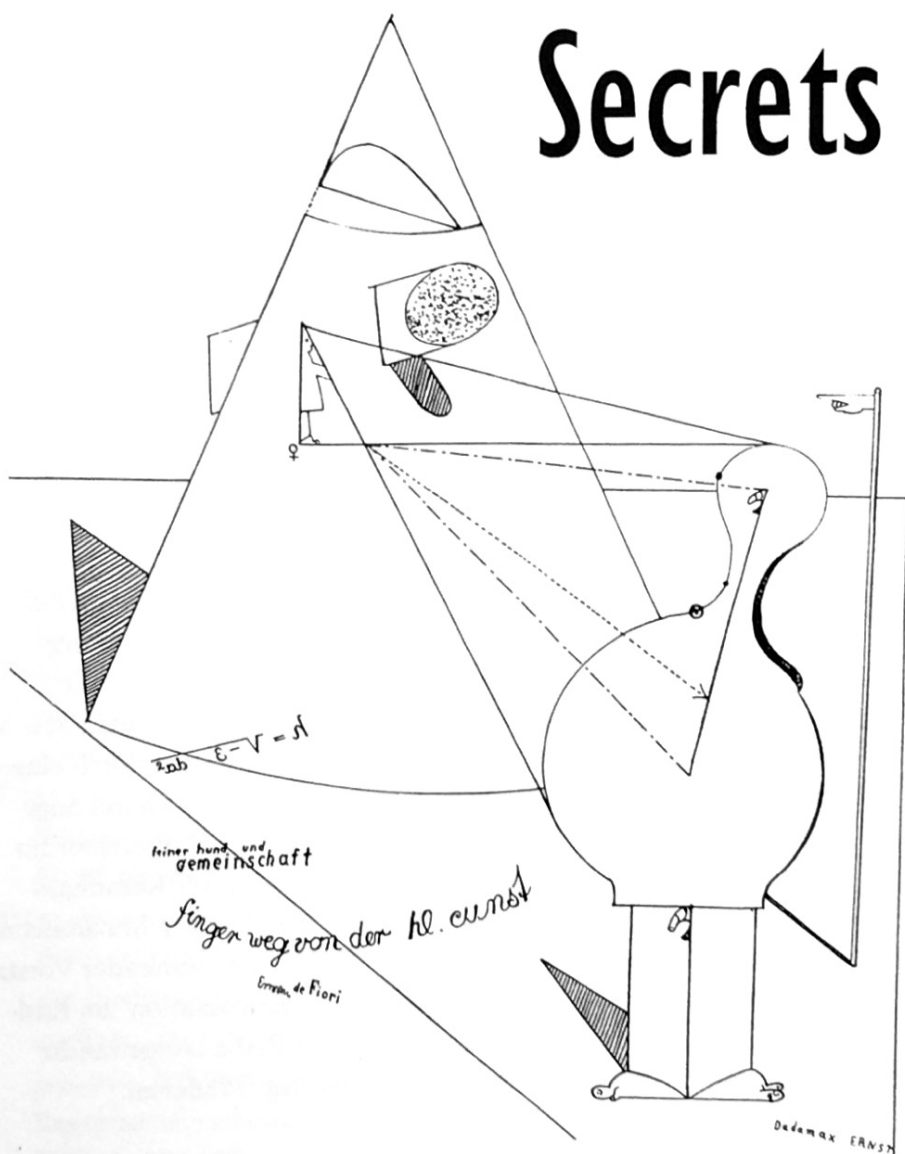


# A Saucerful of Secrets



Aktivitäten des Fachgebiets  
Empirische Kommunikationsforschung  
Institut für Kommunikationswissenschaft (ZW)  
Ludwig-Maximilians-Universität München  
1997



