

Inhalt

Einleitung: Interaktionale Rezeptionsforschung	9
--	---

I. Der theoretische Hintergrund

1 Grundlagen einer interaktionalen Rezeptionstheorie: Einführung und Forschungsüberblick	17
<i>Hans-Jürgen Bucher</i>	
2 Multimodalität – ein universelles Merkmal der Medienkommunikation: Zum Verhältnis von Medienangebot und Medienrezeption	51
<i>Hans-Jürgen Bucher</i>	
3 Aufmerksamkeit und Informationsselektion: Blickdaten als Schlüssel zur Aufmerksamkeitssteuerung	83
<i>Hans-Jürgen Bucher und Peter Schumacher</i>	

II. Die Blickaufzeichnung als Methode der Rezeptionsforschung

4 Blickaufzeichnung in der Rezeptionsforschung: Befunde, Probleme und Perspektiven	111
<i>Peter Schumacher</i>	
5 Concept Mapping und Eyetracking: Eine Methodenkombination zur Diagnose medial initiiertter Wissenszuwächse	135
<i>Dagmar Gehl</i>	

III. Empirische Studien I: Printmedien

- | | | |
|---|---|-----|
| 6 | Text-Bild-Kommunikation in Zeitschriften: Eine empirische Untersuchung zu Gestaltungsstrategien und deren Rezeption am Beispiel von <i>Spiegel</i> , <i>Stern</i> und <i>View</i> | 159 |
| | <i>Nils Lengelsen</i> | |
| 7 | Zeitungsformate aus Lesersicht: Eine vergleichende Rezeptionsstudie zur Leserblatt-Interaktion in Tabloids und Broadsheets | 177 |
| | <i>Hans-Jürgen Bucher und Peter Schumacher</i> | |
| 8 | Andere Länder, anderes Blickverhalten? Eine interkulturelle Untersuchung zu Akzeptanz und Rezeption von Informationsgrafiken in Tageszeitungen in Spanien, Polen und Deutschland | 205 |
| | <i>Susanne Klebba</i> | |

IV. Empirische Studien 2: Fernsehen und Video

- | | | |
|----|---|-----|
| 9 | Animierte Informationsgrafiken im Fernsehen: Zur Rezeption non-linearer Darstellungsformen in einem linearen Medium | 239 |
| | <i>Nina Hertel</i> | |
| 10 | Intermodale Effekte in der audio-visuellen Kommunikation: Blickaufzeichnungsstudie zur Rezeption von zwei Werbespots . . . | 257 |
| | <i>Hans-Jürgen Bucher</i> | |

V. Empirische Studien 3: Internet und Wissenschaftskommunikation

- | | | |
|----|--|-----|
| 11 | Gibt es universelle Rezeptionsmuster für Internetseiten? Eine empirische Studie zur Wahrnehmung von Google-Trefferseiten | 299 |
| | <i>Sebastian Erlhofer</i> | |

12	Zur Usability multimodaler Darstellungsformen im Onlinejournalismus	311
	<i>Peter Schumacher</i>	
13	Bullet Points, Bilder & Co: Zur Rezeption wissenschaftlicher Präsentationen mit PowerPoint	325
	<i>Philipp Niemann und Martin Krieg</i>	
	Autorenverzeichnis	363

Interaktionale Rezeptionsforschung

Theorie und Methode der Blickaufzeichnung in der
Medienforschung

(Eds.)H.-J. Bucher; P. Schumacher

2012, XIV, 350 S. 93 Abb., 14 in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-531-17718-2

Interaktionale Rezeptionsforschung

Theorie und Methode der Blickaufzeichnung in der
Medienforschung

Bucher, H.-J.; Schumacher, P. (Hrsg.)

2012, XIV, 350 S. 93 Abb., 14 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-531-17718-2