

## Publikationen

### **Bücher, Buchkapitel und Zeitschriftenaufsätze in der Pädagogischen Psychologie (einschl. Grundlagen der Lern-, Motivations-, Kognitions-, Emotionsforschung, Forschungsmethoden etc.)**

Schorr, A. (1984). Clark Hull und die Psychoanalyse. In S. Bem, H. Rappard & W. van Hoorn (Hrsg.), *Studies in the History of Psychology and the Social Sciences*, 2, 73-397.

Schorr, A. (1985). Behaviorismus, Ethik und die utopische Gesellschaft. In S. Bem, H. Rappard & W. van Hoorn (Hrsg.), *Studies in the History of Psychology and the Social Sciences*, 3, 212-228.

Schorr, A. (1985). John B. Watsons Entwurf einer utopischen Gesellschaft. *Gruppendynamik*, 2, 111-117.

Schorr, A. (1986). Sigmund Freuds Enkel - Informationen und Anmerkungen zur Psychologie in Israel. *Bulletin der Schweizer Psychologen*, 7, 117-125.

Schorr, A. (1987). Behavior modification: operant conditioning and reinforcement technology. In H.-J. Eysenck & I. Martin (Hrsg.), *Theoretical foundations of behavior therapy* (S. 37-54). New York: Plenum Press.

Schorr, A. (1988). Behaviorismus. In R. Asanger & G. Wenninger (Hrsg.), *Handwörterbuch der Psychologie*. München: Psychologie Verlags Union.

Schorr, A. (1988). Rückblick: Der kleine Albert. *Report Psychologie*, 8, 32-33.

Schorr, A. (1988). Behaviorismus und Psychoanalyse – eine frühe Kontroverse. In W. Schönplug (Hrsg.), *Bericht über den 36. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Psychologie, Band 1* (S. 174). Göttingen: Hogrefe Verlag.

Schorr, A. (1990). Hanna und der Stein. Kurt Lewins frühe feldtheoretische Untersuchungen. *Report Psychologie*, 3, 35.

Schorr, A. & Wehner, E.G. (Hrsg.).(1990). *Psychologiegeschichte heute*. Göttingen: Hogrefe Verlag.

Schorr, A. (1990). Biographische Forschung und Biographie in der Geschichte der Psychologie. In A. Schorr & E. G. Wehner (Hrsg.), *Psychologiegeschichte heute* (S. 56-70). Göttingen: Hogrefe Verlag.

Schorr, A. & Wehner, E.G. (1990). Perspektiven der Historiographie in der deutschsprachigen Psychologie. In A. Schorr & E. G. Wehner (Hrsg.), *Psychologiegeschichte heute* (S. 306-315). Göttingen: Hogrefe Verlag.

Schorr, A. (1991). Psychotherapie und Ethik und die Perspektiven der Zeitschrift "Ethik und Sozialwissenschaften". Metakritik. *Ethik und Sozialwissenschaften*, 3, 508-511.

Schorr, A. & Wehner, E.G. (1991). Stand und Perspektiven der Psychologiegeschichte im deutschsprachigen Raum. Ergebnisse einer Umfrage. *Psychologische Rundschau*, 42, 88-91.

Schorr, A. (1992). Nachahmung und Nachahmungsgeneralisierung. Habilitationsschrift, Universität Eichstätt.

Schorr, A. (1992). Motivation. In J. Blattner, B. Gareis & A. Plewa (Hrsg.), *Handbuch der Psychologie für die Seelsorge* (S. 80-109). Düsseldorf: Patmos Verlag.

Schorr, A. & Wehner, E.G. (1992). Das Lehrer-Schüler-Verhältnis als psychologiegeschichtliches Konzept. In H. Gundlach (Hrsg.), *Psychologische Forschung und Methode: Das Versprechen des Experiments*. Passau: Passavia Verlag.

