

Publikationsliste

Univ.-Prof. Dr. Christian Steininger

Monographien

4. Gemeinsam mit Regina Hannerer: Die Bertelsmann Stiftung im Institutionengefüge. Medienpolitik aus Sicht des ökonomischen Institutionalismus. Nomos. Baden-Baden 2008, 125 Seiten.

3. Markt und Öffentlichkeit. Wilhelm Fink Verlag. München 2007, 239 Seiten.

***.* Medienmärkte – Medienwettbewerb – Medienunternehmen. Die ökonomischen Institutionen des deutschen dualen Rundfunksystems aus Sicht der Akteure. Verlag R. Fischer. München 2005², 293 Seiten.

2. Medienmärkte – Medienwettbewerb – Medienunternehmen. Die ökonomischen Institutionen des deutschen dualen Rundfunksystems aus Sicht der Akteure. Verlag R. Fischer. München 2002, 293 Seiten.

***.* Zur Politischen Ökonomie der Medien. Eine Untersuchung am Beispiel des dualen Rundfunksystems. WUV-Univ.-Verlag. Wien 2001², 272 Seiten.

1. Zur Politischen Ökonomie der Medien. Eine Untersuchung am Beispiel des dualen Rundfunksystems. WUV-Univ.-Verlag. Wien 2000, 272 Seiten.

Herausgeberschaften Buch/ Zeitschrift

7. Gemeinsam mit Jens Woelke (Hrsg.), Fernsehen in Österreich 2008. UVK. Konstanz 2008, 221 Seiten.

6. Gemeinsam mit Jens Woelke (Hrsg.), Fernsehen in Österreich 2007. UVK. Konstanz 2007, 349 Seiten.

5. (Hrsg.), Schwerpunktheft: Öffentlichkeit. Medien Journal (2007), H. 1, 65 Seiten.

4. (Hrsg.), Politische Ökonomie der Medien. Theorie und Anwendung, LITVerlag. Münster 2007, 266 Seiten.

3. Gemeinsam mit Christa-Maria Ridder, Wolfgang R. Langenbacher und Ulrich Saxer (Hrsg.), Bausteine einer Theorie öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Festschrift für Marie Luise Kiefer. VS Verlag. Wiesbaden 2005, 472 Seiten.

2. (Hrsg.) *Schwerpunktheft: Medienökonomik und Kommunikationswissenschaft*. Medien Journal (2003), H. 3, 79 Seiten.

1. Gemeinsam mit Werner Faulstich (Hrsg.): *Zeit in den Medien – Medien in der Zeit*. Wilhelm Fink Verlag. München 2002, 155 Seiten.

Funktionen in Fachzeitschriften

Mitherausgeberschaft Medien Journal, Zeitschrift der Österreichischen Gesellschaft für Kommunikationswissenschaft (seit 2002)

ÖGK-Berater und Gutachter für die Zeitschrift ‚Medien & Kommunikationswissenschaft (M&K)‘

Beiträge in Sammelwerken/ Artikel in Zeitschriften

(37.) Gemeinsam mit Jens Woelke: Warum der Trennungsgrundsatz im Fernsehen so schwer durchsetzbar ist. Befunde aus ökonomischer Güterlehre und Rezeptionsforschung zum Werbung-Programm-Verbund. In: Hagen, Lutz M. (Hrsg.), *Massenmedien in der Marktwirtschaft – Mass Media in the Market Economy*. UVK. Konstanz 2009. (im Erscheinen)

(36.) Bausteine einer Politischen Ökonomie der Medien. In: Karmasin, Matthias, Manfred Knoche und Carsten Winter (Hrsg.), *Medienwirtschaft und Gesellschaft 2. Medienkonsum und die Globalisierung von Medienproduktion*. LITVerlag. Münster 2009. (im Erscheinen)

(35.) ‚Sarajewo – Um Thron und Liebe‘ von Fritz Kortner (Ö 1955). In: Schlemmer, Gottfried, Brigitte Mayr (Hrsg.), *Der österreichische Film von seinen Anfängen bis heute*. 4. Lieferung. SYNEMA. Wien 2009. (im Erscheinen)

34. Gemeinsam mit Jens Woelke: Separating TV ads from TV programming. What we can learn about programme-integrated advertising from economic theory and research on media use. In: *Communications* (2008), H. 4, S. 455-471.

33. Gemeinsam mit Jens Woelke und Andrea Dürager: ORF 2-Regional. Eine Analyse der Regionalnachrichten ‚Bundesland Heute‘. In: Steininger, Christian, Jens Woelke (Hrsg.), *Fernsehen in Österreich 2008*. UVK. Konstanz 2008, S. 65-98.

