

gesis

Leibniz-Institut
für Sozialwissenschaften

soFid

Sozialwissenschaftlicher Fachinformationsdienst

Kommunikationswissenschaft: Massenkommunikation – Medien – Sprache

2009|2

Kommunikationswissenschaft Massenkommunikation - Medien - Sprache

Sozialwissenschaftlicher Fachinformationsdienst
soFid

**Kommunikationswissenschaft
Massenkommunikation - Medien - Sprache**

Band 2009/2

bearbeitet von

Hannelore Schott und Bernhard Meyer

mit einem Beitrag von
Friederike Schuppan

GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften 2009

ISSN: 1431-1038
Herausgeber: GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften
Abteilung Fachinformation für die Sozialwissenschaften
bearbeitet von: Hannelore Schott, Bernhard Meyer
Programmierung: Siegfried Schomisch
Druck u. Vertrieb: GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften
Lennéstr. 30, 53113 Bonn, Tel.: (0228)2281-0
Printed in Germany

Die Mittel für diese Veröffentlichung wurden im Rahmen der institutionellen Förderung von GESIS durch den Bund und die Länder gemeinsam bereitgestellt.

© 2009 GESIS. Alle Rechte vorbehalten. Insbesondere ist die Überführung in maschinenlesbare Form sowie das Speichern in Informationssystemen, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Einwilligung des Herausgebers gestattet.

Inhalt

Vorwort	7
---------------	---

Friederike Schuppan

Die Entwicklung von Öffentlichkeitsarbeit am Beispiel der Evangelischen Kirche in Deutschland im 20. Jahrhundert.....	9
--	---

Sachgebiete

1 Massenkommunikation

1.1 Allgemeines.....	21
1.2 Geschichte der Medien, Pressegeschichte.....	44
1.3 Massenmedien.....	53
1.4 Interaktive Medien, Multimedia, Kommunikationstechnologie.....	68
1.5 Medieninhalte.....	80
1.6 Mediennutzung.....	119
1.7 Medienwirkung.....	147
1.8 Journalismus.....	166
1.9 Medien und Politik, internationale Kommunikation.....	179
1.10 Medien und Ökonomie.....	222
1.11 Medien und Recht.....	231
1.12 Werbung, Öffentlichkeitsarbeit, Unternehmenskommunikation.....	240
1.13 Medienpädagogik, Medienarbeit.....	254
1.14 Öffentliche Meinung, Meinungsforschung.....	261
1.15 Sonstiges.....	268
2 Sprache und interpersonelle Kommunikation.....	275

Register

Hinweise zur Registerbenutzung.....	317
Personenregister.....	319
Sachregister.....	329
Institutionenregister.....	349

Anhang

Hinweise zur Originalbeschaffung von Literatur.....	357
Zur Benutzung der Forschungsnachweise.....	357

Vorwort
zum soFid „Kommunikationswissenschaft Massenkommunikation - Medien - Sprache“

GESIS bietet mit dem „Sozialwissenschaftlichen Fachinformationsdienst“ (soFid) zweimal jährlich aktuelle Informationen zu einer großen Zahl spezieller Themenstellungen an. Jeder soFid hat sein eigenes, meist pragmatisch festgelegtes Profil. Gewisse Überschneidungen sind deshalb nicht zu vermeiden.

Quelle der im jeweiligen soFid enthaltenen Informationen sind die von GESIS produzierten Datenbanken SOLIS (Sozialwissenschaftliches Literaturinformationssystem) sowie SOFIS (Forschungsinformationssystem Sozialwissenschaften – bisher FORIS).

Die Datenbank SOLIS stützt sich vorwiegend auf deutschsprachige Veröffentlichungen, d.h. Zeitschriftenaufsätze, Monographien, Beiträge in Sammelwerken sowie auf Graue Literatur in den zentralen sozialwissenschaftlichen Disziplinen. In SOLIS ist bei einigen Hinweisen unter „Standort“ eine Internet-Adresse eingetragen. Wenn Sie mit dieser Adresse im Internet suchen, finden Sie hier den vollständigen Text des Dokuments.

Wesentliche Quellen zur Informationsgewinnung für SOFIS sind Erhebungen in den deutschsprachigen Ländern bei Institutionen, die sozialwissenschaftliche Forschung betreiben. Zur Meldung neuer Projekte steht unter <http://www.gesis.org/SOFIS/Erhebung/> permanent ein Fragebogen zur Verfügung.

Literaturhinweise sind durch ein "-L" nach der laufenden Nummer gekennzeichnet, Forschungsnachweise durch ein "-F". Im Gegensatz zu Literaturhinweisen, die jeweils nur einmal gegeben werden, kann es vorkommen, dass ein Forschungsnachweis in mehreren aufeinander folgenden Diensten erscheint. Dies ist gerechtfertigt, weil Forschungsprojekte häufig ihren Zuschnitt verändern, sei es, dass das Projekt eingeengt, erweitert, auf ein anderes Thema verlagert oder ganz abgebrochen wird. Es handelt sich also bei einem erneuten Nachweis in jedem Falle um eine aktualisierte Fassung, die Rückschlüsse auf den Fortgang der Arbeiten an einem Projekt zulässt.

* * *

Der soFid „Kommunikationswissenschaft“ wird in enger Kooperation mit der Fachinformationsstelle Publizistik der Freien Universität Berlin erstellt.

Die interdisziplinäre Ausrichtung von „Kommunikationswissenschaft“ schließt sowohl Fragen der Massenkommunikation, d.h. der medienvermittelten öffentlichen Kommunikation ein, als auch der individuellen, interpersonellen Kommunikation, bei der die Aspekte der Sprache eine starke Beachtung erfahren. Die neueren Entwicklungen im Bereich der interaktiven Medien, der Multimedia-Anwendung und der Computerkommunikation, die hier noch unter Massenkommunikation subsumiert sind, lassen diese Unterscheidung allerdings wieder unscharf werden.

