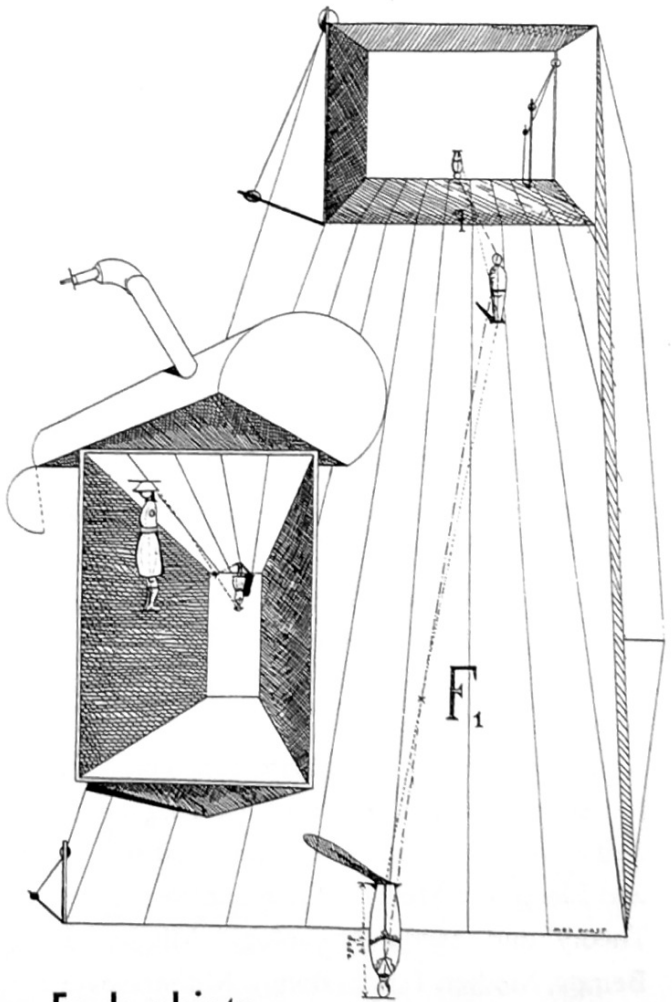
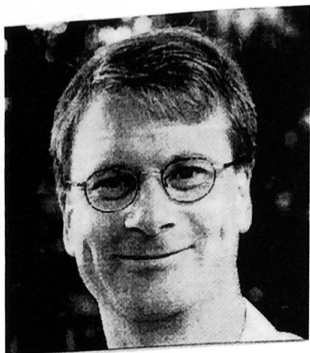


One more Saucerful of Secrets



Aktivitäten des Fachgebiets
Empirische Kommunikationsforschung
Institut für Kommunikationswissenschaft (ZW)
Ludwig-Maximilians-Universität München
1999



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. April 1996 bis Juli 1998 C3-Professor für empirische Kommunikationsforschung am Institut für Kommunikationswissenschaft (ZW) der Ludwig Maximilians-Universität München, seither Inhaber eines Lehrstuhls Kommunikationswissenschaft, ebd. Von 1997 bis 1999 Geschäftsführender Vorstand des Instituts. Mitglied des Editorial Boards der Zeitschriften „Journal of Communication“, „Journal of Broadcasting and Electronic Media“, „Communication Research“, „Communication Theory“ und „Media Psychology“. Mitglied des wissenschaftlichen Beirats, Medien Tenor (Bonn). Mitherausgeber der Reihe „Kommunikation“ im Karl-Alber-Verlag, Freiburg und Herausgeber der Reihe „Angewandte Medienforschung“ im Reinhard-Fischer-Verlag, München. Seit Mai 1998 Vorsitzender der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) e.V.

Forschungsprojekte 1999

- Br904/14-4 (DFG): Massenmedien und ausländerfeindliche Straftaten im internationalen Vergleich. Entwicklung einer Framing-Theorie von Nachrichtenauswahl und Nachrichtenwirkung.
- Br904/22-1 (DFG): Die Qualitätskriterien der Medienwächter (zusammen mit Patrick Rössler).
- Ro2140/2-1 (DFG): Journalistische Ethik und die Paparazzi (zusammen mit Patrick Rössler).
- Br904/23-1 (DFG): Die Entwicklung der Gewalt- und Kriminalitätsberichterstattung. Hat sich die journalistische Sensibilität gegenüber Gewalt geändert? (zus. mit Philomena Schönhagen).