Schorr, A. (1993). Lernen. In A. Schorr (Hrsg.), *Handwörterbuch der Angewandten Psychologie* (S. 443-446). Bonn: Deutscher Psychologen Verlag.

Schorr, A. (1993). Behaviorismus und Neobehaviorismus. In H. E. Lück & R. Miller (Hrsg.), *Illustrierte Geschichte der Psychologie*. München: Quintessenz Verlag.

Schorr, A. (1993). *Die Psychologie und die Methodenfrage. Reflexionen zu einem zeitlosen Thema*. Göttingen: Hogrefe Verlag.

Schorr, A. (1993). Am Individuum vorbei? Wirtschaftsethik als wissenschaftliche Reformulierung sozial- und wirtschaftspolitischer Ziele. *Ethik und Sozialwissenschaften*, 4, 76-78.

Schorr, A. & Saari, S. (Hrsg.) . (1995). *Psychology in Europe. Facts, figures, realities*. Göttingen: Hogrefe Verlag.

Schorr, A. (1996). *Experimentelle Psychologie*. Lengerich: Pabst Verlag.

Schorr, A. (2000). John B. Watson: Psychology from the standpoint of a behaviorist (1919). In H. E. Lück, R. Miller & G. Sewz-Vosshenrich (Hrsg.), *Klassiker der Psychologie* (S. 121-127). Stuttgart: Kohlhammer Verlag.

Schorr, A. (2000). Burrhus Frederic Skinner: The behavior of organisms (1938). In H. E. Lück, R. Miller & G. Sewz-Vosshenrich (Hrsg.), *Klassiker der Psychologie* (S. 173-180). Stuttgart: Kohlhammer Verlag.

Scherer, K., Schorr, A. & Johnstone, T. (Hrsg.). (2001). *Appraisal: A new paradigm in emotion research*. New York: Oxford University Press.

Schorr, A. (2001). Appraisal - the evolution of an idea. In K. Scherer, Schorr & T. Johnstone (Hrsg.), *Appraisal: A new paradigm in emotion research* (S. 20-37). New York: Oxford University Press.

Schorr, A. (2001). Subjective measurement in appraisal research. Present state and future perspectives. In K. Scherer, A. Schorr & T. Johnstone (Hrsg.), *Appraisal: A new paradigm in emotion research* (S. 331-350). New York: Oxford University Press.

Schorr, A. (2000). Medienerziehung, Medienkompetenz und Medienwirkungsforschung - eine integrative Perspektive. In *Publikums- und Wirkungsforschung. Ein Reader* (S. 397-429). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Schorr, A. (2003). Pädagogische Psychologie. In Schorr, A. (Hrsg.). *Die Psychologie als Profession. Das Handbuch* (S. 383-395). Bern: Huber Verlag.

## **In Vorbereitung / in Druck**

Schorr, A. Lehren und Lernen mit interaktiven Whiteboards. Neue Dimensionen der Anschaulichkeit (2011).

Weitere Buchpublikationen zum visuellen Lernen/zur visuellen Kommunikation (2011/2012).

## **Unveröffentlichte Schriften**

Schorr, A. (1978). Frühe Formen der Verhaltenstherapie und ihre Konfrontation mit der Psychoanalyse. Diplomarbeit, Ludwig-Maximilians-Universität München.

Schorr, A. (1981). Auf den Spuren einer Angewandten Wissenschaft. Zur Geschichte der Verhaltenstherapie. Die amerikanische Tradition. Dissertation, Ludwig-Maximilians-Universität München (später veröffentlicht unter dem Titel „*Die Verhaltenstherapie. Ihre Geschichte von den Anfängen bis zur Gegenwart*“, Weinheim: Beltz Verlag).

## **Bücher, Buchkapitel und Zeitschriftenaufsätze zur Psychologischen Diagnostik und Angewandten Psychologie**

Schorr, A. (1986). (Hrsg.). *Bericht über den 13. Kongress für Angewandte Psychologie*, Band 1. Bonn: Deutscher Psychologen Verlag.

