

The Authors

Johannes W. J. Beentjes

Dr. Johannes W. J. Beentjes is Associate Professor at the University of Nijmegen, Department of Communication. His research interests include the cognitive effects of television and print, computer games and advertising. At the moment he focuses on the cultural impact of media. He had articles published in both popular and scientific journals such as *Communication Education*, the *Journal of Educational Television*, *Reading Research Quarterly*, and the *European Journal of Communication*.

Gary Bente

Dr. Gary Bente is Professor of Psychology at the University of Cologne. He teaches courses in Personality and Social Psychology as well as in Empirical Psychology of Media. His major areas of research are nonverbal aspects of interpersonal and media communication. Current projects focus on the concept of parasocial interaction as related to the use of screen media.

Margie Berns

Dr. Margie Berns, born 1949; PhD in Linguistics from the University of Illinois (USA); since 1986 Professor of English in Linguistics at Purdue University (Indiana, USA) and Director of the English as a Second Language Program; research on English as an international language, spread and use of English in Europe, and the learning and teaching of English as a second/foreign language. Recent publications on English borrowings in legal texts; sociolinguistics and the teaching of English; attitudes toward English.

Uli Gleich

Uli Gleich, born 1960, studied pedagogy and media psychology at the University of Koblenz-Landau. Research and teaching at the Institute for Communication Psychology and Media Education, University of Koblenz-Landau, Psychological Department, Landau since 1990. Research on media violence and parasocial interaction. Since 1988 he is author of the ARD-Forschungsdienst (research review published regularly in *Media Perspektiven* - until 1994 together with Prof. Dr. Jo Groebel).

Barrie Gunter

Dr. Barrie Gunter is Professor of Journalism and Director of Research at the Department of Journalism Studies, University of Sheffield. He is also Visiting Professor in Psychology, University College London. Before moving into academia, he worked for 14 years in the broadcasting industry, the last 7 years as Head of Redearch at the Independent Broadcasting Authority and the Independent Television Commission.

He has specialised in research on TV violence, audience memory and comprehension of broadcast news and children's use of and reaction to television. The latest books are: *Television and Children: Programme Evaluation, Comprehension and Impact* (with Brian Clifford and Jill McAleer, published by Lawrence Erlbaum Associates, March 1995) and *Television and Gender Representation* (published by John Libbey, April 1995).

His current research interests include the impact of video games on children's intellectual and behavioral development, the development of a user-friendly electronic television guide for multichannel television and video-on-demand environments, and the role of the mass media in the public's understanding of science.

Uwe Hasebrink

Dr. Uwe Hasebrink, born 1958; PhD in Social Psychology at the University of Hamburg 1986; since 1986 researcher at the Hans Bredow Institute for Radio and Television in Hamburg, since 1988 in the function of the Executive Manager-Research on media, media effects on language acquisition, educational television, local communication. Recent publications on individual patterns of television viewing, radio audiences, media use in Europe, European educational television.

Sonia M. Livingstone

Dr. Sonia Livingstone (BSc Psychology, University College London; DPhil Social Psychology, University of Oxford), is a Lecturer in Social Psychology at the London School of Economics and Political Science and Programme Director of the MSc in Media and Communications.

Her research interests primarily concern the television audience, focusing on audience involvement with and reception of specific genres - the soap opera, the talk show, the crime show. Other active research interests include media representations, media and gender, and mass consumption (including the domestic consumption of information and communication technologies). She is an editorial board member of *Journal of Communication*, *Journal of Community and Applied Psychology*, *European Journal of Communication*, *British Journal of Social Psychology*, and associate editor of *British Journal of Psychology*.

Sonia Livingstone has published a range of theoretical and empirical papers on media audiences, several book chapters, and three books: *Making Sense of*

Television: The Psychology of Audience Interpretation (1990, Pergamon); *Mass Consumption and Personal Identity: Everyday Economic Experience* (1992, Open University Press; with P. Lunt); and *Talk on Television: Audience Participation and Public Debate* (1994, Routledge; with P. Lunt).

