

Publikationsliste

MONOGRAPHIEN

Volpers, H., **Bernhard, U.** & Schnier, D. (2014). Hörfunklandschaft Niedersachsen 2013. Strukturbeschreibung und Programmanalyse. Berlin: Vistas.

Bernhard, U. (2012). Infotainment in der Zeitung. Der Einfluss unterhaltungsorientierter Gestaltungsmittel auf die Wahrnehmung und Verarbeitung politischer Informationen. Baden-Baden: Nomos.

Volpers, H., **Bernhard, U.** & Schnier, D. (2010). Hörfunklandschaft Niedersachsen 2009: Strukturbeschreibung und Programmanalyse. Berlin: Vistas.

Bernhard, U. (2008). Wie unterhaltsam ist Politik? Eine Analyse der Politikberichterstattung in regionalen Tageszeitungen. Saarbrücken: Dr. Müller.

Volpers, H., **Bernhard, U.** & Schnier, D. (2008). Public Relations und werbliche Erscheinungsformen im Fernsehen. Eine Typologisierung persuasiver Kommunikationsangebote des Fernsehens. Berlin: Vistas.

PUBLIKATIONEN IN WISSENSCHAFTLICHEN FACHZEITSCHRIFTEN

Bernhard, U., Dohle, M. & Vowe, G. (zur Publikation angenommen). Do presumed online media effects have an influence on the online activities of politicians? Policy & Internet.

Ihle, H., **Bernhard, U.** & Dohle, M. (2015). Gefährliche Nachbarschaft. Welches Bild von Kriminalität die deutsche lokale und regionale Tagespresse zeichnet – Ergebnisse einer standardisierten Inhaltsanalyse. Vierteljahreshefte zur Wirtschaftsforschung, 84(2), 27–44.

Bernhard, U. & Dohle, M. (2015). Corrective or confirmative actions? Political online participation as a consequence of presumed media influences in election campaigns. Journal of Information Technology & Politics, 12(3), 285–302.

Bernhard, U. & Dohle, M. (2015). Local politics online: The influence of presumed influence on local politicians' online communication activities in Germany. Local Government Studies, 41(5), 755–773.

Dohle, M. & **Bernhard, U.** (2014). Mediennutzung und -wahrnehmung von Bundestagsabgeordneten: Ersetzen oder ergänzen Online-Medien klassische Informations- und Kommunikationskanäle? *Zeitschrift für Parlamentsfragen*, 45(4), 763–774.

Bernhard, U., Dohle, M. & Vowe, G. (2014). Wie werden Medien zur politischen Information genutzt und wahrgenommen? Online- und Offline-Medien im Vergleich. *Media Perspektiven*, o. Jg. (3), S. 159–168.

Bernhard, U. & Dohle, M. (2014). Do even journalists support media restrictions? Presumed political media influences and the consequences. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 91(2), 250–271.

Dohle, M. & **Bernhard, U.** (2014). Presumed online media influence and support for censorship: Results from a survey among German parliamentarians. *International Journal of Public Opinion Research*, 26(2), 256–268.

Dohle, M. & **Bernhard, U.** (2013). Schützen, Aufklären oder Erziehen? Die Einschätzung kommunikationspolitischer Maßnahmen als Folge der Wahrnehmung des politischen Einflusses von Online-Medien auf jüngere Menschen. *Studies in Communication I Media*, 2(4), 524–537.

Bernhard, U. & Dohle, M. (2013). Indirekte Medienwirkungen bei der Volksabstimmung über "Stuttgart 21". Wahrgenommene Medieneinflüsse und ihre Konsequenzen. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 61(1), 38–57.

Bernhard, U. & Scharf, W. (2008). "Infotainment" in der Presse. Eine Längsschnittanalyse 1980–2007 dreier regionaler Tageszeitungen. *Publizistik*, 53(2), 231–250.

Ihle, H. & **Bernhard, U.** (2008). Neue Medien – neue Modelle? Überlegungen zur zukünftigen kommunikationswissenschaftlichen Modellbildung. *Studies in Communication Sciences, Journal of the Swiss Association of Communication and Media Research*, 8(2), 115–144.

BUCHBEITRÄGE

Dohle, M. & **Bernhard, U.** (im Druck). Third-person effect and influence of presumed media influence approach revisited. In G. Vowe & P. Henn (Hrsg.), *Political communication in the online world. Theoretical approaches and research designs*. London, UK: Routledge.