Der Gegenstandsbereich der Massenkommunikation umfasst neben einem methodenorientierten kommunikationswissenschaftlichen bzw. kommunikationssoziologischen Schwerpunkt auch ökonomische, rechtliche, politische und pädagogische Fragestellungen sowie ausgewählte Nachweise zur Medientechnik und zu Werbung und Öffentlichkeitsarbeit. Maßgebend ist das Verständnis von Publizistik- und Kommunikationswissenschaft als einer integrierten Sozialwissenschaft und damit die sozialwissenschaftliche Ausrichtung der dokumentierten Arbeiten. Darüber hinaus wurden jedoch auch praxisorientierte Informationen aufgenommen, die für Wissenschaftler interessant sein können.

Aus dem sehr unterschiedlichen Umfang der Kapitel 1 (Massenkommunikation/Medien) und 2 (Sprache, interpersonelle Kommunikation) wird allerdings deutlich, dass Probleme der Massenkommunikation und der Medien weitaus häufiger untersucht und diskutiert werden, als das für interpersonelle Kommunikation der Fall ist.

Dieser soFid-Ausgabe ist ein fachwissenschaftlicher Beitrag vorangestellt, der aus dem Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Freien Universität Berlin stammt. Der Verein „Freunde der Publizistik“ verleiht einmal im Jahr Förderpreise für die besten Abschlussarbeiten (M.A.) an diesem Institut. Im Jahr 2009 erhielt Friederike Schuppan den ersten Preis. Eine Zusammenfassung ihrer Magisterarbeit „Die Entwicklung der Öffentlichkeitsarbeit am Beispiel der Evangelischen Kirche in Deutschland im 20. Jahrhundert“ hat sie für diesen soFid zur Verfügung gestellt. Wir danken ihr dafür.

Mit der Aufnahme von Fachbeiträgen streben wir eine stärkere Vernetzung mit der Wissenschaft an und möchten diesen Band als zusätzliche Kommunikationsplattform für das Fachgebiet anbieten.

Die Entwicklung von Öffentlichkeitsarbeit am Beispiel der Evangelischen Kirche in Deutschland im 20. Jahrhundert¹

Friederike Schuppan

1 Einleitung

In der historischen Betrachtung der Öffentlichkeitsarbeit hat sich fälschlicherweise über einen langen Zeitraum die These durchgesetzt, dass Public Relations zunächst in den USA entstanden ist und nach dem Zweiten Weltkrieg nach Deutschland „importiert“ wurde. Diese Auffassung lässt sich widerlegen, denn der Begriff „Öffentlichkeitsarbeit“, der als deutsche Übersetzung des Begriffes „Public Relations“ gilt, lässt sich schon 1917 beim evangelischen Publizisten August Hinderer finden.² Die Auseinandersetzung mit der Entwicklung von Öffentlichkeitsarbeit wurde in Deutschland lange vernachlässigt, obwohl die historische Eingrenzung der Öffentlichkeitsarbeit Aussagen über ihre theoretischen Grundlagen liefern kann. Da ein begriffsorientierter Ansatz zur Rekonstruktion der Geschichte der Öffentlichkeitsarbeit zu kurz greift, wird hier eine theoriegeleitete Betrachtung vorgezogen. Am Beispiel der Evangelischen Kirche soll eine Erklärung für die historische Entwicklung der Öffentlichkeitsarbeit gefunden werden.

Mit 25,6 Millionen Mitgliedern, 230.000 hauptamtlichen und einer Million ehrenamtlichen Mitarbeitern zählt die Evangelische Kirche zu den größten Organisationen in Deutschland.³ Sie weist eine föderale Struktur auf, denn sie gliedert sich in 23 Landeskirchen mit jeweiligen Gemeinden und in eine Vielzahl von Werken und Einrichtungen. Da sich die Evangelische Kirche aus Spenden und Beiträgen unterschiedlichster Art finanziert, ist sie auf einen intensiven Dialog mit ihren Mitgliedern und Unterstützern angewiesen und muss ihre Positionen und ihr Handeln in der Öffentlichkeit kommunizieren. Unter Berücksichtigung ihres Selbstbildes, ihrer theologischen Auslegungen und ihres selbst auferlegten Auftrages kommuniziert die Evangelische Kirche zunächst über personale Kommunikationsformen und mit dem Aufkommen des Buchdrucks auch zunehmend über die Massenmedien. Die Systematisierung und Gestaltung der Kommunikation mit der Öffentlichkeit ist das Ziel und die Aufgabe der Öffentlichkeitsarbeit.

In einer historisch-interpretativen Vorgehensweise wurde untersucht, wie sich die Entwicklung der Öffentlichkeitsarbeit der Evangelischen Kirche im 20. Jahrhundert vollzogen hat. Dabei wurde die Evangelische Kirche als Untersuchungsobjekt ausgewählt, weil sich durch ihr langes Bestehen Rückschlüsse auf das Einwirken früherer Entwicklungen ziehen lassen und sie sich durch eine Fülle begleitender publizistischer Äußerungen, die die Entwicklung nachvollziehbar machen, auszeichnet. Ziel der Untersuchung ist es, aufgrund der Betrachtung der Herausbildung kirchlicher Öffentlich-

1 Der Verein „Freunde der Publizistik“ verleiht einmal im Jahr Förderpreise für die besten Abschlussarbeiten (M.A.) aus dem Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Freien Universität Berlin. Im Jahr 2009 erhielt Friederike Schuppan den ersten Preis. Der vorgestellte Beitrag stellt eine Zusammenfassung dieser Magisterarbeit dar.

2 Vgl. Schwarz, Walter: August Hinderer. Leben und Werk. Stuttgart 1951, S. 61.

3 Vgl. Kirchenamt der EKD (Hrsg.): Evangelische Kirche in Deutschland. Zahlen und Fakten zum kirchlichen Leben. Hannover 2006, S. 4ff.

keitsarbeit zu erkennen, welche Faktoren die Entwicklung beeinflusst haben und ob sich bestimmte Entwicklungsphasen ausmachen lassen. Es ist anzunehmen, dass sich gesellschaftliche Ereignisse, die Entwicklung der Medien und Determinanten, die sich aus kirchenpolitischen Zusammenhängen herausgebildet haben, auf die Entwicklung der Öffentlichkeitsarbeit ausgewirkt haben. Das Erkenntnisinteresse dieser Arbeit ist es, herauszufinden, ob und in welchem Maß diese Einflüsse vorhanden waren.

