
9. LITERATURVERZEICHNIS

Abele, A. (1990). Psychologie in den Medien. Anmerkungen zu einem diffizilen Thema. *Psychologische Rundschau*, 41, 37-45.

Abraham, W. (1975). Zur Linguistik der Metapher. *Poetics*, 4, 133-172.

Allen, M., Hale, J. & Mongeau, P. (1990). Testing a model of message sidedness: Three replications. *Communication Monographs*, 57, 275-291.

Allen, M. (1991). Meta-analysis comparing the persuasiveness of one-sided and two-sided messages. *Western Journal of Speech Communication*, 55, 390-393.

Alt, J. A. (1993). Richtig argumentieren. München: Becksche Reihe.

Antos, G. (1992). Demosthenes oder: Über die „Verbesserung der Kommunikation“. Möglichkeiten und Grenzen sprachlich-kommunikativer Verhaltensänderungen. In: Fiehler, R. & Sucharowski, W. (Hrsg.), *Kommunikationsberatung und Kommunikationstraining. Anwendungsfelder der Diskursforschung* (S. 52-66). Opladen: Westdeutscher Verlag.

Antos, G. (1996). Laien-Linguistik: Studien zu Sprach- und Kommunikationsproblemen im Alltag am Beispiel von Sprachratgebern und Kommunikationstrainings. Tübingen: Niemeyer Verlag.

Arbib, M. & Hesse, M. B. (1986): *The Construction of Reality*. Cambridge: Cambridge University Press.

Auckenthaler, A. (1997). Was bleibt von der klinischen Psychologie? Medikalisierungsprozesse und ihre Folgen. *Journal für Psychologie*, 5 (3), S. 63-70.

Auckenthaler, A. (2000). Die Manualisierung von Psychotherapie. Ziele und Implikationen. In: Hermer, M. (Hrsg.), *Psychotherapeutische Perspektiven am Anfang des 21. Jahrhunderts* (S. 213-222). Tübingen: DGVT- Verlag

Bader, R. (1993). Was ist publizistische Qualität? Ein Annäherungsversuch am Beispiel Wissenschaftsjournalismus. In: Bammé, A., Kotzmann, E. & Reschenberg, H. (Hrsg.), *Publizistische Qualität. Probleme und Perspektiven ihrer Bewertung* (S. 17-39). München 1993.

Baerns, B. (1990). Wissenschaftsjournalismus und Öffentlichkeitsarbeit: Zur Informationsleistung der Pressedienste und Agenturen. In: Ruß-Mohl, S. (Hrsg.), *Wissenschaftsjournalismus und Öffentlichkeitsarbeit. Tagungsbericht zum 3. Colloquium Wissenschaftsjournalismus in Berlin* (S. 37-53). Gerlingen: Bleicher Verlag.

Baldauf, C. (1996). Konzept und Metapher - Präzisierung einer vagen Beziehung. *Linguistische Berichte*, 166, 461-482.

Ball-Rockeach, S. J. & Cantor, M. (Hrsg.) (1987). *Media, audience and social structure*. London: Sage.

Bammé, A. Kotzmann, E. & Reschenberg, H. (1989). *Publizistische Qualität. Probleme und Perspektiven der Wissenschaftspublizistik*. München.

Barthes, R. (1988). *Das semiologische Abenteuer*. Frankfurt: Suhrkamp Verlag.

-
- Bateson, G. (1985): *Ökologie des Geistes*. Frankfurt: Suhrkamp Verlag.
- Bayer, K. (1996). *Argument und Argumentation. Logische Grundlagen der Argumentationsanalyse*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- BDP (1996). *Die Psychologen im Spiegel der Öffentlichkeit*. Bonn: Deutscher Psychologen Verlag.
- Benjamin, L. T. (1986). Why don't they understand us? A history of psychology's public image. *American Psychologist*, 41 (9), 941-946.
- Berggren, D. (1963): The Use and Abuse of Metaphor. *Review of Metaphysics*, 16, 237-258.
- Black, M. (1962): *Models and Metaphors*. New York: Cornell University Press.
- Blau, G. & Katerberg, R. (1982). Agreeing responses set: Statistical nuisance or meaningful personality concept? *Perceptual and Motor Skills*, 54, 851-857.
- Blumenberg, H. (1979): *Schiffbruch mit Zuschauer. Paradigmen einer Daseinsmetapher*. Frankfurt: Suhrkamp Verlag.
- Bodenmann, G., Perrez, M., Lotti, H. & Wüst, G. (1997). Zur Ausbildungssituation der Psychologie in der Schweiz. *Journal für Psychologie*, 5(1), 70-76.
- Bördlein, Ch. (2001). *Modellreaktanz. Warum tun Menschen manchmal das Gegenteil von dem, was ein Modell ihnen vormacht?* Berlin: VWF Verlag für Wissenschaft.
- Böhme-Dürr, K. & Grube, A. (1989). Wissenschaftsberichterstattung in der Presse. *Publizistik*, 34, 448-466.
- Borman, S. (1978). Communication Accuracy in Magazine Science Reporting. *Journalism Quarterly*, 55, 345-346.
- Bortz, J. & Döring, N. (2003). *Forschungsmethoden und Evaluation für Human und Sozialwissenschaftler*. Berlin: Springer Verlag.
- Boyd, R. (1979): Metaphor and theory change. What is "metaphor" a metaphor for? In: Ortony, A. (Hrsg.), *Metaphor and Thought* (S. 481-532). Cambridge: Cambridge University Press.
- Bredemeier, K. (1991). *Medienpower – Erfolgreiche Kontakte mit Presse, Funk und Fernsehen* Zürich: Orell Füssli.
- Bredemeier, K. (1993). *Fernsehtraining. Erfolg vor der Kamera*. Zürich: Orell Füssli.
- Bredemeier, K. (1999). *Fernsehtraining. Erfolg vor der Kamera*. Zürich: Orell Füssli.
- Bredow, W. (1990). *Medien und Gesellschaft*. Stuttgart: S. Hirzel Verlag.
- Brehm, J. W. (1966). *A theory of psychological reactance*. New York: Academic Press.
- Brock, T. C. (1967). Communication discrepancy and intent to persuade as determinants of counterargument production. *Journal of Experimental Social Psychology*, 3, 296-309.

