

Schriftenverzeichnis Prof. Dr. Birgit Stark (Stand August 2016)

Monographien, Sammelbände und Special Issues

- Stark, Birgit, Dörr, Dieter & Aufenanger, Stefan (2014). *Die Googleisierung der Informationssuche. Suchmaschinen zwischen Nutzung und Regulierung*. Reihe Medienkonvergenz, Band 10. Berlin: Verlag Walter de Gruyter.
- Stark, Birgit, Quiring, Oliver & Jakob, Nikolaus (2014). *Von der Gutenberg-Galaxis zur Google-Galaxis. Alte und neue Grenzvermessungen nach 50 Jahren DGPuK*. Konstanz: UVK Verlag.
- Damasio, Manuel José, Bourdaa, Mélanie, Mierzejewska, Bozena I., Milojević, Ana, Noguera, Jose Manuel, Stark, Birgit, Vesnić-Alujević, Lucia & Vobič, Igor (Hrsg.) (2013). *COST - Audience Interaction & Participation. Participations: Journal of Audience and Reception Studies, 10(1), Special Section*.
- Stark, Birgit & Lunt, Peter (2012). *Special Issue on 'Public Voice and Mediated Participation' Communications. The European Journal of Communication Research, 37(3)*.
- Stark, Birgit, Magin, Melanie, Maurer, Marcus & Jandura, Olaf (2012). *Methodische Herausforderungen komparativer Forschungsansätze. Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft, Band 7*. Köln: Halem.
- Stark, Birgit & Magin, Melanie (2009). *Die österreichische Medienlandschaft im Umbruch. Relation: Beiträge zur vergleichenden Kommunikationsforschung, N.F., Band 3*. Wien: Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften.
- Stark, Birgit & Haberl, Barbara (2009). *Gender und Exzellenz. Aktuelle Entwicklungen im Wissenschaftssystem. Eine Dokumentation des Symposiums vom 13. November 2007 an der Österreichischen Akademie der Wissenschaften*. Wien: Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften.
- Hasebrink, Uwe, Schröder, Hermann-Dieter & Stark, Birgit (2008). *Elektronische Programmführung im digitalen Fernsehen. Nutzerstudie und Marktanalyse*. Schriftenreihe der Landesmedienanstalten. Berlin: Vistas Verlag.
- Stark, Birgit (2006). *Fernsehen in digitalen Medienumgebungen. Eine empirische Analyse des Zuschauerhaltens*. München: Reinhard Fischer.
- Schenk, Michael, Döbler, Thomas & Stark, Birgit (2002). *Marktchancen des digitalen Fernsehens. Akzeptanz und Nutzung von Pay-TV und neuen Diensten*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Stark, Birgit, Döbler, Thomas & Schenk, Michael (2001). *Conjoint-Analyse. Eine beispielorientierte Einführung*. Stuttgart: edition 451.
- Stark, Birgit, Döbler, Thomas & Schenk, Michael (1999). *Mediale und reale Gewalt - eine Untersuchung sozialer Netzwerke von Jugendlichen*. München: Verlag Reinhard Fischer.
- Stark, Birgit (1998). *Streitpunkt "Asyl". Im Spannungsfeld von Medien, Politik und öffentlicher Meinung*. Stuttgart: Fachverlag Döbler & Rössler GbR.

Aufsätze in Fachzeitschriften

- Reinecke, Leonard, Aufenanger, Stefan, Beutel, Manfred E., Dreier, Michael, Quiring, Oliver, Stark, Birgit, Wölfling, Klaus & Müller, Kai (2016): Digital Stress Over the Life Span: The Effects of Communication Load and Internet Multitasking on Perceived Stress and Psychological Health Impairments in a German Probability Sample. *Media Psychology*. Online first: DOI:10.1080/15213269.2015.1121832.
- Beutel, Manfred E., Aufenanger, Stefan, Brähler, Elmar, Dreier, Michael, Klein, Eva, Müller, Kai, Quiring, Oliver, Reinecke, Leonard, Stark, Birgit & Wölfling, Klaus (2016): Procrastination, Distress and Life Satisfaction Across the Age Range – a German Representative Community Study. *PLoS One* 11(2): e0148054.
- Marius Johnen & Stark, Birgit (2015): Wenn der Fernseher nicht mehr ausreicht: Eine empirische Analyse der Second Screen-Nutzung. *Studies in Communication | Media (SCM)*, 4(4), 365-406.
- Magin, Melanie, Steiner, Miriam, Heinbach, Dominique, Bosold, Sarah, Pieper, Alice, Felka, Eva-Maria & Stark, Birgit (2015). Suchmaschinen auf dem Prüfstand – eine vergleichende Inhaltsanalyse der Qualität von Trefferlisten. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 63(4), 495-516. DOI:10.5771/1615-634X-2015-4-495.
- Hagenah, Jörg, Stark, Birgit, & Weibel, Erwin (2015). Wandel des Zeitunglesens in Deutschland, Österreich und der Schweiz: Eine zeit- und ländervergleichende Analyse zur Einführung von Gratistageszeitungen. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 63(2), 246-281.
- Magin, Melanie & Stark, Birgit (2015). Explaining National Differences of Tabloidisation between Germany and Austria: Structure, Conduct and Performance. *Journalism Studies* 16(4), 577-595. DOI: 10.1080/1461670X.2014.921398.
- Stark, Birgit & Weichselbaum, Philipp (2013). What Attracts Listeners to Web Radio? A Case Study from Germany. *The Radio Journal - International Studies in Broadcast and Audio Media* 11(2), 185-202.
- Stark, Birgit & Lunt, Peter (2012). An Introduction to Public Voice and Mediated Participation. *Communications. The European Journal of Communication Research* 37(3), 225-231.
- Stark, Birgit (2011). „Totgesagte leben länger“. Fernsehnutzung in konvergenten Medienwelten. *MedienWirtschaft* 4, 35-38.
- Magin, Melanie & Stark, Birgit (2010). Mediale Geschlechterstereotype. Eine ländervergleichende Untersuchung von Tageszeitungen. *Publizistik* 55(4), 383-404.
- Stark, Birgit (2010). Mediennutzung im Kontext von Lebenswelten - empirische Evidenzen aus der österreichischen Media Analyse. *Merz. Medien und Erziehung* 2, 42-48.
- Stark, Birgit & Karmasin, Matthias (2009). Österreich - Land der Zeitungleser auch im Zeitalter des Internet? Eine empirische Analyse zum Verhältnis von Print und Online. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 55(3), 353-374.
- Stark, Birgit (2009). Konstanten und Veränderungen der Mediennutzung in Österreich - empirische Befunde aus den Media-Analyse-Daten (1996-2007). *SWS-Rundschau* 2, 130-153.
- Stark, Birgit (2009). Digitale Programmnavigation - eine Bestandsaufnahme der Marktlage und der Nutzungsgewohnheiten der Zuschauer. *Media Perspektiven* 5, 233-246.

