

## Literaturverzeichnis

- Abelson, Robert P. / Kinder, Donald R. / Peters, Mark D. / Fiske, Susan T. (1982): Affective and Semantic Components in Political Person Perception. *Journal of Personality and Social Psychology*, 42, S. 619-630.
- Achen, Christopher H. (1975): Mass Political Attitudes and the Survey Response. *American Political Science Review*, 69, S. 1218-1231.
- Aldrich, John H. (1993): Rational Choice and Turnout. *American Journal of Political Science*, 37, S. 246-278.
- Allen, Barbara / O'Loughlin, Paula / Jasperson, Amy E. (1994): The media and the gulf war: Priming, framing, and the spiral of silence. *Polity*, 2, S. 255-284.
- Ansolabehere, Stephen / Behr, Roy / Iyengar, Shanto (1993): *The Media Game. American Politics in the Television Age*. New York: Macmillan.
- Ansolabehere, Stephen / Iyengar, Shanto / Simon, Adam (1990): Good News, Bad News, and Economic Voting. Paper presented at the 1990 Annual Meeting of the American Political Science Association. URL: <http://www.capppp.ucla.edu/papers/912.pdf>; 30.1.2003.
- ARD/ZDF-Medienkommission, (2001): *Massenkommunikation 2000: Images und Funktionen der Massenmedien im Vergleich*. Frankfurt.
- Asch, Solomon (1946): Forming Impressions of Personality. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 41, S. 258-290.
- Asher, Herbert A. (1983): Voting Behavior Research in the 1980s - An Examination of Some Old and New Problem Areas. In: Finifter, Ada W. (Hg.): *Political Science. The State of the Discipline*. Washington D.C., S. 339-388.
- Baerns, Barbara (1985): *Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus? Zum Einfluss im Mediensystem*. Köln: Verlag Wissenschaft und Politik, Nottbeck.
- Ball-Rokeach, Sandra J. (1985): The Origins of Individual Media-System Dependency - A Sociological Framework. *Communication Research*, 12, S. 485-510.
- Bartels, Larry (1993): Messages recieved: The political impact of media exposure. *American Political Science Review*, 87, S. 267-285.
- Bennet, W. / Salisbury, B. (1987): Rational Choice. The Emerging Paradigm in Elections Studies. In: Long, S. (Hg.): *Research in Micropolitics*. Bd 2. Greenwich, S. 1-30.
- Berelson, Bernard R. / Lazarsfeld, Paul F. / McPhee, William N. (1954): *Voting. A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign*. Chicago, London.
- Berelson, Bernard R. / Steiner, Gary A. (1964): *Human Behavior*. New York.
- Bertelsmann Stiftung (Hg.) (1996): *Politik überzeugend vermitteln. Wahlkampfstrategien in Deutschland und den USA*. Gütersloh.
- Bloom, Howard S. / Price, H. Douglas (1975): Vote Response to Short-Run Economic Conditions. *American Political Science Review*, 69, S. 1240-1254.
- Blumler, Jay G. / Gurevitch, Michael (1981): Politicians and the Press. An Essay on Role Relationship. In: Nimmo, Dan D. / Sanders, Keith R. (Hg.): *Handbook of Political Communication*. Beverly Hills (CA): Sage Publications, S. 467-493.
- Blumler, Jay G. / McQuail, Denis (1968): *Television in Politics: Its Use and Influence*. London.
- Boorstin, Daniel J (1961): *The Image. A Guide to Pseudo-Events in America*. New York: Harper Colophon.
- Bortz, Dieter (1984): *Lehrbuch der Sozialforschung*. Berlin, Heidelberg, New York, Tokyo: Springer.
- Box, George E.P. / Jenkins, Gwilym M. (1976): *Time series analysis. Forecasting and control*. San Francisco u. a.: Holden Day.
- Box, George E.P. / Tiao, G. C. (1975): Intervention Analysis with Applications to Economic and Environmental Problems. *Journal of American Statistical Association*, 70, S. 70-79.
- Brettschneider, Frank (1994a): Agenda-Setting. Forschungsstand und politische Konsequenzen. In: Jäckel, Michael / Winterhoff-Spurk, Peter (Hg.): *Politik und Medien. Analysen zur Entwicklung der politischen Kommunikation*. Berlin: VISTAS.

- Brettschneider, Frank (1994b): Materialien zu Gesellschaft, Wirtschaft und Politik in den Mitgliedsstaaten der Europäischen Gemeinschaft. In: Gabriel, Oskar W. / Brettschneider, Frank (Hg.): *Die EU-Staaten im Vergleich. Strukturen, Prozesse, Politikinhalte*. Opladen, S. 445-626.
- Brettschneider, Frank (1997): Massenmedien und politische Kommunikation in Deutschland. In: Gabriel, Oskar W. / Holtmann, Everhard (Hg.): *Handbuch politisches System der Bundesrepublik Deutschland*. München, Wien, S. 557-595.
- Brettschneider, Frank (1998a): Kohl oder Schröder: Determinanten der Kanzlerpräferenz gleich Determinanten der Wahlpräferenz? *Zeitschrift für Parlamentsfragen*, 29, S. 401-421.
- Brettschneider, Frank (1998b): Medien als Igemacher. Bevölkerungsmeinung zu den beiden Spitzenkandidaten und der Einfluss der Massenmedien im Vorfeld der Bundestagswahl 1998. *Media Perspektiven*, 8/98, S. 392-401.
- Brettschneider, Frank (1998c): Was ist dran an der Personalisierung der Politik? In: Rettich, Markus / Schatz, Roland (Hg.): *Amerikanisierung oder Die Macht der Themen. Bundestagswahl 1998: Die Medien-Tenor-Analyse der Berichterstattung und ihrer Auswirkung auf das Wählervotum*. Bonn u.a.: InnoVatio Verlag, S. 59-62.
- Brettschneider, Frank (1999): Kohls Niederlage: Kandidatenimages und Medienberichterstattung vor der Bundestagswahl 1998. In: Winterhoff-Spurk, Peter / Jäckel, Michael (Hg.): *Politische Eliten in der Mediengesellschaft. Rekrutierung - Darstellung - Wirkung*. München: R. Fischer, S. 65-103.
- Brettschneider, Frank (2000a): Demoskopie im Wahlkampf - Leitstern oder Irrlicht? In: Klein, Markus / Jagodzinski, Wolfgang et al. (Hg.): *50 Jahre Empirische Wahlforschung in Deutschland. Entwicklung, Befunde, Perspektiven, Daten*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 477-505.
- Brettschneider, Frank (2000b): Kohls Niederlage? Schröders Sieg! Die Bedeutung der Spitzenkandidaten bei der Bundestagswahl 1998. In: Pickel, Gert / Walz, Dieter et al. (Hg.): *Deutschland nach den Wahlen. Befunde zur Bundestagswahl 1998 und zur Zukunft des deutschen Parteiensystems*. Opladen: Leske und Budrich, S. 109-140.
- Brettschneider, Frank (2000c): Reality Bytes: Wie die Medienberichterstattung die Wahrnehmung der Wirtschaftslage beeinflusst. In: Falter, Jürgen W / Gabriel, Oskar W. / Rattinger, Hans (Hg.): *Wirklich ein Volk? Die politischen Orientierungen von Ost- und Westdeutschen im Vergleich*. Opladen: Leske + Budrich, S. 539-569.
- Brettschneider, Frank (2001): Candidate-Voting. Die Bedeutung von Spitzenkandidaten für das Wählerverhalten in Deutschland, Großbritannien und den USA von 1960 bis 1998. In: Klingemann, Hans-Dieter / Kaase, Max (Hg.): *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 1998*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 351-400.
- Brettschneider, Frank (2002a): "Amerikanisierung von Bundestagswahlen" - mehr als ein substanzloses Stichwort? In: Herget, W. (Hg.): *Challenge of Americanization*. (Im Erscheinen).
- Brettschneider, Frank (2002b): Kanzlerkandidaten im Fernsehen. *Media Perspektiven*, 6, S. 263-276.
- Brettschneider, Frank (2002c): *Spitzenkandidaten und Wählerfolg. Personalisierung - Kompetenz - Parteien. Ein internationaler Vergleich*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Brettschneider, Frank (2002d): Wahlen in der Mediengesellschaft: Der Einfluss der Massenmedien auf die Parteipräferenz. In: von Alemann, Ulrich / Marschall, Stefan (Hg.): *Parteien in der Mediendemokratie*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 57-81.
- Brettschneider, Frank / Gabriel, Oskar W. (2002): The Non-Personalization of Voting Behavior in Germany. In: King, Anthony (Hg.): *Leaders' Personalities and the Outcome of Elections in Germany*. Oxford: Oxford University Press, S. 127-157.
- Brody, Richard A. (1986): Candidates Evaluation an the Vote: Some Considerations Afflecting the Application of Cognitive Psychology to Voting Behavior. In: Lau, Richard R. / Sears, David O. (Hg.): *Political Cognition*. Hillsdale, London: Earlbaum, S. 297-301.
- Brody, Richard A. (1991): *Assessing the president: The media, elite opinion, and public support*. Stanford: Standford University Press.
- Brosius, Hans-Bernd (1994): Agenda-Setting nach einem Vierteljahrhundert Forschung: Methodischer und theoretischer Stillstand? *Publizistik*, 39:3, S. 262-288.
- Brosius, Hans-Bernd / Esser, Frank (1995): *Eskalation durch Berichterstattung? Massenmedien und fremdenfeindliche Gewalt*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