2 Untersuchung

In einer ersten Entstehungsphase von Öffentlichkeitsarbeit, die sich von der Jahrhundertwende zum 20. Jahrhundert bis zum Ende der Weimarer Republik erstreckt, zeigte sich, dass vor allem das Engagement und die Initiative Einzelner – wie beispielsweise von Wichern und Hinderer – die Entwicklung vorangebracht haben. Dabei konstituierte sich zunächst eine systematische Pressearbeit der Evangelischen Kirche und mit dem Versuch, diese auf die Massenmedien Film und Hörfunk zu übertragen, ein erster Ansatz für eine evangelische Öffentlichkeitsarbeit. Schon an diesem Punkt wurde deutlich, dass die Kommunikation mit der Öffentlichkeit über die Massenmedien bei der evangelischen Öffentlichkeitsarbeit vorherrschend war.

In der Zeit des Nationalsozialismus entwickelte sich die Öffentlichkeitsarbeit der Evangelischen Kirche nicht weiter, sondern sie stagnierte. Politische und gesellschaftliche Einwirkungen, die auf den Anschauungen der Machthaber basierten und eine vom Staat unabhängige Meinungsäußerung und Informationsvermittlung unterbinden wollten, verhinderten in diesem Zeitraum eine weitere Entfaltung und unterbrachen die weitere Ausbildung der Öffentlichkeitsarbeit.

Die nächste Phase der Entwicklung der Öffentlichkeitsarbeit, die in der Nachkriegszeit zu verorten ist, zeichnet sich durch eine Wiederaufnahme der Kommunikationsaktivitäten mit einer breiten Öffentlichkeit durch die Evangelische Kirche aus. Gleichzeitig wird die Entwicklung durch eine zunehmende Professionalisierung, die Erweiterung der Medienarbeit und eine stärkere medienpolitische Ausrichtung vorangebracht. Dieser Fortschritt wurde durch gesellschaftspolitische Faktoren begünstigt, da die Haltung der Alliierten gegenüber der Evangelischen Kirche und deren Politik ihr eine bevorzugte Stellung in der Nachkriegszeit einräumte und damit diesen Fortgang erst ermöglichte.

Kirchenpolitische Einwirkungen beeinflussten die darauffolgende Phase des Zeitraums von 1965 bis 1989. Denn der theoretische Diskurs unter Theologen und kirchlichen Praktikern über die Anwendung von Öffentlichkeitsarbeit, die Vereinbarkeit von Verkündigung und Öffentlichkeitsarbeit und die daraus entstandenen Einschränkungen bestimmten die Entwicklung der Öffentlichkeitsarbeit in dieser Periode. Gleichwohl zeigt sich, dass die Ausdifferenzierung und Professionalisierung der Öffentlichkeitsarbeit auch in dieser Zeit zunahm, denn mit der Gründung des GEPs (Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik) und dem Aufstellen des Publizistischen Gesamtplans wurden Schritte in diese Richtung unternommen. Gleichzeitig erfuhr die Öffentlichkeitsarbeit damit auch eine Systematisierung und konnte so besser für die Kommunikation mit der Öffentlichkeit genutzt werden.

Die Weiterentwicklung, die die evangelische Öffentlichkeitsarbeit in der letzten Periode bis heute genommen hat, ist ebenfalls stark von kirchenpolitischen Einflüssen gekennzeichnet. Denn sie wurde nun als Leitungsaufgabe von den Kirchenverantwortlichen anerkannt, die in diesem Zeitraum einsehen, dass sie zur Wahrnehmung ihrer öffentlichen Verantwortung eine professionelle Öffentlich-

keitsarbeit benötigten. Zusätzlich wurde damit die Professionalisierung des Berufsfeldes gefördert, so dass die evangelische Öffentlichkeitsarbeit hier zunehmend die Funktion eines Kommunikationsmanagements übernimmt. In dieser Phase hat sich Öffentlichkeitsarbeit institutionalisiert, indem Referate und entsprechende Stellen eingerichtet wurden, und auf alle kirchlichen Ebenen ausgebreitet. Neben dieser konstruktiven Weiterentwicklung der Öffentlichkeitsarbeit sind auch bestehende Defizite der evangelischen Öffentlichkeitsarbeit auf kirchenpolitische Entscheidungen und kirchliche Strukturen zurückzuführen.

Die dargestellte Entwicklung der evangelischen Öffentlichkeitsarbeit lässt sich mit den bisherigen Theorien zur Entwicklung von Öffentlichkeitsarbeit nur bedingt erklären. So konnte in der Theorie von Saxer⁴ und auch im Schichtenmodell von Bentele⁵ die Entwicklung der Öffentlichkeitsarbeit der Evangelischen Kirche – wenn auch verzögert – wiedergefunden werden, allerdings zeigte sie nach dem PR-Modell von Grunig und Hunt⁶ keine Entwicklung. Das Modell von Saxer, das einen engen Zusammenhang zwischen der Entwicklung der Öffentlichkeitsarbeit und der Industrialisierung sieht, lässt sich auch auf die Entwicklung der evangelischen Öffentlichkeitsarbeit übertragen, denn mit der zunehmenden Industrialisierung der Gesellschaft schreitet auch die Ausdifferenzierung der evangelischen Öffentlichkeitsarbeit fort. Auch das Schichtenmodell von Bentele eignet sich, um die Entwicklung der Öffentlichkeitsarbeit der Evangelischen Kirche zu skizzieren. Der Grundgedanke des Modells, der davon ausgeht, dass die in den jeweiligen Schichten entwickelten Kommunikationsinstrumente in den darauffolgenden bestehen bleiben, findet sich in der Kommunikation der Evangelischen Kirche wieder. Denn heute noch werden Formen der interpersonalen Kommunikation sowie des evangelischen Zeitschriftenwesens als Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit für die gezielte Außenkommunikation genutzt. Mit dem PR-Modell von Grunig und Hunt lässt sich die Entwicklung der evangelischen Öffentlichkeitsarbeit nicht erklären, da die evangelische Öffentlichkeitsarbeit die weiterentwickelten Typen der „Asymmetrischen Kommunikation“ und der „Symmetrischen Kommunikation“ nach dieser Untersuchung nicht erreicht, sondern fast durchgehend dem Modell der „Informationstätigkeit“ entspricht. Dieser Theorie folgend, hat die Öffentlichkeitsarbeit der Evangelischen Kirche keinerlei Entwicklung vollzogen. Dadurch, dass die verwendeten Theorien einen eher allgemeinen Charakter besitzen, konnten spezielle Einflussfaktoren, die in dieser Untersuchung ausgemacht wurden, nicht mit den Modellen verglichen werden.

