

Programm
Tagung der Fachgruppe
Rezeptions- und Wirkungsforschung

23.-25. Januar 2020 in Würzburg

Arbeitsbereich Medien- und Wirtschaftskommunikation

Julius-Maximilians-Universität Würzburg



Gesponsert von:



Nomos



Standorte

Get-Together

Alte Mainmühle

Mainkai 1

97070 Würzburg



Konferenzen

Kulturspeicher

Oskar-Laredo-Platz 1

97080 Würzburg



© Museum im Kulturspeicher, Foto: Andreas Bestle

Weinprobe

Staatlicher Hofkeller Würzburg

Rosenbachpalais

Residenzplatz 3

97070 Würzburg



Foto: Kathrin Heyer Photographie

Treffpunkt: Frankoniabrunnen an der Residenz

Donnerstag, 23. Januar

Ab 19:00 Uhr

Get-Together

Restaurant Alte Mainmühle

Freitag, 24. Januar

Ab 08:15 Uhr

Tagungs- Registrierung

Kulturspeicher

09:00 – 09:15 Uhr

Begrüßung

Kulturspeicher

09:15 – 10:45 Uhr

Panel 1

Kulturspeicher

Mobile Mediennutzung im Alltag

Hauptraum

Chair: Leonard Reinecke

„Lies mir meine Nachrichten vor!“ Effekte der parallelen Nutzung von Infotainment während des Autofahrens*

Sarah von Hören, Katharina Knop-Hülß, Daniel Possler & Christoph Klimmt

Nebenbei, mobil und ohne Ziel? Eine Mehrmethodenstudie zu Nachrichtennutzung und -verständnis von jungen Erwachsenen*

Anna Sophie Kämpel

Nur Störenfried oder auch hilfreiches Instrument? Wie Eltern ihre Mobilgeräte zum Stressmanagement nutzen

Lara N. Wolfers

Medienvertrauen und Glaubwürdigkeit

Seminarraum

Chair: Werner Wirth

Motivierte Wahrnehmung von Gegenmeinungen in Nutzerkommentaren. Der Einfluss von Medienvertrauen auf wahrgenommene Glaubwürdigkeit, Argumentbewertung und Meinungsbildung **

Marlene Kunst

Alles eine Frage der Performanz? Zum Einfluss soziopolitischer und performanzbezogener Prädiktoren auf das Medienvertrauen der deutschen Bevölkerung

Magdalena Obermaier

Unter falscher Flagge. Effekte des wiederholten Aufgreifens und erklärender Dementi auf die Glaubwürdigkeit von Falschinformationen

Nora Denner & Thomas Koch

10:45 – 11:15 Uhr

Kaffeepause

Kulturspeicher

11:15 – 12:45 Uhr

Panel 2

Kulturspeicher

Mediennutzung und Anschlusskommunikation

Hauptraum

Chair: Volker Gehrau

(A-)synchrone Kommunikation über TV-Serien in sozialen Medien. Eine Mehrmethodenstudie zu rezeptionsbezogenen Kommunikationsaktivitäten in sozialen Medien am Beispiel von RedditDiskussionsthreads zu Game of Thrones*

Julian Unkel & Anna Sophie Kümpel

Wer viel nutzt, der viel spricht. Nutzung, Gelegenheiten und soziale Normen als Determinanten der Häufigkeit von Gesprächen über TV-Genres

Helmut Scherer, Sophie Bruns, Laura Bünger, Amelie Janz & Jenny Scheurer

Sind Dislikes besser als ignoriert zu werden? Zur Auswirkung von sozialem Ausschluss auf sozialen Netzwerkseiten auf die Bedrohung von Bedürfnissen und auf anschließende Interaktionen

Sarah Lutz & Frank Schneider

Unterhaltung durch Mediennutzung I

Seminarraum

Chair: Anna Schnauber-Stockmann

Medienunterhaltung als selbstregulative Ressource: Das Recovery and Resilience in Entertaining Media Use (R²EM) Model