- Bromme, P., Rambow, R. & Wiedmann, J. (1998). Typizitätsvariationen bei abstrakten Begriffen: Das Beispiel chemischer Fachbegriffe. *Sprache & Kognition*, 17(1-2), S. 3-20.
- Bromme, R. & Rambow, R. (1998). Die Verständigung zwischen Experten und Laien: Das Beispiel Architektur. In Schulz, W. K. (Hrsg.), *Expertenwissen: Soziologische, psychologische und pädagogische Perspektiven* (S. 49-65). Opladen: Leske & Budrich.
- Bromme, R. (2000). Beyond one's own perspective: The psychology of cognitive interdisciplinarity. In: Weingart, P. & Stehr, N. (Hrsg.), *Practising interdisciplinarity* (S. 115-133). Toronto: University Press.
- Bromme, R. & Jucks, R. (2001). Wissensdivergenz und Kommunikation: Lernen zwischen Experten und Laien im Netz. In: Hesse, F. & Friedrich, F. (Hrsg.), *Partizipation und Interaktion im virtuellen Seminar* (S. 81-103). Münster: Waxmann Verlag.
- Bromme, R., Jucks, R. & Rambow, R. (2003). Wissenskommunikation über Fächergrenzen: Ein Trainingsprogramm. *Wirtschaftspsychologie, Pabst Science Publishers*, 5(3), 94-102.
- Brosius, H.B. & Bathelt, A. (1994). Die Nützlichkeit von Beispielen bei der persuasiven Kommunikation. *Communication Research*, 21(1), 48-78.
- Buchholz, A. & Schult, G. (2000). *Fernseh-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis*. Berlin: List Verlag.
- Buchholz, M. B. (1999). *Psychotherapie als Profession*. Gießen: Reihe Forschung Psychosozial Verlag.
- Bühl, W.L. (1984): *Die Ordnung des Wissens*. Berlin: Duncker und Humblot.
- Burghofer, K. (2000). *Das Image von Psychologen bei Medizinern*. Dissertation Universität Regensburg.
- Burkart, R. & Hömberg, W. (Hrsg.). (1992). *Kommunikationstheorien. Ein Textbuch zur Einführung*. Wien: Wilhelm Braumüller-Verlag.
- Carroll, J.M. & Mack, R.L. (1985): Metaphor, Computing Systems and Active Learning. *International Journal of Man- Machine Studies*, 22, 39-57.
- Cassirer, E. (1977): *Philosophie der symbolischen Formen*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Chu, G. C. (1967). Prior familiarity, perceived bias, and one-sided versus two sided communications. *Journal of Experimental Social Psychology*, 3, 243-254.
- Cohen, T. (1976): Notes on Metaphor. *Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 34, 249-260.
- Cook, T. D. (1969). Competence, counterarguing, and attitude change. *Journal of Personality*, 37, 342-358.
- Crowley, A. E. & Hoyer, W. D. (1994). An integrative framework for understanding two-sided persuasion. *Journal of Consumer Research*, 20, 561-574.
- Debatin, B. (1995): *Die Rationalität der Metapher*. Berlin New York: Walter de Gruyter.

-
- Deneke, J. F. (1992). Aspekte und Probleme der Medizinpublizistik: Bestandsaufnahme und Analyse zur historischen und aktuellen Präsentation von Medizin in Massenmedien. Bochumer Studien zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Bochum: Brockmeyer Verlag.
- Diehl, M. & Staufenbiel, T. (2002). Statistik mit SPSS. Version 10+11. Frankfurt: Klotz Verlag.
- Dietrich, J. (1986). Die Stunde der Experten. *Medium*, 16, 3, 23-26.
- Dunwoody, S. & Scott, B. T. (1982) Scientists as Mass Media Sources, *Journalism Quarterly*, 55, 52-59.
- Eberle, U. (2004). Wenn das Ich erstarrt. *Die Zeit*, Ressort Wissenschaft, 11.3.2004, Nr. 12.
- Eilders, C. (1996). Nachrichtenfaktoren und Rezeption. Opladen : Westdeutscher Verlag.
- Eilers, H.-J. (1997). Entgegnung zu „Wissenschaftliche Psychotherapie auf der Basis der wissenschaftlichen Psychologie“. *Report Psychologie*, 22, 34-36.
- Faust, V. & Hole, G. (Hrsg.) (1983) Psychiatrie und Massenmedien. Presse - Funk - Fernsehen - Film. Compendium Psychiatricum. Stuttgart: Hippokrates Verlag.
- Fetscherin, A. (1991). Mit den Medien arbeiten. 100 Regeln für den Umgang mit Presse, Radio und Fernsehen. Düsseldorf: Econ Verlag.
- Fischer, H.-D. (1992). Medizinjournalismus in Massenmedien. Ausbildung, Aufgaben und Ansätze. Konstanz 1992.
- Flavell, J. H. (1992). Perspectives on perspective-taking. In: Beilin, H. (Hrsg.), Piaget's theory: Prospects and possibilities. The Jean Piaget Symposium (S. 107-139). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Fleckenstein, G. (1995). Psychotherapie-Kritik in der Laienpresse. Alltäglicher Wahnsinn oder Effekthascherei? *TW-Neurologie-Psychiatrie*, 9(10), 602-603
- Foppa, K. (1989). Zur Lage der Psychologie. In: Schönplflug, W. (Hrsg.), Bericht über den Kongress der Deutschen Gesellschaft für Psychologie in Berlin 1988, Band 2 (S. 22-31), Göttingen: Hogrefe.
- Fraley, P. C. (1963). The education and training of science writers. *Journalism Quarterly*, 40, 323-328.
- Friedrichs, J. & Schwinges, U. (1999). Das journalistische Interview. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Früh, W. (1998). Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis. Konstanz: UVK Medien.
- Fussell, S. R. & Kraus, R. M. (1992). Coordination of knowledge in communication: effects of speakers' assumption about what others know. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62, 378-391.
- Gadamer, M. (1960): Wahrheit und Methode. Tübingen: Mohr.
- Garz, D. & Kramer, K. (1991). Qualitativ- empirische Sozialforschung im Aufbruch. In: Garz, D. & Kramer, K. (Hrsg.), Qualitativ- empirische Sozialforschung. Konzepte, Methoden, Analysen (S. 1-33). Opladen: Westdeutscher Verlag.