Die Annahme, dass die Kommunikationsform des Dialogs für die Öffentlichkeitsarbeit der Evangelischen Kirche von besonderer Bedeutung ist, wurde nicht bestätigt. Vielmehr erwies sich, dass die Kirche ihre Öffentlichkeitsarbeit dazu nutzt zu informieren und damit bei einer einseitig ausgerichteten Kommunikation stehengeblieben ist. Dieser Umstand ist auch daran zu erkennen, dass sich die evangelische Öffentlichkeitsarbeit nach dem Modell von Grunig und Hunt⁷ über den Typ der „Informationstätigkeit“ hinaus nicht weiterentwickelt hat, sondern in der Zeit des Nationalsozialismus sogar eine Stufe zurückfiel.

Insgesamt konnte eine Erklärung für die Entwicklung der evangelischen Öffentlichkeitsarbeit gefunden werden. Es wurde erkannt, dass die Entwicklung der evangelischen Öffentlichkeitsarbeit in ei-

4 Vgl. Saxer, Ulrich: Public Relations als Innovation. In: Avenarius, Horst / Armbrecht, Wolfgang (Hrsg.): Public Relations eine Wissenschaft?. Opladen 1992, S. 51ff.

5 Vgl. Bentele, Günter: PR-Historiographie und funktional-integrative Schichtung. In: Szyszka, Peter (Hrsg.): Auf der Suche nach Identität. PR-Geschichte als Theoriebaustein. Berlin 1997, S. 157.

6 Vgl. Grunig, James / Hunt, Todd: Managing Public Relations. Fort Worth, 1984, S. 25.

7 Ebd.

nem frühen Stadium vom Engagement und den Ideen Einzelner abhängig war und sie im weiterentwickelten Zustand stark von gesellschaftspolitischen und im Weiteren auch von kirchenpolitischen Faktoren beeinflusst wurde. Die aufgezeigten Entwicklungsperioden verdeutlichen, dass die Öffentlichkeitsarbeit der Evangelischen Kirche zunächst vermehrt unsystematisch und vereinzelt angewandt wurde. Eine Institutionalisierung und Systematisierung der Öffentlichkeitsarbeit und ihrer Instrumente hat erst in den letzten beiden Entwicklungsphasen stattgefunden.

Es wurde also deutlich, dass die Öffentlichkeitsarbeit der Evangelischen Kirche keine lineare Entwicklung genommen hat. Vielmehr hat die Betrachtung der Entwicklung der evangelischen Öffentlichkeitsarbeit erwiesen, dass ihre Entfaltung in verschiedenen Schüben und unterschiedlicher Intensität erfolgte und zeitweise auch stagnierte. Die chronologische Untersuchung ergab, dass die Entwicklung durch verschiedene Faktoren beeinflusst wurde und sich unterschiedliche Perioden ausmachen lassen.

3 Resümee

Die historische Betrachtung erwies, dass sich die evangelische Öffentlichkeitsarbeit in engem Zusammenhang mit dem Entstehen der öffentlichen Kommunikation und der Massenmedien entwickelt hat. Parallel zur Entwicklung der massenmedialen Kommunikation hat die Evangelische Kirche, zur Erfüllung ihres Verkündigungsauftrags und ihres selbstaufgelegten Wächteramtes, medienpolitische Maßnahmen ergriffen.

Die Haltung der Evangelischen Kirche gegenüber den Massenmedien war anfangs von stark entgegengesetzten Interessen geprägt: Einerseits wollte sie vor den Auswirkungen und Gefahren der Massenmedien warnen, denen sie einen unmoralischen und sittenverderbenden Einfluss zuschrieb, und andererseits wollte sie in zunehmendem Maße die Massenmedien für sich und ihre Zwecke gebrauchen. Dieser Zwiespalt, in dem sich die Evangelische Kirche befand, löste sich im Laufe des 20. Jahrhunderts zugunsten der Nutzung der Massenmedien auf. Diese Entwicklung zeigte sich auch in der verstärkt positiven Haltung der Evangelischen Kirche gegenüber neuen technischen Formen der Massenkommunikation, wie dem Fernsehen und dem Internet. Diese Aufgeschlossenheit besaß sie bei früheren technischen Neuerungen im Bereich der Massenmedien nicht, was sich bei der Einführung des Films und des Hörfunks gezeigt hatte.

Neben medienpolitischen Gesichtspunkten waren theologische Aspekte für die Entwicklung der evangelischen Öffentlichkeitsarbeit ausschlaggebend. Die evangelische Theologie und deren auf die Praxis des kirchlichen Lebens bezogenen Auslegungen gaben den Handlungsrahmen, in dem sich die Öffentlichkeitsarbeit entfalten konnte, vor. Dabei tangiert die evangelische Öffentlichkeitsarbeit die kirchlichen Aufträge der Verkündigung und Mission. Diese Aufgaben können nur durch eine öffentliche Kommunikation erfüllt werden. Die Evangelische Kirche ist also in ihrem gottgegebenen Auftrag und ihren Zielsetzungen auf die Öffentlichkeit angewiesen und beansprucht diese auch für sich. Zudem ist sie eine öffentliche Institution und kann auch nur auf diese Weise ihren Wächterauftrag wahrnehmen, der vorsieht, dass die Evangelische Kirche gesellschaftliche Fehlentwicklungen erkennt und hindernd eingreift. Da sie eine gesellschaftliche Organisation ist, muss sie sich – wie andere gesellschaftliche Verbände auch – der öffentlichen Kritik aussetzen und den damit verbundenen, heutigen Forderungen nach Publizität und Demokratie gerecht werden.

