Prof. Dr. Monika Taddicken: Publikationen

Juli 2026

2026

Taddicken, M., Krämer, N., Allgaier, J., Bilandzic, H., Bol, N., Bromme, R., Cacciatore, M., Mary Fage-Butler, A., Greussing, E., Guenther, L., Hendriks, F., Huber, B., Kienhues, D., Koteyko, N., Reif, A., Rothmund, T., Winter, S., & Wonneberger, A. (2026). Public construction of evidence: Rethinking scientific evidence in social media environments. *Media, Culture & Society, 0*(0). doi.org/10.1177/01634437261488254

Biermann, K., & Taddicken, M. (2026). Public role perceptions of (climate) scientists on social media. *Climatic Change, 179*(10). doi.org/10.1007/s10584-026-04288-0

Biermann, K., & Taddicken, M. (2026). "However I judge it – I think it's a gut feeling": Examining (un)trustworthiness cues in YouTube videos by real and feigned experts. *Health Communication*, 1–14. doi.org/10.1080/10410236.2026.2699903

Klein-Avraham, I., Jonas, E., Greussing, E., Taddicken, M., Baram-Tsabari, A. (2026). Information Foraging With Generative AI: Usage Patterns in Germany and Israel. *Media and Communication*, *14*, 11487.

Reif, A., Taddicken, M., Guenther, L., Schröder, J. T., & Weingart, P. (2026). Dynamics of trust in science among digitised publics: A two-wave panel study identifying trust groups. J*ournal of Trust Research*, 1-28. https://doi.org/10.1080/21515581.2025.2600301

2025

Taddicken, M. (2025): Science Communication and Public Trust in Science through an Audience-Centered Quality Perspective. *Current Opinion in Psychology*. https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2025.102235

Jonas, E., and Taddicken, M. (2025). Empathic, Humorous, and … Trustworthy? A Mixed-methods Study on Real-time Evaluations of Voice-based AI Communicating Science-related Information. *JCOM 24(06),* A04. https://doi.org/10.22323/157620250923164028

Jonas, E., Greussing, E., & Taddicken, M. (2025). Disentangling (hybrid) trustworthiness of communicative generative AI as intermediary for science-related information—Results from a qualitative interview study. *Human-Machine Communication, 11*, 213–236. https://doi.org/10.30658/hmc.11.11

Banse, L., Hendriks, F., & Taddicken, M. (2025). A New Obligation or a Natural Extension? STEM Scientists' Science Communication in the Context of Their Professional Role Identities. *Science Communication*, *0*(0). https://doi.org/10.1177/10755470251341839

Taddicken, M., & Reif, A. (2025). Science opinion leaders in digitized communication environments: Media use, trust in science, and conspiracy affinity. *European Journal of Communication*, *0*(0). https://doi.org/10.1177/02673231251340802

Taddicken, M., & Thoms, C. (2025). How comprehensible are scientific experts? A multi-method comparison of linguistic analyses, surveys, and real-time audience responses. *Frontiers in Communication, 10*, 1580377. https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1580377

Greussing, E., Guenther, L., Baram-Tsabari, A., Dabran-Zivan, S., Jonas, E., Klein-Avraham, I., Taddicken, M., Agergaard, T., Beets, B., Brossard, D., Chakraborty, A., Fage-Butler, A., Huang, C.-J., Kankaria, S., Lo, Y.-Y., Middleton, L., Nielsen, K. H., Riedlinger, M., & Song, H. (2025). Exploring temporal and cross-national patterns: The use of generative AI in science-related information retrieval across seven countries *JCOM*, *24*(2), A05. https://doi.org/10.22323/2.24020205

Reif, A., Schröder, J. T., Guenther, L., Taddicken, M., & Weingart, P. (2025). Identifying groups of trust in science in South Africa and Germany: A comparative study. In A. Fage-Butler, L. Ledderer, & K. H. Nielsen (Eds.), *Science communication and trust* (pp. 407–426). Palgrave Macmillan, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-96-1289-5_20

Biermann, K., Banse, L. and Taddicken, M. (2025). "It's mostly a one-way street, to be honest": the subjective relevance of public engagement in the science communication of professional university communicators *JCOM 24*(01), A03. https://doi.org/10.22323/2.24010203