Prof. Dr. Hans-Bernd Brosius  
\* 1957

1976 bis 1980 Studium der Psychologie, Philosophie, Pädagogik und Medizin an der Westfälischen Wilhelms-Universität in Münster, dort anschließend drei Jahre wissenschaftlicher Mitarbeiter am Psychologischen Institut. 1983 Promotion an der Philosophischen Fakultät der Universität Münster zum Dr. phil. mit einer Dissertation zum Thema „Augenbewegung und Informationsverarbeitung“. 1983 bis 1988 wissenschaftlicher Mitarbeiter im DFG-Forschungsprojekt „Instrumentelle Aktualisierung“ (Leiter Prof. Dr. Hans Mathias Kepplinger) am Institut für Publizistik der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Danach DFG-Stipendiat im Rahmen des Postdoktorandenprogramms mit einem Projekt über „Vividness und Salience als Faktoren der Wirkung von politischen Beiträgen im Fernsehen“. 1990 bis 1996 Hochschulassistent, später Hochschuldozent (C2) am Institut für Publizistik der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Dort 1994 Habilitation am Fachbereich 12 Sozialwissenschaften; Venia Legendi: Publizistikwissenschaft. Seit Mai 1995 Direktor des Medieninstituts Ludwigshafen, einer durch einen Trägerverein getragenen Forschungseinrichtung, die sich mit angewandter medienforschung befaßt. Seit April 1996 C3-Professor für empirische Kommunikationsforschung am Institut für Kommunikationswissenschaft (Zeitungswissenschaft) der Ludwig Maximilians-Universität München, seit Oktober 1997 Geschäftsführender Vorstand des Instituts. Mitherausgeber der Reihe „Kommunikation“ im Karl-Alber-Verlag, Freiburg und Herausgeber der Reihe „Angewandte Medienforschung“ im Reinhard-Fischer-Verlag, München.

#### *Forschungsprojekte 1997*

- Br904/14-2 (DFG): Massenmedien und ausländerfeindliche Straftaten im internationalen Vergleich. Entwicklung einer Framing-Theorie von Nachrichtenauswahl und Nachrichtewirkung.
- Br904/17-1 (DFG): Inhalte, Strukturen und Argumentationsformen von Nachrichten im deutschen Fernsehen.

## Publikationen 1997

- Brosius, Hans-Bernd: Modelle und Ansätze der Medienwirkungsforschung. Überblick über ein dynamisches Forschungsfeld. Bonn: ZV Zeitungs-Verlag Service 1997 (=Düsseldorfer Medienwissenschaftliche Vorträge, herausgegeben von Hans Süßmuth, Band 8).
- Scherer, Helmut & Brosius, Hans-Bernd (Hrsg.): Zielgruppen, Publikumssegmente, Nutzergruppen. Beiträge aus der Rezeptionsforschung. München: Verlag Reinhard Fischer 1997.
- Brosius, Hans-Bernd: Multimedia und digitales Fernsehen: Ist eine Neuausrichtung kommunikationswissenschaftlicher Forschung notwendig? In: *Publizistik (42) 1997*, S.37-45, 90-96.
- Brosius, Hans-Bernd: Der gut informierte Bürger? Rezeption von Rundfunknachrichten in der Informationsgesellschaft. In: Charlton, Michael & Schneider, Silvia (Hrsg.): *Rezeptionsforschung. Theorien und Untersuchungen zum Umgang mit Massenmedien*. Opladen: Westdeutscher Verlag 1997, S. 92-104.
- Brosius, Hans-Bernd: Modelle und Ansätze der Medienwirkungsforschung. Überblick über ein dynamisches Forschungsfeld. In: *Soziale Wirklichkeit. Jenaer Blätter für Sozialpsychologie und angrenzende Wissenschaften (1) 1997*, S.223-242.
- Brosius, Hans-Bernd & Engel, Dirk: "Die Medien beeinflussen vielleicht die anderen, aber mich doch nicht." Zu den Ursachen des Third-Person-Effekts. In: *Publizistik (42) 1997*, S. 325-345.
- Brosius, Hans-Bernd & Esser, Frank: Fördern Massenmedien fremdenfeindliche Gewalt? *Schriftenreihe der Polizei-Führungsakademie 2/1997*, S. 41-52.
- Brosius, Hans-Bernd & Steger, Beate: Programmhinweise in Programmzeitschriften und Sehbeteiligung: Gibt es einen Zusammenhang? In: *Rundfunk und Fernsehen (45) 1997*, S. 307-323.
- Daschmann, Gregor & Brosius, Hans-Bernd: Ist das Stilmittel die Botschaft? Fallbeispiele in deutschen Fernsehmagazinen. In: *Rundfunk und Fernsehen (45) 1997*, S.486-504.
- Fahr, Andreas & Brosius, Hans-Bernd: Zuschauer oder Art Director. Wer bestimmt die Werbewirkung? Zum unterschiedlichen Einfluß von Rezipienten- und Gestaltungsmerkmalen in der Fernsehwerbung. In: Scherer, Helmut & Brosius, Hans-Bernd (Hrsg.): *Zielgruppen, Publikumssegmente, Nutzergruppen: Beiträge aus der Rezeptionsforschung*. München: Verlag Reinhard Fischer, München 1997, S. 185-205.
- Fan, David; Brosius, Hans-Bernd & Esser, Frank: Computer and human coding of German text on attacks on foreigners. In: West, Mark (Hrsg.): *New directions in computer content analysis: Theory, method, and practice*. Beverly Hills: Sage 1997 (im Druck).
- Kiewitz, Christian; Weaver, James B.; Brosius, Hans-Bernd & Weimann, Gabriel: Cultural differences in listening style preferences: A comparison of young adults in Germany, Israel, and the United States. In: *International Journal of Public Opinion Research (9) 1997*, S. 233-247.

