

Lehr- und Forschungsbereich
Empirische Kommunikationswissenschaft

Rückblick

2010

Das vorliegende Heft fasst unsere Aktivitäten im letzten Jahr zusammen: Publikationen, Vorträge, Projektberichte, aber auch zahlreiche Bachelor-, Master- und Doktorarbeiten sind 2010 bei uns entstanden. Mittlerweile zählt die Liste der Magister-, Diplom- und Masterstudenten knapp 300 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 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kommen dazu, alte gehen, zum Teil in die Wirtschaft, zum Teil bleiben sie aber in der Wissenschaft. Wir freuen uns, dass mittlerweile ein halbes Dutzend ehemaliger Mitarbeiter auf Professorenstellen berufen wurden. Die Nachwuchsarbeit ist damit ein wesentlicher Erfolgsfaktor der Arbeit am Lehrstuhl. Man muss allerdings konzедieren, dass der nach wie vor rapide Ausbau des Faches den Nachwuchskräften auch alle Möglichkeiten bietet, sich erfolgreich um Professuren zu bemühen. Allein in Bayern hat sich die Zahl der kommunikationswissenschaftlichen Professuren in den letzten 10 Jahren mehr als verdoppelt.

Ich möchte Sie herzlich einladen, sich mit diesem Rückblick auf das Jahr 2010 ein Bild von uns zu machen und das Gespräch mit uns zu suchen – zum wissenschaftlichen Austausch und vielleicht zur Diskussion und Entwicklung neuer Ideen.



Prof. Dr. Hans-Bernd Brosius

Prof. Dr. Hans-Bernd Brosius



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

089 2180-9441

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-Professor für Empirische Kommunikationswissenschaft am Institut für Kommunikationswissenschaft (ZW) 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 durch einen Trägerverein getragenen 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“ und „Media Psychology“. Mitherausgeber der Reihe „Kommunikation“ (Karl-Alber-Verlag, Freiburg), der Lehrbuchreihe „Kommunikationswissenschaft“ (Verlag für Sozialwissenschaften), 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 2010

Entwicklung von Verfahren, Methoden und Standards zur gemeinsamen Untersuchung der Wirkung von Mediengewalt auf Kinder und Jugendliche durch Kommunikationswissenschaft, Medienpsychologie und Medienpädagogik (LMK Rheinland-Pfalz)

Fallbeispiele und Furchtappelle in der Gesundheitskommunikation (DFG)

Kommunikation volatiler Geschäftsprozesse (Siemens)

VERÖFFENTLICHUNGEN 2010

Brosius, Hans-Bernd (2010). Theoretische Herausforderungen in der Werbeforschung. In Jens Woelke, Marcus Maurer & Olaf Jandura (Hrsg.), *Forschungsmethoden für die Markt- und Organisationskommunikation*. Köln: von Halem, S. 15-31.

Brosius, Hans-Bernd, Mangold, Roland & Schwer, Katja (2010). Ein Mehrebenenmodell der Mediengewaltforschung. Grundlagen für eine interdisziplinäre Untersuchung der Wirkung von Mediengewalt. Baden-Baden: Nomos.

Brosius, Hans-Bernd & Jandura, Olaf (2010). Wo steht die Werbewirkungsforschung heute? In Wolfgang J. Koschnick (Hrsg.), *Focus Jahrbuch 2010*. Schwerpunkt: Der Stand der Werbewirkungsforschung. München: Focus Verlag, S. 247-268.

Haas, Alexander, Keyling, Till & Brosius, Hans-Bernd (2010). Online-Diskussionsforen als Indikator für interpersonale (Offline-) Kommunikation? Methodische Ansätze und Probleme. In Nikolaus Jakob, Thomas Zerback, Olaf Jandura & Marcus Maurer (Hrsg.), *Das Internet als Forschungsinstrument und –gegenstand in der Kommunikationswissenschaft*. Köln: von Halem, S. 246-267.

Peter, Christina & Brosius, Hans-Bernd (2010). Grenzen der Wirksamkeit von Fallbeispielen? *Publizistik*, 55 (3), 275-288.

Rossmann, Constanze & Brosius, Hans-Bernd. (2010). „Gemeinsam ist es leichter“. Theorie- und evidenzbasierte Kampagnenplanung. In Deutsche Diabetes-Stiftung (Hrsg.), *Diabetes in Deutschland. Fakten – Zahlen - Prävention*. München: Edition Lipp, S. 237–258.

Rossmann, Constanze & Brosius, Hans-Bernd (2010). Eine Kampagne zur Förderung körperlicher Aktivität. Theorie- und evidenzbasierte Planung. *Der Diabetologe*, Heft 7, 607-611.

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

VORTRÄGE 2010

The influence of response sets on the results and quality of multivariate analyses. Vortrag auf der Jahrestagung der World Association of Public Opinion Research, Chicago, 11–13.05.2010. (zus. mit Olaf Jandura)

Methodische Innovation mit theoretischen Konsequenzen: Die Bedeutung von interpersonal-öffentlicher Kommunikation im Internet. Vortrag auf der 55. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Ilmenau, 12.–14.05.2010. (zus. mit Alexander Haas & Till Keyling)

Grenzen der Wirksamkeit von Fallbeispielen? – Ein Experiment zum Einfluss der summarischen Realitätsbeschreibung in der Fallbeispielforschung. Vortrag auf der 55. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Ilmenau, 12.–14.05.2010. (zus. mit Christina Peter)

PD Dr. Andreas Fahr



- » Rezeptions- und Wirkungsforschung
- » Empirische Methoden und Datenanalyse
- » Apparative & psychophysiologische Beobachtungsverfahren
- » Medienpsychologie

089 2180-9439
fahr@ifkw.lmu.de

*1966. Studium der Publizistik, Psychologie & Volkswirtschaft an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Von 1995 bis 2000 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Medien Institut Ludwigshafen. Seit 2000 am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung (IfKW) der LMU tätig (wiss. Assistent, Akademischer Rat, Akademischer Oberrat).

Promotion zum Dr. rer. pol. in 2001. Habilitation im Januar 2010; Venia Legendi für Kommunikationswissenschaft. Gastprofessur am Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich (IPMZ) im Wintersemester 2010/2011.