Greussing, E., Guenther, L., Baram-Tsabari, A., Dabran-Zivan, S., Jonas, E., Klein-Avraham, I., Taddicken, M., Agergaard, T. E., Beets, B., Brossard, D., Chakraborty, A., Fage-Butler, A., Huang, C.-J., Kankaria, S., Lo, Y.-Y., Nielsen, K. H., Riedlinger, M., & Song, H. (2025). The perception and use of generative AI for science-related information search: Insights from a cross-national study. *Public Understanding of Science, 0*(0). https://doi.org/10.1177/09636625241308493

Greussing, E., Jonas, E., & Taddicken, M. (2025). Voice-Based Assistants as Intermediaries for Sociopolitical Issues: Investigating Use Patterns, Expectations, and Prior Indirect Experiences. *International Journal Of Communication, 19*, 22. https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/23009/4889

2024

Reif, A., Taddicken, M., Guenther, L., Schröder, J. T., & Weingart, P. (2024). The Public Trust in Science Scale: A Multilevel and Multidimensional Approach. *Science Communication, 0*(0). https://doi.org/10.1177/10755470241302758

Guenther, L., Schröder, J. T., Reif, A., Brück, J., Taddicken, M., Weingart, P. and Jonas, E. (2024). Intermediaries in the limelight: how exposure to trust cues in content about science affects public trust in science. *JCOM 23*(09), A06. https://doi.org/10.22323/2.23090206

Klein-Avraham, I., Greussing, E., Taddicken, M., Dabran-Zivan, S., Jonas, E. and Baram-Tsabari, A. (2024). How to make sense of generative AI as a science communication researcher? A conceptual framework in the context of critical

engagement with scientific information *JCOM 23*(06), A05. https://doi.org/10.22323/2.23060205

Biermann, K., Nowak, B., Braun, L.-M., Taddicken, M., Krämer, N. C. & Stieglitz, S. (2024). Does Scientific Evidence Sell? Combining Manual and Automated Content Analysis to Investigate Scientists' and Laypeople's Evidence Practices on Social Media. *Science Communication*, *46*(5), 619-652. Advance online publication. doi.org/10.1177/10755470241249468

Taddicken, M., Fick, J. & Wicke, N. (2024). Is this good science communication? Construction and validation of a multi-dimensional quality assessment scale from the audience's perspective. *Frontiers in Communication*, 9. https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1384403

Biermann, K. & Taddicken, M. (2024). Visible scientists in digital communication environments: An analysis of their role performance as public experts on Twitter/X during the Covid-19 pandemic. *Public Understanding of Science*, *34*(1), 38-58. https://doi.org/10.1177/09636625241249389

2023

Reif, A., Taddicken, M., Guenther, L., Schröder, J. T. & Weingart, P. (2023). *The Public Trust in Science Scale (PuTS): A multilevel and multidimensional approach* [Preprint]. doi.org/10.31219/osf.io/bp8s6

Reif, A., Miller, I. & Taddicken, M. (2023). "Love the Skin You're In": An Analysis of Women's Self-Presentation and User Reactions to Selfies Using the Tumblr Hashtag #bodypositive. *Mass Communication and Society*, *9*(2), 1–24. https://doi.org/10.1080/15205436.2022.2138442

Taddicken, M. & Wolff, L. (2023). Climate Change-related Counter-attitudinal Fake News Exposure and its Effects on Search and Selection Behavior. Environmental Communication, 17, 720-739. Routledge. https://doi.org/10.1080/17524032.2023.2239516

Biermann, K., Peters, N. & Taddicken, M. (2023). "You Can Do Better Than That!": Tweeting Scientists Addressing Politics on Climate Change and Covid-19. *Media and Communication*, *11*(1). https://doi.org/10.17645/mac.v11i1.5961

Haux, R., Greussing, E., Kuballa, S., Mielke, C., Schulze, M. & Taddicken, M. (2023). Trans-O-MIM-An International Research Project on Open Access Transformation: Outcomes and Lessons Learned. *Methods of information in medicine*. https://doi.org/10.1055/s-0043-1761499

Reif, A., Schröder, J., Guenther, L., Taddicken, M. & Weingart, P. (2023). Explorative Faktorenanalyse der Informationsnutzung über Wissenschaft zum Beitrag: Wie sehr interessieren sich Internetnutzende in Südafrika für den Klimawandel? Unterschiede zwischen fünf Bevölkerungssegmenten mit verschiedenem Wissenschaftsvertrauen. In J. Wolling, M. Becker & C. Schumann (Hrsg.), *NEU – Nachhaltigkeits-, Energie- und Umweltkommunikation: Vol. 8. Klima(wandel)kommunikation: im Spannungsfeld von Wissenschaft, Medien und*