Bernhard, U., Dohle, M. & Vowe, G. (2015). Wer nutzt wie das „Web 2.0“ für Politik? Der Stellenwert von Social Media in politischen Kontexten. In K. Imhof, R. Blum, H. Bonfadelli, O. Jarren & V. Wyss (Hrsg.), *Demokratisierung durch Social Media?* (S. 41–54). Wiesbaden: Springer VS

Volpers, H. & **Bernhard, U.** (2015). Die Programmpraxis der Regionalfenster von RTL und SAT.1. Status quo und ein Rückblick auf zehn Jahre Programmentwicklung. In *Die Medienanstalten – ALM (Hrsg.), Programmbericht 2014. Fernsehen in Deutschland – Programmforschung und Programmdiskurs* (S.147–158). Berlin: Vistas.

Volpers, H. & **Bernhard, U.** (2014). Die Regionalfenster von RTL und Sat.1 in den Jahren 2012 und 2013. Ergebnisse der kontinuierlichen Programmanalyse. In *Die Medienanstalten – ALM (Hrsg.), Programmbericht 2013. Fernsehen in Deutschland – Programmforschung und Programmdiskurs* (S. 126–137). Berlin: Vistas.

Bernhard, U. (2014). Kognitive Wirkungen einer emotionalisierten Politikberichterstattung. In M. Dohle & G. Vowe (Hrsg.), *Politische Unterhaltung – Unterhaltende Politik. Forschung zu Medieninhalten, Medienrezeption und Medienwirkungen* (S. 214–236). Köln: Herbert von Halem Verlag.

Bernhard, U. & Dohle, M. (2014). Indirekte Medienwirkungen bei der Volksabstimmung über „Stuttgart 21“. Wahrgenommene Medieneinflüsse und ihre Konsequenzen. In: U. Dittler & M. Hoyer (Hrsg.), *Social Network – Die Revolution der Kommunikation. Kundenkommunikation, Facebook-Freundschaften, digitale Demokratie und virtuelle Shitstorms unter medienpsychologischer und mediensoziologischer Perspektive* (S. 283–308). München: kopaed. [Nachdruck des 2013 erschienenen gleichnamigen Artikels aus *Medien & Kommunikationswissenschaft*]

Dohle, M. & **Bernhard, U.** (2013). Unterhaltungserleben als Wirkung der Medienrezeption. In W. Schweiger & A. Fahr (Hrsg.), *Handbuch Medienwirkungsforschung* (S. 247–262). Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

Volpers, H., Schnier, D. & **Bernhard, U.** (2012). Die Entwicklung der Regionalfenster von RTL und Sat.1 (2005–2011). Ergebnisse der kontinuierlichen Programmanalyse. In *Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (Hrsg.), Programmbericht 2011. Fernsehen in Deutschland. Programmforschung und Programmdiskurs* (S. 161–168). Berlin: Vistas.

Bernhard, U. & Volpers, H. (2012). Produktplatzierungen im deutschen Fernsehen. Eine Bestandsaufnahme im ersten Jahr der Liberalisierung. In Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (Hrsg.), Programmbericht 2011. Fernsehen in Deutschland. Programmforschung und Programmdiskurs (S. 169–182). Berlin: Vistas.

Volpers, H. & **Bernhard, U.** (2010). Programmintegrierte Werbeformen in der Zuschauerwahrnehmung. In Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (Hrsg.), ALM Programmbericht. Fernsehen in Deutschland 2009. Programmforschung und Programmdiskurs (S. 167–182). Berlin: Vistas.

Volpers, H., Schnier, D. & **Bernhard, U.** (2010). Die Regionalfenster von RTL und Sat.1 in den Jahren 2008 und 2009. In Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (Hrsg.), ALM Programmbericht. Fernsehen in Deutschland 2009. Programmforschung und Programmdiskurs (S. 95–106). Berlin: Vistas.

Bernhard, U. & Volpers, H. (2009). Die Trennung von Werbung und Programm im deutschen Fernsehen – Programmpraxis und Zuschauerwahrnehmung. In H. Volpers & B. Holznagel, Trennung von Werbung und Programm im Fernsehen. Zuschauerwahrnehmung und Regulierungsoptionen (S. 19–121). Berlin: Vistas.

Volpers, H., **Bernhard, U.** & Schnier, D. (2009). Werbung und Public Relations im redaktionellen Fernsehprogramm. Eine Bestandsaufnahme. In Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (Hrsg.), ALM Programmbericht. Fernsehen in Deutschland 2008. Programmforschung und Programmdiskurs (S. 99–114). Berlin: Vistas.

Volpers, H. & **Bernhard, U.** (2007). Persuasive Kommunikationsangebote – Ein Überblick. In H. Volpers, Public Relations und werbliche Erscheinungsformen im Radio. Eine Typologisierung persuasiver Kommunikationsangebote des Hörfunks (S. 49–122). Berlin: Vistas.

Bernhard, U. & Volpers, H. (2006). Die Rückkehr des Wortes und seine Verwendung im Hörfunk. In H. Volpers, C. Salwiczek & D. Schnier, Hörfunklandschaft Niedersachsen 2005. Eine vergleichende Analyse (S. 53–67). Berlin: Vistas.

