



Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und  
Kommunikationswissenschaft  
Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung

## Conference Program

(Version: 18.11.2015)

### **Annual Conference of the Media Audiences and Effects Division of the German Communication Association (DGPuK)**

January 28-30, 2016 in Amsterdam

Hosting institution:  
Amsterdam School of Communication Research, University of Amsterdam




Photo by mediabank.amsterdam.com

Sponsored by

 UNIVERSITY OF AMSTERDAM

Amsterdam School of Communication Research

 **CcaM**  
Center for research on Children, Adolescents, and the Media

 Graduate School of  
Communication

**Thursday, January 28**

**10:00-17:00**

**NaRezFo Method Workshop**

**Roeterseiland Campus**

**19:00**

**Get-Together**

**De Bekeerde Suster**

## Locations

### NaRezFo Method Workshop

Roeterseiland Campus  
Valckenierstraat 65-67  
1018 XE Amsterdam  
Room [REC JK 3.02](#).



### Get-Together

De Bekeerde Suster  
Kloveniersburgwal 6  
1012 CT Amsterdam  
[Weblink](#)



### Main Conference

Universiteits bibliotheek  
Singel 425  
1012 WP Amsterdam  
[Weblink](#)



### Conference Dinner

Brasserie Harkema  
Nes 67  
1012 KD Amsterdam  
[Weblink](#)



## Friday, January 29

8:45-9:00

---

**Welcome Address**

**Doelenzaal**

9:00-10:30

---

**Youth and Media Panel: Youth as (Media) Consumers (in English)**

**Doelenzaal**

Why do Adolescents Watch Scripted Reality-TV? A Typology Based on Viewing Motives

*Julia Niemann, Hanna Gözl, & Michael Schenk*

Me, Myself, and I – Always Wanting More. How Reality TV Viewing Increases Adolescents' Narcissism, Materialism, and Entitlement and Decreases Satisfaction with Possessions

*Suzanna J. Oprea & Rinaldo Kühne*

Effects of the Use of Music in TV Commercials on Children. An Experimental Study with Children of 5<sup>th</sup> and 6<sup>th</sup> Grade

*Benedikt Spangardt, Nicolas Ruth, Isabella Anders, Nina Bohn, Carolin Kaiser, & Ann-Kathrin Popp*

Detecting the Persuasive Intent of Product Placements in Photo-Love-Stories. Consequences for Brand Recall and Brand Evaluation

*Brigitte Naderer & Kathrin Karsay*

**Individual Differences in Media Choice and Use (in German)**

**Belle van Zuylenzaal**

Kontrollverlust oder Coping-Strategie? – Belastungen durch Facebook-Nutzung als Folge von Prokrastination und Eskapismus

*Adrian Meier, Christine E. Meltzer, & Leonard Reinecke*

Nutzen introvertierte Spieler Online-Games zur sozialen Kompensation? Eine Untersuchung zur Bildung von Sozialkapital im Rahmen von World of Warcraft

*Felix Reer & Nicole C. Krämer*

Wenn die Smartphone-Nutzung zur Gefahr wird. Wie beeinflussen Persönlichkeitsmerkmale, situative und soziodemographische Faktoren die Smartphone-Nutzung im Straßenverkehr?

*Moritz Becker & Frank M. Schneider*

Die Rolle von Gewohnheiten in der Mediengattungsselektion

*Anna Schnauber*

**The Role of Stereotypes and Heuristics in Media Effects (in German)**

**Potgieterzaal**

Situative Einflüsse von Stereotypen auf die Wahrnehmung von Medienwirkungen

*Katharina Sommer*

Das mediale Stereotyp von Blondinen beeinflusst die Leistungsfähigkeit von blonden Rezipientinnen

*Christian Schemer, Lena Genennig, Janina Koch, Katharina Späth, Anja Raab, Franziska Schneider, Sina Weber, Vanessa Zauner, & Christin Dempewolf*

Soll er sich halt wehren! Geschlechterstereotype Wahrnehmungsschemata bei Cybermobbing-Vorfällen

*Mathias Weber, Christina Köhler, & Anna Schnauber*

"Tomorrow: @House of Cards" – (Unerwünschte) Effekte der Verwendung popkultureller Referenzen auf die Wahrnehmung von Politikern

*Christina Peter & Adrian Meier*

## Friday, January 29

10:30-11:00

---

### **Coffee Break**

11:00-12:30

---

#### **Youth and Media Panel: Determinants of Young People's Media Use (in English)**

**Doelenzaal**

"I wanna be in the loop!" – The Role of Fear of Missing Out (FoMO) for the Quantity and Quality of Children's and Adolescents' Mobile Phone Use

*Dorothee Hefner, Karin Knop, Stefanie Schmitt, & Peter Vorderer*

Network Dynamics of Adolescents YouTube Use

*Thomas N. Friemel & Matthias Bixler*

Why do Adolescents and Young Adults Reduce Their Privacy Voluntarily? Using the Theory of Reasoned Action to Explain Self-Disclosure on Facebook

*Julia Niemann*

Everything Under Control? The Role of Habit Strength, Deficient Self-Regulation and Media Literacy for the Use of Social Network Sites Among Children and Adolescents