öffentlicher Meinung (S. 33-34). Universitätsverlag Ilmenau. https://doi.org/10.22032/DBT.55228

Taddicken, M. & Wolff, L. (2023). Auf der Suche nach Informationen zu Klimawandel-Fake-News. Zum Einfluss themen- und personenbezogener Variablen auf das Such- und Selektionsverhalten im Internet In J. Wolling, M. Becker & C. Schumann (Hrsg..), *NEU – Nachhaltigkeits-, Energie- und Umweltkommunikation: Vol. 8. Klima(wandel)kommunikation: im Spannungsfeld von Wissenschaft, Medien und öffentlicher Meinung* (S. 165-184). Universitätsverlag Ilmenau. https://doi.org/10.22032/DBT.55228

Reif, A., Schröder, J.T., Guenther, L., Taddicken, M. & Weingart, P. (2023). Wie sehr interessieren sich Internetnutzende in Südafrika für den Klimawandel? Unterschiede zwischen fünf Bevölkerungssegmenten mit verschiedenem Wissenschaftsvertrauen, In J. Wolling, M. Becker & C. Schumann (Hrsg.), *NEU – Nachhaltigkeits-, Energie- und Umweltkommunikation: Vol. 8. Klima(wandel)kommunikation: im Spannungsfeld von Wissenschaft, Medien und öffentlicher Meinung* (S. 80-101). Universitätsverlag Ilmenau. https://doi.org/10.22032/DBT.55228

2022

Schmidt, J.-H. & Taddicken, M. (2022). Entwicklung und Verbreitung sozialer Medien. In M. Taddicken & J.-H. Schmidt (Hrsg.), *Handbuch Soziale Medien* (2. Aufl., S. 3-17). Springer Verlag. https://doi.org/10.1007/978-3-658-25995-2_1

Schmidt, J.-H. & Taddicken, M. (2022). Soziale Medien: Funktionen, Praktiken, Formationen. In M. Taddicken & J.-H. Schmidt (Hrsg.), *Handbuch Soziale Medien* (2. Aufl., S. 19-34). Springer Verlag. https://doi.org/10.1007/978-3-658-25995-2_2

Taddicken, M. & Schmidt, J.-H. (2022). Soziale Medien und Öffentlichkeit(en). In J.H. Schmidt & M. Taddicken (Hrsg.), *Handbuch Soziale Medien* (2. Aufl., S. 35-54). Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-25995-2_22

Schmidt, J.-H. & Taddicken, M. (Hrsg.). (2022). *Handbuch Soziale Medien* (2. Aufl.). Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-25995-2

Guenther, L., Reif, A., Taddicken, M. & Weingart, P. (2022). Positive but not uncritical: Perceptions of science and technology amongst South African online users. *South African Journal of Science*, *118*(9/10). https://doi.org/10.17159/sajs.2022/11102

Reif, A. & Taddicken, M. (2022). Klimawandelbezogene Mediennutzung und -wirkung. In Y. Ibrahim & S. Rödder (Hrsg.), *Soziologie der Nachhaltigkeit. Schlüsselwerke der sozialwissenschaftlichen Klimaforschung* (Bd. 2, S. 357–366). transcript Verlag. https://doi.org/10.14361/9783839456668-058

Wolff, L. & Taddicken, M. (2022). Disinforming the unbiased: How online users experience and cope with dissonance after climate change disinformation exposure. *New Media & Society.* https://doi.org/10.1177/14614448221090194

Hecker, S. & Taddicken, M. (2022). Deconstructing citizen science: a framework on communication and interaction using the concept of roles. *Journal of Science Communication*, *21*(01), A07. https://doi.org/10.22323/2.21010207

2021

Taddicken, M. & Schumann, C. (Hrsg.). (2021). Algorithms and Communication: Special Issue. *DigitalCommunicationResearch, 9.* https://doi.org/10.48541/dcr.v9.0

Wicke, N. & Taddicken, M. (2021). "I think it's up to the media to raise awareness." Quality expectations of media coverage on climate change from the audience's perspective. *Studies in Communication Sciences*, *21*(1), 47–70. https://doi.org/10.24434/j.scoms.2021.01.004

