



Lehr- und Forschungsbereich
Empirische Kommunikationswissenschaft

Rückblick **2011**

Ein kleines Jubiläum prägt das Jahr 2011. Das vorliegende Heft fasst zum 15. Mal unsere Aktivitäten des jeweils letzten Jahr zusammen: Publikationen, Vorträge, Projektberichte, aber auch zahlreiche Bachelor-, Master- und Doktorarbeiten sind 2011 bei uns entstanden. Mittlerweile zählt die Liste der Magister-, Diplom- und Masterstudenten knapp 320 Namen, hinzu kommen mittlerweile weit über 100 Bachelorstudenten, die ihre Bachelorarbeit an unserem Lehrstuhl geschrieben haben.

Nicht nur die Forschung, auch die Lehre stellt damit ein vitales Betätigungsfeld des Lehrstuhls und seiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dar. Vor allem die Betreuung der Studierenden in der Abschlussphase gehört, neben den vielen Vorlesungen und Seminaren, zu den arbeitsaufwändigsten, aber auch zu den interessantesten Tätigkeiten bei uns. Schließlich liefern die Abschlussarbeiten einen reichen Fundus spannender Forschungsergebnisse, die wir in Koautorenschaft mit den Studierenden als Aufsätze, Buchbeiträge oder Vorträge auch gerne veröffentlichen.

Neue „Medien“ stellen uns wie auch die gesamte Kommunikationswissenschaft vor enorme methodische und theoretische Herausforderungen. Die klare Gleichsetzung von Massenkommunikation und öffentlicher Kommunikation, welche das Fach jahrzehntelang geprägt hat, scheint sich aufzulösen.

Wir sehen zwar öffentliche Kommunikation nach wie vor als unseren Kern und unseren „USP“ an, aber sie zu definieren, das Spektrum ihrer Erscheinungsformen zu kartieren und die damit entstehenden Phänomene theoretisch zu verorten, ist kein ganz leichtes. Spannend und aufregend ist die Beschäftigung damit aber allemal.

Ich möchte Sie herzlich einladen, sich mit diesem Rückblick auf das Jahr 2011 ein Bild von uns zu machen und das Gespräch mit uns zu suchen – zum wissenschaftlichen Austausch, für Projektideen oder einfach nur für die Vernetzung, welche für Kommunikation treibende sicherlich wichtiger denn je ist.



Prof. Dr. Hans-Bernd Brosius

Prof. Dr. Hans-Bernd Brosius



- » Medienwirkungsforschung
- » Rezeptionsforschung
- » Digitalisierung von Medien
- » Empirische Methoden

089-2180-9455

brosius@ifkw.lmu.de

*1957. 1976 bis 1980 Studium der Psychologie, Philosophie, Pädagogik und Medizin an der Westfälischen Wilhelms-Universität in Münster, danach bis zur Promotion 1983 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Psychologischen Institut. Im November 1983 Wechsel an das Institut für Publizistik der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Dort zunächst wissenschaftlicher Mitarbeiter, danach DFG-Stipendiat im Rahmen des Postdoktorandenprogramms. Auslandsaufenthalte in England und den USA. 1990 bis 1996 Hochschulassistent, später Hochschuldozent (C2) in Mainz. Dort 1994 Habilitation im Fachbereich Sozialwissenschaften; Venia Legendi: Publizistikwissenschaft. Im WiSe 1994/95 und WiSe 1995/96 Vertretung einer C3-Professur für Empirische Kommunikationswissenschaft am Institut für Zeitungswissenschaft der Ludwig-Maximilians-Universität München. Im Sommersemester 1996 Übernahme dieser Professur. Seit 1998 Inhaber des Lehrstuhls für Empirische

Kommunikationswissenschaft. Seit Mai 1995 Direktor des Medien Instituts Ludwigshafen, einer Forschungseinrichtung, die sich mit angewandter Medienforschung befasst. Mitglied des Editorial Boards der Zeitschriften „Journal of Communication“, „Journal of Broadcasting and Electronic Media“, „Communication Theory“, „Communication Research“, „Communication Studies“, „International Journal of Public Opinion Research“, „International Journal of Communication“ und „Media Psychology“. Mitherausgeber der Lehrbuchreihe „Kommunikationswissenschaft“ (VS Verlag), der Reihe „Konzepte der Kommunikationswissenschaft“ (Nomos), sowie Herausgeber der Reihe „Angewandte Medienforschung“ (Nomos). Von 1998 bis 2002 Vorsitzender der DGPK. Seit 2001 Dekan der Sozialwissenschaftlichen Fakultät und Mitglied diverser Gremien der Universität.

FORSCHUNGSPROJEKTE 2011

Werbewirkung im Fernsehen II (zus. mit Andreas Fahr & Verena Kaut)

Qualität multivariater Analyseverfahren bei fusionierten Daten (zus. mit Olaf Jandura und Lena Ziegler)

Cross media, social media, mobile media. Wie verändern digitale Medien die Gesellschaft? (zus. mit Veronika Karnowski & Olaf Jandura)

Der Wert einer Empfehlung (ZIM, zus. mit Dominik Leiner, Lehrstuhl Prof. Hess, Tomorrow Focus AG)

Fallbeispiel- und Furchtappelleffekte in der Gesundheitskommunikation (DFG, zus. mit Tanja Pfister und Lena Ziegler)

Die Entstehung und Nutzung politischer Medienagenden auf YouTube und ihre Bedeutung für Jugendliche (DFG-Projekt, zus. mit Till Keyling)

VERÖFFENTLICHUNGEN 2011

Brosius, H.-B. (2011). „Gestern hab’ ich aber gesagt...“. Zum Umgang mit multiplen Persönlichkeiten in der empirischen Kommunikationswissenschaft. In W. Hömberg & E. Roloff (Hrsg.), *Jahrbuch für Marginalistik II*. Berlin: Lit Verlag, S. 89-94.

Brosius, H.-B. & Haas, A. (2011). Agenda Setting. In: P. Moy (Hrsg.), *Oxford Bibliographies Online: Communication*. New York: Oxford University Press. Online verfügbar unter: <http://www.oxford-bibliographiesonline.com>.

Brosius, H.-B. & Karnowski, V. (2011). Mass communication. In P. Moy (Hrsg.), *Oxford Bibliographies Online: Communication*. New York: Oxford University Press.

Brosius, H.-B., & Peter, C. (2011). Selective Exposure. In P. Moy (Hrsg.), *Oxford Bibliographies Online: Communication*. New York: Oxford University Press.

Haas, A., & Brosius, H.-B. (2011) Interpersonal-öffentliche Kommunikation in Diskussionsforen: Strukturelle Äquivalenz zur Alltagskommunikation?. In J. Wolling, A. Will & C. Schumann (Hrsg.), *Medieninnovationen. Wie Medienentwicklungen die Kommunikation in der Gesellschaft verändern*. Konstanz: UVK, S. 103-120.

Jandura, O. & Brosius, H.-B. (2011). Wer liest sie (noch)? Das Publikum der Qualitätszeitungen. In R. Blum, H. Bonfadelli, K. Imhof, & O. Jarren (Hrsg.), *Krise der Leuchttürme öffentlicher Kommunikation. Vergangenheit und Zukunft der Qualitätsmedien* (S. 195–206). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Scheufele, B., Haas, A. & Brosius, H.-B. (2011). Mirror or Molder? A Study of Media Coverage, Stock Prices, and Trading Volumes in Germany. *Journal of Communication*, 61, 49-71.

VORTRÄGE 2011

Haas, A. & Brosius, H.-B. (2011). Interpersonal-Public Communication in Discussion Forums: A Valid Indicator for Everyday Conversation and Public Opinion? Vortrag auf der 64. Jahrestagung der World Association for Public Opinion Research, Amsterdam, 21.-23. September 2011.

Peter, C. & Brosius, H.-B. (2011). Exploring the Impact of Base-Rate Information in News Reports: Visualization as a Key Factor? Jahrestagung der International Communication Association, Boston, 25./26.5.2011.

Rossmann, C. & Brosius, H.-B. (2011). Strategic campaign development. Identifying effective messages for the promotion of physical activity in Germany. Vortrag auf der Pre-Conference „Strategic Communication“ der 61. Annual Conference of the International Communication Association, Boston, USA, 26. Mai 2011.