FORSCHUNGSPROJEKTE 2010

Mediennutzung und Identitätsarbeit (zus. mit Michael Meyen, Hannah Früh & Christina Peter)
Lebensmotive und Mediennutzung (zus. mit Christina Peter & Jesse Bächler)
Aufstiegs motive aus Social Networks (zus. mit Maria Hahn)
Werbewirkung im Fernsehen II (zus. mit Hans-Bernd Brosius & Verena Kaut)
Rezeptionsprozesse

VORTRÄGE 2010

Zwischen Messwiederholung und Gestalt. Theoretische Modellierungen, Analyseansätze und empirische Umsetzung in der Kommunikationswissenschaft. Vortrag auf der Tagung „Rezeption und Wirkung aus zeitlicher Perspektive“ der Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung in der DGPK, Berlin, 29.01.2010. (zus. mit Hannah Früh)

Der EDAnalyzer. Auswertungsstrategie und Softwaretool zur Analyse und Aggregation physiologischer Rezeptionsprozessdaten am Beispiel elektrodermalen Aktivität. Vortrag auf der Tagung „Rezeption und Wirkung aus zeitlicher Perspektive“ der Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung der DGPK, Berlin, 30.01.2010. (zus. mit Dominik Leiner)

Wer bin ich? Und was hat das mit meiner Mediennutzung zu tun? Habilitationsvortrag, München, 30. 07.2010.

A ‚Closer‘ look at identity-building during media exposure. Vortrag auf der „European Communication Conference“, Hamburg, Oktober 2010. (zus. mit Victoria Fast, Sebastian Scherr & Hannah Früh)

The influence of verbal and visual information on candidate evaluation in presidential debates, Communication and Citizenship: Vortrag auf dem „Congress of the International Association for Media and Communication Research“, Braga, Juli 2010. (zus. mit Barbara Wolf & Thomas Koch)

SOFTWARE

Entwicklung und Test einer iPhone/iPodTouch-App (RTRMobile) zur out-of-lab Real-time Response-messung von Rezeptionsprozessen. (zus. mit Dominik Leiner)

SONSTIGES

Top Paper Preis 2010 des Nomos Verlages im Auftrag der Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung der DGPK für den Tagungsbeitrag ‚Zwischen Messwiederholung und Gestalt. Theoretische Modellierungen, Analyseansätze und empirische Umsetzung in der Kommunikationswissenschaft‘. (zus. mit Hannah Früh)

Gastprofessur am Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich (IPMZ) im Wintersemester 2010/2011.

Mitglied im Fakultätsrat der Sozialwissenschaftlichen Fakultät der LMU München .

Geschäftsführung des Vereins zur Förderung von Forschung und Lehre am IfKW (VFKW e.V.).

Reviewertätigkeit für versch. Fachzeitschriften, Einreichungen für nationale und internationale Fachgruppen- und Jahrestagungen.

Dr. Olaf Jandura



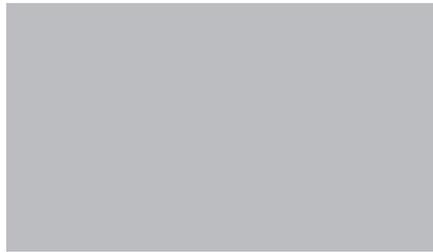
- » Rezeptionsforschung
- » Politische Kommunikation
- » Methoden

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 2010

„Cross media, social media, mobile media. Wie verändern digitale Medien die Gesellschaft?“ (gemeinsam mit Hans-Bernd Brosius und Veronika Karnowski)

Wer nutzt Fernsehen zeitversetzt? Determinanten einer zeit- und programmsouveränen Fernsehnutzung in Deutschland. (Mehrmethodestudie: repräsentative Bevölkerungsbefragung, Leitfadenterviews, Beobachtung). (Eigenes Forschungsprojekt im Rahmen des Habilitationsvorhabens)

Komplement oder Substitut? Welche Rolle spielt das zeitversetzte Fernsehen im Medienrepertoire? (Eigenes Forschungsprojekt im Rahmen des Habilitationsvorhabens)

Late Decider und die Medien. Eine empirische Untersuchung der Entscheidungsfindung von Spätscheidern im Bundestagswahlkampf 2009 (zus. mit Carsten Reinemann, Marcus Maurer & Thomas Zerback)

VERÖFFENTLICHUNGEN 2010

Brosius, Hans-Bernd & Jandura, Olaf (2010). Wo steht die Werbewirkungsforschung heute? In: Koschnick, Wolfgang J. (Hrsg.): Focus-Jahrbuch 2010. Schwerpunkt: der Stand der Werbewirkungsforschung. München: Focus-Magazin Verlag, S. 247–268.

- Jackob, Nikolaus, Zerback, Thomas, Jandura, Olaf, Maurer, Marcus (Hrsg.) (2010). Das Internet als Forschungsinstrument und –gegenstand in der Kommunikationswissenschaft. Köln : von Halem.
- Jandura, Olaf & Meyen, Michael (2010). Warum sieht der Osten anders fern? Eine repräsentative Studie zum Zusammenhang zwischen sozialer Position und Mediennutzung. In Medien- und Kommunikationswissenschaft, 58 (2), S. 208–26.
- Jandura, Olaf, Meyen Michael (2010). Validität von Variablenzusammenhängen bei Onlinebefragungen. Eine Fallstudie zum Thema Mediennutzung. In Jakob, Nikolaus, Zerback, Thomas, Jandura, Olaf, Maurer, Marcus (Hrsg.): Das Internet als Forschungsinstrument und –gegenstand in der Kommunikationswissenschaft. Köln: von Halem, S. 284–300.
- Jandura, Olaf & Donsbach, Wolfgang (2010): Erfolgsfaktor personalisierte Werbung. In Jens Woelke, Marcus Maurer & Olaf Jandura (Hrsg.), Forschungsmethoden für die Markt- und Organisationskommunikation. Köln: von Halem, S. 111–126.
- Woelke, Jens; Maurer, Marcus & Jandura, Olaf (2010). Forschungsmethoden für die Markt- und Organisationskommunikation - Bemerkungen zu einem Arbeitsfeld kommunikationswissenschaftlicher Methodenentwicklung und -anwendung. In Woelke, Jens, Maurer, Marcus & Jandura, Olaf (Hrsg.), Forschungsmethoden für die Markt- und Organisationskommunikation. Köln: von Halem, S. 9-14.
- Woelke, Jens, Maurer, Marcus & Jandura, Olaf (Hrsg.) (2010). Forschungsmethoden für die Markt- und Organisationskommunikation (Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft, Band 5). Köln: von Halem.