32. Gemeinsam mit Jens Woelke: Selbstkommerzialisierung und Selbstentöffentlichung österreichischer öffentlich-rechtlicher Fernsehvollprogramme. In: Steininger, Christian, Jens Woelke (Hrsg.), *Fernsehen in Österreich 2008*. UVK. Konstanz 2008, S. 179-195.

31. Gemeinsam mit Jens Woelke: Einleitung. In: Steininger, Christian, Jens Woelke (Hrsg.), Fernsehen in Österreich 2008. UVK. Konstanz 2008, S. 7-9.
30. Gemeinsam mit Andrea Dürager und Jens Woelke: Zur Ökonomie und Wirkung von Werbespot-Programm-Verbindungen. In: Steininger, Christian, Jens Woelke (Hrsg.), Fernsehen in Österreich 2007. UVK. Konstanz 2007, S. 97-132.
29. Gemeinsam mit Andrea Dürager: Werbung im österreichischen Fernsehen. Befunde aus einer Studie zum Zusammenhang von Programmumfeld und Werbespots in ORF1, ORF2 und ATV. In: Steininger, Christian, Jens Woelke (Hrsg.), Fernsehen in Österreich 2007. UVK. Konstanz 2007, S. 133-172.
28. Gemeinsam mit Jens Woelke: Einleitung. In: Steininger, Christian, Jens Woelke (Hrsg.), Fernsehen in Österreich 2007. UVK. Konstanz 2007, S. 7-9.
27. Gemeinsam mit Martin Heiniger: Zum Begriff Öffentlichkeit. Eine sprachphilosophische Näherung. In: Medien Journal (2007), H. 1, S. 4-25.
26. Editorial. In: Medien Journal (2007), H. 1, S. 2-3.
25. Zur Heterodoxie der Politischen Ökonomie. In: Steininger, Christian (Hrsg.), Politische Ökonomie der Medien. Theorie und Anwendung. LITVerlag. Münster 2007, S. 67-90.
24. Gemeinsam mit Boris Romahn: Birds of another kind: Medien und Wohlfahrt. In: Steininger, Christian (Hrsg.), Politische Ökonomie der Medien. Theorie und Anwendung. LITVerlag. Münster 2007, S. 161-178.
23. Einleitende Bemerkungen und der Versuch einer Systematisierung. In: Steininger, Christian (Hrsg.), Politische Ökonomie der Medien. Theorie und Anwendung. LITVerlag. Münster 2007, S. 11-20.
22. Bundesdeutsche Debatten zur Rundfunkfinanzierung. In: Kreuzbauer, Günther, Norbert Gratzl und Ewald Hiebl (Hrsg.), Persuasion und Wissenschaft. Aktuelle Fragestellungen von Rhetorik und Argumentationstheorie. LITVerlag. Münster 2007, S. 81-95.
- ** . Eleganz der Oberfläche: Werbung und die ökonomische Restauration deutscher Normalität. In: Faulstich, Werner (Hrsg.), Die Kultur der 50er Jahre. Wilhelm Fink Verlag. München 2007², S. 181-198.
- ** . Die freie Presse: Zeitung und Zeitschrift. In: Faulstich, Werner (Hrsg.), Die Kultur der 50er Jahre. Wilhelm Fink Verlag. München 2007², S. 231-248.
21. Mediale Güter und Öffentlichkeiten in Europa. In: Langenbucher, Wolfgang R., Michael Latzer (Hrsg.), Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel. Eine transdisziplinäre Perspektive. VS Verlag. Wiesbaden 2006, S. 276-285.

