

## Tagungsprogramm

(Stand: 12.11.08)

### Zwischen Medienallmacht und -ohnmacht.

#### Rezeption und Wirkung politischer Medienangebote

Tagung der Fachgruppe „Rezeptions- und Wirkungsforschung“ in der DGPUK,  
 Zürich, 22.-24.1.2009

#### **Donnerstag, 22.01.2008**

10-18:00 Doktorandenworkshop  
 ab 19:00 Get Together

#### **Freitag, 23.01.2008**

08:45-9:00 Eröffnung und Begrüßung  
 09:00-10.30 Vortrags-Panel I: *Medienwirkung und Vertrauen*

- *Daniela Spranger (Zürich)*: Mich ärgert was mir wichtig ist: Das Verhältnis von Präferenzen und Wahrnehmungen als Mediator der Medienwirkungen auf Vertrauen in Politiker
- *Roland Göbbel (Jena)*: „Kann man denen noch vertrauen?“ Zum vertrauensschaffenden Potenzial von Print- und Online-Berichterstattung über Spitzenpolitiker
- *Jörg Matthes, Werner Wirth, Christian Schemer & Rinaldo Kühne (Zürich)*: Nutzen oder glauben? Zum Verhältnis von Mediennutzung, Vertrauen in die politische Berichterstattung und Politikvertrauen

10:30-11:00 Kaffeepause  
 11:00-12:00 Vortrags-Panel II: *Affektive Medienwirkungen*

- *Markus Appel & Tobias Richter (Linz/Köln)*: Der emotionale Gehalt des Produkts und das Emotionsbedürfnis der RezipientIn bestimmen die Wirkung von narrativen politischen Medienangeboten
- *Christian Schemer (Zürich)*: Wie Boulevardmedien Emotionen schüren. Der Einfluss der Mediennutzung auf Emotionen und Einstellungen in politischen Kampagnen

12:00-13:30 Lunch  
 13:30-15:30 Vortrags-Panel III: *Wissenseffekte und Agenda-Setting*

- *Frank Marcinkowski (Münster)*: Gelegenheit macht Wissen. Rezeption und Wirkung unabsichtlich genutzter Nachrichtenangebote des Fernsehens
- *Wolfgang Schweiger (Dresden)*: Agenda-Learning – ein Experiment zum individuellen Agenda-Setting durch Onlinenachrichten
- *Katja Schwer (München)*: (Ohn-)Macht der Perspektive? Die Forschung zur Politikvermittlungsleistung des Fernsehens
- *Dorothee Hefner, Christoph Klimmt & Daniel Rieger (Hannover/Mainz)*: Politik in Computerspielen: Einflüsse eines „Serious Game“ auf politisches Wissen und Interesse

15:30-15:45 Kaffeepause

- 15:45-16:30 Postersession
- *Adeline Gütschow, Denise Sommer & Georg Ruhrmann (Jena)*: Medienberichterstattung und kausale Inferenzen: Zur Anwendung des Linguistic Category Model für die Untersuchung von Framing-Effekten beim Rezipienten
  - *Thomas N. Friemel (Zürich)*: „@militante Nichtraucher“ Inhaltsanalyse eines Online-Forums zur „Rauchfrei Debatte“ in der Schweiz
  - *Markus Schubert (Leipzig)*: Kognitive Aufwendungen bei dualer Aufgabenlösung. Konzentrationsfähigkeit und Aufmerksamkeitsverteilung bei der Rezeption mehrerer Medieninhalte unter dem Einfluss verschiedenartiger Involvementstärken
  - *Elizabeth Prommer (Potsdam)*: Beeinflusst Fernseh-Comedy-Nutzung die politische Haltung? Eine empirische Untersuchung zu Einstellungen, Werten und politischer Haltung der Fans von TV total und Die Harald Schmidt Show
- 16:30-17:30 Vortrags-Panel IV: *Wirkungen visueller Kommunikation*
- *Marcus Maurer (Mainz)*: Sagen Bilder mehr als tausend Worte? Die Relevanz verbaler und visueller Informationen für die Urteilsbildung über Politiker im Fernsehen
  - *Patrick Rössler, Franziska Marquart & Josef F. Haschke (Erfurt)*: Zur Selektion und Wirkung von Pressefotos. Eine rezipientenorientierte Untersuchung auf der Basis von Fotonachrichtenfaktoren
- 17:30-17:45 Pause
- 17:45-18:45 Fachgruppensitzung
- 18:50 Transfer zu Nachtessen
- 19:00 Nachtessen (ZunftHaus „Zum Rüden“)

**Samstag, 24.01.2008**

- 09:30-11:30 Vortrags-Panel V: *Forschungslogik und Methodologie*
- *Christian Schemer, Werner Wirth & Jörg Matthes (Zürich)*: Wie man „Elefanten enttarnt“ – Der Einfluss von sich gegenseitig neutralisierenden Medieneffekten in politischen Kampagnen
  - *Jürgen Grimm & Bernadette Kneidinger (Wien)*: Nachrichten-Issues und Publikumsinteresse. Der Beitrag der Clusteranalyse zur Systematisierung themenspezifischer Wirkungsprozesse
  - *Bernd Schlipphak (Freiburg)*: And once again – Medienwirkung und Wahlverhalten
- 11:30-12:00 Pause
- 12:00-13:00 Vortrags-Panel VI: *Wahrnehmungsverzerrungen als Medienwirkungen*
- *Marco Dohle & Gerhard Vowe (Düsseldorf)*: Wahrnehmung der politischen Einflüsse von Medienangeboten. Third-Person-Effekte bei Bürgern, Journalisten und Politikern im Vergleich
  - *Tilo Hartmann, Marco Dohle & Martin Tanis (Amsterdam/Düsseldorf)*: Was moderiert den Hostile-Media-Effekt? Eine Studie im Kontext der Berichterstattung über Abtreibung
- 13:00-13:45 Abschluss-Statement und Diskussion