- Stark, Birgit & Kraus, Daniela (2008). Crossmediale Strategien überregionaler Tageszeitungen in Österreich. *Media Perspektiven* 6, 307-317.
- Stark, Birgit (2007). Programmauswahl in digitalen Fernsehwelten: Der EPG als Gatekeeper? Ergebnisse einer Nutzerbefragung. *Medien & Kommunikationswissenschaft* 55(2), 223-246.
- Stark, Birgit & von Holly, Ina (2007). Medien-Selbstkontrolle im Spannungsfeld von gesellschaftlicher Verantwortung – Corporate Social Responsibility Strategien in deutschen Medienverlagen. *Zeitschrift für Kommunikationsökologie und Medienethik* 1, 21-29.
- Stark, Birgit & Döbler, Thomas (2003). Digitale Spaltung. Die Schule als Nivellierungsinstanz?. *Medienwissenschaft Schweiz. Medienkompetenz und Medienleistungen in der Informationsgesellschaft* 2(2), 91-94.
- Stark, Birgit & Döbler, Thomas (2002). Neue Medien: Berufliche Chancen für Frauen?. *Medien & Kommunikationswissenschaft* 50(1), 63-77.
- Stark, Birgit & Döbler, Thomas (2001). Interaktivität als Erfolgsfaktor für die Gewinnung von Aufmerksamkeit? Einige Ergebnisse am Beispiel von GIGA TV. *kommunikation@gesellschaft* 2.
- Stark, Birgit, Schenk, Michael, Döbler, Thomas & Mühlenfeld, Hans-Ullrich (2001). Marktchancen des digitalen Pay-TV in Deutschland: Ergebnisse einer Conjoint-Analyse. *Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung* 47(1), 4-24.
- Stark, Birgit, Schenk, Michael, Döbler, Thomas & Mühlenfeld, Hans-Ullrich (2001). Nutzung und Akzeptanz des digitalen Pay-TV in Deutschland. Ergebnisse einer Umfrage. *Media Perspektiven* 4, 220-234.

Aufsätze in Sammelbänden

- Stark, Birgit & Kist, Edgar (2016). Mediennutzung. In Jan Krone & Tassilo Pellegrino (Hrsg.), *Handbuch Medienökonomie*. Wiesbaden: Springer VS.
- Stark, Birgit & Steiner, Miriam (2016). Positive Vielfaltsicherung in medienkonvergenten Welten. In Die Medienanstalten (Hrsg.), *Meinungsbildung und Meinungsvielfalt in Zeiten der Konvergenz*. Dokumentation des Symposiums der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) (S. 119-145). Leipzig: VISTAS (Schriftenreihe der Landesmedienanstalten, 50).
- Weiß, Ralph, Magin, Melanie, Hasebrink, Uwe, Jandura, Olaf, Seethaler, Josef & Stark, Birgit (2016). Publizistische Qualität im medialen Wandel – eine normativ begründete Standortbestimmung. In Petra Werner, Lars Rinsdorf, Thomas Pleil & Klaus-Dieter Altmeppen (Hrsg.), *Verantwortung – Gerechtigkeit – Öffentlichkeit. Normativität in den Medien und in der Kommunikationswissenschaft* (S. 27-49). Konstanz: UVK.
- Facciorusso, Dominique & Stark, Birgit (2016). Google auf dem Weg von der Such- zur Antwortmaschine – ein Blick in die Zukunft. In Dagmar von Hoff (Hrsg.), *Mediale Ambivalenzen / Ambivalente Medien* (S. 71-86). Frankfurt am Main: Peter Lang Edition in der Reihe: LiteraturFilm.
- Schäfer, Svenja, Pittner, Nicoletta, Magin, Melanie & Stark, Birgit (2015). Alles nur Marke? Eine experimentelle Untersuchung zur Qualitätsbewertung von Suchmaschinen-Trefferlisten aus

der Nutzerperspektive. In Sven Pagel & Christian Seemann (Hrsg.), *Schnittstellen (in) der Medienökonomie* (S. 217-233). Baden-Baden: Nomos.

Jürgens, Pascal, Stark, Birgit & Magin, Melanie (2015). Vom Öffnen der Black Box. Messung von Personalisierung in computervermittelter Kommunikation. In Axel Maireder, Julian Ausserhofer, Christina Schumann & Monika Taddicken (Hrsg.), *Digitale Methoden in der Kommunikationswissenschaft* (S. 251-270). Berlin: Digital Communication Research.

Stark, Birgit, Magin, Melanie, Jürgens, Pascal & Geiß, Stefan (2015). Grassroots-Demokratie via Twitter? Wie die Protestbewegung gegen Stuttgart 21 twitterte und was die Medien daraus machten. In Kurt Imhof, Roger Blum, Heinz Bonfadelli, Otfried Jarren & Vinzenz Wyss (Hrsg.), *Demokratisierung durch Social Media* (S. 259-280)? Wiesbaden: VS Verlag

Schuster, Simon, Dörr, Dieter, Jürgens, Pascal, Stark, Birgit & Magin, Melanie (2015). Neutralität, Transparenz, Kompetenz: Medienrechtliche Ansatzpunkte für eine Neuregulierung des Suchmaschinenmarktes. In Martin Emmer & Christian Strippel (Hrsg.), *Kommunikationspolitik und Medienregulierung in der digitalen Gesellschaft*. (S. 87-118). Berlin: Digital Communication Research. DOI:10.17174/dcr.v1.6.

Stark, Birgit (2014). Zur Einführung: „Don't be evil“ – die Macht von Google und die Ohnmacht der Nutzer und Regulierer. In Birgit Stark, Dieter Dörr & Stefan Aufenanger (Hrsg.), *Die Googleisierung der Informationssuche. Suchmaschinen zwischen Nutzung und Regulierung* (S. 1-19). Berlin: de Gruyter.

Stark, Birgit, Magin, Melanie & Jürgens, Pascal (2014). Navigieren im Netz – Befunde einer qualitativen und quantitativen Nutzerbefragung. In Birgit Stark, Dieter Dörr & Stefan Aufenanger (Hrsg.), *Die Googleisierung der Informationssuche. Suchmaschinen zwischen Nutzung und Regulierung* (S. 20-74). Berlin: de Gruyter.

Jürgens, Pascal, Stark, Birgit & Magin, Melanie (2014). Gefangen in der Filter Bubble? Search Engine Bias und Personalisierungsprozesse bei Suchmaschinen. In Birgit Stark, Dieter Dörr & Stefan Aufenanger (Hrsg.), *Die Googleisierung der Informationssuche. Suchmaschinen zwischen Nutzung und Regulierung* (S. 98-135). Berlin: de Gruyter.

Stark, Birgit & Weichselbaum, Philipp (2014). Die Macht der Medien – eine vierte Gewalt? Überlegungen zu einem strapazierten Begriff. In Alexandra Weiss (Hrsg.), *Systemfehler. Spaltungsrhetorik als Entpolitisierung von Ungleichheit* (S. 141-157). Wien: ÖGB-Verlag.

Stark, Birgit (2014). Informationsverhalten im 21. Jahrhundert – eine repertoire-orientierte Analyse veränderter Nutzungsmuster. In Katharina Kleinen von Königslöw & Kati Förster (Hrsg.), *Medienkonvergenz und Medienkomplementarität aus Rezeptions- und Wirkungsperspektive* (S. 37-57). Baden-Baden: Nomos Verlag.

Quiring, Oliver, Stark, Birgit & Jakob, Nick (2014): Von der Gutenberg-Galaxis zur Google-Galaxis – Alte und neue Grenzvermessungen nach 50 Jahren DGPuK – Einleitung und Überblick. In Birgit Stark, Nick Jakob und Oliver Quiring (Hrsg.), *Von der Gutenberg-Galaxis zur Google-Galaxis. Alte und neue Grenzvermessungen nach 50 Jahren DGPuK*. Konstanz: UVK Verlag.

Stark, Birgit (2013). Fragmentierung Revisited: eine theoretische und methodische Evaluation im Internetzeitalter. In Wolfgang Seufert & Felix Sattelberger (Hrsg.), *Langfristiger Wandel von Medienstrukturen* (S. 199-218). Baden-Baden: Nomos Verlag.

