

Inhaltsverzeichnis

Marco Dohle/Gerhard Vowe

Wahrnehmung der politischen Einflüsse von Medienangeboten.
Third-Person-Effekte bei Bürgern, Journalisten und Politikern im Vergleich.....11

Daniela Floß

Es wirkt, wenn es wichtig ist: Wie Medienwirkungen auf politisches
Vertrauen von individuellen Präferenzen abhängen.....31

Marcus Maurer

Der Einfluss verbaler und visueller Informationen auf die Urteilsbildung
über Politiker.....53

Patrick Rössler/Josef F. Haschke/Franziska Marquart

Zur Selektion und Wirkung von Pressefotos. Eine rezipientenorientierte
Untersuchung auf Basis von Fotonachrichtenfaktoren.....71

Dorothee Hefner/Christoph Klimmt

Politische Kommunikation in Computerspielen: Beiläufige und
intendierte Wirkungen.....97

Markus Appel/Tobias Richter

Wirken „pure Emotionen“ auf alle Rezipienten/innen gleichermaßen
überzeugend? Zur Wirkung von Stories aus Perspektive der
politischen Kommunikation.....117

Christian Schemer

Wie Boulevardmedien Emotionen schüren. Der Einfluss der Mediennutzung
auf Emotionen in politischen Kampagnen.....133

<i>Adeline Gütschow/Denise Sommer/Georg Ruhrmann</i> Medienberichterstattung und kausale Inferenzen: Die Anwendung des Linguistic Category Model zur Untersuchung von Framing-Effekten beim Rezipienten.....	153
<i>Frank Marcinkowski</i> Das Fernsehen als Politikvermittlungsfalle. „Versehentliche“ Nutzung und „beiläufiges“ Lernen von Nachrichten.....	171
<i>Markus Schubert</i> Informationsverarbeitung 2.0. Was Rezipienten bei der Nebenbeinutzung von politischen Nachrichten lernen.....	193
<i>Kristin Bulkow/Wolfgang Schweiger</i> Ein Blick in den Automaten – individuelle Lernprozesse als vernachlässigte Größe im Agenda-Setting-Ansatz.....	213
<i>Roland Göbbel</i> Vertrauen schaffendes Potenzial von Berichterstattung über Spitzenpolitiker.....	241
<i>Jörg Matthes/Rinaldo Kühne/Christian Schemer/Werner Wirth</i> Nutzen oder glauben? Zum Verhältnis von Mediennutzung, Vertrauen in die politische Berichterstattung und Politikvertrauen.....	261
Autoreninformation.....	277