

12.6 Literaturverzeichnis

- ALBRECHT, H. (1993): *Die Religion der Massenmedien*. Stuttgart
- ALTMEPPE, K. D.; FRANZETTI, A.; KÖSSLER, T. (2013): Das Fach Kommunikationswissenschaft. Vorschlag einer Systematisierung auf empirischer Grundlage. In: *Publizistik*, 1, 2013, S. 45-68
- AMMANN, I.; GRITTMANN, E. (2013). Das Trauma anderer betrachten: 10 Jahre 9/11 im Bild. Eine empirische Analyse zur rituellen Funktion des Journalismus im transnationalen Gedenken an ein Medienereignis. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 3, 2013, S. 368-386
- APOSTOLOS-CAPPADONA, D. (2010): Iconography. In: LYDEN, J. C. (Hrsg.): *The Routledge Companion to Religion and Film*. London, New York, S. 440-464
- AUST, S.; KIEFER, S. (Hrsg.) (2004): *Die Kunst des Spiegel*. Titel-Illustrationen aus fünf Jahrzehnten. Kempen
- BACH, A. (2016): *Umkämpfte Bilder. Der journalistische Diskurs über den Afghankrieg in den USA*. Frankfurt/M.
- BALZ, H. (2008): *Von Terroristen, Sympathisanten und dem starken Staat. Die öffentliche Debatte über die RAF in den 70er Jahren*. Frankfurt/M.
- BALZ, H.; MAIER, T. (2006): Konventionen der Sichtbarkeit: Medien, Geschlechterkonstruktionen und die Ideologie des ›gerechten Krieges‹. In: JAEGER, S.; PETERSEN, C. (Hrsg.): *Zeichen des Krieges in Literatur, Film und den Medien*. Bd. II: *Ideologisierung und Entideologisierung*. Kiel, S. 13-34
- BARBEN, D. (2011): Was ist ›neu‹ an Neuen Technologien? Zur vergangenen, gegenwärtigen und zukünftigen Zukunft der Biotechnologie. In: KEHRT, C.; SCHÜSSLER, P.; WEITZE, M. (Hrsg.): *Neue Technologien in der Gesellschaft. Akteure, Erwartungen, Kontroversen und Konjunkturen*. Bielefeld, S. 265-277
- BARNHURST, K. G.; VARI, M.; RODRÍGUEZ, I. (2004): Mapping Visual Studies in Communication. In: *Journal of Communication*, 54, 2004, S. 616-644
- BARTHES, R. (1985): Arcimboldo, or Magician and Rhétoriqueur. In: BARTHES, R.: *The Responsibility of Forms. Critical Essays on Music, Art, and Representation*. New York, S. 129-148
- BECK, U. (1994): *Kirche im Spiegel – Spiegel der Kirche?* Ostfildern

- BECK, U. (2008): *Der eigene Gott. Von der Friedensfähigkeit und dem Gewaltpotential der Religionen*. Frankfurt/M., Leipzig
- BELTING, H. (2006): *Das echte Bild*. München
- BEYER, A. (2014): Papstbildnisse. In: FLECKNER, U.; WARNKE, M.; ZIEGLER, H. (Hrsg.): *Politische Ikonographie. Ein Handbuch. Bd. II: Imperator bis Zwerg*. München, S. 197-203
- BICKELHAUPT, T. (2005): *Kunst für's Volk. Kunstgeschichtliche Zitate in der Werbung der Printmedien*. München
- BLEICHER, J. (2008): Grenzgänge zwischen Fakten und Fiktion. Faction und New Journalism in den USA. In: HAHN, O; SCHRÖDER, R. (Hrsg.): *Lehrbuch Journalistische Kulturen. Internationale und interdisziplinäre Theoriebausteine*. Köln, S. 76-89
- BLEICHER, J.; PÖRKSEN, B. (Hrsg.) (2004): *New Journalism. Grenzgänge zwischen Fakten und Fiktionen*. Wiesbaden
- BOCK, A.; ISERMANN, H.; KNIEPER, T. (2011): Ikonologische Kontextanalyse. In: PETERSEN, T.; SCHWENDER, C. (Hrsg.): *Die Entschlüsselung der Bilder – Methoden zur Erforschung visueller Kommunikation*. Köln, S. 56-69
- BOCK, F. (2010): Der »Pillen-Bann« – Die Enzyklika »Humanae Vitae« Papst Pauls VI. im Spiegel der deutschen und italienischen Presse. In: *Communicatio Socialis*, 43, 2010, S. 270-281
- BÖHM, N. C. (2009): *Sakrales Sehen. Strategien der Sakralisierung im Kino der Jahrhundertwende*. Bielefeld
- BÖHM, U.; BUSCHMANN, G. (2001a): Religion in der Werbung und Werbung als Religion, Teil 1. In: *Medienimpulse. Beiträge zur Medienpädagogik*, 37, 2001, S. 61-64
- BÖHM, U.; BUSCHMANN, G. (2001b): Religion in der Werbung und Werbung als Religion, Teil 2: »Fröhliche Weihnachten« – Engel in der Werbung. In: *Medienimpulse. Beiträge zur Medienpädagogik*, 38, 2001, S. 81-85
- BÖHM, U.; BUSCHMANN, G. (2002): Religion in der Werbung und Werbung als Religion, Teil 3: Von Engeln und Teufeln in den Medien. In: *Medienimpulse. Beiträge zur Medienpädagogik*, 39, 2002, S. 75-80
- BOHNENCAMP, B.; SCHNEIDER, I. (2005): Medienkulturwissenschaft. In: LIEBRAND, C.; SCHNEIDER, I.; BOHNENCAMP, B.; FRAHM, L. (Hrsg.): *Einführung in die Medienkulturwissenschaft*. Münster, S. 35-48
- BOLTER, J. D.; GRUSIN, R. (2000): *Remediation. Understanding New Media*. Cambridge, Mass.

- BONFADELLI, H. (2006): Wissenschaft und Medien: ein schwieriges Verhältnis? In: LIEBIG, B. u. a. (Hrsg.): *Mikrokosmos Wissenschaft. Transformationen und Perspektiven*. Zürich, S. 187-204
- BÖSCH, F. (2011): *Mediengeschichte*. Frankfurt/M., New York
- BÖSCH, F.; HÖLSCHER, L. (2009): *Kirchen – Medien – Öffentlichkeit. Transformationen kirchlicher Selbst- und Fremddeutungen seit 1945*. Göttingen
- BRAUNFELS, W. (1994): Vorbemerkungen zum Thema Maria, Marienbild. In: *Lexikon der christlichen Ikonographie*. Hrsg. von Engelbert Kirschbaum. Sonderausgabe Freiburg u. a., Bd. 3, S. 155-156
- BRAUNFELS, W. (1994b): Gott, Gottvater. In: *Lexikon der christlichen Ikonographie*. Hrsg. von Engelbert Kirschbaum. Sonderausgabe Freiburg u. a., Bd. 2, S. 166-170
- BRENNEN, B. (2010): Photojournalism: Historical Dimensions to the Contemporary Debates. In: ALLEN, S. (Hrsg.): *The Routledge Companion to News and Journalism*. London, New York, S. 71-81
- BUDDENBAUM, J. M. (2010): Journalism. In: STOUT, D. (Hrsg.): *The Routledge Encyclopedia of Religion, Communication, and Media*. New York/London, S. 200-206
- BURDA, H. (2012): *Die BUNTEStory: Ein People-Magazin in Zeiten des Umbruchs*. München
- BUSCHMANN, G. (2006): Religiöse Zitate und Anspielungen in der print-Werbung – ein empirischer Befund. In: *Forum Schulstiftung*, 44. S. 23-44. Unter: <http://www.schulstiftung-freiburg.de/de/forum/index.php?sid=&psid=&id=33&artikel=198> [25.2.15]
- BUTLER, J. (2010). *Raster des Krieges. Warum wir nicht jedes Leid beklagen*. Frankfurt/M.
- BÜTTNER, G.; GOTTDANG, A. (2009). *Einführung in die Ikonographie. Wege zur Deutung von Bildinhalten*. München
- CASANOVA, J. (2008): Public Religions Revisited. In: KRACHT, H. J.; SPIESS, C. (Hrsg.): *Christentum und Solidarität. Bestandsaufnahme zur Sozialethik und Religionssoziologie*. Paderborn
- CASETTI, F.; ODIN, R. (2002): Vom Paläo- zum Neofernsehen. Ein semio-pragmatischer Aufsatz. In: ADELMANN, R. (Hrsg.): *Grundlagentexte zur Fernsehwissenschaft*. Konstanz, S. 311-333
- CASPER, M. J.; MOORE, L. J. (2009): *Missing Bodies. The Politics of Visibility*. New York, London
- CHÉROUX, C. (2011): *Diplopie. Bildpolitik des 11. September*. Konstanz