*Sven Jöckel, Stefanie Schmitt, & Claudia Wilhelm*

#### **Persuasion Effects on Attitudes and Behaviors (in German)**

**Belle van Zuylenzaal**

Erfolgsfaktoren wissenschaftlicher Crowdfunding-Projekte. Ein Experiment zur Wirkung von Dialogintensität und bisherigem Spendenerfolg

*Julia Metag & Mike S. Schäfer*

Wir mussten uns aus Imagegründen von ihm trennen." – Wirklich? Auswirkungen von Negativberichterstattung über Experten-Testimonials auf das beworbene Produkt und die Kaufbereitschaft

*Christina Peter*

Der Einfluss von relevanten und irrelevanten Emotionen auf Urteile bei unterschiedlicher Verarbeitungstiefe

*Claudia Poggiolini, Rinaldo Kühne, & Werner Wirth*

Wahrnehmung und Wirkung der Glaubwürdigkeit von Suchresultaten

*Julian Unkel & Alexander Haas*

#### **Workshop (in German)**

**Potgieterzaal**

Konvergente Fernsehnutzung als Herausforderung für die Rezeptions- und Wirkungsforschung

*Mareike Dötsch & Christian Strippel*

12:30-14:00

---

### **Lunch Break**

**Friday, January 29**

**14:00-15:30**

---

**Youth and Media Panel: Effects of Young People's Media Use (in English)**

**Doelenzaal**

The Role of Internet Pornography in Adolescents' Orientation towards Sexual Performance: A Longitudinal Study **(Best Paper)**

*Laura Vandenbosch, Johanna M. F. van Oosten, & Jochen Peter*

Hyper-Gendered Teens on Social Media: Investigating the Reciprocal Relationship between Gender Role Orientations and Sexy Online Self-Presentations

*Johanna M. F. van Oosten, Laura Vandenbosch, & Jochen Peter*

From Sexy to Sexting: Adolescent Girls' Susceptibility to the Influence of Sexy Online Self-Presentation on the Willingness to Engaging in Sexting

*Johanna M. F. van Oosten, Laura Vandenbosch, & Jochen Peter*

Differences in the Relation Between Exposure to and Generation of Alcohol-Related Content on SNS with Problem Drinking Among Adolescents

*Femke Geusens & Kathleen Beullens*

**Uses and Effects of Media Entertainment (in German)**

**Belle van Zuylenzaal**

Brand Placements in Serien. Zu den Auswirkungen direkter Adressierung durch Mediencharaktere auf das parasoziale Erleben und die Werbeeefekte von Produktplatzierungen

*Tanja Fischer & Holger Schramm*

Motive der Nutzung und wahrgenommener Realitätsgrad von Scripted-Reality-Soaps. Ergebnisse von Befragungen unter Jugendlichen verschiedener Bildungsstufen

*Olaf Jandura, Marco Dohle, Tobias Jacob, & Hannah Ziegler*

Watch me play. Gratifikationen der Zuschauer von Youtube® -Entertainment: Der Fall „Let's Play“-Videos

*Daniel Possler, Michael Kisser, & Christoph Klimmt*

„We Are The World.“ Der Einfluss prosozialer Medieninhalte auf prosoziales Verhalten im Alltag

*Nicolas Ruth, Blanca Anton, Ines Klaric, & Sana Sehic*

**Workshop (in English)**

**Potgieterzaal**

Framing in Crisis? - The Future of Framing Research in Communication Studies

*Christina Peter & Jörg Matthes*

**15:30-15:45**

---

**Coffee Break**

## Friday, January 29

15:45-17:00

---

### **Youth and Media Panel: Uses and Effects of Political Information** (in English)

**Doelenzaal**

News Consumption around Age 14: A Typology of Adolescents' Preferred Channels, Topics, and Outcome Expectations

*Katharina Emde & Christoph Klimmt*

Mobilizing 21<sup>st</sup> Century Youth: How Digital Media Use Fosters Civic Duty, Information Efficacy, and Political Participation

*Judith Möller, Rinaldo Kühne, & Claes de Vreese*

Gaining Bystander Responsiveness

*Tino G. K. Meitz, Constanze Küchler, & Anja Kalch*

### **Entertainment Experiences** (in German)

**Belle van Zuylenzaal**

Kriegt Unterhaltung die Kurve? Zwei Studien zur Art des Zusammenhangs zwischen hedonischen und eudaimonischen Unterhaltungserfahrungen

*Franziska S. Roth, Carina Weinmann, Frank M. Schneider, Frederic R. Hopp, Tanja Krämer, Melanie J. Bindl, & Peter Vorderer*

Same Same But Different: Eine Studie zur Invarianz von zwei Messinstrumenten zu Unterhaltungsprozessen zwischen verschiedenen medialen Formaten

*Carina Weinmann, Franziska S. Roth, Frank M. Schneider, Tanja Krämer, Melanie J. Bindl, & Peter Vorderer*

Entwicklung und Validierung eines Instruments zur Messung des Flow-Erlebens beim Radiohören

