



UNIPRESS Münster (upm)
Presse- und Informationsstelle der Universität
Münster, Schlossplatz 2, 48149 Münster
Tel.: 0251 83-22232/33, Fax: 0251 83-21445
E-Mail: pressestelle@uni-muenster.de
Redaktion: Norbert Robers (verantw.)

08.04.2013

Neues Netzwerk zur Medienwirkungsforschung

DFG bewilligt 65.000 Euro für
Kommunikationswissenschaftler / Suche nach optimalen
Untersuchungsverfahren

Münster (upm/ch) Erfolg für das Institut für
Kommunikationswissenschaft der Westfälischen Wilhelms-
Universität Münster (WWU): Die Deutsche
Forschungsgemeinschaft (DFG) fördert für drei Jahre ein neues
wissenschaftliches Netzwerk mit rund 65.000 Euro. Ziel ist es,
Nachwuchswissenschaftlern die Möglichkeit zu geben, sich über
die Dynamik von Medienwirkungen auszutauschen – also über
den Einfluss, den Medien auf die Wahrnehmung oder das
Weltbild von Menschen im Zeitverlauf haben. Wie lange hält die
Wirkung eines Werbespots auf den Zuschauer an? Wie wirkt es
sich auf das Sicherheitsempfinden der Bevölkerung aus, wenn
Medien wiederholt über Polizisten im Einsatz berichten? Wie
lassen sich diese Wirkungsprozesse messen? Das sind
Beispiele für Fragen dieser Forschungsrichtung.

Die Idee für das Projekt stammt von Dr. Jens Vogelgesang von
der WWU und Dr. Michael Scharkow von der Universität
Hohenheim. Sie wollen vor allem die unterschiedliche
methodische Expertise nutzen, die die Wissenschaftler in das
Netzwerk einbringen. So gibt es beispielsweise Spezialisten für
die Messung von körperlichen Reaktionen, wenn Menschen
Fernsehen schauen oder am Computer spielen. Ein anderes
Beispiel sind Experten für sogenannte Medientagebücher, die
eine genaue Rekonstruktion des Medienkonsums innerhalb
eines Tages zulassen. Je nach Fragenstellung müssen
Kommunikationswissenschaftler ein optimales
Untersuchungsverfahren finden – dabei sind sie abhängig davon,
ob die Medienwirkung kurz- oder langfristig ist und wie viel
Untersuchungszeit ihnen zur Verfügung steht. Statt eine neue
Studie zu beginnen, die Jahre dauert, können sie in manchen
Fällen auch Daten, die für einen anderen Zweck gesammelt

wurden, auf die Beantwortung der aktuellen Frage hin abklopfen. "Das Fördergeld erlaubt uns zu untersuchen, welche Forschungsdesigns und statistische Verfahren erforderlich sind, um die Dynamik von Medienwirkungen optimal abzubilden", betont Jens Vogelgesang.

Die Antragsteller haben dreizehn Kommunikationswissenschaftler aus Deutschland, Schweiz und den USA für das Projekt gewinnen können. Im Netzwerk treffen die Nachwuchswissenschaftler sich mit renommierten Forscherpersönlichkeiten. "Alle Netzwerkmitglieder beschäftigen sich schon seit Langem mit theoretischen und methodischen Fragen der Medienwirkungsforschung. Natürlich diskutiert man auf Tagungen über diese Themen, aber das DFG-Netzwerk ermöglicht es, uns drei Jahre lang intensiv auszutauschen und auch konkrete Lösungen für die Forschungspraxis in der Kommunikationswissenschaft zu entwickeln", erläutert Michael Scharkow. Die Ergebnisse der Forschung werden in einem Sammelband festgehalten.

Zum Netzwerk mit dem Titel "Zeit- und Prozesskonzepte der Medienwirkungsforschung und ihre empirische Untersuchung" gehören neben den Antragstellern auch Marko Bacht (Hohenheim), Prof. Dr. Hans-Bernd Brosius (München), Prof. Dr. Andreas Fahr (Erfurt), Dr. Jörg Hagenah (Köln), Prof. Dr. Olaf Jandura (Düsseldorf), Dr. Teresa Naab (Hannover), Felix Sattelberger (Jena), Prof. Dr. Helmut Scherer (Hannover) sowie Dr. Annie Waldherr (Berlin).

Weitere Informationen (Links)

- Dr. Jens Vogelgesang am Institut für Kommunikationswissenschaft
aft <http://www.uni-muenster.de/Kowi/personen/jens-vogelgesang.html>
- Forschung A-Z/Dr. Jens Vogelgesang <https://www.uni-muenster.de/forschungaz/person/20595>

Anhang

Bilder

Bild 1:



Dr. Jens Vogelgesang

Copyright: privat