Liliane Lurçat

Dr. Liliane Lurçat, née le 13 mars 1928. Docteur en Psychologie et en Lettres et Sciences Humaines. Entrée au CNRS en décembre 1951. Travail en collaboration avec Professeur Henri Wallon jusqu'en décembre 1962. Directeur de recherche au CNRS. Discipline: Psychologie de l'enfant. Directeur de la recherche honoraire depuis mars 1993.

Principaux thèmes de recherche: a) La genèse de l'acte graphique, écriture et dessin. Inventaire des émergences graphiques aux différents moments de la genèse de cette activité. b) L'exploration des habiletés graphiques des deux mains, genèse et pathologie. c) la genèse du langage écrit de l'enfant. d) Les aspects spatiaux de l'activité. e) Psychologie de l'éducation: Problèmes relatifs aux apprentissages fondamentaux et à la préscolarisation. f) Psychologie des médias. Les influences de la télévision sur les attitudes et les représentations des jeunes enfants. Effets sur le dessin de l'enfant. Impact émotionnel de la télévision. Effets violents sur les enfants, phénomènes contagieux et formation du public infantin. Poursuite des recherches dans ce domaine après la retraite.

Quelques livres publiés: *A cinq ans seul avec Goldorak. Le jeune enfant et la télévision*. Paris, Syros 1981. *Le jeune enfant devant les apparences télévisuelles*. Paris, ESF 1984. *Violence à la télé. L'enfant fasciné*. Paris, Syros 1989. *Le temps prisonnier. Des enfances volées par la télévision*. Paris, Desclée de Brouwer 1995.

Roland Mangold

Dr. Roland Mangold studied electrical engineering and psychology at the Universities of Darmstadt, Erlangen and Mannheim. He received his doctoral degrees (Dr. habil.) from Mannheim University, and there has the status of a 'Privatdozent'. He currently is working at the department of organizational- and media psychology at the University of Saarbrücken. His research interests cover cognitive and emotional processes of media users when interacting with media. Special topics are the effects of violence in news and videos, the reception of commercials, and the interaction of user with multi-media (word wide web) and graphical software interfaces.

Ubolwanna Pavankanun

Dr. Ubolwanna Pavankanun received her PhD from Leiden University with a doctoral dissertation in „Incidental acquisition of foreign language through

subtitled television programs as a function of similarity with native language and as a funktion of presentation mode“. She is now a Professor at Bangkok University.

Ewart Skinner

Dr. Ewart Skinner received his PhD from Michigan State University in 1984, taught at Purdue University from 1984-1992, and is currently an Assistant Professor, Communication at the Bowling Green State University, Bowling Green Ohio. His current interests: international telecommunications, international communications and culture; qualitative research in the mass media, propaganda, telecommunications and international work.

Peter Vitouch

Dr. Peter Vitouch is Professor of Psychology at the Institute for Journalism and Communication Science at the University of Vienna and Director of the Ludwig Boltzmann Institute for Empirical Media Research.

Tom H. A. van der Voort

Dr. Tom H. A. van der Voort is Professor and Head of the Center for Child and Media Studies at Leiden University, the Netherlands, and is Research Director of the Institute for the Study of Education and Human Development, a national research center and graduate school in the area of education and child psychology. His major research interests include media education, parental guidance of children's television viewing, cognitive processing of televised and printed information, and the effects of television on children's leisure reading, reading performance, creative imagination, and daydreaming.