Schorr, A. (1986). (Hrsg.). *Bericht über den 13. Kongress für Angewandte Psychologie*, Band 2. Bonn: Deutscher Psychologen Verlag.

Schorr, A. & Brugger, B. (1990). Zum aktuellen Stand der psychologischen Diagnostik in der Praxis. In D. Frey (Hrsg.), *Bericht über den 37. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Psychologie* (S. 269). Göttingen: Hogrefe Verlag.

Schorr, A. (1991). Diagnostische Praxis in der Arbeits- und Organisationspsychologie. In H. Schuler & U. Funke (Hrsg.), *Eignungsdiagnostik in Forschung und Praxis* (S. 6-13). Stuttgart: Verlag für Angewandte Psychologie.

Schorr, A. (1993). Projective testing in behavior therapy. *European Journal of Psychological Assessment*, 9, 213-221.

Schorr, A. (1993). Methodenausbildung in der Angewandten Psychologie – Forschungsdefizite und Forschungsperspektiven. In A. Schorr (Hrsg.), *Die Psychologie und die Methodenfrage* (S. 272-280). Göttingen: Hogrefe Verlag.

Schorr, A. (1993). *Handwörterbuch der Angewandten Psychologie. Die Angewandte Psychologie in Schlüsselbegriffen*. Bonn: Deutscher Psychologen Verlag.

Schorr, A. & Wehner, E.G. (1993). Geschichte der Angewandten Psychologie. In A. Schorr (Hrsg.), *Handwörterbuch der Angewandten Psychologie. Die Angewandte Psychologie in Schlüsselbegriffen* (S. 291-296). Bonn: Deutscher Psychologen Verlag.

## **In Vorbereitung / in Druck**

Publikationen zum Themenfeld sozialer Kompetenzmessung (2012).

## **Bücher, Buchkapitel und Zeitschriftenaufsätze zur Psychologischen Gesundheitsforschung**

Schorr, A. (1984). *Die Verhaltenstherapie. Ihre Geschichte von den Anfängen bis zur Gegenwart*. Weinheim: Beltz Verlag.

Schorr, A. & Jilsky, C. (1987). Klinische Betriebspsychologie oder Klinische Psychologie im Betrieb? Versuch einer Standortbestimmung. *Psychologie und Praxis. Zeitschrift für Organisationspsychologie*, 31, 68-76.

Schorr, A. (1993). Neurose. In A. Schorr (Hrsg.), *Handwörterbuch der Angewandten Psychologie. Die Angewandte Psychologie in Schlüsselbegriffen* (S. 479-482). Bonn: Deutscher Psychologen Verlag.

Schorr, A. (1995). Gesundheit und Krankheit. Zwei Begriffe mit getrennter Historie? In R. Lutz & N. Marks (Hrsg.), *Wie gesund sind Kranke? Zur seelischen Gesundheit psychisch Kranker*. Göttingen: Hogrefe Verlag.

Schorr, A. (1995). Behaviour therapy in Europe. A brief excursion into its history. In K. G. Gøttestam & E. Ö. Arnarson (Hrsg.), *Twenty-fifth anniversary of the European Association for Behavioural and Cognitive Therapies (EABCT)*. Trondheim: Norservice.

Schorr, A. (2003). Gesundheitskommunikation. In A. Schorr (Hrsg.), *Psychologie als Profession. Das Handbuch* (S. 237-251). Bern: Huber Verlag.

Schorr, A. (2009). Neue Gefahren: Onlinesucht – exzessive Internetnutzung, die krank macht. A. Schorr (Hrsg.), *Jugendmedienforschung. Forschungsprogramme, Synopse, Perspektiven* (S. 337-390). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Schorr, A. (2010). Die stille Sucht. Onlinesucht – exzessive Internetnutzung, die krank macht. *Praxis der Rechtspsychologie*, 20(1), 6-27.