VORTRÄGE 2010

- Constructing uncertainty. The climate of opinion in German campaign coverage 2009. Vortrag auf der 3rd European Communication Conference der European Communication Research and Education Association, Hamburg, 22.-15.10.2010. (zus. mit Carsten Reinemann)
- The Influence of Response Sets on the Results and Quality of Multivariate Analyses. Vortrag auf der WAPOR Annual Conference „Opportunity through Diversity“, Chicago, USA, 11-113.05.2010. (zus. mit Hans-Bernd Brosius)
- Digital Natives und Digital Immigrants – populärwissenschaftliche Fiktion oder fruchtbares Konzept für die Kommunikationswissenschaft? Vortrag auf der Fachgruppentagung „Computer und Kommunikation - gestern, heute, morgen“ der Fachgruppe Computervermittelte Kommunikation (CvK) der DGPK, Mainz, 11. – 13.11.2010. (zus. mit Veronika Karnowski)
- Hat die Spotwerbung noch Zukunft? Rezeption von Fernsehwerbung beim zeitversetzten Fernsehen. Vortrag auf dem 5. Workshop der Forschungsgruppe Werbung „Qualitäten der Werbung – Qualitäten der Werbeforschung“, Wien, 30.09. – 02.10. (zus. mit Lena Ziegler)
- Wer nutzt Fernsehen zeitversetzt? Vortrag auf der 55. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Ilmenau, 12.-14. Mai. (zus. mit Lena Ziegler)

SONSTIGES

- Wer pickt sich die Rosinen aus dem Kuchen? Nutzung und Akzeptanz des zeitversetzten Fernsehen. Vortrag auf den Münchener Medientagen, München, 2010.(zus. mit Lena Ziegler)
- Was macht Videos auf YouTube erfolgreich? Vortrag auf den Münchener Medientagen, München, 2010. (zus. mit Annette Fahr)
- Sprecher der Fachgruppe „Methoden“ in der DGPK bis September 2010.

Dr. Veronika Karnowski



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

089 2180-9495

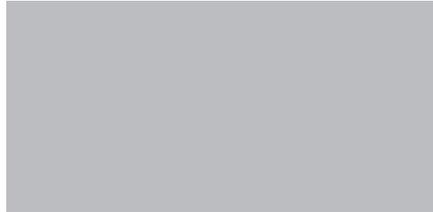
karnowski@ifkw.lmu.de

*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. Von 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 2010

Mobile Web Use - a qualitative exploration (zus. mit Thilo von Pape (Universität Hohenheim) & Lee Humphreys (Cornell University))

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

VERÖFFENTLICHUNGEN 2010

Karnowski, Veronika & Doedens, Sebastian (2010). Mobile Experience Sampling. Eine Methode zur Untersuchung mobilen Mediennutzungsverhaltens. In Nikolaus Jakob, Thomas Zerback, Olaf Jandura & Marcus Maurer (Hrsg.), Methoden der On-line-Forschung: Das Internet als Forschungsinstrument und -gegenstand der Kommunikationswissenschaft. Köln: von Halem, S. 211-226.

VORTRÄGE 2010

Internet goes mobile. Nutzung und Bedeutung mobiler Onlinedienste im Alltag deutscher und US-amerikanischer Studierender. Vortrag auf der Jahrestagung der DGPUK-Fachgruppe Computervermittelte Kommunikation „Computer und Kommunikation - gestern, heute, morgen“, Mainz, 11.-13.11.2010. (zus. mit Thilo von Pape & Lee Humphreys)

Digital Natives und Digital Immigrants – populärwissenschaftliche Fiktion oder fruchtbares Konzept für die Kommunikationswissenschaft? Vortrag auf der Fachgruppentagung „Computer und Kommunikation - gestern, heute, morgen“ der Fachgruppe Computervermittelte Kommunikation (CvK) der DGPUK, Mainz, 11. – 13.11.2010. (zus. mit Olaf Jandura)

MobileTV in Germany and Austria: Are the media actors' guiding principles moulding the heterogeneous developments in both countries? Vortrag gehalten auf der 3. European Communication Conference, Hamburg, 12.-15.10.2010. (zus. mit Claudia Riesmeyer)

Users perspectives on an evolving mobile media ecology. Uses and conceptualizations of the mobile Internet by American and German college students. Vortrag gehalten auf der ICA Pre-Conference 2010 Innovations in Mobile Use, Singapur, 21./22.6.2010. (zus. mit Thilo von Pape & Lee Humphreys)

SONSTIGES

Reviewertätigkeit für DGPUK und ICA.

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, Regieassistentin), 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 HMTM Hannover.

FORSCHUNGSPROJEKTE 2010

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

Theory of Reasoned Action, Theory of Planned Behavior (Buchprojekt).

Identifikation relevanter Kampagnenbotschaften zur Förderung körperlicher Aktivität auf Basis der Theory of Planned Behavior – Sekundäranalyse, qualitative Interviews, Inhaltsanalyse und Repräsentativbefragung (im Auftrag der Deutschen Diabetes-Stiftung, zus. mit Hans-Bernd Brosius und Andreas Vlasic).

VERÖFFENTLICHUNGEN 2010

Rossmann, Constanze (2011). Theory of Reasoned Action - Theory of Planned Behavior. Baden-Baden: Nomos. (erschienen im Oktober 2010)

Rossmann, Constanze (2010). Zur theorie- und evidenzbasierten Fundierung massenmedialer Gesundheitskampagnen. Public Health Forum, 18, 16-17.

- Rossmann, C. (2010). Gesundheitskommunikation im Internet. Erscheinungsformen, Potenziale, Grenzen. In W. Schweiger & K. Beck (Hrsg.), Handbuch Online-Kommunikation. Wiesbaden: VS-Verlag, S. 338-363
- Rossmann, C. (2010). Wohl- oder Übeltäter? Die Wirkung des Fernsehens auf das Gesundheitsverhalten. impulse. Newsletter zur Gesundheitsförderung der Landesvereinigung für Gesundheit Niedersachsen e.V., Heft 69, 6-7.
- Rossmann, C. & Brosius, H.-B. (2010). Eine Kampagne zur Förderung körperlicher Aktivität. Theorie- und evidenzbasierte Planung. Der Diabetologe, Heft 7, 607-611.
- Rossmann, C. & Brosius, H.-B. (2010). „Gemeinsam ist es leichter.“ Theorie- und evidenzbasierte Kampagnen-Planung zur Förderung körperlicher Aktivität. In Deutsche Diabetes-Stiftung (Hrsg.), Diabetes in Deutschland. Fakten - Zahlen. München: Karl M. Lipp, S. 237-258.

