

# BIOGRAFISCHES LEXIKON DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

## **Wolfram Peiser**

**Lexikoneintrag von Philipp Müller am 21. Juni 2013**

18. September 1962 bis 19. Juni 2021

Mit seinem wirtschaftswissenschaftlichen Studium gehört Peiser zu der großen (vgl. Meyen 2004: 201), auch heute noch zahlreichen (Wirth et al. 2008: 91-92), jedoch aufgrund der fortschreitenden Institutionalisierung des Fachs vermutlich abnehmenden Gruppe der Quereinsteiger.



Wolfram Peiser (Foto: privat)

## **Stationen**

Geboren in Remscheid. 1984 bis 1990 Studium in Wuppertal (Wirtschaftswissenschaft mit sozialwissenschaftlicher Ausrichtung). 1990 bis 1995 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der Hochschule für Musik und Theater Hannover. 1995 Promotion. 1995 bis 2004 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Publizistik der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. 2004 kumulative Habilitation im dortigen Fachbereich Sozialwissenschaften (Venia Legendi: Publizistikwissenschaft). 2004 und 2005 Vertreter, seit 2006 Inhaber eines Lehrstuhls für Kommunikationswissenschaft am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Ludwig-Maximilians-Universität München. Ledig, keine Kinder.

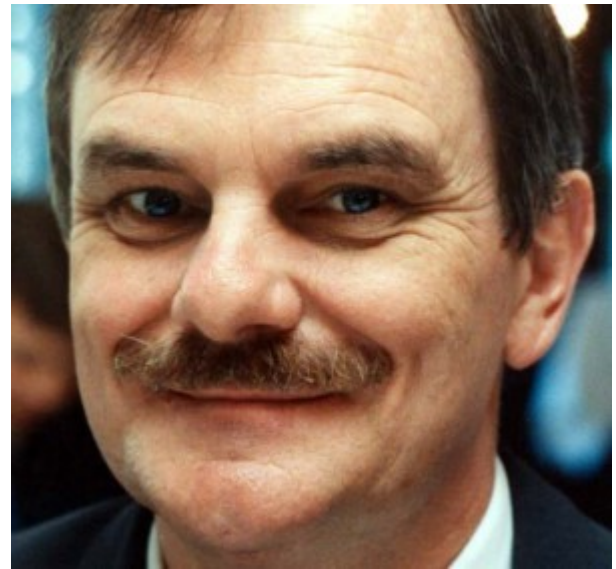
## **Publikationen**

- Die Fernsehgeneration. Eine empirische Untersuchung ihrer Mediennutzung und Medienbewertung. Opladen: Westdeutscher Verlag 1996 (Dissertation).
- Cohort Replacement and the Downward Trend in Newspaper Readership. In: Newspaper Research Journal 21. Jg. (2000), S. 11-23.
- Politisierung durch das Fernsehen? Eine Untersuchung zu den Folgen der Diffusion des Fernsehens für die politische Involviertheit der Bevölkerung in Deutschland. In: Medienpsychologie 12. Jg. (2000), S. 23-50.
- Setting the Journalist Agenda: Influences from Journalists' Individual Characteristics and from Media Factors. In: Journalism & Mass Communication Quarterly 77. Jg. (2000), S.

243-257.

- Explaining Individual Differences in Third-Person Perception: A Limits/Possibilities Perspective. In: Communication Research 28. Jg. (2001), S. 156-180 (mit Jochen Peter).
- Zur Lage der Kommunikationswissenschaft und ihrer Fachgesellschaft. Ergebnisse der DGPK-Mitgliederbefragung 2003. In: Publizistik 48. Jg. (2003), S. 310-339 (mit Matthias Hastall und Wolfgang Donsbach).
- Riepls „Gesetz“ von der Komplementarität alter und neuer Medien. In: Klaus Arnold/Markus Behmer/Bernd Semrad (Hrsg.): Kommunikationsgeschichte. Positionen und Werkzeuge. Münster: Lit 2008, S. 155-184 (Antrittsvorlesung in München).
- Grundlegende methodische Orientierungen in der Kommunikationswissenschaft. In: Andreas Fahr (Hrsg.): **Zählen oder Verstehen? Diskussion um die Verwendung quantitativer und qualitativer Methoden in der empirischen Kommunikationswissenschaft**. Köln: Herbert von Halem 2011, S. 43-56.

