

Autorenverzeichnis

Berens, Harald, Diplom-Sozialwirt, Jahrgang 1966. Studium von 1989 bis 1995 in Nürnberg. Seit 1996 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Kommunikations- und Politikwissenschaft der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Forschungsschwerpunkte: politische Kommunikation, Entstehung von Öffentlichkeit. Kontakt: Harald.Berens@wiso.uni-erlangen.de.

Hagen, Lutz M., Dr. rer. pol., Jahrgang 1962. Studium der Betriebswirtschaftslehre in Nürnberg. Promotion 1994 über Informationsqualität von Nachrichten. Seither wissenschaftlicher Assistent am Lehrstuhl für Kommunikations- und Politikwissenschaft der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Forschungsschwerpunkte: politische Kommunikation, Nachrichtenproduktion, Medienökonomie, Inhaltsanalyse. Kontakt: Lutz.Hagen@wiso.uni-erlangen.de.

Leidner, Daniela, Dipl.-Sozialwirtin, Jahrgang. 1970. Bis 1995 Studium der Sozialwissenschaft an der Universität Erlangen-Nürnberg. 1994 Diplomarbeit zum Thema „Fernsehwerbung im Alltag von Kindern im Vorschulalter“. Seit 1996 wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Kommunikations- und Politikwissenschaft der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Kontakt: Daniela.Leidner@wiso.uni-erlangen.de.

Mayer, Markus, Dipl.-Sozialwirt, Jahrgang 1960 leitet das Ressort Marktforschung bei TARGET GROUP GmbH, Gesellschaft für Markt-, Sozial- und Mediaforschung in Nürnberg. Nach dem Studium der Sozialwissenschaften mit Schwerpunkt Kommunikationswissenschaft arbeitete er zunächst am Lehrstuhl für Politik- und Kommunikationswissenschaft in Nürnberg, bevor er 1992 zur TARGET GROUP GmbH wechselte. Seine Schwerpunkte liegen bei multivariaten Verfahren empirischer Markt- und Kommunikationsanalysen. Der MC Online-Monitor ist von ihm federführend bei der TARGET GROUP betreut worden.

Rieß, Martin, M.A., Jahrgang 1963. Studium der Germanistik und Kommunikationswissenschaft/Publizistik. Seit 1991 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Kommunikations- und Politikwissenschaft der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Forschungsschwerpunkte: Hörfunk, Lokalkommunikation, Inhaltsanalyse. Kontakt: Martin.Riess@wiso.uni-erlangen.de.

Scherer, Helmut, Dr. rer. pol., M.A., Professor für Kommunikationswissenschaft an der Universität Augsburg, Jahrgang 1955. Studium der Publizistik, Philosophie und Germanistik an der Johannes-Gutenberg Universität Mainz. Promotion 1989 über die Theorie der Schweigespirale. Habilitation 1995. Von 1985 bis 1996 wissenschaftlicher Mitarbeiter/Assistent am Lehrstuhl für Kommunikations- und Politikwissenschaft der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Forschungsschwerpunkte: Politische Kommunikation, Hörfunk, Lokalkommunikation, öffentliche Meinung, Wahlkommunikation. Kontakt: Helmut.Scherer@Phil.Uni-Augsburg.de.

Schulz, Winfried, Dr. rer. pol., Jahrgang 1938. Inhaber des Lehrstuhls für Kommunikations- und Politikwissenschaft der Universität Erlangen-Nürnberg. Forschungsschwerpunkte: Politische Kommunikation, Wahl- und Informationskampagnen, Public Relations, Nutzung und Wirkung der Massenmedien, Medienanalysen, Fernsehprogrammqualität. Kontakt: Winfried.Schulz@wiso.uni-erlangen.de.

Spott, Markus, Jahrgang 1970, Verlagskaufmann, Student der Betriebswirtschaftslehre. Seine Diplomarbeit „Gesuchte und erhaltene Gratifikationen bei der Nutzung einer Online-Zeitung am Beispiel der SZonNet“ schrieb er am Lehrstuhl für Kommunikations- und Politikwissenschaft der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg bei Prof. Dr. Winfried Schulz.

Zeh, Reimar, Dipl.- Sozw., Jahrgang 1970. Studium der Sozialwissenschaften an der Friedrich-Alexander Universität in Erlangen-Nürnberg. Seit 1997 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Kommunikations- und Politikwissenschaft der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Forschungsschwerpunkte: Hörfunk,

Rezeptionsforschung, Verfahren der Inhaltsanalyse, Neue Medien.
Kontakt: Reimar.Zeh@wiso.uni-erlangen.de.

Zipfel, Theodor, Diplom-Volkswirt, Jahrgang 1958. Studium der Volkswirtschaftslehre an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Studienschwerpunkte: Wirtschaftspolitik, Umweltpolitik Politikwissenschaft. Seit 1993 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Kommunikations- und Politikwissenschaft der Universität Erlangen-Nürnberg. Forschungsschwerpunkte. Politisches System der BRD, Politische Kommunikation, Demokratietheorie.
Kontakt: Theodor.Zipfel@wiso.uni-erlangen.de.

Medien und Kommunikation

Hans J. Kleinsteuber (Hrsg.)