Publikationen 1999

- Fahr, Andreas & Brosius, Hans-Bernd (1999). digital radio in Hessen. Untersuchung zur Akzeptanz von digital audio broadcasting (DAB). München: KoPäd.
- Brosius, Hans-Bernd & Holtz-Bacha, Christina (1999). German Communication Yearbook, vol. 1. Cresskill, N.J.: Hampton Press.
- Brosius, Hans-Bernd & Weiler, Stefan (1999). Medienpädagogischer Atlas Rheinland-Pfalz. Einrichtungen, Institutionen und Angebote in Rheinland-Pfalz. Baden-Baden: Nomos.
- Schweiger, Wolfgang & Brosius, Hans-Bernd (1999). Von der "Gentomate" zur Gentechnikakzeptanz: Eine Panelstudie zu Einstellungseffekten eines rollenden Gentechniklabors an Gymnasien. München: GSF-Forschungszentrum f. Umwelt & Gesundheit (15).
- Brosius, Hans-Bernd, Fahr, Andreas & Vlasic, Andreas (1999). Die Dritten Programme der ARD. Entwicklung, Angebotsstruktur und Nutzung. Berlin: Vistas.
- Brosius, Hans-Bernd (1999). Medienforschung heute - zwischen gesellschaftlicher Notwendigkeit und finanziellem Mangel. In: Roters, G.; Klingler, W. & Gerhards, M. (Hrsg.), Mediensozialisation und Medienverantwortung. Baden-Baden: Nomos, S. 199-201.
- Brosius, Hans-Bernd (1999). Zur Wirkung von Erotik und Pornographie aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht. In: Landesmedienanstalt Rheinland-Pfalz (Hrsg.), Frühjahrskolloquium 1999.
- Brosius, Hans-Bernd & Lamp, Erich (1999). Öffentliche Meinung. In: Rosenstiel, L. v.; Hockel, C. M. & Molt, W. (Hrsg.), Handbuch der Angewandten Psychologie. Landsberg (Lech): ecomed, S. 1-9 (Loseblatt-Sammlung, 4. Ergänzungslieferung 1999).
- Brosius, Hans-Bernd, Rossmann, Raphael & Elnain, Anette (1999). Alltagsbelastung und Fernsehnutzung. Wie beeinflusst der Tagesablauf von Rezipienten den Umgang mit Fernsehen. In: Hasebrink, U. & Rössler, P. (Hrsg.), Publikumsbindungen. Medienrezeption zwischen Individualisierung und Integration. München: Reinhard Fischer, S. 167-186.
- Mayer, Constanze, Meinzolt, Artur, Rossmann, Constanze & Brosius, Hans-Bernd (1999). Der Einfluß von Lebenswelten Jugendlicher auf ihre Mediennutzung. In: Hasebrink, U. & Rössler, P. (Hrsg.),

- Publikumsbindungen. Medienrezeption zwischen Individualisierung und Integration. München: Reinhard Fischer, S. 147-166.
- Brosius, Hans-Bernd & Rössler, Patrick (1999). Die soziale Realität in einfacher Pornographie und Softsex-Filmen. Ein Beitrag zur Pornographie-Diskussion. *Rundfunk und Fernsehen*, 47, S.25-42.
- Brosius, Hans-Bernd (1999). The influence of exemplars on recipients' judgements: The part played by similarity between exemplar and recipient. *European Journal of Communication*, 14, S. 213-224.
- Daschmann, Gregor & Brosius, Hans-Bernd (1999). Can a single event create an issue? *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 76, S. 35-51.
- Scheufele, Bertram & Brosius, Hans-Bernd (1999). The frame remains the same? Stabilität und Kontinuität journalistischer Selektionskriterien am Beispiel der Berichterstattung über Anschläge auf Ausländer und Asylbewerber. *Rundfunk und Fernsehen*, 47, S. 409-432.
- Brosius, Hans-Bernd (1999). Qualitätsansichten der Medienwächter. Eine Befragung deutscher Rundfunk- und Medienräte. *Fernsehinformationen*, Heft 11, S. 9-12; Heft 12, S. 10-12.
- Kiewitz, Christian, Weaver, James B. & Brosius, Hans-Bernd (1999). Cultural differences in perceptions of the VCR and RCD in the U.S., Germany and Israel. *World Communication*, 28, S. 28-48.