Leonard Reinecke, Diana Rieger

Zwischen Nähe und Distanz. Die dunkle Triade, Romantische parasoziale Interaktionen und ihre Rolle für das hedonistische und eudaimonische Unterhaltungserleben
Nicole Liebers & Holger Schramm

Faszinierende Spiele – Auslöser und unterhaltsame Wirkungen der Emotion Ehrfurcht („Awe“) in Videospielen
Jule Scheper, Daniel Possler, Christoph Klimmt

12:45 – 14:30 Uhr

Mittagspause

14:30 – 16:00 Uhr

Panel 3

Kulturspeicher

Unterhaltung durch Mediennutzung II

Hauptraum

Chair: Markus Appel

Wie Netflix unsere Filmerlebnisse revolutionieren könnte. Eine Mehrmethodenstudie zur Untersuchung des Unterhaltungserlebens bei interaktiven Filmen
Larissa Ruf, Tim Wulf, Claudia Riesmeyer & Diana Rieger

Naturetainment – Hedonisches und eudaimonisches Unterhaltungserleben von Naturdokumentationen als medial-simulierte Naturerfahrung
Anna Freytag, Christoph Klimmt, Daniel Possler, Nico Spreen & Jacqueline Goslar

„Der Bergdoktor – das ist meine Welt, da fühl ich mich wohl!“ Nutzungsmotive für die Rezeption von heimatbezogenen Sendungen im TV
Holger Schramm, Nicole Liebers & Ninon Lauber

Positive Effekte der Instagram-Nutzung

Seminarraum

Chair: Priska Breves

“When inspiration doesn’t come to me, I go halfway to meet it.” Theoretische Modellierung eines Findungsprozesses von Inspiration auf Instagram
Alicia Ernst & Adrian Meier

„If they can do it, so can I“. Wie Fitness-Influencer auf Instagram die sportbezogene Selbstwirksamkeit positiv beeinflussen können
Astrid Carolus & Jenny Heeger

Does the source matter? Eine experimentelle Untersuchung der Effekte von gesundheits- versus auf das Aussehen bezogene Frames in unterschiedlichen Medien auf das Gesundheitsverhalten von jungen Erwachsenen
Alice Binder, Ines Spielvogel & Jörg Matthes

16:00 – 16:20 Uhr

Kaffeepause

Kulturspeicher

16:20 – 17:50 Uhr

Panel 4

Kulturspeicher

Sozialer Kontakt durch Medien

Hauptraum

Chair: Diana Rieger

Einer für alle, alle für einen: Soziale Identifikation als Prädiktor politischer Selektivität auf Facebook

Manuel Cargnino & German Neubaum

Immer ‚auf Antwort‘? Eine Analyse von personen- und situationsbezogenen Einflussfaktoren auf die Antwortgeschwindigkeit in der Messenger Kommunikation
Leyla Dogruel & Anna Schnauber-Stockmann

Sexuelles Online-Grooming – Ergebnisse einer qualitativen Befragung von Präferenztätern

Daniela Stelzmann & Laura F. Kuhle

Kommentare in der polarisierenden Berichterstattung **Seminarraum**

Chair: Thomas Koch

Die Wirkung von Nutzerkommentaren in unterschiedlichen Situationen der Urteilsbildung*

Patrick Weber & Fabian Prochazka

Mediale Kritik am Alltagssexismus: Wahrnehmung kritischer Berichterstattung als (männliche) Identitätsbedrohung und ihre Folgen

Sophie Bruns, Sabine Reich & Christoph Klimmt

17:50 – 18:00 Uhr

Kaffeepause

Kulturspeicher

18:00 – 19:00 Uhr

Fachgruppensitzung

Kulturspeicher

20:00 Uhr

Weinprobe

Treffpunkt: Frankoniabrunnen an der Residenz

Samstag, 25. Januar

09:30 – 11:00 Uhr

Panel 5

Kulturspeicher

Von Fake News bis Hate Speech

Hauptraum

Chair: Christoph Klimmt

How to get on Top. Wie Rationalität, (Un-)Höflichkeit und (In-)Zivilität in Facebook-Kommentaren auf deren Sichtbarkeit wirken*