VORTRÄGE

Ihle, H., **Bernhard, U.** & Dohle, M. (2015). Tatort Nachbarschaft. Welches Bild von Kriminalität die deutsche lokale Tagespresse zeichnet – Ergebnisse einer standardisierten Inhaltsanalyse. Vortrag auf dem 26. wissenschaftlicher Kongress der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft (DVPW), Duisburg, 21.–25. September 2015.

Bernhard, U., Dohle, M. & Vowe, G. (2015). Constructive or repressive? Journalists' reactions to the presumed political influences of online media. Vortrag auf der 65. Jahrestagung der International Communication Association (ICA), San Juan, 21.–25. Mai 2015.

Bernhard, U., Dohle, M. & Vowe, G. (2015). Local politics online: The influence of presumed influence on local politicians' online communication activities. Vortrag auf der 65. Jahrestagung der International Communication Association (ICA), San Juan, 21.–25. Mai 2015.

Bernhard, U., Dohle, M. & Vowe, G. (2015). Der Wandel der politischen Kommunikation aus subjektiver Perspektive. (Zwischen-)Bilanz eines Forschungsprogramms. Vortrag auf der Tagung des Arbeitskreises „Politik und Kommunikation“ der DVPW, der DGPK-Fachgruppe „Kommunikation und Politik“ und der SGK-Fachgruppe „Politische Kommunikation“, Düsseldorf, 19.–21. Februar 2015.

Sachse, K. & **Bernhard, U.** (2015). Traditionelle, partizipative und technische Selektion – welche Informationen bekommt man auf welchem Weg? Das Beispiel des „Euromaidan“. Vortrag auf der Tagung des Arbeitskreises „Politik und Kommunikation“ der DVPW, der DGPK-Fachgruppe „Kommunikation und Politik“ und der SGK-Fachgruppe „Politische Kommunikation“, Düsseldorf, 19.–21. Februar 2015.

Bernhard, U. & Dohle, M. (2015). Führt die Wahrnehmung des politischen Einflusses von Online-Medien zu Forderungen nach Einflusseinschränkungen? Eine Prüfung des Kausalzusammenhanges mit Paneldaten. Vortrag auf der Tagung der DGPK-Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung, Bamberg, 22.–24. Januar 2015.

Bernhard, U., Dohle, M. & Vowe, G. (2014). The influence of presumed political media influences on political communication activities. Vortrag auf der 5th European Communication Conference der European Communication Research and Education Association (ECREA), Lissabon, 12.–15. November 2014.

Henn, P., Dohle, M. & **Bernhard, U.** (2014). Communicative activities in response to the presumed influence of campaign commercials. Vortrag auf der 5th European Communication Conference der European Communication Research and Education Association (ECREA), Lissabon, 12.–15. November 2014.

Dohle, M. & **Bernhard, U.** (2014). Theoretical approaches on presumed media influences: Also valid in the online world? Vortrag auf der Tagung "Digital Disruption to Journalism and Mass Communication Theory", Brüssel, 2.–3. Oktober 2014.

Bernhard, U., Dohle, M. & Vowe, G. (2014). Corrective or confirmative actions? Political (online) participation as a consequence of presumed media influences in election campaigns. Vortrag auf der 64. Jahrestagung der International Communication Association (ICA), Seattle, 22.–26. Mai 2014.

Bernhard, U., Dohle, M. & Vowe, G. (2014). Do presumed online media effects have an influence on online activities of politicians? Vortrag auf der 64. Jahrestagung der International Communication Association (ICA), Seattle, 22.–26. Mai 2014.

Dohle, M., **Bernhard, U.** & Vowe, G. (2014). Repressiv oder konstruktiv? Welche Konsequenzen ziehen Journalisten aus ihrer Wahrnehmung politischer Einflüsse von Online-Medien? Vortrag auf der Jahrestagung der DGPK, Passau, 28.–30. Mai 2014.

Bernhard, U. & Dohle, M. (2014). Unterstellte Wirkungen – Wirkungen von Unterstellungen. Die Wahrnehmung von Medieneinflüssen und ihre Konsequenzen für Zensurforderungen und politische Aktivitäten bei der Volksabstimmung über „Stuttgart 21“. Vortrag auf dem Medienkongress Villingen-Schwenningen, Villingen-Schwenningen, 2.–4. April 2014.

Dohle, M., **Bernhard, U.** & Vowe, G. (2014). Schützen, Aufklären oder Erziehen? Kommunikationspolitische Forderungen als Folge der Wahrnehmung des politischen Einflusses von Online-Medien auf jüngere Menschen. Vortrag auf der Tagung der DGPK-Fachgruppe Kommunikation und Politik, des Arbeitskreises Politik und Kommunikation der DVPW und der DGPK-Fachgruppe Computervermittelte Kommunikation, Berlin, 6.–8. Februar 2014.

