

## **Zu den Autorinnen und Autoren**

*Michael Barth*, geb. 1956, Dr. phil., Dipl.-Psych.; Wissenschaftlicher Mitarbeiter an der J. W. Goethe-Universität Frankfurt/Main; Arbeitsschwerpunkte: Sozialpsychologie, Rehabilitationspsychologie, Evaluation sozialer Dienstleistungen, Methodenfragen der Sozialwissenschaften.

*Maria Borcsa*, geb. 1967, Dipl.-Psych.; Studium der Psychologie und Philosophie an den Universitäten Mainz, Freiburg und Straßburg; 1994/95 Wissenschaftliche Mitarbeiterin im Forschungsprojekt *Subjektive Strategien der Verarbeitung von audio-visuellen Gewaltdarstellungen*; Lehrtätigkeit am Psychologischen Institut der Universität Freiburg; Ausbildung in systemischer Psychotherapie; klinisch-therapeutische Tätigkeit.

*Hans-Bernd Brosius*, geb. 1957, Prof. Dr.; Promotion 1983 am Psychologischen Institut der Universität Münster; Habilitation 1994 am Institut für Publizistik der Universität Mainz; zur Zeit Professor für empirische Kommunikationsforschung an der Universität München und Direktor des Medien Instituts Ludwigshafen; zahlreiche Publikationen aus den Bereichen Methoden, Medieninhalte, Mediennutzung und Medienwirkung.

*Georg Brügger*, geb. 1948, Dipl. Math.; Studium der Nachrichtentechnik und Mathematik; Diplom in Nachrichtentechnik 1972 an der Gesamthochschule Paderborn; Diplom in Mathematik 1983 an der Mathematischen Fakultät der Universität Freiburg; seit 1984 als Diplommathematiker in der Forschungsgruppe Psychophysiologie Freiburg.

*Michael Charlton*, geb. 1943, Prof. Dr.; Professor für Psychologie an der Universität Freiburg; seit 1988 Teilprojektleiter im Sonderforschungsbereich 321 *Übergänge und Spannungsfelder zwischen Mündlichkeit und Schriftlichkeit* an der Universität Freiburg; Arbeitsschwerpunkte: Medienpsychologie, qualitative Forschungsmethoden.

*Arnulf Deppermann*, geb. 1964, Dr. phil., Dipl.-Psych.; Studium der Psychologie, Sprachwissenschaft und Philosophie; Dissertation 1996 über *Glaubwürdigkeit im Konflikt*; 1994-1996 Wissenschaftlicher Mitarbeiter im Teilprojekt *Medien, Kommunikation und Identität* des SFB 321 an der Universität Freiburg; Arbeitsschwerpunkte: Gesprächsanalyse, Medienrezeptionsforschung und interpretative Methodik.

*Christel Gärtner*, geb. 1958, Kulturanthropologin, M.A.; Wissenschaftliche Mitarbeiterin an der J. W. Goethe-Universität Frankfurt/Main; Arbeitsschwerpunkte: Religionssoziologie, Sozialpsychologie, Biographieforschung.

*Paul Goetsch*, geb. 1934, Prof. Dr.; seit 1971 Professor für englische und amerikanische Literatur an der Universität Freiburg; derzeitige Hauptforschungsgebiete: englischer Roman, englisches Drama, südafrikanische Literatur, Literatur und Medien.

*Norbert Groeben*, geb. 1944, Prof. Dr., Dr. phil. (Neuere Dt. Philologie); Professor für Allgemeine Psychologie und Kulturpsychologie an der Universität Köln; Hon. Prof. für Allgemeine und Empirische Literaturwissenschaft an der Universität Mannheim; Arbeitsgebiete: Sprach- und Denkpsychologie, Wissenschaftstheorie und Psychologische Anthropologie, Empirische Literatur- und Medienwissenschaft.