Schweiger, Wolfgang & Brosius, Hans-Bernd: Internet und Sprache. Zusammenhänge zwischen Online-Nutzung und dem individuellen Schreibstil. In: Beck, Klaus; Vowe, Gerhard (Hrsg.): Computernetze – ein Medium öffentlicher Kommunikation. Berlin: Volker Spiess 1997, S. 159-183.

Brosius, Hans-Bernd: Nicht die Form, der Inhalt entscheidet. In: *Public Relations Forum für Wissenschaft und Praxis*, Heft 3/1997, S. 37-39.

#### Vorträge 1997

- Die prägende Kraft der Gewalt. Massenmedien und Fremdenfeindlichkeit. Vortrag auf dem Kolloquium der Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Ludwig-Maximilians-Universität München, Siemens-Stiftung München, Januar 1997.
- Zuschauer oder Art Director. Wer bestimmt die Werbewirkung? Zum unterschiedlichen Einfluß von Rezipienten- und Gestaltungsmerkmalen in der Fernsehwerbung. Vortrag auf der Tagung der Fachgruppe Rezeptionsforschung in der DGPK. Ludwigshafen, 24. Januar 1997 (mit Andreas Fahr).
- The influence of exemplars on recipients' judgements: The part played by similarity between exemplar and recipient. Vortrag auf der 47th Annual Conference of the International Communication Association, Montreal, 22.5.97.
- Informationsrezeption – gestern, heute, morgen. Vortrag auf der Fachtagung Rezeptionsgeschichte, Südwestfunk, Baden-Baden, 25. Oktober 1997.

Im März 1997 Gastprofessur (DAAD-Kurzzeitdozentur) am Department of Communication, University of Missouri at St. Louis, USA.  
Im Juli 1997 Ruf auf eine C4-Professur für Grundlagen der medialen Kommunikation und der Medienwirkung in Jena.