- Brug, Wouter van der / Eijk, Cees van der / Franklin, Mark (2000): *The Economy and the Vote: Electoral Responses to Economic Conditions in 15 Countries*. URL: <http://www.pscw.uva.nl/ascor/papers/EconVote.pdf>; 30.1.2003.
- Budge, Ian / Crewe, Ivor / Farlie, D. (1976): *Party Identification and Beyond. Representations of Voting and Party Competition*. London.
- Bürklin, Wilhelm P. (1988): *Wählerverhalten und Wertewandel*. Opladen.
- Campbell, Angus / Converse, Philip E. / Miller, Warren E. / Stokes, Donald (1960): *The American Voter*. New York: John Wiley.
- Campbell, Angus / Gurin, Gerald / Miller, Warren E. (1954): *The Voter Decides*. Evanston, IL: Row, Peterson and Company.
- Cantril, Hadley (1958): Behavior under Situational Stress. The Invasion from Mars. In: Maccoby, E. / Newcomb, T. / Hartley, E. (Hg.): *Readings in Social Psychology*. New York u.a., S. 291-300.
- Cantril, Hadley / Gaudet, Hazel / Herzog, Herta (1940): *The Invasion from Mars*. Princeton.
- Capella, J. N. / Jamieson, K. H. (1997): *Spiral of Cynicism. The Press and the Public Good*. New York, Oxford.
- Catalano, R. A. / Dooley, D. / Jackson, R. (1983): Selecting a time-series strategy. *Psychological Bulletin*, 94, S. 506-523.
- Chaffee, Steven H. / Hochheimer, John L. (1983): Forschung über Massenkommunikation in Wahlkämpfen: Die amerikanische Erfahrung. In: Schulz, Winfried / Schönbach, Klaus (Hg.): *Massenmedien und Wahlen*. München, S. 17-103.
- Chappell, Henry W. / Keech, William R. (1991): Explaining Aggregate Evaluations of Economic Performance. In: Norpoth, Helmut / Lewis-Beck, Michael S. et al. (Hg.): *Economics and Politics: The Calculus of Support*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Chrystal, K. Alec / Alt, James (1981): Some Problems in Formulating and Testing a Politico-Economic Model of the United Kingdom. *The Economic Journal*, 91, S. 730-736.
- Cohen, Bernard C. (1963): *The Press, the Public, and Foreign Policy*. Princeton: Princeton University Press.
- Conover, Pamela Johnston (1980): The Perception of Political Figures: An Application of Attribution Theory. In: Pierce, John V / Sullivan, John L. (Hg.): *The Electorate Reconsidered*. Beverly Hills, London: Sage, S. 91-109.
- Conover, Pamela Johnston (1981): Political Cues and the Perception of Candidates. *American Politics Quarterly*, 9, S. 427-448.
- Conover, Pamela Johnston / Feldman, Stanley (1989): Candidate Perception in an Ambiguous World: Campaigns, Cues, and Inference Processes. *American Journal of Political Science*, 33, S. 912-940.
- Converse, Philip E. (1962): Information Flow and the Stability of Partisan Attitudes. *Public Opinion Quarterly*, 26, S. 578-599.
- Converse, Philip E. (1964): The Nature of Belief Systems in Mass Publics. In: Apter, David E. (Hg.): *Ideology and Discontent*. New York: Free Press, S. 206-261.
- Converse, Philip E. (1966a): Information Flow and the Stability of Partisan Attitudes. In: Campbell, Angus / Converse, Philip E. et al. (Hg.): *Elections and the Political Order*. New York: Wiley, S. 136-157.
- Converse, Philip E. (1966b): The Concept of Normal Vote. In: Campbell, Angus / Converse, Philip E. et al. (Hg.): *Elections and the Political Order*. New York: Wiley, S. 9-39.
- Converse, Philip E. (1969): Of Time and Partisan Stability. *Comparative Political Studies*, 2, S. 139-171.
- Converse, Philip E. (1975): Public Opinion and Voting Behavior. In: Greenstein, Fred I. / Polsby, Nelson W. (Hg.): *Handbook of Political Science*. Vol. 4. Reading Mass.: Addison-Wesley, S. 81.
- Converse, Philip E. (1990): Popular Representation and the Distribution of Information. In: Ferejohn, John A. / Kuklinski, James H. (Hg.): *Information and Democratic Processes*. Urban/Chicago: University of Illinois Press, S. 369-388.
- Dalton, Russell J. (1984): The West German Party System between Two Ages. In: Dalton, Russell J. / Flanagan, Scott C. / Beck, Paul Allen (Hg.): *Electoral Change in Advanced Industrial Democracies: Realignment or Dealignment?* Princeton, N.J., S. 104-133.
- Dalton, Russell J. (1988): *Citizen Politics in Western Democracies. Public Opinion and Political Parties in the United States, Great Britain, West Germany, and France*. Chatham, N.J.

- Dalton, Russell J. / Bürklin, Wilhelm (1995): The Two German Electorates: The social Bases of the vote in 1990 and 1994. *German Politics and Society*, 13, S. 79-99.
- Dalton, Russell J. / Flanagan, Scott C. / Beck, Paul Ellen (Hg.) (1984): *Electoral Change in Advanced Industrial Democracies: Realignment or Dealignment?* Princeton, N.J.
- Dalton, Russell J. / Rohrschneider, Robert (1990): Wählerwanderungen und die Abschwächung der Parteineigung von 1972 bis 1987. In: Kaase, Max / Klingemann, Hans-Dieter (Hg.): *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 1987*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 297-324.
- Dalton, Russell J. / Wattenberg, Martin P. (1993): The Not So Simple Act of Voting. In: Finifter, Ada W. (Hg.): *Political Science. The State of the Discipline II*. Washington D.C., S. 193-218.
- Dams, Andreas (1996): Zeitreihenanalysen zur Messung von Agenda-Setting-Effekten. Eine empirische Untersuchung zum Einfluss der Medien auf die Wahrnehmung der Bevölkerung im Jahr 1994. Magisterarbeit an der Freien Universität Berlin, Studiengang Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. URL: <http://www.damsonline.de/Magisterarbeit.pdf>.
- Doebelin, Jürgen (1978): Zur Scheinkausalität zwischen der SPD bzw. CDU/CSU und ökonomischen Variablen. Johannes-Gutenberg-Universität Mainz, mimeo; zitiert nach *Kirchgäßner 1983*.
- Donsbach, Wolfgang (1991): *Medienwirkung trotz Selektion. Einflussfaktoren auf die Zuwendung zu Zeitungsinhalten*. Köln, Wien.
- Downs, Anthony (1957): *An Economic Theory of Democracy*. New York (dt.: *Ökonomische Theorie der Demokratie*. Tübingen: Mohr. 1968).
- Eagly, Alice H. / Chaiken, Shelly (1993): *The Psychology of Attitudes*. Fort Worth u.a.: Harcourt Brace Jovanovich.
- Enelow, James M. / Hinich, Melvin J. (1984): *The Spatial Theory of Voting*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Erbring, Lutz (1990): Individuals Writ Large: An Epilogue on the Ecological Fallacy. *Political Analysis*, 1, S. 235-269.
- Erbring, Lutz / Goldenberg, Edie N. / Miller, Arthur H. (1980): Front-Page News and Real-World Cues: A New Look at Agenda-Setting by the Media. *American Journal of Political Science*, 24, S. 16-49.
- Erikson, Robert S. (1989): Economic Conditions and the Presidential Vote. *American Political Science Review*, 83, S. 567-573.
- Eulau, Heinz / Lewis-Beck, Michael S. (1985): *Economic Conditions and Electoral Outcomes*. New York: Agathon Press.
- Evans, Geoffrey (1999): *The End of Class Politics? Class Voting in Comparative Context*. Oxford.
- Fair, Ray (1988): The Effect of Economic Events on the Vote for President: A 1984 Update. *Political Behavior*, 10, S. 168-179.
- Falter, Jürgen / Klein, Markus / Schumann, Siegfried (1994): Politische Konflikte, Wählerverhalten und die Struktur des Parteienwettbewerbs. In: Gabriel, Oskar W. / Brettschneider, Frank (Hg.): *Die EU-Staaten im Vergleich. Strukturen, Prozesse, Politikinhalt*. Opladen, S. 194-220.
- Falter, Jürgen W. (1977): Einmal mehr: Lässt sich das Konzept der Parteiidentifikation auf deutsche Verhältnisse übertragen? In: Kaase, Max (Hg.): *Wahlsoziologie heute*. Opladen, S. 476-500.
- Falter, Jürgen W. (2002): *Empirische Wahlforschung. Ein einführendes Handbuch*. Westdeutscher Verlag.
- Falter, Jürgen W. / Rattinger, Hans (1983): Parteien, Kandidaten und politische Streitfragen bei der Bundestagswahl 1980: Möglichkeiten und Grenzen der Normal-Vote-Analyse. In: Kaase, Max / Klingemann, Hans-Dieter (Hg.): *Wahlen und politisches System. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 1980*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 320-421.
- Falter, Jürgen W. / Schoen, Harald / Caballero, Claudio (2000): Dreißig Jahre danach: Zur Validierung des Konzepts 'Parteiidentifikation' in der Bundesrepublik. In: Klein, Markus / Jagodzinski, Wolfgang et al. (Hg.): *50 Jahre Empirische Wahlforschung in Deutschland. Entwicklung, Befunde, Perspektiven, Daten*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 235-271.
- Falter, Jürgen W. / Schumann, Siegfried / Winkler, Jürgen (1990): Erklärungsmodelle von Wählerverhalten. *Aus Politik und Zeitgeschichte - Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament*, B37-38/90, S. 11-13.
- Falter, Jürgen W. / Schumann, Siegfried / Winkler, Jürgen (1992): *Wahlverhalten und Wahlforschung*. Fernstudieneinheit "Politik". Berlin.