Wendelin, M., Brosius, H.-B., Meyen, M. & Haas, A. (2011). Öffentlichkeitsnormen und Internet. Herausforderungen für die Medienregulierung. Vortrag auf dem Dreiländerkongress der Deutschen, Österreichischen und Schweizer Gesellschaft für Soziologie, Innsbruck, 29. September - 1. Oktober 2011.

PD Dr. Andreas Fahr



- » Nutzungs-, Rezeptions- und Wirkungsforschung
- » Medienpsychologie
- » Empirische Methoden

089-2180-9439
fahr@ifkw.lmu.de

*1966. Ausbildung & Tätigkeit als Bankkaufmann. Studium der Publizistik, Psychologie & Volkswirtschaft an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. 1995 bis 2000 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Medien Institut Ludwigshafen. Seit 2000 am Institut für Kommunikationswissenschaft & Medienforschung (IfKW) der LMU-München, seit 2011 dort Akademischer Oberrat. 2001 Promotion zum Dr. rer. pol, 2010

Habilitation (Venia Legendi für Kommunikationswissenschaft).

2010 Gastprofessur am Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich (IPMZ), seit 2011 Vertretung der Professur „Medienqualitäten“ am IfKW.

FORSCHUNGSPROJEKTE 2011

Mediennutzung und Identitätsarbeit (zus. mit Christina Peter, Michael Meyen, Senta Pfaff & Hannah Früh)

Soziale Vergleiche mit Medienpersonen (zus. mit Christina Peter & Hannah Früh)

Werbewirkung im Fernsehen II (zus. mit Hans-Bernd Brosius & Verena Kaut)

Is Facebook for Lovers? Öffentliches Beziehungsmanagement via Facebook

„Dass Du Dich nicht schämst!“ - Das Phänomen des „Fremdschämens“ in der Mediennutzungsforschung (zus. mit Christina Peter)

VERÖFFENTLICHUNGEN 2011

Fahr, A.(Hrsg.) (2011). Zählen oder Verstehen? Diskussion um die Verwendung quantitativer und qualitativer Methoden in der empirischen Kommunikationswissenschaft. Köln: von Halem.

Fahr, A. & Früh, H. (2011). Prozessbetrachtungen in der Kommunikationswissenschaft (S. 111-127). In M. Suckfüll, H.Schramm & C. Wünsch (Hrsg.), Rezeption und Wirkung in zeitlicher Perspektive (S. 19-35). Baden-Baden: Nomos-Verlag/Edition Fischer.

VORTRÄGE 2011

- Fahr, A. (2011). Identitätsarbeit und Mediennutzung. Vortrag im Rahmen des Seminars „Medien im 21. Jahrhundert: Von Gutenberg zu Zuckerberg“ der Hanns-Seidel-Stiftung e.V., Kloster Banz, 16. Juli 2011.
- Fahr, A. & Früh, H. (2011). Involvement and emotions during media use. A dynamic view on two key concepts. Vortrag auf der 7. Jahrestagung der Fachgruppe Medienpsychologie der Deutschen Gesellschaft für Psychologie (DGP), Bremen, 10. August 2011.
- Peter, C. & Fahr, A. (2011). Vergleiche vergleichen. Validierung eines Comparative ranking durch Bildvorlagen zur Erfassung sozialer Vergleichsprozesse mit Medienpersonen. Vortrag gehalten auf der Jahrestagung der Fachgruppe ‚Methoden‘ der DGPK „Probleme der Standardisierung und Flexibilisierung – Forschungsprozesse in der Kommunikations- und Publizistikwissenschaft“, Hannover, 01. Oktober 2011.
- Peter, C., Fahr, A. & Früh, H. (2011). Im Spiegel der Anderen: Soziale Vergleiche mit Medienpersonen und Personen aus dem sozialen Umfeld. Vortrag auf der 56. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Dortmund, 1.-3. Juni 2011.
- Peter, C., Fahr, A. & Früh, H. (2011). Who Tells Us Who We Are? Differences in Social Comparisons with Media Characters and Real People. Vortrag gehalten auf der Jahrestagung der IAMCR „Cities, Connectivity and Creativity“, Istanbul, 14. Juli 2011.

SOFTWARE

- (Weiter-) Entwicklung technischer Forschungstools im Bereich der Nutzungs- und Rezeptionsforschung (z.B. Real Time-Response-Measurement (RTRmobile for iPhone/iPod/iPad, RTRonline) (zus. mit Dominik Leiner)
- SMS-Sender: Tool zum Versenden von SMS im Rahmen von Experience-Sampling-Studien und mobilen Befragungen (zus. mit Veronika Karnowski)

SONSTIGES

- Workshop der Arbeitsgruppe „Beobachtung“ zum Thema Eyetracking am IPMZ der Universität Zürich (zus. mit Matthias Hofer)
- Tagung „Neue Medienumgebungen, neue Rezeptionssituationen, andere Wirkungen? Theoretische Herausforderungen für die Rezeptions- und Wirkungsforschung“ der Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung im Januar 2012 (zus. mit Olaf Jandura & Hans-Bernd Brosius)
- Reviewertätigkeit für verschiedene Fachzeitschriften, Einreichungen für nationale und internationale Fachgruppen- und Jahrestagungen
- Geschäftsführung des Vereins zur Förderung von Forschung und Lehre am IfKW (VFKW e.V.)
- Leitung der Forschungslabore am IfKW
- 2012 Ruf auf eine W3-Professur für Kommunikationswissenschaft mit dem Schwerpunkt Soziale Kommunikation an die Universität Erfurt

Dr. Constanze Rossmann



- » Gesundheitskommunikation
- » Rezeptions- und Wirkungsforschung
- » empirische Methoden

089-2180-9413
rossmann@ifkw.lmu.de

* 1974. 1995 bis 2001 Studium der Kommunikationswissenschaft, Psychologie und Psycholinguistik an der Ludwig-Maximilians-Universität München. Verschiedene Praktika bei Aspekt Telefilm Hamburg, am Hans-Bredow-Institut für Medienforschung Hamburg, freie Mitarbeit beim Bayerischen Fernsehen (Redaktion, Regieassistentz), Klavier- und Saxophonlehrerin. 2001 Abschluss des Studiums (Magister Artium), 2007 Abschluss der Promotion. Titel der Dissertation: „Wie Fiktion Wirklichkeit wird. Ein Modell der Informationsverarbeitung im Kultivierungsprozess“.

August 2001 bis Juli 2007 wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für empirische Kommunikationswissenschaft der LMU München, seit August 2007 ebendort wissenschaftliche Assistentin und Mitarbeiterin im LMUinnovativ-Projekt MC Health (Munich Center of Health Sciences). Im WiSe 2009/10 Vertretung der Professur für Rezeptionsforschung am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der HMT Hannover.

FORSCHUNGSPROJEKTE 2011

Kommunikationswissenschaftliche Fundierung von Gesundheitskampagnen. Ein integrativer Ansatz (Habitationsprojekt).

Fallbeispiele im Web 2.0 (zus. mit Christina Peter & Till Keyling)

Identifying the Field of Health Communication. Inhaltsanalyse und Befragung zur Identität der Gesundheitskommunikation (mit Annegret Hannawa, Lugano, Schweiz, Carey Candrian, Colorado, USA, Leonarda Garcia, Murcia, Spanien, und Peter Schulz, Lugano, Schweiz).

CriCoRM – Crisis Communication in the Area of Risk Management, Analyse und Verbesserung der Krisenkommunikation im Zusammenhang mit der A/H1N1 Pandemie (EU-Projekt, mit Lena Ziegler und weiteren Partnern aus Italien, Spanien, Portugal und Schweiz, Leitung WP4: Analyse der Kommunikationsprozesse)

VERÖFFENTLICHUNGEN 2011

Rossmann, C. (2011). Theory of Reasoned Action - Theory of Planned Behavior. Baden-Baden: Nomos.