Taddicken, M. & Krämer, N. (2021). Public online engagement with science information: on the road to a theoretical framework and a future research agenda. *Journal of Science Communication*, *20*(03), A05. https://doi.org/10.22323/2.20030205

Reif, A., Peter, E., Gillner, T., Hortig, L.-M., Joost, A. & Taddicken, M. (2021). Vom Bildschirm auf die Straße? Eine empirische Untersuchung der Identifikation, Online-Partizipation und des Klimaproblembewusstseins von Fridays-for-Future-Beteiligten. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, *69*(4), 578–597. https://doi.org/10.5771/1615-634X-2021-4-578

Greussing, E., Kuballa, S., Taddicken, M., Schulze, M., Mielke, C. & Haux, R. (2021) Individual and institutional influences on Open Access publishing around the globe. A two-tier study on the perspectives of medical informatics researchers on a barrier-free communication of science. *OBS* Observatorio*, *16*(1), 60–89.

2020

Taddicken, M., Reif, A., Brandhorst, J., Schuster, J., Diestelhorst, M. & Hauk, L. (2020). Wirtschaftlicher Nutzen statt gesellschaftlicher Debatte? Eine quantitative Framing- Analyse der Medienberichterstattung zum autonomen Fahren. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, *68*(4), 406–427. https://doi.org/10.5771/1615-634X-2020-4-406

Greussing, E., Kuballa, S., Taddicken, M., Schulze, M., Mielke, C. & Haux, R. (2020). Drivers and Obstacles of Open Access Publishing. A Qualitative Investigation of Individual and Institutional Factors. *Frontiers in Communication*, 5, 587465. https://doi.org/10.3389/fcomm.2020.587465

Wicke, N. & Taddicken, M. (2020). Listen to the audience(s)! Expectations and characteristics of expert debate attendants. *Journal of Science Communication*, *19*(04). https://doi.org/10.22323/2.19040202

Taddicken, M., Wicke, N. & Willems, K. (2020). Verständlich und kompetent? Eine Echtzeitanalyse der Wahrnehmung und Beurteilung von Expert*innen in der Wissenschaftskommunikation. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, *68*(1-2), 50–72. https://doi.org/10.5771/1615-634X-2020-1-2-50

Reif, A., Kneisel, T., Schäfer, M. & Taddicken, M. (2020). Why Are Scientific Experts Perceived as Trustworthy? Emotional Assessment within TV and YouTube Videos. *Media and Communication, 8*(1), 191–205. https://doi.org/10.17645/mac.v8i1.2536

Taddicken, M. & Reif, A. (2020). Between Evidence and Emotions: Emotional Appeals in Science Communication. *Media and Communication*, *8*(1), 101–106. https://doi.org/10.17645/mac.v8i1.2934

Taddicken, M. & Wolff, L. (2020). 'Fake News' in Science Communication: Emotions and Strategies of Coping with Dissonance Online. *Media and Communication*, *8*(1), 206–217. https://doi.org/10.17645/mac.v8i1.2495

2019

Kuballa, S., Schulze, M., Mielke, C., Taddicken, M. & Haux, R. (2019). Identification of Influencing Factors Regarding the Decision for or Against an Open Access Publication of Scientists of Medical Informatics: Description and First Results of Group Discussions and Interviews. *Studies in health technology and informatics*, 264, 1248–1252. https://doi.org/10.3233/SHTI190426

Meyer, F. & Taddicken, M. (2019). Hackdays als alternatives Lehrformat? Eine empirische Betrachtung eines Beispiellehrformats in Bezug auf mediale und technologische Bildung. In S. Robra-Bissantz, O. J. Bott, N. Kleinefeld, K. Neu & K. Zickwolf (Hrsg.), *Teaching Trends 2018: Die Präsenzhochschule und die digitale Transformation* (S. 68–74). Waxmann. https://doi.org/10.25656/01:17923

Lörcher, I. & Taddicken, M. (2019). Online-Öffentlichkeitsarenen: Ein theoretisches Konzept zur Analyse verschiedener Formen öffentlicher Onlinekommunikation am Fallbeispiel Klimawandel. In I. Neverla, M. Taddicken, I. Lörcher & I. Hoppe (Hrsg.), *Klimawandel im Kopf: Studien zur Wirkung, Aneignung und Online-Kommunikation* (S. 175–201). Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-22145-4_7

