990. In: Christina Holtz-Bacha (Hrsg.), *Die Massenmedien im Wahlkampf. Die Bundestagswahl 2013*. Wiesbaden: Springer VS 2015, S. 173–188 (gemeinsam mit Reimar Zeh).
- Mediatization and new media. In: Frank Esser & Jesper Strömbäck (Eds.), *Mediatization of politics. Understanding the transformation of Western democracies*. Basingstoke: Palgrave Macmillan 2014, S. 57–73.
- Political communication in long-term perspective. In: Carsten Reinemann (Ed.), *Political communication*. Berlin: De Gruyter Mouton 2014, S. 63–85.
- Medialisierung – Was war noch gleich die Frage? In: Nikolaus Jakob, Marcus Maurer, Simone C. Ehmig, Stefan Geiß & Gregor Daschmann (Hrsg.), *Realismus als Beruf. Beiträge zum Verhältnis von Medien und Wirklichkeit*. Wiesbaden: Springer VS 2013, S. 49–66.
- Parteinähe, kognitive Mobilisierung und Informationsverhalten der Wähler in der neuen Medienwelt. In: Rüdiger Schmitt-Beck (Hrsg.), *Wählen in Deutschland. Politische Vierteljahresschrift, Sonderheft 45*. Baden-Baden: Nomos 2012, S. 419–441.
- Mediji u predizbornoj kampanji. In: Angsgar Zerfaß & Miroljub Radoković (Hrsg.), *Menadžment političke komunikacije*. Beograd: Konrad Adenauer Stiftung 2011, S. 85–159 (Übersetzung des Kapitels „Medien im Wahlkampf“ aus „Politische Kommunikation“, 3. Auflage).
- Die Protagonisten in der Fernseharena. Merkel und Steinmeier in der Berichterstattung über den Wahlkampf 2009. In: Christina Holtz-Bacha (Hrsg.), *Die Massenmedien im Wahlkampf. Das Wahljahr 2009*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2010, S. 313–338 (gemeinsam mit Reimar Zeh).
- Kanzlerkandidaten in Fernsehnachrichten. Vergleich der Sender und Wahljahre seit 1990. In: Carsten Reinemann & Rudolf Stöber (Hrsg.), *Wer die Vergangenheit kennt, hat eine Zukunft. Festschrift für Jürgen Wilke*. Köln: Herbert von Halem 2010, S. 210–235.

- Fernsehkritik – Urteil in wessen Sache? Kommentierter Bericht über eine Untersuchung von Fernsehkritik und Fernsehkritikern. In: Marcus S. Kleiner (Hrsg.), *Grundlagentexte zur wissenschaftlichen Medienkritik*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2010, S. 588–596, zuerst erschienen in: *Publizistik* 18 (1973), S. 379–392.
- Politischer Medieneinfluss: Metamorphosen des Wirkungskonzepts. In: Barbara Pfetsch & Frank Marcinkowski (Hrsg.), *Politik in der Mediendemokratie. Politische Vierteljahresschrift Sonderheft 42*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2009, S. 103–125.
- Superbürger und chronisch Unwissende in der neuen Medienumwelt. Beziehungen zwischen politischer Mobilisierung und Informationsverhalten bei der Bundestagswahl 2005. In: Christina Holtz-Bacha, Gunter Reus & Lee B. Becker (Hrsg.), *Wissenschaft mit Wirkung. Beiträge zu Journalismus- und Medienwirkungsforschung. Festschrift für Klaus Schönbach*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2009, S. 161–180.
- Inhaltsanalyse. In: Elisabeth Noelle-Neumann, Winfried Schulz & Jürgen Wilke (Hrsg.), *Das Fischer Lexikon Publizistik/Massenkommunikation*. Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch Verlag, 5. aktualisierte Neuauflage 2009, S. 43–64 (frühere Versionen 2002, 1994, 1989 und 1971).
- Kommunikationsprozeß. In: Elisabeth Noelle-Neumann, Winfried Schulz & Jürgen Wilke (Hrsg.), *Das Fischer Lexikon Publizistik/Massenkommunikation*. Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch Verlag, 5. aktualisierte Neuauflage 2009, S. 169–199 (frühere Versionen 2002, 1994, 1989 und 1971).
- Nachricht. In: Elisabeth Noelle-Neumann, Winfried Schulz & Jürgen Wilke (Hrsg.), *Das Fischer Lexikon Publizistik/Massenkommunikation*. Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch Verlag, 5. aktualisierte Neuauflage 2009, S. 359–396 (frühere Versionen 2002, 1994, 1989 und 1971).
- Public Relations/Öffentlichkeitsarbeit. In: Elisabeth Noelle-Neumann, Winfried Schulz & Jürgen Wilke (Hrsg.), *Das Fischer Lexikon Publizistik/Massenkommunikation*. Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch Verlag, 5. aktualisierte Neuauflage 2009, S. 565–592 (frühere Version 2002).
- Generation Multimedia. Leseforschung in der neuen Medienumwelt. In: *Lesen in Deutschland. Eine Studie der Stiftung Lesen*. o. O. [Mainz]: Stiftung Lesen 2009, S. 64–71.