Lunt, Peter, Kaun, Anne, Pruulmann-Vengerfeldt, Pille, Stark, Birgit & Van Zoonen, Liesbet (2013). The Mediation of Civic Participation: Diverse Forms of Political Agency in a Multimedia Age.

In Nico Carpentier, Kim Schröder & Lawrie Hallet (Hrsg.), *Audience Transformations. Shifting Audience Positions in Late Modernity* (S.142-156). New York und London: Routledge.

- Stark, Birgit & Magin, Melanie (2013). Komparative Forschungsansätze: Theoretische Grundlagen und methodische Verfahrensweisen. In Wiebke Möhring & Daniela Schlütz (Hrsg.), *Handbuch standardisierte Erhebungsverfahren in der Kommunikationswissenschaft* (S. 145-164). Wiesbaden: VS Verlag.
- Stark, Birgit (2013). The Many Faces of Interactivity in Convergent Media Environments. Assessing Uses and Effects of Interactivity from a User and Producer Perspective. In Matthias Karmasin & Sandra Diehl (Hrsg.), *Media and Convergence Management* (S. 299-315). Berlin: Springer.
- Magin, Melanie, Geiß, Stefan & Stark, Birgit (2013). Mediale Deutungsmuster für Social Networks – eine Framing-Analyse. In Barbara Pfetsch, Janine Greyer & Joachim Trebbe (Hrsg.), *MediaPolis – Kommunikation zwischen Boulevard und Parlament* (S. 187-207). Konstanz: UVK.
- Stark, Birgit & Magin, Melanie (2013). Boulevardisierungstendenzen deutscher und österreichischer Tageszeitungen im Kontext nationaler Marktstrukturen: Eine ländervergleichende Untersuchung. In Manuel Puppis, Matthias Künzler & Otfried Jarren (Hrsg.), *Media Structures and Media Performance – Medienstrukturen und Medienperformanz: Forschungsstand und Perspektiven* (S. 401-428). Wien: Österreichische Akademie der Wissenschaften.
- Stark, Birgit (2013). Qualitätsmedien und ihr Publikum in Zeiten des Medienwandels – das Fallbeispiel ORF. In Nicole Gonser (Hrsg.), *Die multimediale Zukunft des Qualitätsjournalismus – Public Value und die Aufgaben von Medien* (S. 53-67). Wiesbaden: Springer VS.
- Stark, Birgit & Magin, Melanie (2012). Methodische Designs ländervergleichender Studien: Kommunikationswissenschaftlicher Forschungsstand und Perspektiven. In Birgit Stark, Melanie Magin, Olaf Jandura & Marcus Maurer (Hrsg.), *Methodische Herausforderungen komparativer Forschungsansätze* (S. 9-17). Köln: Halem.
- Stark, Birgit, Magin, Melanie, Jandura, Olaf & Maurer, Marcus (2012). Zur Einführung: Methodische Probleme komparativer Kommunikationsforschung und mögliche Lösungsansätze. In Birgit Stark, Melanie Magin, Olaf Jandura & Marcus Maurer (Hrsg.), *Methodische Herausforderungen komparativer Forschungsansätze* (S. 46-75). Köln: Halem.
- Stark, Birgit, Gonser, Nicole & Naab, Thorsten (2012). Leitmedien im Wandel. Eine komparative Analyse von deutschen und österreichischen Print-Leitmedien aus Publikumssicht. In Jörg Hagenah & Heiner Meulemann (Hrsg.), *Mediatisierung der Gesellschaft* (S. 141-159). Münster: Lit Verlag.
- Stark, Birgit (2012). Bleibt Fernsehen Fernsehen? In Jörg Eberspächer & Stephan Köhler (Hrsg.), *New TV – Fernsehlandschaften 2015. Tagungsband des Münchner Kreises* (S. 9-22). München.
- Magin, Melanie & Stark, Birgit (2011). Österreich – Land ohne Leuchttürme? Qualitätszeitungen im Spannungsfeld zwischen publizistischer Leistung und strukturellen Zwängen. In Roger Blum, Kurt Imhof, Heinz Bonfadelli & Otfried Jarren (Hrsg.), *Krise der Leuchttürme öffentlicher Kommunikation – Vergangenheit und Zukunft der Qualitätsmedien* (S. 97-114). Wiesbaden: VS Verlag.

- Stark, Birgit (2010). Qualitative Mediaplanung im europäischen Vergleich – eine empirische Analyse praxisrelevanter Konzepte. In Jens Woelke, Marcus Maurer & Olaf Jandura (Hrsg.), *Forschungsmethoden für die Markt- und Organisationskommunikation* (S. 69-88). Köln: Halem.
- Stark, Birgit & Rußmann, Uta (2009). Soziale Ungleichheit im Internetzeitalter – Entwicklungstendenzen der Internetnutzung von 1999 bis 2007. In Birgit Stark & Melanie Magin (Hrsg.), *Die österreichische Medienlandschaft im Umbruch* (S. 191-215). Wien: Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften.
- Stark, Birgit & Magin, Melanie (2009). Willkommen im „neuen Österreich“! Wolfgang Fellners Vision einer Zeitung für die „moderne gebildete Mitte“. In Birgit Stark & Melanie Magin (Hrsg.), *Die österreichische Medienlandschaft im Umbruch* (S. 41-66). Wien: Österreichische Akademie der Wissenschaften.
- Stark, Birgit (2008). Elektronische Programmführer aus Nutzersicht. In Uwe Hasebrink, Hermann-Dieter Schröder & Birgit Stark (Hrsg.), *Elektronische Programmführung im digitalen Fernsehen* (S. 93-155). Berlin: Vistas Verlag.
- Stark, Birgit (2008). Publikumsreaktionen auf die Vervielfältigung des Medienangebots: zur Entwicklung der Mediennutzung in Österreich. In Jörg Hagenah & Heiner Meulemann (Hrsg.), *Alte und neue Medien – Zum Wandel der Medienpublika in Deutschland seit den 1950er Jahren* (S. 369-392). Münster: Lit Verlag.
- Stark, Birgit (2008). Programmnavigation in digitalen Fernsehwelten aus Sicht der Nutzer. In Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM) und Gemeinsame Stelle Digitaler Zugang (GSDZ) (Hrsg.), *Digitalisierungsbericht 2008. Die Frage nach dem digitalen Mehrwert* (S. 21-25). Berlin: Vistas Verlag.
- Stark, Birgit (2008). Die Vielfalt der Messung „der Vielfalt“ – Überlegungen zur methodischen Umsetzung des Vielfaltskonzepts. In Jörg Matthes et al. (Hrsg.), *Die Brücke zwischen Theorie und Empirie: Operationalisierung, Messung und Validierung in der Kommunikationswissenschaft* (S. 196-216). Köln: Halem.
- Stark, Birgit & Döbler, Thomas (2004). Digitale Spaltung. In Heinz Bonfadelli et al. (Hrsg.), *Medienkompetenz und Medienleistungen in der Informationsgesellschaft* (S. 186-192). Zürich: Verlag Pestalozzianum.
- Stark, Birgit, Döbler, Thomas & Schenk, Michael (2004). Pay-TV in Deutschland – Pleiten, Pech und Potenziale. In Mike Friedrichsen (Hrsg.), *Kommerz – Kommunikation – Konsum. Tagung der Fachgruppe Medienökonomie der DGPK 2001* (S. 55-69), Stuttgart: Nomos.
- Stark, Birgit, Döbler, Thomas, Mühlentfeld, Hans-Ullrich & Schenk, Michael (2003). Acceptance and Diffusion of Digital Television in Germany. In Angela Schorr, William Campbell & Michael Schenk (Hrsg.), *Communication Research and Media Science in Europe* (S. 127-147). Berlin: Mouton de Gruyter.
- Stark, Birgit, Haux, Torsten & Döbler, Thomas (2003). Cyber-TV and The New Interactivity: The GIGA Case. In Angela Schorr, William Campbell & Michael Schenk (Hrsg.), *Communication Research and Media Science in Europe* (S. 309-325). Berlin: Mouton de Gruyter.
- Stark, Birgit, Schenk, Michael & Wolf, Malthe (2002). Die Ausbreitung von Computer und Internet in der Gesellschaft. In Christopher Oesterreich & Vera Losse (Hrsg.), *Immer wieder Neues. Wie verändern Erfindungen die Kommunikation? (Museumsstiftung Post und Telekommunikation)* S. 125-135. Heidelberg: Edition Braus im Wachter Verlag GmbH.