Neverla, I., Taddicken, M., Lörcher, I. & Hoppe, I. (2019). ‚Breitbandkommunikation' zum Thema Klimawandel: Ein multifaktorielles Modell und zentrale Projektergebnisse zur Medienwirkung eines Meta-Themas. In I. Neverla, M. Taddicken, I. Lörcher & I. Hoppe (Hrsg.), *Klimawandel im Kopf: Studien zur Wirkung, Aneignung und Online-Kommunikation* (S. 3–27). Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-22145-4_1

Taddicken, M., Wolff, L., Wicke, N. & Götjen, D. (2019). Beteiligung und Themenkonstruktion zum Klimawandel auf Twitter. In I. Neverla, M. Taddicken, I. Lörcher & I. Hoppe (Hrsg.), *Klimawandel im Kopf: Studien zur Wirkung, Aneignung und Online-Kommunikation* (S. 229–262). Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-22145-4_9

Taddicken, M. & Wicke, N. (2019). Erwartungen an und Bewertungen der medialen Berichterstattung über den Klimawandel aus Rezipierendenperspektive. In I. Neverla, M. Taddicken, I. Lörcher & I. Hoppe (Hrsg.), *Klimawandel im Kopf:*

Studien zur Wirkung, Aneignung und Online-Kommunikation (S. 145–172). Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-22145-4_6

Taddicken, M. & De Silva-Schmidt, F. (2019). Ich weiß was, was Du nicht weißt!? Meinungsführer und ihr Wissen zum Klimawandel. In I. Neverla, M. Taddicken, I. Lörcher & I. Hoppe (Hrsg.), *Klimawandel im Kopf: Studien zur Wirkung, Aneignung und Online-Kommunikation* (S. 129–143). Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-22145-4_5

Taddicken, M. & Neverla, I. (2019). Über den Zusammenhang zwischen Mediennutzung, Wissen und Einstellung: Ergebnisse aus der Panelbefragung. In I. Neverla, M. Taddicken, I. Lörcher & I. Hoppe (Hrsg.), *Klimawandel im Kopf: Studien zur Wirkung, Aneignung und Online-Kommunikation* (S. 31–52). Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-22145-4_2

Taddicken, M. & Trümper, S. (2019). Vom Wissenschaftsskandal zum Glaubwürdigkeitsverlust? In I. Neverla, M. Taddicken, I. Lörcher & I. Hoppe (Hrsg.), *Klimawandel im Kopf: Studien zur Wirkung, Aneignung und Online-Kommunikation* (S. 263–292). Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-22145-4_10

Neverla, I., Taddicken, M., Lörcher, I. & Hoppe, I. (Hrsg.). (2019). *Klimawandel im Kopf: Studien zur Wirkung, Aneignung und Online-Kommunikation.* Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-22145-4

Taddicken, M. (2019). Analyse von Zeitungsartikeln und Online-Nachrichten. In N. Baur & J. Blasius (Hrsg.), *Handbuch Methoden der Empirischen Sozialforschung* (2. Aufl., S. 1157–1164). Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-21308-4_83

Taddicken, M., Kohout, S. & Hoppe, I. (2019). How Aware Are Other Nations of Climate Change? Analyzing Germans' Second-Order Climate Change Beliefs About Chinese, US American and German People. *Environmental Communication*, 1–17. https://doi.org/10.1080/17524032.2018.1561483

2018

Taddicken, M., Reif, A. & Hoppe, I. (2018). What do people know about climate change — and how confident are they? On measurements and analyses of science related knowledge. *Journal of Science Communication*, *17*(03), A01. https://doi.org/10.22323/2.17030201

Taddicken, M., Reif, A. & Hoppe, I. (2018). Wissen, Nichtwissen, Unwissen, Unsicherheit: Zur Operationalisierung und Auswertung von Wissensitems am Beispiel des Klimawissens. In N. Janich & L. Rhein (Hrsg.), *Wissen - Kompetenz - Text. Unsicherheit als Herausforderung für die Wissenschaft: Reflexion aus Natur-, Sozial- und Geisteswissenschaften* (S. 113–140). Peter Lang. https://doi.org/10.3726/b14379

Prof. Dr. Monika Taddicken: Publikationen

Juli 2026

2017

Lörcher, I. & Taddicken, M. (2017). Discussing climate change online: Topics and perceptions in online climate change communication in different online public arenas. *Journal of Science Communication*, *16*(02), A03. https://doi.org/10.22323/2.16020203