Peter Vorderer

Dr. Peter Vorderer, born 1959, studied psychology and sociology at the Universities of Heidelberg, Mannheim, New York (NYU) and Michigan (Ann Arbor). Dipl.-Psych. 1987 in Heidelberg, Dipl.-Soz. 1989 in Mannheim. Research from 1988 till 1993 at the Institut for Communication, Music and Media Science at the Technische Universität Berlin. Teaching at the Freie Universität Berlin and the Hochschule für Film und Fernsehen in Potsdam. In 1992 he received his doctoral degree with a dissertation in media science from the Technische Universität Berlin. From 1993 till 1994 he was Gastprofessor for Psychology at the University of Toronto. Since 1994 he is Professor of Media Science at the Institut of Journalism and Communication Research in Hannover.

Peter Winterhoff-Spurk

Peter Winterhoff-Spurk, born 1945, is Professor of organisational and mediapsychology at the Universität of Saarland, since 1992 Director of the Medienpsychologisches Forschungsinstitut Saarland (MEFIS e.V.), since 1993 co-editor of the journal *Medienpsychologie*.

Research interests: TV-effects, especially news.

Publications (selected): *Fernsehen. Psychologische Befunde zur Medienwirkung*. Bern 1986. *Fernsehen und Weltwissen. Der Einfluß von Medien auf die Zeit-, Raum- und Personenschemata*. Opladen 1989. *Empirische Medienpsychologie*. München 1989 (together with Jo Groebel). *Der Offene Kanal in Deutschland - Ergebnisse empirischer Forschung* (together with V. Heidinger und F. Schwab). *Politik und Medien. Analysen zur Entwicklung der politischen Kommunikation*. Berlin 1994 (together with M. Jäckel). *Psychology of Media in Europe*. Opladen 1995.

J. Mallory Wober

Dr. Joseph Mallory Wober, PhD in Psychology (London, UK, 1967), teaching and research from 1970-1973 at Makerere University, Uganda and in Nigeria. 1973-1992 he was Deputy Head of Research at the Independent Broadcasting Authority, London. Since 1993 he is a Principal Lecturer, School of Marketing and Communication, Bournemouth University.

He has published several articles, book chapters and books. E.g., *Television and Social Control*. Aldershot: Gower, 1987 (with B. Gunter). *The Use and Abuse of Television: A Social Psychology of the Changing Screen*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, 1988. *Television and Nuclear Power: Making the Public Mind*. Norwood, NJ: Ablex, 1991. *The Reactive Viewer*. London: John Libbey, 1992 (with B. Gunter).

Géry d'Ydewalle

Dr. Géry d'Ydewalle, born 1946 in Bruges, Belgium. PhD in Psychology (University of Louvain, 1974), Psychology Award of the Royal Academy, 1977; Francqui Award, 1992. Since 1984 Professor at the University of Louvain, invited Professor at the London School of Economics from 1986-1987, Francqui Chair at the University of Liège 1987-1988 and corresponding member of Belgian Royal Academy of Science since 1992. In 1992 he was President of the XXV International Congress of Psychology in Brussels. His present organizational functions are: Member of the Executive Committee of International Social Sciences Council since 1990 and Vice-President since 1994, Secretary-General of the International Union of Psychological Science since 1992. He is Associate Editor of the International Journal of Psychology/Journal International de Psychologie since 1987.

Aus unserem Programm Medienpsychologie

Peter Winterhoff-Spurk (Ed.)

Psychology of Media in Europe

The State of the Art – Perspectives for the Future
1995. 211 S. Kart.

ISBN 3-531-12515-X

Die europäische Medienlandschaft ändert sich gegenwärtig durch die Verfügbarkeit neuer Technologien und durch veränderte politische Rahmenbedingungen in einem schnellen Tempo, das durch die bevorstehende europäische Einigung noch zusätzlich forciert wird. Damit kommen auf die Medienwissenschaft wie auch auf die Medienpsychologie neue Fragestellungen und Anforderungen zu, die von Medienforschern und -praktikern aus zehn europäischen Ländern in diesem in englischer Sprache verfaßten Band erörtert werden.

Peter Vitouch

Fernsehen und Angstbewältigung

Zur Typologie des Zuschauerverhaltens
1993. 221 S. Kart.