Mit seinem wirtschaftswissenschaftlichen Studium gehört Peiser zu der großen (vgl. Meyen 2004: 201), auch heute noch zahlreichen (Wirth et al. 2008: 91-92), jedoch aufgrund der fortschreitenden Institutionalisierung des Fachs vermutlich abnehmenden Gruppe der Quereinsteiger. Promoviert wurde Peiser im Fach Journalistik und Kommunikationswissenschaft bei Klaus Schönbach in Hannover. Anschließend wechselte er zu der Schönbach-Schülerin Christina Holtz-Bacha an das Mainzer Institut für Publizistik, wo er sich 2004 habilitierte.



Klaus Schönbach (Foto: privat)

Peiser hat ein Forschungsprofil herausgebildet, in dessen Zentrum die Entwicklung des Mediensystems und der Mediennutzung sowie die Zusammenhänge von sozialem Wandel und Mediennutzung stehen. Bereits seine Dissertation befasste sich mit einer Fragestellung aus diesem Themenbereich. Im Zentrum stand die zuvor vielfach geäußerten These, dass die Angehörigen der „Fernsehgeneration“ (also diejenigen Geburtsjahrgänge, die mit dem Fernsehen aufgewachsen sind) eine stärkere Affinität zu dem Medium und eine schwächer ausgeprägte Affinität zu den älteren Medien Zeitung und Hörfunk haben. Diese These konnte die Dissertation weitgehend widerlegen, indem sie Mediennutzung und Medienbewertung kohortenspezifisch betrachtete. Mit der Einführung des Kohortenansatzes (auf der Basis statistischer Modelle) in die deutsche Mediennutzungsforschung kam Peiser „Pionierstatus“ zu (Holtz-Bacha 2004: 348).

Weitere Themen von Wolfram Peiser sind Medienrezeption, gesellschaftliche Medienwirkungen, Wahrnehmungsphänomene und Methodenfragen. Publiziert hat er unter anderem zum Agenda-Setting-Ansatz, zur Third-Person-Wahrnehmung (mit Jochen Peter), zur Fragmentierungsthese (mit Christina Holtz-Bacha) und zur Entwicklung der Tageszeitungsnutzung (mit Klaus Schönbach und Edmund Lauf). Daneben kann er als Experte für das viel zitierte „Rieplische Gesetz“ der Komplementarität alter und neuer Medien

gelten, mit dem er sich in Publikationen kritisch auseinandersetzte. 2003 führte Peiser mit den Dresdener Kollegen Matthias Hastall und **Wolfgang Donsbach** die erste – und bis dato einzige – breit angelegte DGPuK-Mitgliederbefragung durch und leistete damit einen wichtigen empirischen Beitrag zur Selbstverständnisdebatte, die zu Beginn des 21. Jahrhunderts die Diskussionen in der Fachgesellschaft prägte.

In der Lehre am Münchner Institut vertritt Peiser neben seinen übrigen Schwerpunkten insbesondere auch den Bereich Medienökonomie. In gewisser Weise schließt sich so ein Kreis, der mit dem wirtschaftswissenschaftlichen Studium begann.

### Literaturangaben

- Christina Holtz-Bacha: Habilitationen – Wolfram Peiser. In: Publizistik 49. Jg. (2004), S. 347-348.
- Michael Meyen: Wer wird Professor für Kommunikationswissenschaft und Journalistik? Ein Beitrag zur Entwicklung einer Wissenschaftsdisziplin in Deutschland. In: Publizistik 49. Jg. (2004), S. 194-206.
- Werner Wirth/Ilona Stämpfli/Saskia Böcking/Jörg Matthes: Führen viele Wege nach Rom? Berufssituation und Karrierestrategien des promovierten wissenschaftlichen Nachwuchses in der Kommunikations- und Medienwissenschaft. In: Publizistik 53. Jg. (2008), S. 85-113.

### Weblink

- Wolfram Peiser, Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung, Ludwig-Maximilians-Universität München

### Empfohlene Zitierweise

Philipp Müller: Wolfram Peiser. In: Michael Meyen/Thomas Wiedemann (Hrsg.): Biografisches Lexikon der Kommunikationswissenschaft. Köln: Herbert von Halem 2013. <http://blexkom.halemverlag.de/wolfram-peiser/> (Datum des Zugriffs).