*Benedikt Spangardt, Holger Schramm, & Nicolas Ruth*

### **NaRezFo-Meeting** (in German)

**Potgieterzaal**

17:00-17:15

---

**Coffee Break**

17:15-18:00

---

**Division Meeting / Fachgruppensitzung**

**Doelenzaal**

19:00

---

**Conference Dinner**

**Brasserie Harkema**

**Saturday, January 30**

**10:00-11:30**

---

**User Comments and Likes** (in German)

**Doelenzaal**

Sensing Public Opinion: Zum Einfluss von Nutzerkommentaren auf die Wahrnehmung öffentlicher Meinung  
*Anna Sophie Kümpel & Nina Springer*

Unzivil Online-Kommentare: Wann gehen LeserInnen dagegen vor? Ein Experiment zu Determinanten des Melde-Verhaltens  
*Anja Kalch & Teresa K. Naab*

Nicht lustig. Kognitive und verhaltensbezogene Wirkungen von sachlicher und ironischer Kommentarmoderation als Reaktion auf „inzivile“ Nutzerkommentare (**Best Paper**)  
*Marc Ziegele & Pablo Jost*

Online-Popularitätsindikatoren als Indikatoren für Persuasionserfolg? Zum Innovationspotenzial sozialer Medien für die Medienwirkungsforschung  
*Pablo Jost & Marcus Maurer*

**Uses and Effects of Online News** (in German)

**Potgieterzaal**

Too Much Information? – Prädiktoren von Information Overload im Rahmen der Online-Nachrichtennutzung und mögliche Strategien im Umgang mit dem Gefühl der Überforderung  
*Josephine B. Schmitt, Christina A. Debbelt, & Frank M. Schneider*

Appetizer oder Hauptgericht? Folgen der Rezeption von Nachrichteninhalten bei Facebook für die übrige Nachrichtennutzung  
*Philipp Müller, Pascal Schneiders, & Svenja Schäfer*

Wer folgt der Masse, wer der eigenen Meinung? Selective Exposure in sozialen Medien und der Einfluss situativer Motivationen  
*Stephan Winter, Miriam Metzger, & Andrew Flanagin*

News Sharing in sozialen Medien: Wer teilt Nachrichteninhalte mit anderen – und warum?  
*Larissa Leonhard, Anna Sophie Kümpel, & Veronika Karnowski*

**11:30-12:00**

---

**Coffee Break**

## Saturday, January 30

12:00-13:30

---

### ***Follow-Up and Interpersonal Communication*** (in German)

**Doelenzaal**

Unvereinbare Realitäten? Wie Rezipienten Diskrepanzen zwischen direkter Erfahrung und medial vermittelter Wirklichkeit begegnen

*Mathias Weber & Marc Ziegele*

Der Öffentlichkeitseffekt: Wie der Grad der Öffentlichkeit auf sozialen Medien die Redebereitschaft beeinflusst  
*German Neubaum, Shirley S. Ho, & Nicole C. Krämer*

Wie kommunizieren Meinungsführer wirklich? Eine Beobachtung politischer Alltagsgespräche

*Sarah Geber, Dorothee Hefner, Christoph Klimmt, & Helmut Scherer*

Du, Ich und Dein Smartphone – Ein Experiment zur Untersuchung der Effekte von Smartphone-Crosstalk

*Kira Drabner, Daniela Schlütz, & Helmut Scherer*

### ***News and Public Opinion*** (in German)

**Potgieterzaal**

Quality of News-as-Sent and News-as-Received. Joining Content Analyses and Exposure Measures for News Quality Assessments

*Stefan Geiß & Melanie Magin*

Zur Darstellung des Meinungsklimas in der Printberichterstattung

*Thorsten Naab & Thomas Zerback*

Legitime Zuspitzungen? Einflüsse der Wahrnehmung einer feindlichen Berichterstattung und vermuteter Medienwirkungen auf die Darstellungsweisen von Klimaforschern

*Senja Post & Natalia Ramirez*

13:30-13:45

---

### ***Farewell***

**Doelenzaal**



## Contact Persons for Questions

Rinaldo Kühne

University of Amsterdam

Amsterdam School of Communication Research (ASCoR)

Visiting Address: Nieuwe Achtergracht 166 | 1018 WV Amsterdam

Postal Address: P.O. box 15791 | 1001 NG Amsterdam

T +31 (0) 637 01 10 01

[R.J.Kuhne@uva.nl](mailto:R.J.Kuhne@uva.nl)

[www.ccam-ascor.nl](http://www.ccam-ascor.nl)

[www.ascor.uva.nl](http://www.ascor.uva.nl)

Susanne Baumgartner

University of Amsterdam

Amsterdam School of Communication Research (ASCoR)

Visiting Address: Nieuwe Achtergracht 166 | 1018 WV Amsterdam

Postal Address: P.O. box 15791 | 1001 NG Amsterdam

T +31 (0) 205 25 61 01

[S.E.Baumgartner@uva.nl](mailto:S.E.Baumgartner@uva.nl)

[www.ccam-ascor.nl](http://www.ccam-ascor.nl)

[www.ascor.uva.nl](http://www.ascor.uva.nl)