VORTRÄGE 2010

- Integrating cultivation theory into theory of planned behavior. Vortrag auf dem 4. Workshop des Institute of Communication and Health, Lugano, zusammen mit dem Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung München, Lugano, 4.-5.11.2010.
- Effects of television cooking shows on viewers' intentions to provide a perfect dinner. Integrating cultivation theory and theory of planned behavior. Vortrag auf der 3. European Communication Conference, Hamburg, 12.-15.10.2010.
- Computervermittelte Kommunikation in der Gesundheitskommunikation. Potenziale und Grenzen für die Gesundheitsförderung und Prävention. Vortrag auf der Expertentagung „Aufklärung zur Organ- und Gewebespende in Deutschland – Neue Wege der Gesundheitskommunikation“, Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln, 6.10.2010.
- Gesundheit effektiv kommunizieren. Potenziale und Grenzen massenmedialer Gesundheitskampagnen. Vortrag auf dem Adipositas-Symposium, Marburg, 28.05.2010.
- Determinanten körperlicher Aktivität bei Menschen zwischen 30 und 60 Jahren. Eine repräsentative Bevölkerungsumfrage. Vortrag auf der 45. Jahrestagung der Deutschen Diabetes-Gesellschaft, Stuttgart, 12.-15.05.2010.
- „Gemeinsam ist es leichter“ – Identifikation relevanter Kampagnenbotschaften zur Förderung körperlicher Aktivität auf Basis der Theory of Planned Behavior. Vortrag auf den 5. Münchner Mediengesprächen, 16.04.2010.
- Theory- and evidence-based campaign development: Determinants of physical activity behavior. Posterpräsentation auf dem 6. World Congress on Prevention of Diabetes and its Complications, Dresden, 8.-11.04.2010.
- Theorie- und evidenzbasierte Planung einer Kampagne zur Förderung körperlicher Aktivität. Vortrag auf der 8. Tagung des Münchner Zentrums für Gesundheitswissenschaften (MC Health), München, 16.03.2010.

Sonstiges

- Vertretung der Professur für Rezeptionsforschung am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der HMTM Hannover (WiSe 2009/10).
- Mitglied im Editorial Board der Buchreihe „Medien + Gesundheit“, Verlag R. Fischer.
- Redakteurin des Newsletters „Medien und Gesundheitskommunikation“ (zus. mit Stephanie Lücke, Tanja Pfister & Franzisca Weder).
- Reviewertätigkeiten für Communications: The European Journal of Communication Research, Medien & Kommunikationswissenschaft, Journal of Media Psychology sowie ECREA und DGPK.

Dr. Sebastian Doedens



- » Onlineforschung
- » Internetnutzung
- » Neue Kommunikationstechnologien

sebastian.doedens@burda.com

*1980. Studium der Kommunikationswissenschaft, Politikwissenschaft und VWL an der Ludwig-Maximilians-Universität München an der Universidad San Pablo CEU in Madrid. Von 2008 bis 2010 wissenschaftlicher Mitarbeiter und Projektmitarbeiter bei Prof. Hans-Bernd Brosius.

In 2010 Promotion zum Dr. rer. pol. Seit November 2010 Referent Political Affairs bei Hubert Burda Media.

FORSCHUNGSPROJEKTE 2010

Structured Human Collaboration (Zentrum für Internetforschung und Medienintegration (ZIM); im Auftrag von Siemens Enterprise Communications)

VERÖFFENTLICHUNGEN 2010

Doedens, Sebastian (2010). Flanieren im Internet: Surfstile und Surfstrategien junger Internetnutzer. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft/Edition Reinhard Fischer.

Karnowski, Veronika & Doedens, Sebastian (2010). Mobile Experience Sampling. Eine Methode zur Untersuchung mobilen Mediennutzungsverhaltens. In Nikolaus Jakob, Thomas Zerback, Olaf Jandura & Marcus Maurer (Hrsg.), Das Internet als Forschungsinstrument und -gegenstand in der Kommunikationswissenschaft. Köln: von Halem, S. 211-226.

Leiner, Dominik & Doedens, Sebastian (2010): Test-Retest-Reliabilität in der Forschungspraxis der Online-Befragung. In Nikolaus Jakob, Thomas Zerback, Olaf Jandura & Marcus Maurer (Hrsg.), Das Internet als Forschungsinstrument und -gegenstand in der Kommunikationswissenschaft, Köln: von Halem., S. 316-331.

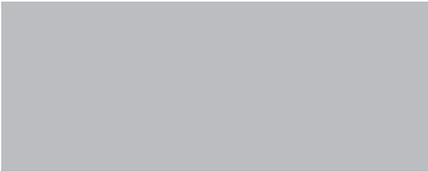
VORTRÄGE 2010

Social Web als Alternative zur Mediennutzung. Vortrag auf den Medientagen München, München, 2010. (zus. mit Dominik Leiner)

Dr. Anette Fahr



2001 bis 2006 wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der LMU München. Seit 2006 freiberufliche Markt- und Medienforscherin.



SONSTIGES

Vertretung von Andreas Fahr im WS 2010/11

Forschungsprojekt (Onlinebefragungs-Studie) zum Thema „Akzeptanz von Mobile Advertising“ im Rahmen eines Hauptseminars am IFKW

- » Quantitative & qualitative Methoden
- » Datenanalyse
- » Online-Reporting
- » Echtzeit-Messung

089 307 007 03

fahr@forschung-analyse.de

2007 Promotion im Fach Kommunikationswissenschaft zum Thema „Information- und Unterhaltungsrezeption bei politischen Talkshows“.

Alexander Haas, M.A.



- » Interpersonale Kommunikation und Medienwirkungen
- » Interpersonal-öffentliche Kommunikation im Internet
- » 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 LMU-

excellent-Projekt „Diskussionsforen im Internet“. Seit 2010 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl Prof. Brosius.

FORSCHUNGSPROJEKTE 2010

Diskussionsforen im Internet (LMUexcellent, zus. mit Hans-Bernd Brosius).
Interpersonale Kommunikation im Rahmen von Medienwirkungsprozessen (Dissertationsprojekt).
Themenagenden der Massenmedien im Online-Offline-Vergleich (zus. mit Manuel Wendelin).
Integrationsfunktion von Massenmedien (zus. mit Manuel Wendelin).

VERÖFFENTLICHUNGEN 2010

Haas, Alexander, Keyling, Till & Brosius, Hans-Bernd (2010). Diskussionsforen im Internet als Indikator für interpersonale (offline-) Kommunikation? Methodische Ansätze und Probleme. In Nikolaus Jakob, Thomas Zerback, Olaf Jandura & Marcus Maurer (Hrsg.), Methoden der Online-Forschung: Das Internet als Forschungsinstrument und -gegenstand der Kommunikationswissenschaft. Köln: Halem, S. 246-267.