Schmidt, J.-H. & Taddicken, M. (2017). Entwicklung und Verbreitung sozialer Medien. In M. Taddicken & J.-H. Schmidt (Hrsg.), *Handbuch Soziale Medien*. Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-03765-9_1

Schmidt, J.-H. & Taddicken, M. (2017). Soziale Medien: Funktionen, Praktiken, Formationen. In M. Taddicken & J.-H. Schmidt (Hrsg.), *Handbuch Soziale Medien*. Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-03765-9_2

Schmidt, J.-H. & Taddicken, M. (Hrsg.). (2017). *Handbuch Soziale Medien*. Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-03765-9

2016

Taddicken, M. (2016). The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign. In M. Potthoff (Hrsg.), *Schlüsselwerke der Medienwirkungsforschung* (S. 25–36). Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-09923-7_3

Taddicken, M. & Reif, A. (2016). Who participates in the climate change online discourse? A typology of Germans' online engagement. *Communications*, *41*(3), 315–337. https://doi.org/10.1515/commun-2016-0012

2015

Lörcher, I. & Taddicken, M. (2015). „Let's talk about… CO2-Fußabdruck oder Klimawissenschaft?" Themen und ihre Bewertungen in der Onlinekommunikation in verschiedenen Öffentlichkeitsarenen. In H. Bonfadelli, M. S. Schäfer & S. Kristiansen (Hrsg.), *Wissenschaftskommunikation im Wandel* (S. 258–287). Herbert von Halem Verlag.

Maireder, A., Ausserhofer, J., Schumann, C. & Taddicken, M. (2015). Digitale Methoden in der Kommunikationswissenschaft: Ansätze zur Analyse öffentlicher Kommunikation im Internet. In A. Maireder, J. Ausserhofer, C. Schumann & M. Taddicken (Hrsg.), *Digitale Methoden in der Kommunikationswissenschaft* (S. 9-19). https://doi.org/10.17174/DCR.V2.0

Schumann, C., Ausserhofer, J., Maireder, A. & Taddicken, M. (2015). Digitale Methoden in der Kommunikationswissenschaft: Ansätze zur Analyse öffentlicher Kommunikation im Internet. In A. Maireder, J. Ausserhofer, C. Schumann, & M. Taddicken (Hrsg.), *Digitale Methoden in der Kommunikationswissenschaft* (S. 9-19). https://doi.org/10.17174/DCR.V2.0

Maireder, A., Ausserhofer, J., Schumann, C. & Taddicken, M. (Hrsg.). (2015). *Digitale Methoden in der Kommunikationswissenschaft* (Digital Communication Research Nr. 2). https://doi.org/10.17174/DCR.V2.0

Schäfer, M. S. & Taddicken, M. (2015). Mediatized Opinion Leaders: New Patterns of Opinion Leadership in New Media Environments? *International Journal of Communication*, 9, 960–981. https://doi.org/10.5167/uzh-114938

Schäfer, M. S. & Taddicken, M. (2015). Opinion Leadership Revisited: A Classical Concept in a Changing Media Environment. *International Journal of Communication*, 9, 956-959. https://doi.org/10.5167/uzh-114937

Taddicken, M. (2015). Onlinekommunikation als Gegenstand qualitativer Forschung in der Kommunikationswissenschaft. In Breves, P., & Greussing, E. (Hrsg.), *Handbuch nicht standardisierte Methoden in der Kommunikationswissenschaft* (S. 445–463). Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-01656-2_32

Schumann, C., Taddicken, M., Emmer, M., Welker, M. & Wolling, J. (2015). Vorwort der Herausgeber zum ersten Band. In M. Emmer & C. Strippel (Hrsg.), *Kommunikationspolitik für die digitale Gesellschaft*. Reihe: digital communication research. (S. 9–11). https://doi.org/10.17174/dcr.v1.1

2014

Schmidt, J.-H. & Taddicken, M. (Hrsg.). (2014). *Handbuch Soziale Medien.* Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-03765-9

Taddicken, M. (2014). The 'Privacy Paradox' in the Social Web: The Impact of Privacy Concerns, Individual Characteristics, and the Perceived Social Relevance on Different Forms of Self-Disclosure. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *19*(2), 248–273. https://doi.org/10.1111/jcc4.12052

Taddicken, M. & Batinic, B. (2014). Die standardisierte Online-Befragung. In M. Welker, M. Taddicken, J.-H. Schmidt & N. Jackob (Hrsg.), *Neue Schriften zur Online-Forschung. Handbuch Online-Forschung: Sozialwissenschaftliche Datengewinnung und –auswertung in digitalen Netzen* (S. 151–175). Herbert von Halem Verlag.

