

Michael Schenk

Medienwirkungsforschung

[Effects of the Media Research. 3rd edition.]

Published in German.

The new edition gives a reliable up-to-date account of the approaches and results of research on the effects of the media.



Michael Schenk Geboren 1948; Studium der Betriebswirtschaftslehre; 1977 Promotion; 1983 Habilitation; 1984–86 Professor für Medienwirtschaft und Medienwirkungen an der Johannes-Gutenberg-Universität Mainz; seit 1986 o. Professor für Kommunikationswissenschaft und Sozialforschung an der Universität Hohenheim; seit 1992 geschäftsführender Leiter der Forschungsstelle für Medienwirtschaft und Kommunikationsforschung.

3rd, completely revised edition; 2007.
XXIV, 847 pages.

ISBN 978-3-16-151656-6
DOI 10.1628/978-3-16-151656-6
eBook PDF 94,00 €

ISBN 978-3-16-149240-2
sewn paper 94,00 €

Order now:

https://www.mohrsiebeck.com/en/book/medienwirkungsforschung-9783161516566?no_cache=1

order@mohrsiebeck.com

Phone: +49 (0)7071-923-17

Fax: +49 (0)7071-51104