Das aktuelle Verhältnis der Evangelischen Kirche zur Öffentlichkeit zeigt ambivalente Züge. Zum einen ist ein Akzeptanzverlust, der sich an den steigenden Austrittszahlen, der geringen Teilnahme der Kirchenmitglieder am kirchlichen Leben und dem Desinteresse der Bevölkerung an der Kirche ablesen lässt, zu verzeichnen.⁸ Daraus könnte man auf eine an Bedeutung verlierende Rolle der Evangelischen Kirche in der Öffentlichkeit schließen. Zum anderen wird aber in schwierigen Situationen und bei Katastrophen der Rat und Beistand der Kirche gesucht, wie z.B. beim Eisenbahnunglück in Eschede. Auch wurde mit Interesse die Position der Evangelischen Kirche zu zentralen politischen Fragen, wie beispielsweise bei der „Ost-Denkschrift“ der EKD „Die Lage der Vertriebenen und das Verhältnis des deutschen Volkes zu seinen östlichen Nachbarn“ 1965, gehört. Diese Beispiele beweisen, dass die Evangelische Kirche bei weiten Teilen der Öffentlichkeit eine hohe Relevanz als ethische und moralische Instanz besitzt und in der Gesellschaft Wert auf ihre Anschauung und Unterstützung gelegt wird.

Darauf aufbauend verhält sich die Evangelische Kirche in den vergangenen Jahren offener und progressiver, so dass – wie die Untersuchung zeigen konnte – die Legitimation und Etablierung einer kirchlichen Öffentlichkeitsarbeit herbeigeführt werden konnte, was auch die Anerkennung der Öffentlichkeitsarbeit als Leitungsaufgabe der Evangelischen Kirche noch bestätigt. Außerdem gelang es, neue Konzepte, auch mit der Unterstützung von PR- und Werbeagenturen, in der Öffentlichkeitsarbeit zu erproben und tradierte Wege der kirchlichen Kommunikation zu verlassen. Auch die Durchsetzung von Öffentlichkeitsarbeit auf den verschiedenen kirchlichen Ebenen, was an der Einrichtung von Referaten für Öffentlichkeitsarbeit in den Landeskirchen, der Berufung von Öffentlichkeitsbeauftragten in den Kirchenkreisen und der stärkeren Beschäftigung mit der Außendarstellung in den Gemeinden erkennbar ist, beweist die zunehmende Bedeutung der evangelischen Öffentlichkeitsarbeit für die Evangelische Kirche.

Mit der Durchführung dieser Innovationen existieren dennoch weiterhin Defizite in der evangelischen Öffentlichkeitsarbeit, die sich auf strukturelle Begebenheiten der Evangelischen Kirche zurückführen lassen: Der föderale Aufbau und die demokratischen Strukturen sowohl der Evangelischen Kirche als auch der zugehörigen Einrichtungen ermöglichen ein großes Maß an Vielfalt und Individualität. Diese Heterogenität führt dazu, dass die Institution Kirche stark auseinanderfällt und zersplittert, so dass durch dieses föderalistische Organisationsprinzip eine uneinheitliche Außendarstellung entsteht. Besonders der letztgenannte Umstand wirkt sich teilweise negativ auf die Öffentlichkeitsarbeit der Evangelischen Kirche aus. Denn das fehlende kirchenweite Selbstverständnis und die auf den verschiedenen Kirchenebenen variierenden Zielsetzungen bilden keine verlässliche Grundlage für eine umfassende und systematische Kommunikationsstrategie. So bleiben auch Synergieeffekte ungenutzt, wenn jede Landeskirche autark eigene öffentlichkeitswirksame Maßnahmen durchführt und durch die mangelnde Verständigung zwischen den Landeskirchen kein Erfahrungsaustausch über die Wirksamkeit derselben stattfindet.

Zudem gelingt es der Kirche nicht, eine eindeutige Positions- und Zielgruppenbestimmung vorzunehmen. Dieser Mangel lässt sich vielleicht aus dem Anspruch der Evangelischen Kirche, alle Menschen zu erreichen und ihnen das Evangelium zu verkünden, ableiten. Allerdings führt dieser Wunsch dazu, wie sich bei der Erörterung der Kampagnen der evangelischen Öffentlichkeitsarbeit zeigte, dass nicht zielgruppenorientiert vorgegangen wird und sich dadurch keine oder nur kirchennahe Personenkreise angesprochen fühlen.

8 Vgl. Düttemeyer, Dirk: Dem Kirchenaustritt begegnen. Frankfurt am Main, Berlin, Bern u.a. 2002, S. 118.

Trotz dieser Schwierigkeiten, die sich von der mangelnden Bestimmung der eigenen Position nach innen und nach außen und der komplexen Organisationsstruktur der Kirche herleiten lassen, konnte sich eine weitestgehend professionalisierte Öffentlichkeitsarbeit in der Evangelischen Kirche etablieren, wie die Untersuchung der Entwicklung der evangelischen Öffentlichkeitsarbeit ergeben hat. Damit nimmt die Evangelische Kirche ihren gesellschaftlichen Auftrag wahr und hat gleichzeitig die Möglichkeit, ihre Glaubwürdigkeit durch den Beitrag zum öffentlichen Diskurs zu erhöhen. Durch den stetigen Bedeutungs- und Glaubwürdigkeitsverlust der Kirche in der Gesellschaft, die sinkenden Mitgliedszahlen und um gleichzeitig im Wettbewerb mit anderen Sinnanbietern bestehen zu können, ist sie darauf angewiesen, ihre Positionen und ihre Anliegen in der Öffentlichkeit zu vertreten. Dass ihr dies seit der Gründung der Presseverbände gegen Ende des 19. Jahrhunderts immer besser gelingt, hat diese Arbeit erwiesen.