- Gerhart, M. & Russel, A. M. (1984): *Metaphoric Process*. Texas: Texas Christian University Press.
- Goffman, E. (1980). *Rahmenanalyse*. Frankfurt: Suhrkamp Verlag.
- Golden, L. L. & Alpert, M. I. (1987). Comparative analysis of the relative effectiveness of one-sided and two-sided communication for contrasting products. *Journal of Advertising*, 16(1), 18-25.
- Goodman, N & Elgin, C. Z. (1989): *Revisionen*. Frankfurt: Suhrkamp Verlag.
- Goodman, N. (1973): *Sprachen der Kunst*. Frankfurt: Suhrkamp Verlag.
- Göpfert, W. & Peters, H.-P. (1995). Medientraining für Wissenschaftler. *Publizistik*, 40(2), 208-211.
- Göpfert, W. & Peters, H. P. (1995). Medientraining für Wissenschaftler: Die Königskinder zusammenführen. *Sage & Schreibe*, 3, 23-24.
- Göpfert, W. & Peters, H.P. (1996). Wissenschaftler und Journalisten: Ein spannungsreiches Verhältnis. In: Göpfert, W. & Ruß-Mohl, S. (Hrsg.), *Wissenschaftsjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis* (S. 31-47). München: List Verlag.
- Göpfert, W. (1996). Gängige Themen: Medizin und Gesundheit. In: Göpfert, W. & Ruß-Mohl, S. (Hrsg.), *Wissenschaftsjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis*. München: List Verlag.
- Göpfert, W. & Ruß-Mohl, S. (Hrsg.) (1996). *Wissenschaftsjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis*. München: List Verlag.
- Göpfert, W. (1997). Verständigungskonflikte zwischen Wissenschaft und Wissenschaftsjournalisten. In: Biere, B. U. & Liebert, W.-A. (Hrsg.), *Metaphern, Medien, Wissenschaft. Zur Vermittlung der AIDS-Forschung in Presse und Rundfunk* (S. 70-80). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Gould, S. (2000): *Ein Dinosaurier im Heuhaufen. Streifzüge durch die Naturgeschichte*. Frankfurt: Suhrkamp Verlag.
- Grawe, K., Donati, R. & Bernauer, F. (1999). *Psychotherapie im Wandel: Von der Konfession zur Profession*. Hogrefe Verlag: Göttingen.
- Grice, H. P. (1975). Meaning. *Philosophical Review*, 66, 377-388.
- Groeben, N. (1982). Methodologische Zielkriterien als bloße Konvention? Oder: Der Psychologe als Sozialdarwinist? *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 13(4), 333-336.
- Groeben, N. & Hurrelmann, B. (2002). *Medienkompetenz. Voraussetzungen, Dimensionen, Funktionen*. Weinheim: Juventa Verlag.
- Groeben, N. & Schreier, M. & Christmann, U. (1993). Fairness beim Argumentieren: Argumentationsintegrität als Wertkonzept einer Ethik der Kommunikation. *Linguistische Berichte*, 147, 355-382
- Groeben, N. (2004). Medienkompetenz. In: Mangold, R., Vorderer, P. & Bente, G. (Hrsg.), *Lehrbuch der Medienpsychologie* (S. 27-49). Göttingen: Hogrefe

-
- Gruber, H. & Ziegler, A. (1996). Expertise als Forschungsdomäne der kognitiven Psychologie. In H. Gruber & A. Ziegler (Hrsg.), *Expertiseforschung: Theoretische und methodische Grundlagen* (S. 7-16). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Guggenberger, E. (1990). *Identität und Krise im Psychologenberuf*. München: Profil Verlag.
- Gundlach, H. (1982). Utopisch-moralische Psychologie oder the (Social) Psychologist as a Nice Guy. *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 13(3), 247-249.
- Haas, H. (1987). Die hohe Kunst der Reportage. Wechselbeziehungen zwischen Literatur, Journalismus und Sozialwissenschaften. *Publizistik*, 32(3), 277-294.
- Habermas, J. (1981). *Theorie des kommunikativen Handelns*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Hale, J. L., Mongeau, P. A. & Thomas, R. M. (1991). Cognitive processing of one-sided and two-sided persuasive message. *Western Journal of Speech Communication*, 55, 380-389.
- Haller, M. (1987). Wie wissenschaftlich ist Wissenschaftsjournalismus? *Publizistik*, 32, 3, 305-319
- Haller, M. (1991). *Das Interview. Ein Handbuch für Journalisten*. München: Öhlschläger.
- Haller, M. (1992). Mit großer Pose die tumbe Welt erwecken? Wissenschaft und Journalismus – vom Gegensatz zur Partnerschaft. Die Mittlerrolle des Journalisten. In: Gerwin, R. (Hrsg.), *Die Medien zwischen Öffentlichkeit und Wissenschaft* (S. 39-48). Stuttgart: S. Hirzel Verlag.
- Hass, R. G. & Lindner, D. E. (1972). Counterargument availability and the effects of message structure on persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 23 (7), 219-233.
- Hassett (1987). Good science vs. a good story. Psychology and the media: defining and improving our relationship. Symposium of the Psychological Association Toronto.
- Hautzinger, M. (1999): So, wie es im Lehrbuch steht, funktioniert es nicht. *Psychotherapeut*, 44, 44-49.
- Haux, G. (1989). *Wissenschaftsjournalismus und Wissenschaftler*. Universität München. Unveröffentlichte Diplomarbeit.
- Haverkamp, A. (1983): *Theorie der Metapher*. Frankfurt: Suhrkamp Verlag.
- Hehr, W. (1981). Fokussiertes Videofeedback und der Selbstwahrnehmungsprozess. *Zeitschrift für Experimentelle und Angewandte Psychologie*, 28(1), S. 130-159.
- Hejj, A. (1999). Zur fehlenden Selbstachtung der Psychologiestudenten. In: Rietz, I., Kliche, T. & Wahl, S. (Hrsg.), *Das Image der Psychologie. Empirie und Perspektiven zur Fachentwicklung* (S. 171-191). Lengerich: Pabst Science Publishers.
- Henninger, M. & Mandl, H. (1998a). *Vom Wissen zum Handeln – ein Ansatz zur Förderung kommunikativen Handelns* (Forschungsbericht Nr. 98). München: Ludwig-Maximilians-Universität, Lehrstuhl für Empirische Pädagogik und Pädagogische Psychologie.
- Henninger, M., Balk, M. & Mandl, H. (1998b). *Doing evaluation in a process-oriented way: Theoretical implications and methodological problems* (Forschungsbericht Nr. 95). München: Ludwig-Maximilians-Universität, Lehrstuhl für Empirische Pädagogik und Pädagogische Psychologie.