Ingeborg Schiebl, Sekretariat

\* 1940



Dr. Patrick Rössler

\* 1964

1982 bis 1987 Studium der Publizistik, Jura und Politikwissenschaft an der Johannes-Gutenberg-Universität, Mainz. Magisterarbeit zum Thema „Dallas und Schwarzwaldklinik“. 1989 bis 1994 wissenschaftlicher Mitarbeiter im DFG-Projekt „Massenmedien und interpersonale Kommunikation“ (Leiter: Prof. Dr. Michael Schenk) an der Universität Stuttgart-Hohenheim, danach Mitarbeiter am Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft und Sozialforschung. Ab 1992 Mitglied des Prüfungsausschusses Kommunikationswissenschaft/ Journalistik, 1995/96 Mitglied der Kommission zur Einrichtung eines grundständigen Studiengangs Kommunikationswissenschaft. Im Dezember 1996 Promotion zum Dr. rer.soc. an der Fakultät für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften der Universität Hohenheim. Thema der Dissertation: „Agenda-Setting. Theoretischer Gehalt und empirische Evidenzen einer Medienwirkungshypothese.“ Seit Juli 1997 wissenschaftlicher Assistent am Institut für Kommunikationswissenschaft (ZW) der Ludwig-Maximilians-Universität München im Fachgebiet Empirische Kommunikationsforschung. Daneben seit 1988 fester freier Mitarbeiter der „Stuttgarter Zeitung“, Ressort Film. Mitherausgeber der Zeitschrift „Transfer. Präsentation kommunikationswissenschaftlicher Nachwuchsforschung“ und Mitherausgeber der Buchreihe „Edition 451“ im Fachverlag Döbler & Rössler, Winnenden.

*Arbeitsschwerpunkte: Medienwirkungen, Neue Kommunikationstechnologien.*

#### *Publikationen 1997*

Rössler, Patrick: Agenda-Setting. Theoretische Annahmen und empirische Evidenzen einer Medienwirkungshypothese. Opladen: Westdeutscher Verlag 1997.

Rössler, Patrick: Aus der Tasche in die Hand. Rezeption und Konzeption literarischer Massenpresse: Taschenbücher in Deutschland 1946-1963. Karlsruhe: Literarische Gesellschaft 1997 (rheinschrift 5).

Schenk, Michael & Rössler, Patrick: Wirtschaftsberichterstattung in Zeitschriften. Literaturbericht und Inhaltsanalyse. München: Verlag Reinhard Fischer 1997.

- Rössler, Patrick: Agenda-Designing als individuelle Realitätsrekonstruktion. Massenmedien, soziale Netzwerke und die politische Tagesordnung der Rezipienten. In: Bentele, Günter / Haller, Michael (Hrsg.): Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure – Strukturen – Veränderungen. Konstanz: UVK Medien 1997, S.349-365.
- Rössler, Patrick: Die Definitionsmacht für Themen des politischen Diskurses in einer veränderten Kommunikationswelt. Agenda-Setting und die Individualisierungstendenzen im Online-Zeitalter – ein Szenario. In: Schatz, Heribert u.a. (Hrsg.): Machtkonzentration in der Multimediagesellschaft? Beiträge zu einer Neubestimmung des Verhältnisses von politischer und medialer Macht. Opladen: Westdeutscher Verlag 1997, S.78-97.  
*Wiederabdruck in:* Politische Studien Nr.354, 1997, S.66-85.
- Rössler, Patrick: Die Filmberichterstattung in der deutschen Tagespresse. FiT 94 – eine Inhaltsanalyse der Beiträge zum Thema Kino in den Printmedien. In: *Publizistik* (42) 1997, S.181-204.
- Rössler, Patrick: Filmkritiker und Publikum: Diskrepanzen und Übereinstimmungen. Ergebnisse einer Befragung von Filmrezensenten und Kinogängern. In: *Media Perspektiven Heft 3/1997*, S.133-140.
- Rössler, Patrick: Service statt Kritik? Die Zielgruppe Kinopublikum und die Filmberichterstattung in der deutschen Tagespresse. In: Scherer, Helmut; Brosius, Hans-Bernd (Hrsg.): Zielgruppen, Publikumssegmente, Nutzergruppen: Beiträge aus der Rezeptionsforschung. München: Verlag Reinhard Fischer, München 1997, S.29-57
- Rössler, Patrick: Standardisierte Inhaltsanalysen im World Wide Web. Überlegungen zur Anwendung der Methode am Beispiel einer Studie zu Online-Shopping-Angeboten. In: Beck, Klaus; Vowe, Gerhard (Hrsg.): Computernetze – ein Medium öffentlicher Kommunikation. Berlin: Volker Spiess 1997, S.245-267.
- Schenk, Michael & Rössler, Patrick: The Rediscovery of Opinion Leaders. An Application of the Personality Strength Scale. In: *European Journal of Communication Research* 1/1997, S.5-30.