Pablo Jost & Marc Ziegele

Hassvoll im Netz – Netz voller Hass. Eine quantitative Inhaltsanalyse zu Prävalenz und Zielgruppen von direkter und indirekter Hate Speech auf Reddit, 4chan und 8chan
Diana Rieger, Toni Kiening & Anna Sophie Kümpel

Wer teilt Fake News? Der Einfluss von Warnhinweisen und der dunklen Triade
Markus Appel, Tanja Messingschlager, Fabian Prietzel, Stefan Krause & Julia Winkler

Wirkung von Werbung

Seminarraum

Chair: Nicole Liebers

Das kaufe ich dir (nicht) ab. Der Zusammenhang von Narrativität in Werbebotschaften mit Verarbeitungsprozessen und Spotbewertung

Tim Wulf & Iuliia Us

Beeinflusst Hintergrundmusik in audiovisueller Werbung den Geschmack des beworbenen Produkts?

Ann-Kristin Herget, Holger Schramm, Christina Bayer & Anna-Lena Werner

Head over Heels in Love with the Product on Instagram: Eine Untersuchung des Balance-Modells im Rahmen von Social-Media-Marketing

Ines Spielvogel & Brigitte Naderer

11:00 – 11:30 Uhr

Kaffeepause

Kulturspeicher

* Best Paper ** Best Student Paper

11:30 – 13:00 Uhr

Panel 6

Kulturspeicher

Video-On-Demand-Nutzung

Hauptraum

Chair: Frank Mangold

Die Rolle der Situation bei der Suche nach Gratifikationen: Ergebnisse einer Experience-Sampling-Studie zur Video-On-Demand-Nutzung

Sarah Benz-Eberhard, Lena Steinle, Daniel Hepperle & Jens Vogelgesang

Netflix and Sleep: Eine Studie zum Einfluss von Binge-Watching auf die Schlafqualität

Domenique Stefanie Wirz, Alessa Blatter, Alexander Ort & Andreas Fahr

Starke Frauen – starke Wirkung? Eine Panelstudie zur Wirkung der Serienrezeption mit „starken Frauen“

Christiana Schallhorn

Mediennutzung und Vorurteile

Seminarraum

Chair: Holger Schramm

Pro-Toleranz Botschaften in der Flüchtlingskrise: Der Einfluss von Songtexten auf die politische Einstellung

Sabine Reich & Anja Kalch

Integration durch Immersion. Können immersive Medien das Verständnis für Flüchtlinge langfristig fördern?

Priska Breves, Ricarda Bohlinger, Kristin Holderbach & Alina Hummel

Zur Rezeption und Wirkung von Sozialen Robotern in der Sozialen Arbeit: Effekte eines kurzen physischen Kontakts mit dem Sozialen Roboter „Pleo“ auf zukünftige Fachkräfte

Benjamin P. Lange, Dorothea C. Adler, Isabelle M. Menne, Frank Schwab & Dagmar C. Unz

Ab 13:00 Uhr

Verabschiedung

Kulturspeicher

Mit Dank an unsere Sponsoren:



Nomos



* Best Paper ** Best Student Paper

Aktuelle Handbücher bei Springer VS



W. Schweiger, K. Beck (Hrsg.)
Handbuch Online-Kommunikation

2., vollständig überarbeitete Aufl. 2019, IX, 592 S. 17 Abb., 6 Abb. in Farbe. Geb.
€ (D) 59,99 | € (A) 61,67 | *CHF 66,50
ISBN 978-3-658-18015-7
€ 46,99 | *CHF 53,00
ISBN 978-3-658-18016-4 (eBook)