- CHOULIARAKI, L. (2013): Re-Mediation, Inter-Mediation, Trans-Mediation. In: *Journalism Studies*, 2, 2013, S. 267-283
- CHOW, R. (2013): Postkoloniale Sichtbarkeiten. In: *Zeitschrift für Medienwissenschaft*, 2, 2013, S. 132-145
- CLARK, T. R.; CLANTON, D. W. (Hrsg.) (2012): *Understanding Religion and Popular Culture: Theories, Themes, Products and Practices*. London
- CLASSEN, C. (2008): Qualitative Diskursanalyse in der historischen Medien- und Kommunikationsforschung. In: ARNOLD, K. (Hrsg.): *Kommunikationsgeschichte: Positionen und Werkzeuge. Ein diskursives Hand- und Lehrbuch*. Berlin, S. 363-382
- DA RE, S. (2003): *Religion und Kirche in den Medien – Die christliche Botschaft unter den Bedingungen der Fernsehkommunikation*. Marburg
- DAHINDEN, U.; KOCH, C. (2011): Mediale Darstellung von Religionen: aus Sicht der Medien- und Kommunikationswissenschaft. In: JECKER, C. (Hrsg.): *Religionen im Fernsehen: Analysen und Perspektiven*. Konstanz, S. 99-111
- DAHINDEN, U.; WYSS, V. (2009): Spezialisierung im Journalismus: Allgemeiner Trend? Herausforderungen durch das Thema Religion. In: DERNBACH, B. (Hrsg.): *Spezialisierungen im Journalismus*. Wiesbaden, S. 123-136
- DAIBER, K. (1996): Diffundierende Religion – religionstheoretische Aspekte im Vorfeld und aus der Rückschau. In: FRIEDRICHS, L.; VOGT, M. (Hrsg.): *Sichtbares und Unsichtbares. Facetten von Religion in deutschen Zeitschriften*. Würzburg, S. 47-67
- DELEUZE, G. (1991): *Kino 2: Das Zeit-Bild*. Frankfurt/M.
- DIERKS, S. (Hrsg.) (2009): *Quo vadis Zeitschriften? – Änderung der Medienlandschaft und Auswirkungen auf den Pressekauf*. Wiesbaden
- DOHLE, M.; VOWE, G. (2013): *Politische Unterhaltung, unterhaltende Politik*. Köln
- DORER, J. (2002): Diskurs, Medien und Identität. Neue Perspektiven in der feministischen Kommunikations- und Medienwissenschaft. In: DORER, J.; GEIGER, B. (Hrsg.): *Feministische Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Wiesbaden, S. 53-78
- DÖRGER, H. J. (1973): *Religion als Thema in Spiegel, Zeit und Stern*. Hamburg
- DORSCH-JUNGSBERGER, P. (2008): Johannes Paul II. Der Schmerzensmann. In: PAUL, G. (Hrsg.): *Das Jahrhundert der Bilder. Bd. II: 1949 bis heute*. Göttingen, S. 662-669

- DÖVELING, K. (2007): Feeling is believing. Eine kommunikationswissenschaftliche Analyse der Trauer um Papst Johannes Paul II. In: MALIK, J.; RÜPKE, J.; WOBBE, T. (Hrsg.): *Religion und Medien. Vom Kultbild zum Internetritual*. Münster, S. 73-91
- DREYSSE, M. (2015): *Mutterschaft und Familie. Inszenierungen in Theater und Performance*. Bielefeld
- DU GAY, P.; HALL, S.; JANES, L.; MACKAY, H.; NEGUES, K. (Hrsg.) (1997): *Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman*. London
- EBERTZ, M. N. (1998): *Erosion der Gnadenanstalt? Zum Wandel der Sozialgestalt der Kirche*. Freiburg
- EDER, J. (2008): Die Postmoderne im Kino. Entwicklungen im Spielfilm der 90er Jahre. In: EDER, J. (Hrsg.): *Oberflächenrausch. Postmoderne und Postklassik im Kino der 90er Jahre*. Münster, S. 9-61
- EIKELKAMP, A. (2011): *Der Nutzwertjournalismus: Herkunft, Funktionalität und Praxis eines Journalismustyps*. Köln
- ELGER, D. (2012): Collage. In: *Lexikon Kunstwissenschaft. Hundert Grundbegriffe*. Stuttgart, S. 83-85
- ELKINS, J. (2003): *Visual Studies. A Skeptical Introduction*. New York
- ENGEL, A. (2009): *Bilder von Sexualität und Ökonomie. Queere kulturelle Politiken im Neoliberalismus*. Bielefeld
- ENGELL, L.; VOGEL, J. (1999): Vorwort. In: PIAS, C.; VOGL, J.; ENGELL, L.; FAHLE, O.; NEITZEL, B. (Hrsg.): *Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard*. Stuttgart, S. 8-11
- ENGESSER, S.; KRÄMER, B.; AMMANN, I. (2010): Bereichernd oder belanglos? Der Nachrichtenwert partizipativer Pressefotografie im Boulevardjournalismus. In: *Publizistik*, 2, 2010, S. 129-151
- ESCHEBACH, I.; LANWERD, S. (2000): Säkularisierung, Sakralisierung und Kulturkritik. In: *metis*, 18, 2000, S. 10-26
- ESSER, F. (2003): Gut, dass wir verglichen haben. Bilanz und Bedeutung der komparativen Kommunikationsforschung. In: ESSER, F.; PFETSCH, B. (Hrsg.): *Politische Kommunikation im internationalen Vergleich. Grundlagen, Anwendungen, Perspektiven*. Wiesbaden, S. 437-494
- ESSER, F. (2004): Journalismus vergleichen. Komparative Forschung und Theoriebildung. In: LÖFFELHOLZ, M. (Hrsg.): *Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch*. Wiesbaden, S. 151-180
- ETTINGER, P.; IMHOF, K. (2007): Religionen in der medienvermittelten Öffentlichkeit. In: BAUMANN, M.; STOLZ, J. (Hrsg.): *Eine Schweiz –*

- viele Religionen. Risiken und Chancen des Zusammenlebens. Bielefeld, S. 285-300
- EVANS, J.; HALL, S. (Hrsg.) (1999): *Visual Culture: The Reader*. London
- EXUM, C. J.; MOORE, S. D. (1998): *Biblical Studies/Cultural Studies: The Third Sheffield Colloquium*. Sheffield
- FAHLE, O. (2005): *Bilder der Zweiten Moderne*. Weimar
- FAHLE, O. (2011): Das Bild und das Sichtbare und das Serielle. Eine Bildtheorie des Fernsehens angesichts des Digitalen. In: ELIABORER, N.; SIEBER, S.; THOLEN, G. C. (Hrsg.): *Blickregime und Dispositive audiovisueller Medien*. Bielefeld, S. 111-133
- FAHMY, S.; BOCK, M. A.; WANTA, W. (2014): *Visual Communication Theory and Research. A Mass Communication Perspective*. New York
- FASEL, C. (2004): *Nutzwertjournalismus*. Konstanz
- FAVRE, V. (2011): Resultate der quantitativen Inhaltsanalyse: Religion(en) in fünf Schweizer Fernsehprogrammen. In: JECKER, C. (Hrsg.): *Religionen im Fernsehen: Analysen und Perspektiven*. Konstanz, S. 65-95
- FLECKNER, U.; WARNKE, M.; ZIEGLER, H. (Hrsg.) (2011a): *Politische Ikonographie. Ein Handbuch. Bd. I: Abdankung bis Huldigung*. München
- FLECKNER, U.; WARNKE, M.; ZIEGLER, H. (Hrsg.) (2011b): *Politische Ikonographie. Ein Handbuch. Bd. II: Imperator bis Zwerg*. München
- FLECKNER, U.; WARNKE, M.; ZIEGLER, H. (2011c): Vorwort. In: FLECKNER, U.; WARNKE, M.; ZIEGLER, H. (Hrsg.) *Politische Ikonographie. Ein Handbuch. Bd. I: Abdankung bis Huldigung*. München, S. 7-13
- FORSCHUNGSKONSORTIUM WJT (2007): *Weltjugendtag 2005: Megaparty Glaubensfest. Erlebnis, Medien, Organisation*. Wiesbaden
- FOUCAULT, M. (1985): Geschichte der Sexualität. In: *Ästhetik & Kommunikation*, 57/58, 1985, S. 157-164
- FOUCAULT, M. (1994): *Überwachen und Strafen. Die Geburt des Gefängnisses*. Frankfurt/M.
- FOUCAULT, M. (2000): *Die Ordnung des Diskurses*. Frankfurt/M.
- FRANK, G.; LANGE, B. (2010): *Einführung in die Bildwissenschaft. Bilder in der visuellen Kultur*. Darmstadt
- FRIEDRICHS, L.; VOGT, M. (Hrsg.) (1996): *Sichtbares und Unsichtbares. Facetten von Religion in deutschen Zeitschriften*. Würzburg
- GABRIEL, K. (1994): *Christentum zwischen Tradition und Postmoderne*. Freiburg i. Br.
- GABRIEL, K. (2009): Die Kirchen in Westdeutschland: Ein asymmetrischer religiöser Pluralismus. In: BERTELSMANN STIFTUNG (Hrsg.): *Woran*

- glaubt die Welt? Analysen und Kommentare zum Religionsmonitor 2008.*
Gütersloh, S. 99-124
- GABRIEL, K.; REUTER, H.-R. (2010) (Hrsg.): *Religion und Gesellschaft.*
Paderborn
- GÄRTNER, C. (2008): Die Rückkehr der Religionen in der politischen und medialen Öffentlichkeit. In: GABRIEL, K.; HÖHN, H. J. (Hrsg.): *Religion heute – öffentlich und politisch: Provokationen, Kontroversen, Perspektiven.*
Paderborn u. a., S. 93-108
- GÄRTNER, C.; GABRIEL, K.; REUTER, H.-R. (2012): *Religion bei Meinungsmachern: Eine Untersuchung bei Elitejournalisten in Deutschland.*
Wiesbaden
- GEISE, S. (2011): *Vision that matters. Die Funktions- und Wirkungslogik Visueller Politischer Kommunikation am Beispiel des Wahlplakats.* Wiesbaden
- GEISE, S.; RÖSSLER, P. (2012): Visuelle Inhaltsanalyse: Ein Vorschlag zur theoretischen Dimensionierung der Erfassung von Bildinhalten.
In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 3, 2012, S. 341-361
- GERICKE, A.; GERICKE, L. (1990): *Erlebnis Farbe: Farbwirkung, Farbassoziation, Farbsymbolik.* Berlin
- GLASENAPP, J. (2003): Titelschwund und Politisierung. Zur Illustriertenlandschaft der sechziger Jahre. In: FAULSTICH, W. (Hrsg.): *Die Kultur der 60er Jahre.* München, S. 129-143
- GLASER, H. (1990): *Die Kulturgeschichte der Bundesrepublik Deutschland. Zwischen Protest und Anpassung 1968-1989.* Frankfurt/M.
- GLAWION, S.; HASCHEMI YEKANI, E.; HUSMANN-KASTEIN, J. (2007): Einleitung. In: GLAWION, S.; HASCHEMI YEKANI, E.; HUSMANN-KASTEIN, J. (Hrsg.): *Erlöser. Figurationen männlicher Hegemonie.* Bielefeld, S. 13-26
- GOEBEL, U. (2002): Zeitschriftengestaltung im Wandel. In: VOGEL, A.; HOLTZ-BACHA, C. (Hrsg.): *Publizistik*, Sonderheft 3, 2002, S. 219-242
- GÓMEZ CRUZ, E.; LEHMUSKALLIO, A. (Hrsg.) (2016): *Digital Photography and Everyday Life: Empirical Studies on Material Visual Practices.* London, New York
- GOODMAN, N. (1997): *Sprachen der Kunst. Entwurf einer Symboltheorie.* Frankfurt/M.
- GRAF, F. W. (2004): *Die Wiederkehr der Götter. Religion in der modernen Kultur.* München