Sie erreichen uns unter:		E-Mail	Tel. (089) 2178-
Brosius	brosius@ifkw.uni-muenchen.de		2442
Rössler	roessler@ifkw.uni-muenchen.de		2439
Jenzowsky	jenzowsky@ifkw.uni-muenchen.de		2418
Scheufele	scheuf-b@ifkw.uni-muenchen.de		2416
Schweiger	schweigr@ifkw.uni-muenchen.de		2420
Fr. Schiebl (Sekretariat) täglich vormittags			-2441; Fax -2443

Dahm, Hermann & Rössler, Patrick: Marktplatz der Sensationen? In: *Media Spectrum* 4/1997, S.32-36.

Rössler, Patrick: Kino im Kopf. In: *journalist* 7/1997, S.42-44.

### Vorträge 1997

- Service statt Kritik. Die Zielgruppe Kinopublikum und die Filmbe-richterstattung in der deutschen Tagespresse. *Vortrag auf der Tagung der Fachgruppe Rezeptionsforschung in der DGPUK, Ludwigshafen, 24.1.1997.*
- Kommunikation ohne Grenzen? Meinungsfreiheit im Internet. *Vortrag im Rahmen der Medientage am See (LBW) in Friedrichshafen, 11.3.1997.*
- The Rediscovery of Opinion Leaders. *Vortrag auf der 50th Annual Conference (Anniversary Conference) der WAPOR in Edinburgh, 12.9.1997.*
- Landkarten für unsere politische Themenwelt. *Vortrag auf dem 20. wissenschaftlichen Kongress der DVPW in Bamberg, im Ad-hoc-Gruppe „Politik und Kognition“, 17.10.1997.*
- »Schwarzes Brett« statt »Tagesschau«? Diskursorientierte Netz-kommunikation in Newsgroups und die integrative Funktion des medialen Themenkanons. *Vortrag auf dem 2. Workshop der Fach-gruppe „Computervermittelte Kommunikation“ der DGPUK in München, 7.11.1997.*
- Reaktivität erwünscht. Netzkommunikation als methodische Herausforderung für die Inhaltsanalyse. *Vortrag auf der 1. German Online Research Tagung (GOR 97) in Köln, 21.11.1997 (mit Wolfgang Eichhorn).*

Im Sommersemester 1997 Lehrauftrag an der Universität Bayreuth, Thema „Geschichte und Programm der deutschen Taschenbuchverlage“ auf Einladung der Sprach- und Literaturwissenschaftlichen Fakultät.

3. Preis im Wettbewerb um den Nachwuchsförderpreis für politische Publizistik der Hanns-Seidel-Stiftung, Thema: „Vernetzte Gesellschaft: Wie verändern Informations- und Kommunikationstechnologien unser Leben?“



© Prof. Dr. Hans-Bernd Brosius  
Fachgebiet Empirische  
Kommunikationsforschung  
Institut für Kommunikationswissenschaft (ZW)  
Ludwig-Maximilians-Universität München  
Oettingenstr. 67  
80538 München

März 1998



Dr. Frank Esser, Dipl. Journ.