20. Sag beim Abschied leise Servus. Von der Selbstentöffentlichung österreichischer Medien. In: Abteilung Journalistik des Fachbereichs Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg (Hrsg.), Journalismus in Österreich. Salzburg 2006, S. 19-23.
19. Zur Öffentlichkeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. In: Ridder, Christa-Maria, Wolfgang R. Langenbacher, Ulrich Saxer und Christian Steininger (Hrsg.), Bausteine einer Theorie öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Festschrift für Marie Luise Kiefer. VS Verlag. Wiesbaden 2005, S. 223-239.
18. Gemeinsam mit Jens Woelke: Online anmelden? Befunde aus einer Evaluation von Verfahren für die Vergabe von Lehrveranstaltungsplätzen. In: Zeitschrift für Medienpsychologie (2005), H. 1, S. 2-12.
17. Gemeinsam mit Edgar Bueltemeyer und Jens Woelke: ELAN am Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg. Vorstellung eines elektronischen und webgestützten Systems für die Vergabe von Lehrveranstaltungsplätzen. In: Zeitschrift für Medienpsychologie (2005), 17, H. 1, S. 30-34.
16. Gemeinsam mit Jens Woelke: Nicht das Gleiche! Empirische Befunde zu den Leistungen (PR-vermittelter) programmintegrierter Werbung und von Werbespots. In: Seufert, Wolfgang, Jörg Müller-Lietzkow (Hrsg.), Theorie und Praxis der Werbung in den Massenmedien. Nomos. Baden-Baden 2005, 151-165.
15. Time and Media Culture. Findings of Media and Communication Science. In: Stadler, Friedrich, Michael Stöltzner (Hrsg.), Zeit und Geschichte. Beiträge des 28. Internationalen Wittgenstein Symposiums. Band XIII, S. 290-292.
14. Das politische Dilemma medialer Produktion. In: Imhof, Kurt, Roger Blum, Heinz Bonfadelli und Otfried Jarren (Hrsg.), Mediengesellschaft: Strukturen, Merkmale, Entwicklungsdynamiken. VS Verlag. Wiesbaden 2004, S. 295-313.
13. Kommerz, Öffentlichkeit und das Medium Fernsehen. In: Friedrichsen, Mike (Hrsg.), Kommerz – Kommunikation – Konsum. Zur Zukunft des Fernsehens. Nomos. Baden-Baden 2004, S. 27-43.
12. Fernsehunterhaltung zwischen Rezipientenbedürfnissen und medialer Angebotsstruktur. In: Friedrichsen, Mike, Udo Göttlich (Hrsg.), Diversifikation in der Unterhaltungsproduktion. Halem Verlag. Köln 2004, S. 65-76.
11. Zum Verhältnis von Markt und Öffentlichkeit. Ein Beitrag zur medienökonomischen Institutionengeneese des Antisemitismus. In: Siegert, Gabriele, Frank Lobigs (Hrsg.), Zwischen Marktversagen und Medienvielfalt. Medienmärkte im Fokus neuer medienökonomischer Anwendungen. Nomos. Baden-Baden 2004, S. 184-196.
10. Editorial. In: Medien Journal (2003), H. 3, S. 2-6.
9. Politische Ökonomie und Medienpolitik. In: Medien Journal (2003), H. 3, S. 67-78.

8. Zeit als kulturwissenschaftliche Schlüsselkategorie. Ein Überblick zum Stand der Forschung. In: Faulstich, Werner, Christian Steininger (Hrsg.), *Zeit in den Medien – Medien in der Zeit*. Wilhelm Fink Verlag. München 2002, S. 9-44.
7. Gemeinsam mit Werner Faulstich: Einleitung. In: Faulstich, Werner, Christian Steininger (Hrsg.), *Zeit in den Medien – Medien in der Zeit*. Wilhelm Fink Verlag. München 2002, S. 7-8.
6. Liebe als ökonomisches Gut medienkultureller Produktion. Oder: Was Sie niemals über Romantische Liebe wissen wollten. In: Faulstich, Werner, Jörn Glasenapp (Hrsg.), *Liebe als Kulturmedium*. Wilhelm Fink Verlag. München 2002, S. 171-184.
5. Der Cyberspace und seine Probleme. Zur Dekonstruktion eines gesellschaftlichen Leitbegriffs. In: Glasenapp, Jörn (Hrsg.), *Cyberfiktionen. Neue Beiträge*. Verlag R. Fischer. München 2002, S. 196-218.
4. Eleganz der Oberfläche: Werbung und die ökonomische Restauration deutscher Normalität. In: Faulstich, Werner (Hrsg.), *Die Kultur der 50er Jahre*. Wilhelm Fink Verlag. München 2002, S. 181-198.
3. Die freie Presse: Zeitung und Zeitschrift. In: Faulstich, Werner (Hrsg.), *Die Kultur der 50er Jahre*. Wilhelm Fink Verlag. München 2002, S. 231-248.
2. Cyberspace – Öffentlichkeit – Markt. In: *Fachjournalist* (2002), H. 4, S. 6-7.
1. Öffentlichkeit aus politökonomischer Perspektive. In: Faulstich, Werner, Knut Hickethier (Hrsg.), *Öffentlichkeit im Wandel. Neue Beiträge zur Begriffsklärung*. Wissenschaftler-Verlag. Bardowick 2000, S. 326-336.