Quellen- und Literaturverzeichnis

Monographien und Aufsätze

- Altrock, Kerstin: Die Öffentlichkeitsarbeit der EKD am Beispiel der Initiative 2002 „Gemeinsam Antworten finden“ (Magisterarbeit). Berlin 2005.
- Bahr, Hans-Eckehard: Verkündigung als Information. Hamburg 1968.
- Barth, Karl: Der Götze wackelt. Zeitkritische Aufsätze, Reden und Briefe von 1930 bis 1960. Berlin 1961.
- Bauer, Günther: Kirchliche Rundfunkarbeit 1924-1939. Frankfurt am Main 1966.
- Bawden, Liz-Anne / Tichy, Wolfram: Buchers Enzyklopädie des Films. London, Luzern, Frankfurt am Main 1977.
- Bayerische Staatskanzlei (Hrsg.): Neue Medien in Bayern. München 1988.
- Becker, Wolfgang: Film und Herrschaft. Organisationsprinzipien und Organisationsstrukturen der nationalsozialistischen Filmpropaganda. Berlin 1973.
- Bentele, Günter / Steinmann, Horst / Zerfaß, Ansgar: Dialogorientierte Unternehmenskommunikation. Grundlagen-Praxiserfahrungen-Perspektiven. Serie Öffentlichkeitsarbeit, Public Relations und Kommunikationsmanagement. Bd. 4. Berlin 1996.
- Bentele, Günter: PR-Historiographie und funktional-integrative Schichtung. In: Szyszka, Peter (Hrsg.): Auf der Suche nach Identität. PR-Geschichte als Theoriebaustein. Berlin 1997, S. 137-169.
- Bentele, Günter / Fröhlich, Romy / Szyszka, Peter (Hrsg.): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Wiesbaden 2005.
- Bornkamm, Heinrich: Luthers Lehre von den zwei Reichen im Zusammenhang seiner Theologie. Gütersloh 1958.
- Brunotte, Heinz: Die Grundordnung der Evangelischen Kirche in Deutschland. Ihre Entstehung und ihre Probleme. Berlin 1954.
- Bühler, Karl-Werner: Presse und Protestantismus in der Weimarer Republik. Kräfte und Krisen evangelischer Publizistik. Witten 1970.

-
- Carlberg, Peter: Wo bleibt der neue Paulus? Ein Plädoyer für strategische Öffentlichkeitsarbeit der evangelischen Kirche. In: Seibert, Horst (Hrsg.): Kommunikation der Nächstenliebe. Chancen und Erschwernisse kirchlich-diakonischer Öffentlichkeitsarbeit. Darmstadt 1998, S. 129-155.
- Conradt, Walther: Kirche und Kinematographie. Eine Frage. Berlin 1910.
- Da Re, Stephan: Religion und Kirche in den Medien. Die christliche Botschaft unter den Bedingungen der Fernsehkommunikation. Marburg 2003.
- Dahl, Peter: Radio. Sozialgeschichte des Rundfunks für Sender und Empfänger. Reinbek 1983.
- Deutsche Public Relations Gesellschaft (Hrsg.): Grundsätze der Deutschen Public Relations Gesellschaft. Berlin 2006.
- Didszuweit-Harbecke, Rainer: Fernstudiengang Öffentlichkeitsarbeit. In: Tremel, Holger (Hrsg.): Öffentlichkeitsarbeit der Kirche. Stuttgart 1990, S. 311-317.
- Die Bibel. Stuttgart 1964.
- Diemer, Gebhard: Die Schuld und die Kirchen. Versuche einer neuen ethischen Orientierung. In: Weber, Jürgen (Hrsg.): Geschichte der Bundesrepublik Deutschland. Bd. 1: Auf dem Weg zur Republik 1945-1947. Paderborn, München, u.a. 1979, S. 81-115.
- Dörger, Hans-Joachim: Kirche in der Öffentlichkeit. Stuttgart, Berlin, Köln, Mainz 1979.
- Döring, Ulrike: Öffentlichkeitsarbeit der evangelischen Kirche in Deutschland (Diss.). Leipzig 1998.
- Dütemeyer, Dirk: Dem Kirchenaustritt begegnen. Ein kirchenorientiertes Marketingkonzept. Frankfurt am Main, Berlin, Bern u. a. 2002.
- Engelhardt, Klaus / von Loewenich, Hermann / Steinacker, Peter (Hrsg.): Fremde Heimat Kirche. Die dritte EKD-Erhebung über Kirchenmitgliedschaft. Gütersloh 1997.
- Faulstich, Werner: Grundwissen Öffentlichkeitsarbeit. Kritische Einführung in Problemfelder der Public Relations. Bardowick 1992.
- Flottau, Heiko: Hörfunk und Fernsehen heute. München 1972.
- Ford, Charles: Der Film und der Glaube. Nürnberg 1955.
- Frisch, Helga / Kötterheinrich, Manfred: Volkskirche ohne Kirchenvolk. Wie bedient die Kirche ihre „Kunden“?. Frankfurt am Main 1986.
- Fröhlich, Romy: Die Problematik der PR-Definition(en). In: Bentele, Günter / Fröhlich, Romy / Szyszka, Peter (Hrsg.): Handbuch der Public Relations. Wiesbaden 2005, S. 95-109.
- Geisendörfer, Robert: Evangelische Fernseharbeit – Eine Information über Möglichkeiten und Grenzen. In: Breit, Herbert / Höhne, Wolfgang (Hrsg.): Die provozierte Kirche. Überlegungen zum Thema Kirche und Publizistik. München 1968, S. 167-184.
- Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (Hrsg.): Jahrbuch 1977. Frankfurt am Main 1977.
- Gläser, Jochen / Laudel, Grit: Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrument rekonstruierender Untersuchungen. Wiesbaden 2006.
- Glässgen, Heinz: Katholische Kirche und Rundfunk in der Bundesrepublik Deutschland 1945- 1962. Berlin 1983.
- Gregor, Ulrich / Patalas, Enno: Geschichte des Films. Gütersloh 1962.
- Grunig, James / Hunt, Todd: Managing Public Relations. Fort Worth 1984.