\* 1966

Von 1988 bis 1994 Studium der Publizistik, Deutschen Philologie, Ethnologie und Anglistik an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. 1991 und 1992 Diplomstudium „International Journalism“ (Schwerpunkt Wirtschaftsjournalismus) an der City University, London. Praktika und Hospitanzen bei der *Rheinischen Post*, *Citibank*, *World Entertainment News Network*, *The Independent*, *CNN*. 1994 bis 1995 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Medien- und Kommunikationswissenschaft der Universität Mannheim, anschließend wissenschaftlicher Angestellter am Institut für Publizistik, Universität Mainz. 1996 und 1997 wissenschaftlicher Angestellter am Institut für Kommunikationswissenschaft, Universität München. Im März 1997 Promotion an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz, Fachbereich Sozialwissenschaften. Thema der Dissertation: „Journalismus in Großbritannien und Deutschland. Eine vergleichende Analyse der Arbeitsweisen und Arbeitsbedingungen britischer und deutscher Pressejournalisten“. Seit April 1997 wissenschaftlicher Assistent am Institut für Publizistik, Universität Mainz.

*Arbeitsschwerpunkte: Journalismusforschung, Politische Kommunikation.*

#### *Publikationen 1997*

Esser, Frank: Journalistische Kultur in Großbritannien und Deutschland. Eine Analyse aus vergleichender Perspektive. In: Marcel Machill (Hrsg.): *Journalistische Kultur. Rahmenbedingungen im internationalen Vergleich*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1997, S. 111-136.

Brosius, Hans-Bernd & Esser, Frank: Fördern Massenmedien fremdenfeindliche Gewalt? *Schriftenreihe der Polizei-Führungsakademie* 2/1997, S. 41-52.

#### *Vorträge 1997*

- Auswirkungen der Informationsgesellschaft auf Journalismus, Rezipienten und Gesellschaft. *Vortrag auf dem Kongreß „Informationsgesellschaft“ der Hanns Martin Schleyer-Stiftung,*



*Vortreffen am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität München, 7. April 1997.*

- *Journalistische Kultur in Großbritannien und Deutschland. Eine Analyse aus vergleichender Perspektive. Vortrag auf dem Forschungskolloquium der Studienstiftung des Deutschen Volkes am Institut für Journalistik der Universität Dortmund, 18.-20. April 1997.*
- *Strategien der Ausländerberichterstattung in der Deutschen Nationalzeitung. Vortrag auf der Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft, Gießen, 7.-9. Mai 1997.*
- *Hirnforschung und angrenzende Fachrichtungen: Über die Notwendigkeit interdisziplinärer Ansätze. Vortrag auf dem Mainz-Allensbach-Forschungskolloquium "Quantitative und qualitative Methoden in der Sozialforschung" am 7. Juli 1997 an der Universität Mainz.*
- *Das Bild des Ausländers in den Medien. Podiumsdiskussion der Landeszentrale für politische Bildung, Evangelische Akademie des Saarlandes und des Ausländerbeirates der Landeshauptstadt Saarbrücken, 30.9.97.*



Bertram Scheufele M.A.

\* 1969

Von 1991 bis 1997 Studium der Publizistik, Soziologie und Kunstgeschichte an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Thema der Magisterarbeit: „Die Skandalisierung Günther Krauses“. Praktika im Institut für Demoskopie Allensbach und bei der Rhein-Zeitung Mainz. Seit Juli 1997 Mitarbeiter im DFG-Projekt „Massenmedien und Fremdenfeindlichkeit“ an der Ludwig-Maximilians-Universität München (Leiter: Prof. Dr. Hans-Bernd Brosius). Seit Herbst 1997 Redakteur der Buchbesprechungen für die „Publizistik“.

*Arbeitsschwerpunkte: Kommunikatorforschung, Politische Kommunikation*



Stefan Jenzowsky M.A.  
\* 1971

1990 bis 1996 Studium der Publizistik, Psychologie und Politikwissenschaft an der Freien Universität Berlin und der University of Alabama, Tuscaloosa. Thema der Magisterarbeit: „Spannende Spielfilme im Fernsehen mit eingebetteter Werbung: Kontextwirkungen auf die Wahrnehmung und psychologische Wirkung des Programmaterials, der Werbung und des beworbenen Produkts“. Seit 1996 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Kommunikationswissenschaft (ZW) der LMU München, Fachgebiet Empirische Kommunikationsforschung.