Der „Information Superhighway“

Amerikanische Visionen und Erfahrungen

1996. 280 S. Kart.

ISBN 3-531-12895-7

Gemeinsam ist den in diesem Band zusammengefaßten Texten, daß der derzeitige Stand und die zukünftigen Entwicklungslinien rund um die digitalen Vernetzungen in den USA (und Kanada) analysiert werden. Es geht um die enge Wechselwirkung technischer und gesellschaftlicher Leitvorstellungen, dargestellt vor dem teilweise spezifisch amerikanischen Hintergrund dieser sehr dynamischen Prozesse.

Peter Ludes / Andreas Werner (Hrsg.)

Multimedia - Kommunikation

Theorien, Trends und Praxis

1997. 244 S. mit 21 Abb. und 21 Tab. Kart.

ISBN 3-531-12949-X

In diesem Band werden verschiedene Facetten der „Multimedia“-Kommunikation aus medien- und kommunikationswissenschaftlicher Perspektive aufgearbeitet. Theoretische Beiträge aus der Sicht unterschiedlicher Forschungstraditionen der Medien- und Kommunikationswissenschaft werden ergänzt durch Beiträge von Praktikern zum Electronic Publishing, zur Qualifizierung in Medienberufen und zum interaktiven Fernsehen. Darüber hinaus werden aktuelle empirische Untersuchungen über Medienstandorte, über Kinder und Computer und über Online-Zeitungen präsentiert.

H. Kubicek · U. Schmid · H. Wagner

BÜRGERINFORMATION DURCH "NEUE" MEDIEN?

ANALYSEN UND FALLSTUDIEN ZUR
ETABLIERUNG ELEKTRONISCHER
INFORMATIONSSYSTEME IM ALLTAG

Westdeutscher Verlag

Herbert Kubicek /Ulrich Schmid /
Heiderose Wagner

Bürgerinformation durch „neue“ Medien?

Analysen und Fallstudien zur Etablierung
elektronischer Informationssysteme im Alltag

1997. 279 S. mit 28 Abb. Kart.

ISBN 3-531-12991-0

Die „Multimedia“-Debatte steckt voller Visionen des sozialen und kulturellen Fortschritts. Was berechtigt zu den gegenwärtigen Erwartungen bei „Multimedia“? Und welche Voraussetzungen müssen erfüllt sein, damit sich der Computer – wie vielfach behauptet – tatsächlich zu einem neuen „Massen- oder Leitmedium“ entwickelt? Die Verfügbarkeit neuer Medientechniken, so die in diesem Band entwickelte These, ist zwar eine notwendige, aber keine hinreichende Bedingung.



WESTDEUTSCHER VERLAG

Abraham-Lincoln-Str. 46 · 65189 Wiesbaden

Fax (06 11) 78 78 - 400

Medien und Kommunikation

Studien zur Kommunikationswissenschaft

Lutz M. Hagen

INFORMATIONSGUÄLITÄT VON NACHRICHTEN

MESSMETHODEN UND IHRE
ANWENDUNG AUF DIE DIENSTE
VON NACHRICHTENAGENTUREN

Westdeutscher Verlag

Lutz M. Hagen

Informationsqualität von Nachrichten

Meßmethoden und ihre Anwendung auf die Dienste von Nachrichtenagenturen 1994. 340 S. (Studien zur Kommunikationswissenschaft, Bd. 6) Kart. ISBN 3-531-12667-9

Menge, Relevanz, Objektivität, Aktualität und Verständlichkeit von Information sind Gegenstand vieler empirischer Nachrichtenstudien, deren Methodenarsenal hier systematisiert, kritisiert und ergänzt wird. Es fließen kognitionspsychologische, textlinguistische und wissenschaftstheoretische Überlegungen ein. Ein neues, von Früh entwickeltes Verfahren wird adaptiert: die computergestützte Semantische Struktur- und Inhaltsanalyse (SSI).

Michael Latzer

Mediamatik - Die Konvergenz von Telekommunikation, Computer und Rundfunk

1997. 285 S. Kart.
ISBN 3-531-12941-4

„[...] Es ist eine gelungene umfassende Bestandsaufnahme der einschlägigen Literatur und enthält eine Reihe origineller Gedanken. [...]“

Jahrbuch Telekommunikation
und Gesellschaft, 5/97

Joachim R. Höflich

Technisch vermittelte inter- personale Kommunikation

Grundlagen, organisatorische Medienverwendung, Konstitution „elektronischer Gemeinschaften“ 1996. 346 S. (Studien zur Kommunikationswissenschaft, Bd. 8) Kart. ISBN 3-531-12696-2

Kommunikationstechnologien – vom Telefon bis hin zum Computer – gelten als Charakteristika sogenannter Informationsgesellschaften. Will man nicht nur über deren Folgen spekulieren, so ist nach den Aneignungs- und Gebrauchsweisen und somit danach zu fragen, was die Menschen mit den Medien (und nicht umgekehrt die Medien mit den Menschen) machen. Der Autor untersucht die Medienverwendung sowohl im organisatorisch-beruflichen Zusammenhang als auch im privaten Alltag.

WESTDEUTSCHER VERLAG

Abraham-Lincoln-Str. 46 · 65189 Wiesbaden

Fax (06 11) 78 78 - 400