- Festinger, Leon (1957): *A theory of cognitive dissonance*. Evanston.
- Finkel, Steven H. / Schrott, Peter (1994): Wählerstimmen durch Wahlkämpfe? Eine Analyse der Bundestagswahl 1990. *ZUMA-Nachrichten*, 34, S. 7-32.
- Fiorina, Morris (1978): Economic Retrospective Voting in American National Elections: A Micro-Analysis. *American Journal of Political Science*, 22, S. 426-443.
- Fiske, Susan T. (1986): Schema-Based Versus Piecemeal Politics: A Patchwork Quilt, but not a Blanket, of Evidence. In: Lau, Richard R. / Sears, David O. (Hg.): *Political Cognition*. Hillsdale, London: Earlbaum, S. 41-53.
- Fiske, Susan T. / Taylor, Shelley E. (1991): *Social Cognition*. New York und andere.
- Friedrichsen, Mike (1997): *Die öffentliche Akzeptanz von Parteien*. Dissertation, Freie Universität Berlin.
- Früh, Werner (1980): *Lesen, Verstehen, Urteilen. Untersuchungen über den Zusammenhang von Textgestaltung und Textwirkung*. Freiburg, München.
- Fuchs, Dieter / Gerhards, Jürgen / Neidhardt, Friedhelm (1992): Öffentliche Kommunikationsbereitschaft. Ein Test zentraler Bestandteile der Theorie der Schweigespirale. *Kölner Zeitschrift für Soziologie*, 21. Jg. 1992, Heft 4, S. 284-295.
- Fuchs, Dieter / Kühnel, Steffen (1994): Wählen als rationales Handeln: Anmerkungen zum Nutzen des Rational-Choice-Ansatzes in der empirischen Wahlforschung. In: Klingemann, Hans-Dieter / Kaase, Max (Hg.): *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 1990*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 305-364.
- Fuller, W. A. (1976): *Introduction to statistical time series*. New York: Wiley.
- Gabriel, Oskar W. / Holtmann, Everhard (1997): *Handbuch politisches System der Bundesrepublik Deutschland*. München, Wien.
- Gabriel, Oskar W. / Vetter, Angelika (1998): Bundestagswahlen als Kanzlerwahlen? Kandidatenorientierungen und Wahlentscheidungen im parteienstaatlichen Parlamentarismus. In: Kaase, Max / Klingemann, Hans-Dieter (Hg.): *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1994*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 505-536.
- Genz, Andreas / Schönbach, Klaus / Semetko, Holli A. (2001): "Amerikanisierung"? Politik in den Fernsehnachrichten während der Bundestagswahlkämpfe 1990-1998. In: Klingemann, Hans-Dieter / Kaase, Max (Hg.): *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 1998*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 401-413.
- Gerbner, George / Gross, Larry et al. (1994): Growing Up with Television: The Cultivation Perspective. In: Bryant, Jennings / Zillmann, Dolf (Hg.): *Media Effects. Advances in Theory and Research*. Hillsdale, N.J.: Erlbaum, S. 17-41.
- Gibowski, Wolfgang G. / Kaase, Max (1991): Auf dem Weg zum politischen Alltag. Eine Analyse der ersten gesamtdeutschen Bundestagswahl. *Aus Politik und Zeitgeschichte - Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament*, B11-12, S. 3-20.
- Gleich, Uli (1998): Die Bedeutung medialer politischer Kommunikation für Wahlen. *Media Perspektiven*, 8/98, S. 411-422.
- Gluchowski, Peter / Wilamowitz-Moellendorff, Ulrich von (1998): The Erosion of Social Cleavages in Western Germany, 1971 -1997. In: Anderson, Christopher J. / Zelle, Carsten (Hg.): *Stability and Change in German Elections. How Electorates Merge, Converge, or Collide*. Westport, London: Praeger, S. 13-31.
- Goodhart, C.A.E. / Bansali, R.J. (1970): Political Economy. *Political Studies*, 18, S. 43-106.
- Graber, Doris (1997): *Mass Media and American Politics*. Washington D.C.: Congressional Quarterly Press.
- Graber, Doris A. / Weaver, David (1996): Presidential Performance Criteria. The Missing Element in Election Coverage. *Press/Politics*, 1, S. 7-32.
- Granger, C. W. J. (1969): Investigating causal relations by econometric models and cross spectral methods. *Econometrica*, 37, S. 424-438.
- Green, Donald P. / Shapiro, Ian (1994): *Pathologies of Rational Choice Theory. A Critique of Applications in Political Science*. New Haven, London.
- Güllner, Manfred (2001): Methodische Entwicklungen in der Empirischen Wahlforschung. In: Klein, Markus / Jagodzinski, Wolfgang et al. (Hg.): *50 Jahre Empirische Wahlforschung in Deutschland. Entwicklung, Befunde, Perspektiven, Daten*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 564-583.

- Hacker, Kenneth L. (1995): *Candidate Images and Presidential Elections*. Westport, London: Praeger.
- Hagen, Lutz M. / Zeh, Reimar / Berens, Harald (1998): Kanzler und Kontrahent. Öffentlich-rechtliche und private Fernsehnachrichten über Spitzenkandidaten im Bundestagswahlkampf 1994. In: Kamps, Klaus / Meckel, Miriam (Hg.): *Fernsehnachrichten. Strukturen, Prozesse, Funktionen*. Opladen, Wiesbaden, S. 225-237.
- Half, Gregor (1998): *Die Malaise der Medienwirkungsforschung: Transklassische Wirkungen und klassische Forschung*. Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Half, Gregor (1998): *Die Malaise der Medienwirkungsforschung: Transklassische Wirkungen und klassische Forschung*. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Haller, H. Brandon / Norpoth, Helmut (1997): Reality Bites: News Exposure and Economic Opinion. *Public Opinion Quarterly*, 61, S. 555-575.
- Hallin, Daniel C. (1992): Sound bite news: Television coverage of elections 1968-1988. *Journal of Communication*, 42, Nr. 2, S. 5-24.
- Hassler, U. (1996): Nonsense correlation between time series with linear trends. *Allgemeines Statistisches Archiv*, 80, S. 227-235.
- Hellweg, Susan A. (1995): Campaigns and Candidate Images in American Presidential Elections. In: Hacker, Kenneth L. (Hg.): *Candidate Images in Presidential Election*. Westport: Praeger, S. 1-18.
- Hetterich, Volker (2000): *Von Adenauer zu Schröder - Der Kampf um Stimmen. Eine Längsschnittanalyse der Wahlkampagnen von CDU und SPD bei den Bundestagswahlen 1949 bis 1998*. Opladen.
- Hibbs, Douglas A. (1974): Problems of Statistical Estimation and Causal Inference in Time-Series Regression Models. In: Costner, H. L. (Hg.): *Sociological Methodology 1973-1974*. San Francisco: Jossey-Bass, S. 252-308.
- Hibbs, Douglas A. (1977a): On Analysing the Effects of Policy Interventions: Box-Jenkins and Box-Tiao vs. Structural Equation Models. In: Heise, David (Hg.): *Sociological Methodology*. San Francisco: Holden-Day, S. 137-179.
- Hibbs, Douglas A. (1977b): Political Parties and Macroeconomic Policy. *American Political Science Review*, 71, S. 1467-1487.
- Hibbs, Douglas A. (1982): On the Demand for Economic Outcome: Macroeconomic Performance and Mass Political Support in the United States, Great Britain, and Germany. *Journal of Politics*, 44, S. 426-462.
- Hibbs, Douglas A. (1987): *The American Political Economy: Macroeconomics and Electoral Politics*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Holtz-Bacha, Christina (1999): *Wahlkampf in den Medien - Wahlkampf mit den Medien. Ein Reader zum Wahljahr 1998*. Opladen, Wiesbaden.
- Holtz-Bacha, Christina (2002): Massenmedien und Wahlen: Die Professionalisierung der Kampagnen. *Aus Politik und Zeitgeschichte - Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament*, B15-16/2002, S. 23-28.
- Holtz-Bacha, Christina / Kaid, Lynda Lee (Hg.) (1996): *Wahlen und Wahlkampf in den Medien. Untersuchungen aus dem Wahljahr 1994*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Hovland, Carl I. / Janis, Irving / Kelly, Harold (1953): *Communication and Persuasion*. New Haven.
- Iyengar, Shanto (1988): New Directions of Agenda-Setting Research. In: Anderson, J. A. (Hg.): *Communication Yearbook 11*. Newbury Park, CA: Sage Publications, S. 595-602.
- Iyengar, Shanto (1990): The Accessibility Bias in Politics: Television News and Public Opinion. *International Journal of Public Opinion Research*, 2. Jhg., S. 1-15.
- Iyengar, Shanto (1991): *Is anyone responsible? How Television frame political Issues*. Chicago: University of Chicago
- Iyengar, Shanto (1996): Framing Responsibilities for political Issues. In: Jamieson, K. H. (Hg.): *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. S. 59-70.
- Iyengar, Shanto (1997): The Effects of News on the Audience. Minimal or Maximal Consequences? - Overview. In: Iyengar, Shanto / Reeves, Richard (Hg.): *Do the Media Govern? Politicians, Voters, and Reporters in America*. Thousand Oaks: Sage, S. 209-216.
- Iyengar, Shanto / Kinder, Donald R. (1986): More than Meets the Eye: TV News, Priming, and Public Evaluations of the President. In: Comstock, G. A. (Hg.): *Public Communication and Behavior* (Vol. 1). Orlando, S. 135-171.