*Uwe Hasebrink*, geb. 1958, Dr. phil.; Studium der Psychologie und der Deutschen Philologie in Hamburg; ab 1983 Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Sozialpsychologie der Universität Hamburg; seit 1986 Wissenschaftlicher Referent des Hans-Bredow-Instituts für Rundfunk und Fernsehen in Hamburg, seit 1988 Geschäftsführer; Forschung und Publikationen insbesondere über individuelle Nutzungsmuster von Fernsehzuschauern, über Hörertypen und ihren Medienalltag sowie über die Mediennutzung in Europa und die Entwicklung eines europäischen Bildungsfernsehens.

*Heinz Hengst*, geb. 1941, Prof. Dr.; Studium der Philosophie, Soziologie und (Neu-)Germanistik in Marburg, Wien, Frankfurt und Bochum; Professor an der Hochschule Bremen, Fachbereich Sozialwesen; Mitglied des Instituts für Popular- und Kinderkultur an der Universität Bremen; Forschungsschwerpunkte: Medienkommunikation, Kinderkultur und Generationsverhältnis.

*Friedrich Krotz*, geb. 1950, Dr. phil., Dipl. Math., Dipl. Soz.; Studium an den Universitäten Karlsruhe und Hamburg; Lehre und Forschung auf verschiedenen Forschungsfeldern an den Universitäten des Saarlandes, Hamburgs und der FU Berlin; seit 1989 Wissenschaftlicher Referent am Hans-Bredow-Institut für Rundfunk und Fernsehen an der Universität Hamburg; Hauptarbeitsgebiete: Fernsehforschung, Medien und Gesellschaft, Kultur- und Alltagssoziologie, neue elektronische Medien.

*Michael Myrtek*, geb. 1941, Prof. Dr.; Studium der Medizin und Psychologie; Promotion 1967 in der Medizinischen Fakultät, Habilitation im Fach Psychologie 1978 in der Philosophischen Fakultät der Universität Freiburg; Ärztliche Tätigkeiten 1968 bis 1969; Ernennung zum Professor 1979; seit 1970 Projektleiter der interdisziplinären Forschungsgruppe Psychophysiologie in Freiburg.

*Klaus Neumann-Braun*, geb. 1952, Prof. Dr., Soziologe, M.A.; Forschungs- und Lehr-tätigkeiten an den Universitäten Freiburg sowie Trier; seit 1994 Professor für Soziologie mit dem Schwerpunkt Familien-, Jugend- und Kommunikationssoziologie im Fachbereich Gesellschaftswissenschaften an der J. W. Goethe-Universität Frankfurt/Main;

Arbeitsschwerpunkte: Sozialisationsforschung, Medien- und Kommunikationssoziologie, interpretative Methoden der Sozialforschung.

*Corinna Pette*, geb. 1961, Dipl.-Psych.; Studium der Psychologie an der Universität Freiburg; 1994 Mitarbeit im Forschungsprojekt *Fernsehwerbung und Kinder*; seit 1996 Wissenschaftliche Mitarbeiterin im Teilprojekt *Medien, Kommunikation und Identität* des SFB 321 an der Universität Freiburg.

*Christian Scharff*, geb. 1963, Dipl.-Psych.; Studium der Psychologie, Soziologie und Erziehungswissenschaft an der Universität Freiburg; Diplom in Psychologie 1992; Forschungstätigkeit in der Forschungsgruppe Psychophysiologie Freiburg; Lehrtätigkeit am Institut für Medizinische Psychologie.

*Silvia Schneider*, geb. 1965, Dr. phil., Dipl.-Psych.; Studium der Psychologie, Soziologie und Kriminologie an der Universität Freiburg; Promotion 1994; seit 1991 Forschungstätigkeit im SFB 321, zuletzt im Teilprojekt *Medien, Kommunikation und Identität*; Lehrtätigkeit am Psychologischen Institut der Universität Freiburg; Arbeitsschwerpunkte: Entwicklung und Sozialisation, Medienbiographie, Cultural Studies.