Welker, M. & Taddicken, M. (2014). Spezifizierung und Differenzierung der Online-Forschung? Themen, Methoden und Erstautoren der Fachkonferenz GOR im Zeitverlauf. In M. Welker, M. Taddicken, J.-H. Schmidt & N. Jackob (Hrsg.), *Neue Schriften zur Online-Forschung. Handbuch Online-Forschung: Sozialwissenschaftliche Datengewinnung und –auswertung in digitalen Netzen* (S. 42–60). Herbert von Halem Verlag.

Welker, M., Taddicken, M., Schmidt, J.-H. & Jackob, N. (Hrsg.). (2014). *Neue Schriften zur Online-Forschung. Handbuch Online-Forschung: Sozialwissenschaftliche Datengewinnung und –auswertung in digitalen Netzen.* Herbert von Halem Verlag.

Prof. Dr. Monika Taddicken: Publikationen

Juli 2026

2013

Maier, M. & Taddicken, M. (Hrsg.). (2013). Audience Perspectives on Science Communication. *Journal of Media Psychology*, *25*(1), 1–2. https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000081

Taddicken, M. (2013). Climate Change from the User's Perspective: The Impact of Mass Media and Internet Use and Individual and Moderating Variables on Knowledge and Attitudes. *Journal of Media Psychology*, *25*(1), 39-52. https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000080

Taddicken, M. (2013). Elisabeth Eide, Risto Kunelius (Hrsg.): Media Meets Climate. *rezensionen:kommunikation:medien*. https://www.rkm-journal.de/archives/15114

Jers, C., Gölz, H. & Taddicken, M. (2013). Forschungsgegenstand Web 2.0. In M. Schenk, C. Jers & H. Gölz (Hrsg.), *Die Nutzung des Web 2.0 in Deutschland. Verbreitung, Determinanten und Auswirkungen* (S. 18–30). Nomos.

Jers, C., Taddicken, M., Schenk, M. & Gölz, H. (2013). Forschungsdesign/Methodik. In M. Schenk, C. Jers & H. Gölz (Hrsg.), *Die Nutzung des Web 2.0 in Deutschland. Verbreitung, Determinanten und Auswirkungen* (S. 145–154). Nomos. https://doi.org/10.5771/9783845245300

Taddicken, M. (2013). Selbstoffenbarung im Social Web. In M. Schenk, C. Jers & H. Gölz (Hrsg.), *Die Nutzung des Web 2.0 in Deutschland. Verbreitung, Determinanten und Auswirkungen* (S. 145-154). Nomos.

Taddicken, M. (2013). Privacy, Surveillance and Self-Disclosure in the Social Web: Exploring the User's Perspective via Focus Group. In C. Fuchs, K. Boersma, A. Albrechtslund & M. Sandoval (Hrsg.), *Internet and Surveillance. The Challenges of Web2.0 and Social Media* (S. 255–272). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203806432

Taddicken, M. (2013). Online-Befragung. In W. Möhring & D. Schlütz (Hrsg.), *Handbuch standardisierte Erhebungsverfahren in der Kommunikationswissenschaft* (S. 201–217). Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-531-18776-1_11

2012

Grittmann, E., Lohner, J., Lüthje, C., Pater, M., Schoon, W., Taddicken, M. & Trümper, S. (Hrsg.). (2012). „Medien und Zeit".: Zu Ehren von Irene Neverla. *medien & zeit*, *27*(2) (Sonderausgabe von medien & zeit).