- Iyengar, Shanto / Kinder, Donald R. (1987): *News that matters. Television and American Opinion*. Chicago: University of Chicago Press.
- Iyengar, Shanto / Kinder, Donald R. / Peters, Mark (1984): The evening news and presidential evaluations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46, S. 778-787.
- Iyengar, Shanto / Reeves, Richard (1997): *Do the Media Govern? Politicians, Voters, and Reporters in America*. Thousand Oaks: Sage.
- Iyengar, Shanto / Simon, Adam F. (1997): News Coverage of the Gulf Crisis and Public Opinion. A Study of Agenda Setting, Priming, and Framing. In: Iyengar, Shanto / Reeves, Richard (Hg.): *Do the Media Govern? Politicians, Voters, and Reporters in America*. Thousand Oaks: Sage Publications, S. 248-257.
- Iyengar, Shanto / Simon, Adam F. (2000): New Perspectives and Evidence on Political Communication and Campaign Effects. *Annual Reviews of Psychology*, 51, S. 149-169.
- Jackson, J. (1975): Issue, Party Choices, and Presidential Votes. *American Journal of Political Science*, 19, S. 161-185.
- Jakubowski, A. (1998): *Parteienkommunikation in Wahlwerbepots: eine systemtheoretische und inhaltsanalytische Untersuchung von Wahlwerbepots zur Bundestagswahl 1994*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Jamieson, Kathleen Hall (1992): *Dirty Politics*. New York.
- Jarren, Otfried (1988a): Politik und Medien im Wandel: Autonomie, Interdependenz oder Symbiose? Anmerkungen zur Theoriedebatte in der politischen Kommunikation. *Publizistik*, 33, S. 619-632.
- Jarren, Otfried (1988b): Medien und Macht. Zur Bedeutung und Funktion der Massenmedien in der modernen Demokratie. *Politische Bildung*, 21, 3, S. 3-18.
- Just, Marion / Crigler, Ann N. (1996): *Crosstalk. Citizens, Candidates, and the Media in a Presidential Campaign*. Chicago, London: University of Chicago Press.
- Kaase, Max (1989): Fernsehen, gesellschaftlicher Wandel und politischer Prozess. In: Kaase, Max / Schulz, Winfried (Hg.): *Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 97-113.
- Kaase, Max (1994): Is There Personalization in Politics? Candidates and Voting Behavior in Germany. *International Political Science Review*, 15. Jg. 1994. S. 311-340
- Kaase, Max (2000): Entwicklung und Stand der Empirischen Wahlforschung in Deutschland. In: Klein, Markus / Jagodzinski, Wolfgang et al. (Hg.): *50 Jahre Empirische Wahlforschung in Deutschland. Entwicklung, Befunde, Perspektiven, Daten*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 17-40.
- Kalfeleiter, Werner / Nißen, Peter (1980): *Empirische Wahlforschung. Eine Einführung in Theorie und Technik*. Paderborn u.a..
- Kepplinger, Hans Mathias (1983): Funktionswandel der Massenmedien. In: Rühl, Manfred / Stüber, Heinz-Werner (Hg.): *Kommunikationspolitik in Forschung und Anwendung*. Düsseldorf, S. 47-64.
- Kepplinger, Hans Mathias (1985): Systemtheoretische Aspekte politischer Kommunikation. *Publizistik*, 30, S. 247-264.
- Kepplinger, Hans Mathias / Brosius, Hans-Bernd / Dahlem, Stefan (1994): Partei- oder Kandidatenkompetenz? Zum Einfluss der wahrgenommenen Sachkompetenz auf die Wahlabsicht bei der Bundestagswahl 1990. In: Rattinger, Hans / Gabriel, Oskar W. / Jagodzinski, Wolfgang (Hg.): *Wahlen und politische Einstellungen im vereinigten Deutschland*. Frankfurt/Main: Peter Lang, S. 153-188.
- Kepplinger, Hans Mathias / Brosius, Hans-Bernd / Staab, Joachim Friedrich et al. (1992): Instrumentelle Aktualisierung. Grundlagen einer Theorie kognitiv-affektiver Medienwirkung. In: Schulz, Winfried (Hg.): *Medienwirkungen. Einflüsse von Presse, Radio und Fernsehen auf Individuum und Gesellschaft*. Weinheim, S. 161-189.
- Kepplinger, Hans Mathias / Dahlem, Stefan / Brosius, Hans-Bernd (1993): Helmut Kohl und Oskar Lafontaine im Fernsehen. Quellen der Wahrnehmung ihres Charakters und ihrer Kompetenz. In: Holtz-Bacha, Christina / Kaid, Lynda Lee (Hg.): *Die Massenmedien im Wahlkampf. Untersuchungen aus dem Wahljahr 1990*. Opladen. S. 144-184.

- Kepplinger, Hans Mathias / Donsbach, Wolfgang / Brosius, Hans-Bernd et al. (1986): Medientenor und Bevölkerungsmeinung. Eine empirische Studie zum Image Helmut Kohls. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 38, S. 247-279.
- Kepplinger, Hans Mathias / Maurer, Marcus (2000): Der Zwei-Stufen-Fluss der Massenkommunikation: Anmerkungen zu einer nie bewiesenen und längst überholten These der Wahlforschung. In: Klein, Markus / Jagodzinski, Wolfgang et al. (Hg.): *50 Jahre Empirische Wahlforschung in Deutschland. Entwicklung, Befunde, Perspektiven, Daten*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 444-464.
- Kepplinger, Hans Mathias / Maurer, Marcus / Roessing, Thomas (1999): Deutschland vor der Wahl. Eine Frame-Analyse der Fernsehnachrichten. In: Noelle-Neumann, Elisabeth / Kepplinger, Hans Mathias / Donsbach, Wolfgang (Hg.): *Kampa. Meinungsklima und Medienwirkung im Bundestagswahlkampf 1998*. Freiburg (Breisgau) u.a.: Alber.
- Kepplinger, Hans-Matthias / Rettich, Markus (1996): Publizistische Schlagseiten. Kohl und Scharping in Presse und Fernsehen. In: Holtz-Bacha, Christina / Kaid, Lynda Lee (Hg.): *Wahlen und Wahlkampf in den Medien. Untersuchungen aus dem Wahljahr 1994*. Opladen, S. 80-100.
- Kiewiet, D. Roderick (1983): Macroeconomics and Micropolitics: *The Electoral Effects of Economic Issues*. Chicago.
- Kindelmann, Klaus (1994): *Kanzlerkandidaten in den Medien. Eine Analyse des Wahljahres 1990*. Opladen.
- Kinder, Donald R. (1978): Political Person Perception: The Asymmetrical Influence of Sentiment and Choice on Perceptions of Presidential Candidates. *Journal of Personality and Social Psychology*, 36, S. 859-871.
- Kinder, Donald R. (1986): Presidential Character Revisited. In: Lau, Richard R. / Sears, David O. (Hg.): *Political Cognition*. Hillsdale, London: Erlbaum, S. 233-255.
- Kinder, Donald R. / Fiske, Susan T. (1986): Presidents in the Public Mind. In: Hermann, Margaret G. (Hg.): *Political Psychology*. San Francisco, London: Jossey-Bass, S. 193-218.
- Kinder, Donald R. / Kiewiet, D. Roderick (1979): Economic Discontent and Political Behavior: The Role of Personal Grievances and Collective Economic Judgments in Congressional Voting. *American Journal of Political Science*, 23, S. 495-527.
- Kinder, Donald R. / Kiewiet, D. Roderick (1981): Sociotropic Politics: The American Case. *British Journal of Political Science*, 11, S. 129-161.
- Kinder, Donald R. / Peters, Mark D. / Abelson, Robert P. / Fiske, Susan T. (1980): Presidential Prototypes. *Political Behavior*, 2, S. 193-218.
- Kirchgässner, Gebhard (1981): *Einige neuere statistische Verfahren zur Erfassung kausaler Beziehungen zwischen Zeitreihen*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Kirchgässner, Gebhard (1983): Welche Art der Beziehung herrscht zwischen der objektiven wirtschaftlichen Entwicklung, der Einschätzung der Wirtschaftslage und der Popularität der Parteien? In: Kaase, Max / Klingemann, Hans-Dieter (Hg.): *Wahlen und politisches System*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 222-257.
- Kirchgässner, Gebhard (1985): Causality testing of the popularity function. An empirical investigation for the Federal Republic of Germany, 1971-1982. *Public Choice*, 45, S. 155-173.
- Kirchgässner, Gebhard (1986): Economic conditions and the popularity of West German parties. A survey. *European Journal of Political Research*, 14, S. 421-439.
- Klapper, Josef T. (1960): *The Effects of Mass Communication*. Glencoe.
- Klein, Markus / Jagodzinski, Wolfgang / Mochmann, Ekkehard / Ohr, Dieter (Hg.) (2000): *50 Jahre Empirische Wahlforschung in Deutschland*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Klein, Markus / Ohr, Dieter (2001): Die Wahrnehmung der politischen und persönlichen Eigenschaften von Helmut Kohl und Gerhard Schröder und ihr Einfluss auf die Wahlentscheidung bei der Bundestagswahl 1998. In: Klingemann, Hans-Dieter / Kaase, Max (Hg.): *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 1998*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 91-132.
- Klingemann, Hans-Dieter (1973): Issue-Kompetenz und Wahlentscheidung. *Politische Vierteljahresschrift*, 14. Jg., S. 227-257.
- Klingemann, Hans-Dieter / Kaase, Max (Hg.) (1994): *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 1990*. Opladen: Westdeutscher Verlag.