VORTRÄGE 2010

Vergrößern sich Fragmentierungen der Publikumsagenda zwischen 1991 und 2008? Vortrag auf dem Mediensymposium „Stratifizierte und segmentierte Öffentlichkeit – stratifizierte und segmentierte Aufmerksamkeit?“ des fög, Zürich, 18.-20.11.2010. (zus. mit Hans-Bernd Brosius)

Methodische Innovation mit theoretischen Konsequenzen: Die Bedeutung von interpersonal-öffentlicher Kommunikation im Internet. Vortrag auf der 55. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Ilmenau, 12.-14.05.2010. (zus. mit Hans-Bernd Brosius & Till Keyling)

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.

VERÖFFENTLICHUNGEN 2010

Haas, Alexander, Keyling, Till & Brosius, Hans-Bernd (2010). Diskussionsforen im Internet als Indikator für interpersonale (offline-) Kommunikation? Methodische Ansätze und Probleme. In Nikolaus Jakob, Thomas Zerback, Olaf Jandura & Marcus Maurer (Hrsg.), Methoden der Online-Forschung: Das Internet als Forschungsinstrument und -gegenstand der Kommunikationswissenschaft. Köln: Halem, S. 246-267.

VORTRÄGE 2010

Methodische Innovation mit theoretischen Konsequenzen: Die Bedeutung von interpersonal-öffentlicher Kommunikation im Internet. Vortrag auf der 55. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Ilmenau, 12.-14. Mai. (zus. mit Alexander Haas & Hans-Bernd Brosius)

Dominik Leiner, M.A.



- » Stabilität öffentlicher Meinungen
- » Interaktivität
- » Onlinebefragung

089 2180-9401

leiner@ifkw.lmu.de

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

Magisterarbeit zur subjektiven Wahrnehmung von Interaktivität. 2007 ZIM-Projekt zur Zukunft der Kommunikation in Unternehmen. Seit 2008 wiss. Mitarbeiter und Projektmitarbeiter am Lehrstuhl. 2008-2010 ZIM-Projekt Kommentierungsplattform.

FORSCHUNGSPROJEKTE 2010

Themenattribute und die Stabilität öffentlicher Meinungen (Dissertationsprojekt).
Kommentierungsplattform (BMBF, ZIM, Kooperation mit der SkyTec AG, zus. mit Hans-Bernd Brosius, Lehrstuhl Prof. Linnhoff-Popien & Lehrstuhl Prof. Hess).

VERÖFFENTLICHUNGEN 2010

Leiner, Dominik & Doedens, Sebastian. (2010). Test-Retest-Realibilität in der Forschungspraxis der Online-Befragung. In Nikolaus Jakob, Thomas Zerback, Olaf Jandura & Marcus Maurer (Hrsg.), Das Internet als Forschungsinstrument und Gegenstand in der Kommunikationswissenschaft. Köln: von Halem. S. 316-331.

VORTRÄGE 2010

Der EDAnalyzer. Workshop im Rahmen der Tagung Rezeption und Wirkung in zeitlicher Perspektive. 18. Tagung der Fachgruppe „Rezeptions- und Wirkungsforschung“ in der DGPUk, 29.-30. Januar 2010, Berlin. (zus. mit Andreas Fahr)

Social Web als Alternative zur Mediennutzung. Laufen die jungen Leute dem Fernsehen davon? Medientage München 2010, 19.-21.10.2010, München. (zus. mit Sebastian Doedens)

SOFTWARE

oFb – der onlineFragebogen, Version 2.0: Entwicklung, Betrieb und Beratung.
SoSci Panel. Offenes wissenschaftliches Befragungspanel: Konzeption, Entwicklung und Pflege.
Entwicklung und Test einer iPhone/iPodToch-App (RTRMobile) zur out-of-lab Real-time Response-messung von Rezeptionsprozessen. (zus. mit Andreas Fahr)

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 2010

ComScience - An EU project, communicating advances in science in different regions of Europe, emphasizing event evaluations.

ComEnvironment- An EU project, concentrating on communicating water quality issues primarily to the youth.

VORTRÄGE 2010

Older girls profit more from educational science films– Results of a survey in class rooms of secondary schools., IAMCR, 2010, Portugal. (zus. mit Barbara Wolf)

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

FORSCHUNGSPROJEKTE 2010

Lebensmotive und Mediennutzung (zus. mit Andreas Fahr)
Mediennutzung und Identitätsarbeit (zus. mit Andreas Fahr und Hannah Früh)
Fallbeispiele in der Medienwirkungsforschung (zus. mit Hans-Bernd Brosius)
Sozialer Vergleich im medialen Umfeld (Dissertationsprojekt)

VERÖFFENTLICHUNGEN 2010

Peter, Christina & Brosius, Hans-Bernd (2010). Grenzen der Wirksamkeit von Fallbeispielen? Publizistik, 55 (3), 275-288.

VORTRÄGE 2010

Grenzen der Wirksamkeit von Fallbeispielen? Ein Experiment zum Einfluss der summarischen Realitätsbeschreibung in der Fallbeispielforschung. Vortrag auf der 55. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Ilmenau, 12.-14.05.2010. (zus. mit Hans-Bernd Brosius)

SONSTIGES

Betreuerin des Transfer-Netzwerks der DGPK für das IfKW München.

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

FORSCHUNGSPROJEKTE 2010

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

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

VORTRÄGE 2010

„Fallbeispiel- und Furchtappelleffekte in der Gesundheitskommunikation – Ein DFG-Projekt“. 8. Tagung des Münchner Zentrums für Gesundheitswissenschaften (MC Health), München, 17. März 2010. (zus. mit Hans-Bernd Brosius)

Das DFG-Projekt „Fallbeispiel- und Furchtappelleffekte in der Gesundheitskommunikation“. IfKW Mediengespräche „Neue Erkenntnisse aus der Gesundheitskommunikationsforschung“, München, 16. April 2010.

Fear appeals and exemplars in German magazine articles. 4. Workshop des Institute of Communication and Health, Lugano, zusammen mit dem Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung München, Lugano, 4.-5.11.2010.

SONSTIGES

Redakteurin des Newsletters „Medien und Gesundheitskommunikation“. (zus. mit Stephanie Lücke, Franzisca Weder & Constanze Rossmann)

Gutachterin für die Zeitschrift M & K.