- Medienwissenschaft – die letzten 20 Jahre. In: Jan Jiráček, Barbara Köpplová & Denisa Kasl Kollmannová (Hrsg.), *Média dvacet let poté. Media twenty years after*. Praha: Portál 2009, S. 37–44.
- Political news. In: Wolfgang Donsbach (Hrsg.), *International Encyclopedia of Communication*, vol. VIII. Malden, MA: Blackwell 2008, S. 3737–3742.
- Political communication. In: Wolfgang Donsbach (Hrsg.), *International Encyclopedia of Communication*, vol. VIII. Malden, MA: Blackwell 2008, S. 3671–3682.
- Content analysis and public opinion research. In: Wolfgang Donsbach & Michael W. Traugott (Eds.), *The Sage Handbook of Public Opinion Research*. London: Sage 2008, S. 348–357.
- Kommunikationsforscher als Komparatisten. In: Gabriele Melischek, Josef Seethaler & Jürgen Wilke (Hrsg.), *Medien & Kommunikationsforschung im Vergleich. Grundlagen, Gegenstandsbereiche, Verfahrensweisen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2008, S. 17–25.
- Politische Medienwirkungen: Fortschritte der Kommunikationsforschung. In: Birgit Krause, Benjamin Fretwurst & Jens Vogelsang (Hrsg.), *Fortschritte der politischen Kommunikationsforschung. Festschrift für Lutz Erbring*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2007, S. 35–50.
- Inhaltsanalyse plus. Ansätze zur Integration von Mitteilungs- und Rezipientendaten. In: Werner Wirth, Hans-Jörg Stieler & Carsten Wünsch (Hrsg.), *Dynamisch-transaktional denken. Theorie und Empirie der Kommunikationswissenschaft. Für Werner Früh*. Köln: Halem 2007, S. 108–125.
- Die Kampagne im Fernsehen – Agens und Indikator des Wandels. Ein Vergleich der Kandidatendarstellung. In: Christina Holtz-Bacha (Hrsg.), *Die Massenmedien im Wahlkampf. Die Bundestagswahl 2005*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2006, S. 277–305 (gemeinsam mit Reimar Zeh).
- Medialisierung von Wahlkämpfen und die Folgen für das Wählerverhalten. In: Kurt Imhof, Roger Blum, Heinz Bonfadelli & Otfried Jarren (Hrsg.), *Demokratie in der Mediengesellschaft*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2006, S. 41–57.

- Communication research in the past half century: A personal account of what has been typical, striking, important, and deplorable in German-speaking countries. In: Publizistik 51, 2006, S. 92–96.
- Voters in a changing media environment. A data-based retrospective on consequences of media change in Germany. In: European Journal of Communication 20 (2005), S. 55–88 (gemeinsam mit Reimar Zeh & Oliver Quiring).
- Nachrichtenanalysen und Nachrichtenwerttheorie. In: Jürgen Wilke (Hrsg.), Die Aktualität der Anfänge. 40 Jahre Publizistikwissenschaft an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Köln: Halem 2005, S. 41–61.
- The changing election coverage of German television. A content analysis 1990–2002. In: Communications 30 (2005), S. 385–407 (gemeinsam mit Reimar Zeh).
- Wettbewerb und Vielfalt im deutschen Fernsehmarkt. Eine Analyse der Entwicklungen von 1992–2001. In: Christa-Maria Ridder, Wolfgang R. Langenbucher, Ulrich Saxer & Christian Steininger (Hrsg.), Bausteine einer Theorie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2005, S. 272–292 (gemeinsam mit Christian Ihle).
- Die Fernsehpräsenz der Kanzlerkandidaten im Wandel. Analyse der Wahlkampfberichterstattung 1990–2002. In: Frank Brettschneider, Jan van Deth & Edeltraud Roller (Hrsg.), Die Bundestagswahl 2002: Analysen der Wahlergebnisse und des Wahlkampfes. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2004, S. 95–117 (gemeinsam mit Reimar Zeh).
- Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept. In: European Journal of Communication 19 (2004), S. 87–101.
- Kanzler und Kandidat in den Fernsehnachrichten. In: Christina Holtz-Bacha (Hrsg.), Die Massenmedien im Wahlkampf. Die Bundestagswahl 2002. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 2003, S. 57–81 (gemeinsam mit Reimar Zeh).
- Mediennutzung und Umweltbewusstsein: Dependenz- und Priming-Effekte. Eine Mehrebenen-Analyse im europäischen Vergleich. Publizistik 48 (2003), S. 387–413.
- Politische Kommunikation. In: Günter Bentele, Hans-Bernd Brosius & Otfried Jarren (Hrsg.), Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 2003, S. 458–480.