- Klingemann, Hans-Dieter / Kaase, Max (Hg.) (2001): *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 1998*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Klorman, Ricardo (1978): Trend in Personal Finances and the Vote. *Public Opinion Quarterly*, 42, S. 31-48.
- Kmenta, Jan (1986): *Elements of Econometrics*. New York, London: Macmillan.
- Kramer, Gerald (1971): Short-Term Fluctuations in U.S. Voting Behavior, 1896-1964. *American Political Science Review*, 65, S. 131-143.
- Kramer, Gerald (1983): The Ecological Fallacy Revisited: Aggregate- versus Individual-Level Findings on Economics and Elections, and Sociotropic Voting. *American Political Science Review*, 77, S. 92-111.
- Krech, David / Crutchfield, Richard S. / Livson, Norman (1992): *Grundlagen der Psychologie. Band 7: Sozialpsychologie*. Weinheim: Beltz Psychologie Verlags Union.
- Kriesi, Hanspeter (1999): Movements of the Left, Movements of the Right: Putting the Mobilization of Two New Types of Social Movements into Political Context. In: Kitschelt, Herbert / Lange, Peter et al. (Hg.): *Continuity and Change in Contemporary Capitalism*. Cambridge, S. 398-423.
- Krosnick, Jon A. / Kinder, Donald R. (1990): Altering the Foundations of Support for the President Through Priming. *American Political Science Review*, 84, S. 497-512.
- Krüger, Udo Michael (1997): Unterschiede der Programmprofile bleiben bestehen. *Media Perspektiven*, 7, S. 354-366.
- Krüger, Udo Michael (2002): Politikvermittlung im Fernsehen. ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben im Vergleich. *Media Perspektiven*, 2, S. 77-87.
- Krüger, Udo Michael / Zapf-Schramm, Thomas (1999): Fernsehwahlkampf 1998 in Nachrichten und politischen Informationssendungen. *Media Perspektiven*, 5/99, S. 222-236.
- Küchler, Manfred (1986): Wahl- und Surveyforschung. *Politische Vierteljahresschrift*, 17, S. 194-208.
- Kühnel, Steffen / Fuchs, Dieter (2000): Instrumentelles oder expressives Wählen? Zur Bedeutung des Rational-Choice-Ansatzes in der Empirischen Wahlforschung. In: Klein, Markus / Jagodzinski, Wolfgang et al. (Hg.): *50 Jahre Empirische Wahlforschung in Deutschland. Entwicklung, Befunde, Perspektiven, Daten*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 340-360.
- Lang, Gladys / Lang, Kurt (1981): Watergate. An Explanation of the Agenda-Building Process. In: Wilhoit, G. Cleveland / Bock, Harold de (Hg.): *Mass Communication Review Yearbook 2*. Beverly Hills: Sage, S. 447-468.
- Langenbucher, Wolfgang R. (1983): Wahlkampf - ein ungeliebtes, notwendiges Übel? In: Schulz, Winfried / Schönbach, Klaus (Hg.): *Massenmedien und Wahlen*. München, S. 114-128.
- Lass, Jürgen (1995): *Vorstellungsbilder über Kanzlerkandidaten*. Wiesbaden: DVU.
- Lau, Richard R. (1986): Political Schemata, Candidate Evaluations, and Voting Behavior. In: Lau, Richard R. / Sears, David O. (Hg.): *Political Cognition*. Hillsdale, London: Earlbaum, S. 95-126.
- Lazarsfeld, Paul / Berelson, Bernard / Gaudet, Hazel (1944): *The People's Choice. How the Voter Makes Up his Mind in a Presidential Campaign*. New York (dt.: *Wahlen und Wähler, Soziologie des Wahlverhaltens*, Neuwied 1969).
- Lewis-Beck, Michael S. (1988): *Economics and Elections: The Major European Democracies*. Ann Arbor: The University of Michigan Press.
- Lewis-Beck, Michael S. / Rice, Tom W. (1992): *Forecasting elections*. Washington, DC: CQ Press.
- Lippmann, Walter (1922): *Public Opinion*. New York.
- Lipset, Seymour Martin / Rokkan, Stein (1967): Cleavage Structures, Party Systems, and Voter Alignments: An Introduction. In: Lipset, Seymour Martin / Rokkan, Stein (Hg.): *Party systems and voter alignments: Cross-National Perspectives*. New York: Free Press, S. 1-67.
- Liu, L.-M. / Hanssens, D. M. (1982): Identification of multiple-input transfer function models. *Communications in Statistics*, A 11, S. 297-314.
- Lowery, Shearon / DeFleur, Melvin L. (1995): *Milestones in Mass Communication Research: Media Effects*. New York: Longman
- Luhmann, Niklas (1970): Öffentliche Meinung. *Politische Vierteljahresschrift*, 11, 1, S. 2-28.
- Luhmann, Niklas (2000): *Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- MacKuen, Michael B. / Erikson, Robert S. / Stimson, James A. (1992): Peasants or Bankers? The American Electorate and the U.S. Economy. *American Political Science Review*, 86, S. 597-611.

- Maletzke, Gerhard (1963): *Psychologie der Massenkommunikation*. Hamburg.
- Marcus, George E. (1988): The Structure of Emotional Response: 1984 Presidential Candidates. *American Political Science Review*, 82, S. 737-761.
- Markus, Gregory B. (1992): The Impact of Personal and National Economic Conditions on Presidential Voting, 1956-1988. *American Journal of Political Science*, 36, S. 829-834.
- Markus, Gregory B. / Converse, Philip E. (1979): A Dynamic Simultaneous Equations Model of Electoral Choice. *American Political Science Review*, 73, 4, S. 1055-1070.
- McCleary, Richard / Hay, Richard A. (1980): *Applied Time Series Analysis for the Social Sciences*. Beverly Hills, London: Sage.
- McCombs, Maxwell E. / Estrada, George (1997): The News media and the Pictures in Our Heads. In: Iyengar, Shanto / Reeves, Richard (Hg.): *Do the Media Govern? Politicians, Voters, and Reporters in America*. Thousand Oaks: Sage Publications, S. 237-247.
- McCombs, Maxwell E. / Shaw, Donald L. (1972): The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 2, S. 176-187.
- McCombs, Maxwell E. / Shaw, Donald L. (1977): The Agenda-Setting Function of the Press. In: Shaw, Donald L. / McCombs, Maxwell E. (Hg.): *The Emergence of American Political Issues. The Agenda-Setting Function of the Press*. St. Paul, S. 1-18.
- McCombs, Maxwell E. / Shaw, Donald L. (1993): The Evolution of Agenda-Setting Research: Twenty-Five Years in the marketplace of Ideas. *Journal of Communication*, 43, No. 2, Spring 1993, S. 58-67.
- McGuire, William J. (1968): Personality and Suceptibility to Social Influence. In: Borgatta, Edgar F. / Lambert, William W. (Hg.): *Handbook of Personality Theory and Research*. Chicago: Rand McNally, S. 1130-1187.
- McLeod, Jack M. / Kosicki, Gerald M. / McLeod, Douglas M. (1994): The Expanding Boundaries of Political Communication Effects. In: Bryant, Jennings / Zillmann, Dolf (Hg.): *Media Effects. Advances in Theory and Research*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum. S. 123-162.
- McLuhan, Marshall / Powers, Bruce R. (1989): *The Global Village*. New York.
- Miller, Arthur H. / Wattenberg, Martin P. / Malanchuk, Oksana (1985): Cornitive Representation of Candidate Assessments. In: Sanders, Keith R. / Kaid, Lynda L. / Nimmo, Dan (Hg.): *Political Communication Yearbook 1984*. Carbondale, Edwardsville: Southern Illinois University Press, S. 183-210.
- Miller, Arthur H. / Wattenberg, Martin P. / Malanchuk, Oksana (1986): Schematic Assessments of Presidential Candidates. *American Political Science Review*, 80, S. 521-540.
- Miller, Joanne M. / Krosnick, Jon A. (1996): News Media Impact on the Ingredients of Presidential Evaluations: A Program of Research on the Priming Hypothesis. In: Mutz, Diana C. / Sniderman, Paul M. et al. (Hg.): *Political Persuasion and Attitude Change*. Ann Arbor: University of Michigan Press, S. 79-99.
- Miller, Joanne M. / Krosnick, Jon A. (1997): Anatomy of News Media Priming. In: Iyengar, Shanto / Reeves, Richard (Hg.): *Do the Media Govern? Politicians, Voters, and Reporters in America*. Thousand Oaks: Sage Publications, S. 258-275.
- Miller, W. / Mackie, M. (1973): The Electoral Cycle and the Asymmetry of Government and Opposition Popularity. *Political Studies*, 21, S. 263-279.
- Müller, Albrecht (1999): *Von der Parteiendemokratie zur Mediendemokratie. Beobachtungen zum Bundestagswahlkampf 1998*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Müller, John E. (1973): *War, Presidents, and Public Opinions*. New York: Wiley.
- Müller, Walter (1999): Class Cleavages in Party Preferences in Germany - Old and New. In: Evans, Geoffrey (Hg.): *The End of Class Politics? Class Voting in Comparative Context*. Oxford, S. 137-180.
- Mutz, Diana C. / Sniderman, Paul M. / Brody, Richard A. (Hg.) (1996): *Political Persuasion and Attitude Change*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Nannestad, Peter / Paldam, Martin (2000): Into Pandora's Box of Economic Evaluations: a Study of the Danish Macro VP-function, 1986-1997. *Electoral Studies*, 19, S. 123-140.
- Negrine, Ralph / Papathanassopoulos, Stylianos (1996): The 'Americanization' of Political Communication. A Critique. *The Harvard International Journal of Press and Politics*, 1, S. 45-62.
- Nie, Norman H. / Verba, Sidney / Petrocik, John R. (1976): *The Changing American Voter*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.