Wissenschaftliche Vorträge 1999

- Alltagsbelastung und Fernsehnutzung. Wie beeinflusst der Tagesablauf von Rezipienten den Umgang mit Fernsehen? *Vortrag auf Arbeitstagung der Fachgruppe Rezeptionsforschung in der DG PuK. München, 22. und 23. Januar 1999.*
- Der Einfluß von Lebenswelten Jugendlicher auf ihre Medien-nutzung. *Vortrag auf Arbeitstagung der Fachgruppe Rezeptionsforschung in der DG PuK. München, 22. und 23. Januar 1999.*
- Towards an exemplification theory of news effects. *Vortrag auf der Tagung Horizon 99 der Niederländischen Gesellschaft für Kommunikationswissenschaft (VSOM), Utrecht, 12. Mai 1999.*
- Kriterien zur Erfassung und Messung von Programmqualität. *Vortrag auf den Münchener Medientagen, 19. Oktober 1999.*

Aus- und Fortbildung:

Medien und Medienwirkungen. Schulungsprogramm zu den Grundlagen öffentlicher medialer Kommunikation, entwickelt von Hans-Bernd Brosius, Patrick Rössler und Wolfgang Schweiger für Institutionen und Unternehmen.



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

Februar 2000



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. Von 1988 bis 1998 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. Seit 1999 Schatzmeister der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) e.V. Stellvertretender Sprecher der Fachgruppe Rezeptionsforschung der DGPK. Ab dem Sommersemester 2000 Professur (C3) für Kommunikationssoziologie und -psychologie an der Universität Erfurt.

Arbeitsschwerpunkte: Thematisierungsleistung der Massenmedien, Medienwirkungen, Neue Kommunikationstechnologien.

Forschungsprojekte 1999

- Br904/22-1 (DFG): Die Qualitätskriterien der Medienwächter (zusammen mit Hans-Bernd Brosius).
- Ro2140/2-1 (DFG): Journalistische Ethik und die Paparazzi (zusammen mit Hans-Bernd Brosius).

Publikationen 1999

- Meckel, Miriam; Kamps, Klaus; Rössler, Patrick & Gephart, Werner (1999): Medien-Mythos? Die Inszenierung von Prominenz und Schicksal am Beispiel von Diana Spencer. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Rössler, Patrick & Wirth, Werner (Hrsg.) (1999): Glaubwürdigkeit im Internet. Fragestellungen, Modelle und empirische Befunde. München: Reinhard Fischer (medienSKRIPTEN Bd. 32).
- Hasebrink, Uwe & Rössler, Patrick (Hrsg.) (1999): Publikumsbindungen. Medienrezeption zwischen Individualisierung und Integration. München: Reinhard Fischer (Angewandte Medienforschung Bd.12).
- Rössler, Patrick (1999): Paul W. John fotografiert Deutschland. Stuttgart: Edition 451.
- Brosius, Hans-Bernd & Rössler, Patrick (1999): Die soziale Realität in einfacher Pornographie und Softsex-Filmen. Ein Beitrag zur Pornographie-Diskussion. In: *Rundfunk und Fernsehen*, 47, 1, S.25-42.
- Rössler, Patrick & Ognianova, Ekaterina (1999): Die journalistische Identität als Qualitätskriterium im World Wide Web. Ein Experiment zur Glaubwürdigkeit des Markenartikels Journalismus. In: Rössler, P. & Wirth, W. (Hrsg.): *Glaubwürdigkeit im Internet. Fragestellungen, Modelle und empirische Befunde*. München: Reinhard Fischer, S.111-122.
- Rössler, Patrick (1999): „Wir sehen betroffen: die Netze voll und alle Schleusen offen...“ NETSELEKT – eine Befragung zur Auswahl von Web-Inhalten durch Online-Gatekeeper. In: Wirth, Werner; Schweiger, Wolfgang (Hrsg.): *Selektion im Internet. Empirische Analysen zu einem Schlüsselkonzept*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 97-123.
- Rössler, Patrick & Eichhorn, Wolfgang (1999): Agenda-Setting. In: Brosius, Hans-Bernd; Holtz-Bacha, Christina: *German Communication Yearbook*, Vol. 1. Cresskill: Hampton Press, S. 277-304.
- Rössler, Patrick & Eichhorn, Wolfgang (1999): WebCanal – ein Instrument zur Beschreibung von Angeboten im World Wide Web. In: Batinic, B. et al. (Hrsg.): *Online Research. Methoden, Anwendungen und Ergebnisse*. Göttingen usw.: Hogrefe, S.263-276.
- Rössler, Patrick (1999): Vom Datenhighway in die Sackgasse. Staatliche Regulierung, Medienpolitik und mediatisierte Politik: der publizistische Konflikt um das Pilotprojekt „Multimediale Dienste in Baden-Württemberg“. In: Donges, P.; Jarren, O.; Schatz, H. (Hrsg.): *Globalisierung der Medien? Medienpolitik in der Informationsgesellschaft*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S.195-209.
- Rössler, Patrick; Klövekorn, Nicole & Rebuzzi, Tanja (1999): Wie arbeiten Web-Kommunikatoren? In: Reips, U.-D. (Hrsg.): *Current Online Science. Trends, Techniken, Ergebnisse*. Zürich usw.: Online Press, [<http://dgof.de/tband99>].
- Rössler, Patrick (1999): Politiker: Die Regisseure in der medialen Themenlandschaft der Zukunft? Agenda-Setting-Prozesse im Zeitalter