- Umweltbewußtsein durch Mediennutzung. Eine Analyse von Medieneinflüssen auf Umweltbesorgnis und Umweltverhalten. In: Armin Adam, Franz Kohout, Peter K. Merk & Hans-Martin Schönherr-Mann (Hrsg.), *Perspektiven der Politischen Ökologie. Festschrift für Peter Cornelius Mayer-Tasch*. Würzburg: Königshausen & Neumann 2003, S. 249–269.
- Mehr Wettbewerb, weniger Programmqualität. Was das private Fernsehen gebracht hat. In: Christian Dräger & Nikolaus Schneider (Hrsg.), *Medienethik. Freiheit und Verantwortung. Festschrift zum 65. Geburtstag von Manfred Kock*. Stuttgart: Kreuz Verlag 2001, S. 213–231.
- La campagna del 1999 per le elezioni europee 1999 in Germania. In: Rolando Marini (Hrsg.), *L'Europa dell'euro e della guerra. La campagna elettorale europea 1999 in Italia e in sette paesi dell'Unione*. Roma: RAI 2001, S. 157–187.
- Politische Mobilisierung durch Mediennutzung? Beziehungen zwischen Kommunikationsverhalten, politischer Kompetenz und Partizipationsbereitschaft. In: Achim Koch, Martina Wasmer & Peter Schmidt (Hrsg.), *Politische Partizipation in der Bundesrepublik Deutschland. Empirische Befunde und theoretische Erklärungen*. Opladen: Leske+Budrich 2001, S. 169–194 (Blickpunkt Gesellschaft 6).
- Media change and the political effects of television: Americanization of the political culture? In: Karsten Renckstorf, Denis McQuail & Nicholas Jankowski (Eds.), *Television news research: Recent European approaches and findings*. Berlin: Quintessenz 2001, S. 279–292; zuerst erschienen in: *Communications. The European Journal of Communication Research* 23 (1998), S. 527–543.
- Preconditions of journalistic quality in an open society. In: Péter Bajomi-Lázár & Istvan Hegedüs (Eds.), *Media and politics*. Budapest: New Mandate Publishing House 2001, S. 47–57; Übersetzung ins Ungarische: *Mikell a minőségi újságíráshoz?* In: *Médiakultató* 6 (2002), S. 77–82.
- Changes in mass media and the public sphere. In: Slavko Splichal (Ed.), *Public opinion and democracy. Vox populi – vox dei?* Cresskill, NJ: Hampton Press 2001, S. 339–357; zuerst erschienen in: *Javnost – The Public* 2 (1997), S. 59–69.
- Television audiences. In: Jan Wieten, Graham Murdock & Peter Dahlgren (Eds.), *Television across Europe: A comparative introduction*. London: Sage 2000, S. 113–134.

- Wählerverhalten in der Mediendemokratie. In: Markus Klein, Wolfgang Jagodzinski, Ekkehard Mochmann & Dieter Ohr (Hrsg.), 50 Jahre Empirische Wahlforschung. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 2000, S. 413–443 (gemeinsam mit Reimar Zeh & Oliver Quiring).
- Medienexpansion und politische Kompetenz: Machen Medien mündiger? In: Angela Schorr (Hrsg.), Publikums- und Wirkungsforschung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 2000, S. 227–245.
- Politische Kommunikation. In: Everhard Holtmann (Hrsg.), Politik-Lexikon. München: Oldenbourg 3. Aufl. 2000, S. 506–509 (frühere Versionen 1994 und 1991).
- Campañas electorales en el entorno multimedia: Evoluciones en Alemania. In: Alejandro Muñoz-Alonso & Juan Agnacio Rospir (Eds.), Democracia mediática y campañas electorales. Barcelona: Editorial Ariel 1999, S. 125–150.
- „Mediatization“ of politics: A challenge for democracy? In: Political Communication 16 (1999), S. 247–261 (gemeinsam mit Gianpietro Mazoleni).
- Fernsehen und sozialer Wandel. Untersuchungen zur Integrations- und Fragmentierungsthese. In: Jürgen Wilke (Hrsg.), Massenmedien und Zeitgeschichte. Konstanz: UVK Medien 1999, S. 90–105.
- Campaña electoral en tiempos de multiplicidad de canales audiovisuales. Management de campaña, utilización de información y conducta de los votantes. In: Josef Thesing y Frank Priess (Eds.), Globalización, Democracia y Medios de Comunicación. Buenos Aires: CIEDLA 1999, S. 217–248.
- Nuevos medios de comunicación: oportunidades y riesgos. In: Josef Thesing y Frank Priess (Eds.), Globalización, Democracia y Medios de Comunicación. Buenos Aires: CIEDLA 1999, S. 385–406.
- Wahlkampf unter Vielkanalbedingungen. Kampagnenmanagement, Informationsnutzung und Wählerverhalten. In: Media Perspektiven (1998), Nr. 8, S. 378–391.
- Medienwandel und epochale Trends der politischen Kultur. In: Intermediale Perspektiven. Zweites Symposium „Neue Erkenntnisse zur Print- und TV-Forschung“. Offenburg: BAC Burda 1998, S. 23–34.