- Nimmo, Dan (1995): The Formation of Candidate Images During Presidential Campaigns. In: Hacker, Kenneth L. (Hg.): *Candidate Images and Presidential Elections*. Westport, London: Praeger. S. 51-63.
- Nimmo, Dan / Savage, Robert L. (1976): *Candidates and Their Images. Concepts, Methods, and Findings*. Santa Monica: Goodyear Publishing.
- Nimmo, Dan / Swanson, David L. (1990): The Field of Political Communication: Beyond the Voter Persuasion Paradigm. In: Swanson, David L. / Nimmo, Dan (Hg.): *New Directions in Political Communication. A Resource Book*. London, Newbury Park, New Delhi, S. 7-47.
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1973a): Kumulation, Konsonanz und Öffentlichkeit: Ein neuer Ansatz zur Analyse der Wirkung der Massenmedien. *Publizistik*, 18, S. 26-55.
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1973b): Return to the Concept of Powerful Mass Media. *Studies of Broadcasting*, 9, S. 67-112.
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1977): Das doppelte Meinungsklima. Der Einfluss des Fernsehens im Wahlkampf 1976. *Politische Vierteljahresschrift*, 18, S. 408-451.
- Noelle-Neumann, Elisabeth / Kepplinger, Hans Mathias / Donsbach, Wolfgang (Hg.) (1999): *Kampa. Meinungsklima und Medienwirkung im Bundestagswahlkampf 1998*. Freiburg (Breisgau) u.a.: Alber.
- Norpoth, Helmut (1977): Kanzlerkandidaten. Wie sie vom Wähler bewertet werden und seine Wahlentscheidung beeinflussen. *Politische Vierteljahresschrift*, 18, S. 551-572.
- Norpoth, Helmut (1996): The Economy. In: LeDuc, Lawrence / Niemi, Richard G. et al. (Hg.): *Comparing Democracies: Elections and Voting in Global Perspective*. Thousand Oaks CA: Sage.
- Norpoth, Helmut / Goergen, Christian (1990): Regierungspopularität auf Kredit: Wirtschaftsbilanz, Wende und Wählerwille. In: Kaase, Max / Klingemann, Hans-Dieter (Hg.): *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 1987*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 345-375.
- Norpoth, Helmut / Yantek, T. (1983): Von Adenauer bis Schmidt: Wirtschaftslage und Kanzlerpopularität. In: Kaase, Max / Klingemann, Hans-Dieter (Hg.): *Wahlen und politisches System*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 198-221.
- Oberreuter, Heinrich (1989): Mediatisierte Politik und politischer Wertewandel. In: Böckelmann, Frank (Hg.): *Medienmacht und Politik*. Berlin, S. 31-43.
- Oberreuter, Heinrich (1998): *Ungewissheiten der Macht. Parteien, Wähler, Wahlentscheidung*. München: Olzog.
- Oedegaard, Ingvill C. (2000): Lebensstile, soziale Milieus und Wahlverhalten in Westdeutschland. In: Klein, Markus / Jagodzinski, Wolfgang et al. (Hg.): *50 Jahre Empirische Wahlforschung in Deutschland. Entwicklung, Befunde, Perspektiven, Daten*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 212-234.
- Ohr, Dieter (2000): Wird das Wählerverhalten zunehmend personalisierter, oder: Ist jede Wahl anders? Kandidatenorientierungen und Wahlentscheidung in Deutschland von 1961 bis 1998. In: Klein, Markus / Jagodzinski, Wolfgang et al. (Hg.): *50 Jahre Empirische Wahlforschung in Deutschland. Entwicklung, Befunde, Perspektiven, Daten*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 272-308.
- Ottati, Victor C. / Wyer, Robert S. (1990): The Cognitive Mediators of Political Choice: Towards a Comprehensive Model of Political Information Processing. In: Ferejohn, John A. / Kuklinski, James H. (Hg.): *Information and Democratic Processes*. Urbana, Chicago: University of Illinois Press, S. 186-216.
- Page, Benjamin I. / Shapiro, Robert Y. (1992): *The Rational Public. Fifty Years of Trends in Americans' Policy Preferences*. Chicago: University of Chicago Press.
- Page, Benjamin I. / Shapiro, Robert Y. / Dempsey, Glenn R. (1987): What moves Public Opinion? *American Political Science Review*, 81, S. 23-43.
- Pancer, S. Marc / Brown, Steven D. / Barr, Cathy Widdis (1999): Forming Impressions of Political Leaders: A Cross-National Comparison. *Political Psychology*, 20, S. 345-368.
- Pankratz, Alan (1991): *Forecasting with dynamic regression models*. New York: Wiley.
- Pappi, Franz U. (2000): Zur Theorie des Parteienwettbewerbs. In: Klein, Markus / Jagodzinski, Wolfgang et al. (Hg.): *50 Jahre Empirische Wahlforschung in Deutschland*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 85-105.
- Patterson, Thomas E. (1980): *The Mass Media Election. How Americans Choose Their President*. New York: Praeger.

- Patterson, Thomas E. (1993): *Out of Order. How the Decline of Political Parties and the Growing Power of the News Media Undermine the American Way of Electing Presidents*. New York: Alfred A. Knopf.
- Patterson, Thomas E. / McClure, Robert D. (1976): *The Unseeing Eye. The Myth of Television Power in National Elections*. New York: Paragon.
- Perloff, Richard M. (1998): Presidents and News in the Television Age. In: Perloff, Richard M. (Hg.): *Political Communication. Politics, Press, and Public in America*. London: Lawrence Erlbaum, S. 54-73.
- Petrocik, John R. (1997): Campaigning and the Press. In: Iyengar, Shanto / Reeves, Richard (Hg.): *Do the Media Govern? Politicians, Voters, and Reporters in America*. Thousand Oaks: Sage Publications, S. 181-194.
- Pfetsch, Barbara (1994): Politische Fernsehwelten: Die Politikberichterstattung der privaten und öffentlich-rechtlichen Sender. In: Jarren, Ottfried (Hg.): *Politische Kommunikation in Hörfunk und Fernsehen. Elektronische Medien in der Bundesrepublik Deutschland*. Opladen, S. 111-122.
- Pfetsch, Barbara (1996): Convergence through Privatization? Changing Media Environments and Televised Politics in Germany. *European Journal of Communication*, 11, S. 427-451.
- Pfetsch, Barbara (1998): Government News Management. In: Graber, Doris / McQuail, Denis et al. (Hg.): *The Politics of News*. Washington, D.C.: Congressional Quarterly Press, S. 70-93.
- Pfetsch, Barbara / Schmitt-Beck, Rüdiger (1994): Amerikanisierung von Wahlkämpfen? Kommunikationsstrategien und Massenmedien im politischen Mobilisierungsprozeß. In: Jäckel, Michael / Winterhoff-Spurk, Peter (Hg.): *Politik und Medien. Analysen zur Entwicklung der politischen Kommunikation*. Berlin: VISTAS.
- Popkin, Samuel L. (1976): What Have You Done For Me Lately? Toward an Investment Theory of Voting. *American Political Science Review*, 70, S. 779-805.
- Popkin, Samuel L. (1994): *The Reasoning Voter: Communication and Persuasion in Presidential Campaigns*. Chicago: University of Chicago Press.
- Price, Vincent / Tewksbury, David (1997): News Values and Public Opinion: A Theoretical Account of Media Priming and Framing. In: Barnett, G. / Boster, F.J. (Hg.): *Progresses in the communication sciences*. Greenwich, CT, S. 173-212.
- Rabinowitz, George / MacDonald, Stuart Elain (1989): A Directional Theory of Issue Voting. *American Political Science Review*, 23. Jg., S. 93-122.
- Radunski, Peter (1980): *Wahlkämpfe. Moderne Wahlkampfführung als politische Kommunikation*. München, Wien: Olzog.
- Radunski, Peter (1983): Strategische Überlegungen zum Fernsehwahlkampf. In: Schulz, Winfried / Schönbach, Klaus (Hg.): *Massenmedien und Wahlen*. München, S. 131-145.
- Radunski, Peter (1996): Politisches Kommunikationsmanagement. Die Amerikanisierung der Wahlkämpfe. In: Bertelsmann Stiftung (Hg.): *Politik überzeugend vermitteln. Wahlkampfstrategien in Deutschland und den USA*. Gütersloh, S. 33-52.
- Ragsdale, Lyn (1991): Emotional Responses to Presidents. *Political Behavior*, 13, S. 33-65.
- Rattinger, Hans (2000): Konjunktorentwicklung, Wahrnehmungen der Wirtschaftslage und Parteipräferenzen in Deutschland, 1977-1998. In: Klein, Markus / Jagodzinski, Wolfgang et al. (Hg.): *50 Jahre Empirische Wahlforschung in Deutschland. Entwicklung, Befunde, Perspektiven, Daten*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 309-339.
- Rattinger, Hans / Faas, Thorsten (2001): Wahrnehmungen der Wirtschaftslage und Wahlverhalten 1977 bis 1998. In: Klingemann, Hans-Dieter / Kaase, Max (Hg.): *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 1998*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 283-307.
- Rattinger, Hans / Maier, J. (1998): Der Einfluss der Wirtschaftslage auf die Wahlentscheidung bei den Bundestagswahlen 1994 und 1998. *Aus Politik und Zeitgeschichte - Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament*, B18, S. 45-54.
- Reiser, Stefan (1994): *Europa und die Kampagne in den Massenmedien. Eine Untersuchung zum Verhältnis Massenmedien und Politik*. München.
- Rettich, Markus / Schatz, Roland (1998): *Amerikanisierung oder Macht der Medien*. Bonn.
- Ridder, Christa-Maria / Engel, Bernhard (2001): Massenkommunikation 2000: Images und Funktionen der Massenmedien im Vergleich. *Media Perspektiven*, 3/2001, S. 102-125.