Rossmann, C. (2011). Gesundheit effektiv kommunizieren – Potenziale und Grenzen massenmedialer Gesundheitskampagnen. In W. Voit, P. Dabrock, J. Ried & J. Uddin (Hrsg.), Informierte Selbstbestimmung als Ziel staatlicher Adipositasprävention. Das Leitbild des „mündigen Verbrauchers“ im Spiegel von Recht und Ethik (S. 59-75), Baden-Baden: Nomos.

VORTRÄGE 2011

Rossmann, C. (2011). Kampagnen im Gesundheitsbereich. Was wir aus Kommunikationswissenschaft und Psychologie lernen können und was wir noch herausfinden sollten. Vortrag auf dem Münster/München-Kolloquium, München, 9. Dezember 2011.

Rossmann, C. (2011). Improving Health Communication. What we learn from health psychology, cognitive psychology and communication science. Vortrag auf dem ICNIRP/WHO/BFS Workshop „The UV Index and its role in risk communication“, Hohenkammer, 5.-7. Dezember 2011.

Rossmann, C. (2011). Theory- and Evidence-Based Campaign Development: Identifying Effective Messages for the Promotion of Physical Activity in Germany. PREFER Workshop „Interventions to Increase Physical Activity in Community-Dwelling Older Adults“, Berlin, 27.-28. Oktober 2011.

Rossmann, C. (2011). „Gemeinsam ist es leichter“ - Ergebnisse einer TPB-Studie als Basis für die Planung einer Kampagne zur Förderung körperlicher Aktivität. Vortrag auf der 11. Tagung des Münchner Zentrums für Gesundheitswissenschaften (MC Health), München, 11. Oktober 2011.

Rossmann, C. (2011). Gemeinsam ist es leichter. Kriterien für eine erfolgreiche Planung von nachhaltigen Initiativen und Kampagnen. Vortrag auf dem LGA-Symposium „Metabolisches Syndrom/Diabetes“, Stuttgart, 7. Oktober 2011.

Rossmann, C. (2011). Möglichkeiten und Grenzen des Internet für die Gesundheits- und Risikokommunikation. Vortrag auf dem 10. Kongress für Gesundheitspsychologie, Berlin, 31. August-2. September 2011.

Rossmann, C. (2011). „Gemeinsam ist es leichter“ - Zur Relevanz der Psychologie und Kommunikationswissenschaft für die Planung einer Kampagne zur Förderung körperlicher Aktivität. Vortrag auf der 56. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft, Dortmund, 1.-3. Juni 2011.

Rossmann, C. & Brosius, H.-B. (2011). Strategic campaign development. Identifying effective messages for the promotion of physical activity in Germany. Vortrag auf der Pre-Conference „Strategic Communication“ der 61. Annual Conference of the International Communication Association, Boston, USA, 26. Mai 2011.

Rossmann, C. (2011). Potentials and limitations of the Internet in health and risk communication. Vortrag auf dem Small Group Meeting „Risk 2.0 – Risk perception and communication regarding vaccination decisions in the age of web 2“, Erfurt, 12.-14. Mai 2011.

Sonstiges

Mitglied im Editorial Board der Buchreihe „Medien + Gesundheit“, Verlag R. Fischer.

Redakteurin des Newsletters „Medien und Gesundheitskommunikation“ (zus. mit Stephanie Lücke, Tanja Pfister & Franziska Weder).

Reviewertätigkeit für Fachtagungen und Fachzeitschriften (Communications Methods and Measures, Medien & Kommunikationswissenschaft, merzWissenschaft, Studies in Communication Sciences, Vaccine)

Dr. Olaf Jandura



- » Rezeptionsforschung
- » Politische Kommunikation
- » Methoden

089-2180-9416

jandura@ifkw.lmu.de

*1974, Studium der Kommunikationswissenschaft, Politikwissenschaft und Soziologie an der TU Dresden sowie der Universidad de Navarra (Pamplona/Spanien). Abschluss 1999. Magisterarbeit zum Thema „Kandidatenimages im Bundestagswahlkampf 1998“. Inhaltsanalyse und Bevölkerungsbefragung in Dresden. Wissenschaftlicher Mitarbeiter bzw. Assistent am

Institut für Kommunikationswissenschaft der TU Dresden (Prof. Dr. Wolfgang Donsbach). Promotion zum Dr. phil. an der Technischen Universität Dresden mit einer Arbeit zu Kleinparteien in der Mediendemokratie im Jahr 2005. Seit Oktober 2006 Akademischer Rat auf Zeit am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der LMU München.

FORSCHUNGSPROJEKTE 2011

Effekte einer zunehmend zeitversetzten Fernsehnutzung

Cross media, social media, mobile media. Wie verändern digitale Medien die Gesellschaft? (zus. mit Hans-Bernd Brosius & Veronika Karnowski)

Late Decider (zus. mit Carsten Reinemann, Thomas Zerback, Marcus Maurer)

Wie politisch ist der Boulevard? Analyse der Politikberichterstattung in Fernsehnachrichten und Boulevardmagazinen (zus. mit Katja Friedrich)

Qualität multivariater Analyseverfahren bei fusionierten Daten (zus. mit Hans-Bernd Brosius und Lena Ziegler)

VERÖFFENTLICHUNGEN 2011

Jandura, O. (2011). Publizistische Chancengleichheit in der Medienberichterstattung. In: Publizistik, 2, S.181 - 198.

Jandura, O., Quandt, T. & Vogelgesang, J. (2011). Methoden der Journalismusforschung. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

Jandura, O. & Ziegler, L. (2011). Wer nutzt Fernsehen zeitversetzt? Eine repräsentative Umfrage zur Nutzung und den Determinanten der Nutzung zeitversetzten Fernsehens in Deutschland. In J. Wolling, A. Will, & C. Schumann (Hrsg.), Medieninnovationen. Wie Medienentwicklungen die Kommunikation in der Gesellschaft verändern (S. 285–301). Konstanz: uvk.

Reinemann, C., Jandura, O., Maurer, M. & Zerback, T. (2011). Wer sind die Späentscheider?: Erste Befunde einer Mehr-Methoden-Studie zur Bundestagswahl 2009. In H. Oberreuter (Hrsg.), Am Ende der Gewissheiten. Wähler, Parteien und Koalitionen in Bewegung (S. 247–270). München: Olzog.

Jandura, O. (2011). Fehler durch Nichtmessen in der Journalismusforschung. In O. Jandura, T. Quandt & J. Vogelgesang (Hrsg.), Methoden der Journalismusforschung (S. 189–202). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Jandura, O. & Brosius, H.-B (2011). Wer liest sie (noch)? Das Publikum der Qualitätszeitungen. In R. Blum, H. Bonfadelli, K. Imhof, & O. Jarren (Hrsg.), *Krise der Leuchttürme öffentlicher Kommunikation. Vergangenheit und Zukunft der Qualitätsmedien* (S. 195–206). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Meyen, M. & Jandura, O. (2011). Das Publikum der Qualitätsmedien. Eine repräsentative Studie zu Reichweite, sozialer Verortung und Nutzungsmotiven. In R. Blum, H. Bonfadelli, K. Imhof, & O. Jarren (Hrsg.), *Krise der Leuchttürme öffentlicher Kommunikation. Vergangenheit und Zukunft der Qualitätsmedien* (S. 207–220). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