- Die Studie „Massenkommunikation“ – Ein Modell zur Langzeitforschung für die Lesemedien? In: Stiftung Lesen (Hrsg.), Lesen im Umbruch – Forschungsperspektiven im Zeitalter von Multimedia. Baden-Baden: Nomos 1998, S. 157–168.
- In der expandierenden Medienöffentlichkeit verdüstert sich das Bild der Politik. Folgen der Informationsnutzung unter Vielkanalbedingungen. In: Otfried Jarren & Friedrich Krotz (Hrsg.), Öffentlichkeit unter Viel-Kanal-Bedingungen. Baden-Baden: Nomos 1998, S. 62–92.
- Online-Nutzung durch Nachrichtenredaktionen: Zu den Erfolgschancen und -bedingungen interaktiver Medienarbeit. In: Michael Krzemin-ski & Ansgar Zerfaß (Hrsg.), Interaktive Unternehmenskommunikation. Internet, Intranet, Datenbanken, Online-Dienste und Business-TV als Bausteine erfolgreicher Öffentlichkeitsarbeit. Frankfurt a. M.: IMK 1998, S. 181–192 (gemeinsam mit Daniel Leidner & Lutz M. Hagen).
- Das Fernsehen als Instrument und Akteur im Wahlkampf. Analyse der Berichterstattung von ARD, ZDF, RTL und SAT.1 über die Spitzenkandidaten bei der Bundestagswahl 1994. In: Rundfunk und Fernsehen 46 (1998), S. 58–79 (gemeinsam mit Harald Berens & Reimar Zeh).
- Das Netz als Quelle. Die Nutzung von Internet und Online-Diensten durch publizistische Medien. In: Lutz M. Hagen (Hrsg.), Online-Medien als Quellen politischer Information. Opladen: Westdeutscher Verlag 1998, S. 169–199 (gemeinsam mit Daniela Leidner).
- Die Darstellung von Politik in ost- und westdeutschen Tageszeitungen. Ein inhaltsanalytischer Vergleich. In: Publizistik 42 (1997), S. 413–438 (gemeinsam mit Helmut Scherer, Lutz M. Hagen, Theodor A. Zipfel & Harald Berens).
- Neue Medien – Chancen und Risiken. Tendenzen der Medienentwicklung und ihre Folgen. In: Aus Politik und Zeitgeschichte. Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament, B42/97, 10. Oktober 1997, S. 3–12.
- Vielseher im dualen Rundfunksystem. Sekundäranalyse zur Langzeitstudie Massenkommunikation. In: Media Perspektiven (1997), Nr. 2, S. 92–102.
- Probleme der Medienexpansion als Forschungsthema: Umwertung der Nachrichtenwerte, Fragmentierung der Nutzung und Wirklichkeitsverlust. In: Publizistik 42 (1997), S. 83–89.
- Political communication scholarship in Germany. In: Political Communication 14 (1997), S. 113–146.

- Anschauen und Dafürhalten. Inszenierter Augenschein und öffentliche Meinung. In: Kirche und Rundfunk, Nr. 61, 7. August 1996, S. 5–10.
- Communication theories can be practical, and often they are. In: Valeriana. Essays on Human Communication. Kraków: Ośrodek Badán Prasoznawczych Uj 1996, S. 245–254.
- Qualität von Fernsehprogrammen. In: Walter Hömberg & Heinz Pürer (Hrsg.), Medientransformation. Zehn Jahre dualer Rundfunk in Deutschland. Konstanz: UVK Medien 1996, S. 45–59.
- Resonance effects in television news. A study of the success of the chancellor candidates' strategies during the 1990 German Bundestag elections. In: European Journal of Communication 11 (1996), S. 33–55.
- Medienexpansion und sozialer Wandel in der Bonner Republik – eine Zeitreihenanalyse. In: Bodo Franzmann u. a. (Hrsg.), Auf den Schultern von Gutenberg. Medienökologische Perspektiven der Fernsehgesellschaft. Berlin: Quintessenz 1995, S. 207–216.
- Politikinszenierung, Themenmanagement und Tele-Politik im Wahlkampf. Eine Untersuchung über die Fernsehresonanz der Kanzlerkandidaten bei der deutschen Vereinigungswahl 1990. In: Ed Hollander, Coen van der Linden & Paul Rutten (Eds.), Communication, Culture, Community. Liber Amicorum James Stappers. Houten: Bohn Stafleu Van Loghum 1995, S. 209–227.
- Den roten Federn auf der Spur. Ein erster Bericht über eine vergleichende Inhaltsanalyse ost- und westdeutscher Tageszeitungen. In: Beate Schneider, Kurt Reumann & Peter Schiwy (Hrsg.), Publizistik. Beiträge zur Medienentwicklung. Festschrift für Walter J. Schütz. Konstanz: Universitätsverlag Konstanz 1995, S. 287–299.
- Television Requires Responsibility – National Reports: Germany. In: Bertelsmann Foundation/European Institute for the Media (Eds.), Television Requires Responsibility. International studies on the structural factors ensuring responsible television. Gütersloh: Bertelsmann Foundation Publishers 1995, S. 177–218.
- Politische Wirkungen der Medien. Ergebnisse der Medienwirkungsforschung. In: Gestörte Kommunikationsverhältnisse? Medienpraxis und Medienethik – Die Zukunft einer schwierigen Beziehung. Bonn: Friedrich-Ebert-Stiftung 1995, S. 7–16.