-
- Hafenbrack, Hans: Geschichte des Evangelischen Pressedienstes. Evangelische Pressearbeit von 1848 bis 1981 (= Evangelische Presseforschung Band 5). Bielefeld 2004.
- Hanselmann, Johannes / Hild, Helmut / Lohse, Eduard (Hrsg.): Was wird aus der Kirche? Ergebnisse der zweiten EKD-Umfrage über Kirchenmitgliedschaft. Gütersloh 1984.
- Hegel, Georg Friedrich: Grundlinien der Philosophie des Rechts. Hamburg 1995.
- Heussi, Karl: Kompendium der Kirchengeschichte. Tübingen 1971.
- Hinderer, August: Deutsch-evangelisches Pressewesen. In: Schenkel, Gotthilf (Hrsg.): Der Protestantismus der Gegenwart. Stuttgart 1926.
- Hinderer, August: Presse: III. Evangelische kirchliche Presse. In: Gunkel, Hermann / Zscharnack, Leopold (Hrsg.): Die Religion in Geschichte und Gegenwart. Handwörterbuch für Theologie und Religionswissenschaft. Bd. 4. Tübingen 1930, Spalte 1448-1457.
- Hinderer, August: Presse: VI. Evangelisch-kirchliche Pressearbeit. In: Gunkel, Hermann / Zscharnack, Leopold (Hrsg.): Die Religion in Geschichte und Gegenwart. Handwörterbuch für Theologie und Religionswissenschaft. Band 4. Tübingen 1930, Spalte 1462-1467.
- Höckerle, Simone: August Hinderer. Weg und Wirken eines Pioniers evangelischer Publizistik. Erlangen 2001.
- Huber, Wolfgang: Kirche und Öffentlichkeit. Stuttgart 1973.
- Hundhausen, Carl: Werbung um öffentliches Vertrauen. Essen 1951.
- Kauffmann, Gerhard: Handbuch der evangelischen Presse. Leipzig 1929.
- Kirchenamt der Evangelischen Kirche in Deutschland (Hrsg.): Mandat und Markt. Perspektiven evangelischer Publizistik. Frankfurt am Main 1997.
- Kirchenamt der EKD (Hrsg.): Evangelische Kirche in Deutschland. Zahlen und Fakten zum kirchlichen Leben. Hannover 2006.
- Kirchenkanzlei (Hrsg.): Publizistischer Gesamtplan der Evangelischen Kirche in Deutschland. Gütersloh 1979.
- Klostermann, Götz: Der Öffentlichkeitsauftrag der Kirchen – Rechtsgrundlagen im kirchlichen und staatlichen Recht. Eine Untersuchung zum öffentlichen Wirken der evangelischen Kirche in der Bundesrepublik Deutschland. Tübingen 2000.
- Kortzfleisch, Siegfried von: Verkündigung und „öffentliche Meinungsbildung“. Stuttgart 1960.
- Koszyk, Kurt: Deutsche Presse im 19. Jahrhundert. Geschichte der deutschen Presse. Band 2. Berlin 1966.
- Koszyk, Kurt / Pruys, Karl: dtv-Wörterbuch zur Publizistik. München 1969.
- Koszyk, Kurt: Deutsche Presse 1914-1945. Geschichte der deutschen Presse. Band 3. Berlin 1972.
- Kunczik, Michael: Public Relations. Konzepte und Theorien. Köln 2002.
- Liebert, Tobias: Über einige inhaltliche und methodische Probleme einer PR-Geschichtsschreibung. In: Szyszka, Peter (Hrsg.): Auf der Suche nach Identität. PR-Geschichte als Theoriebaustein. Berlin 1997, S. 79-99.
- Lindemann, Margot: Deutsche Presse bis 1815. Berlin 1969.
- Lüpsen, Focko: Der Weg der kirchlichen Pressearbeit von 1933 bis 1950. In: Beckmann, Joachim (Hrsg.): Jahrbuch für die Evangelische Kirche in Deutschland 1949. Gütersloh 1950, S. 415-454.

-
- Lüpsen, Focko (Hrsg.): Mittler zwischen Kirche und Welt. Fünfzig Jahre im Dienst der evangelischen Publizistik. Witten 1957.
- Marnach, Barbara: Kirche und Neue Medien. Dokumentation und Analyse der Entwicklung seit 1976 mit besonderer Berücksichtigung des privaten Hörfunks. München 1989.
- Mehlhausen, Joachim: Landeskirche. In: Müller, Gerhard (Hrsg.): Theologische Realenzyklopädie. Bd. 20. Berlin 1990, S. 427-434.
- Mehnert, Gottfried: Evangelische Presse. Bielefeld 1983.
- Meier-Reutti, Gerhard: Politik der Unpolitischen. Kirchliche Presse zwischen Theologie und Gemeinde. Bielefeld 1976.
- Merten, Klaus / Westerbarkey, Joachim: Public Opinion und Public Relations. In: Merten, Klaus / Schmidt, Siegfried / Weischenberg, Siegfried (Hrsg.): Die Wirklichkeit der Medien. Opladen 1994, S. 188-211.
- Neumann, Hanspeter: Litfaßsäule des Glaubens. Frankfurt am Main 1988.
- Neumann, Hanspeter: Von der Werbung zur Öffentlichkeitsarbeit. In: Tremel, Holger (Hrsg.): Öffentlichkeitsarbeit der Kirche. Stuttgart 1990, S. 27-37.
- Ortmann, Ernst-Albrecht: Motive evangelischer Publizistik. Witten 1969.
- Pleyer, Peter: Deutscher Nachkriegsfilm 1946-1948. Münster 1965.
- Ronneberger, Franz / Rühl, Manfred: Theorie der Public Relations. Opladen 1992.
- Rosenstock, Roland: Evangelische Presse im 20. Jahrhundert. Stuttgart 2002.
- Sandfuchs, Wilhelm: Mittler zwischen Kirche und Rundfunk. In: Becker, Karl / Siegel, Karl-August (Hrsg.): Rundfunk und Fernsehen im Blick der Kirche. Frankfurt am Main 1957, S. 79- 85.
- Saxer, Ulrich: Public Relations als Innovation. In: Avenarius, Horst / Armbrecht, Wolfgang (Hrsg.): Ist Public Relations eine Wissenschaft?. Opladen 1992, S. 47-78.
- Schlatter, Theodor (Hrsg.): Calwer Bibellexikon. Stuttgart 1967.
- Schmitt, Heiner. Kirche und Film. Kirchliche Filmarbeit in Deutschland von ihren Anfängen bis 1945. Boppard am Rhein 1979.
- Schöner, Christian Heinrich: Die periodische Presse und die Kirche mit besonderer Berücksichtigung der Tagespresse. Gotha 1892.
- Schütte, Manfred: Kirchliche Werbung. Düsseldorf und Wien 1966.
- Schulz, Otmar: Freiheit und Anwaltschaft. Der evangelische Publizist Robert Geisendörfer. Leben, Werk und Wirkungen. Erlangen 2002.
- Schwanebeck, Axel: Evangelische Kirche und Massenmedien (Diss.). München 1990.
- Schwarz, Walter: August Hinderer. Leben und Werk. Stuttgart 1951.
- Signitzer, Benno: Theorie der Public Relations. In: Burkart, Roland/Hömberg, Walter (Hrsg.): Kommunikationstheorien. Ein Textbuch zur Einführung. Wien 1992.
- Stammler, Eberhard / Heidtmann, Günter (Hrsg.): Evangelische Presse heute. Berichte und Dokumente aus den Jahren 1951-1966. München 1966.
- Stoll, Gerhard: Die Evangelische Zeitschriftenpresse im Jahre 1933. Witten 1963 a.
- Szyszka, Peter (Hrsg.): Auf der Suche nach Identität. PR-Geschichte als Theoriebaustein. Berlin 1997.