- Roller, Edeltraud (1998): Positions- und performanzbasierte Sachfragenorientierung und Wahlentscheidung: Eine theoretische und empirische Analyse aus Anlaß der Bundestagswahl 1994. In: Kaase, Max / Klingemann, Hans-Dieter (Hg.): *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1994*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 173-219.
- Rössler, Patrick (1997): *Agenda-Setting. Theoretische Annahmen und empirische Evidenzen einer Medienwirkungshypothese*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Rössler, Patrick / Schenk, Michael (1999): Kognitive Harmonisierung in der Wiedervereinigungsdiskussion. Agenda-Setting- und Persuasionseffekte der Massenmedien. In: Wilke, Jürgen (Hg.): *Massenmedien und Zeitgeschichte*. Konstanz: UVK Medien, S. 568-584.
- Roth, Dieter (1998): *Empirische Wahlforschung*. Opladen: Leske+Budrich.
- Rottleuthner-Lutter, Margret (1986): *Evaluation mit Hilfe der Box-Jenkins-Methode*. Frankfurt am Main, Bern, New York: Lang.
- Salmore, S. A. / Salmore, B. G. (1985): *Candidates, Parties, and Campaigns: Electoral Politics in America*. Washington: CQ Press.
- Sarcinelli, Ulrich (1991): Massenmedien und Politikvermittlung - eine Problem- und Forschungsskizze. *Rundfunk und Fernsehen*, 39, S. 469-486.
- Sarcinelli, Ulrich (1996): Politische Kommunikation in der Medienöffentlichkeit. Kommunikationsstrukturelle Bedingungen politischer Realitätsvermittlung. In: Klein, J. / Dieckmannshenke, H. (Hg.): *Sprachstrategien und Dialogblockaden. Linguistische und politikwissenschaftliche Studien zur politischen Kommunikation*. Berlin: de Gruyter, S. 31-47.
- Sarcinelli, Ulrich (1999): Zum Wandel der Parteiendemokratie in der Mediengesellschaft. In: Roters, Gunnar / Klinger, Walter et al. (Hg.): *Information und Informationsrezeption*. Baden-Baden: Nomos, S. 225-236.
- Schatz, Heribert (1978): Zum Stand der politikwissenschaftlich relevanten Massenkommunikationsforschung in der Bundesrepublik Deutschland. In: Bermbach, U. (Hg.): *Politische Wissenschaft und politische Praxis*. Opladen, S. 434-454.
- Schatz, Heribert (1982): Interessen- und Machtstrukturen im Interaktionsfeld von Massenmedien und Politik. In: Schatz, Heribert / Lange, Klaus (Hg.): *Massenmedien und Politik. Aktuelle Probleme und Entwicklungen im Massenkommunikationssystem der Bundesrepublik Deutschland*. Frankfurt, S. 6-20.
- Scheufele, Bertram (2000): "Scattered" or related - clarifying the framing concept by integrating related approaches? In: Brosius, Hans-Bernd (Hg.): *Kommunikation über Grenzen und Kulturen*. Konstanz, S. 381-396.
- Schimek, Michael G. (1986): Empirische Legitimationsmodelle für die Periode 1970-1981 der sozialliberalen Regierung in der Bundesrepublik Deutschland. In: Klingemann, Hans-Dieter / Kaase, Max (Hg.): *Wahlen und politischer Prozess. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 1983*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 455-506.
- Schlittgen, Rainer / Streitberg, Bernd H.J. (1997): *Zeitreihenanalyse*. München, Wien: Oldenbourg.
- Schlozman, Kay / Verba, Sidney (1979): *Injury to Insult*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Schmidt, Manfred G. (1983): Politische Konjunkturzyklen und Wahlen. Ein internationaler Vergleich. In: Kaase, Max / Klingemann, Hans-Dieter (Hg.): *Wahlen und politisches System. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 1980*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 174-197.
- Schmitt, Hermann (1998): Issue-Kompetenz oder Policy-Distanz? Zwei Modelle des Einflusses politischer Streitfragen auf das Wahlverhalten und die empirische Evidenz aus drei Nachwahlumfragen zur Bundestagswahl 1994. In: Kaase, Max / Klingemann, Hans-Dieter (Hg.): *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1994*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 145-172.
- Schmitt, Hermann (2001): Zur vergleichenden Analyse des Einflusses gesellschaftlicher Faktoren auf das Wahlverhalten: Forschungsfragen, Analysestrategien und einige Ergebnisse. In: Klingemann, Hans-Dieter / Kaase, Max (Hg.): *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 1998*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 623-645.
- Schmitt, Hermann / Holmberg, Sören (1995): Political Parties in Decline? In: Klingemann, Hans-Dieter / Fuchs, Dieter (Hg.): *Citizen and the State*. Oxford: Oxford University Press, S. 85-133.

- Schmitt-Beck, Rüdiger (1994): Eine "Vierte Gewalt"? Medieneinfluß im Superwahljahr 1994. In: Bürklin, Wilhelm / Roth, Dieter (Hg.): *Das Superwahljahr. Deutschland vor unkalkulierbaren Regierungsmehrheiten?* Köln: Bund-Verlag, S. 266-292.
- Schmitt-Beck, Rüdiger (1998): Medieneinflüsse auf Kandidatenbewertungen. Eine vergleichende Analyse deutscher und spanischer Wähler. In: Kaase, Max / Klingemann, Hans-Dieter (Hg.): *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1994.* Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 599-622.
- Schmitt-Beck, Rüdiger (2000): *Politische Kommunikation und Wählerverhalten.* Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Schmitz, Bernhard (1989): *Einführung in die Zeitreihenanalyse. Modell, Softwarebeschreibung, Anwendungen.* Bern, Stuttgart, Toronto: Huber.
- Schneider, Melanie / Schönbach, Klaus / Semetko, Holli. A (1999): Kanzlerkandidaten in den Fernsehnachrichten und in der Wählermeinung. *Media Perspektiven* 5/99, S. 262-269.
- Schönbach, Klaus (1993): Images der Kanzlerkandidaten im Wahlkampf 1990: Einflüsse von PR und politischer Werbung im Vergleich. In: Armbrrecht, Wolfgang (Hg.): *Image und PR.* Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 215-226.
- Schönbach, Klaus (1996): The "Americanization" of German Election Campaigns: Any Impact on the Voters? In: Swanson, David L. / Mancini, Paolo (Hg.): *Politics, Media, and Modern Democracy. An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and their Consequences.* Westport, London: Praeger, S. 91-140.
- Schönbach, Klaus / Semetko, Holli A. (1994): Medienberichterstattung und Parteienwerbung im Bundestagswahlkampf 1990. *Media Perspektiven*, 7/94, S. 328-340.
- Schönbach, Klaus / Semetko, Holli A. (1995): Journalistische "Professionalität" vs. Chancengleichheit von Regierung und Opposition: ein Dilemma der aktuellen Berichterstattung im Wahlkampf. In: Armingeon, Klaus / Blum, Roger (Hg.): *Das öffentliche Theater. Politik und Medien in der Demokratie.* Bern, Stuttgart, Wien: Paul Haupt, S. 49-64.
- Schönbach, Klaus / Semetko, Holli A. (2000): Gnadenlos professionell: Journalisten und die aktuelle Medienberichterstattung in Bundestagswahlkämpfen (1976-1998). In: Bohrmann, Hans / Jarren, Otfried et al. (Hg.): *Wahlen und Politikvermittlung durch Massmedien.* Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 69-78.
- Schulz, Winfried (1994): Wird die Wahl im Fernsehen entschieden? Der "getarnte Elefant" im Lichte der neueren Forschung. *Media Perspektiven*, 7/94, S. 318-327.
- Schulz, Winfried (1997): *Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung.* Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Schulz, Winfried (1998a): Media Changes and the Political Effects of Television: Americanization of the Political Culture? *Communications*, 23, S. 83-96.
- Schulz, Winfried (1998b): Wahlkampf unter Vielkanalbedingungen. Kampagnenmanagement, Informationsnutzung und Wählerverhalten. *Media Perspektiven*, 8/98, S. 378-391.
- Schulz, Winfried / Berens, Harald / Zeh, Reimar (1998): 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. *Rundfunk und Fernsehen*, 46, S. 58-79.
- Schulz, Winfried / Kindelmann, Klaus (1993): Die Entwicklung der Images von Kohl und Lafontaine im Wahljahr 1990. Ein Vergleich der Wählerurteile mit den Urteilen ausgewählter Leitmedien. In: Holtz-Bacha, Christina / Kaid, Lynda Lee (Hg.): *Die Massenmedien im Wahlkampf. Untersuchungen aus dem Wahljahr 1990.* Opladen, S. 10-45.
- Schulz, Winfried / Schönbach, Klaus (1983): *Massenmedien und Wahlen. Mass Media and Elections: International Research Perspectives.* München.
- Schulz, Winfried / Zeh, Reimar / Quiring, Oliver (2000): Wählerverhalten in der Mediendemokratie. In: Klein, Markus / Jagodzinski, Wolfgang et al. (Hg.): *50 Jahre Empirische Wahlforschung in Deutschland. Entwicklung, Befunde, Perspektiven, Daten.* Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 413-443.
- Schumpeter, Joseph A. (1950): *Sozialismus, Kapitalismus und Demokratie.* Bern: Francke.
- Sears, David / Freedman, Jonathan (1967): Selectiv Exposure to Information: A Critical Review. *Public Opinion Quarterly*, 31, S. 194-213.