- GRIFFIN, M. (2001): *Camera as Witness, Image as Sign: The Study of Visual Communication in Communication Research*.
In: *Communications Yearbook*, 24, 2001, S. 433-463
- GRIMM, R. (1992): *Der Stern – das Medium*. Hamburg
- GRITTMANN, E. (2001): Fotojournalismus und Ikonographie. Zur Inhaltsanalyse von Pressefotos. In: WIRTH, W. (Hrsg.): *Inhaltsanalyse: Perspektiven, Probleme, Potentiale*. Köln, S. 262-279
- GRITTMANN, E. (2003): Die Konstruktion von Authentizität: Was ist echt an Pressefotos im Informationsjournalismus? In: KNIEPER, T.; MÜLLER, M. (Hrsg.): *Authentizität und Inszenierung von Bilderwelten*. Köln, S. 123-149
- GRITTMANN, E. (2007): *Das politische Bild. Fotojournalismus und Pressefotografie in Theorie und Empirie*. Köln
- GRITTMANN, E. (2013): Visual Frames – Framing Visuals.: Zum Zusammenhang von Diskurs, Frame und Bild in den Medien am Beispiel des Klimawandeldiskurses. In: GEISE, S.; LOBINGER, K. (Hrsg.): *Visual Framing*. Köln, S. 95-116
- GRITTMANN, E.; AMMANN, I. (2008): Ikonen der Kriegs- und Krisenfotografie. In: GRITTMANN, E.; NEVERLA, I.; AMMANN, I. (Hrsg.): *Global, lokal, digital – Strukturen und Trends des Fotojournalismus*. Köln, S. 296-325
- GRITTMANN, E.; AMMANN, I. (2009): Die Methode der quantitativen Bildtypenanalyse. Zur Routinisierung der Bildberichterstattung am Beispiel von 9/11 in der journalistischen Erinnerungskultur. In: PETERSEN, T.; SCHWENDER, C. (Hrsg.): *Visuelle Stereotype*. Köln, S. 141-158
- GRITTMANN, E.; AMMANN, I. (2011): Quantitative Bildtypenanalyse. In: PETERSEN, T.; SCHWENDER, C. (Hrsg.): *Die Entschlüsselung der Bilder – Methoden zur Erforschung visueller Kommunikation*. Köln, S. 163-178
- GRITTMANN, E.; MAIER, T. (2014): Der Präsident und die Herausforderin: Geschlechterkonstruktionen von Spitzenkräften in der Politik aus medienethischer Perspektive. In: GRIMM, P.; ZÖLLNER, O. (Hrsg.): *Gender im medienethischen Diskurs*. Stuttgart, S. 153-168
- GRITTMANN, E.; MAIER, T. (2016): Gerechtigkeit und Anerkennung durch Bilder. Eine ethische Perspektive auf visuelle Kommunikation in den Medien. In: WERNER, P.; RINSDORF, L.; PEIL, T.; ALTMIPPEN,

- K. D. (Hrsg.): *Verantwortung – Gerechtigkeit – Öffentlichkeit. Normative Perspektiven auf Kommunikation*. Konstanz, S. 171-183
- GRITTMANN, E.; NEVERLA, I.; AMMANN, I. (2008): Global, lokal, digital – Strukturen und Tendenzen im Fotojournalismus.
In: GRITTMANN, E.; NEVERLA, I.; AMMANN, I. (Hrsg.): *Global, lokal, digital – Fotojournalismus heute*. Köln, S. 8-35
- GROSSBÖLTING, T. (2013): *Der verlorene Himmel. Glaube in Deutschland seit 1945*. Bonn
- GROTH, O. (1928): *Die Zeitung. Band 1. Allgemeine Zeitungskunde (Theorie der Journalistik)*. Mannheim, Berlin, Leipzig
- GÜLKER, S. (2015): Wissenschaft und Religion: Getrennte Welten?
In: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 41-42, 2015, S. 9-15
- HAFEZ, K. (2002): *Die politische Dimension der Auslandsberichterstattung. Bd. 2: Das Nahost- und Islambild der deutschen überregionalen Presse*. Baden Baden
- HAFEZ, K. (2009): Mediengesellschaft – Wissensgesellschaft?
Gesellschaftliche Entstehungsbedingungen des Islambildes deutscher Medien. In: SCHNEIDERS, T. G. (Hrsg.): *Islamfeindlichkeit. Wenn die Grenzen der Kritik verschwimmen*. Wiesbaden, S. 99-118
- HAHN, J.; SCHÜLLER, T.; WODE, C. (2013): *Kirchenrecht in den Medien*. Konstanz
- HALL, S. (1980): Cultural Studies. Two Paradigms. In: *Media, Culture & Society*, 2, S. 57-72
- HALL, S. (1982): The Rediscovery of Ideology: Return of the Repressed in Media Studies. In: GUREVITCH, M. (Hrsg.): *Culture, Society and the Media*. London, S. 56-90
- HALL, S. (1994): Die Frage der kulturellen Identität. In: HALL, S.: *Rassismus und kulturelle Identität*. Hamburg
- HALL, S. (Hrsg.) (1997): *Representation: Cultural Representation und Signifying Practices*. London
- HALL, S. (1999): Kodieren/Dekodieren. In: BROMLEY, R.; GÖTTLICH, U.; WINTER, C. (Hrsg.): *Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung*. Lüneburg, S. 92-112
- HALL, S. (2003): Rekonstruktion. In: WOLF, H. (Hrsg.): *Dirskurse der Fotografie. Fotokritik am Ende des fotografischen Zeitalters*. Frankfurt/M., S. 75-91
- HAMPEL, J.; RUHRMANN, G.; KOHRING, M.; GÖRKE, A. (1998): Germany. In: DURANT, J.; BAUER, M. W.; GASKELL, G. (Hrsg.): *Biotechnology in the Public Sphere: A European Sourcebook*. London, S. 63-76

- HÄNDLER, M. (2011): Phänomenologie, Semiotik und Bildbegriff: Eine kritische Diskussion. In: *IMAGE – Zeitschrift für interdisziplinäre Bildwissenschaft*, 13, 2011, S. 2-35
- HÄNDLER, M. (2015). »Was ist ein Bild? Eine Antwort aus semiotisch-konstruktivistischer Perspektive«. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 4, 2015, S. 535-556
- HANNIG, N. (2010): *Die Religion der Öffentlichkeit. Kirche, Religion und Medien in der Bundesrepublik 1945-1980*. Göttingen
- HANNIG, N. ; STÄDTER, B. (2007): Die kommunizierte Krise. Kirche und Religion in der Medienöffentlichkeit der 1950er und 60er Jahre. In: *Schweizerische Zeitschrift für Religions- und Kulturgeschichte*, 101, S. 151-183
- HARNISCHMACHER, M. (2004): Passionsfrüchte. Die Debatten um Mel Gibsons umstrittenen Film. In: *Communicatio Socialis*, 3, 2004, S. 277-283
- HARTEWIG, K. (2010): *Wir sind im Bilde. Eine Geschichte der Deutschen in Fotos vom Kriegsende bis zur Entspannungspolitik*. Bonn
- HARTMANN, K. (1996): Religiöse Deutungsmuster in der Wirtschaftspresse. Befunde einer Analyse des »manager magazins«. In: FRIEDRICHS, L.; VOGT, M. (Hrsg.): *Sichtbares und Unsichtbares. Facetten von Religion in deutschen Zeitschriften*. Würzburg, S. 253-273
- HASSE, E. S. (2010): *Weihnachten in der Presse*. Erlangen
- HEGDE, R. S. (2011). *Circuits of Visibility: Gender and Transnational Media Cultures*. New York
- HEINRICH, J. (2002): Ökonomische Analyse des Zeitschriftensektors. In: VOGEL, A.; HOLTZ-BACHA, C. (Hrsg.): *Zeitschriften und Zeitschriftenforschung*. Wiesbaden, S. 60-84
- HEPP, A.; KRÖNERT, V. (2009): *Medien, Event und Religion: Die Mediatisierung des Religiösen*. Wiesbaden
- HERDER-KORRESPONDENZ (Hrsg.) (2009): *Getrennte Welten? Der Glaube und die Naturwissenschaften*. Freiburg i. Br.
- HERRMANN, J. (2001): *Sinnmaschine Kino: Sinndeutung und Religion im populären Film*. Gütersloh
- HICKETHIER, K. (1994): Das Fernsehspiel oder Der Kunstanspruch der Erzählmaschine Fernsehen. In: SCHANZE, H.; ZIMMERMANN, B. (Hrsg.): *Das Fernsehen und die Künste*. München, S. 303-348
- HICKETHIER, K. (1999): Fernsehen und kultureller Wandel. In: WILKE, J. (Hrsg.): *Massenmedien und Zeitgeschichte*. Konstanz, S. 143-159