Müller, K., **Bernhard, U.**, Dohle, M. & Vowe, G. (2013). Examining political online participation as a consequence of presumed media influences. Vortrag auf der Jahrestagung

der International Association for Media and Communication Research (IAMCR), Dublin, 25.–29. Juni 2013.

Bernhard, U., Dohle, M. & Vowe, G. (2013). Do even journalists support media restrictions? Presumed political media influences and its consequences. Vortrag auf der 63. Jahrestagung der International Communication Association (ICA), London, 17.–21. Juni 2013.

Dohle, M., **Bernhard, U.** & Vowe, G. (2013). Fragmentation, polarization, and hostile media effects? The selection and perception of political online and offline content. Vortrag auf der 63. Jahrestagung der International Communication Association (ICA), London, 17.–21. Juni 2013.

Dohle, M., **Bernhard, U.** & Vowe, G. (2013). Presumed media influence and support for censorship: Results from a survey among German parliamentarians. Vortrag auf der 63. Jahrestagung der International Communication Association (ICA), London, 17.–21. Juni 2013.

Bernhard, U., Dohle, M. & Vowe, G. (2013). Beeinflussen vermutete Medienwirkungen die Online-Aktivitäten von Politikern? Ergebnisse einer Befragung von Bundestagsabgeordneten. Vortrag auf der Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK), Mainz, 8.–10. Mai 2013.

Bernhard, U., Dohle, M. & Vowe, G. (2013). Kommunalpolitik online: Der Einfluss wahrgenommener Medienwirkungen auf die Online-Kommunikation von Kommunalpolitikern. Vortrag auf der Tagung des Arbeitskreises „Politik und Kommunikation“ der DVPW und der DGPK-Fachgruppe „Kommunikation und Politik“ zum Thema „Politische Kommunikation in kommunalen und regionalen Kontexten“, Wien, 7.–9. Februar 2013.

Bernhard, U., Dohle, M. & Vowe, G. (2012). Wer nutzt wie das Web 2.0 für Politik? Der Stellenwert von Social Media in politischen Kontexten. Vortrag auf dem Mediensymposium 2012 "Demokratisierung durch Social Media?", Zürich, 15.–17. November 2012.

Bernhard, U., Dohle, M. & Müller, K. (2012). (Online-) Partizipation bei der Landtagswahl 2012 in Nordrhein-Westfalen: Korrigierende Handlungen als Konsequenz vermuteter Medieneinflüsse. Vortrag auf der Tagung der DGPK-Fachgruppe Computervermittelte Kommunikation, Bonn, 8.–10. November 2012.

Bernhard, U., Dohle, M. & Vowe, G. (2012). Online and offline media in a political referendum context: Presumed influences and corrective actions. Vortrag auf der 4th European Communication Conference der European Communication Research and Education Association (ECREA), Istanbul, 24.–27. Oktober 2012.

Dohle, M. & **Bernhard, U.** (2012). Andere Medien, andere Wirkungsvermutungen? Theoretische Ansätze und empirische Befunde. Vortrag auf der Tagung "Politische Online-Kommunikation in Zeiten der Mediatisierung – Schnittstellen zwischen dem Schwerpunktprogramm und der Forschergruppe" (gemeinsamer Workshop des DFG-SPP 1505 "Mediatisierte Welten" und der DFG-FG 1381 "Politische Kommunikation in der Online-Welt"), Düsseldorf, 5. Juli 2012.

Bernhard, U., Dohle, M. & Vowe, G. (2012). The perception of online media's political influence and its consequences on attitudes and behaviour. Vortrag auf der Preconference „Political Communication in the Online World: Innovation in Theory and Research Designs“ zur 62. Jahrestagung der International Communication Association (ICA), Phoenix, 24. Mai 2012.

Bernhard, U., Dohle, M. & Vowe, G. (2011). Die Ausweitung der Ingroup. Third-Person-Effekte im World Wide Web. Vortrag auf dem 1. Sozialwissenschaftlichen Forum Wien, Wien, 1.–2. Dezember 2011.

Dohle, M., **Bernhard, U.** & Vowe, G. (2011). Strengere Kontrolle von Online-Medien? Wie wirken sich Annahmen zur politischen Wirkung neuer Medien auf Forderungen nach einer Einschränkung ihres Einflusses aus? Vortrag auf der Tagung „Neueste Medien unter Kontrolle?“ an der Universität Freiburg, Freiburg, 8.–10. Dezember 2011.

Bernhard, U. (2009). So unterhaltsam ist Politik. Infotainment als journalistische Strategie. Vortrag auf dem Modellseminar „Politik bringt Quote“ der Bundeszentrale für Politische Bildung, Darmstadt, 10. November 2009.