*Peter Vorderer*, geb. 1959, Prof. Dr.; Dipl.-Psych. 1987 in Heidelberg; Dipl.-Soz. 1989 in Mannheim; Dr. phil. 1992 in Berlin; 1988-1993 Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Medienwissenschaft der TU Berlin; 1993-1994 Gastprofessor für Psychologie an der University of Toronto; seit 1994 Professor für Medienwissenschaft am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung in Hannover.

*Rainer Winter*, geb. 1960, Dipl.-Psych., Soziologe, M.A.; von 1986 bis 1994 Wissenschaftlicher Mitarbeiter im Fach Soziologie an der Universität Trier; seit 1994 Wissenschaftlicher Angestellter am Institut für Soziologie der RWTH Aachen; Arbeitsgebiete: Soziologische Theorie, Medien- und Kulturosoziologie; mehrere Buchveröffentlichungen.

---

---

# Medienfiguren, Mediennutzer, Medienprodukte

Peter Vorderer (Hrsg.),  
unter Mitarbeit von Holger Schmitz

## **Fernsehen als „Beziehungskiste“**

Parasoziale Beziehungen und Interaktionen  
mit TV-Personen

1996. 206 S. Kart.

ISBN 3-531-12896-5

Im Mittelpunkt des Bandes stehen sowohl die „Interaktionen“ zwischen Medienfiguren und Mediennutzern als auch die „Beziehungen“, die das Publikum zu den Protagonisten der Medien unterhält. Wenn etwa ein TV-Showmaster seine Zuschauer begrüßt und diese entsprechend darauf reagieren, wenn jugendliche Rezipienten von Seifenopern ihre Lieblingsfiguren bewundern oder auch vermissen, dann spricht man innerhalb der Kommunikations- und Medienwissenschaft von „parasozialen Interaktionen“ bzw. von „parasozialen Beziehungen“. Der Band gibt einen Überblick über die aktuelle Forschung zu diesem Forschungsbereich und berücksichtigt dabei sowohl texttheoretische als auch empirisch-sozialwissenschaftliche Zugangsweisen.

Irmela Schneider (Hrsg.)

## **Serion-Welten**

Strukturen US-amerikanischer Serien  
aus vier Jahrzehnten

1995. 240 S. Kart.

ISBN 3-531-12703-9

US-amerikanische Serien gehören seit rund vier Jahrzehnten zum Programmalltag des deutschen Fernsehens. Serien sind ein Teil des kollektiven

Gedächtnisses unserer Gesellschaft. In diesem Sammelband werden die Ergebnisse einer umfangreichen Inhaltsanalyse US-amerikanischer Serien vorgestellt, bei der u. a. die Entwicklungen von Erzählformen, erzählten Konflikten und inszenierten Werten untersucht wurden. Der Leser erhält einen Überblick über die Entwicklung der Serien von den Anfängen des Fernsehprogramms bis in die 90er Jahre.

Martin Jurga (Hrsg.)

## **Lindenstraße**

Produktion und Rezeption einer Erfolgsserie

1995. 241 S. Kart.

ISBN 3-531-12693-8

Populäre Medienprodukte sind ein fester Bestandteil unserer Medienlandschaft. Fernsehserien spielen dabei eine herausragende Rolle. Unter ihnen haben gerade endlos produzierte Dauerserien eine große gesellschaftliche Reichweite und stellen ein Medienphänomen besonderer Art dar. In diesem Band werden zum einen Ergebnisse aus Rezeptions- und Zuschauerforschung sowie aus medien- und kulturgeschichtlicher, soziologischer, linguistischer und kommunikationswissenschaftlicher Beschäftigung mit der ersten deutschen Endlosserie – „Lindenstraße“ – vorgestellt. Zum anderen berichten die „Macher“ über Konzeption, Dramaturgie, Produktion und Hintergründe der Serie. Den Lesern erschließt sich die „Lindenstraße“ als ein komplexer, facettenreicher Gegenstand, der im Leben vieler Zuschauer eine große Bedeutung gewonnen hat.