- HILGENSTOCK, S. (1993): *Die Geschichte der BUNTEN (1948-1988)*. Frankfurt/M.
- HILL, J. E.; SCHWARTZ, V. (2015): *Getting the Picture. The Visual Culture of the News*. London u. a.
- HIPFL, B. (1995): Als mich ein Film berührte, den ich schlecht fand. Pretty Woman. In: HAUG, F.; HIPFL, B. (Hrsg.): *Sündiger Genuss? Filmerfahrungen von Frauen*. Hamburg, S. 52-108
- HIPFL, B. (1999): Inszenierungen des Begehrens: Zur Rolle der Fantasien im Umgang mit Medien. In: HEPP, A.; WINTER, R. (Hrsg.): *Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse*. Wiesbaden, S. 145-160
- HIPFL, B. (2002): Zur Politik von Bedeutung: Medienpädagogik aus der Perspektive der Cultural Studies. In: PAUS-HAASE, I.; LAMPERT, C.; SÜSS, D. (Hrsg.): *Medienpädagogik in der Kommunikationswissenschaft. Positionen, Perspektiven, Potenziale*. Wiesbaden, S. 34-48
- HJARVARD, S. (2011): The Mediatisation of Religion: Theorising Religion, Media and Social Change. In: *Culture and Religion*, 2, 2011, S. 119-135
- HOFFMANN-CURTIUS, K. (2008): Terror in Deutschland 1918/19. Bilder der Ermordung Rosa Luxemburgs. In: HENTSCHEL, L. (Hrsg.): *Bilderpolitik in Zeiten von Krieg und Terror*. Berlin, S. 75-91
- HÖHN, H. (2007): *Postsäkular. Gesellschaft im Umbruch – Religion im Wandel*. Paderborn u. a.
- HOLERT, T. (2000): Bildfähigkeiten. Visuelle Kultur. Repräsentationskritik und Politik der Sichtbarkeit. In: HOLERT, T. (Hrsg.): *Imagineering. Visuelle Kultur und Politik der Sichtbarkeit*. Köln, S. 14-33
- HOLERT, T. (2009): Regimewechsel. Visual Studies, Politik, Kritik. In: SACHS-HOMBACH, K. (Hrsg.): *Bildtheorien. Anthropologische Grundlagen des Visualistic Turn*. Frankfurt/M., S. 328-353
- HOLZER, A. (2014): *Rasende Reporter. Eine Kulturgeschichte des Fotojournalismus*. Darmstadt
- HOOVER, S. M. (2011): Media and the Imagination of Religion in Contemporary Global Culture. In: *European Journal of Cultural Studies*, 6, 2011, S. 610-625
- HOOVER, S. M.; LUNDBY, K. (Hrsg.) (1997): *Rethinking Media, Religion, and Culture*. Thousand Oaks
- HÜGEL, H. (2003): Einführung. In: HÜGEL, H. (Hrsg.): *Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen*. Stuttgart, S. 1-22

- HUGHES, J. (2012): *SAGE Visual Methods. Four-Volume Set*. Thousand Oaks u. a.
- IMHOF, K; ETTINGER, P. (2007): Religionen in der medienvermittelten Öffentlichkeit der Schweiz. In: BAUMANN, M.; STOLZ, J. (Hrsg.): *Eine Schweiz, viele Religionen. Risiken und Chancen des Zusammenlebens*. Bielefeld, S. 285 - 300
- ISEKENMEIER, G. (2013): In Richtung einer Theorie der Interpiktorialität. In: ISEKENMEIER, G. (Hrsg.): *Interpiktorialität. Theorie und Geschichte der Bild-Bild-Bezüge*. Bielefeld, S. 11 - 86
- ISERMANN, H. (2014): *Digitale Augenzeugen. Entgrenzung, Funktionswandel und Glaubwürdigkeit im Bildjournalismus*. Wiesbaden
- JACKE, C. (2004): *Medien(sub)kultur. Geschichten – Diskurse – Entwürfe*. Bielefeld
- JÄGER, M. et al. (Hrsg.) (1997): *Biomacht und Medien. Wege in die Bio-Gesellschaft*. Duisburg
- JÄGER, S. (2004): *Kritische Diskursanalyse. Eine Einführung*. Duisburg
- JAHN-SUDMANN, A.; MAIER, T. (2008): Zwischen hypermediacy und immediacy. Zur Ästhetik und Ökonomie der digitalen Kinematographie im amerikanischen Independent-Film. In: PRÜMM, K. U. A. (Hrsg.): *Abschied vom Zelluloid? Zur Geschichte und Poetik des Videobildes*. Marburg, S. 135 - 146
- JECKER, C. (2011a): Einleitung. Mediale ›Realpräsenz‹ von Gott und Göttern. In: JECKER, C. (Hrsg.): *Religionen im Fernsehen. Analysen und Perspektiven*. Konstanz, S. 7 - 17
- JECKER, C. (Hrsg.) (2011): *Religionen im Fernsehen: Analysen und Perspektiven*. Konstanz
- JECKER, C.; SCHÖNHAGEN, P. (2011): Explorative Vorstudie. In: JECKER, C. (Hrsg.): *Religionen im Fernsehen. Analysen und Perspektiven*. Konstanz, S. 43 - 64
- JOHNSON, R. (1986): What is Cultural Studies Anyway? In: *Social Text*, 16, 1986, S. 38 - 80
- JUNG, M. H. (2014): *Kirchengeschichte*. Tübingen
- JUST, D. (1967): *Der Spiegel*. Hannover
- KAISER, M. (2004): Madonna und die Zukunft? Zur Langlebigkeit des mütterlichen Idealbildes in den visuellen Medien. In: *FrauenKunstWissenschaft*, 38, 2004, S. 26 - 37
- KALLSCHEUER, O. (2005): Ein Medienpapst an Leib und Leben? Johannes Paul II. auf Sendung. In: *Communicatio Socialis*, 3, 2005, S. 251 - 261

- KALTENHÄUSER, B. (2005): *Abstimmung am Kiosk: Der Einfluss der Titelseitengestaltung politischer Publikumszeitschriften auf die Einzelverkaufsaufgabe*. Wiesbaden
- KARIS, T. (2013): *Mediendiskurs Islam. Narrative in der Berichterstattung der Tagesthemen 1979-2010*. Wiesbaden
- KEHRT, C.; SCHÜSSLER, P.; WEITZE, M. (2011): Einleitung: Neue Technologien in der Gesellschaft. In: KEHRT, C.; SCHÜSSLER, P.; WEITZE, M. (Hrsg.): *Neue Technologien in der Gesellschaft. Akteure, Erwartungen, Kontroversen und Konjunkturen*. Bielefeld, S. 11-26
- KELLER, R. (2007): *Diskursforschung. Eine Einführung für SozialwissenschaftlerInnen*. Wiesbaden
- KERR, P. A.; MOY, P. (2002): Newspaper Coverage of Fundamentalist Christians, 1980-2000. In: *J & MC Quarterly*, 1, 2002, S. 54-72
- KINNEBROCK, S.; KNIEPER, T. (2008): Männliche Angie und weiblicher Gerd? Visuelle Geschlechter- und Machtkonstruktionen auf Titelseiten von politischen Nachrichtenmagazinen. In: HOLTZBACHA, C. (Hrsg.): *Frauen, Politik und Medien*. Wiesbaden, S. 83-103
- KIRSNER, I.; SEYDEL, O.; SCHROETER-WITTKKE, H. (Hrsg.) (2011): *Überzeichnet – Religion in Comics*. Jena
- KLAUS, E. (1996): Der Gegensatz von Information ist Desinformation, der Gegensatz von Unterhaltung ist Langeweile. In: *Rundfunk und Fernsehen*, 44(3), S. 402-417
- KLAUS, E. (2004): Von Subjekt und System zur Kultur. Theorien zur Analyse der Geschlechterverhältnisse im Journalismus. In: LÖFFELHOLZ, M. (Hrsg.): *Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch*. Wiesbaden, S. 377-391
- KLAUS, E. (2005): *Kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung. Zur Bedeutung der Frauen in den Massenmedien und im Journalismus*. Wien
- KLAUS, E. (2008): Antifeminismus und Elitefeminismus – Eine Intervention. In: *Feministische Studien*, 2, 2008, S. 176-186
- KLAUS, E. (2014): Von ›ganzen Kerlen‹, ›neuen Männern‹ und ›betrogenen Vätern‹. Mediale Inszenierungen von Männlichkeiten. In: JAKOBY, N.; LIEBIG, B.; PEITZ, M.; SCHMID, T.; ZINN, I. (Hrsg.): *Männer und Männlichkeiten. Disziplinäre Perspektiven*. Zürich, S. 93-117
- KLAUS, E.; LÜNENBORG, M. (2000): Der Wandel des Medienangebots als Herausforderung an die Journalismusforschung: Plädoyer für eine kulturorientierte Annäherung. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 2, 2000, S. 188-211

- KLENK, C. (2007): *Ein deutscher Papst wird Medienstar. Benedikt XVI. und der Kölner Weltjugendtag in der Presse*. Münster
- KLENK, C. (2014): Franziskus – der Medienstar. In: *Communicatio Socialis*, 1, S. 72 - 93
- KLUGE, S. (2000): Empirisch begründete Typenbildung in der qualitativen Sozialforschung. In: *Forum Qualitative Sozialforschung*. Unter: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqso001145> [30.06.2011]
- KNIEPER, T. (2002): *Die politische Karikatur. Eine journalistische Darstellungsform und deren Produzenten*. Köln
- KNIEPER, T. (2003): Die ikonologische Analyse von Medienbildern und deren Beitrag zur Bildkompetenz. In: KNIEPER, T.; MÜLLER, M. G. (Hrsg.): *Authentizität und Inszenierung von Bilderwelten*. Köln, S. 193 - 212
- KNIEPER, T. (2004): Professioneller Bildjournalismus und Medienkompetenz. In: FASEL, C. (Hrsg.): *Qualität und Erfolg im Journalismus*. Konstanz, S. 83 - 92
- KNIEPER, T. (2005): Bildjournalismus. In: WEISCHENBERG, S.; KLEINSTEUBER, H. J.; PÖRKSEN, B. (Hrsg.): *Handbuch Journalismus und Medien*. Konstanz, S. 29 - 31
- KNIEPER, T. (2006): Geschichtsvermittlung durch Ikonen der Pressefotografie. In: KIRSCHENMANN, J.; WAGNER, E. (Hrsg.): *Bilder, die die Welt bedeuten: ›Ikonen‹ des Bildgedächtnisses und ihre Vermittlung über Datenbanken*. München 2006, S. 59 - 76
- KNIEPER, T.; MÜLLER, M. G. (Hrsg.) (2005): *War Visions. Bildkommunikation und Krieg*. Köln
- KNOBLAUCH, H. (1999): *Religionssoziologie*. Berlin
- KNOBLAUCH, H. (2008): Die populäre Religion und die Transformation der Gesellschaft. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 52, 2008, S. 3 - 8
- KNOBLAUCH, H. (2009): *Populäre Religion. Auf dem Weg in eine spirituelle Gesellschaft*. Frankfurt/M., New York
- KOCH, C. (2009): Das Politische dominiert. Wie Schweizer Medien über Religionen berichten. In: *Communicatio Socialis*, 4, 2010, S. 365 - 381
- KOCH, C. (2012): *Religion in den Medien: eine quantitative Inhaltsanalyse von Medien in der Schweiz*. Konstanz
- KOENEN, G. (2001): *Das rote Jahrzehnt. Unsere kleine deutsche Kulturrevolution 1967-1977*. Köln
- KOENIG, M.; WOLF, C. (2013): Religion und Gesellschaft – Aktuelle Perspektiven. In: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 65, 2013, S. 1 - 23