- Stark, Birgit, Schmidt, Inga & Döbler, Thomas (2001). E-Commerce – The New Challenge in Retailing. In Ulf-Dietrich Reips & Michael Bosnjak (Hrsg.), *Dimensions of Internet Science*. (S. 273-291) Lengerich: Pabst Science Publishers.
- Stark, Birgit, Dold, Claudia & Döbler, Thomas (1999). Multimedia in der unternehmensinternen Weiterbildung – eine Studie zu Entwicklungsstand und -perspektiven. In Ulf-Dietrich Reips. et al. (Hrsg.), *Current Internet Science – Trends, Techniques, Results., (WWW document)*. Verfügbar unter: [http:// dgof.de /tband99 /pdfs/a_h/doebler.pdf](http://dgof.de/tband99/pdfs/a_h/doebler.pdf). (so lassen?) Zürich: Online Press.
- Stark, Birgit, Schmidt, Inga & Döbler, Thomas (1999). Ein Fallbeispiel für strategisches Online-Marketing: "You'll find it at Fred Meyer". In Ulf-Dietrich Reips. et al. (Hrsg.), *Current Internet Science – Trends, Techniques, Results., (WWW document)*. Verfügbar unter: [http:// dgof.de /tband99 /pdfs/a_h/doebler.pdf](http://dgof.de/tband99/pdfs/a_h/doebler.pdf). Zürich: Online Press
- Stark, Birgit & Schenk, Michael (1999). Die Rezeption der Online-Medien-Angebote: erste Trends. In Matthias Schumann & Thomas Hess (Hrsg.), *Medienunternehmen im digitalen Zeitalter. Neue Technologien – Neue Märkte – Neue Geschäftsmodelle* (S. 91-108). Wiesbaden: Betriebswissenschaftlicher Verlag Gabler.

Sonstige Publikationen (Auswahl):

- Stark, Birgit (2016): Rezension von Steffen Kolb (2015): Vielfalt im Fernsehen. Eine komparative Studie zur Entwicklung von TV-Märkten in Westeuropa. *Publizistik* 61(2), 200-202.
- Stark, Birgit (2016): „Was geht? Digitale Medientrends zwischen Wunsch und Wirklichkeit“. *New Business* 6/2016.
- Stark, Birgit (2015): Selbstbestimmt Grenzen ziehen zwischen öffentlich und privat. Welche Unterstützung brauchen und bekommen Jugendliche? *Computer und Unterricht Spezialheft 100 Jugend und Medien: Privatheit und Öffentlichkeit*.
- Stark, Birgit (2015): „Der Schein trügt. Positive Vielfaltsicherung soll die Meinungsvielfalt stärken.“ *Promedia*. Das medienpolitische Magazin. Dezember Heft 2015. Online verfügbar unter [medienpolitik.net](http://www.medienpolitik.net), 14.12.2015. <http://www.medienpolitik.net/2015/12/medienpolitikder-schein-trugt/>:
- Stark, Birgit (2015): Das Fernsehen erlebt aktuell einen Generationenabriss. *Promedia*. Das medienpolitische Magazin. Januar Heft 2015.
- Stark, Birgit, Jürgens, Pascal & Magin, Melanie (2014). „Für mich ist Google das Internet.“ Die Rolle von Suchmaschinen bei der Informationssuche im Netz. *medienpolitik.net*, 24.02.2014. <http://www.medienpolitik.net/2014/02/medienkonvergenz-fur-mich-ist-google-eigentlich-das-internet/>.
- Stark, Birgit (2013). Verdrängen neue Medien die alten? In DGPUK (Hrsg.), *50 Fragen. 50 Antworten. 50 Jahre DGPUK. 50 Wissenschaftler beantworten interessante Fragen zur Rolle der Medien in der Gesellschaft* (S. 78-79). Eichstätt/Hamburg: DGPUK. <http://referenzen.frehner-consulting.de/50JahreDGPUK/#/36/>.
- Stark, Birgit (2012). „Mitmach-Medium Internet“: Die Macher im Dialog mit den Usern? Eine Untersuchung professioneller News-Angebote. *Journalistik Journal* 2, 07.10.2012.

Magin, Melanie & Stark, Birgit (2012). Boulevard ist nicht gleich Boulevard. *European Journalism Observatory*, 10.09.2012. Verfügbar unter: <http://de.ejonline.eu/7059/medienjournalismus/7059#more-7059>.

Stark, Birgit & Mierzejewska, Bozena (2012). *Audience interactivity and participation: media company representatives interviews and essays*. WG2 COST Action IS0906 Essay Collections. Verfügbar unter: <http://www.cost-transforming-audiences.eu/system/files/wg2-interview-17-02-12.pdf>

Stark, Birgit & von Holly, Ina (2006). Gesellschaftliches Engagement deutscher Medienverlage. CSR-Strategien auf dem Prüfstand. *PR-Magazin* 12, 61-68.

Forschungsberichte/ Arbeitspapiere:

Stark, Birgit & Schöllkopf, Jochen (2002). *Die inhaltsanalytische Methode im WWW - Ein exemplarischer Vergleich der Online-Angebote von Focus und Spiegel*. Forschungsstelle für Medienwirtschaft und Kommunikationsforschung, Arbeitspapier, Nr. 2-02.

Stark, Birgit, Schenk, Michael & Döbler, Thomas (2001). *Digitales und Interaktives Fernsehen. Eine empirische Studie zur Akzeptanz und Nutzung neuer Fernsehdienste*. (vorgelegt bei der Volkswagen-Stiftung im Dezember 2001).

Stark, Birgit, & Döbler, Thomas (2001). *Neue Medien - Berufliche Chancen für Frauen?*. Forschungsstelle für Medienwirtschaft und Kommunikationsforschung, Arbeitspapier, Nr. 1-01.

Stark, Birgit, & Döbler, Thomas (1999). *Digitales Fernsehen in Deutschland - Hopp oder Topp?*. Forschungsstelle für Medienwirtschaft und Kommunikationsforschung, Arbeitspapier, Nr. 1-99.

Stark, Birgit, Schenk, Michael & Döbler, Thomas (1998). *Jugendliche und Mediengewalt. Der Einfluss sozialer Netzwerke*, Mai 1998 (im Auftrag des Ministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kunst, Baden-Württemberg).

Stark, Birgit (1996). *Frauen in Maßnahmen nach §249h AFG - positive Entwicklung braucht weitere Impulse (Neue Bundesländer)*, Nürnberg. IAB-Werkstattbericht Nr. 02.