-
- Hermer, M. (2000): Alte und neue Fragen nach hundert Jahren Psychotherapie. In: Hermer, M. (Hrsg.): Psychotherapeutische Perspektiven am Beginn des 21. Jahrhunderts. Tübingen: DGVT-Verlag.
- Herrmann, T. (1996). Psychologie und Gemüsehandel. *Psychologische Rundschau*, 47, 216-217.
- Hesse, H. A. (1998). Experte, Laie, Dilettant: über Nutzen und Grenzen von Fachwissen.
- Hesse, M. (1966): Models and Analogies in Science. Quebec: Notre Dame University Press.
- Hesse, M. (1988): Die kognitiven Ansprüche der Metapher. In: Van Noppen, J.-P. (Hrsg.), *Erinnern um Neues zu sagen* (S. 128-148). Frankfurt: Athenäum.
- Heuser, I. (2005). „Viele halten das Tempo nicht mehr aus“. *Tagesspiegel*, Nr. 18816, S. 26.
- Hitzler, R. (1994) (Hrsg.). Expertenwissen. Die institutionalisierte Kompetenz zur Konstruktion von Wirklichkeit. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Hoff, E.-H. (1998). Probleme der Psychologie als Profession. *Report Psychologie*, 23, 450ff
- Hofstätter, P. R. (1957). Psychologie. Frankfurt: Fischer Verlag.
- Holz, E. F. (1994). Alltagspsychologisches Denken. Psychologische Forschungsergebnisse im Urteil der Laien.
- Hömberg, W. (1987): Wissenschaftsjournalismus in den Medien. Zur Situation eines Marginalressorts. *Media Perspektiven*, 5, 297-310.
- Hömberg, W. (1990): Das verspätete Ressort. Die Situation des Wissenschaftsjournalismus. Konstanz.
- Hömberg, W. (1992). Medientraining für Wissenschaftler. Modellseminar an der Universität Eichstätt. *Publizistik*, Jahrgang 37, 384-387
- Hörmann, H. (1971): Semantische Anomalie, Metapher und Witz. In: *Folia Linguistica*, S.310-330
- Hurrelmann, K. & Leppin, A. (2001). Wissenstransfer durch Medien. Juventa Verlag: Weinheim.
- Issing, L. (1990). Gestaltung, Funktionen und Wirkungen von Bildungssendungen im Fernsehen. In: Schuster, H. J. (Hrsg.), *Handbuch des Wissenschaftstransfers* (S. 519-537). Berlin: Springer Verlag.
- Issing, L.J. (1994). Wissenserwerb mit bildlichen Analogien. In: Weidenmann, B. (Hrsg.), *Wissenserwerb mit Bildern* (S. 149-176). Bern: Huber.
- Jackson, S. & Allen, M. (1987). Meta-analysis of the effectiveness of one-sided and two sided argumentation. Paper presented at the International Communication Association Convention Montreal: Canada.
- Jaeggi, E. (1997): Die Rolle der Psychologie in den Medien. *Journal für Psychologie*, 5(1), 59-64
- Jiménez, P. & Raab, E. (1999). Das Berufsbild von Psychologen im Vergleich mit anderen Berufen. *Psychologische Rundschau*, 50 (1), 26-32.

- Jones, R. A. & Brehm, J. W. (1970). Persuasiveness of one-sided and two-sided communication as a function of awareness there are two sides. *Journal of Experimental Psychology*, 6, 47-56.
- Jucks, R. (2001). Was verstehen Laien? Zur Verständlichkeit von Fachtexten aus der Sicht von Computer-Experten. Münster: Waxmann Verlag.
- Jucks, R., Bromme, R. & Runde, A. (2003). Audience Design in der netzgestützten Kommunikation: Die Rolle von Heuristiken über der das geteilte Vorwissen. *Zeitschrift für Psychologie*, 211(2), 60-74
- Jung, M. (1984). Kommunikationstraining. *Personal*, 36 (7), 275-278.
- Jüttemann, G. (1985). Qualitative Forschung in der Psychologie. Grundlagen, Verfahrensweisen, Anwendungsfelder. Weinheim: Beltz.
- Kaiser, J. (2001). Auf die Allgemeinplätze, fertig, los. *Süddeutsche Zeitung*, Nr. 221, 21.
- Kamins, M. A. & Marks, L. J. (1987). Advertising puffery: The impact of using two-sided claims on product attitude and purchase intention. *Journal of Advertising*, 16 (4), 6-15.
- Kärner, M. (1996). Aufstand der Laien. Aachen: Thoeut-Verlag, 1996, 69-88.
- Kastner, M. (1994). Aufmerksamkeit und Relevanz. Das Verhältnis von Wissenschaft und Medien. Jahresbericht 1992/93. Universität Bielefeld.
- Katz, D. & Kahn, R.L. (1967). *The social psychology of organizations*. New York: Wiley.
- Kepplinger, H. M. (1987). Öffentlichkeitsnachfrage und Medieninhalte. In: Wissenschaftszentrum Berlin (Hrsg.), *Die Vermittlung von sozialwissenschaftlichen Ergebnissen in die Öffentlichkeit*. Wissenschaftszentrum Berlin.
- Kirchner, A. & Brichta, R. (2002). Medientraining für Manager. In der Öffentlichkeit überzeugen – Investor Relations und Public Relations optimieren. Wiesbaden: Gabler Verlag.
- Kirkpatrick, D. L. (2004). *Evaluating training programs: the four levels*, 2. Auflage, San Francisco: Berrett-Koehler.
- Kirschner, S. & Kirschner, D. A. (Hrsg.) (1997). *Perspectives on psychology and the media*. Washington, DC: American Psychology Association.
- Kittay, E.F. (1987): *Metaphor. Its Cognitive Force and its Linguistic Structure*. Oxford: Clarendon Press.
- Kliche, T. & Winter, J. (1997). „Wie normal sind Sie wirklich?“ Selbsterstellungs-Vorschriften in den Psychotests der Massenmedien. *Zeitschrift für Politische Psychologie*, 5(3-4), 421-443.
- Knorr-Cetina, K. (1984). *Die Fabrikation von Erkenntnis*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Kohring, M. (1997). *Die Funktion des Wissenschaftsjournalismus. Ein systemtheoretischer Ansatz*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Kohring, M & Matthes, J. (2003). Operationalisierung von Vertrauen in Journalismus. *Medien und Kommunikationswissenschaft*, 51, 5-23.