- neuer Kommunikationstechnologien. In: Imhof, K.; Jarren, O. & Blum, R. (Hrsg.): Steuerungs- und Regelungsprobleme in der Informationsgesellschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag, S.149-166
- Rössler, Patrick (1999): The Individual Agenda-Designing Process. How interpersonal communication, egocentric networks and mass media shape the preception of political issues by individuals. In: *Communication Research*, 26, 6, S. 666-700.
- Brosius, Hans-Bernd & Rössler, Patrick: Erwiderung auf die Kritische Stellungnahme von Werner Faulstich. In: *Rundfunk und Fernsehen*, 47, S.262-264
- Rössler, Patrick (1999): Nachrichtensendungen im internationalen Vergleich. In: *Medien Tenor*, 6, 90, S.40-43.

Wissenschaftliche Vorträge 1999

- Medienrezeption zwischen Individualisierung und Integration. *Organisation und Leitung der Arbeitstagung der Fachgruppe Rezeptionsforschung der DGPK in München, 22./23.1.1999.*
- Di Hard. The death of Lady Diana and the Paparazzi. *Vortrag auf der 44. Jahrestagung der DGPK in Utrecht, 12.5.1999.*
- Leitung des Panels „Processing News Coverage: Media Framing and its Effects“. *44. Jahrestagung der DGPK in Utrecht, 13.5.1999.*
- Angebotsselektion durch Online-Kommunikatoren. Eine empirische Analyse zur Entstehung der Inhalte im World Wide Web. *Vortrag auf der 44. Jahrestagung der DGPK in Utrecht, 14.5.1999.*
- Leitung (Chair & Respondent) des Panels „News and Foreign Policy in the International Context“. *Jahrestagung der International Communication Association (ICA) in San Francisco, Political Communication Division, 29.5.1999.*
- One World, Different Visions: A Comparison of Television News Formats and Contents in Ten European Countries and the USA. *Vortrag auf der Jahrestagung der International Communication Association (ICA) in San Francisco, Mass Communication Division, 29.5.1999.*
- Clutter on German Screens: The Diffusion of a Television Style. *Vortrag auf der Jahrestagung der International Communication Association (ICA) in San Francisco, Mass Communication Division, 29.5.1999.*
- Cognitive Bonding and the German Reunification: Agenda-Setting and Persuasion Effects of Mass Media. *Vortrag auf der Jahrestagung der International Communication Association (ICA) in San Francisco, Political Communication Division, 30.5.1999.*
- Agenda-Setting. A German Perspective. *Vortrag auf der Jahrestagung der International Association for Media and Communication Research (IAMCR) in Leipzig, 29.7.1999.*
- Massive Exposure. An experimental approach to cultivation analysis. *Vortrag auf der Jahrestagung der International Association for Media and Communication Research (IAMCR) in Leipzig, 31.7.1999.*