*Arbeitsschwerpunkte: Medienpsychologie, Werbewirkungen, Unterhaltung.*

#### *Publikationen 1997*

Perry, Stephen D.; Jenzowsky, Stefan A. ; King, Cynthia M.; Yi, Huiuk; Hester, Joe Bob & Gartenschlaeger, Jeannie: Using Humorous Programs as a Vehicle for Humorous Commercials. In: *Journal of Communication* 1/1997, S.20-39.

Perry, Stephen D.; Jenzowsky, Stefan A.; King, Cynthia M.; Hester, Joe Bob; Yi, Huiuk: The Influence of Commercial Humor on Program Enjoyment and Evaluation. In: *Journalism and Mass Communication Quarterly* 3/1997, S.388-399.

#### *Vorträge 1997*

- Die Wirkung von Fernsehwerbung in spannenden und erregenden Umfeldern unter besonderer Berücksichtigung der zeitlichen Positionierung im Werbeblock. *Vortrag auf der Tagung experimentell arbeitender Psychologen, Humboldt Universität Berlin, April 1997.*
- Das Experiment als Methode in der Werbewirkungsforschung. *Gastvortrag an der Universität Hohenheim auf Einladung von Prof. Dr. Michael Schenk, Stuttgart-Hohenheim, Juni 1997.*
- Experimentelle Werbewirkungsforschung. *Vortrag auf dem Tag der Kommunikationswissenschaft, Institut für Kommunikationswissenschaft der Ludwig-Maximilians-Universität München, Juli 1997.*
- Learning News Through the Mind's Eye: The Impact of Supporting Graphics in Television News. *Vortrag auf der Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC) Convention, Visual Communication Division, Chicago, August 1997.*

- Cops 'n' Cookies. Experimental Reception Research in Munich. *Gastvortrag an der Indiana University auf Einladung von Prof. Dr. Annie Lang, Bloomington, September 1997.*
- Arbeitsfeld Kommunikations- und Werbewirkungsforschung. *Gastvortrag an der Technischen Universität Berlin auf Einladung von Dr. Axel Günther, Studiengang Psychologie, Berlin, Oktober 1997.*
- Inter-Media: Zur Veränderung des Medienkonsumverhaltens durch Internetnutzung. *Vortrag auf dem 2. Workshop der Fachgruppe „Computervermittelte Kommunikation“ der DGPK, München, November 1997.*



Wolfgang Schweiger M.A.  
\* 1968

1989 bis 1995 Studium der Kommunikations-, Politik- und Rechtswissenschaft an der Ludwig-Maximilians-Universität München; daneben freiberufliche Tätigkeit als EDV-Systementwickler und Berater in der Markt- und Medienforschung. Magisterarbeit zum Thema „Gebrauchstexte im Hypertext- und Papierformat. Ein empirischer Vergleich der Nutzerfreundlichkeit“. Seit April 1996 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Kommunikationswissenschaft (ZW) der Ludwig-Maximilians-Universität München im Fachgebiet Empirische Kommunikationsforschung.

*Arbeitsschwerpunkte: Medienwirkungen, Rezeption von Online-Medien.*

#### *Publikationen 1997*

- Schweiger, Wolfgang & Brosius, Hans-Bernd: Internet und Sprache. Zusammenhänge zwischen Online-Nutzung und dem individuellen Schreibstil. In: Beck, Klaus; Vowe, Gerhard (Hrsg.): Computernetze – ein Medium öffentlicher Kommunikation. Berlin: Volker Spiess 1997, S. 159-183.
- Schweiger, Wolfgang: Gliederung von Texten nach neuesten Studien. In: Tagungsband doku '97, 5./6. November 1997 in Leonberg. Weinstadt: ADOLPH Verlag (1997).
- Schweiger, Wolfgang: Lesefreundlichkeit. Was bringen gute Gestaltungstips wirklich? In: *Technische Dokumentation* (8) 1997, S.18-20.