VORTRÄGE 2011

- Jandura, O. & Friedrich, K. (2011). Die Politikberichterstattung von Nachrichten und Boulevardformaten im Vergleich. Vortrag auf dem Dreiländerkongress der Soziologie „Neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit“ in Innsbruck vom 29.09.2011 – 02.10.2011.
- Jandura, O. & Karnowski, V. (2011). Gender doesn't matter! Situationale und Genderspezifische Einflüsse auf die Nutzung mobiler Onlinedienste. Vortrag gehalten auf der Tagung der Fachgruppe „Medien, Öffentlichkeit und Ge-schlecht“ der DGpuK „Screening Gender: Neue Screens, neue Produktionsbedin-gungen, neue Rezeptionssituationen, neue Genderkonstruktionen?“, Potsdam, 22.-24.9. 2011.
- Jandura, O. & Ziegler, L. (2011). Bedrohung oder Impuls. Die Rolle des zeitversetzten Fernsehens in der Wertschöpfungskette der Fernsehsender Vortrag auf der Jahrestagung der Fachgruppe Medienökonomie der DGpuK „Wertschöpfung durch Medien im Wandel“ in München vom 16.11.2011 – 18.11.2011.
- Ziegler, L. & Jandura, O. (2011). „Zeitversetzte Nutzung macht Fernsehen erst schön“. Nutzungsmotive und Nutzungssituationen zeitversetzten Fernsehens“. Vortrag auf der DGpuK-Jahrestagung 2011 „Theoretisch praktisch!? Anwendungsoptionen und gesellschaftliche Relevanz der Kommunikations- und Medienforschung“, Dortmund 01.– 03.06.2011.
- Jandura, O. & Ziegler, L. (2011). Der Erfolg zeitversetzter Fernsehnutzung im Spiegel gesellschaftlicher Entwicklung. Vortrag auf der Jahrestagung der Fachgruppe Mediensoziologie der DGpuK „Medienkommunikation in Bewegung: Mobilisierung – Mobile Medien – Kommunikative Mobilität“ in Erfurt vom 01.12.2011 – 03.12.2011.
- Karnowski, V. & Jandura, O. (2011). Die Situation als Determinante der Nutzung mobiler Dienste. Vortrag gehalten auf dem Medienforum Ilmenau „Mobile Kommunikation“, Ilmenau, 24.6.2011.
- Karnowski, V. & Jandura, O. (2011). Going Online - Anywhere and Anytime? A Classification of Mobile Web Usage Situations. Vortrag gehalten auf der ICA Pre-Conference 2011 “Seamlessly Mobile? Mobile Communication @ a Crossroads”, Boston, 25./26.5.2011.
- Karnowski, V. & Jandura, O. (2011). The situational context of mobile communication. Vortrag gehalten auf dem Workshop “Lifestyle and Mobile Communication”, Turku (Finnland), 23./24.11.2011.
- Reinemann, C., Jandura, O., Maurer, M. & Zerback, T. (2011). Die Konstruktion von Unsicherheit. Die Berichterstattung über Umfragen, das Meinungsklima und mögliche Koalitionen im Vorfeld der Bundestagswahl 2009 sowie ihre Wirkung auf die Wähler. Vortrag auf dem Dreiländerkongress der Soziologie „Neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit“ in Innsbruck vom 29.09.2011 – 02.10.2011
- Reinemann, C., Maurer M., Zerback, T. & Jandura, O. (2011). Short and longer term priming effects of political television debates in Germany. Vortrag auf der ICA Jahrestagung, Boston, 2011, 25./26.5.2011.
- Scherr, S., Knab, L., Reinemann, C. & Jandura, O. (2011). Erfolgsfaktoren von politischen Youtube-Videos im Bundestagswahlkampf 2009. Eine inhaltsanalytische Untersuchung zu den Erfolgsfaktoren politischer Internetvideoclips im Wahlkampf und deren Einfluss auf typische Klickzahlenverläufe. Vortrag auf der DGpuK-Jahrestagung 2011 „Theoretisch praktisch!? Anwendungsoptionen und gesellschaftliche Relevanz der Kommunikations- und Medienforschung“, Dortmund, 01.– 03.06.2011.

Dr. Veronika Karnowski



- » Online- und Mobilkommunikation
- » Diffusions- und Aneignungsforschung
- » Empirische Methoden

089-2180-9495

karnowski@ifkw.lmu.de

*1978. 1997 bis 2002 Studium der Kommunikationswissenschaft, Politischen Wissenschaft und Betriebswirtschaftslehre an der Ludwig-Maximilians-Universität München. 2002/2003 Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Online-Kommunikation. 2003-2007 Projektmitarbeiterin am Lehrstuhl für empirische Kommunikationswissenschaft im Rahmen des Projekts intermedia. 2002-2008 Lehrauftrag für Medienwirkungsforschung an

der amd München. Seit 2007 wissenschaftliche Mitarbeiterin und Koordinatorin der Nebenfachstudiengänge Kommunikationswissenschaft, zugeordnet dem Lehrbereich Professor Dr. Hans-Bernd Brosius. 2008 Promotion zum Dr. phil. am Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich.

FORSCHUNGSPROJEKTE 2011

Mobile Nutzung von Online-Services im Alltag deutscher und US-amerikanischer Studierender (DFG, zus. mit Thilo von Pape (Universität Hohenheim) & Lee Humphreys (Cornell University))

Cross media, social media, mobile media. Wie verändern digitale Medien die Gesellschaft? (zus. mit Hans-Bernd Brosius & Olaf Jandura)

VERÖFFENTLICHUNGEN 2011

Brosius, H.-B. & Karnowski, V. (2011). Mass communication. In P. Moy (Hrsg.), Oxford Bibliographies Online: Communication. New York: Oxford University Press.

Karnowski, V. (2011). Diffusionstheorien. Wiesbaden: Nomos Verlagsgesellschaft.

Karnowski, V. (2011). Symbolic Models of Mobile Phone Appropriation – A Content Analysis of TV-Serials. In C. Martin & T. von Pape (Hrsg.), Images in Mobile Communication (S. 167-188). Wiesbaden: VS Verlag.

- Karnowski, V., von Pape, T. & Wirth, W. (2011). Overcoming the binary logic of adoption: On the integration of diffusion of innovations theory and the concept of appropriation. In A. Vishwanath & G. Barnett (Hrsg.), *The Diffusion of Innovations. A Communication Science Perspective* (S. 57-76). New York: Peter Lang.
- von Pape, T. & Karnowski, V. (2011). Which Place for Mobile Television in Everyday Life? Evidence from a Panel Study. In C. Martin & T. von Pape (Hrsg.), *Images in Mobile Communication* (S. 101-120). Wiesbaden: VS Verlag.

VORTRÄGE 2011

- Jandura, O. & Karnowski, V. (2011). Gender doesn't matter! Situationale und Genderspezifische Einflüsse auf die Nutzung mobiler Onlinedienste. Vortrag gehalten auf der Tagung der Fachgruppe „Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht“ der DGPUK „Screening Gender: Neue Screens, neue Produktionsbedingungen, neue Rezeptionssituationen, neue Genderkonstruktionen?“, Potsdam, 22.-24.9. 2011.
- Karnowski, V. & Jandura, O. (2011). Die Situation als Determinante der Nutzung mobiler Dienste. Vortrag gehalten auf dem Medienforum Ilmenau „Mobile Kommunikation“, Ilmenau, 24.6.2011.
- Karnowski, V. & Jandura, O. (2011). Going Online - Anywhere and Anytime? A Classification of Mobile Web Usage Situations. Vortrag gehalten auf der ICA Pre-Conference 2011 „Seamlessly Mobile? Mobile Communication @ a Crossroads“, Boston, 25./26.5.2011.
- Karnowski, V. & Jandura, O. (2011). The situational context of mobile communication. Vortrag gehalten auf dem Workshop „Lifestyle and Mobile Communication“, Turku (Finnland), 23./24.11.2011.
- Karnowski, V. & Riesmeyer, C. (2011). MobileTV @ a Crossroads? Broadcasting vs. IP-based services in Germany and Austria. Vortrag gehalten auf der ICA Pre-Conference 2011 „Seamlessly Mobile? Mobile Communication @ a Cross-roads“, Boston, 25./26.5.2011.

SONSTIGES

- Reviewertätigkeit für DGPUK, ICA, Behaviour & Information Technology, Media Asia Journal, Medien- und Kommunikationswissenschaft, Studies in Communication / Media.

Dr. Andreas Graefe



- » Forecasting Methoden
- » Wahlforschung
- » Entscheidungstheorie

089-2180-9466
graefe@ifkw.lmu.de

* 1978. Von 1999 bis 2005: Studium der Diplom-Volkswirtschaftslehre und Diplom-Wirtschaftsinformatik an den Universitäten Regensburg und Zürich. Von 2008 und 2009: Visiting Scholar an der Wharton School der University of Pennsylvania. Promotion zum Dr. rer. pol. an der Uni Karlsruhe im Mai 2009 zum Thema „Prediction markets versus alternative methods. Empirical tests of accuracy and acceptability“. Ab August

2010 bis November 2011: Senior Manager in den Bereichen Forecasting & Planung sowie CRM Resource Management bei Sky Deutschland.