- Werden Wahlen im Fernsehen entschieden? Die These von der Macht der Medien im Lichte der neueren Forschung. In: Wirtschaft, Gesellschaft und Staat im Umbruch. Festschrift der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg 75 Jahre nach Errichtung der Handelshochschule Nürnberg. Im Auftrag des Professoriums herausgegeben von Karl Albrecht Schachtschneider. Berlin: Duncker & Humblot 1995, S. 645–653.
- Polityczne skutki działania mediów. In: Zeszyty Prasoznawcze 38 (1995) Nr. 1–2, S. 65–79.
- Politische Primärfunktionen der Massenmedien. Ergebnisse der empirischen Forschung. In: Gerhard Maletzke & Rüdiger Steinmetz (Hrsg.), Zeiten und Medien – Medienzeiten. Karl Friedrich Reimers zum 60. Geburtstag. Leipzig: Leipziger Universitätsverlag 1995, S. 103–124.
- Wird die Wahl im Fernsehen entschieden? Der getarnte Elefant im Lichte der neueren Forschung. In: Media Perspektiven (1994), Nr. 7, S. 318–327.
- Die Bedeutung der Kampagnen für das Europäische Parlament für das Europa-Engagement der Bürger. Eine Mehr-Ebenen-Analyse. In: Oskar Niedermayer & Hermann Schmitt (Hrsg.), Wahlen und Europäische Einigung. Opladen: Westdeutscher Verlag 1994, S. 199–223 (gemeinsam mit Jay G. Blumler).
- Medienwirklichkeit und Medienwirkung. Aktuelle Entwicklungen der Massenkommunikation und ihre Folgen. Hilmar Hoffmann (Hrsg.), Gestern begann die Zukunft. Entwicklung und gesellschaftliche Bedeutung der Medienvielfalt. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft 1994, S. 122–144; zuerst erschienen in: Aus Politik und Zeitgeschichte. Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament, B40/93, 1. Oktober 1993, S. 16–26.
- Politik und Fernsehen. Eine Zeitreihenanalyse des politischen Interesses. In: Heinz Bonfadelli & Werner A. Meier (Hrsg.), Krieg, Aids, Katastrophen. Gegenwartsprobleme als Herausforderung der Publizistikwissenschaft. Konstanz: Universitätsverlag 1993, S. 239–263.
- Die Entwicklung der Images von Kohl und Lafontaine im Wahljahr 1990. Ein Vergleich der Wählerurteile mit den Urteilen ausgewählter Leitmedien. In: Christina Holtz-Bacha & Lynda Lee Kaid (Hrsg.), Die Massenmedien im Wahlkampf. Untersuchungen aus dem Wahljahr 1990. Opladen: Westdeutscher Verlag 1993, S. 10–45 (gemeinsam mit Klaus Kindermann).

- Die Transformation des Mediensystems in den Achtzigern. Epochale Trends und modifizierende Bedingungen. In: Arnulf Kutsch, Christina Holtz-Bacha & Franz Stuke (Hrsg.), *Rundfunk im Wandel*. Festschrift für Winfried B. Lerg. Berlin: Vistas Verlag 1993, S. 155–171.
- Public Relations. In: Georges Enderle, Karl Homann & Martin Honecker (Hrsg.), *Lexikon der Wirtschaftsethik*. Freiburg: Herder 1993, S. 854–858.
- Qualität von Fernsehprogrammen. Kriterien und Methoden zur Beurteilung von Programmqualität im dualen Fernsehsystem. In: *Media Perspektiven* (1992), Nr. 11, S. 690–712 (gemeinsam mit Heribert Schatz).
- Modelle der Wirkungsforschung und ihre Anwendung in der öffentlichen Beeinflussung. Theorie und Empirie am Beispiel der Volkszählung 1987. In: Horst Avenarius & Wolfgang Armbrrecht (Hrsg.), *Ist Public Relations eine Wissenschaft? Eine Einführung*. Opladen: Westdeutscher Verlag 1992, S. 281–310.
- European Media Systems in Transition. General Trends and Modifying Conditions. The Case of the Federal Republic of Germany. In: *Gazette* 49 (1992), S. 23–40.
- Politische Kommunikation im Umbruch. Zur Rolle der Zeitungen im ersten freien Kommunalwahlkampf in Leipzig. In: *Publizistik* 36 (1991), S. 428–445 (gemeinsam mit Brigitta Lutz, Helmut Scherer, Anita Kecke & Helga Wagner).
- Democracy Comes to Leipzig, GDR: Political Communication in the First Free Local Election after the Fall of the Communist Regime. In: *European Journal of Communication* 6 (1991), S. 391–416 (gemeinsam mit Helmut Scherer, Brigitta Lutz, Anita Kecke & Helga Wagner).
- Public Service Broadcasting in the Federal Republic of Germany. In: Jay G. Blumler & Tom J. Nossiter (Eds.) *Broadcasting Finance in Transition. A Comparative Handbook*. New York: Oxford University Press 1991, S. 260–276.
- Geht die Wirklichkeit verloren? In: Johanna Dorer & Klaus Lojka (Hrsg.) *Öffentlichkeitsarbeit. Theoretische Ansätze, empirische Befunde und Berufspraxis der Public Relations*. Wien: Braumüller 1991, S. 60–66; zuerst erschienen in: *prmagazin* (1986), Nr. 9, S. 27–30.
- Les fonctions de surveillance assurées par les médias en République fédérale d'Allemagne. In: *La presse en éveil: études de cas*. Paris: UNESCO 1990, S. 35–45 (gemeinsam mit Josef Hofmann).