- „Unterhaltung ist, wenn es mich unterhält!“ Perspektiven der Unterhaltungsforschung aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht. *Vorstellungsvortrag im Rahmen des Berufungsverfahrens für eine C3-Professur „Mediensoziologie und -psychologie“ an der Universität Erfurt, 11.10.1999.*
- NETPRÄSENT: Fünf Web-Anbietergruppen im Vergleich. *Vortrag im Rahmen der 3. German Online Research Tagung (GOR 99) in Nürnberg, 28.10.1999 (mit N. Klövekorn und T. Rebuzzi).*
- Wie arbeiten Web-Kommunikatoren? Die Studie NETPRÄSENT. *Vortrag im Rahmen des 4. Workshops der FG „Computervermittelte öffentliche Kommunikation“ der DGPuK in Erfurt, 6.11.1999 (mit N. Klövekorn und T. Rebuzzi).*
- Vielzahl oder Vielfalt? Empirische Befunde zur Differenzierung von Medienangeboten auf der Mikroebene. *Vortrag im Rahmen des 6. Mediensymposium Luzern, Roundtable 2, 3.12.1999.*



Raphael Rossmann M.A.
* 1971

1992 bis 1999 Studium der Kommunikations-, Rechtswissenschaft und Psychologie an der Ludwig-Maximilians-Universität München. Thema der Magisterarbeit: "Ich drück' dich – weg?: Eine experimentelle Untersuchung zum Einfluß von Werbec clutter auf das Zappingverhalten". Während des Studiums freiberufliche Tätigkeit als Radioproduzent. Seit April 1999 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Kommunikationswissenschaft (ZW) der Ludwig-Maximilians-Universität München im Fachgebiet Empirische Kommunikationsforschung.

Arbeitsschwerpunkte: Fernsehforschung, Selektion.

Publikation 1999

Brosius, Hans-Bernd, Rossmann, Raphael & Elnain, Anette (1999). Alltagsbelastung und Fernsehnutzung. Wie beeinflusst der Tagesablauf von Rezipienten den Umgang mit Fernsehen. In: Hasebrink, U. & Rössler, P. (Hrsg.): Publikumsbindungen. Medienrezeption zwischen Individualisierung und Integration. München: Reinhard Fischer, S. 167-186.



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“. Seit Herbst 1997 Redakteur der Buchbesprechungen für die „Publizistik“.

Arbeitsschwerpunkte: Kommunikatorforschung, Politische Kommunikation

Publikationen 1999

Scheufele, Bertram (1999): Zeitreihenanalysen in der Kommunikationsforschung. Eine praxisorientierte Einführung in die univariate und multivariate Zeitreihenanalyse mit SPSS for Windows. Stuttgart: edition 451.

Scheufele, Bertram (1999): (Visual) Media Framing und Politik. Zur Brauchbarkeit des Framing-Ansatzes im Kontext (visuell) vermittelter politischer Kommunikation und Meinungsbildung. In: Hofmann, W. (Hrsg.): Die Sichtbarkeit der Macht. Theoretische und empirische Untersuchungen zur visuellen Politik. Baden-Baden: Nomos, S. 91-107.

Scheufele, Bertram (1999): Mediendiskurs, Medienpräsenz und das World Wide Web. Wie "traditionelle" Medien die Einschätzung der Glaubwürdigkeit und andere Vorstellungen von World Wide Web und Online-Kommunikation prägen können. In: Rössler, P. & Wirth, W. (Hg.): Glaubwürdigkeit im Internet. Fragestellungen, Modelle, empirische Methoden. München: R. Fischer, S. 69-88.

Scheufele, Bertram & Brosius, Hans-Bernd (1999): The frame remains the same? Stabilität und Kontinuität journalistischer Selektionskriterien am Beispiel der Berichterstattung über Anschläge auf Ausländer und Asylbewerber. In: *Rundfunk & Fernsehen*, 47, S. 409-432.