Sylvia Krampe



*1962. Ausbildung zur Wirtschaftskauffrau, Schwerpunkt Industrie. Diverse Tätigkeiten als Sachbearbeiterin und Sekretärin. Selbständig mit Einzelhandel. Seit Oktober 2002 in München,

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

089 2180-9455

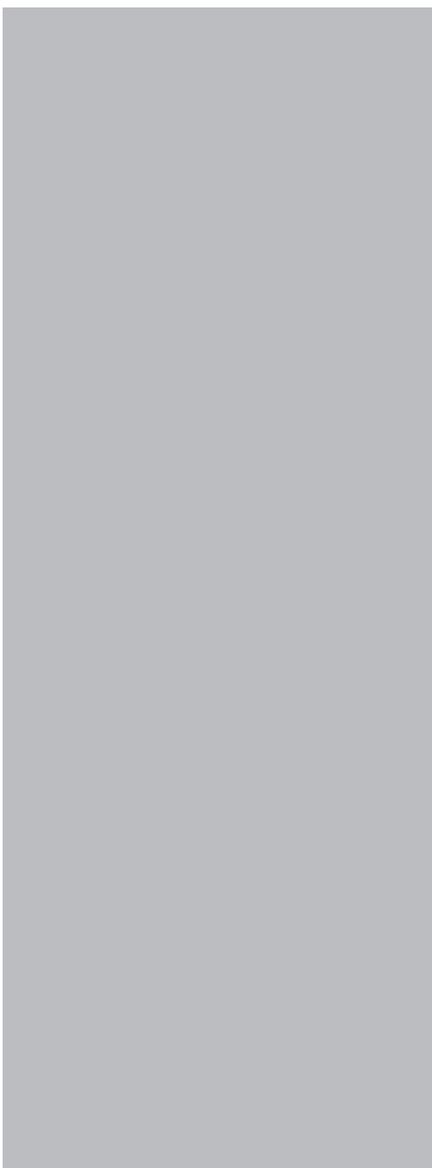
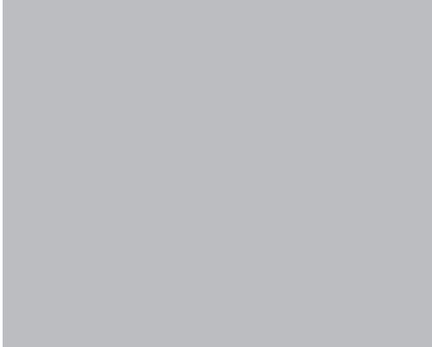
krampe@ifkw.lmu.de

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).



Akademische Abschlussarbeiten am Lehrstuhl für empirische Kommunikationsforschung

SOMMERSEMESTER 2010

DISSERTATIONEN

DOEDENS, SEBASTIAN: Flanieren im Internet. Surfstile und –strategien junger Internetnutzer.

FRIEDRICH, KATJA: Wirkpotenziale politischer TV-Inhalte. Konsequenzen des Wandels theoretischer Konzepte zu Medienwirkungen und Publikum für die empirische Forschungspraxis.

WOLF, BARBARA: Kandidatenbeurteilung und der Einfluss von Fremdmeinungen in TV-Duellen. Empirische Befunde zu den Botschafts- und Quelleneffekten rezeptionsbegleitender CRM-Displays auf Zuschauerurteile.

MASTERARBEITEN

BIMBERG, JENS: Nutzungskontext, Inhalte und Motive zeitversetzten Fernsehens. Eine quantitative Analyse von Nutzungsmustern und Selektionsstrategien.

RIBEIRO, VIVIANE: Die Darstellung von Epidemien in den Medien. Eine inhaltsanalytische Untersuchung zur Medienberichterstattung über BSE, Vogelgrippe und Schweinegrippe in der Süddeutschen Zeitung

HAHN, MARIA: Genug von virtueller Freundschaft? Theoretische Entwicklung eines Motivkatalogs für den Ausstieg aus Social Network Site und inhaltsanalytische Untersuchung der Motive „digitaler Selbstmörder“.

KEYLING, TILL: Die Analyse von Texten mittels automatisierter Inhaltsanalyse. Verfahren und Anwendungen.

BACHELORARBEITEN

BARTELS, DUSTIN: Motive der Mediennutzung. Theoretische Ansätze, empirische Befunde.

ESTERL, DENNIS: Wie im Fernsehen, nur besser? Vergleich der Wirkung von Bewegtbildwerbung in Fernsehen und Internet. Eine Sekundäranalyse.

ESPERSCHIDT, SANDRA: Dokusoaps als Fernsehgenre.

FISSELER, VIKTORIA: Wann werden Informationen relevant? Verschiedene Informationswert-Modelle im Vergleich.

GERKE, ANN-KATHRIN: Politische Wissensvermittlung in Gameshows am Beispiel von „Wer wird Millionär“.

GALINSKYTE, AGNE: Öffentliche Meinung im Internet. Weblogs und ihre Öffentlichkeit.

GRAF, ANJA: Unterhaltung aus lebensmotivationaler Sicht. Der Zusammenhang zwischen Unterhaltung und Reiss' Theorie der 16 Lebensmotive.

HEINRICH, MARTINA: Gut, besser, Prominente? Die Effektivität des Einsatzes von Prominenten in der Werbung. Eine Synopse theoretischer Modelle und aktueller empirischer Befunde.

HILLER, BARBARA: Boulevardformate im Fernsehen. Literaturarbeit zum Forschungsstand.

HENSELER, CAROLIN: Spannender Wahlabend. Woher kommt der „Last-Minute-Swing“ in mancher Bundestagswahl?

KOSCH, ANNEMIE: Fallbeispiel = Kultivierung? Gemeinsamkeiten und Unterschiede der beiden Konzepte.

KORBELY, STEPHANIE: Theorie der Schweigespirale und Fallbeispieleffekt.

KIRSCHENBAUER, FELIX: Formatradio: Entstehung, Verbreitung, Befunde.

KAUFHOLD, JOHANNES: Wie wirkt eine numerisch-präzise Base-Rate gegenüber einer anekdotisch-präzisen Base-Rate, wenn sie in Printform und am Computer präsentiert wird?

KREUTZ, ALEXANDER: Identitätsarbeit durch Mediennutzung. Neue Chancen und Risiken durch soziale Netzwerke im Internet.

LINDACHER, VERENA: Verortung der Fallbeispieltheorie im Stages of Change-Modell.

LINDL, HANNAH: Geschlechtsspezifische Unterschiede in der Rezeption von Horrorfilmen. Angeboren oder erlernt?

LINDINGER, VERENA: Der thematische Apperzeptionstest (TAT) in der Werbewirkungsforschung – Grundlagen, Anwendungen, Forschungsdesigns.

LETTNER, FLORIAN: Falsche Freunde aus dem Fernsehen. Einflussfaktoren auf den Prozess Parasozialer Interaktion.

MERKLINGER, UTA: Das Gute daran ist der promi darin. Aktuelle Befunde der Werbewirkungsforschung zum Einsatz von Prominenten als Testimonials.