### **In Vorbereitung / in Druck**

Schorr, A. (Hrsg.). *Gesundheitskommunikation (Health Communication)*. Göttingen: Hogrefe Verlag (2011).

Weitere Buch- und Zeitschriftenpublikationen zum Themenfeld psychologischer Gesundheitsforschung, insbesondere zu ehealth und phealth.

### **Bücher, Buchkapitel und Zeitschriftenaufsätze in der Medienpsychologie und Werbepsychologie**

Schorr, A. (1995). Psychology and the media in Germany. In Schorr, A. & Saari, S. (Hrsg.). *Psychology in Europe. Facts, figures, realities* (S. 205-238). Göttingen: Hogrefe Verlag.

Schorr, A. (1995). Realitätsmanagement bei Fernsehkonsum. Ein Beitrag zu psychologischen Wirkung von Reality-TV-Sendungen auf das emotionale Befinden. *Medienpsychologie*, 7, 184-204.

Schorr, A. (1996). Realität oder Fiktion? Eine experimentelle Studie zu den psychologischen Wirkungen von Realitätsmanipulationen bei Reality-TV- und Serienbeiträgen. In W. Hömberg & H. Pürer (Hrsg.), *Medien-Transformation. Zehn Jahre dualer Rundfunk in Deutschland* (S. 423-450). Konstanz: Verlag Ölschläger/Universitätsverlag.

Schorr, A. (1997). Zukunftsentwürfe medialer Kommunikation: Virtuelle Realität, Immersion und Präsenzerleben. In Haase, H. et al. (Hrsg.). *Fortschritte der Marktpsychologie* (S. 103-130). Frankfurt: Hensel-Hohenhausen.

Schorr, A. (1997). Sind die US-amerikanischen Quotenmessungen zuverlässig? *Informationen der Deutschen Gesellschaft für Medienwirkungsforschung*, 1, 1-2.

Schorr, A. (1997). Die Sitcom – TV-Erfolgsgenre in wertkonservativen Zeiten. *Informationen der Deutschen Gesellschaft für Medienwirkungsforschung*, 1, 5-7.

Schorr, A. (1999). Ganzheitlicher forschen! Emotionaler werben? Werbewirkungsforschung, Teil 1. *Absatzwirtschaft*, 42(11), 86-96.

Schorr, A. (1999). Ganzheitlicher forschen! Emotionaler werben? Werbewirkungsforschung, Teil 2. *Absatzwirtschaft*, 42(12) 84-88.

Schorr, A. (Hrsg.). (2000). *Publikums- und Wirkungsforschung. Ein Reader*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Schorr, A. (2000). Das geheimnisvolle Publikum, die Transformation der Medien und die künftige Publikums- und Wirkungsforschung. In *Publikums- und Wirkungsforschung. Ein Reader* (S. 3-29). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Schorr, A. (2000). Medienerziehung, Medienkompetenz und Medienwirkungsforschung - eine integrative Perspektive. In *Publikums- und Wirkungsforschung. Ein Reader* (S. 397-429). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Schorr, A. & Schorr-Neustadt, M. (2000). Wer ist das Publikum von Reality-TV? Zuschauermerkmale und Nutzungsmotive. In A. Schorr (Hrsg.), *Publikums- und Wirkungsforschung. Ein Reader* (S. 337-362). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Schorr-Neustadt, M. & Schorr, A. (2000). Real People TV. Eine Genre-vergleichende Inhaltsanalyse zur dramatischen Inszenierung von Reality-TV- und Serienbeiträgen. In A. Schorr (Hrsg.), *Publikums- und Wirkungsforschung. Ein Reader* (S. 315-336). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Schorr, A. (2001). Die neue Dekade der Werbewirkungsforschung: Ganzheitlichere Forschungsstrategien, systematischere Glaubwürdigkeitsinszenierungen und die neue Interaktivität in der Werbung. In G. Breunig (Hrsg.), *Grenzen überschreiten. Schriftenreihe des Berufsverbands Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V., BVM Schriftenreihe, Band 28* (S. 19-42). Offenbach: BVM.