H. Schramm (Hrsg.)
Handbuch Musik und Medien

Interdisziplinärer Überblick über die Mediengeschichte der Musik
2., überarbeitete u. erweiterte Aufl. 2019, VIII, 592 S. 65 Abb., 57 Abb. in Farbe. Geb.
€ (D) 99,99 | € (A) 102,79 | *CHF 110,50
ISBN 978-3-658-21898-0 € 79,99 | *CHF 88,00
ISBN 978-3-658-21899-7 (eBook)



C. Rossmann, M. R. Hastall (Hrsg.)
Handbuch der Gesundheitskommunikation
Kommunikationswissenschaftliche Perspektiven

2019, XVI, 649 S. 24 Abb., 5 Abb. in Farbe. Geb.
€ (D) 89,99 | € (A) 92,51 | *CHF 99,50
ISBN 978-3-658-10726-0 € 69,99 | *CHF 79,50
ISBN 978-3-658-10727-7 (eBook)



K. Lobinger (Hrsg.)
Handbuch Visuelle Kommunikationsforschung

2019, XIII, 749 S. 89 Abb., 47 Abb. in Farbe. Geb.
€ (D) 89,99 | € (A) 92,51 | *CHF 99,50
ISBN 978-3-658-06507-2 € 69,99 | *CHF 79,50
ISBN 978-3-658-06508-9 (eBook)

€ (D) sind gebundene Ladenpreise in Deutschland und enthalten 7 % für Printprodukte bzw. 19 % MwSt. für elektronische Produkte. € (A) sind gebundene Ladenpreise in Österreich und enthalten 10 % für Printprodukte bzw. 20% MwSt. für elektronische Produkte. Die mit * gekennzeichneten Preise sind unverbindliche Preisempfehlungen und enthalten die landesübliche MwSt. Preisänderungen und Irrtümer vorbehalten.

Jetzt bestellen auf springer.com/shop

Part of **SPRINGER NATURE**

Reihe Rezeptionsforschung

Herausgegeben von Dr. Matthias Hofer, Prof. Dr. Thomas Koch, Dr. Frank Mangold und Dr. Anna Schnauber-Stockmann
Beirat: Prof. Dr. Helena Bilandzic, PD Dr. Marco Dohle, Prof. Dr. Volker Gehrau, Assoc.-Prof. Tilo Hartmann,
Prof. Dr. Holger Schramm und Prof. Dr. Carsten Wünsch

Die Reihe ist ein Forum für aktuelle empirische und theoretische Beiträge zum Thema Medienrezeption. Dazu gehören Untersuchungen der aktiven Auseinandersetzung der Rezipienten mit Medienbotschaften, die von der Selektion von Medienangeboten und ihren Gründen über Rezeptionsqualitäten und Verarbeitungsprozesse bis hin zur Einbettung der Rezeption in den Alltag und den sich daraus ergebenden individuellen und gesellschaftlichen Konsequenzen reicht. Kurz: Es geht um die Frage „Was machen die Menschen mit den Medien?“



Unkel
**Informationsselektion
mit Suchmaschinen**
Wahrnehmung und Auswahl
von Suchresultaten
2019, Band 41, 379 S.,
brosch., 74,- €
ISBN 978-3-8487-5987-3
nomos-shop.de/41981



Weber | Mangold | Hofer |
Koch [Hrsg.]
**Meinungsbildung in der
Netzöffentlichkeit**
Aktuelle Studien zu Nachrichten-
nutzung, Meinungsaus-
tausch und Meinungsbeein-
flussung in Social Media
2019, Band 40, 193 S.,
brosch., 39,- €
ISBN 978-3-8487-5188-4
nomos-shop.de/39498



Wilhelm | Podschuweit | Hofer |
Koch [Hrsg.]
Medienwahl
Aktuelle Konzepte, Befunde und
methodische Zugänge
2018, Band 39, 189 S.,
brosch., 39,- €
ISBN 978-3-8487-4253-0
nomos-shop.de/30118

 Nomos
eLibrary www.nomos-elibrary.de

Bestellen Sie im Buchhandel oder
versandkostenfrei online unter nomos-shop.de
Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer

 **Nomos**