- Kohring, M. (2004). Vertrauen in Journalismus. Theorie und Empirie. UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Kolers, P. A. & Rödiger, H. L. (1984): Procedures of Mind. *Journal of Verbal Learning and Verbal Behaviour*, 23, 425-449.
- Köller, W. (1975): Semiotik und Metapher. Untersuchungen zur grammatischen Struktur und kommunikativen Funktion von Metaphern. Stuttgart: Metzler.
- Krauss, R. M. & Fussell, S. R. (1991). Perspective-taking in communication: Representations of other's knowledge in reference. *Social Cognition*, 2, 2-24.
- Kreutzer, S. (2003). Fit für die Medien. Wie Unternehmen durch Medientrainings auf den Umgang mit Presse, Hörfunk und Fernsehen vorbereitet werden. Unveröffentlichte Diplomarbeit, Universität Eichstätt.
- Kromrey, H. (1996). Qualitätsverbesserung in Lehre und Studium statt so genannter Lehrevaluation. Ein Plädoyer für gute Lehre und gegen schlechte Sozialforschung. *Zeitschrift für Pädagogische Psychologie*, 10(3-4), 153-166.
- Krüger, J. (1987). Wissenschaftsberichterstattung in aktuellen Massenmedien aus Sicht der Wissenschaftler. In: Flöhl, R. & Fricke, J. (Hrsg.), Moral und Verantwortung in der Wissenschaftsvermittlung S. 39-51). Mainz: Hase & Koehler.
- Kuhn, T. (1977): Die Entstehung des Neuen. Frankfurt: Suhrkamp.
- Künzel, E., Nickel, S. & Zechlin, L. (1999). Organisationsentwicklung an Hochschulen. Was geschieht mit den Evaluationsergebnissen? In: Hochschulrektorenkonferenz (Hrsg.), Viel Lärm um nichts? Evaluation von Studium und Lehre und ihre Folgen. Beiträge zur Hochschulpolitik 4/1999, 105-119. Bonn: HRK.
- Kurz, G. (1993): Metapher, Allegorie, Symbol. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Lakoff, & Johnson, (1980): *Metaphors we live by*. Chicago: The University of Chicago.
- Lamnek, S. (1995). Qualitative Sozialforschung. Methoden und Techniken, Band 2. Weinheim: Beltz Verlag.
- Langer, I. & Schulz v. Thun, F. & Tausch, R. (1993). Sich verständlich machen, 5. Aufl., München.
- Lasogga, F. & Koschmieder, M. (1991). Kommunikations- und Verhaltenstrainings – was nutzen sie? *Report Psychologie*, 16(5-6), S. 24-31.
- Lassoga, F. & Koschmieder, M. (1990). Überprüft die Trainer! *Psychologie heute*, 17(6), 53-57
- Law, L.-C., Mandl, H. & Henninger, M. (1998). *Training of reflection: Its feasibility and boundary conditions* (Forschungsbericht Nr. 89). München: Ludwig-Maximilians-Universität, Lehrstuhl für Empirische Pädagogik und Pädagogische Psychologie.
- Leary, D.E. (1990): *Metaphors in the History of Psychology*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Leatherdale, W. H. (1974): *The Role of Analogy, Model and Metaphor in Science*. New York: American Elsevier Publishing.
- Lepenes, W. (1985): *Die drei Kulturen*. München/Wien.
- Lür, G. (1991). Psychologie im Spiegel ihrer wissenschaftlichen Gesellschaft: Historische Fakten, Entwicklungen und ihre Konsequenzen. *Psychologische Rundschau*, 42, 1-11.
- Lumsdaine, A. A. & Janis, I. L. (1953). Resistance to counterpropaganda produced by one-sided and two-sided propaganda presentations. *Public Opinion Quarterly*, 17, 311-318.
- MacCormac, E. R. (1985): *A Cognitive Theory of Metaphor*. Cambridge: MIT Press.
- Maier, M. (2003). *Nachrichtenfaktoren: Stand der Forschung*. Opladen: Leske und Budrich.
- Mast, C. (2000). *ABC des Journalismus. Ein Leitfaden für die Redaktionsarbeit*. UVK Medien: Konstanz.
- Mayring, P. (1987). *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*. Weinheim.
- Mayring, P. (1988). *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*. Weinheim.
- Mayring, P. (2000). *Qualitative Inhaltsanalyse (7. Aufl.)*. Weinheim: Beltz PVU.
- McCall, R.B. (1988). Science and the press. Like oil and water? *American Psychologist*, 43, 87-94.
- Meermann, H. (1990). Wissenschaftsjournalismus. Im Rollenspiel Berührungängste abbauen. Medientraining für Wissenschaftler – Bringschuld und Hohlschuld. *MPG- Spiegel*, 4, 13-16.
- Mendelsohn, E. (1974): Revolution und Reduktion. In: Weingart, P. (Hrsg.), *Wissenschaftssoziologie* (S. 241-261). Frankfurt: Suhrkamp Verlag.
- Merten, K. Schmidt, S. J. & Weischenberg, S (1994). *Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*. Opladen.
- Miall, D. (1982): *Metaphor. Problems and Perspectives*. Brighton: The Harvester Press LTD.
- Mischo, C., Groeben, N. & Christmann, U. (1997). Was ist in Argumentationen überzeugender: rhetorische Ästhetik oder kommunikative Fairness? *Zeitschrift für experimentelle Psychologie*, 44, 656-685.
- Mischo, C., Groeben, N. Christmann, U. & Flender, J. (2002). Konzeption und Evaluation eines Trainings zum Umgang mit unfairem Argumentieren in Organisationen. *Zeitschrift für Arbeits- und Organisationspsychologie*, 46 (3), 150-158.
- Mischo, C. (2004). Fördert Gruppendiskussion die Perspektiven-Koordination? *Zeitschrift für Entwicklungspsychologie und Pädagogische Psychologie*, 36, 30-37.
- Mielke, R. (1990). Ein Fragebogen zur Wirksamkeit der Selbstdarstellung. *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 21(3), 162-170.
- Mielke, R.(1992). Einstellungsverfügbarkeit und Verhaltenswirksamkeit. Bielefelder Arbeiten zur Sozialpsychologie, Nr. 162. Bielefeld: Universität Bielfeld, Fakultät für Soziologie.

-
- Miller, N. E. (1986): The scientist's responsibility for public information: A guide to effective communication with the media. In: Friedman, S. M., Dunwoody, S. & Rogers, C. L. (Hrsg.), *Scientists and journalists. Reporting science as news* (S. 239-253). New York: University Press.
- Mohr, H. (1996). Wissenschaft muss Flagge zeigen: Hat sich der Experte klassischen Zuschnitts überlebt? *Forschung & Lehre: Mitteilungen des deutschen Hochschulverbandes*, 7, 342-345.
- Moser, K.S. (2001). Metaphernforschung in der Kognitiven Psychologie und in der Sozialpsychologie – ein Review. *Journal für Psychologie*, 9(4), 17-34
- Mreschar, R. (1989). Psychologie und Presse: Wunsch nach mehr Signalen aus der Wissenschaft, *Spiegel der Max Planck Gesellschaft*, 3.
- Mulkay, M. (1974): Conceptual Displacement and Migration in Science. *Science Studies*, 4, 205-234.
- Mummendey, D. (1995). Psychologie der Selbstdarstellung. Göttingen: Hogrefe.
- Nelkin, D. (1987). *Selling Science: How press covers science and technology*. New York: Freeman and Company.
- Nickerson, R. S., Baddeley, A. & Freeman, B. (1987). Are people's estimates of what other people know influenced by what they themselves know? *Acta Psychologica*, 64, 245-259.
- Nowak, P. & Wimmer-Puchinger, B. (1990). Die Umsetzung linguistischer Analyseergebnisse in ein Kommunikationstraining mit Ärzten – Ein Modellversuch. In: Ehlich, K., Koerfer, A., Redder, A. & Weingarten, R. (Hrsg.), *Medizinische und therapeutische Kommunikation. Diskursanalytische Untersuchungen* (S. 137-142). Westdeutscher Verlag: Opladen.
- Nückles, M. & Bromme, R. (1998). Knowing what the others know: A study of interprofessional communication between nurses and medical doctors. *Klinische Pädiatrie*, 210, 291-296.
- Nückles, M. (2000). *Perspektivenübernahme von Experten in der Kommunikation mit Laien*. Münster: Waxmann Verlag.
- Obermeier, O.-P. (1999). *Die Kunst der Risikokommunikation: über Risiko, Kommunikation und Themenmanagement*. Hamburg: Murmann Verlag.
- Ortony, A. (1979): *Metaphor and Thought*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Oevermann, U. (1989). *Objektive Hermeneutik – Eine Methodologie soziologischer Strukturanalyse*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Papageorgis, D. & McGuire, W. J. (1961). The generality of immunity to persuasion produced by pre-exposure to weakened counterarguments. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 62, 475-481.
- Patzelt, W.J. (1991). Abgeordnete und Journalisten. *Publizistik*, Jahrgang 36, 3, 315-329
- Pechmann, C. (1992). Predicting when two-sided ads will be more effective than one-sided ads: The role of correlational and correspondent inferences. *Journal of Marketing research*, 29, 441-453.