- Simmel, Goerg (1989): Über sociale Differenzierung. In: Dahme, Hans-Jürgen (Hg.): *Simmel, Georg, Aufsätze 1887 bis 1890*. Frankfurt (erstmal erschienen Leipzig 1890), S. 109-295.
- Simon, Herbert A. (1986): *Research Briefings 1986*. Washington, D.C.: National Academy Press.
- Smith, Adam (1976): The Theory of Moral Sentiments. *The Glasgow Edition of the Works and Correspondence of Adam Smith*. Oxford: Clarendon Press. Erst-Ausgabe 1759. Und URL: <http://www.ecn.bris.ac.uk/het/smith/moral.htm>; 30.1.2003.
- Smith, Kim A. (1987): Effects of newspaper coverage on community issue concerns and local government evaluations. *Communication Research*, 4, S. 379-395.
- Stigler, George J. (1973): General Economic Conditions and National Elections. *American Economic Review*, 63, S. 160-167.
- Stimson, James A. (1985): Regression in Space and Time: A Statistical Essay. *American Journal of Political Science*, 29, S. 914-947.
- Stokes, Donald (1966): Spatial Models of Party Competition. In: Campbell, Angus / Converse, Philip E. et al. (Hg.): *Elections and the Political Order*. New York: Wiley, S. 161-179.
- Stokes, Donald E. (1992): Valence Politics. In: Kavanagh, Dennis (Hg.): *Electoral Politics*. Oxford: Clarendon Press, S. 141-164.
- Swanson, David L. / Mancini, Paolo (Hg.) (1996): *Politics, Media, and Modern Democracy. An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences*. New York: Praeger.
- Taylor, Shelley E. / Fiske, Susan (1978): Saliency, attention, and attribution: Top of the head phenomena. In: Berkowitz, L. (Hg.): *Advances in Social Psychology*. New York: Academic Press., S. 249-288.
- Thome, Helmut (1988): Probleme des Identifizierens und Testens von Kausalbeziehungen in der statistischen Zeitreihenanalyse. In: Meier, F. (Hg.): *Prozessforschung in den Sozialwissenschaften*. Stuttgart: G. Fischer, S. 93-117.
- Thome, Helmut (1992a): Ausreißer und fehlende Werte in der Zeitreihenanalyse: Ihre Modifizierung im Rahmen des Box/Jenkins-Ansatzes. *ZA-Information*, 31, S. 37-69.
- Thome, Helmut (1992b): Regressionsanalyse mit Zeitreihendaten: Zur Interpretation dynamischer Modelle. *ZA-Information* 30, S. 80-111.
- Thome, Helmut (1997): Scheinregressionen, Kointegrierte Prozesse und Fehlerkorrekturmodelle: Eine Strategie zur Modellierung langfristiger Gleichgewichtsbeziehungen und kurzfristiger Effekte. *Zeitschrift für Soziologie*, 26, 3, S. 202-220.
- Trenaman, Joseph / McQuail, Denis (1961): *Television and the Political Image. A Study of the Impact of Television on the 1959 General Election*. London: Methuen.
- Tufte, Edward (1976): *Political Control of the Economy*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- Tversky, Amos / Kahneman, Daniel (1973): Availability: A Heuristic for Judging Frequency and Probability. *Cognitive Psychology*, 5, S. 207-232.
- Tversky, Amos / Kahneman, Daniel (1974): Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases. *Science*, 185, S. 1124-1131.
- Verba, Sidney / Nie, Norma H. (1972): *Participation in America. Political Democracy and Social Equality*. New York u.a.: Harper and Row.
- Vetter, Angelika / Brettschneider, Frank (1998): "Idealmaße" für Kanzlerkandidaten. *ZUMA-Nachrichten*, 43, S. 90-115.
- Wattenberg, Martin P. (1990): From a Partisan to a Candidate-Centered Electorate. In: King, Anthony (Hg.): *The New American Political System*. Washington, D.C.: American Enterprise Institute, S. 139-174.
- Wattenberg, Martin P. (1996): *The Decline of American Political Parties 1952-1994*. Cambridge, London: Harvard University Press.
- Weaver, David H. / Graber, Doris A. / McCombs, Maxwell (1981): *Media Agenda-Setting in a Presidential Election: Issues, Images, and Interest*. New York: Praeger.
- Weiß, Hans-Jürgen (1989): Öffentliche Streitfragen und massenmediale Argumentationsstrukturen. In: Kaase, Max / Schulz, Winfried (Hg.): *Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 473-489.

- Weiß, Hans-Jürgen (2001): Programmalltag in Deutschland. Das Informations- und Unterhaltungsangebot der deutschen Fernsehvollprogramme 1999-2001. In: Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM) (Hg.): *Programmbereich zur Lage und Entwicklung des Fernsehens in Deutschland 2000/01*. Köln, S. 115-174.
- Wilke, Jürgen / Reinemann, Carsten (2000): *Kanzlerkandidaten in der Wahlkampfberichterstattung. Eine vergleichende Studie zu den Bundestagswahlen 1949-1998*. Köln u.a.: Böhlau.
- Winterhoff-Spurk, Peter (1989): *Fernsehen und Weltwissen. Der Einfluss von Medien auf Zeit-, Raum und Personenschemata*. Opladen.
- Winterhoff-Spurk, Peter (2001): *Fernsehen. Fakten zur Medienwirkung*. Bern: Huber.
- Wirth, Werner / Voigt, Ronald (1999): Der Aufschwung ist meiner! Personalisierung von Spitzenkandidaten im Fernsehen zur Bundestagswahl 1998. In: Holtz-Bacha, Christina (Hg.): *Wahlkampf in den Medien - Wahlkampf mit den Medien. Ein Reader zum Wahljahr 1998*. Opladen, Wiesbaden, S. 133-158.
- Wlezien, Christopher / Franklin, Mark N. / Twigg, Daniel (1997): Economic Perceptions and Vote Choice: Disentangling the Endogeneity. *Political Behavior*, 67, S. 453-467.
- Woyke, Wichard (1994): *Stichwort: Wahlen*. Opladen.
- Wüst, Andreas M. (2002): Wahlverhalten in Theorie und Praxis: die Bundestagswahl 1998. In: Heinrich Oberreuter (Hg.): *Parteien und Wahlen in Deutschland – eine kritische Bilanz*. München (im Erscheinen). Und URL: <http://andreas.uni-hd.de/oberr2001.pdf>, 15.3.2003.
- Zaller, John R. (1989): Bringing Converse back in: Information flow in political campaigns. *Political Analysis*, 1, S. 181-234.
- Zaller, John R. (1992): *The Nature and Origins of Mass Opinion*. New York: Cambridge University Press.
- Zaller, John R. (1996): The myth of massive media impact revived: new support for a discredited idea. In: Mutz, Diana / Sniderman, Paul / Brody, Richard A. (Hg.): *Political Persuasion and Attitude Change*. Ann Arbor: University of Michigan Press, S. 17-78.
- Zaller, John R. (1998): Monica Lewinsky's Contribution to Political Science. *PS: Political Science & Politics*, 31, S. 182-189.
- Zaller, John R. / Feldman, Stanley (1992): A simple theory of the survey response: Answering questions versus revealing preferences. *American Journal of Political Science*, 36, S. 579-616.
- Zeh, Reimar / Hagen, Lutz M. (1999): "Nun zum Sport ..." und andere kurzfristige Effekte von Fernsehnachrichten auf die Wahlabsicht im Bundestagswahlkampf 1998. In: Holtz-Bacha, Christina (Hg.): *Wahlkampf in den Medien - Wahlkampf mit den Medien. Ein Reader zum Wahljahr 1998*. Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 189-217.
- Zelle, Carsten (1995a): Candidates, Issues and Party Choice in the Federal Election of 1994. *German Politics*, Vol. 4, Heft 2, S. 54-74.
- Zelle, Carsten (1995b): *Der Wechselwähler. Politische und soziale Erklärungsansätze des Wählerwandels in Deutschland und den USA*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Zelle, Carsten (1996): Steigt die Zahl der Wechselwähler? Trends des Wahlverhaltens und der Parteidentifikation. In: Rattinger, Hans / Gabriel, Oscar W. et al. (Hg.): *Wahlen und politische Einstellungen im vereinigten Deutschland*. Frankfurt/Main: Peter Lang, S. 47-92.
- Zelle, Carsten (1998): Modernisierung, Personalisierung, Unzufriedenheit: Erklärungsversuche der Wechselwahl bei der Bundestagswahl 1994. In: Kaase, Max / Klingemann, Hans-Dieter (Hg.): *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1994*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 221-257.