Schorr, A. (2001). Droht ein totales Werbeverbot im Umfeld von Kindersendungen? Kind und Werbung, Teil 1. *Absatzwirtschaft*, 44(1), 108-111.

Schorr, A. (2001). Werbekompetenz als Basis und Ziel verantwortungsvoller Werbung. Kind und Werbung, Teil 2. *Absatzwirtschaft*, 44(2), 86-89.

Schorr, A. (2002). Medienpsychologie. In H. Schanze (Hrsg.), *Metzler Lexikon Medientheorie Medienwissenschaft. Ansätze – Personen – Grundbegriffe* (S. 239-242). Stuttgart: Verlag J.B. Metzler.

Schorr, A. (2002). Einstellung. In H. Schanze (Hrsg.), *Metzler Lexikon Medientheorie Medienwissenschaft. Ansätze – Personen – Grundbegriffe* (S. 75-76). Stuttgart: Verlag J.B. Metzler.

Schorr, A. (2002). Gewalt. In H. Schanze (Hrsg.), *Metzler Lexikon Medientheorie Medienwissenschaft. Ansätze – Personen – Grundbegriffe* (S. 127-129). Stuttgart: Verlag J.B. Metzler.

Schorr, A. (2002). Kognition. In H. Schanze (Hrsg.), *Metzler Lexikon Medientheorie Medienwissenschaft. Ansätze – Personen – Grundbegriffe* (S. 163-164). Stuttgart: Verlag J.B. Metzler.

Schorr, A. (2002) Rezipient. In H. Schanze (Hrsg.), *Metzler Lexikon Medientheorie Medienwissenschaft. Ansätze – Personen – Grundbegriffe* (S. 315-317). Stuttgart: Verlag J.B. Metzler.

Schorr, A. (2002). Text-Bild-Schere. In H. Schanze (Hrsg.), *Metzler Lexikon Medientheorie Medienwissenschaft. Ansätze – Personen – Grundbegriffe* (S. 342-344). Stuttgart: Verlag J.B. Metzler.

Schorr, A. Campbell, W. & Schenk, M. (Hrsg.). (2003). *Communication research and media science in Europe. Perspectives for research and academic training in Europe's changing media reality*. Berlin/New York: Mouton de Gruyter.

Schorr, A. (2003). Interactivity: The new media use option – state of the art. In A. Schorr, W. Campbell & M. Schenk (Hrsg.), *Communication research and media science in Europe. Perspectives for research and academic training in Europe's changing media reality* (S. 57-111). Berlin/New York: Mouton de Gruyter.

Schorr, A. (2003). Medienpsychologie. In A. Schorr (Hrsg.), *Psychologie als Profession. Das Handbuch* (S. 335-346). Bern: Huber Verlag.

Schorr, A. (2006). The psychology of romantic love and the new German telenovelas. A functional analysis. In A. Schorr & S. Seltmann (Hrsg.), *Changing media markets in Europe and abroad. New ways of handling information and entertainment content* (pp. 231-271). *Series on International Media Research, Vol. 1*. Berlin: Pabst Science Publishers.

Schorr, A. (2006). Interactivity as entertainment content: Conceptual roots, definitions, and a pilot study. In A. Schorr & S. Seltmann (Hrsg.), *Changing media markets in Europe and abroad. New ways of handling information and entertainment content* (pp. 305-357). *Series on International Media Research, Vol. 1*. Berlin: Pabst Science Publishers.

Schorr, A. (2006). Generativity: The key to marketing strategies targeting female midagers. In A. Schorr & S. Seltmann (Hrsg.), *Changing media markets in Europe and abroad. New ways of handling information and entertainment content* (pp. 469-493). *Series on International Media Research, Vol. 1*. Berlin: Pabst Science Publishers.

