Prof. Dr. Monika Taddicken: Publikationen

Oktober 2020

Wissenschaftskommunikation

- Wicke, N. & Taddicken, M. (2020). Listen to the audience(s)! Expectations and characteristics of expert debate attendants. *Journal of Science Communication,* 19 (04), A02. DOI: https://doi.org/10.22323/2.19040202.
- 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.
- 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). Münster: Waxmann.
- 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). Wiesbaden: Springer VS. DOI: 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). Wiesbaden: Springer VS. DOI: 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.* Springer VS, Wiesbaden. DOI: 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). Wiesbaden: Springer VS. DOI: 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). Wiesbaden: Springer VS. DOI: 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). Wiesbaden: Springer VS. DOI: 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). Wiesbaden: Springer VS. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-658-22145-4_10.
- Taddicken, M. (2019). Analyse von Zeitungsartikeln und Online-Nachrichten. In N. Baur & J. Blasius (Hrsg.), *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: 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. DOI: https://doi.org/10.1080/17524032.2018.1561483.
- 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. *JCOM 17* (03), A01. DOI: https://doi.org/10.22323/2.17030201.
- 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 (2), A03. (Verfügbar unter: https://jcom.sissa.it/sites/default/files/documents/JCOM_1602_2017_A03.pdf).
- Taddicken, M. & Reif, A. (2016). Who Participates in the Climate Change Online Discourse? A Typology of Germans' Online Engagement. *Communications – The European Journal of Public Opinion Research*, 41 (3), 315-337. DOI: http://doi.org/10.1515/commun-2016-0012.
- 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. Schäfer & S. Kristiansen (Hrsg.), *Wissenschaftskommunikation im Wandel* (S. 258-287). Köln: Herbert von Halem.
- Taddicken, M. (2013). Rezension von Elisabeth Eide, Risto Kunelius (Hrsg.): Media Meets Climate. *rezensionen:kommunikation:medien 12/*2013. (Verfügbar unter: http://www.rkm-journal.de/archives/15114).
- 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. DOI: https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000080.

- Maier, M. & Taddicken, M. (2013). Audience Perspectives on Science Communication (Editorial). *Journal of Media Psychology,* 25(1), 1-2.
- Neverla, I. & Taddicken, M. (2012). Der Klimawandel aus Rezipientensicht: Relevanz und Forschungsstand. In I. Neverla & M. Schäfer (Hrsg.), K*limawandel in den Medien. Ein Überblick zu Fragen und Befunden der kommunikationswissenschaftlichen Klimaforschung* (S. 215-231). Wiesbaden: VS-Verlag.
- Taddicken, M. & Neverla, I. (2011). Klimawandel aus Sicht der Mediennutzer. Multifaktorielles Wirkungsmodell der Medienerfahrung zur komplexen Wissensdomäne Klimawandel. *Medien & Kommunikationswissenschaft,* 59(4), 505-525.

Neue Medien

- Schmidt, J.-H. & Taddicken, M. (2015). Entwicklung und Verbreitung sozialer Medien. In M. Taddicken & J.-H. Schmidt (Hrsg.), *Handbuch Soziale Medien.* Wiesbaden: Springer Verlag. (Verfügbar unter: https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-658-03765-9_1)
- Schmidt, J.-H. & Taddicken, M. (2017). Soziale Medien: Gattungen, Funktionen, Angebotstypen. In M. Taddicken & J.-H. Schmidt (Hrsg.), *Handbuch Soziale Medien.* Wiesbaden: Springer Verlag. (Verfügbar unter: http://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007/978-3-658-03895-3_2-1)
- Schäfer, M. & Taddicken, M. (2015). Mediatized Opinion Leaders: New Patterns of Opinion Leadership in New Media Environments? Editorial Introduction. *International Journal of Communication,* 9, 960-981.
- Schäfer, M. & Taddicken, M. (2015). Opinion Leadership Revisited: A Classical Concept in a Changing Media Environment, Special Issue. *International Journal of Communication,* 9, 956-959.
- Schumann, C., Taddicken, M., Emmer, M., Welker, M. & Wolling, J. (2015). Vorwort der Reihenherausgeber/innen zum ersten Band. In M. Emmer & C. Strippel (Hrsg.), *Kommunikationspolitik für die digitale Gesellschaft. Reihe: digital communication research.* (S. 9-11). DOI: 10.17174/dcr.v1.1
- 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. DOI: https://doi.org/10.1111/jcc4.12052.
- 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). Baden-Baden: 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. 31-69). Baden-Baden: Nomos.
- 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). Baden-Baden: Nomos.