Stark, Birgit (1995). *Nach §249h AFG - erste Ergebnisse einer repräsentativen schriftlichen Befragung von Maßnahmeträgern Ende 1994/Anfang 1995 (Neue Bundesländer)*, Nürnberg. IAB-Werkstattbericht Nr. 11.

Vorträge

Eingeladene/ öffentliche Vorträge (Auswahl):

- Google, Facebook & Co: Der Einfluss von Informationsintermediären auf Meinungsbildung und -vielfalt.* Klausurtagung Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM): Die versteckte Meinungsmacht? Herausforderungen für die Medienregulierung durch Intermediäre und virtuelle Plattformen, Düsseldorf, 4. März 2016 (zusammen mit Pascal Jürgens).
- Das Google-Paradox. Personalisierungseffekte bei Suchmaschinen.* 7. IfKW Mediengespräch: Priorisierung, Personalisierung, Partialisierung? Zum Stand der Forschung um Filter Bubbles und Echo Chambers, München, 30.-31. Oktober 2015 (mit Melanie Magin und Pascal Jürgens).
- Die Macht des Default. Der Einfluss der vorgegebenen Themenauswahl auf die Selektivität der Nutzer am Beispiel von Reddit.* 7. IfKW Mediengespräch: Priorisierung, Personalisierung, Partialisierung? Zum Stand der Forschung um Filter Bubbles und Echo Chambers, München, 30.-31. Oktober 2015 (mit Pascal Jürgens und Melanie Magin).
- Positive vielfaltssichernde Maßnahmen in konvergenten Medienwelten.* Meinungsbildung und Meinungsvielfalt in Zeiten der Konvergenz. Symposium der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK), Berlin, 27. Oktober 2015.
- Was geht im Netz? – Perspektiven für den Onlineauftrag von ARD und ZDF.* Medientage München, 21.-23. Oktober 2015. Diskussion mit Peter Boudgast (Intendant SWR), Claus Grewenig (VPRT-Geschäftsführer), Uwe Grund (Gremienvorsitzendenkonferenz ARD) und Rainer Robra (Chef der Staatskanzlei Sachsen-Anhalt). Moderation: Anna Mahron (Journalistin, NDR).
- Google, Facebook & Co: Die Marktmacht der neuen Internetriesen – eine Gefahr für die Gesellschaft?* 36. Wirtschaftsphilologentagung: Menschen und Märkte. Passau, 1. Oktober 2015.
- Die Googleisierung der Informationssuche: die Macht von Google und die Ohnmacht der Nutzer.* Europäischer Datenschutztag 2015. Boehringer Ingelheim, Ingelheim, 28. Januar 2015.
- Die Googleisierung der Informationssuche: Ergebnisse einer qualitativen und einer quantitativen Studie.* 15. Brüsseler Mediengespräch: Google & Co – Fluch oder Segen für die Meinungsvielfalt, Brüssel, 6. November 2014.
- Die Googleisierung der Informationssuche: die Macht von Google und die Ohnmacht der Nutzer.* Verleihung des Wissenschaftspreises des Landesbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit Rheinland Pfalz, Mainz, 15. September 2014.
- Die Macht der Suchmaschinen in digitalen Medienwelten.* Ferienakademie des Cusanuswerks zum Thema „Imperium. Von Weltmächten und Weltmachern“, Münster, 29. Juli 2014.
- Medienrechtliche Ansatzpunkte für eine Neuregulierung des Suchmaschinenmarktes im Kontext des Nutzerverhaltens.* Vortrag bei der Kommission für Ermittlung der Konzentrationskontrolle (KEK), Berlin, 8. April 2014.
- Die Googleisierung der Informationssuche.* Vortrag bei Google Germany, Berlin, 14. Januar 2014.
- Die Googleisierung der Informationssuche.* Vortrag bei der Kommission der Landesbeauftragten für den Datenschutz, Mainz, 3. Dezember 2013.

- Ertrag und Forschungslücken der Fragmentierungsforschung.* Workshop zur Fragmentierungsforschung an der Heinrich-Heine Universität Düsseldorf, 10. Oktober 2013.
- Methoden zur Erforschung von Medienwandel. Herausforderungen und Lösungsansätze.* Vortrag bei der Zukunftswerkstatt der Ulrich Saxer-Stiftung: „Organisation und Erforschung von Medienwandel“, Zürich, 31. Mai 2013.
- Boulevardisierung und Skandalisierungslogik – Zustand und demokratiepolitische Bedeutung der ‚vierten Macht‘.* Gastvortrag im Rahmen der Veranstaltungsreihe "Systemfehler: Spaltungsrhetorik als Entpolitisierung von Ungleichheit", Universität Innsbruck, 29. April 2013.
- Fernsehen: Altes und neues Leitmedium?* Gastvortrag im Rahmen der Winterschool des Doktoratsprogramms Publizistik- und Kommunikationswissenschaft Universität Zürich, Sinergia-Projekt, Bergün, Schweiz, 22. bis 25. Januar 2013.
- Die Fragmentierung des Publikums. Theoretische Überlegungen und empirische Befunde.* Gastvortrag im Rahmen der Winterschool des Doktoratsprogramms Publizistik- und Kommunikationswissenschaft Universität Zürich, Sinergia-Projekt, Bergün, Schweiz, 22. bis 25. Januar 2013.
- TV Reloaded: der öffentlich-rechtliche Rundfunk in konvergenten Medienwelten.* 35. Herbsttreffen der Medienfrauen von ARD, ZDF, ORF und SRF beim Saarländischen Rundfunk, Saarbrücken, 9.-11. November 2012.
- Informationsnutzung in der Online-Gesellschaft. Neue Formen und ihre Folgen.* Vortrag an der Universität Mainz (Forschungsschwerpunkt Medienkonvergenz), 07. Juli 2011.
- Bleibt Fernsehen Fernsehen?* Fachkonferenz „New TV - Fernsehlandschaften 2015“. Veranstaltet vom Münchner Kreis, München, 11. Mai 2011.
- Mediennutzung im Wandel. Empirische Befunde einer Langzeituntersuchung.* Gastvortrag an der Universität Wien, 12. Januar 2011.
- Informationsnutzung in der Online-Gesellschaft. Neue Formen und Folgen.* Gastvortrag an der Freien Universität Berlin, 3. Dezember 2010.
- Konvergente Medienwelten aus Sicht des Publikums. Dimensionen des Wandels.* Gastvortrag an der Ludwig-Maximilians-Universität München, 10. Februar 2010.
- Mediennutzungsmuster im Wandel. Empirische Befunde aus der österreichischen Media-Analyse.* Gastvortrag an der Universität Wien, 20. Januar 2010.
- Konvergente Medienwelten – eine analytische Erfassung des Umbruchs.* Gastvortrag an der Universität Mainz, 13. November 2009.
- Elektronische Programmführung im digitalen Fernsehen. Nutzerstudie. Ergebnispräsentation.* Kommission für Zulassung und Aufsicht der Landesmedienanstalten, der Beauftragte für Plattformregulierung und Digitalen Zugang, Berlin, 22. Oktober 2008.
- Selektionsstrategien in digitalen Fernsehumgebungen.* IPTV und seine Zuschauer: IPTV Forum mit Unterstützung des Hans-Bredow-Instituts. Workshop VI, Hamburg, 13. März 2008.
- Gesellschaftliches Engagement von Medienunternehmen.* Workshop: Corporate Social Responsibility in Medienunternehmen. Chancen und Herausforderungen

unternehmensethischer Ansätze in Hamburg am. Centre of International Studies Hamburg. Universität Hamburg, 20. Juni 2007 (mit Ina von Holly).