- KOHRING, M.; MATTHES, J. (2002): The face(t)s of biotech in the nineties: how the German press framed modern biotechnology. In: *Public Understanding of Science*, 11, 2002, S. 143-154
- KOLMER, C. (2008): Nachrichtenfaktor Prominenz hält Kirche in den Schlagzeilen. Analyse von Fernsehnachrichten 2001 bis 2008. In: *Communicatio Socialis*, 4, 2008, S. 412 - 416
- KOPP-SCHMIDT, G. (2004): *Ikonographie und Ikonologie. Eine Einführung.* Köln
- KRECH, V. (1999): *Religionssoziologie.* Bielefeld
- KRECH, V. (2011): *Wo bleibt die Religion? Zur Ambivalenz des Religiösen in der modernen Gesellschaft.* Bielefeld
- KRETSCHMANN, C. (2003): Wissenspopularisierung – ein altes, neues Forschungsfeld. In: KRETSCHMANN, C. (Hrsg.): *Wissenspopularisierung. Konzepte der Wissensverbreitung im Wandel.* Berlin, S. 7- 21
- KRÖGER, C. L. (2008): *Nachrichten vom Glauben. Religion in Spiegel und Focus.* Marburg
- KROTZ, F. (2005): *Neue Theorien entwickeln. Eine Einführung in die Grounded Theory, die Heuristische Sozialforschung und die Ethnographie anhand von Beispielen aus der Kommunikationsforschung.* Köln
- KROTZ, F. (2014) Zum Stand der Kommunikationswissenschaft. In: KARMASIN, M.; RATH, M.; THOMASS, B. (Hrsg.): *Kommunikationswissenschaft als Integrationsdisziplin. Zum Stand der Debatte.* Wiesbaden, S. 19- 40
- KRÜTZEN, M. (2015): *Klassik, Moderne, Nachmoderne. Eine Filmgeschichte.* Frankfurt/M.
- KURZKE, D. (2009): Medialisierung des Dalai Lama. Vom Bauernjungen zum buddhistischen Superstar. Eine kurze Übersicht. In: SIEPRATH, M.E. (Hrsg.): *Religion und Massenmedien.* Berlin, S. 231- 248
- LAHREM, S. (2008): Che. Eine globale Protestikone des 20. Jahrhunderts. In: PAUL, G. (Hrsg.): *Das Jahrhundert der Bilder. Bd. II: 1949 bis heute.* Göttingen, S. 234- 241
- LANDWEHR, A. (2004): *Geschichte des Sagbaren. Einführung in die Historische Diskursanalyse.* Tübingen
- LANGTON, L. (2009): *Photojournalism and Today's News: Creating Visual Reality.* New York
- LANWERD, S. (2002): Die Bildformel Pietá. Religiös tradierte Geschlechterbilder in Symbolisierungen des Nationalsozialismus. In: ESCHBACH, I.; JACOBETT, S.; WENK S. (Hrsg.): *Gedächtnis und*

- Geschlecht. Deutungsmuster in Darstellungen des Nationalsozialistischen Genozids.* Frankfurt/M., New York, S. 162 - 180
- LAUBE, S. (2011): Hybridität. In: PFISTERER, U. (Hrsg.): *Metzler Lexikon Kunstwissenschaft.* Stuttgart, S. 183 - 186
- LURIEN, I. (2002): Zeitschriftenlandschaft Nachkriegszeit. Zur Struktur und Funktion politisch-kultureller Zeitschriften 1945 - 1949. In: *Publizistik*, 1, 2002, S. 57 - 82
- LESTER, P. M. (2002): *Visual Communication: Images with Messages.* London
- LOBINGER, K. (2012): *Visuelle Kommunikationsforschung. Medienbilder als Herausforderung für die Kommunikations- und Medienwissenschaft.* Wiesbaden
- LOBINGER, K. (2014): Visuelle Kommunikation. In: KARMASSIN, M.; RATH, M.; THOMASS, B. (Hrsg.): *Kommunikationswissenschaft als Integrationsdisziplin. Zum Stand der Debatte.* Wiesbaden, S. 299 - 316
- LÖVHEIM, M.; LYNCH, G. (2011): The Mediatisation of Religious Debate: an Introduction. In: *Culture and Religion*, 2, 2011, S. 111 - 117
- LUCKMANN, T. (1991): *Die unsichtbare Religion.* Frankfurt/M.
- LÜNENBORG, M. (2005): *Journalismus als kultureller Prozess. Zur Bedeutung von Journalismus in der Mediengesellschaft. Ein Entwurf.* Wiesbaden
- LÜNENBORG, M. (2008): Journalismus in der Mediengesellschaft: Ein Plädoyer für eine integrative Journalistik. In: WINTER, C.; HEPP, A.; KROTZ, F. (Hrsg.): *Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft.* Wiesbaden, S. 269 - 290
- LÜNENBORG, M. (2009): Spezialisierung und Entdifferenzierung im Journalismus. Eine theoretische Systematisierung. In: DERNBACH, B.; QUANDT, T. (Hrsg.): *Spezialisierung im Journalismus.* Wiesbaden, S. 59 - 71
- LÜNENBORG, M. (2013): Boulevardisierung. In: BENTELE, G.; BROSIUS, H.-B.; JARREN, O. (Hrsg.): *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft.* Wiesbaden, S. 33
- LÜNENBORG, M. (2016): Journalismus als kultureller Diskurs. In: LÖFFELHOLZ, M.; ROTHENBERGER, L. (Hrsg.): *Handbuch Journalismustheorien.* Wiesbaden, S. 325 - 338
- LÜNENBORG, M.; MAIER, T. (2013): *Gender Media Studies. Eine Einführung.* Konstanz
- LÜNENBORG, M.; MAIER, T. (2014): Wider die *Feminisierung* der Öffentlichkeit: Aktuelle Geschlechterordnungen in Medien und Politik. In: *Feministische Studien*, 2, 2014, S. 234 - 248

- MÄDER, M. (2010): Film und Religion. Ein multidisziplinäres Forschungsfeld. In: BEINHAUER-KÖHLER, B.; PEZZOLI-OLGIATI, D.; VALENTIN, J. (Hrsg.): *Religiöse Blicke – Blicke auf das Religiöse. Visualität und Religion*. Zürich, S. 325-348
- MAIER, T. (2007): *Gender und Fernsehen. Perspektiven einer kritischen Medienwissenschaft*. Bielefeld
- MAIER, T. (2008a): Wahrheit, Wissen, Wirklichkeit: Popularisierungsprozesse in Wissensmagazinen. In: RAABE, J.; STÖBER, R.; THEIS-BERGLMAIR, A. M.; WIED, K. (Hrsg.): *Medien und Kommunikation in der Wissensgesellschaft*. Konstanz, S. 128-140
- MAIER, T. (2008b): Was kann Medienkultur heute sein? Akzentuierung eines viel genutzten Begriffes. In: *medien journal. Zeitschrift für Kommunikationskultur*. Themenheft Medienkulturforschung, 3, 2008, S. 8-18
- MAIER, T. (2013): Mediale Bilder von Personen in Spitzenpositionen der Wissenschaft und Wirtschaft. In: *wzb Discussion Paper*. SP III 2013-601, März 2013
- MAIER, T. (2015): Remedialisierung durch Zeitschriften. Transformationen visueller Kommunikation am Beispiel christlich-religiöser Bilder. In: LOBINGER, K.; GEISE, S. (Hrsg.): *Visualisierung und Mediatisierung*. Köln, S. 297-313
- MAIER, T.; STEGMANN, S. (2003): Unter dem Schleier. Zur Instrumentalisierung von Weiblichkeit: Mediale Repräsentationen im »Krieg gegen den Terror«. In: *Feministische Studien*, 1, 2003, S. 48-57
- MANOVICH, L. (2002): *The Language of New Media*. Cambridge, Mass.
- MCLUHAN, M. (1994): *Die magischen Kanäle*. Dresden, Basel
- MECKEL, M. (2001): Die Produktion von Wirklichkeit. Zur Virtualisierung von Fernsehnachrichten. In: *montage/av*, 10, 1, 2001, S. 125-139
- MEIER, D. (2005): Zwischen Faszination und Befremdlichkeit. Die Wahrnehmung des orthodoxen Christentums in der deutschen Presse. In: *Communicatio Socialis*, 1, 2005, S. 70-75
- MEIER, D. (2006): Kirche in der Tagespresse. Empirische Analyse der journalistischen Wahrnehmung von Kirche anhand ausgewählter Zeitungen. In: *Studien zur Christlichen Publizistik*. Erlangen
- MEIER, K.; FELDMEIER, F. (2005): Wissenschaftsjournalismus und Wissenschafts-PR im Wandel. Eine Studie zu Berufsfeldern, Marktentwicklung und Ausbildung. In: *Publizistik*, 2, 2005, S. 201-224