## Vorträge 1997

- Gebrauchstexte im Hypertext- und Papierformat. Ein Vergleich der Nutzerfreundlichkeit. *Vortrag auf der 39. Tagung experimentell arbeitender Psychologen (TEAP) in Berlin, 24.-27.03.1997.*
- Kultivierungseffekte bei älteren Menschen. *Vortrag auf dem Tag der Kommunikationswissenschaft, Institut für Kommunikationswissenschaft (ZW) der Ludwig-Maximilians-Universität München, Juli 1997.*
- Gliederung von Texten nach neuesten Studien. *Vortrag auf der Tagung doku '97 in Leonberg, 5.11.1997.*
- Informationsvermittlung mit Print- und Online-Medien. *Vortrag für die DATEV, 9.12.1997 in Nürnberg.*
- Bilder im Web. Ein Experiment zum Einfluß der Bebilderung in Online-Angeboten auf Nutzungsmuster. *Vortrag auf dem 2. Workshop der Fachgruppe „Computervermittelte Kommunikation“ der DGPK in München, 7.11.1997 (zusammen mit Andreas Vlasic).*

## Akademische Abschlußarbeiten im Fachgebiet 1997

### Magisterarbeiten

- Dobrev, Vera: Die Berichterstattung über den Bosnien-Konflikt in der bulgarischen Zeitung "Kontinent" und in der FAZ: Eine vergleichende Inhaltsanalyse.
- Geschka-Rasbieler, Silke: Die Darstellung von Frauen und Männern auf den Titeln der HÖRZU von 1984 bis 1995 unter besonderer Berücksichtigung fernsehspezifischer Inhalte.
- Hahnemann, Katrin: Sicherung und Kontrolle von Programmqualität im dualen Fernsehsystem.
- Pollinger, Elke: Das Frauenbild in Frauenmagazinen des Fernsehens. Eine Inhaltsanalyse von "MonaLisa" (ZDF) und "Anna Doubek" (tm3).
- Ponschab, Sandra: Kulturelle Unterschiede in der Wahrnehmung / Rezeption von internationalen TV-Werbespots. Eine empirische Untersuchung.
- Schroeder, Michael: Die Darstellung des Vietnamkrieges im US-amerikanischen Spielfilm.
- Schultheiss, Britta: Die Glaubwürdigkeit von Infotainment im Fernsehen. Eine experimentelle Untersuchung.
- Steger, Beate: Der Einfluß von Programmhinweisen in Programmzeitschriften auf die Sehbeteiligung.
- Thiel, Daniela: Agenda-Setting und Pluralistic Ignorance: Eine empirische Untersuchung zur Verbindung beider Konzepte.
- Vlasic, Andreas: Bebilderung von Online-Angeboten. Ein Experiment zur Auswirkung der Bebilderung auf die Rezeption von Online-Nachrichtenangeboten.
- Zirm, Stefanie Nicole: Radio-Regionalberichterstattung in Hessen: Hessischer Rundfunk und Hit Radio FFH im Vergleich.

### Diplomarbeiten

- Eberl, Jens: Die Programmreform von Bayern 1: Der öffentlich-rechtliche Hörfunksender Bayern 1 auf dem Weg zum Formatradio?
- Nassif, Till: Zwischen Qualität und Quote. Ein Vergleich öffentlich-rechtlicher und privater Radionachrichten in Bayern.
- Plenk, Doris: Toys vs. Tools? Geschlechtsunterschiede beim Verfassen persönlicher Homepages im World Wide Web.
- Schmidt, Esther Mayumi: Zwischen Qualität und Quote. Das Kinderfernsehen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Deutschland, Dänemark und Japan im dualen System.