ISBN 3-531-12287-8

Die elektronischen Massenmedien können heutzutage nahezu jedes Ereignis in kürzester Zeit von jedem Ort der Welt in die Wohnzimmer der Menschen bringen. Wie werden die Rezipienten mit dieser Informationsflut fertig? Wie ist das Phänomen erklärbar, daß eine große Zahl von Fernsehkonsumenten klischeehaften und stereotypen Unterhaltungsformen den Vorzug gibt? Auf der Basis empirischer Untersuchungen wird ein Modell entwickelt, das mit Hilfe von sozial- und emotionspsychologischen Ansätzen die zentrale Frage zu beantworten versucht: „Wer konsumiert warum welche Programme?“

Peter Vorderer (Hrsg.)

FERNSEHEN ALS „BEZIEHUNGSKISTE“

PARASOZIALE BEZIEHUNGEN UND
INTERAKTIONEN MIT TV-PERSONEN

Westdeutscher Verlag

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 vermischen, 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.



WESTDEUTSCHER VERLAG

Abraham-Lincoln-Str. 46 · 65189 Wiesbaden

Fax 0611/78 78 420

Vom Umgang mit Massenmedien



Michael Charlton / Silvia Schneider (Hrsg.)

Rezeptionsforschung

Theorien und Untersuchungen
zum Umgang mit Massenmedien
1997. 289 S. Kart.

ISBN 3-531-12825-6

In der Rezeptionsforschung wird der Umgang von Menschen mit Massenmedien als eine soziale und kulturelle Handlung verstanden. Neben den Kompetenzen und Interessen der LeserInnen eines Textes spielen das mediale Sinnangebot sowie z. B. die Rezeptionssituation, die Beziehungen zwischen Texten oder die Gespräche über Medienthemen eine Rolle. Der Band umfasst theoretische und empirische Arbeiten von PsychologInnen, SoziologInnen, Kommunikations-, Sprach- und LiteraturwissenschaftlerInnen, die beispielhaft am Thema der Rezeption medialer Gewaltdarstellungen die Arbeitsweisen einer interdisziplinären Medienwissenschaft aufzeigen.

Ben Bachmair

Fernsehkultur

Subjektivität in einer Welt bewegter Bilder
1996. 357 S. Kart.

ISBN 3-531-12876-0

Wie hat Fernsehen unsere Kultur geprägt? Am Übergang vom Fernsehen zu Multimedia untersucht der Band unsere Fernsehkultur als die Überlagerung von Fernsehen und Alltagsleben (z. B. das Ereignis- und Medienarrangement „Streetball“), stellt die Frage nach dafür typischen Erlebnisweisen – die persönliche Welt als Maßstab – und ordnet Veränderungen z. B. von Männerbildern in kulturhistorische Entwicklungslinien ein.

Mike Friedrichsen / Gerhard Vowe (Hrsg.)

Gewaltdarstellungen in den Medien

Theorien, Fakten und Analysen
1995. 418 S. Kart.

ISBN 3-531-12768-3

Täglich werden uns neue Fälle präsentiert, bei denen gewalttätiges Handeln auf mediale Gewalt, z. B. auf Fernsehserien oder Musiktex-te, zurückgeführt wird. Die Zahl der „Bildschirmto-ten“ dient als mediengerechte Erklärung für Ver-rohung und Anstieg der Kriminalität. Mehr oder weniger seriöse Experten bieten konkurrierende Theorien an, wie Gewaltdarstellungen auf Ge-walthandeln wirken. In diesem Sammelband werden die Aufregungen und Kurzschlüsse der aktuellen Diskussion vermieden und statt dessen von Experten aus verschiedenen Disziplinen soli-de Fakten, plausible Erklärungen und diskursfähige Bewertungen präsentiert.

WESTDEUTSCHER VERLAG

Abraham-Lincoln-Str. 46 · 65189 Wiesbaden

Fax 0611/78 78 420