Wissenschaftliche Vorträge 1999

- The Issue Image. Visual Framing and Visual Priming in Political Communication. Vortrag auf der 44. Jahrestagung der DGPK in Utrecht, 12.5.1999.



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. Seit März 1999 zuständig für das Webangebot der DGPK; seit November 1999 stellvertretender Sprecher der Fachgruppe „Computervermittelte Kommunikation“ der DGPK.

Arbeitsschwerpunkte: Nutzerfreundlichkeit von Online-Angeboten, Mediennutzungs- & wirkungsforschung, Risikokommunikation, empirische Methoden

Publikationen 1999

Schweiger, Wolfgang & Reisbeck, Monika (1999). Bannerwerbung im Web. Zum Einfluss der Faktoren Animation und Platzierung auf die Selektion. In: Wirth, Werner & Schweiger, Wolfgang (Hrsg.). Selektion im Internet. Empirische Analysen zu einem Schlüsselkonzept. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 221-243.

Schweiger, Wolfgang & Brosius, Hans-Bernd (1999). Von der 'Gentomate' zur Gentechnikakzeptanz. Eine Panelstudie zu Einstellungseffekten eines rollenden Gentechniklabors an Gymnasien. München: GSF-Bericht 8/99 (Band 15).

Schweiger, Wolfgang (1999). Medienglaubwürdigkeit – Nutzungserfahrung oder Medienimage? Eine Befragung zur Glaubwürdigkeit des World Wide Web im Vergleich mit anderen Medien. In: Rössler, P. & Wirth, W. (Hrsg.). Glaubwürdigkeit im Internet. Fragestellungen, Modelle, empirische Befunde. München: Reinhard Fischer, S. 89-110.

Schmid, Ingrid & Schweiger, Wolfgang (1999). Fragen und Antworten in der Langzeitstudie Massenkommunikation. Ein Methodenexperiment zu Mängeln des Messinstruments. *Rundfunk und Fernsehen*, 47, 4, S. 551-567.

Wirth, Werner & Schweiger, Wolfgang (Hrsg.) (1999). *Selektion im Internet. Empirische Analysen zu einem Schlüsselkonzept*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Wirth, Werner & Schweiger, Wolfgang (1999). *Selektion neu betrachtet: Auswahlentscheidungen im Internet*. In: Dies. (Hrsg.). *Selektion im Internet. Empirische Analysen zu einem Schlüsselkonzept*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 43-70.

Wissenschaftliche Vorträge 1999

- Bannerwerbung im Web. Zum Einfluss der Faktoren Animation und Platzierung auf die Selektion. *Vortrag auf der Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft in Utrecht, 12. 5.-14.5. 1999.*



Ingeborg Schiebl, Sekretariat
* 1940

Akademische Abschlusarbeiten im Fachgebiet 1999

Dissertation

Spanier, Julia: *Relevanz der Werbewirkungsforschung für die Mediaentscheidung. Status quo und Empfehlungen zur Förderung des Forschungstransfers zwischen Universitäten und Praxis.*

Magisterarbeiten

Arnold, Kerstin: *Qualität von Infotainment-Magazinen: Eine Inhaltsanalyse zum Kriterium der Professionalität.*

Bacher, Julia: *Mein Name ist Placement. Product Placement. Ein Experiment über die Wirkung von Product Placement in Deutschland und in den USA am Beispiel von BMW im James Bond Film „Der Morgen stirbt nie“.*

Dumbs, Silvia: *Der Einfluß von Präsentationsmerkmalen auf die Wirkung von Trailern.*

Gädicke, Stefanie: *Der Einfluß von Präsentationstechniken auf das Navigationsverhalten von Internetnutzern auf Websites.*

Görbing, Agnes: *Rezipientenorientierter Programmvergleich: Sportsendungen im Fernsehen.*

Hackel, Katja: *Die Wirkung von Daily-Talks auf Jugendliche. Eine experimentelle Untersuchung.*

Hajek, Elisabeth: *Der Einsatz von Aktivierungstechniken in Fernsehwerbung zur Ansprache von Kindern. Eine Inhaltsanalyse zum Einsatz von Aktivierungstechniken für die Zielgruppe „Kinder im Alter zwischen 10 und 14 Jahren“.*