---

---

WESTDEUTSCHER VERLAG  
Abraham-Lincoln-Str. 46 · 65189 Wiesbaden  
Fax 0611/ 78 78 420



---

---

# Medien und Kommunikation

Hans-Bernd Brosius

## **Alltagsrationalität in der Nachrichtenrezeption**

Ein Modell zur Wahrnehmung und Verarbeitung  
von Nachrichteninhalten

1995. 351 S. Kart.

ISBN 3-531-12690-3

Der Band behandelt die Frage, wie Rezipienten Nachrichteninhalte wahrnehmen und verarbeiten. Die Forschung hat sich bisher vorwiegend an dem Modell wissenschaftlicher Rationalität orientiert, wonach Nachrichten vollständig, unvoreingenommen und vernünftig verarbeitet und aus dem „Lernen“ der wichtigen politischen Informationen wohlbegründete politische Urteile und Meinungen quasi logisch abgeleitet werden. Der Autor expliziert die Gültigkeit dieser Modelle und entwickelt anhand der neueren sozialpsychologischen und kommunikationswissenschaftlichen Literatur ein alternatives Modell der Alltagsrationalität, das mit Hilfe einer Serie von Experimenten überprüft wird. Nachrichten werden, so die Ergebnisse, oberflächlich, heuristisch und wertgeleitet verarbeitet.

Michaël Jäckel

## **Wahlfreiheit in der Fernsehnutzung**

Eine soziologische Analyse zur Individualisierung  
der Massenkommunikation

1996. IV, 315 S. Kart.

ISBN 3-531-12834-5

Seit einigen Jahren wird in Frage gestellt, ob der Begriff „Massenkommunikation“ noch eine angemessene Beschreibung für die Vielfalt des Medi-

enangebots ist, vor allem aber, ob damit eine zutreffende Beschreibung der Reichweiten dieser Angebote gegeben wird. Der Band erörtert das Thema am Beispiel des Fernsehens. Die Kernaussage lautet, daß eine Überbetonung der Wahlfreiheit des Publikums die Beschaffenheit des Marktes und der Situation, in der diese Wahl stattfindet, nicht ausreichend beachtet. Auch unter Viel-Kanal-Bedingungen (Kabel- und Satellitenfernsehen, „interaktives“ Fernsehen) lassen sich Interessenbegrenzungen beobachten, die gegen eine zielgerichtete Dauerselektion auf seiten des Rezipienten sprechen. Der Zuschauer ist für Vorselektionen und Vorstrukturierungen der Programmangebote dankbar.

Wolfram Peiser

## **Die Fernsehgeneration**

Eine empirische Untersuchung ihrer  
Mediennutzung und Medienbewertung  
1996. 306 S. (Studien zur Kommunikations-  
wissenschaft, Bd. 17) Kart.

ISBN 3-531-12830-2

Die Ergebnisse der empirischen Untersuchung widersprechen gängigen Vermutungen über das Mediennutzungsverhalten der sogenannten „Fernsehgeneration“: Mit dem Fernsehen aufgewachsene Jahrgänge haben keine stärkere Affinität zu diesem Medium als die Jahrgänge vor ihnen. Zusammen mit entsprechenden Befunden für die Nutzung und Bewertung der Medien Tageszeitung und Radio liegt vielmehr die Schlußfolgerung nahe, daß die jüngeren Jahrgänge, die ja nicht nur mit dem Fernsehen, sondern mit vielen Medien und Freizeitaktivitäten aufgewachsen sind, alle tagesaktuellen Medien tendenziell seltener nutzen.



WESTDEUTSCHER VERLAG

Abraham-Lincoln-Str. 46 · 65189 Wiesbaden

Fax 0611/ 78 78 420

---

---