NACHTSHEIM, JOSEPHINE: Öffentliche Meinung im Internet. Theorie und Empirie eines neuen Forschungsfeldes.

PECIONAITYTE, BEATA: Theorie des geplanten Verhaltens in der Gesundheitskommunikation am Beispiel HIV.

RAKHIMBERDIYEVA, BAKHTYGUL: Codierung nonverbalen Verhaltens.

RICHTER, IREEN: Apparative psychophysiologische Messverfahren in der Werbewirkungsforschung. Eine Metaanalyse.

SCHMID, MONIKA: Dokusoaps als Fernsehgenre. Theoretische Begriffsbestimmung und Verortung im Reality TV.

SCHNEIDER, ADRIENN: Auf der Suche nach der Base-Rate Fallacy – Verwendung und Variation statistischer Informationen in Studien zum Fallbeispieleffekt.

SCHRÖDER, BASTIAN: CommunityMirrors in Unternehmen und ihr Einfluss auf das Wissensmanagement.

TSELEBIDIS, ELISABETH: Digital Divide. Forschungsergebnisse und Einflussfaktoren.

VÖLKL, FLORIAN: Erwartungen der Medienakteure und tatsächliche Nutzung von MobileTV. Ein Vergleich.

WEISSENSTEINER, ELKE: Facebook in der Wissenschaft – Forschung zu sozialen Netzwerken.

YOVEVA, MARIYA: Gleich sehen oder doch lieber später? Welche Inhalte werden bevorzugt zeitversetzt genutzt?

BACHELORARBEITEN

BÄCKER, STEFANIE: Makeover-Shows als Fernsehgenre.

GUGGENMOS, LISA-KATHARINA: Boulevardformate im Fernsehen. Literaturarbeit zum aktuellen Forschungsstand.

HORNEA, ALIN: Dokusoaps als Genre des Reality TV.

KAPERNEKAS, SOPHIA-ELENI: „Ich vergleiche, also bin ich“. Sozialer Vergleich durch Medien?

KÜLLINGER, KAI: Furchtappelle in der HIV-Prävention. Analyse der Interdependenz von sozialen und kulturellen Kontexten und Wirksamkeit.

STEFFENS, ISABEL: Doku-Soaps als Genre des Reality TV. Begriffsbestimmungen und Beispielstudien.

STELKENS, VERA: Wer wird Millionär? Politische Wissensvermittlung in Gameshows.

NUTSUA, DIANA-SANDRINE: Das Potenzial von Erotik als Darstellungsmerkmal in Gesundheitskampagnen. Schwerpunkt HIV/AIDS-Prävention.

IfKW Mediengespräche

2008 wurden die IfKW Mediengespräche ins Leben gerufen. Im Rahmen dieser Veranstaltungen werden Experten aus verschiedenen Instituten nach München eingeladen, um in einem kleinen Kreis konkrete forschungsrelevante Themen zu diskutieren, Ideen zu entwickeln und sich standortübergreifend zu vernetzen.

„NEUE ERKENNTNISSE AUS DER GESUNDHEITSKOMMUNIKATIONSFORSCHUNG“

5. IfKW Mediengespräch vom 15.-16. April 2010 am IfKW München mit den Referenten Prof. Dr. Hans-Bernd Brosius (Ludwig-Maximilians-Universität München), Nicola Diviani, M.A. (Università della Svizzera italiana Lugano), Anne-Linda Frisch, M.A. (Università della Svizzera italiana Lugano), Katharina Mielke, M.A. (The Walt Disney Company, München), Simone Keller, M.A. (Università della Svizzera italiana Lugano), Dr. Paul Pechan (Ludwig-Maximilians-Universität München), Tanja Pfister, M.A. (Ludwig-Maximilians-Universität München), Dr. Constanze Rossmann (Ludwig-Maximilians-Universität München) und Prof. Dr. Peter J. Schulz (Università della Svizzera italiana Lugano).

VORTRÄGE DES 5. IFKW MEDIENGESPRÄCHS

PROF. DR. PETER J. SCHULZ: Gesundheitskompetenz und Empowerment: Ein neues Arbeitsfeld für die Gesundheitskommunikation.

ANNE-LINDA FRISCH: Die Bedeutung von Gesundheitskompetenz für die Gesundheitskommunikation.

KATHARINA MIELKE: Influence of Presumed Influence – Über den indirekten Einfluss von Gesundheitsbotschaften in den Medien auf Einstellungen und Verhaltensintentionen von Studierenden.

DR. CONSTANZE ROSSMANN: „Gemeinsam ist es leichter“ – Identifikation relevanter Kampagnenbotschaften zur Förderung körperlicher Aktivität auf Basis der Theory of Planned Behavior.

NICOLA DIVIANI: Gesundheitskompetenz (Health Literacy) im Bereich Krebsprävention: Ergebnisse einer Delphi Studie.

DR. PAUL PECHAN: YouProduce – Ein On-line-Tool für die Gesundheitserziehung.

SIMONE KELLER: Mikro-kulturelle Unterschiede in der Risikowahrnehmung am Beispiel von Mobiltelefonen. Ein Vergleich zwischen der deutschsprachigen und der italienischsprachigen Schweiz.

TANJA PFISTER: DFG-Projekt „Fallbeispiel- und Furchtappelleffekte in der Gesundheitskommunikation“.

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.

Rezeptions- und Wirkungsforschung

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

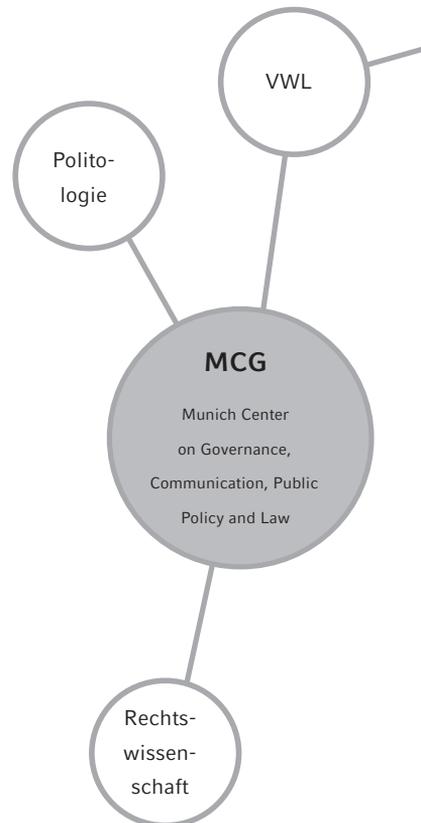
Den Medien kommt eine wichtige Rolle im Gesundheitssektor zu: Sie sind sowohl Gesundheitsfaktor als auch Träger von Gesundheitsinformation. Der Lehrstuhl beschäftigt sich mit Darstellung und Wirkung gesundheitsbezogener Medieninhalte (u.a. im Rahmen des LMU-Innovationsprogramms „Munich Center of Health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