Schorr, A. & Seltmann, S. (Hrsg.) (2006). *Changing media markets in Europe and abroad. New ways of handling information and entertainment content. Series on International Media Research, Vol. 1*. Berlin: Pabst Science Publishers.

Schorr, A. & Seltmann, S. (2006). Introduction. In A. Schorr & S. Seltmann (Hrsg.), *Changing media markets in Europe and abroad. New ways of handling information and entertainment content* (S. XIII-XX). *Series on International Media Research, Vol. 1*. Berlin: Pabst Science Publishers.

Schorr, A. (2006). Zauberformel Generativität. *Absatzwirtschaft*, 12, 50-53.

Schorr, A. (Hrsg.) (2009). *Jugendmedienforschung. Forschungsprogramme, Synopse, Perspektiven*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Schorr, A. (2009). Jugendmedienforschung als empirisches Projekt. In A. Schorr (Hrsg.), *Jugendmedienforschung. Forschungsprogramme, Synopse, Perspektiven* (S. 3-9). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Schorr, A. (2009). Kognitionspsychologische Perspektiven in der Forschung zu Kindern und Medien. Daniel Andersons „Blues Clues“. In A. Schorr (Hrsg.), *Jugendmedienforschung. Forschungsprogramme, Synopse, Perspektiven* (S. 13-40). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Schorr, A. (2009). Emotions- und motivationspsychologische Grundlagen als Basis der Jugendmedienforschung. Das Forschungsprogramm von Dolf Zillmann. In A. Schorr (Hrsg.), *Jugendmedienforschung. Forschungsprogramme, Synopse, Perspektiven* (S. 63-89). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Schorr, A. (2009). Entwicklungspsychologische und methodische Perspektiven: Ulla Johnsson-Smaragdís Grundlagenforschung zur Mediennutzung. In A. Schorr (Hrsg.), *Jugendmedienforschung. Forschungsprogramme, Synopse, Perspektiven* (S. 141-164). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Schorr, A. (2009). Sozialpsychologische und soziologische Perspektiven: Lesen, Strukturieren, Bewerten. Heinz Bonfadellis Forschungsprogramm. In A. Schorr (Hrsg.), *Jugendmedienforschung. Forschungsprogramme, Synopse, Perspektiven* (S. 201-221). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Schorr, A. (2009). Sozialpsychologische Perspektiven: Sonia Livingstones Weg von der kritischen Fernsehforschung zur Analyse der Internet-Generation. In A. Schorr (Hrsg.), *Jugendmedienforschung. Forschungsprogramme, Synopse, Perspektiven* (S. 279-299). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Schorr, A. (2009). Good Communication: Gute Medienkommunikation als medienpsychologisches Thema. In A. Schorr (Hrsg.), *Jugendmedienforschung. Forschungsprogramme, Synopse, Perspektiven* (S. 391-440). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Schorr, A. & Zillmann, D. (2009). Gefühle, Musik und paradoxe Stimmungsregulation bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen. In A. Schorr (Hrsg.), *Jugendmedienforschung. Forschungsprogramme, Synopse, Perspektiven* (S. 91-140). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

## **Professionen-Studien**

### **Psychologische Studien zur Professionalisierung akademischer Berufe**

#### **Psychologie (mit Bezug zu allen Teilgebieten)**

Schorr, A. (1986). (Hrsg.). *Psychologie Mitte der achtziger Jahre*. Bonn: Deutscher Psychologen Verlag.

Schorr, A. (1986). Der Klinische Psychologe als Wissenschaftler und Praktiker. Amerikanische und deutsche Ausbildungskonzepte aus historischer Sicht. In A. Schorr (Hrsg.), *Psychologie Mitte der achtziger Jahre* (S. 66-87). Bonn: Deutscher Psychologen Verlag.