Neverla, I. & Taddicken, M. (2012). Der Klimawandel aus Rezipientensicht: Relevanz und Forschungsstand. In I. Neverla & M. Schäfer (Hrsg*.), Klimawandel in den Medien. Ein Überblick zu Fragen und Befunden der kommunikationswissenschaftlichen Klimaforschung* (S. 215-231). VS-Verlag. https://doi.org/10.1007/978-3-531-94217-9_10

Prof. Dr. Monika Taddicken: Publikationen

Juli 2026

2011

Taddicken, M. & Neverla, I. (2011). Klimawandel aus Sicht der Mediennutzer. Multifaktorielles Wirkungsmodell der Medienerfahrung zur komplexen Wissensdomäne Klimawandel. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, *59*(4), 505-525. https://doi.org/10.5771/1615-634x-2011-4-505

Taddicken, M. (2011). Rezension von Nikolaus Jackob, Thomas Zerback, Olaf Jandura & Marcus Maurer (Hrsg.): Das Internet als Forschungsinstrument und -gegenstand in der Kommunikationswissenschaft. *Publizistik*, *56*(2), 236–237.

Walrave, M., Taddicken, M. & Donoso, V. (2011). *Netlog*. European Commission: Safer Internet Programme.

Taddicken, M. & Donoso, V. (2011). *SchuelerVZ*. European Commission: Safer Internet Programme.

Taddicken, M. (2011). Selbstoffenbarung im Social Web. Ergebnisse einer Internetrepräsentativen Analyse des Nutzerverhaltens in Deutschland. *Publizistik*, *56*(3), 281.303. https://doi.org/10.1007/s11616-011-0123-8

Taddicken, M. & Jers, C. (2011). The Uses of Privacy Online: Trading a Loss of Privacy for Social Web Gratifications? In S. Trepte & L. Reinecke (Hrsg.), *Privacy online* (S. 143–156). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-642-21521-6_11

Taddicken, M. & Schenk, M. (2011). Selbstoffenbarung und Privatsphäre im Social Web. In J. Wolling, A. Will & C. Schumann (Hrsg.), *Medieninnovationen: Wie Medienentwicklungen die Kommunikation in der Gesellschaft verändern.* Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. (S. 319–332). UVK.

2010

Taddicken, M. (2010). Die Problematik der Selbstoffenbarung im Social Web. Theoretische Verortung und Forschungsstand. *Zeitschrift für Kommunikationsökologie und Medienethik*, 1, 143-153. https://www.netzwerk-medienethik.de/wp-content/uploads/2012/01/ZfKM_2010_komplett.pdf

Taddicken, M. (2010). Feldexperimente in der empirischen Sozialforschung: Probleme und Lösungen an einem Beispiel aus der Umfragemethodologie. In Sozialwissenschaftlicher Forschungsdienst (Hrsg*.), Methoden und Instrumente der Sozialwissenschaften* (1. Aufl., S. 35–43).

Taddicken, M. (2008). Methodeneffekte bei Web-Befragungen: Einschränkungen der Datengüte durch ein ‚reduziertes Kommunikationsmedium'? In: Deutsche Gesellschaft für Online-Forschung (Hrsg.), *Neue Schriften zur Online-Forschung: Bd. 5.* Herbert von Halem.

Taddicken, M. (2008). Über die Bedeutung des Effekts sozialer Erwünschtheit in der Web-Befragung. In *GfK Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung* (2. Aufl., S. 136–155).

Schenk, M., Taddicken, M. & Welker, M. (2008). Research 2.0: Web 2.0 als Chance für die Markt- und Sozialforschung? In A. Zerfass, M. Welker & J. Schmidt (Hrsg.), *Neue Schriften zur Online-Forschung: Bd. 2. Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web.: Grundlagen und Methoden: Von der Gesellschaft zum Individuum* (Bd. 1, S. 243–266). Herbert von Halem.

Taddicken, M. (2007). Methodeneffekte von Web-Befragungen – Freund oder Feind des Forschers? In M. Welker & O. Wenzel (Hrsg.), *Neue Schriften zur Online-Forschung: Bd. 1. Online-Forschung 2007. Grundlagen und Fallstudien* (S. 85–102). Herbert von Halem.

Taddicken, M. (2006). Die Datengüte von Web-Befragungen. Einschränkungen durch Methoden-Effekte? In K.-S. Rehberg (Hrsg.), *Soziale Ungleichheit, Kulturelle Unterschiede.: Verhandlungen des 32. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in München 2004* (1+2, S. 4806–4814). Campus.

Taddicken, M. (2005). Perspektive Deutschland: Mehr als ein gesellschaftspolitisches Meinungsbild? *planung & analyse, 32*(1), 29–34.

Taddicken, M. (2003). *Fernsehformate im interkulturellen Vergleich: „Wer wird Millionär?“ in Deutschland und „Who wants to be a millionaire?“ in England/Irland*. Logos.