

Ass.-Prof. Dr. Florian Arendt

Themenliste mündliche Prüfungen

Die Prüfung fokussiert auf den Forschungsbereich der Gesundheitskommunikation. Sie können entweder das Prüfungsfach "Kommunikationswissenschaftliche Forschung" oder das Prüfungsfach "Theorien und Methoden der Kommunikationswissenschaft" auswählen.

- Wenn Sie "Kommunikationswissenschaftliche Forschung" wählen, dann suchen Sie sich zwei Themenbereiche aus der Liste "A) Forschung" aus.
- Wenn Sie das Prüfungsfach "Theorien und Methoden der Kommunikationswissenschaft" wählen, dann wählen Sie ein Thema aus "A) Forschung" und ein Thema aus "B) Methoden".

Sie müssen keine zusätzliche Literatur recherchieren. Geben Sie die ausgewählten Themen bei der Anmeldung zur Prüfung bekannt.

A) Forschung

Bitte beachten: Die von Ihnen gewählten Themen aus „A) Forschung“ dürfen sich nicht mit dem Thema Ihrer Masterarbeit decken.

1. Thema: Gesundheitskampagnen

Cho, H., & Salmon, C. (2007). Unintended effects of health communication campaigns. *Journal of Communication, 57*, 293-317.

Atkin, C., & Rice, R. (2012). Theory and principles of public communication campaigns. In R. Rice & C. Atkin (Eds.), *Public communication campaigns* (pp. 3-19). Thousand Oaks, CA: Sage.

Fishbein, M., & Capella, J. (2006). The role of theory in developing effective health communications. *Journal of Communication, 51*-S17.

Snyder, L. (2007). Health communication campaigns and their impact on behavior. *Journal of Nutrition Education and Behavior, 39*, S32-S40.

Wakefield, M., Loken, B., & Hornik, R., (2010). Use of mass media campaigns to change health behaviour. *Lancet, 376*, 1261-1271.

2. Thema: Gesundheitsrelevantes Verhalten - Theoretische Modelle

Glanz, K., Rimer, B., & Viswanath, K. (2008). *Health behavior and health education: Theory, research, and practice* (4th edition). San Francisco, CA: John Wiley & Sons. [in Universitätsbibliothek verfügbar]

Aus diesem Buch sind folgende drei Kapitel prüfungsrelevant:

1. Health Belief Model (Champion & Skinner, Kapitel 3)
2. Theory of Reasoned Action, Theory of Planned Behavior, and the Integrated Behavioral Model (Montaño & Kasprzyk, Kapitel 4)
3. Transtheoretical Model and Stages of Change (Prochaska, Redding, & Evers, Kapitel 5)

3. Thema: Allgemeine Effektphänomene

Bryant, J., & Oliver, M.-B. (2009). *Media effects: Advances in Theory and research* (3rd edition). New York, NY: Routledge. [in Universitätsbibliothek verfügbar]

In der Gesundheitskommunikation wird theoretisches und empirisches Wissen aus der allgemeinen Kommunikationswissenschaft angewendet. Lesen Sie alle Kapitel zu folgenden Effektphänomenen:

1. Agenda Setting (McCombs & Reynolds, Kapitel 1)
2. Kultivierung (Morgen, Shanahan, & Signorielli, Kapitel 3)
3. Priming (Roskos-Ewoldsen, Roskos-Ewoldsen, & Dillmann-Carpentier, Kapitel 5)
4. Framing (Tewskbury & Scheufele, Kapitel 2)
5. Stereotypisierung (Mastro, Kapitel 16)

4. Thema: Spezielle Effektphänomene im Gesundheitsbereich

Witte, K. (1992). Putting the fear back into fear appeals: The extended parallel process model. *Communication Monographs*, 59, 329-349. [Wirkung von Angstappellen]

Nyhan, B. et al. (2014). Effective messages in vaccine promotion: A randomized trial. *Pediatrics*, 133, e835-e842. [Backfire Effect]

Shen, F., & Han, J. (2014). Effectiveness of entertainment education in communicating health information: A systematic review. *Asian Journal of Communication*, 24, 605-616. [Entertainment Education]

Troiano, G., Nantea, N., & Cozzolinoc, M. (2017). The Angelina Jolie effect – Impact on breast and ovarian cancer prevention: A systematic review of effects after the public announcement in May 2013. *Health Education Journal*, 76, 707-715. [Angelina Jolie Effekt als Beispiel für Celebrity-Effekte]

Harris, J., Bargh, J., & Brownell, K. (2009). Priming effects of television food advertising on eating behavior. *Health Psychology*, 28, 404-413. [Priming]

5. Thema: Berichterstattung über Suizide

Niederkroenthaler, T., Voracek, M., Herberth, A., Till, B., Strauss, M., Etzersdorfer, E., ... Sonneck, G. (2010). The role of media reports in completed and prevented suicide: Werther versus Papageno effects. *British Journal of Psychiatry*, 197, 234–243.

Phillips, D. P. (1974). The influence of suggestion on suicide: Substantive and theoretical implications of the Werther effect. *American Sociological Review*, 39, 340–354.

Pirkis, J. E., Blood, R. W., Beautrais, A., Burgess, P. M., & Skehan, J. (2006). Media guidelines on the reporting of suicide. *Crisis*, 27, 82–87.

Schmidtke, A., & Häfner, H. (1988). The Werther effect after television films: New evidence for an old hypothesis. *Psychological Medicine*, 18, 665-676.

Stack, S. (2005). Suicide in the media: A quantitative review of studies based on nonfictional stories. *Suicide & Life-Threatening Behavior*, 35, 121–133.

B) Methoden

Brosius, H.-B., & Haas, A., & Koschel, F. (2012). *Methoden der empirischen Kommunikationsforschung: Eine Einführung* (6. Auflage). Heidelberg: Springer VS. [in Universitätsbibliothek verfügbar, auch Online-Zugriff]

Die Befragung, die Inhaltsanalyse und das Experiment sind zentrale methodische Zugänge der Kommunikationswissenschaft/Gesundheitskommunikation. Aus diesem Buch sollen Sie eines der drei Themengebiete wählen:

1. Thema: Befragung (alle Kapitel zur Befragung; in Auflage 6: Befragung I, Befragung II, Befragung III)
2. Thema: Inhaltsanalyse (alle Kapitel zur Inhaltsanalyse; in Auflage 6: Inhaltsanalyse I, Inhaltsanalyse II, Inhaltsanalyse III)
3. Thema: Experiment (alle Kapitel zum Experiment; in Auflage 6: Experiment I, Experiment II, Experiment III)