Schorr, A. & Jilsky, C. (1987). Klinische Betriebspsychologie oder Klinische Psychologie im Betrieb? Versuch einer Standortbestimmung. *Psychologie & Praxis. Zeitschrift für Organisationspsychologie*, 31, 68-76.

Schorr, A. (1990). Verdrängte Vergangenheit - gewonnene Zukunft? Die Klinische Psychologie in der Krise. In S. Höfling & W. Butollo (Hrsg.), *Bericht über den 16. Kongress für Angewandte Psychologie* (S. 45-53). Bonn: Deutscher Psychologen Verlag.

Schorr, A. (1990). Geschichte der Klinischen Psychologie. In E. G. Wehner (Hrsg.), *Einführung in die Geschichte der Psychologie* (S. 131-161). Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.

Schorr, A. & Brugger, B. (1990). Zum aktuellen Stand der psychologischen Diagnostik in der Praxis. In D. Frey (Hrsg.), *Bericht über den 37. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Psychologie* (S. 269). Göttingen: Hogrefe Verlag.

Schorr, A. (1991). *Psychologen im Beruf. Qualifikationsmerkmale, Tätigkeitsfelder, Perspektiven*. Bonn: Deutscher Psychologen Verlag.

Schorr, A. (1991). Diagnostische Praxis in der Arbeits- und Organisationspsychologie. In H. Schuler & U. Funke (Hrsg.), *Eignungsdiagnostik in Forschung und Praxis* (S. 6-13). Stuttgart: Verlag für Angewandte Psychologie.

Schorr, A. (1993). Der Berufsverband Deutscher Psychologen e.V. In H. E. Lück & R. Miller (Hrsg.), *Illustrierte Geschichte der Psychologie*. München: Quintessenz Verlag.

Schorr, A. (1994). Die Psychologie in den Printmedien. Eine Inhaltsanalyse auflagenstarker Tageszeitungen und Zeitschriften. *Medienpsychologie*, 6, 199-219.

Schorr, A. (1994). Die Printmedien im Urteil der Psychologen. Einschätzungen und Fehleinschätzungen zur Präsenz der Psychologie in den Printmedien. *Medienpsychologie*, 6, 278-301.

Schorr, A. (1995). Psychologen Ost und West - zwei Gesichter einer Profession? Ergebnisse einer empirischen Studie. I: Tätigkeitsfelder, Tätigkeitsstrukturen und Qualifikationsmerkmale ost- und westdeutscher Psychologen. *Report Psychologie*, 20, 18-28.

Schorr, A. (1995). Psychologen Ost und West - zwei Gesichter einer Profession? Ergebnisse einer empirischen Studie. II. Kooperation, Konflikte und berufliche Zufriedenheit bei ost- und westdeutschen Psychologen. *Report Psychologie*, 20, 28-37.

Schorr, A. & Saari, S. (Hrsg.) . (1995). *Psychology in Europe. Facts, figures, realities*. Göttingen: Hogrefe Verlag.

Schorr, A. (1995). German psychology after reunification. Results of an empirical study investigating qualification, areas of specialization and employment structures of East and West German psychologists. In A. Schorr & S. Saari (Hrsg.), *Psychology in Europe. Facts, figures, realities* (S. 35-58). Göttingen: Hogrefe Verlag.

Schorr, A. (2002). Der Berufsverband Deutscher Psychologen e.V. In H. E. Lück & R. Miller (Hrsg.), *Illustrierte Geschichte der Psychologie* (S. 286-291). Weinheim: Beltz Verlag.

Schorr, A. (2003). Die Psychologie als Wissenschaft und als Profession. In Schorr, A. (Hrsg.). *Die Psychologie als Profession. Das Handbuch* (S. 1-56). Bern: Huber Verlag.

## **Kunst**

Schorr, A. (2007). Denken und Lernen mit Bildern. Konturen eines Forschungsprogramms. *Kunst und Unterricht*, 314/315, 75-76.