Von Januar 2006 bis Juli 2010 Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Technikfolgenabschätzung und Systemanalyse am Forschungszentrum Karlsruhe. Seit Dezember 2011 als LMU Research Fellow am IFKW.

VERÖFFENTLICHUNGEN 2011

- Armstrong, J. S. & Graefe, A. (2011). Predicting elections from biographical information about candidates. *Journal of Business Research*, 64, 699-706.
- Graefe, A. (2011). Prediction market accuracy for business forecasting. In L. Vaughan-Williams (Ed.), *Prediction Markets*. (S. 87-95). New York: Routledge.
- Graefe, A. (2011). Prediction Markets and the “Trough of Disillusionment” *Foresight – The International Journal of Applied Forecasting*, 2011 (Fall), 43-46.
- Graefe, A. & Armstrong, J. S. (2011). Comparing face-to-face meetings, nominal groups, Delphi, and prediction markets on an estimation task. *International Journal of Forecasting*, 27, 183-195.
- Graefe, A. & Armstrong, J. S. (2011). Conditions under which index models are useful: Reply to bio-index commentaries. *Journal of Business Research*, 64, 693-695.
- Green, K. C., Graefe, A. & Armstrong, J. S. (2011). Forecasting Principles. In M. Lovric (Hrsg.), *International Encyclopedia of Statistical Science* (S. 527-534). Berlin: Springer.

VORTRÄGE 2011

- Armstrong, J. S., Graefe, A. & Patnaik, S. (2011). Predicting the Effectiveness of Advertisements: A Validation Test of the Index Method. *International Symposium on Forecasting*, Prag, 27 Juni 2011.
- Graefe, A., Armstrong, J. S. (2011). Who Should Be Nominated to Run in the 2012 Presidential Election? Long-term Forecasts Based on Candidates' Biographies. *International Symposium on Forecasting*, Prag, 27 Juni 2011.

SONSTIGES

Associate Editor *Journal of Business Research*

Prediction Markets Editor for *Foresight - The International Journal of Applied Forecasting*

Dr. Paul Pechan



- » MScience Communication
- » E-Learning
- » Multimedia

089-2180-9529
pechan@ifkw.lmu.de

Received PhD in Plant Physiology at Cambridge University, England in 1983. As a postdoc, worked one year at UC Davis and three years at the Ottawa Research Station (Agriculture Canada). In 1988 awarded an Alexander von Humboldt fellowship to work in Germany: from 1988 to 1995 a group leader at the Max Planck Institute (MPI fuer Biochemie). From 1995 to 2004 worked as a scientist at the Technical University Munich as well as the head of a plant molecular laboratory at Charles University in Prague (1995–2000). Research areas included stress proteins and

embryogenesis in plants (27 articles in impact journals). Changed to the current department in the fall of 2004 due to his increasing involvement in science communication.

Current work covers various aspects of science and risk communication and dialogue, primarily with the youth, general public and specific target groups such as media, NGOs, industry and decision makers. Listed in Who-is-Who in the World and Who-is Who-in Science.

FORSCHUNGSPROJEKTE 2011

Continuation of EU- ComScience project, as a coordinator
Continuation of EU- ComEnvironment project, as a coordinator

VERÖFFENTLICHUNGEN 2011

Pechan, P., Renn, O., Watt, A. & Pongratz, I. (2011). Safe or not safe- deciding what risks to accept in our environment and food. Springer Publishers.

VORTRÄGE 2011

Pechan, P. & Wolf, B. (2011). Gender differences in the perception of educational media- Learners' real-time responses to science films in the classroom. International Association of Technology, Education and Development, Valencia, 7. - 9. März 2011

Alexander Haas, M.A.



- » Interpersonale Kommunikation und Medienwirkungen
- » Interpersonal-öffentliche Kommunikation im Internet
- » Quantitative Methoden

089-2180-9403
haas@ifkw.lmu.de

*1979. 1999 bis 2005 Studium der Kommunikationswissenschaft, Psychologie, Politikwissenschaft und interkulturellen Kommunikation an der LMU München. Von 2005 bis 2009 Projektmitarbeiter am DFG-Projekt „Finanzberichterstattung und Aktienkurse“ und am LMUexcellent-Projekt „Diskussionsforen im Internet“.

Seit 2010 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl. 2012 Abschluss der Promotion zum Thema “Interpersonale Kommunikation und Medienwirkungen”.

FORSCHUNGSPROJEKTE 2011

Interpersonale Kommunikation und Medienwirkungen
Themenagenden der Massenmedien im Online-Offline-Vergleich (zus. mit Manuel Wendelin)

VERÖFFENTLICHUNGEN 2011

Brosius, H.-B. & Haas, A. (2011). Agenda Setting. In: P. Moy (Hrsg.), Oxford Bibliographies Online: Communication. New York: Oxford University Press. Online verfügbar unter: <http://www.oxford-bibliographiesonline.com>.

Haas, A. & Brosius, H.-B. (2011). Interpersonal-öffentliche Kommunikation in Diskussionsforen – Strukturelle Äquivalenz mit der Alltagskommunikation? In J. Wolling, A. Will & C. Schumann (Hrsg.), Medieninnovationen. Wie Medienentwicklungen die Kommunikation in der Gesellschaft verändern (S. 103-119). Konstanz: UVK.

Scheufele, B, Haas, A. & Brosius, H.-B. (2011). Mirror or Molder? A Study of Media Coverage, Stock Prices, and Trading Volumes in Germany. *Journal of Communication*, 61, 49-71.

VORTRÄGE 2011

Haas, A. & Brosius, H.-B. (2011). Interpersonal-Public Communication in Discussion Forums: A Valid Indicator for Everyday Conversation and Public Opinion? Vortrag auf der 64. Jahrestagung der World Association for Public Opinion Research, Amsterdam, 21.-23. September 2011.

Wendelin, M., Brosius, H.-B., Meyen, M. & Haas, A. (2011). Öffentlichkeitsnormen und Internet. Herausforderungen für die Medienregulierung. Vortrag auf dem Dreiländerkongress der Deutschen, Österreichischen und Schweizer Gesellschaft für Soziologie, Innsbruck, 29. September - 1. Oktober 2011.

Christina Peter, M.A.



» Rezeptions- und
Wirkungsforschung
» Medienpsychologie
» Datenanalyse

089-2180-9431
peter@ifkw.lmu.de

*1985. 2004 bis 2009 Studium der Kommunikationswissenschaft und Politischen Wissenschaft an der LMU München. Studienbegleitende Tätigkeiten in den Bereichen Journalismus, Marketing & Werbung. Seit 2008 Mitarbeit als studentische Hilfskraft und Tutorin am Lehrstuhl Prof. Bro-

sus. Thema der Masterarbeit: „Der Einfluss von Fallbeispielen und statistischer Information in der Politikberichterstattung“. Seit Oktober 2009 wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl Prof. Brosius.

FORSCHUNGSPROJEKTE 2011

Mediennutzung und Identitätsarbeit (zus. Andreas Fahr, Michael Meyen, Senta Pfaff & Hannah Früh)
Fallbeispiele im Web 2.0 (zus. mit Constanze Rossmann & Till Keyling)
Soziale Vergleichsprozesse im medialen Umfeld (Dissertationsprojekt)

VERÖFFENTLICHUNGEN 2011

Brosius, H.-B., & Peter, C. (2011). Selective Exposure. In P. Moy (Hrsg.), Oxford Bibliographies Online: Communication. New York: Oxford University Press.

VORTRÄGE 2011

Peter, C. (2011). Quo vadis Fallbeispielforschung? Aktuelle Befunde und zukünftige Herausforderungen an ein Forschungsfeld. Jahrestagung der DGPK-Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung, München, 27.-29. Januar 2011.

Peter, C. & Brosius, H.-B. (2011). Exploring the Impact of Base-Rate Information in News Reports: Visualization as a Key Factor? Jahrestagung der International Communication Association, Boston, 25./26.5.2011.