- MEIER, M.; MÜLLER, M.; EISENEGGER, M. (2004): *Typisierung jüdischer Akteure in den Medien. Vergleichende Analyse von jüdischen und muslimischen Akteuren in der Berichterstattung Deutschschweizer Medien*. Unter: http://www.anti-defamation.ch/downloads/dokumente/Analyse_zur_Typisierung_j_discher_Akteure.pdf [01.09.2011]
- MEIER, S. (2012): Visuelle Stilanalyse. Methodisch-methodologische Vorschläge zur Untersuchung identitätsstiftender Bildinszenierungen. In: GEISE, S.; LOBINGER, K. (Hrsg.): *Bilder, Kulturen, Identitäten*. Köln, S. 256- 284
- MEIER, S. (2015): »Die neue visuelle Authentizität«. Modifikationen des Dokumentarischen als Effekt fortschreitender Mediatisierung. In: LOBINGER, K.; GEISE, S. (Hrsg.): *Visualisierung und Mediatisierung*. Köln, S. 89-107
- MEIER, S.; SACHS-HOMBACH, K.; TOTZKE, R. (2014): Bild und Methode. Theoretische Hintergründe und methodische Verfahren der Bildwissenschaft. In: Netzwerk Bildphilosophie (2014): *Bild und Methode. Theoretische Hintergründe und methodische Verfahren der Bildwissenschaft*. Köln, S. 11- 22
- MENHARD, E.; TREEDE, T. (2004): *Die Zeitschrift. Von der Idee bis zur Vermarktung*. Konstanz
- MERLEAU-PONTY, M. (2011): *Das Sichtbare und das Unsichtbare*. München
- MERTIN, A. (2006): Bilderstreit und Kulturverlust. Über die Reizbarkeit des religiösen Gefühls am Beispiel von Leonardos Abendmahl. In: *Magazin für Theologie und Ästhetik*, 41. <http://www.theomag.de/41/am186.htm> [21.03.2015]
- MICZEK, N. (2009): »Virtuelle Spiritualität«. Gegenwärtige westliche Esoterik in Second Life. In: SIEPRATH, M. E. (Hrsg.): *Religion und Massenmedien*. Berlin, S. 157-184
- MIRZOEFF, N. (Hrsg.) (1998a): *The Visual Culture Reader*. London, New York
- MIRZOEFF, N. (1998b): What is Visual Culture? In: MIRZOEFF, N. (Hrsg.): *The Visual Culture Reader*. London, New York, S. 3-13
- MIRZOEFF, N. (2009): *An Introduction to Visual Culture*. London
- MITCHELL, W. J. T. (1998): *The Reconfigured Eye: Visual Truth in Post-Photographic Era*. Cambridge, Mass.
- MITCHELL, W. J. T. (2008a): *Das Leben der Bilder. Eine Theorie der Visuellen Kultur*. München
- MITCHELL, W. J. T. (2008b): *Bildtheorie*. Frankfurt/M.

- MITCHELL, W. J. T. (2009): Vier Grundbegriffe der Bildwissenschaft. In: SACHS-HOMBACH, K. (Hrsg.): *Bildtheorien. Anthropologische Grundlagen des Visualistic Turn*. Frankfurt/M., S. 319-327
- MÖLLER, M. (2007): *Satanismus als Religion der Überschreitung. Transgression und stereotype Darstellung in Erfahrungs- und Aussteigerberichten*. Marburg
- MORGAN, D. (2005): *The Sacred Gaze: Religious Visual Culture in Theory and Practice*. Berkeley, Los Angeles
- MORGAN, D. (2008): Introduction. Religion, Media, Culture: the Shape of the Field. In: MORGAN, D. (Hrsg.): *Key Words in Religion, Media and Culture*. London, S. 1-19
- MÜLLER, M. G. (2001): Bilder – Visionen – Wirklichkeiten. Zur Bedeutung der Bildwissenschaft im 21. Jahrhundert. In: KNIEPER, T.; MÜLLER, M. G. (Hrsg.): *Kommunikation visuell. Das Bild als Forschungsgegenstand – Grundlagen und Perspektiven*. Köln, S. 14-24
- MÜLLER, M. G. (2003): *Grundlagen der visuellen Kommunikation. Theorieansätze und Analysemethoden*. Konstanz
- MÜLLER, M. G. (2007): What is Visual Communication? Past and Future of an Emerging Field of Communication Research. In: *Studies in Communication Science*, 2, 2007, S. 7-34
- MÜLLER, M. G. (2008): Der Tod des Benno Ohnesorg. Ein Foto als Initialzündung einer politischen Bewegung. In: PAUL, G. (Hrsg.): *Das Jahrhundert der Bilder. Bd. II: 1949 bis heute*. Göttingen, S. 338-345
- MÜLLER, M. G. (2011): Ikonografie und Ikonologie, visuelle Kontextanalyse, visuelles Framing. In: PETERSEN, T.; SCHWENDER, C. (Hrsg.): *Die Entschlüsselung der Bilder. Methoden zur Erforschung visueller Kommunikation. Ein Handbuch*. Köln, S. 28-55
- MÜLLER, M. G.; GEISE, S. (2015): *Grundlagen der Visuellen Kommunikation*. Konstanz
- MÜLLER, O.; POLLACK, D.; PICKEL, G. (2013): »Religiös-konfessionelle Kultur und individuelle Religiosität: Ein Vergleich zwischen West- und Ostdeutschland.« In: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 65, 1, 2013, S. 123-148
- NETZWERK BILDPHILOSOPHIE (Hrsg.) (2014): *Bild und Methode. Theoretische Hintergründe und methodische Verfahren der Bildwissenschaft*. Köln
- NEUBERT, F. (2016): *Die diskursive Konstruktion von Religion*. Wiesbaden
- NEWTON, J. (2001): *The Burden of Visual Truth. The Role of Photojournalism in Mediating Reality*. New York

- NIEDER-STEINHEUER, K. (2016): *Religiösaainment. Eine konstruktivistische Grounded Theory christlicher Religion im fiktionalen Fernsehformat*. Wiesbaden
- NIEDERHAUSER, J. (1997): Das Schreiben populärwissenschaftlicher Texte als Transfer wissenschaftlicher Texte. In: JAKOBS, E.-M.; KNORR, D. (Hrsg.): *Schreiben in den Wissenschaften*. Frankfurt/M., S. 107-124
- NIEDERHAUSER, J. (1999): *Wissenschaftssprache und populärwissenschaftliche Vermittlung*. Tübingen
- NIERHAUS, I. (1999): *Arch6. Raum, Geschlecht, Architektur*. Wien
- NÖTH, W. (2009): Bildsemiotik. In: SACHS-HOMBACH, K. (Hrsg.): *Bildtheorien. Anthropologische Grundlagen des Visualistic Turn*. Frankfurt/M., S. 235-254
- PANOFSKY, E. (2006): *Ikono-graphie und Ikonologie. Bildinterpretation nach dem Dreistufenmodell*. Köln
- PAUL, G. (2008): Das Jahrhundert der Bilder. Die visuelle Geschichte und der Bildkanon des kulturellen Gedächtnisses. In: PAUL, G. (Hrsg.): *Das Jahrhundert der Bilder. Bd. II: 1949 bis heute*. Göttingen, S. 14-39
- PAUL, G. (2011): Bilder, die Geschichte schrieben. Medienikonen des 20. u. beginnenden 21. Jahrhunderts. Einleitung. In: PAUL, G. (Hrsg.): *Bilder; die Geschichte schrieben. 1900 bis heute*. Bonn, S. 7-16
- PAUWELS, L.; MARGOLIS, E. (Hrsg.) (2011): *Sage Handbook of Visual Research Methods*. Thousand Oaks u. a.
- PENSOLD, W. (2015): *Eine Geschichte des Fotojournalismus. Was zählt, sind die Bilder*. Wiesbaden
- PERLMUTTER, D. (1998): *Photojournalism and Foreign Policy: Icons of Outrage in International Crises*. Westport
- PETERS, H. P. (2008): Erfolgreich trotz Konfliktpotenzial – Wissenschaftler als Informationsquellen des Journalismus. In: HETTWER, H.; LEHMKUHL, M.; WORMER, H.; ZOTTA, F. (Hrsg.): *WissensWelten. Wissenschaftsjournalismus in Theorie und Praxis*. Gütersloh, S. 373-395
- PETERSEN, T.; SCHWENDER, C. (Hrsg.) (2011): *Die Entschlüsselung der Bilder. Methoden zur Erforschung visueller Kommunikation. Ein Handbuch*. Köln
- PFISTERER, U. (Hrsg.) (2003): *Metzler Lexikon Kunstwissenschaft*. Stuttgart
- PICKEL, G. (2011): *Religionssoziologie. Eine Einführung in zentrale Themenbereiche*. Wiesbaden
- PICKEL, G.; SAMMET, K. (Hrsg.) (2011a): *Zwanzig Jahre nach dem Umbruch- Religion und Religiosität im vereinigten Deutschland*. Wiesbaden