- Mehr Medien machen nicht mündiger. In: Die alltägliche Pressefreiheit. Von der Verantwortung der Zeitungsmacher. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung 1990, S. 147–155.
- Un campo in crescita. Istituzioni, committenti, campi d'indagine. In: Problemi dell' informazione 15 (1990), S. 215–243.
- Der Kommunikationsprozeß – neubesehen. In: Jürgen Wilke (Hrsg.), Fortschritte der Publizistikwissenschaft. Freiburg: Alber 1990, S. 25–37.
- Wirkungsqualitäten verschiedener Medien. Experimentelle Untersuchungen über die Vermittlung von konnotativer Bedeutung durch unterschiedliche Formen medialer Darstellung. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.), Rundfunk und Fernsehen 1948–1989. Baden-Baden: Nomos 1990, S. 600–614, zuerst erschienen in: Rundfunk und Fernsehen 23 (1975), S. 57–72.
- Fernseh-Paranoia und andere psychische Auffälligkeiten: Langzeitwirkung des Vielfernsehens? In: Michael Kunczik & Uwe Weber (Hrsg.), Fernsehen. Aspekte eines Mediums. Köln: Böhlau 1990, S. 112–120, zuerst erschienen in: Walter A. Mahle (Hrsg.), Langfristige Medienwirkungen. Berlin: Spiess 1986, S. 61–68.
- Perspektiven der Kommunikationsforschung. In: Max Kaase & Winfried Schulz (Hrsg.), Massenkommunikation. Theorien – Methoden – Befunde. Sonderheft 30 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Opladen: Westdeutscher Verlag 1989, S. 9–27 (gemeinsam mit Max Kaase).
- Massenmedien und Realität. Die „ptolemäische“ und die „kopernikanische“ Auffassung. In: Max Kaase & Winfried Schulz (Hrsg.), Massenkommunikation. Theorien – Methoden – Befunde. Sonderheft 30 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Opladen: Westdeutscher Verlag 1989, S. 135–149; Übersetzung ins Tschechische: Funkce a důsledky politické komunikace. In: Jan Jirák & Blanka Řichová (Hrsg.), Politická komunikace a média. Prag: Univerzita Karlova 2000, S. 24–40.
- Information? Aufklärung? Werbung? Aufklärungskampagne zur Volkszählung '87 aus der Sicht der Begleitforschung. In: Statistisches Bundesamt (Hrsg.), Wie spricht der Staat mit seinen Bürgern. Stuttgart: Metzler-Poeschl 1989, S. 129–147.

- Massenkommunikation in den internationalen Beziehungen. In: Problemfelder internationaler Beziehungen – Einführung aus der Sicht verschiedener Wissenschaften. Tübingen: Deutsches Institut für Fernstudien 1988, S. 133–155.
- Wirkungen der Massenmedien. Ergebnisse und Erklärungen. In: Politische Bildung 21 (1988), Heft 3, S. 59–74.
- News Structure and People's Awareness of Political Events. In: Indian Journal of Communication 3 (1988), S. 44–62, zuerst erschienen in: Gazette 30 (1982), S. 139–153.
- Die wissenschaftliche Literatur zur Medienwirkung und Technikakzeptanz. In: Joachim Scharioth & Harald Uhl (Hrsg.), Medien und Technikakzeptanz. München: Oldenbourg 1988, S. 21–31.
- Politikvermittlung durch Massenmedien. In: Ulrich Sarcinelli (Hrsg.), Politikvermittlung. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung 1987, S. 129–144.
- Determinanten und Folgen der Fernsehnutzung. Daten zur Vielseher-Problematik. In: Marianne Grewe-Partsch und Jo Groebel (Hrsg.), Mensch und Medien. Zum Stand von Wissenschaft und Praxis in nationaler und internationaler Perspektive. Zu Ehren von Hertha Sturm. München: K.G. Saur Verlag 1987, S. 9–32.
- Wirkungsmodelle der Medienwirkungsforschung. In: Medienwirkungsforschung in der Bundesrepublik Deutschland. Enquete der DFG-Senatskommission für Medienwirkungsforschung unter dem Vorsitz von Winfried Schulz und der Mitarbeit von Jo Groebel. Teil I: Berichte und Empfehlungen. Weinheim: VCH Verlagsgesellschaft 1987, S. 83–100.
- Medienanalyse (Inhaltsanalyse) und Wirkungsforschung. In: Medienwirkungsforschung in der Bundesrepublik Deutschland. Enquete der DFG-Senatskommission für Medienwirkungsforschung unter dem Vorsitz von Winfried Schulz und der Mitarbeit von Jo Groebel. Teil I: Berichte und Empfehlungen. Weinheim: VCH Verlagsgesellschaft 1987, S. 111–116.
- Das Vielseher-Syndrom. Determinanten der Fernsehnutzung. In: Media Perspektiven (1986), Nr. 12, S. 762–775.
- Bedeutungsvermittlung durch Massenkommunikation. Grundgedanken zu einer analytischen Theorie der Medien. In: Wolfgang R. Langenbucher (Hrsg.), Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein

Textbuch zur Einführung in ihre Teildisziplinen. Wien: Braumüller 1986, S. 108–124, zuerst erschienen in: Publizistik 19 (1974), S. 148–164.