## **Kommunikations- und Medienforschung**

Schorr, A. (2003). Communication research and media science in Europe: Research and academic training at a turning point. In A. Schorr, W. Campbell & M. Schenk (Hrsg.), *Communication research and media science in Europe. Perspectives for research and academic training in Europe's changing media reality* (S. 3-55). Berlin/New York: Mouton de Gruyter.

Schorr, A. (2003). Communication research and media science in Europe: Research and academic training at a turning point. In A. Schorr, W. Campbell & M. Schenk (Hrsg.), *Communication research and media science in Europe. Perspectives for research and academic training in Europe's changing media reality* (S. 3-55). Berlin/New York: Mouton de Gruyter.

Schorr, A. (2011). *Auf Europastandard. Die jungen Medienforscher und ihre Perspektiven*. Wiesbaden: VS Verlag.  
*darin:*

Schorr, A. (2011). Angekommen im Europa der Forscher? Analysen zur Internationalisierung der deutschsprachigen Medienforscher (S. 37-73).

Schorr, A. (2011). Der Weg zu einer neuen Forschungsidentität - ein psychologisch-strategisches Paket (77-101).

Schorr, A. (2011). Die Bedeutung der Forschungsethik für die Internationalisierung (S. 105-122).

Schorr, A. (2011). Kompendium international gültiger Ethikregeln für Medienforschung und Medienpraxis (S. 125-147).

Schorr, A. (2011). Neue Rollen für Medienforscher/innen (S. 151-170).

## **Informatik und Ingenieurwissenschaften In Vorbereitung / in Druck**

Schorr, A. Psychologische Barrieren beim Zugang zu technischen Fächern bei männlichen und weiblichen Jugendlichen – eine aktuelle Bestandsaufnahme.

## **Gutachten (Wirtschaft)**

Schorr, A. (1991). Psychologen im Beruf. Qualifikationsmerkmale, Tätigkeitsfelder, Perspektiven. Bonn: Deutscher Psychologen Verlag. Gutachten, erstellt im Auftrag des Berufsverbandes Deutscher Psychologinnen und Psychologen e.V.

Schorr, A. (1993). Programminteressen, Fernseh motive und Umschaltverhalten. Eine empirische Studie zum Zuschauerverhalten unter besonderer Berücksichtigung des Unterhaltungsgenre Show. Gutachten, erstellt im Auftrag der G.A.T. Film und Fernsehproduktion GmbH.

Schorr, A. (1996). Die Viersteins. Empirische Ergebnisse zur Medienwirkung der Serie und Schlussfolgerungen für ihre künftige Konzeption. Gutachten, erstellt im Auftrag von PRO7/ Endemol.

Schorr, A. (2002). Die Bedeutung von Spielglück-Konzepten, Spielmotiven und Emotions-Management-Techniken für die Bereitschaft zum Lottospiel. Gutachten, erstellt im Auftrag der Westdeutschen Lotto GmbH.

Schorr, A. (2002). Ein Vergleich der TV-Shows „LOTTO-Show“ und „Wetten dass ...?“ Allgemeine Charakteristika, Aspekte der Showqualität). Gutachten, erstellt im Auftrag der Westdeutschen Lotto GmbH.

Schorr, A. (2006). Medienpsychologische Analysen zur neuen TV-Interaktivitätserfahrung mit „QuizTime – das Quiz für Ausgeschlafene“ (Kabel 1). Gutachten, erstellt im Auftrag der InLive Interactive GmbH, München.

### **Gutachten (Wissenschaft)**

Schorr, A. (2007). Gut vorbereitet auf das neue Europa der Forschung? Analysen zur aktuellen Situation der deutschen Kommunikations- und Medienwissenschaft Internationale Vernetzung, Arbeitsumfeld, Personal, professionelle Identität). Gutachten, erstellt für den Wissenschaftsrat (WR), Arbeitsgruppe Medienwissenschaften, Februar 2007.