- Perrig-Chiello, P. & Perrig, W. (1992). Psychologie – besser oder schlechter als ihr Ruf? Überlegungen zu einer Meinungsumfrage. *Psychoscope*, 13 (1), 6-8.
- Peters, H.-P. & Krüger, J. (1985). Der Transfer wissenschaftlichen Wissens in die Öffentlichkeit aus Sicht von Wissenschaftlern. Ergebnisse einer Befragung der wissenschaftlichen Mitarbeiter der Kernforschungsanlage Jülich. In: Forschungszentrum Jülich Programmgruppe Technik und Umwelt (Hrsg.), *Spezielle Berichte der Kernforschungsanlage Jülich*, Nr. 323. Jülich.
- Peters, H.-P. (1987). Journalismus und Sozialwissenschaften – Zwei feindliche Brüder? *Sozialwissenschaften und Berufspraxis*, 10, 21-36.
- Peters, H.-P. (1994). Wissenschaftliche Experten in der öffentlichen Kommunikation über Technik, Umwelt und Risiken. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, Sonderheft 34, 162-190.
- Peters, H.-P. & Göpfert, W. (1995). Medientraining für Wissenschaftler. Zu einem im Forschungszentrum Jülich erprobten Konzept. *Publizistik*, 40, 2, 208-226.
- Peters, H.-P. (1995). The interaction of journalists and scientific experts: Cooperation and conflict between two professional cultures. *Media, Culture & society*, 17, 1, 35-48.
- Peters, H.P. (1996). Massenmedien als Vermittler zwischen Experten und Nichtexperten. In: Kärner, M.: *Aufstand der Laien*. Aachen: Thoet-Verlag, 1996, S.69-88.
- Piaget, J. (1975). *Der Aufbau der Wirklichkeit beim Kinde*. Stuttgart: Klett.
- Pürer, H. (1997). Von der Bringschuld der Wissenschaftler und der Holschuld der Journalisten. *Relation*, 4, 2, 9-16.
- Radman, Z. (1992): Metaphoric Measure of Meaning. The Problem of Non-Literal Use of Language in Science Reconsidered. *Philosophical Studies*, 33, 153-170.
- Rambow, R. (2003). *Experten-Laien-Kommunikation in der Architektur*. Münster: Waxmann.
- Rauchfleisch, U. (1994). *Testpsychologie*. Göttingen: UTB Verlag.
- Reber, R (1996). Die Verkaufsprobleme der deutschsprachigen Psychologie. *Psychologische Rundschau*, 47, 93-94.
- Reiners, L. (2001). *Stilfibel*. München: Deutscher Taschenbuch Verlag.
- Reschenberg, H. (1989). Verständliche Sprache macht Wissenschaft verstehbar. Der Elfenbeinturm ist eine Zuflucht ohne Zukunft. In: Bammé, A., Kotzmann, E. & Reschenberg, H. (Hrsg.), *Unverständliche Wissenschaft: Probleme und Perspektiven der Wissenschaftspublizistik* (S. 31-46). München
- Richter, B. (1996). Das Image der Psychologie/der Psychotherapeuten/innen. *Psychotherapie-Forum*, 4(1), 6-9.
- Ricoeur, P. (1988): *Die lebendige Metapher*. München: Fink.
- Rietz, I. & Wahl, S. (1997). Welches Image hat die Psychologie und der Beruf des Psychologen in der Öffentlichkeit: Ergebnisse einer Befragung. Vortrag auf dem deutschen Psychologentag. Würzburg.

-
- Rietz, I. & Wahl, S. (1999). Das Image der Psychologie im deutschsprachigen Raum. In: Rietz, I., Kliche, T. & Wahl, S. (Hrsg.), *Das Image der Psychologie. Empirie und Perspektiven zur Fachentwicklung* (S. 88-107). Lengerich: Pabst Science Publishers.
- Ristau, I. (1989). *Kommunikationstraining – Ein tätigkeitstheoretisch orientierter Ansatz zum Training ärztlichen Kommunikationsverhaltens in der Allgemeinmedizin*. Universität Leipzig.
- Ross, L., Greene, D. & House, P. (1977). The false consensus effect: An egocentric bias in social perception and attribution processes. *Journal of Experimental Social Psychology*, 13, 279-301.
- Ruhrmann, G. (2003). *Der Wert der Nachrichten im deutschen Fernsehen: ein Modell zur Validierung von Nachrichtenfaktoren*. Opladen: Leske+Budrich.
- Ruß-Mohl, S. (1996). Was ist überhaupt Wissenschaftsjournalismus? In: Ruß-Mohl, S. & Göpfert, W. (Hrsg.), *Wissenschaftsjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis* (S. 12-15). München: List-Verlag.
- Ruß-Mohl, S. & Göpfert, W. (1996). *Wissenschaftsjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis*. München: List-Verlag.
- Rustemeyer, R. (1992). *Praktisch-methodische Schritte der Inhaltsanalyse*. Münster: Aschendorff.
- Rutz, A. (1985): *Konstruieren als gedanklicher Prozess*. Dissertation Universität München.
- Sader, M. (1995). *Rollenspiel als Forschungsmethode*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Sander, D. M. (1998). Das Image der Diplom-Psychologen und Diplom-Psychologinnen in der Bundesrepublik. *Report Psychologie*, 23, 473-442.
- Sawyer, A. G. (1973). The effects of repetition of refutational and supportive advertising appeals. *Journal of Marketing Research*, 10, 23-33.
- Schaller, B. (1988): Wechselseitige Wahrnehmungsmuster zwischen Journalisten und Parlamentariern. *Publizistik*, 33, 4, 651-664
- Schanne, M. (1986). *Wissenschaft in den Tageszeitungen der Schweiz. Diskussionspunkt 11*. Zürich
- Schenk (2002). *Medienwirkungsforschung*, 2. Auflage. Tübingen: Mohr.
- Schleiermacher, F. (1959): *Hermeneutik*, 2. Aufl. 1974. Heidelberg
- Schmitt, R. (2001). Metaphern in der Psychologie – eine Skizze. *Journal für Psychologie*, 9(4), 3-15.
- Schneider, W. (2001). *Deutsch für Profis. Wege zum guten Stil* Hamburg: Gruner+ Jahr AG.
- Schöffel, G. (1987): *Denken in Metaphern*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Schön, D.A. (1963): *Displacement of Concepts*. New York: Humanities Press.
- Schön, D. A. (1983). *The reflective practitioner. How professionals think in action*. New York: Basic books.