- Das Bild des Auslandes in den Massenmedien der Bundesrepublik Deutschland. In: Kommunikationspolitische und kommunikationswissenschaftliche Forschungsprojekte der Bundesregierung (1978–1985). Eine Übersicht über wichtige Ergebnisse. Bonn: Presse- und Informationsamt der Bundesregierung 1986, S. 265–273.
- Effekte der Film-Montage. Experimentelle Überprüfung der Wechselwirkung einiger Gestaltungsmittel von AV-Medien. In: Günter Bentele & Ernest W.B. Hess-Lüttich (Hrsg.), Zeichengebrauch in Massenmedien. Zum Verhältnis von sprachlicher und nicht-sprachlicher Information in Hörfunk, Film und Fernsehen. Tübingen: Niemeyer 1985, S. 332–348 (gemeinsam mit Norbert Waldmann).
- Information und politische Kompetenz. Zweifel am Aufklärungsanspruch der Massenmedien. In: Ulrich Saxer (Hrsg.), Gleichheit oder Ungleichheit durch Massenmedien? Homogenisierung – Differenzierung der Gesellschaft durch Massenkommunikation. München: Ölschläger 1985, S. 105–118.
- „Agenda-Setting“ und andere Erklärungen. Zur Theorie der Medienwirkung. In: Rundfunk und Fernsehen 32 (1984), S. 206–213.
- Der Medienwahlkampf für das Europäische Parlament. Ein Vergleich der Kampagnen (1979) in den neun EG-Ländern. In: Winfried Schulz & Klaus Schönbach (Hrsg.), Massenmedien und Wahlen. Mass Media and Elections: International Research Perspectives. München: Ölschläger 1983, S. 357–373.
- Conceptions of Europe. In: Jay G. Blumler (Ed.), Communicating to Voters. Television in the First European Parliamentary Elections. London: SAGE Publications 1983, S. 241–257.
- One Campaign or Nine? In: Jay G. Blumler (Ed.), Communicating to Voters. Television in the First European Parliamentary Elections. London: SAGE Publications 1983, S. 337–344.
- Nachrichtengeographie. Untersuchungen über die Struktur der internationalen Berichterstattung. In: Manfred Rühl & Heinz-Werner Stüber (Hrsg.), Kommunikationspolitik in Forschung und Anwendung. Festschrift für Franz Ronneberger. Düsseldorf: Droste Verlag 1983, S. 241–257.

- Themen des Europawahlkampfes 1979 im Fernsehen der neun EG-Länder. Analyse der symbolischen Topographie Europas. In: Heribert Schatz & Klaus Lange (Hrsg.), Massenkommunikation und Politik. Aktuelle Probleme und Entwicklungen im Massenkommunikationssystem der Bundesrepublik Deutschland. Frankfurt a. M.: Haag + Herchen 1982, S. 140–160.
- Vorbemerkungen zur Semiotik des Fernsehens. In: medien + erziehung 26 (1982), S. 101–110.
- Ausblick am Ende des Holzweges. Eine Übersicht über die Ansätze der neuen Wirkungsforschung. In: Publizistik 27 (1982), S. 49–73.
- Ein neues Weltbild für das Fernsehen? Medientheoretische Überlegungen zur Diskussion um Regionalisierung und Internationalisierung. In: Media Perspektiven (1982), Nr. 1, S. 18–27.
- Mobilisierung und Demobilisierung im Europawahlkampf. Eine Kausalanalyse der Beziehung zwischen Wahlbeteiligung und Einstellung der Wähler. In: Horst Baier, Hans Mathias Kepplinger & Kurt Reumann (Hrsg.), Öffentliche Meinung und sozialer Wandel. Public Opinion and Social Change. Für Elisabeth Noelle-Neumann. Opladen: Westdeutscher Verlag 1981, S. 147–159.
- Das Fernsehen im Europawahlkampf. Erste Ergebnisse aus einer international vergleichenden Multimethodenstudie. In: Rundfunk und Fernsehen 29 (1981), S. 26–41 (gemeinsam mit Klaus Schönbach).
- Die Rolle des Fernsehens bei der ersten Direktwahl zum Europäischen Parlament im Juni 1979. Vorbericht über eine international verglichene Studie in den neun Ländern der Europäischen Gemeinschaft. In: Thomas Ellwein (Hrsg.), Politikfeld-Analysen 1979. Wissenschaftlicher Kongreß der DVPW 1979 in der Universität Augsburg, Tagungsbericht. Opladen: Westdeutscher Verlag 1980, S. 153–162 (gemeinsam mit Klaus Schönbach).
- Das Weltbild der Nachrichtenmedien. In: Politische Bildung 13 (1980), S. 33–45.
- Die veränderte Rolle der Fernsehkritik: Politisierung des Metiers. In: Fernseh-Kritik. Publikum und Publizisten. Herausgegeben von Anna-Luise Heygster & Walter Schmieding. Mainz: v. Hase & Koehler 1979, S. 57–70.