Peter, C. & Fahr, A. (2011). Vergleiche vergleichen. Validierung eines Comparative ranking durch Bildvorlagen zur Erfassung sozialer Vergleichsprozesse mit Medienpersonen. Vortrag gehalten auf der Jahrestagung der Fachgruppe ‚Methoden‘ der DGPK „Probleme der Standardisierung und Flexibilisierung – Forschungsprozesse in der Kommunikations- und Publizistikwissenschaft“, Hannover, 01. Oktober 2011.

Peter, C., Fahr, A. & Früh, H. (2011). Im Spiegel der Anderen: Soziale Vergleiche mit Medienpersonen und Personen aus dem sozialen Umfeld. Vortrag auf der 56. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Dortmund, 1.-3. Juni.

Peter, C., Fahr, A. & Früh, H. (2011). Who Tells Us Who We Are? Differences in Social Comparisons with Media Characters and Real People. Vortrag gehalten auf der Jahrestagung der IAMCR „Cities, Connectivity and Creativity“, Istanbul, 14. Juli 2011.

Dominik Leiner, M.A.



- » Dynamik öffentlicher Meinung
- » Social Web
- » Onlinebefragung

089-2180-9440
leiner@ifkw.lmu.de

*1980. 2002–2007 Studium der Kommunikationswissenschaft, Psychologie und BWL an der LMU München. Studienbegleitende Tätigkeit in Marktforschung, Werbung und Onlinesysteme. 2002–2003 studentische Hilfskraft am IfKW. Seit 2002 Entwicklung der Befragungssoftware oFb.

Magisterarbeit zur subjektiven Wahrnehmung von Interaktivität. 2007 ZIM-Projekt zur Zukunft der Kommunikation in Unternehmen.

Seit 2008 wiss. Mitarbeiter und Projektmitarbeiter am Lehrstuhl.

FORSCHUNGSPROJEKTE 2011

Stabilität und Dynamik öffentlicher Meinung (Dissertationsprojekt)

Der Wert einer Empfehlung (ZIM, zus. mit Hans-Bernd Brosius, Lehrstuhl Prof. Hess, Tomorrow Focus AG)

VERÖFFENTLICHUNGEN 2011

Leiner, D., Hohlfeld, R. & Quiring, O. (2010). Sozialkapital in deutschsprachigen Onlinenetzwerken. Medien Journal, 2010(4), 48-61.

Weissensteiner, E. & Leiner, D. (2011). Facebook in der Wissenschaft. Forschung zu sozialen Onlinenetzwerken. Medien und Kommunikationswissenschaft, 59(4), 526-544.

Leiner, D. (2012). Der Nutzen sozialer Online-Netzwerke. In U. Dittler (Hrsg.), Aufwachsen in sozialen Netzwerken. Chancen und Gefahren von Netzgemeinschaften aus medienspsychologischer und medienpädagogischer Perspektive (S. 111–128). München: kopaed.

VORTRÄGE 2011

Leiner, D. (2012). SoSci Panel: The Noncommercial Online Access Panel. Poster präsentiert auf der GOR 2012, Dortmund, 5.-8. März 2012.

Leiner, D. (2012). Zeitverschwendung oder Investition? Warum Jugendliche soziale Netzwerke nutzen und was sie davon haben. Medienkongress Villingen-Schwenningen, 8.-9. März. 2012.

SOFTWARE

SoSci Survey (ehem. oFb - der onlineFragebogen). Entwicklung, Betrieb und Beratung.

SoSci Panel. Das nichtkommerzielle Online Access Panel. Aufbau, Betrieb und Pflege.

Forschungstools im Bereich der Nutzungs- und Rezeptionsforschung (z.B. Continuous Response Measurement auf iPhone und im Internet) (zus. mit Andreas Fahr)

Lena Ziegler, M.A.



» Gesundheitskommunikation
» Rezeptions- und
Wirkungsforschung

089-2180-9448
ziegler@ifkw.lmu.de

*1987. 2006 bis 2009 Bachelorstudium der Kommunikationswissenschaft und Soziologie an der TU Dresden, 2009 bis 2011 Masterstudium der Kommunikationswissenschaft an der LMU München. Seit 2009 Mitarbeit als studentische Hilfskraft am Lehrstuhl Brosius. Thema der Masterarbeit: „Die Qualität multivariater Analy-

severfahren bei fusionierten Daten – Simulation einer Fusion von Mediennutzungsdaten“. Seit Oktober 2011 Projektmitarbeiterin im DFG-Projekt „Fallbeispiele und Furchtappelle in der Gesundheitskommunikation“ am Lehrstuhl Brosius.

FORSCHUNGSPROJEKTE 2011

Fallbeispiel- und Furchtappelleffekte in der Gesundheitskommunikation (DFG, zus. mit Hans-Bernd Brosius und Tanja Pfister)

Nutzungssituationen zeitversetzten Fernsehens (zus. mit Olaf Jandura)

Qualität multivariater Analyseverfahren bei fusionierten Daten (zus. mit Hans-Bernd Brosius und Olaf Jandura)

VERÖFFENTLICHUNGEN 2011

Jandura, O. & Ziegler, L. (2011). Wer nutzt Fernsehen zeitversetzt? Eine repräsentative Umfrage zur Nutzung und den Determinanten der Nutzung zeitversetzten Fernsehens in Deutschland. In: J. Wolling, A. Will & C. Schumann (Hrsg.), Medieninnovationen. Wie Medienentwicklungen die Kommunikation in der Gesellschaft verändern (S. 285-300). Konstanz: UVK.

VORTRÄGE 2011

Jandura, O. & Ziegler, L. (2011). Der Erfolg zeitversetzter Fernsehnutzung im Spiegel gesellschaftlicher Entwicklung. Vortrag auf der Jahrestagung der Fachgruppe Mediensoziologie der DGPK „Medienkommunikation in Bewegung: Mobilisierung – Mobile Medien – Kommunikative Mobilität“, Erfurt, 01.12.2011 – 03.12.2011.

Jandura, O. & Ziegler, L. (2011). Bedrohung oder Impuls. Die Rolle des zeitversetzten Fernsehens in der Wertschöpfungskette der Fernsehsender Vortrag auf der Jahrestagung der Fachgruppe Medienökonomie der DGPK „Wertschöpfung durch Medien im Wandel“, München, 16.11.2011 – 18.11.2011.

Ziegler, L. & Jandura, O. (2011). „Zeitversetzte Nutzung macht Fernsehen erst schön“. Nutzungsmotive und Nutzungssituationen zeitversetzten Fernsehens“. Vortrag auf der DGPK-Jahrestagung 2011 „Theoretisch praktisch!? Anwendungsoptionen und gesellschaftliche Relevanz der Kommunikations- und Medienforschung“, Dortmund, 01.– 03.06.2011.

Tanja Pfister, M.A.



- » Gesundheitskommunikation
- » Medienwirkungsforschung
- » Empirische Methoden

089-2180-9448
pfister@ifkw.lmu.de

*1972. Ausbildung und Berufstätigkeit als Arzthelferin, anschließend mehrere Jahre im medizinischen Außendienst und als Vertriebsbeauftragte beschäftigt. Nach dem Abitur auf dem Zweiten Bildungsweg Studium der Kommunikationswissenschaft, Politischen Wissenschaft, Interkulturellen Kommunikation und Rechtswissenschaft an der LMU München. Thema der Masterarbeit „Talking Heads – Der Einfluss von Zeitzeugen in Dokumentationen“. Während des Studiums Praktika beim Fernsehen, bei der BMW Stiftung Herbert Quandt und bei MSD Sharpe & Dohme in der Abteilung „Health

Politics“, sowie freiberufliche Tätigkeit. 2006-2008 Mitarbeiterin im ZIM-Projekt „intermedia“, 2007-2008 im ZIM-Projekt „MediaNet“. Seit Oktober 2006 Projektmitarbeiterin am IfKW. Seit 2009 Projektmitarbeiterin im DFG-Projekt „Fallbeispiel- und Furchtappelleffekte in der Gesundheitskommunikation“.