Markt-Media-Studien zur Zielgruppe der Jugendlichen. Präsentation bei der Mobilkom Austria, Wien, 20. Februar 2007.

Konferenzvorträge

2016

Intermediaries as Shapers of our Information Environment. ECREA's 6th European Communication Conference "Mediated (Dis)Continuities: Contesting Pasts, Presents and Futures", Prag, 9.-12. November 2016 (mit Melanie Magin und Pascal Jürgens).

Smart, up-to-date, and tired of news? Perceptions of political news overload among the elite. ECREA's 6th European Communication Conference "Mediated (Dis)Continuities: Contesting Pasts, Presents and Futures", Prag, 9.-12. November 2016 (mit Miriam Steiner und Philipp Weichselbaum).

The Power of Default: Measuring the Impact of Platforms on Selectivity. Internet, Politics, and Policy Conference (IPP 2016) "The Platform Society", Oxford, 22.-23. September 2016 (mit Pascal Jürgens).

Permanently Online and Permanently Distracted? The Mediating Role of Internet Use for the Effects of Trait Procrastination on Psychological Well-Being. 66th Annual ICA Conference "Communication through Power", Fukuoka, Japan, 9.-13. Juni 2016 (mit Leonard Reinecke, Adrian Meier, Stefan Aufenanger, Manfred E. Beutel, Michael Dreier, Oliver Quiring, Klaus Wölfling und Kai W. Müller)

Vielfalt auch auf neuen Plattformen? Ein inhaltsanalytischer Vergleich der Vielfalt von Fernsehnachrichten im Fernsehen und auf Facebook. 61. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) "100 Jahre Kommunikationswissenschaft in Deutschland: Von einem Spezialfach zur Integrationsdisziplin", Leipzig, 30. März-1. April 2016 (mit Miriam Steiner und Melanie Magin).

2015

Internet Use and Procrastination: Results from a German Probability Sample. 9. Konferenz der Division Medienpsychologie der Deutschen Gesellschaft für Psychologie, Tübingen, 9.-11. September 2015 (mit Leonard Reinecke, Adrian Meier, Stefan Aufenanger, Manfred E. Beutel, Michael Dreier, Oliver Quiring, Klaus Wölfling & Kai W. Müller).

On the Use of Sexually Explicit Online Media as "Escape". Annual Conference of the International Association for Media and Communication Research (IAMCR), Montreal, Canada, 12.-16. Juli 2015 (mit Mathias Weber, Stefan Aufenanger, Elmar Braehler, Michael Dreier, Eva Klein, Kai Mueller, Leonard Reinecke, Oliver Quiring, Klaus Woelfling & Manfred Beutel).

Always On and Always Distracted? The Mediating Role of Internet Use for the Effects of Trait Procrastination on Psychological Well-Being. 9th Biennial Procrastination Research Conference, Bielefeld, 9.-10. Juli 2015 (mit Leonard Reinecke, Adrian Meier, Stefan Aufenanger, Manfred E. Beutel, Michael Dreier, Oliver Quiring, Klaus Wölfling & Kai W. Müller).

Explaining SERP Evaluations: The Influence of Brand Equity on the Quality Perception of Search Engine Results. 65th ICA Annual Conference "Communication Across the Life Span", San Juan, 21.-25. Mai 2015 (mit Svenja Schäfer und Melanie Magin).

Digital Stress Over the Life Span: The Effects of Communication Load and Internet Multitasking on Perceived Stress and Psychological Health Impairments in a German Probability Sample. 65th ICA Annual Conference "Communication Across the Life Span", San Juan, 21.-25. Mai 2015 (mit Leonard Reinecke, Stefan Aufenanger, Manfred E. Beutel, Michael Dreier, Oliver Quiring, Klaus Wölfling & Kai Müller).

Gender Differences in Escapist Uses of Sexually Explicit Internet Material. ICA Preconference „Theorizing Sex, Sexuality, & Sexual Identity“, San Juan, 21. Mai 2015 (mit Mathias Weber, Stefan Aufenanger, Elmar Braehler, Michael Dreier, Eva Klein, Kai Mueller, Leonard Reinecke, Oliver Quiring, Klaus Woelfling & Manfred Beutel).

Der Nutzen der Komparatistik – warum eine Qualitätsstudie international vergleichend sein sollte. 60. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPuK) „Verantwortung – Gerechtigkeit – Öffentlichkeit. Normativität in den Medien und in der Kommunikationswissenschaft“, Darmstadt, 13.-15. Mai 2015 (mit Melanie Magin).

2014

Die Qualität von Suchmaschinen auf dem Prüfstand – eine vergleichende Inhaltsanalyse der Trefferlisten von Google, Bing, Ask, Lycos und Ixquick. Jahrestagung der Fachgruppe Medienökonomie der DGPuK „Schnittstellen (in) der Medienökonomie – Interaktion mit Medienpolitik, Medienrezeption und Medientechnologie“. Mainz, 13.-15. November 2014 (mit Miriam Steiner, Eva Maria Felka, Alice Katharina Pieper, Dominique Heinbach, Sarah Bosold und Melanie Magin).

Google: Alles nur Marke? Eine experimentelle Untersuchung zur Qualitätsbewertung von Suchmaschinen-Trefferlisten aus Nutzerperspektive. Jahrestagung der Fachgruppe Medienökonomie der DGPuK „Schnittstellen (in) der Medienökonomie – Interaktion mit Medienpolitik, Medienrezeption und Medientechnologie“. Mainz, 13.-15. November 2014 (mit Svenja Schäfer, Alice Cuda, Maren Klapprott, Nicoletta Pittner, Becke Reinert und Melanie Magin).

Between 'Dissociateds' and 'Versatiles': Toward An Empirical Typology Of Web Navigation. ECREA's 5th European Communication Conference "Communication for Empowerment. Citizens, Markets, Innovation", Lissabon, 12.-15. November 2014 (mit Melanie Magin und Pascal Jürgens).

The Role of Political Journalism in Ministerial Resignation Discussions. A Longitudinal Analysis of the Mediatization of Politics. ECREA's 5th European Communication Conference "Communication for Empowerment. Citizens, Markets, Innovation", Lissabon, 12.-15. November 2014 (mit Philipp Weichselbaum).

Auf dem Weg zur Ich-Demokratie: Politische Öffentlichkeit im Internet. Konferenz zum 20jährigen Jubiläum des Instituts für vergleichende Medien- und Kommunikationsforschung der ÖAW gemeinsam mit der 4. Forschungskonferenz der Österreichischen Forschungsgemeinschaft – Arbeitsgemeinschaft Zukunft der Demokratie und dem Workshop 2014 des Netzwerks Medienstrukturen "Medienwandel – Wandel der Demokratie?", Wien, 6.-7. November 2014 (mit Philipp Weichselbaum und Melanie Magin).

Measuring Algorithm-Induced Fragmentation. 64th ICA Annual Conference "Communication and 'the Good Life'", Seattle, 22.-26. Mai 2014 (mit Pascal Jürgens und Melanie Magin).

„Für mich ist Google eigentlich das Internet“. *Die Auswirkungen technischer Selektionsmechanismen auf das Informationsmanagement der Nutzer*. 59. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) „Digitale Öffentlichkeit(en)“, Passau, 28.-30. Mai 2014 (mit Melanie Magin und Pascal Jürgens).

Die Rolle des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in der Demokratie und sein gesellschaftlicher Mehrwert – alles eine Frage des Vertrauens? Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPK „Vertrauen und Journalismus“. Münster, 20.-22. Februar 2014 (mit Ilka Jakobs).