- Die Bedeutung audiovisueller Gestaltungsmittel für die Vermittlung politischer Einstellungen. Medienanalytische und experimentelle Untersuchungen am Beispiel sozialkundlicher Filme. In: AVforschung Bd. 15. Grünwald: Institut für Film und Bild in Wissenschaft und Unterricht 1976, S. 49–209 (gemeinsam mit Rolf van Lessen, Cornelia Schlede & Norbert Waldmann).
- Samplebildung bei Tageszeitungen. Zur Diskussion um die Methode der Publizistischen Stichprobe. In: Publizistik 17 (1972), S. 207–221.
- Film. In: Elisabeth Noelle-Neumann & Winfried Schulz (Hrsg.), Das Fischer Lexikon Publizistik. Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch Verlag 1971, S. 25–36.
- Informationstheorie. In: Elisabeth Noelle-Neumann & Winfried Schulz (Hrsg.), Das Fischer Lexikon Publizistik. Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch Verlag 1971, S. 44–51.
- Das Angebot der Zeitungen. Eine Inhaltsanalyse der Tagespresse in der Bundesrepublik Deutschland (1967). In: Winfried Schulz (Hrsg.), Der Inhalt der Zeitungen. Eine Inhaltsanalyse der Tagespresse in der Bundesrepublik Deutschland (1967) mit Quellentexten früher Inhaltsanalysen in Amerika, Frankreich und Deutschland. Düsseldorf: Rheinisch-Bergische Verlagsanstalt 1970, S. 5–50.
- Folgen des Lokalmonopols von Tageszeitungen. Eine vergleichende Inhaltsanalyse von Monopol- und Wettbewerbszeitungen. In: Publizistik 14 (1969), S. 298–310 (gemeinsam mit Manfred Knoche).
- Fernsehkritik und Fernsehkritiker. Empirische Daten und ein methodisches Modell. In: Rundfunk und Fernsehen 16 (1968), S. 274–293.
- Zur Methode der Publizistischen Stichprobe. In: Publizistik 13 (1968), S. 330–339.
- Die Studentendemonstrationen beim Schah-Besuch in Berlin. Ergebnisse einer Inhaltsanalyse der Publizistischen Stichprobe. In: Publizistik 13 (1968), S. 30–40.

Miszellen

- Neues aus Lagado. In: Walter Hömberg & Eckart Roloff (Hrsg.), Jahrbuch für Marginalistik II. Berlin: LIT-Verlag 2011, S. 139–144.
- Ein Fundstück. Nachwort zum Beitrag von Winfried B. Lerg & Monika Walther. In: Stefanie Auerbeck-Lietz, Petra Klein & Michael Meyen

(Hrsg.), Historische und systematische Kommunikationswissenschaft. Festschrift für Arnulf Kutsch. Bremen: edition lumière 2009, S. 45–49.

- Introduction to the special issue: News decisions and news values. In: Communications: The European Journal of Communication Research 31, 2006, No. 1, S. 1–4 (gemeinsam mit Carsten Reinemann).
- Mangel an Makrotheorien der Medienwirkung? Ein Diskussionsbeitrag. In: Günter Bentele & Manfred Rühl (Hrsg.), Theorien öffentlicher Kommunikation. Problemfelder, Positionen, Perspektiven. München: Ölschläger 1993, S. 241–245.
- Der t-Faktor in der empirischen Kommunikationsforschung. Ein Beitrag zur Rundfrage „Neue Positionen der Kommunikationsgeschichte“. In: Medien & Zeit 7 (1992), Heft 3, S. 21–23.
- Medienwirkungen lautet die Antwort – Was war die Frage? In: Winfried Schulz (Hrsg.), Medienwirkungen. Einflüsse von Presse, Radio und Fernsehen auf Individuum und Gesellschaft. Untersuchungen im Schwerpunktprogramm „Publizistische Medienwirkungen“. Weinheim: VCH Verlagsgesellschaft 1992, S. 1–7.
- Äpfel oder Orangen? Logik und Unlogik des Intermedia-Vergleichs. In: Media Spektrum (1991), Heft 10, S. 28–33.
- Vernachlässigte Hörergruppen und Themen – Ergebnisse von Programm- und Publikumsanalysen. In: Rundfunk in den 90ern zwischen Kultur, Kommerz und Internationalisierung. Dokumentation/BLM Rundfunkkongreß 1989. Herausgegeben von der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien. München: Verlag Reinhard Fischer 1990, S. 157–163.
- Kommunikation, Kommunikationswissenschaft. In: Gabler Wirtschafts-Lexikon. Wiesbaden: Gabler, 12. Aufl. 1988, S. 2871–2875.
- Voraussetzungen und Effekte der Zensuskampagne. Ergebnisse der Begleitforschung. In: ASI-News, Nr. 11, Dezember 1987, S. 29–44.
- Fortschritte der Medienwirkungsforschung. In: Walter A. Mahle (Hrsg.), Fortschritte der Medienwirkungsforschung? Neue theoretische und methodische Ansätze und Fortschritte der Medienwirkungsforschung. Berlin: Spiess 1985, S. 67–70.
- Wissenschaft als Bad News. Ein blinder Fleck im Blickfeld der Forschung. In: Wissenschaftsjournalismus in den USA. Infrastrukturen,

Ausbildungsangebote, Erfolgsgeheimnisse. Tagungsbericht zum 2. Colloquium Wissenschaftsjournalismus vom 10./11. Februar 1984 in Stuttgart-Degerloch. Stuttgart: Robert Bosch Stiftung 1985, S. 77–79.

- Über den Wert der ärztlichen Aufklärung. Ergebnisse einer Patientenerbefragung zur ambulanten Ösophagogastroduodenoskopie. In: Die Medizinische Welt 33 (1982), S. 1626–1628 (gemeinsam mit Manfred Neukirchen).
- Mechanismen des Zugangs zur Öffentlichkeit. In: G.A. Neuhaus u. a. (Hrsg.), Pluralität in der Medizin. Der geistige und methodische Hintergrund. Frankfurt a. M.: Umschau Verlag 1980, S. 154–158.