Forschungsberichte

2. Gemeinsam mit Jens Woelke und Andrea Dürager: ORF 2-Regional. Eine Analyse der Regionalnachrichten Bundesland Heute. Forschungsbericht im Auftrag der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR). Salzburg 2008, 63 Seiten.
1. Gemeinsam mit Jens Woelke und Andrea Dürager: Werbespot-Programm-Verbindungen. Eine medienökonomisch-theoretische und inhaltsanalytische Untersuchung österreichischer Fernsehvollprogramme. Forschungsbericht im Auftrag der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR). Salzburg 2007, 80 Seiten.

Universitätschriften

3. Markt und Öffentlichkeit. Habilitationsschrift. Universität Salzburg 2005, 221 Seiten.

2. Zur Politischen Ökonomie der Medien. Eine Untersuchung am Beispiel des dualen Rundfunksystems. 2 Bde. Dissertation. Universität Wien 1998, 911 Seiten.

1. Gemeinsam mit Thomas Holzinger: Organisationskommunikation und Krise. 2 Bde. Unveröffentlichte Diplomarbeit. Universität Wien 1996, 385 Seiten.

Rezensionen

(10.) Rez. Von: Berkler, Simon, Medien als Marken?: Wirkungen von Medienmarken aus medienökonomischer Sicht (Konstanz: UVK, 2008), Medien & Kommunikationswissenschaft (2009), H. 1. (im Erscheinen)

9. Rez. von: Ulrich Saxer, Politik als Unterhaltung. Zum Wandel politischer Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft (Konstanz: UVK, 2007), Medien Journal (2008), H. 2, S. 98-99.

8. Rez. von: Hanno Beck, Medienökonomie. Print. Fernsehen und Multimedia (Berlin: Springer-Verlag, 2005), GPRA-Literaturdatenbank (2006), <http://www.pr-guide.de>.

7. Rez. von: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.), Internationales Handbuch Medien (Nomos: Baden-Baden, 2002), Medien Journal (2004), H. 3, S. 60-61.

6. Rez. von: Golding, Peter, Graham Murdock (Hrsg.), The political economy of the media. 2 Bde. (Aldershot: Elgar, 1997), Medien Journal (2004), H. 3, S. 59-60.

5. Rez. von: Michael Gaitanides, Ökonomie des Spielfilms (München: R. Fischer, 2001), Medien Journal (2003), H. 1, S. 65-66.

4. Rez. von: Latzer, Michael, Stefan W. Schmitz, Die Ökonomie des eCommerce. New Economy, Digitale Ökonomie und realwirtschaftliche Auswirkungen (Marburg: Metropolis-Verlag, 2002), Medien Journal (2002), H. 4, S. 67-68.

3. Rez. von: Jürgen Bellers, Politische Ökonomie der Medien (Münster: LIT, 2002), Publizistik (2002), H. 3, S. 360-361.

2. Rez. von: Sylvia Meffert, Werbung und Kunst. Über die phasenweise Konvergenz der Sphären Werbung und Kunst in Deutschland von 1895 bis zur Gegenwart (Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2001), Publizistik (2002), H. 1, S. 122-123.

1. Rez. von: Horst Pöttker (Hrsg.), Öffentlichkeit als gesellschaftlicher Auftrag. Klassiker der Sozialwissenschaft über Journalismus und Medien (Konstanz: UVK Universitätsverlag, 2001), Medienwissenschaft (2001), H. 3, S. 302-303.

*In Vorbereitung**Monographien/Herausgeberschaften*

Gemeinsam mit Jens Woelke (Hrsg.), Fernsehen in Österreich 2010. UVK. Konstanz 2010.

Gemeinsam mit Roman Hummel: Wissenschaftstheorie und Kommunikationswissenschaft. Lehr- und Handbücher der Kommunikationswissenschaft. Oldenbourg Verlag. München 2010.

Gemeinsam mit Marie Luise Kiefer: Medienökonomik. Einführung in eine ökonomische Theorie der Medien (3. Auflage). Oldenbourg Verlag. München 2010.

Besprechungen obiger Publikationen sind u. a. erschienen in:

H-Soz-u-Kult, 05.01.2004

Medienimpulse, 6/2008

MedienWirtschaft, 4/2005

Medienwissenschaft, 4/2002, 1/2003, 3/2005

Medien & Kommunikationswissenschaft, 2/2006

Message, 2/2003

Navigationen. Siegener Beiträge zur Medien- und Kulturwissenschaft, 4. Jg., Heft 1/2
Nov. 2004

Philologie im Netz (PhiN), 24/2003

Philosophische Rundschau, 3/2003

Publizistik, 4/2005

Rundfunk und Geschichte, 29/2003

Zeitschrift für öffentliche und gemeinwirtschaftliche Unternehmen, 4/2001, 2/2007