Neutralität, Transparenz, Kompetenz: Medienrechtliche Ansatzpunkte für eine Neuregulierung des Suchmaschinenmarktes. Gemeinsame Jahrestagung der Fachgruppe Kommunikation und Politik der DGPK, des Arbeitskreises Politik und Kommunikation der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft (DVPW), der Fachgruppe computervermittelte Kommunikation der DGPK und der Fachgruppe politische Kommunikation der Schweizerischen Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft (SGKM) „Kommunikationspolitik und Medienregulierung in der digitalen Gesellschaft“, Berlin, 6.-8. Februar 2014 (mit Simon Schuster, Dieter Dörr, Pascal Jürgens und Melanie Magin).

Research for Empowerment: Technology, Media Literacy and Regulation. COST Conference „The future of audience research: Agenda, theory and societal significance“, Ljubljana, 5.-7. Februar 2014 (mit Melanie Magin und Pascal Jürgens).

2013

Attention, please! Tabloidization trends in German and Austrian newspapers. Tagung der Arbeitsgruppe „Adaption und Aneignung“ des Forschungsschwerpunkts Medienkonvergenz der Johannes Gutenberg-Universität Mainz „Aesthetic Attention: Theories, Models, Perspectives“, Mainz, 22.-23. November 2013 (mit Melanie Magin).

Medienkonvergenz im Bundestagswahlkampf 2013. Schlagwort Medienkonvergenz. Tagung des Forschungsschwerpunktes Medienkonvergenz, des Institutes für Publizistik und Institutes für Politikwissenschaft der Johannes Gutenberg-Universität Mainz „Medienkonvergenz im Bundestagswahlkampf 2013“ (in Kooperation mit der Landeszentrale für politische Bildung). Mainz, 21.-22. November 2013.

Identifikation und Messung algorithmischer Personalisierungseffekte am Beispiel von Google-Trefferlisten. Jahrestagung der Fachgruppe computervermittelte Kommunikation der DGPK „Digital Methods – Innovative Ansätze zur Analyse öffentlicher Kommunikation im Internet“, Wien, 7.-9. November 2013 (mit Pascal Jürgens und Melanie Magin).

„Ich erwarte da schon eine neutrale Sicht.“ *Möglichkeiten der Internetregulierung unter Nutzerbeteiligung am Beispiel von Suchmaschinen*. Workshop des Netzwerks Medienstrukturen „Politische Gestaltung von Medienstrukturen“, München, 17.-18. Oktober 2013 (mit Melanie Magin und Pascal Jürgens).

Digital Diversity: The Influence of Algorithms and Audience Behavior on Media Diversity. EJO Doctoral School. Downturn and Reinvention of Journalism. The Economics and the Future of Quality Journalism and Media Accountability, Berlin 19.-20. September 2013 (mit Pascal Jürgens).

Universalität, Relevanz, Konsonanz: Theoretische Begründung und Bestimmung. Workshop der AG Validierung publizistischer Qualität, Düsseldorf, 16.-17. September 2013 (mit Melanie Magin).

Active or Passive Web Radio Audiences? A Case Study from Germany. IAMCR Conference 2013 "Crises, 'Creative Destruction' and the Global Power and Communication Orders", Dublin, 25.-29. Juni 2013 (mit Philipp Weichselbaum).

Measuring Personalization Effects in Google Search Results. 63. Jahrestagung der International Communication Association (ICA) „Challenging Communication Research“, London, 17.-21. Juni 2013 (mit Pascal Jürgens).

Informationsverhalten im 21. Jahrhundert – eine repertoire-orientierte Analyse veränderter Nutzungsmuster. Jahrestagung der Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung der DGPK zum Thema „100 Jahre Riepl'sches Gesetz: Medienkomplementarität als Herausforderung für die Rezeptions- und Wirkungsforschung“. Wien, 24.-26. Januar 2013.

2012

Audience Participation in Online News Media: Case Studies from Germany. Communication Beyond Mediatization. Workshop on the changing nature of participation, political community and campaigning in the era of Life Politics. Organised by the Centre for Political Communications Research, Institute for Political Science, Hungarian Academy of Science (PKK) in collaboration with the "Audience Interactivity and Participation" Working Group of the COST Action "Transforming Audiences, Transforming Societies" Budapest, 23.-24. November 2012.

Grassroots-Demokratie via Twitter? Wie die Protestbewegung gegen Stuttgart 21 twitterte und was die Medien daraus machten. Mediensymposium 2012 „Demokratisierung durch Social Media“, Zürich, 15.-17. November 2012 (mit Melanie Magin, Pascal Jürgens und Stefan Geiß).

Exploring Audience Participation on News Websites of Traditional German Media Organisations. Panel "Participatory Journalism: Possibilities for and Constraints to Audience Participation, 4th European Communication Conference (ECREA) "Social Media and Global Voices", 24.-27. Oktober 2012, Istanbul Turkey.

The Facebook Revolution? Mass Media's Fiction of the Role of Social Media in the Arab Uprisings of 2011. ECREA's 4th European Communication Conference "Social Media and Global Voices", Istanbul, 24.-27. Oktober 2012 (mit Stefan Geiß und Melanie Magin).

Die Fragmentierungsthese – eine methodische Evaluation mit Hilfe von Primär- und Sekundärdaten aus Deutschland und Österreich. Netzwerk Medienstrukturen „Langfristiger Wandel von Medienstrukturen – Theorie, Methoden, Befunde“. 19.-20. Oktober 2012, Jena.

Tabloidized Campaign Coverage? A Comparative Analysis of German and Austrian Newspapers (1949-2006). 62th ICA Annual Conference "Communication and Community", Phoenix (AZ), 24.-28. Mai 2012 (mit Melanie Magin).

Das Framing von Social Media in Online- und Offline-Medien. Zur Diskrepanz zwischen medialer Vision und Nutzung. 57. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) „MediaPolis: Kommunikation zwischen Boulevard und Parlament“, Berlin, 16.-18. Mai 2012 (mit Stefan Geiß und Melanie Magin).

2011

Informationsnutzung in konvergierenden Medienwelten - empirische Evidenzen aus Österreich und Deutschland. Neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit. Dreiländerkongress der Deutschen Gesellschaft für Soziologie, der Österreichischen Gesellschaft für Soziologie und der

Schweizerischen Gesellschaft für Soziologie. Leopold-Franzens-Universität Innsbruck, 29. September – 1. Oktober 2011.

Participatory Culture and Online Radio: Insights into generations, acceptance and usage from three countries. Paper to be presented at: Transforming Audiences 3. Online & Mobile Media, Everyday Creativity and DIY Culture. University of Westminster, London, 1-2 September 2011 (mit Cinzia Colapinto und Bozena I. Mierzejewska).

How Media Structures Shape Tabloidisation: An Analysis of Austrian and German Newspapers. IAMCR Conference 2011 "Cities, Connectivity and Creativity", Istanbul, 13.-17. Juli 2011 (mit Melanie Magin).

2010

Leitmedien im Wandel. Eine komparative Analyse aus Publikumssicht. 3. Workshop des Medienwissenschaftlichen Lehr- und Forschungszentrum (MLFZ): Mediatisierung der Gesellschaft? Medien-soziologische Forschung in vergleichender Perspektive. Köln, 18.-20. November 2010 (mit Nicole Gonser und Thorsten Naab).

Generations Online - A comparative study in Europe. ECREA Conference 2010 on Transcultural Communication - Intercultural Comparisons. Hamburg, 12.-15. Oktober 2010 (mit Paula Cordeiro).