- Schorr, A (1994). Die Psychologie in den Printmedien. Eine Inhaltsanalyse auflagenstarker Tageszeitungen und Zeitschriften. *Zeitschrift für Medienpsychologie*, 6(3), 199-219.
- Schorr, A. (1994). Die Printmedien im Urteil der Psychologen. Einschätzungen und Fehleinschätzungen zur Präsenz in den Printmedien. *Zeitschrift für Medienpsychologie*, 6(4), 278-301.
- Schreier, M. (2004). Qualitative Methoden. In: Mangold, R., Vorderer, P. & Bente, G. (Hrsg.), *Lehrbuch der Medienpsychologie* (S. 377-399). Göttingen: Hogrefe.
- Searle, J.R. (1979): Metaphor. In: Ortony, A. (Hrsg.), *Metaphor and Thought* (S.92-123). Cambridge: Cambridge University Press.
- Searle, J.R. (1982): *Geist, Hirn und Wissenschaft*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Seel, H. J. (1996): Person und Wissenschaft. *Journal für Psychologie*, 2, 61-73.
- Seel, M. (1990): Am Beispiel der Metapher. Um Verhältnis von buchstäblicher und figürlicher Rede. In: *Forum für Philosophie Bad Homburg* (Hrsg.), *Intentionalität und Verstehen* (S. 237-272). Frankfurt: Suhrkamp.
- Seligman, M. (1995): The effectiveness of psychotherapy. *American Psychologist*, 50, 965-974.
- Shibles, W. (1974): Die metaphorische Methode. *Deutsche Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Geistesgeschichte*, 48, 1-9.
- Shortland, M. (1987). Screen memories: Towards a history of psychiatry and psychoanalysis in the movies. *British Journal of the History of Science*, 20, 421-452.
- Sörensen, R. (1983). Psychiatrie – ein Sonderfall für Journalisten. In: Faust, V. & Hole, G.: *Psychiatrie und Massenmedien*. Presse, Funk, Fernsehen, Film. Stuttgart: Hippokrates.
- Soyland, A.J. (1994): *Psychology as Metaphor*. London: SAGE Publications.
- Spiel, C. & Gössler, M. (2000). Zum Einfluss von Biasvariablen auf die Bewertung universitärer Lehre durch Studierende. *Zeitschrift für Pädagogische Psychologie*, 14(1), 38-47.
- Spiel, C. (Hrsg.) (2000). *Evaluation universitärer Lehre – zwischen Qualitätsmanagement und Selbstzweck*. Münster: Waxmann.
- Stählin, W. (1914): Zur Psychologie und Statistik der Metaphern. *Archiv für die gesamte Psychologie*, 31, 297-425.
- Stehr, N. (2003). *Wissenspolitik: die Überwachung des Wissens*. Frankfurt: Suhrkamp Verlag.
- Stenke, K. (2003). *Formen des Trainings für Politiker in der nonverbalen Kommunikation*. Magisterarbeit Freie Universität Berlin.
- Stocking, S. H. & Dunwoody, S. L. (1982). Social science in the news media: Image and evidence. In: Sieber, J. (Hrsg.), *The ethics of social research: Fieldwork, regulation and publication* (S. 151-169). Springer Verlag: New York.
- Strub, C. (1991): *Kalkulierte Absurditäten. Versuch einer historisch reflektierten sprachanalytischen Metaphorologie*. Freiburg/München: Alber.

- Swinyard, W. R. (1981). The interaction between comparative advertising and copy claim variation. *Journal of Marketing Research*, 18, 175-186.
- Sydow, K., Weber, A. & Reimer, C. (1998). „Psychos“ in den Medien. Eine Inhaltsanalyse von acht deutschen Zeitschriften aus dem Zeitraum von 1947 bis 1995. *Psychotherapeut*, 43, 80-91.
- Szykiersky & Raviv (1995), The image of the psychotherapist in literature. *American Journal of Psychotherapy*, 49(3), 405-415.
- Tannenbaum, P. H. (1967). The congruity principles revisited: Studies in the reduction, induction, and generalization of persuasion. In: Berkowitz, L. (Hrsg.). *Advances in Experimental Psychology*, 3, 271-330. New York: Academic Press.
- Thumin, F. J. & Zebelman, G. (1967). Psychology versus psychiatry: A study of public image. *American Psychologist*, 22, 282-286.
- Thun, F. v. (1974). Verständlichkeit von Informationstexten: Messung, Verbesserung und Validierung. *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 5, 124-132.
- Thun, F. v. (1998). *Miteinander reden 3: Inneres Team und situationsgerechte Kommunikation*. Hamburg: Reinbeck.
- Tönnies, W. (1981). Beurteilung der Sendung „Psycho-Treff“ und ihre Wirkung auf Fernsehzuschauer. *Publizistik*, Jahrgang 27, Heft 1-3, 166-172.
- Toulmin, S. E. (1996). *Der Gebrauch von Argumenten*. Weinheim: Beltz Athenäum.
- Tschan, W. (2001): *Missbrauchtes Vertrauen. Grenzverletzungen in professionellen Beziehungen*. Freiburg: Karger Verlag.
- Villwock, J. (1983): *Metapher und Bewegung*. Frankfurt/Bern: Peter Lang.
- Weber, H. & Laux, L. (1985): Der Begriff „Stress“. Ergebnisse einer Inhaltsanalyse. *Publizistik*, 30, 1, 19-39.
- Weingart, P. (1983). Verwissenschaftlichung der Gesellschaft – Politisierung der Wissenschaft. *Zeitschrift für Soziologie*, 12, 225-241.
- Weinrich, H. (1976): *Sprache in Texten*. Stuttgart: Klett Verlag.
- Weizenbaum, J. (1977): *Die Macht der Computer und die Ohnmacht der Vernunft*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Wernet, A. (2000). *Einführung in die Interpretationstechnik der Objektiven Hermeneutik*. Opladen: Leske + Budrich.
- Wessler, H. (1995). Die journalistische Verwendung sozialwissenschaftlichen Wissens und ihre Bedeutung für gesellschaftliche Diskurse. *Publizistik*, 40(1), 20-38.
- West, D.M. & Travis, L.E. (1991) *The Computational Metaphor and Artificial Intelligence*. IN: *AI Magazine*.