- Taddicken, M. (2012). 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 Web 2.0 and Social Media* (S. 255-272). New York: Routledge.
- Taddicken, M. & Donoso, V. (2011). *SchuelerVZ*. Luxemburg: European Commission: Safer Internet Programme.
- Walrave, M., Taddicken, M. & Donoso, V. (2011). *Netlog.* Luxemburg: European Commission: Safer Internet Programme.
- Taddicken, M. (2011). Selbstoffenbarung im Social Web. Ergebnisse einer Internet-repräsentativen Analyse des Nutzerverhaltens in Deutschland. *Publizistik,* 56(3), 281-303. DOI: 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). Berlin/ Heidelberg: Springer.
- 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. Band 38* (S. 319-332). Konstanz: UVK.
- Taddicken, M. (2010). Die Problematik der Selbstoffenbarung im Social Web. Theoretische Verortung und Forschungsstand. *Zeitschrift für Kommunikationsökologie und Medienethik,* 1, 143-153.
- Taddicken, M. & Bund, K. (2010). Ich kommentiere, also bin ich. Eine Inhaltsanalyse der Online-Community der ZEIT. In M. Welker & C. Wünsch (Hrsg.), *Die Online-Inhaltsanalyse. Forschungsobjekt Internet, Reihe: Neue Schriften zur Online-Forschung Band. 6* (S. 167-190), Köln: Herbert von Halem.

Methoden

- 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.), *Unsicherheit als Herausforderung für die Wissenschaft: Reflexion aus Natur-, Sozial- und Geisteswissenschaften. Reihe: Wissen - Kompetenz - Text* (S. 113-140). Bern: Peter Lang. DOI: https://doi.org/10.3726/b14379.
- Taddicken, M. (2015). Onlinekommunikation als Gegenstand qualitativer Forschung in der Kommunikationswissenschaft. In S. Averbeck-Lietz & M. Meyen (Hrsg.), *Handbuch nicht standardisierte Erhebungsmethoden in der Kommunikationswissenschaft* (S. 445-463). Wiesbaden: Springer VS. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-658-01656-2_32.

- Außerhofer, J., Maireder, A., Schumann, C. & Taddicken, M. (2015). Digitale Methoden in der Kommunikationswissenschaft: Ansätze zur Analyse öffentlicher Kommunikation im Internet. In J. Außerhofer, A. Maireder, C. Schumann & M. Taddicken (Hrsg.), *Digitale Methoden in der Kommunikationswissenschaft, Reihe: Digital Communication Research, Band 2*.
- Taddicken, M. & Welker, 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.), *Handbuch Online-Forschung. Sozialwissenschaftliche Datengewinnung und –auswertung in digitalen Netzen. Reihe: Neue Schriften zur Online-Forschung* (S. 42-58). Köln: Herbert von Halem.
- Welker, M., Taddicken, M., Schmidt, J.-H. & Jackob, N. (2014). *Handbuch Online-Forschung*. Reihe: Neue Schriften zur Online-Forschung. Köln: Herbert von Halem.
- Taddicken, M. & Batinic, B. (2014). Die standardisierte Online-Befragung. In M. Welker, M. Taddicken, J.-H. Schmidt & N. Jackob (Hrsg.), *Handbuch Online-Forschung. Sozialwissenschaftliche Datengewinnung und –auswertung in digitalen Netzen. Reihe: Neue Schriften zur Online-Forschung* (S. 151-175). Köln: Herbert von Halem.
- Taddicken, M. (2013). Online-Befragung. In W. Möhring & D. Schlütz (Hrsg.), *Handbuch standardisierte Erhebungsverfahren in der Kommunikationswissenschaft. Springer Fachmedien* (S. 201-217) Wiesbaden: Springer. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-531-18776-1_11.
- 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.
- 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*, 2010 (1), 35-43.
- Taddicken, M., Trömel, M. & Schenk, M. (2010). Kommunikationsanalysen in Internetforen: Community Research am Beispiel des deutschen Biermarkt. In *Arbeitsbericht der Forschungsstelle für Medienwirtschaft und Kommunikationsforschung der Universität Hohenheim,* 2010 (1).
- Taddicken, M. (2009). Methodeneffekte von Web-Befragungen: Soziale Erwünschtheit vs. Soziale Entkontextualisierung. *Sonderheft 9 der Österreichischen Zeitschrift für Soziologie*, 85-104.
- Taddicken, M. (2009). Observational Errors in Web Survey Social Desirability and Social De-Contextualisation as Mode Effect. *planung & analyse, Special English Edition 2009 "Global Village – How close has the World moved together?"*, 34-38.
- Taddicken, M. (2009). Die Bedeutung von Methodeneffekten der Online-Befragung in der empirischen Sozialforschung: Zusammenhänge zwischen computervermittelter Kommunikation und erreichbarer Datengüte. In N. Jackob, H. Schoen & T. Zerback (Hrsg.), *Sozialforschung im Internet: Methodologie und Praxis der Online-Befragung* (S. 91-107). Wiesbaden: Springer.