Puzzling Gender Differently? A Comparative Study of Newspaper Coverage in Austria, Germany and Switzerland. ECREA's 3rd European Communication Conference "Transcultural Communication – Intercultural Comparisons", Hamburg, 12.-15. Oktober 2010 (mit Susanne Kinnebrock und Melanie Magin).

Methodische Designs ländervergleichender Studien. Kommunikationswissenschaftlicher Forschungsstand und Perspektiven. 12. Tagung der Fachgruppe Methoden in der DGPK „Methodische Herausforderungen komparativer Forschungsansätze“, Wien, 23.-25. September 2010 (mit Melanie Magin).

News Consumption Behaviour of Teens and Young Adults in Digital Media Environments. Empirical Results of a Qualitative Study in Austria. IAMCR Conference 2010: Communication and Citizenship. Braga, Portugal, 18.-22. Juli 2010.

Newspaper Publishing: The Role of Online Interactivity. A Case Study of Austria. The Changing Ecology of the Media. European Media. Management Association (EMMA) Conference, University of Westminster, London, 5.-6. Februar 2010 (mit Paul Murschetz).

Nachrichtenkonsum im Wandel - eine Längsschnittuntersuchung veränderter Nutzungsmuster in Österreich. Rezeption und Wirkung in zeitlicher Perspektive. Tagung der Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung in der DGPK, Berlin, 29.-30. Januar 2010.

2009

Competition between the Internet and Traditional News Media in Austria: empirical results of a longitudinal study. Audiences Group at the University of Westminster Communications and Media Research Institute, in association with ICA, IAMCR, and ECREA: Transforming Audiences 2. Creativity, Knowledge, Participation. University of Westminster, London, 3.-4. September 2009.

The Construction of Gender: A Comparative Study of Newspaper Coverage in Three Countries. IAMCR Conference 2009 "Human Rights Communication", Mexico City, 21.-24. Juli 2009 (mit Susanne Kinnebrock und Melanie Magin).

Nationale Journalismuskulturen und die mediale Konstruktion von Geschlecht. Eine komparative Analyse der Printberichterstattung in Deutschland, Österreich und der Schweiz. 54. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPuK) „Medienkultur im Wandel“, Bremen, 29. April - 1. Mai 2009 (mit Melanie Magin und Susanne Kinnebrock).

Vor 2008

Österreich - Land ohne Leuchttürme? Qualitätszeitungen im Spannungsfeld zwischen publizistischer Leistung und strukturellen Zwängen. Mediensymposium 2008: Krise der Leuchttürme öffentlicher Kommunikation - Vergangenheit und Zukunft der Qualitätsmedien, Zürich, 20.-22. November 2008 (mit Melanie Magin).

Der EPG als Gatekeeper im digitalen Fernsehen - Risikopotential durch neue Marktakteure? TV 3.0: Journalistische und politische Herausforderungen des Fernsehens im digitalen Zeit-alter: Eine Veranstaltung der Friedrich-Ebert-Stiftung in Zusammenarbeit mit dem Lehrstuhl für Journalistik II der Universität Leipzig, Berlin, 11. März 2008.

Qualitative Mediaplanung im europäischen Vergleich - eine empirische Analyse praxisrelevanter Konzepte. Forschungsmethoden für die Markt- und Organisationskommunikation. Tagung der Fachgruppe „Methoden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft“ in der DGPuK in Kooperation mit Seven One Media (München) und Eye Square (Berlin), Salzburg, 27.-29. September 2007.

Lebensstilanalysen in der Kommunikationswissenschaft - ein brauchbarer Ansatz zur Erklärung des Mediennutzungsverhaltens? Alte und neue Medien - Zum Wandel der Medienpublika in Deutschland seit den 1950er Jahren. 2. Workshop des Medienwissenschaftlichen Lehr- und Forschungszentrums (MLFZ), Köln, 5.-6. Oktober 2007.

Medienselektkontrolle im Spannungsfeld von gesellschaftlicher Verantwortung: Corporate Social Responsibility Strategien in deutschen Medienverlagen. Europäische Medienethiken. Gemeinsame Jahrestagung der DGPuK-Fachgruppe Kommunikations- und Medienethik sowie des Netzwerks Medienethik 2007, München, 22.-23. Februar 2007.

Die Vielfalt der Messung „der Vielfalt“ - Überlegungen zur methodischen Umsetzung des Vielfaltskonzepts. Die Brücke zwischen Theorie und Empirie: Operationalisierung, Messung und Validierung in der Kommunikationswissenschaft. Tagung der Fachgruppe „Methoden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft“ in der DGPuK in Zusammenarbeit mit der Fachgruppe „Methoden“ der SGKM, Zürich, 21.-23. September 2006.

Employability - Herausforderungen für die Ausbildung in kommunikationswissenschaftlichen Berufsbildern. DGPuK Jahrestagung 2003, Hannover, 30. April - 2. Mai 2003 (mit Thomas Döbler).

Digitale Spaltung: Schule als Nivellierungsinstanz? Medienkompetenz und Medienleistungen in der Informationsgesellschaft, Internationale Tagung der SGKM und der Fachgruppe Medienpädagogik der DGPuK, Zürich, 11.-12. April 2003 (mit Thomas Döbler).

Digitale Spaltung – Schule als Nivellierungsinstanz? German Online Research Tagung, Stuttgart, 9.-11. Oktober 2002 (mit Thomas Döbler und Malthe Wolf).

- Pay-TV in Deutschland - Pleiten, Pech und Potentiale.* Kommerz - Kommunikation - Konsum. Zur Zukunft des Fernsehens in konvergierenden Medienmärkten, Stuttgart, 10.-11. November 2001 (mit Thomas Döbler).
- Digitales Fernsehen – Quo vadis? Nutzerstrukturen und Entwicklungspotentiale.* Medienwirkungsforschung 2000, Stuttgart, 1.-2. Oktober 2000 (mit Michael Schenk, Thomas Döbler und Hans-Ullrich Mühlenfeld).
- Cyber-TV – Faszination Interaktivität am Fallbeispiel GIGA.* Medienwirkungsforschung 2000, Stuttgart, 1.-2. Oktober 2000 (mit Thorsten Haux und Thomas Döbler).
- Funktionswandel des digitalisierten Fernsehens – eine Analyse des (Medien-) Alltags im Umbruch.* 30. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Soziologie, Köln, 26.-29. September 2000 (mit Michael Schenk, Thomas Döbler und Hans-Ullrich Mühlenfeld).
- Digital Television – Structures and Market Developments in Germany.* Public Service Broadcasting: Beyond 2000 Serving the Public in a Digital Age, Alberta, Canada, 10.-11. Juni 2000 (mit Michael Schenk, Thomas Döbler und Hans-Ullrich Mühlenfeld).
- Acceptance and User Structures of Digital Television in Germany.* Communication Research in Europe and Abroad; European Communication Association (ECA), Manchester, UK, 3.-5. März 2000 (mit Michael Schenk, Thomas Döbler und Hans-Ullrich Mühlenfeld).
- Multimedia in der unternehmensinternen Weiterbildung - Eine Studie zu Entwicklungsstand und Perspektiven.* 3. German Online Research Tagung, Erlangen-Nürnberg, 28.-29. Oktober 1999 (mit Thomas Döbler und Claudia Dold).
- You'll find it at Fred Meyer – ein Fallbeispiel für strategisches Online-Marketing.* 3. German Online Research Tagung, Erlangen-Nürnberg, 28.-29. Oktober 1999 (mit Thomas Döbler und Inga Schmidt).