Westermann, R. (2002). Merkmale und Varianten von Evaluationen: Überblick und Klassifikation. *Zeitschrift für Psychologie*, 210(1), 4-26.

Wheelwright, P. (1962): *Metaphor and Reality*. Bloomington: Indiana University Press.

Wildt, J. (2001): *Journalistisches Schreiben für Wissenschaftler*. Monographie. Neuwied: Luchterhand Verlag.

Wood, W., Jones, M. & Benjamin, L. T. (1986). Surveying psychology's public image. *American Psychologist*, 41, 947-953.

Wottawa, H. & Thierau, H. (1998). *Evaluation*. Bern: Hans Huber.

Zimmerli, W. C. (1990). *Die Glaubwürdigkeit technisch-wissenschaftlicher Informationen*. Düsseldorf: VDI-Verlag.

TABELLENVERZEICHNIS

Tabellen- Nr.	Beschriftung	Seite
Tabelle 1	Wissenschaftsspezifische Vermittlungsproblematik	24
Tabelle 2	Medienthema Psychologie 1	26
Tabelle 3	Medienthema Psychologie 2	26
Tabelle 4	Psychologiespezifische Vermittlungsproblematik	30
Tabelle 5	Perspektivendiskrepanzen auf dem Expertisefeld Schizophrenie	33
Tabelle 6	Experten-Laien-Kommunikation im medialen Kontext	39
Tabelle 7	Explizite Erläuterung eines wiss. Sachverhaltes	41
Tabelle 8	Interview-Ziel und –Anforderung aus Sicht eines Experten	42
Tabelle 9	Mediengerechte Interviewrollen von Wissenschaftlern	55
Tabelle 10	Dimension Explizite Bewertung eines wiss. Sachverhaltes	56
Tabelle 11	Typen von Argumenten und ihre jeweiligen Vor- und Nachteile	61
Tabelle 12	Techniken zur Konkretisierung eines wiss. Sachverhaltes	62
Tabelle 13	Metaphorische Begriffe	67
Tabelle 14	Inhaltliche Erwartungen von Journalisten an Expertinnen und Experten	69
Tabelle 15	Die Konzeption des Trainings im Überblick	91
Tabelle 16	Modifikationen des Jülicher Modells	94
Tabelle 17	Die Module des Trainings im Überblick	96
Tabelle 18	Ausdifferenzierung des Fragetypen	112
Tabelle 19	Fragetyp und Intention	112
Tabelle 20	Fragetyp, Rollenzuweisung und Status	119
Tabelle 21	Evaluationsinstrument I	123
Tabelle 22	Interview W1 mit T2 und T1	124
Tabelle 23	Interview W2 mit T2 und T1	125
Tabelle 24	Interview W3 mit T1 und T2	125
Tabelle 25	Interview W4 mit T1 und T2	126
Tabelle 26	Interview W5 mit T1 und T2	127
Tabelle 27	Interview W5 mit T1 und T2	127
Tabelle 28	Indikatoren der Laienorientierung	128
Tabelle 29	Explizite Erläuterung eines wiss. Sachverhaltes	130
Tabelle 30	Vermittlungstechniken	131
Tabelle 31	Kommunikative Anforderungen	144
Tabelle 32	Beispiele aus den Interviews zur Illustrierung der einzelnen Kategorien	145
Tabelle 33	Zusammenhang zwischen kommunikativer Anforderung und kommunikativer Position	147
Tabelle 34	System zur Erfassung des Zusammenwirkens von Vermittlungsaufgabe und Vermittlungstechnik	148
Tabelle 35	Evaluationsinstrument II	150
Tabelle 36	Klinische Psychologen	157
Tabelle 37	Psychologen der angewandten Psychologie	160
Tabelle 38	Psychologen im Bereich Genderforschung	164
Tabelle 39	Interdisziplinär arbeitende Psychologen	165
Tabelle 40	Medizinische Psychologen	167
Tabelle 41	Lernpsychologen	168
Tabelle 42	Klinische Psychologen	173
Tabelle 43	AO-Psychologen	174
Tabelle 44	Genderforschung	174
Tabelle 45	Interdisziplinär arbeitende Psychologen	175 / 176
Tabelle 46	Medizinische Psychologen	176
Tabelle 47	Lernpsychologen	177
Tabelle 48	Zusammenhang zwischen Vermittlungsproblem und Vermittlungstechniken	177 / 178
Tabelle 49	Induktive Kodierung	183-186
Tabelle 50	Endgültige Kodierung	186-187

Tabelle 51	Induktive Kodierung	188-191
Tabelle 52	Endkodierung	192
Tabelle 53	Verständlichkeitsmodell	196
Tabelle 54	Evaluationsinstrument III	198
Tabelle 55	Wissenschaftsspezifische Vermittlungsdefizite	209
Tabelle 56	Psychologiespezifische Vermittlungsdefizite	214
Tabelle 57	Wissen über das System Journalismus	219
Tabelle 58	Adäquate Darstellung wiss. Inhalte	219
Tabelle 59	Arbeitsweise von Journalisten	219
Tabelle 60	Vertrauen in den Journalismus	220
Tabelle 61	Weniger Unsicherheit bei Reaktionen auf Journalistenanfragen	220
Tabelle 62	Kooperationsbereitschaft mit Journalisten	220
Tabelle 63	Eigene publizistische Tätigkeit	221
Tabelle 64	Integriertes Modell	222
Tabelle 66	Beispiel für Persistenz	228
Tabelle 67	Pathologisierung eines nicht-pathologischen Prozesses	240
Tabelle 68	Entpathologisierung eines pathologischen Prozesses	241
Tabelle 69	Beispiel einer interpretierenden Frage (offensiv-konfrontativ)	255
Tabelle 70	Beispiel einer interpretierenden Frage (defensiv)	255
Tabelle 71	Retardierende Wirkung von klärenden Sachfragen	256
Tabelle 72	Unkooperative Reformulierungsaufforderung	259
Tabelle 73	Konkretisierende Einschübe	259
Tabelle 74	Positive Kontextualisierung kritischer Fragen	260
Tabelle 75	Deziiert journalistische Fragetechnik	260
Tabelle 76	Konfundierte Rollen	261
Tabelle 77	Explizite Erläuterung des psych. Zustandes	265
Tabelle 78	Herausstellen der Effizienz	267
Tabelle 79	Explizite Verteidigung der Kompetenzen	268
Tabelle 80	Verbalisierungstechniken	276
Tabelle 81	Trainingsleistung determinierende Effekte	282
Tabelle 82	Positive und negative Rückmeldung der Trainer	291
Tabelle 83	Generieren des journalistischen Potenzials	302
Tabelle 84	Überarbeitetes Trainingsprogramm	303