FORSCHUNGSPROJEKTE 2011

Bedeutung von Fallbeispielen und Furchtappellen für die Effektivität von Gesundheitsbroschüren (Dissertationsprojekt)

Fallbeispiel- und Furchtappelleffekte in der Gesundheitskommunikation (DFG, zus. mit Hans-Bernd Brosius)

SONSTIGES

Redakteurin des Newsletter „Medien und Gesundheitskommunikation“ (zus. mit Eva Baumann, Stephanie Lücke & Constanze Rossmann)

Gutachterin für die Zeitschrift Medien & Kommunikationswissenschaft

Till Keyling, M.A.



- » interpersonal-öffentliche Kommunikation im Internet
- » Automatisierung empirischer Methoden
- » Online-Forschung

089-2180-9401

keyling@ifkw.lmu.de

*1985. 2005 bis 2010 Studium der Kommunikationswissenschaft und Neuere deutsche Literatur an der LMU München. Von 2007 bis 2009 studentische Hilfskraft im Rahmen des Forschungsprojekts „Diskussionsforen im Internet“ am Lehrstuhl Brosius. Masterarbeit über die Anwendungsmöglichkeiten automatisierter Inhaltsanalyse von Texten. Seit Oktober 2010 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl

Brosius. Seit April 2011 Projektmitarbeiter im DFG-Teilprojekt „Die Entstehung und Nutzung politischer Medienagenden auf YouTube und ihre Bedeutung für Jugendliche“ in der DFG-Forschergruppe „Politische Kommunikation in der Online-Welt“.

FORSCHUNGSPROJEKTE 2011

Nutzung und Verbreitung politischer Inhalte in Online-Videoportalen (Dissertationsprojekt)

Fallbeispiele im Web 2.0 (zus. mit Constanze Rossmann & Christina Peter)

Die Entstehung und Nutzung politischer Medienagenden auf YouTube und ihre Bedeutung für Jugendliche (DFG-Projekt, zus. mit Hans-Bernd Brosius)

VORTRÄGE 2011

Keyling, T. (2011). Standardisierung von Algorithmen? Vereinheitlichung und Übertragbarkeit von Messinstrumenten der automatisierten Inhaltsanalyse. Vortrag auf der Jahrestagung der DGPK-Fachgruppe „Methoden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft“, Hannover, 29. September - 1. Oktober 2011.

SOFTWARE

Facepager. Ein Tool zur Speicherung von Facebook-Pages. Online unter: <https://github.com/dorvak/facepager/downloads>

Claudia Kettenhofen, M.A.



kettenhofen@acquinq.org

*1978. Ausbildung zur Krankenschwester und mehrjährige Berufstätigkeit. Nach dem Abitur am Abendgymnasium 2006-2009 Bachelorstudium der Kommunikationswissenschaft und Lehr-, Lern- und Trainingspsychologie an der Universität Erfurt, 2009-2011 Masterstudium der Kommunikationswissenschaft an der LMU München. Masterarbeit zum Thema „Medialisierung der Gesellschaft“. Von 2011 bis 2011 wissenschaft-

liche Projektmitarbeiterin am Lehrstuhl Brosius. Seit 01/2012 Referentin beim Akkreditierungs-, Zertifizierungs- und Qualitätssicherungsinstitut ACQUIN e.V.

VORTRÄGE 2011

Kettenhofen, C., Müller, D., Catterfeld, N. & Rössler, P. (2011). News Factors for Children. Information Retrieval from TV Presentations. Vortrag auf der 61. Jahrestagung der International Communication Association (ICA), Boston, 26.-30. Mai 2011.

Sylvia Krampe



- » Lehrstuhl-Verwaltung
- » Studentenmanagement
- » Proaktive Ressourcenplanung

089-2180-9455
krampe@ifkw.lmu.de

*1962. Ausbildung zur Wirtschaftskauffrau, Schwerpunkt Industrie. Diverse Tätigkeiten als Sachbearbeiterin und Sekretärin. Selbständig mit Einzelhandel. Seit Oktober 2002 in München, Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung. Seit Februar 2005 am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der LMU.

SONSTIGES

Vertreterin der Gruppe der nichtwissenschaftlichen Mitarbeiter im Fakultätsrat der Sozialwissenschaftlichen Fakultät

Mitglied im Konvent der sonstigen Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen (KdsM)

Gastwissenschaftler am Lehrstuhl Brosius

Dr. Arul Chib



Assistant Professor
Division of Public & Promotional Communication
Wee Kim Wee School of Communication and Information
College of Humanities, Arts, & Social Sciences

arulchib@ntu.edu.sg

Dr. Arul Chib is Assistant Director of the Singapore internet Research Center (SiRC) and Assistant Professor at Nanyang Technological University. He is an expert in the area of healthcare mobile phone systems who pursues action-oriented research in varied cross-cultural contexts, particularly in resource-constrained environments of developing countries. His contribution has been recognized with granting of the 2011 Prosper.NET-Scopus Award for the use of ICTs for sustainable development, sponsored by the United Nations University and the German Federal Ministry of Education and Research. Dr.

Chib's work can be found in international refereed publications, such as the Asian Journal of Communication, International Journal of Communication, Journal of Computer-Mediated Communication, Journal of Health Communication, New Media and Society, and Information Technologies & International Development, amongst others. In March 2012, Dr. Chib, along with Dr. Roger Harris, released a new volume, 'Linking research to practice: Strengthening ICT for Development Research Capacity in Asia'.

Prof. Dr. Dr. René Weber



Associate Professor
University of California Santa Barbara
Department of Communication & Cognitive Science Program

renew@comm.ucsb.edu

René Weber is an Associate Professor in the Department of Communication and Cognitive Science Program at the University of California, Santa Barbara. He holds a Ph.D. in Media Psychology, an M.D. in Cognitive Neuroscience, and BA/MA degrees in Communication and Business Administration. Prior to his academic appointments he worked as consultant for media entertainment in the US and in Europe. In his recent research he focuses on cognitive responses to mass communication and new

technology media messages, including video games. He develops and applies both traditional social scientific and neuroscientific methodology (fMRI) to test media related theories. His research has been published in major communication and neuroscience journals.

Akademische Abschlussarbeiten am Lehrstuhl für empirische Kommunikationsforschung

MASTERARBEITEN

ALTENBURG, SANDRA. Von „Jim Knopf“ bis „Blueprint“. Die Darstellung gesellschaftlicher Wandlungsprozesse in Kinder- und Jugendbüchern zwischen 1960-2010.

CLAASSEN, ERIC. Integration durch Medienmenüs. Eine empirische Untersuchung zu den Einflüssen differenzierter Mediennutzungsdauer auf gesellschaftliche Integration.

EBERHARDT, LEONIE. Selbstbehandlung durch das Internet?

FRANK, LENA SOPHIE. Spielplatz Internet – Nutzung und Stellenwert kostenloser Internetspiele unter Schülerinnen und Schüler der 5. bis 7. Klasse.

GESELL, KATHARINA. Websuche 3.0. Die Veränderung von Suchstrategien & User Experience durch semantische und visualisierte Suchansätze.

JACOB, TOBIAS. Scripted Reality – Eine Uses and Gratifications Studie über die fiktionalen Formate des Reality TV und ihren wahrgenommenen Realitätsgrad.

KETTENHOFEN, CLAUDIA. Medialisierung der Gesellschaft. Standortbestimmung zur Medienlogik und ihrem Wandel.

KURZ, JULIA. Jugend! Medien! Schutz? – Eine quantitative Inhaltsanalyse der Berichterstattung über Jugendmedienschutz.

SCHULZ, INES. Nutzen ohne Wirkung? Die Bedeutung der Information Utility für die Gesundheitskommunikation hinsichtlich ihrer Wirkung auf Einstellungen und Verhaltensintentionen am Beispiel einer Kampagne zur Prävention von Diabetes.

ZIEGLER, LENA. Die Qualität multivariater Analyseverfahren bei fusionierten Daten. Simulation einer Fusion von Mediennutzungsdaten.

BACHELORARBEITEN

DANCU, SMARANDA. How Do Young People Search the Internet? A Systematic Review.

LEZAIC, JELENA. PorNo? Eine Metaanalyse zu Kultivierung durch Pornografie.

STANOEVA, ANDREA. Wonach suchen Berufstätige im Internet? Eine empirische Analyse der beruflich gesuchten Themen im Internet.