- PICKEL, G.; SAMMET, K. (2011b): Einleitung: Religion und Religiosität zwanzig Jahre nach dem Umbruch in Deutschland. In: PICKEL, G.; SAMMET, K. (Hrsg.): *Zwanzig Jahre nach dem Umbruch – Religion und Religiosität im vereinigten Deutschland*. Wiesbaden, S. 11-26
- PILARCZYK, U.; MIETZNER, U. (2005): *Das reflektierte Bild. Die seriell-ikonografische Fotoanalyse in den Erziehungs- und Sozialwissenschaften*. Bad Heilbrunn
- POESCHEL, S. (2014): *Handbuch der Ikonographie*. Darmstadt
- POLL, P.; PROBST, J. (2003): *Gall is sweet, my love! Pressefotografie und Kritischer Realismus*. Berlin, Bielefeld
- POLLACK, D. (2001): Religion. In: JOAS, H. (Hrsg.): *Lehrbuch der Soziologie*. Frankfurt/Main, S. 335-362
- POLLACK, D. (2009): *Wiederkehr der Religion? Studien zum religiösen Wandel in Deutschland und Europa*. Tübingen
- PRINZ, S.; RECKWITZ, A. (2012): Visual Studies. In: MOEBIUS, S. (Hrsg.): *Kultur. Von den Cultural Studies bis zu den Visual Studies. Eine Einleitung*. Bielefeld, S. 176-195
- RANCIÈRE, J. (2008): *Die Aufteilung des Sinnlichen. Die Politik der Kunst und ihre Paradoxien*. Hrsg. von M. Muhle. Berlin
- RAWJESKY, I. O. (2014): Intermedialität, remediation, Multimedia. In: SCHRÖTER, J. (Hrsg.): *Handbuch Medienwissenschaft*. Stuttgart, Weimar, S. 197-206
- REGENER, S. (2011): Visuelle Kultur. In: AYASS, R.; BERGMANN, J. (Hrsg.): *Qualitative Methoden der Medienforschung*. Mannheim, S. 435-458
- REICHERTZ, J. (1994): Religiöse (Vor-)Bilder in der Werbung. In: *medien praktisch*, 2, 1994, S. 18-23
- REISSMANN, W. (2015): *Mediatisierung visuell. Kommunikationstheoretische Überlegungen und eine Studie zum Wandel privater Bildpraxis*. Baden-Baden
- RENGER, R. (2000): *Populärer Journalismus. Nachrichten zwischen Fakten und Fiktion*. Innsbruck, Wien, München
- RENGER, R. (2004): Journalismus als kultureller Diskurs. Grundlagen der Cultural Studies als Journalismustheorie. In: LÖFFELHOLZ, M. (Hrsg.): *Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch*. Wiesbaden, S. 359-371
- RENGER, R. (2008): Populärer Journalismus. In: HEPP, A.; WINTER, R. (Hrsg.): *Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse*. Wiesbaden, S. 269-283

- RICHTER, C. (2011): Mediale Repräsentation und Kontextualisierung des Islam. In: JECKER, C. (Hrsg.): *Religionen im Fernsehen: Analysen und Perspektiven*. Konstanz, S. 185-194
- RIESE, B. (2007): *Seemanns Lexikon der Ikonografie. Religiöse und profane Bildmotive*. Leipzig
- RIESEBRODT, M. (2001): *Die Rückkehr der Religionen. Fundamentalismus und der ›Kampf der Kulturen‹*. München
- RIESEBRODT, M. (2007): *Cultus und Heilsversprechen. Eine Theorie der Religionen*. München
- RIESEBRODT, M. (2013): Religion als analytisches Konzept und seine universale Anwendbarkeit. In: SCHALK, P. (Hrsg.): *Religion in Asien? Studien zur Anwendbarkeit des Religionsbegriffs*. Uppsala, S. 1-12
- RIMMELE, M.; SACHS-HOMBACH, K.; STIEGLER, B. (Hrsg.) (2014a): *Bildwissenschaft und Visual Culture*. Bielefeld
- RIMMELE, M.; SACHS-HOMBACH, K.; STIEGLER, B. (2014b): Einleitung Bildtheorie. In: RIMMELE, M.; SACHS-HOMBACH, K.; STIEGLER, B. (Hrsg.) (2014a): *Bildwissenschaft und Visual Culture*. Bielefeld, S. 83-87
- RITCHIN, F. (2013): *Bending the Frame. Photojournalism, Documentary, and the Citizen*. New York
- ROGOFF, I. (2002): Studying Visual Culture. In: MIRZOEFF, N. (Hrsg.): *The Visual Culture Reader*. London, New York, S. 14-26
- ROHOWSKI, T. (2009): *Das Private in der Politik. Politiker-Homestories in der deutschen Unterhaltungspress*. Wiesbaden
- ROSE, G. (2007): *Visual Methodologies. An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*. London
- ROSSIG, J. J. (2006): *Fotojournalismus*. Konstanz
- RÖSSLER, P. (1998): *Moderne Illustrierte – illustrierte Moderne. Zeitschriftenkonzepte im 20. Jahrhundert*. Stuttgart
- RÖSSLER, P. (2011): 1928: Wie das Neue Sehen in die Illustrierten kam. ›Maxl Knips‹, Sasha Stone, ›Das illustrierte Blatt‹ und die Bilder Magazine der Weimarer Republik. In: *Fotogeschichte*, 31, 121, S. 45-60
- RÖSSLER, P.; BOMHOFF, J.; HASCHKE, J. F.; KERSTEN, J.; MÜLLER, R. (2011): Selection and Impact of Press Photography. An Empirical Study on the Basis of Photo News Factors. In: *Communications*, 36, 4, 2011, S. 415-439
- RÜPKE, J. (2007): Religion medial. In: MALIK, J.; RÜPKE, J.; WOBBE, T. (Hrsg.): *Religion und Medien. Vom Kultbild zum Internetritual*. Münster, S. 19-28

- RUSS-MOHL, S. (2004): Wissenschaftsjournalismus in der Aufmerksamkeitsökonomie. In: IMHOF, K.; BLUM, R.; BONFADELLI, H.; JARREN, O. (Hrsg.): *Mediengesellschaft. Strukturen, Merkmale, Entwicklungsdynamiken*. Wiesbaden, S. 176-194
- SACHS-HOMBACH, K. (2009) (Hrsg.): *Bildtheorien: Anthropologische und kulturelle Grundlagen des Visualistic Turn*. Frankfurt/M.
- SACHS-HOMBACH, K. (2003). Bildtheorien in Geschichte und Gegenwart. In: *Magazin für Theologie und Ästhetik*, 25, 2003. <https://www.theomag.de/25/ksh1.htm> [01.03.2018]
- SACHSSE, R. (2014): Der Blattmacher: Rolf Gillhausen. In: *Visual History. Online-Nachschlagewerk für die historische Bildforschung*. 24.11.2014. <https://www.visual-history.de/2014/11/24/der-blattmacher-rolf-gillhausen/> [19.01.2016]
- SCHADE, S.; WENK, S. (1997): *Mythen von Autorschaft und Weiblichkeit im 20. Jahrhundert*. Marburg
- SCHADE, S.; WENK, S. (2011): *Studien zur visuellen Kultur. Einführung in ein transdisziplinäres Forschungsfeld*. Bielefeld
- SCHÄFER, M. S. (2008): Medialisierung naturwissenschaftlicher Themen? Empirische Untersuchung eines wissenschaftssoziologischen Konzepts. In: *Zeitschrift für Soziologie*, 3, 2008, S. 206-225
- SCHAFFER, J. (2008): *Ambivalenzen der Sichtbarkeit. Über die visuellen Strukturen der Anerkennung*. Bielefeld
- SCHIELICKE, A. (2014): *Rückkehr der Religion in den öffentlichen Raum? Kirche und Religion in der deutschen Tagespresse von 1993 bis 2009*. Wiesbaden
- SCHILDT, A. (2007): *Die Sozialgeschichte der Bundesrepublik Deutschland bis 1989/90*. München
- SCHILDT, A.; SIEGFRIED, D. (2009): *Deutsche Kulturgeschichte. Die Bundesrepublik – 1945 bis zur Gegenwart*. Bonn
- SCHLOTT, R. (2010): Performanz der Sterblichkeit. Der Tod Papst Pius' XII. (1958) als Medienereignis. In: BÖSCH, F.; SCHMIDT, P. (Hrsg.): *Medialisierte Ereignisse. Performanz, Inszenierung und Medien seit dem 18. Jahrhundert*. Frankfurt/M., New York, S. 198-222
- SCHLOTT, R. (2013): *Papsttod und Weltöffentlichkeit seit 1878. Die Mediatisierung eines Rituals*. Paderborn u. a.
- SCHMIDT, H.; SCHMIDT, M. (1995): *Die vergessene Bildersprache christlicher Kunst*. München
- SCHNEIDER, I. (2007): »Wo keine neuen Fakten sind, da steigert man die Adjektive.« Der Tod von Johannes Paul II. und die Medien. In:

- SCHNEIDER, I.; BARTZ, C. (Hrsg.): *Formationen der Mediennutzung I: Medienereignisse*. Bielefeld, S. 159-181
- SCHOLL, A.; RENGER, R.; BLÖBAUM B. (Hrsg.) (2007): *Journalismus und Unterhaltung. Theoretische Ansätze und empirische Befunde*. Wiesbaden
- SCHRÖDER, J. (2014): Nannens zu große Fußstapfen: die Chronik der stern-Chefredakteure. In: *Meedia*, 15.08.2014. <http://meedia.de/2014/08/15/nannens-zu-grosse-fussstapfen-die-chronik-der-sterne-chedredakteure/> [20.02.2016]
- SCHROER, M. (Hrsg.) (2005): *Soziologie des Körpers*. Frankfurt/M.
- SCHRÖTER, J. (2004): Analog/Digital – Opposition oder Kontinuum? In: SCHRÖTER, J.; BÖHNKE, K. (Hrsg.): *Analog/Digital – Opposition oder Kontinuum? Beiträge zu Theorie und Geschichte einer Unterscheidung*. Bielefeld, S. 7-30
- SCHULZ, M. (2005): *Ordnungen der Bilder*. München
- SCHÜTT, H.; SCHWARZKOPF, O. (Hrsg.) (2000): *Die Spiegel-Titelbilder 1947-1999*. Berlin
- SCOTT, D. W.; STOUT, D. A. (2006): Religion in Time: Personal Spiritual Quests and Religious Institutions on the Cover of a Popular News Magazine. In: *Journal of Magazine and New Media Research*, 1, 2006, S. 1-17
- SEIER, A. (2007): *Remediatisierung. Die performative Konstitution von Gender und Medien*. Berlin
- SEITER, E. (1992): Semiotics, Structuralism and Television. In: ALLEN, R. (Hrsg.): *Channels of Discourse, Reassembled*. London, S. 31-66
- SIEBENEICKER, A. (2004): ›Ich fixiere was ist‹. Robert Lebecks Fotoreportagen für den stern. In: *Zeithistorische Forschungen/Studies in Contemporary History*, 1, 1, 2004. <http://www.zeithistorische-forschungen.de/1-2004/id%3D4709> [13.02.2016]
- SIEPRATH, M. E. (2009): ›Fürchtet euch nicht vor neuen Technologien‹. Öffentliches Leiden und Sterben des Medienpapstes. In: SIEPRATH, M. E. (Hrsg.): *Religion und Massenmedien*. Berlin, S. 11-31
- SILVERMAN, K. (1997): Dem Blickregime begegnen. In: KRAVAGNA, C. (Hrsg.): *Privileg Blick. Kritik der visuellen Kultur*. Berlin, S. 41-64
- SOUKUP, P. A. (2002): Media and Religion. In: *Communication Research Trends*, 2, 2002, S. 1-30
- STABILE, C. (1997): Täuschungsmanöver Fötus. In: KRAVAGNA, C. (Hrsg.): *Privileg Blick. Kritik der visuellen Kultur*. Berlin, S. 125-153