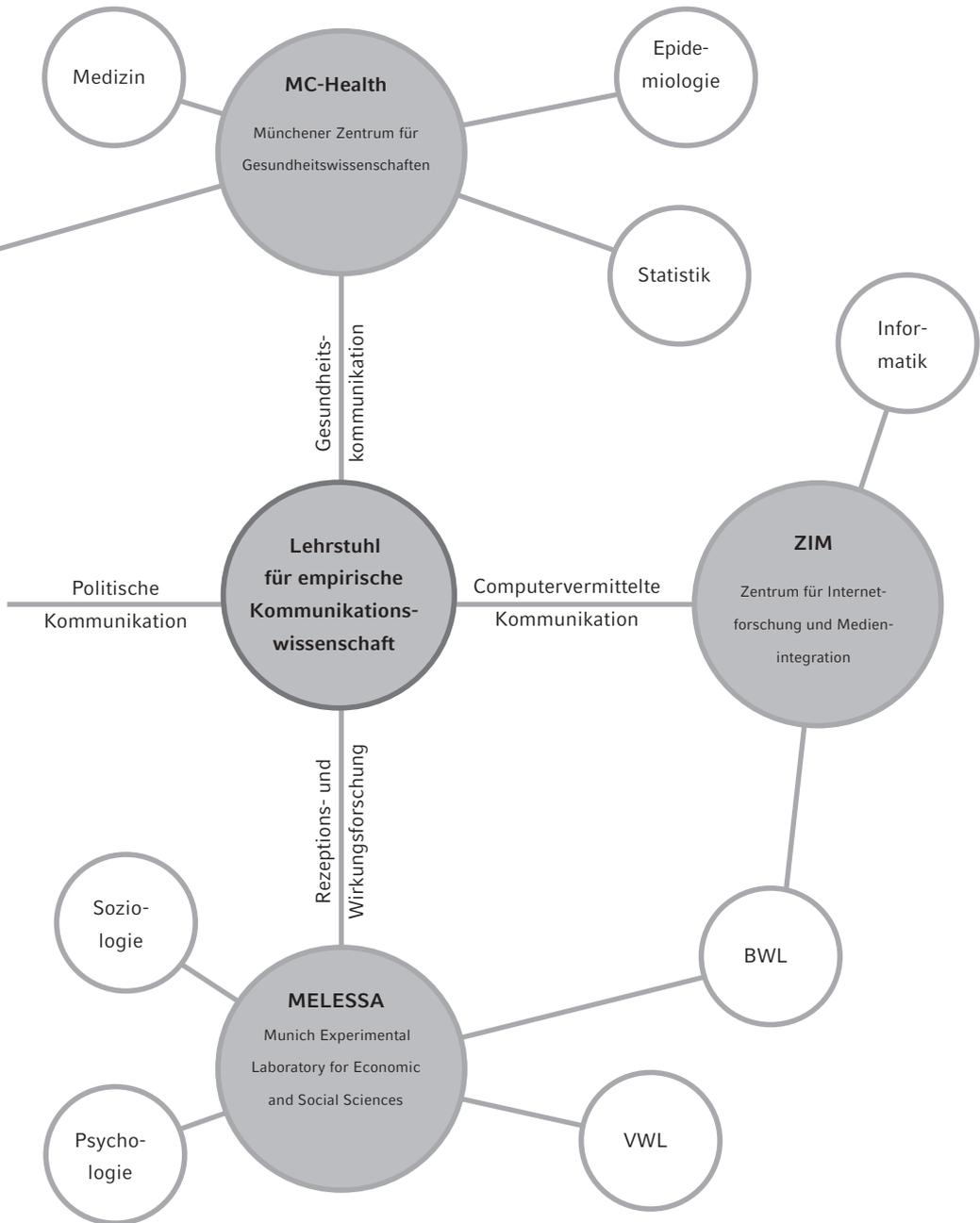
Politische Kommunikation

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.

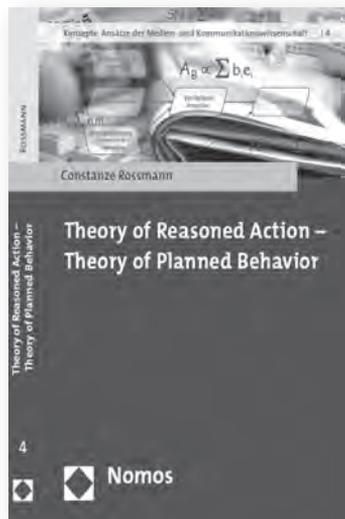
Computervermittelte Kommunikation

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.

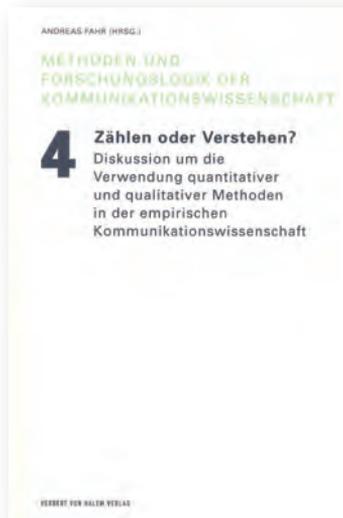
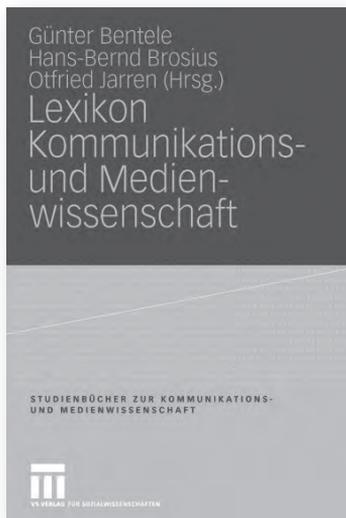




PUBLIKATIONEN VON MITARBEITERN DES LEHRSTUHL



PUBLIKATIONEN VON MITARBEITERN DES LEHRSTUHL



LUDWIG-MAXIMILIANS-UNIVERSITÄT MÜNCHEN

INSTITUT FÜR KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT
UND MEDIENFORSCHUNG

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

SCHELLINGSTRASSE 3
D-80799 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

2010