- Hammerer, Katrin: Kommunikationswissenschaft (Zeitungswissenschaft) und berufliche Praxis. Karrieren ehemaliger KW-Studenten und deren retrospektive Bewertung des Studienganges (Absolventenbefragung 1993-97).
- Heck, Lydia: Zur Wirkung von Werbekommunikation. Eine Fallstudie am Beispiel der Werbung von McDonald's.
- Heller, Claudia: Die Thematisierungsleistung in Print, Fernsehen und World Wide Web. Ein inhaltsanalytischer Vergleich der Angebote von Focus, Spiegel und Stern.
- Höfner, Charlotte: Der Einfluß der gefälschten Hitlertagebücher auf die Titelberichterstattung des Stern. Eine vergleichende Inhaltsanalyse zwischen Stern und Spiegel.
- Höppner, Michael: TV-Unterhaltungsgenres auf Rezipientenebene. Eine Befragung zur Ähnlichkeitswahrnehmung von Fernsehsendungen.
- Kaderschabek, Christoph: Organisationskommunikation bei der Umstrukturierung von Unternehmen. Das Beispiel der Münchner Stadtwerke.
- Kaz, Jeanette: Das Bild älterer Menschen in fiktiven Serien: from minority to menace? Eine inhaltsanalytische Untersuchung zur Darstellung der Altersgruppen in fiktiven Serien des Vor- und Hauptabendprogramms in ARD, ZDF, RTL, SAT1 und Pro7.
- Lell, Judith: Chancen und Grenzen des Sozio-Sponsoring. Imagewirkungen eines Kommunikationsinstruments – eine Fallstudie.
- Mach, Stephanie: Programm oder nicht Programm... Fernsehclutter im Zeitvergleich.
- Mayer, Miriam: Vielfalt in den Boulevardmagazinen des dualen Fernsehens in Deutschland.
- Menache, Eva-Maria: Ursachen für die wiederholte Rezeption fiktionaler Filme im Fernsehen – Motivation, Erinnerungsleistung und Zweitrezptionswunsch. Eine theoretische und empirische Untersuchung.
- Ott, Julia: Kultivierung von sexuellen Vorstellungen und Verhaltensweisen durch die Darstellung von Sexualität in ‚BRAVO‘.
- Possler, Wanda: Die Werbewirkung von Rätselspots im Fernsehen.
- Radwan, Isabel: Wer inseriert wie? Eine Inhaltsanalyse von Kontaktanzeigen aus dem Großraum München.
- Rohrer, Katharina: Die Darstellung der Kanzlerkandidaten in der deutschen Presse im Vorfeld der Bundestagswahl 1998. Ein inhaltsanalytischer Vergleich von FAZ, Süddeutsche Zeitung, Focus und Spiegel.
- Rosenthal, Maike: Geschlechtsspezifische Informationsverarbeitung in der Print-Werbung. Eine experimentelle Studie zur Selektivitätshypothese und Bandbreitentheorie.
- Walbert, Andrea: Business Television – Voraussetzungen und Möglichkeiten für die Eingliederung eines neuen Mediums in die Unternehmenskommunikation. Ein Fallbeispiel.
- Zachay, Jochen: Zuschauerwanderungen im deutschen Fernsehen. Eine Untersuchung zum Vererbungseffekt.

Diplomarbeiten

- Chrostek, Alexandra: Die Darstellung von Männern und Frauen in Kontaktanzeigen des WorldWideWeb und der Tageszeitung.
- Heinzelmann, Felix: Journalistenausbildung in der Volksrepublik China in den 90er Jahren

<i>Sie erreichen uns unter:</i>		E-Mail	Tel. (089) 2178-
Brosius	brosius@ifkw.uni-muenchen.de		2441
Rössler	roessler@ifkw.uni-muenchen.de		2439
Rossmann	rossmn-r@ifk.v.uni-muenchen.de		2418
Scheufele	scheuf-b@ifkw.uni-muenchen.de		2416
Schweiger	schweigr@ifkw.uni-muenchen.de		2420
Fr. Schiebl (Sekretariat)	täglich vormittags		-2442; Fax -2443
<i>Homepage des Lehrstubs:</i>		http://home.ifkw.de/~brosius	