Säulen des Lehrstuhls und Vernetzung an der LMU München

Medien und öffentliche Kommunikation berühren zahlreiche Aspekte des täglichen Lebens und nicht weniger Fachbereiche wissenschaftlicher Forschung. Mit vielen dieser Fachbereichen ist der Lehrstuhl für empirische Kommunikationsforschung über seine vier Säulen eng vernetzt.

Medienpsychologie und Rezeptionsforschung

Die Rezeptions- und Wirkungsforschung setzt sich mit Auswahl, Wahrnehmung, Erleben und Wirkung von Medieninhalten auseinander. Ein Schwerpunkt liegt auf der (Weiter-)Entwicklung traditioneller und innovativer Erhebungsverfahren (Beobachtung, Befragung, psychophysiologische und apparative Verfahren). So werden in einem Projekt beispielsweise Zusammenhänge zwischen Fernsehnutzung und Identität mit unterschiedlichen methodischen Zugängen untersucht.

Gesundheitskommunikation

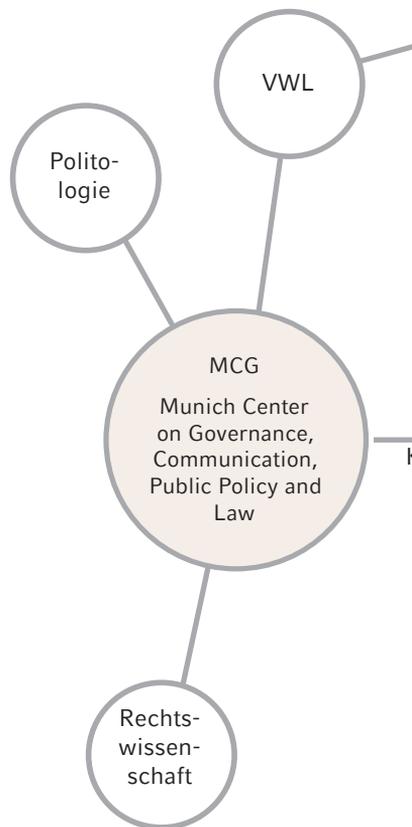
Den Medien kommt eine wichtige Rolle im Gesundheitssektor zu: Sie sind sowohl Gesundheitsfaktor als auch Träger von Gesundheitsinformation. Der Lehrstuhl beschäftigt sich mit Darstellung und Wirkung gesundheitsbezogener Medieninhalte (u.a. im Rahmen des LMU-Innovationsprogramms „Munich Center of Health Sciences“), untersucht Zusammenhänge zwischen Mediennutzung, Gesundheit und Krankheit und die Wirksamkeit von Informationsmedien u.a. im Hinblick auf Präventions- und Verhaltensmaßnahmen.

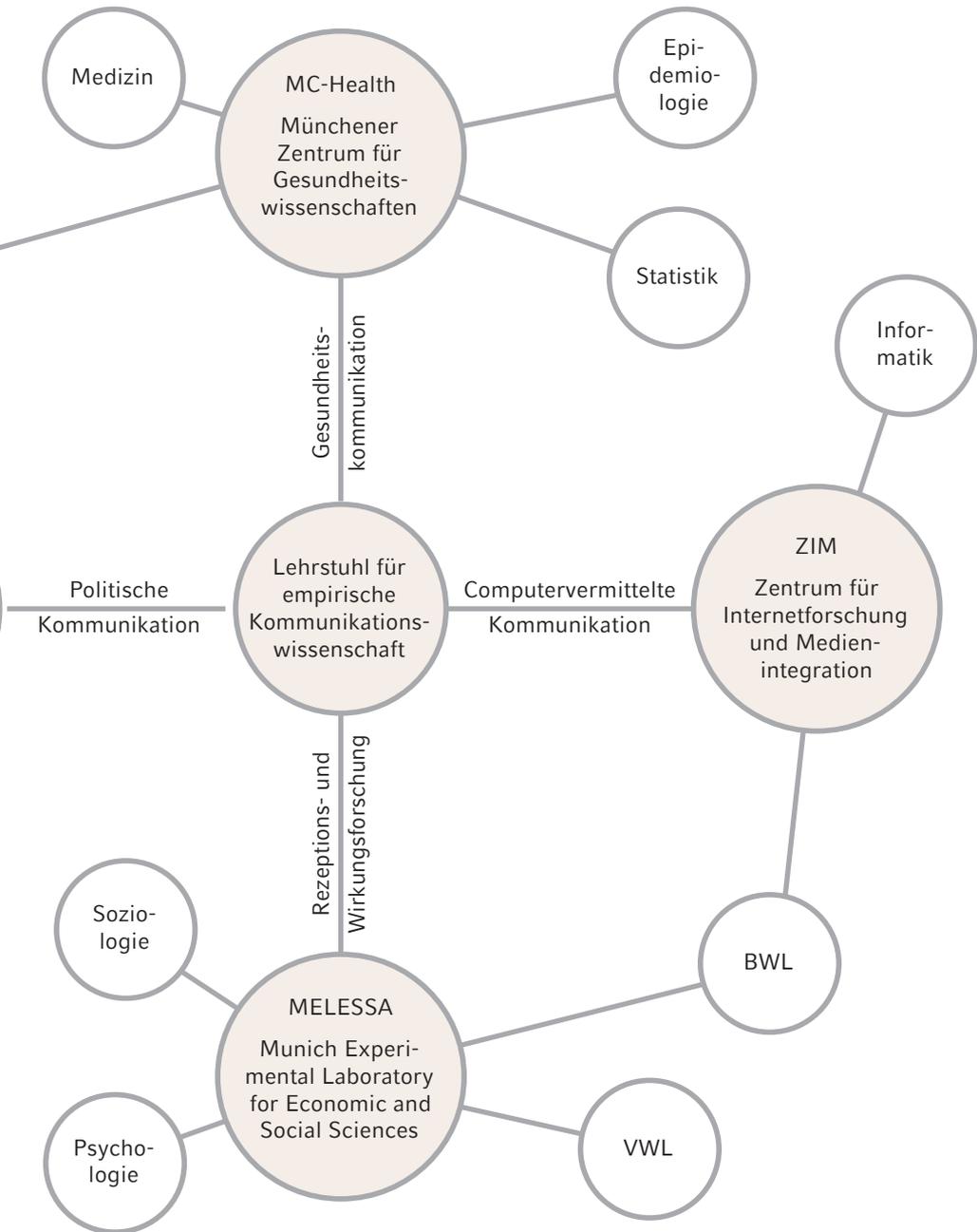
Politische Kommunikation

Die wachsende Bedeutung der Medien für das politische System bringt Chancen, aber auch Gefahren mit sich. Die Forschung zu politischer Kommunikation am Lehrstuhl untersucht politische Medieninhalte auf ihr Erscheinungsbild, ihren Einfluss auf das politische Meinungsklima und die öffentliche Meinung. Darüber hinaus stehen die journalistischen Mechanismen im Fokus, mit denen politische Medieninhalte produziert werden.

Computervermittelte Kommunikation

Der Lehrstuhl widmet sich der Thematik Computervermittelte Kommunikation in einer Reihe von Einzelprojekten (u.a. gefördert vom Bundesministerium für Bildung und Forschung sowie diversen Kooperationspartnern aus der Medienwirtschaft). Im Vordergrund stehen die sozialen Auswirkungen und ökonomischen Potenziale der Digitalisierung. Dabei arbeitet der Lehrstuhl im Rahmen des Zentrum für Internetforschung und Medienintegration (ZIM) eng mit der Informatik und Betriebswirtschaftslehre zusammen.







LUDWIG-MAXIMILIANS-UNIVERSITÄT MÜNCHEN

INSTITUT FÜR KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT
UND MEDIENFORSCHUNG

LEHRSTUHL FÜR
EMPIRISCHE KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT
PROF. DR. HANS-BERND BROSIUS

OETTINGENSTRASSE 67
D-80538 MÜNCHEN
TELEFON: +49 (89) 2180-9441
FAX: +49 (89) 2180-9443
INTERNET: [HTTP://WWW.LS1.IFKW.LMU.DE/](http://www.ls1.ifkw.lmu.de/)

Rückblick 2011