- STÄDTER, B. (2009): Visuelle Deutungen des Geistlichen. Zur Transformation von Bildwelten in der Bundesrepublik 1945-1970. In: BÖSCH, F.; HÖLSCHER L. (Hrsg.): *Kirche – Medien – Öffentlichkeit. Transformationen kirchlicher Selbst- und Fremddeutungen seit 1945*. Göttingen, S. 89-114
- STÄDTER, B. (2011): *Verwandelte Blicke. Eine Visual History von Kirche und Religion in der Bundesrepublik 1945-1980*. Frankfurt/M.
- STARK, S. (1992): *Stilwandel von Zeitschriften und Zeitschriftenwerbung: Analyse zur Anpassung des Medienstils an geänderte Kommunikationsbedingungen*. Heidelberg
- STERR, M. (2000): Kirche und Kirchlichkeit. In: *Deutschland Ost – Deutschland West: Der Kirchturm bröckelt – hüben wie drüben*. http://www.buergerimstaat.de/4_oo/ostwest07.htm [06.10.2014]
- STIEGLER, B. (2006): *Theoriegeschichte der Photographie*. München
- STÖCK, H. (2004): *Die Sprache im Bild – Das Bild in der Sprache*. Berlin, New York
- STOCKMANN, R. (1999): *Spiegel und Focus. Eine vergleichende Inhaltsanalyse 1993-1996*. Göttingen
- STOUT, D. (Hrsg.) (2010): *The Routledge Encyclopedia of Religion, Communication, and Media*. New York, London
- STRAUSS, A. L. (1998): *Grundlagen qualitativer Sozialforschung. Datenanalyse und Theoriebildung in der empirischen soziologischen Forschung*. München
- STURKEN, M.; CARTWRIGHT, L. (2001): *Practices of Looking: An Introduction to Visual Culture*. Oxford
- SZELESS, M. (2007): *Die Kulturzeitschrift ›magnum‹: photographische Befunde der Moderne*. Marburg
- TEMATH, B. (2011): *Kulturelle Parameter in der Werbung: deutsche und US-amerikanische Automobilanzeigen im Vergleich*. Wiesbaden
- THIELE, M. (2015): *Medien und Stereotype. Konturen eines Forschungsfeldes*. Bielefeld
- THOLEN, G. C. (2005): Medium/Medien. In: ROESLER, A.; STIEGLER, B. (Hrsg.): *Grundbegriffe der Medientheorie*. Paderborn, S. 150-172
- THOMAS, G. (1998): *Medien – Ritual – Religion. Zur religiösen Funktion des Fernsehens*. Frankfurt/M.
- THOMAS, T.; MAIER, T. (2015): Körper. In: HEPP, A.; KROTZ, F.; LINGENBERG, S.; WIMMER, J. (Hrsg.): *Handbuch Cultural Studies und Medienanalyse*. Wiesbaden, S. 285-295

- THOMPSON, J. B. (2005): *The New Visibility*. In: *Theory, Culture & Society*, 6, 2005, S. 31-51
- THOMPSON, K. (O.J.): *Report of the Ad Hoc Committee of the Society for Cinema Studies, »Fair Usage Publication of Film Stills« by Kristin Thompson*. http://www.cmstudies.org/?page=fair_use [20.01.2016]
- THÜRLEMANN, F. (2013): *Mehr als ein Bild. Für eine Kunstgeschichte des hyperimage*. München
- TOLSDORFF, T. (2014): *Von der Stern-Schnuppe zum Fix-Stern. Zwei deutsche Illustrierte und ihre gemeinsame Geschichte vor und nach 1945*. Köln
- TREBBE, J. (2011): Themenspezifische Fernsehprogrammforschung: Religion(en) im Fernsehen. In: JECKER, C. (Hrsg.): *Religionen im Fernsehen: Analysen und Perspektiven*. Konstanz, S. 21-41
- TÜRK, K. (2006): Arbeitsdiskurse in der bildenden Kunst. In: MAASEN, S.; MAYERHAUSER, T.; RENGGLI, C. (Hrsg.): *Bilder als Diskurse. Bilddiskurse*. Göttingen, S. 142-180
- VAN LEEUWEN, T. (2008): Semiotics and Iconography. In: VAN LEEUWEN, T.; JEWITT, C. (Hrsg.): *Handbook of Visual Analysis*. London, S. 92-118
- VAN LEEUWEN, T.; JEWITT, C. (Hrsg.) (2000): *Handbook of Visual Analysis*. London
- VAN ZONEN, L. (2005): *Entertaining the Citizen. When Politics and Popular Culture Converge*. Lanham
- VOIGT, F. (Hrsg.) (2010): *Religion in bioethischen Diskursen: interdisziplinäre, internationale, interreligiöse Perspektiven*. Berlin, New York
- VON BRAUN, C. (2000): Das Gen als Corpus Cristi Mysticum. In: *metis*, 9, 18, S. 27-45
- VON HODENBERG, C. (2006): *Konsens und Krise: Eine Geschichte der westdeutschen Medienöffentlichkeit 1945-1973*. Göttingen
- WACHSMUTH, N.; GLÄSER, H. (2013): *Magazingestaltung. Der Leitfaden für Grafiker und Journalisten*. München
- WALDENFELS, B. (2014): Ordnungen des Sichtbaren. In: RIMMELE, M.; SACHS-HOMBACH, K.; STIEGLER, B. (Hrsg.): *Bildwissenschaft und Visual Culture*. Bielefeld, S. 111-129
- WALLMANN, J. (2012): *Kirchengeschichte Deutschlands seit der Reformation*. Tübingen
- WARBURG, A. (2010): *Werke in einem Band*. Herausgegeben und kommentiert von M. Treml, S. Weigel und P. Ladwig. Berlin

- WEINGART, P. (2001): *Die Stunde der Wahrheit? Vom Verhältnis der Wissenschaft zu Politik, Wirtschaft und Medien*. Weilerswist
- WEINGART, P. (2005): *Die Wissenschaft der Öffentlichkeit: Essays zum Verhältnis von Wissenschaft, Medien und Öffentlichkeit*.
- WENK, S. (2005): Neue Kriege, kulturelles Gedächtnis und visuelle Politik. In: *FrauenKunstWissenschaft. Zeitschrift für Geschlechterforschung und Visuelle Kultur*, 39, S. 122 - 132
- WENK, S.; ESCHBACH, I. (2002): Soziales Gedächtnis und Geschlechterdifferenz. Eine Einführung. In: ESCHBACH, I.; JACOBEIT, S.; WENK, S. (Hrsg.): *Gedächtnis und Geschlecht. Deutungsmuster in Darstellungen des nationalsozialistischen Genozids*. Frankfurt/M., New York, S. 13 - 38
- WIESING, L. (2005): *Artifizielle Präsenz. Studien zur Philosophie des Bildes*. Frankfurt/M.
- WIESING, L. (2008): *Die Sichtbarkeit des Bildes. Geschichte und Perspektiven der formalen Ästhetik*. Frankfurt/M., New York
- WILKE, J. (2004). Die Visualisierung der Wahlkampfberichterstattung in Tageszeitungen 1949-2002. In: KNIEPER, T.; MÜLLER, M. G. (Hrsg.): *Visuelle Wahlkampfkommunikation*. Köln, S. 210-230
- WILKE, J.; REINEMANN, C. (2000): *Kanzlerkandidaten in der Wahlkampfberichterstattung 1949-1998*. Köln, Wien, Weimar
- WOLF, C. M. (2006): *Bildsprache und Medienbilder. Die visuelle Darstellungslogik von Nachrichtenmagazinen*. Wiesbaden
- WYSS, V.; KEEL, G. (2009): Religion surft mit: Inszenierungsstrategien zu religiösen Themen. In: *Communicatio Socialis*, 42, 4, S. 351 - 364
- ZACHHUBER, J. (2007): Die Diskussion über Säkularisierung am Beginn des 21. Jahrhunderts. In: VON BRAUN, C.; GRÄB, W.; ZACHHUBER, J. (Hrsg.): *Säkularisierung: Bilanz und Perspektiven einer umstrittenen These*. Berlin, S. 11 - 42
- ZELIZER, B. (2008): Why Memory's Work on Journalism Does Not Reflect Journalism's Work on Memory. In: *Memory Studies*, 1, 2008, S. 7 - 87
- ZELLER, F.; WOLLING, J.; PORTEN-CHEÉ, P. (2010): Framing 0/1. Wie die Medien über die »Digitalisierung der Gesellschaft« berichten. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 58, 4, S. 503 - 52
- ZIMMERMANN, A. (2011): Frau. In: FLECKNER, U.; WARNKE, M.; ZIEGLER, H. (Hrsg.): *Politische Ikonographie. Ein Handbuch. Bd. I: Abdankung bis Huldigung*. München, S. 366 - 371