- Taddicken, M. (2008). *Methodeneffekte bei Web-Befragungen: Einschränkungen der Datengüte durch ein ‚reduziertes Kommunikationsmedium'?*, *Reihe: Neue Schriften zur Online-Forschung Band 5*, Köln: Herbert von Halem. (rezensiert in Publizistik, 3/09.).
- Taddicken, M. (2008). Über die Bedeutung des Effekts sozialer Erwünschtheit in der Web-Befragung. *GfK Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung,* 2008 (2), 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.), *Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Band 1: Grundlagen und Methoden: Von der Gesellschaft zum Individuum, Reihe: Neue Schriften zur Online-Forschung Band 2,* (S. 243-266). Köln: Herbert von Halem.
- Taddicken, M. (2007). Methodeneffekte von Web-Befragungen – Freund oder Feind des Forschers? In M. Welker & O. Wenzel (Hrsg.), *Online-Forschung 2007. Grundlagen und Fallstudien. Reihe: Neue Schriften zur Online-Forschung, Band 1* (S. 85-102), Köln: 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 (Bd. 1 + 2)*, (S. 4806-4814). Frankfurt am Main: Campus.
- Taddicken, M. (2005). Perspektive Deutschland: Mehr als ein gesellschaftspolitisches Meinungsbild?, *planung & analyse,* 1/2005, 29-34.

Kommunikationswissenschaft allgemein

- Taddicken, M. (2016). The people's choice. How the voter makes up his mind in a presidential campaign von Paul Felix Lazarsfeld, Bernard Berelson & Hazel Gaudet (1944). In M. Potthoff (Hrsg.), *Schlüsselwerke der Medienwirkungsforschung.* Wiesbaden: Springer VS. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-658-09923-7_3.
- Grittmann, E., Lohner, J., Lüthje, C., Pater, M., Schoon, W., Taddicken, M. & Trümper, S. (2012). „Medien und Zeit". Zu Ehren von Irene Neverla, *Sonderausgabe von medien & Zeit,* 27 (2).
- Taddicken, M. (2005). Wer wird Millionär? Unterhaltungs- oder Wissenssendung? *tv diskurs*, 32, 26-29.
- Taddicken, M. (2003). Fern*sehformate im interkulturellen Vergleich: ‚Wer wird Millionär?' in Deutschland und ‚Who Wants To Be A Millionaire?' in England/Irland.* Berlin: Logos.

Herausgeberschaften

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

- Schmidt, J.-H. & Taddicken, M. (2017). *Handbuch Soziale Medien.* Wiesbaden: Springer VS. DOI: http://doi.org/10.1007/978-3-658-03765-9.
- Außerhofer, J., Maireder, A., Schumann, C. & Taddicken, M. (2015). *Digitale Methoden in der Kommunikationswissenschaft. Reihe: Digital Communication Research, Band 2.* p://doi.org/10.17174/dcr.v2.0.
- Schäfer, M. & Taddicken, M. (2015). *Opinion Leadership Revisited: A Classical Concept in a Changing Media Environment, Special Issue von International Journal of Communication.* (Verfügbar unter http://pubman.mpdl.mpg.de/pubman/item/escidoc:2481572/component/escidoc:2481571/Sch%C3%A4fer-IJC-2015.pdf)
- Welker, M., Taddicken, M., Schmidt, J.-H. & Jackob, N. (2014). *Handbuch Online-Forschung. Sozialwissenschaftliche Datengewinnung und –auswertung in digitalen Netzen. Reihe: Neue Schriften zur Online-Forschung.* Köln: Herbert von Halem.
- Maier, M. & Taddicken, M. (2013). *Audience Perspectives on Science Communication, Special Issue von Journal of Media Psychology, 25 (1).* DOI: https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000081.
- Grittmann, E., Lohner, J., Lüthje, C., Pater, M., Schoon, W., Taddicken, M. & Trümper, S. (2012). *„Medien und Zeit". Zu Ehren von Irene Neverla, Sonderausgabe von Medien & Zeit, 27 (2).*
- Welker, M., Taddicken, M., Thielsch, M. & Stützer, C. (Reihenherausgeber*innen): *Neue Schriften zur Online-Forschung.* Köln: Herbert von Halem.
- Emmer, M., Schumann, C., Taddicken, M., Welker, M. & Wolling, J. (Reihenherausgeber*innen): *Digital Communication Research, Open-Access-Schriftenreihe.*