- Thomé, Hans Erich: Gottesdienst frei Haus? Fernsehübertragungen von Gottesdiensten. Göttingen 1991.
- Tremel, Holger / Ohmann, Marianne (Hrsg.): Studiengang Öffentlichkeitsarbeit. Band 2, hier: 2.5. Frankfurt am Main 1998.
- Wallmann, Johannes: Kirchengeschichte Deutschlands seit der Reformation. Tübingen 1985.
- Weimarer Reichsverfassung 1919.
- Wendland, Walter: Erweckungsbewegung. In: Gunkel, Hermann / Zscharnack, Leopold (Hrsg.): Die Religion in Geschichte und Gegenwart. Handwörterbuch für Theologie und Religionswissenschaft. Bd. 2. Tübingen 1928, Spalte 295-304.
- Wersig, Gernot: Informations- und Kommunikationstechnologien. Eine Einführung in Geschichte, Grundlagen und Zusammenhänge. Konstanz 2000.
- Wichern, Johann Hinrich: Die innere Mission der deutschen evangelischen Kirche. Wieder herausgegeben von Martin Gerhardt. Hamburg 1948.
- Wilken, Waldemar: Die Werbung der Kirche. Berlin 1961.

Zeitschriften

- Böttcher, Hans: Das publizistische Werk Johann Hinrich Wicherns. In: Publizistik. 10. Jg. (1965), H. 1, S. 22-48.
- epd medien. Sonderheft Nr. 48 (2004).
- Gibhardt, Maik: Gemeinde – der „heimliche Riese“ der Kirche vor Ort. In: epd-Dokumentation. Nr. 42 (1995).
- Hermes, Astrid: Werbung für den Glauben?. In: Communicatio Socialis. Nr. 4 (1980), S. 361-365.
- Janowski, Hans Norbert: Der Weg ist steinig – aber begehbar. In: Informationen aus dem Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik. Info 2 (1997).
- Preßler, Helmut: Tue Gutes und rede darüber. In: Evangelische Kommentare Nr. 10 (1996), S. 611-614.
- Rasch, Ernst: Von Bethel nach Frankfurt. In: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Presse (Hrsg.): Mitteilungsblatt für die Mitglieder des Gemeinschaftswerks der Evangelischen Presse. Jg. 20 (1972), Nr. VIII., S. 103-105.
- Schiller, Thomas: Erfolgsgeschichte „Chrismon“. In: GEP (Hrsg.): GEP Info 4'04 (2004), S. 1.
- Stammler, Eberhard: Gedanken zur künftigen Entwicklung der evangelischen Presse. In: epd-Dokumentation. Nr. 55 (1969), S. 2-8.
- Stoll, Gerhard: Die evangelische Zeitschriftenpresse der Gegenwart. In: Publizistik. Nr. 4 (1957), S. 223-241.
- Stoll, Gerhard: Evangelische Presse und nationalsozialistische Ideologie 1933. In: Publizistik. Nr. 4 (1963 b), S. 380-389.
- Wolf, Carola: Journalisten sind gefragt. In: zeitzeichen. Nr. 10 (2004), S. 51-56.

Kurzvita

Friederike Schuppan, 04.09.1980 in Berlin geboren, von 2000 bis 2009 Masterstudium der Germanistik sowie Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Freien Universität Berlin.

1 Massenkommunikation

1.1 Allgemeines

[1-L] Albrecht, Steffen:

Basaler Anschluss der Kommunikation, (Research Report / Technische Universität Hamburg-Harburg, Institut für Technik und Gesellschaft, 12), Hamburg 2008, 66 S. (Graue Literatur; www.tu-harburg.de/tbg/Deutsch/RR12.pdf)

INHALT: "Das Problem des kommunikativen Anschlusses stellt sich für jede soziologische Theorie der Kommunikation als grundlegend dar. Wie ist es möglich, dass auf eine Nachricht weitere folgen, dass auf Inhalte aufgebaut wird und sich Mitteilungen rekursiv zu Kommunikationsprozessen verketteten? Der vorliegende Beitrag diskutiert das Anschlussproblem aus der Perspektive der Systemtheorie, der Netzwerkanalyse und des 'Communication Oriented Modelling' (COM) und entwickelt theoretische sowie formale Vorschläge für die Modellierung basaler Anschlüsse in Kommunikationsprozessen. Dabei handelt es sich zum einen um ein topologisches Modell auf der Basis semantischer Nähe von Mitteilungen, zum andern um ein sequentialistisches Modell auf der Basis prozessualer Relationierungen von Nachrichten im zeitlichen Vor- und Rückgriff. Abschließend wird der weitere Forschungsbedarf im Bereich der kommunikationsorientierten Modellierung sowie der Anwendung in der empirischen Forschung aufgezeigt." (Autorenreferat)

[2-L] Baecker, Dirk:

Kommunikation als Selektion: über Donald M. MacKays "Information, Mechanism and Meaning" (1969), in: Dirk Baecker (Hrsg.): Schlüsselwerke der Systemtheorie, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2005, S. 119-128

INHALT: Kommunikation, verstanden als Selektion, ist nach Donald M. MacKay die Produktion jener Redundanz von Ereignissen, die man voraussetzen muss, um dieselben Ereignisse entsprechend eigener Orientierungen und Zielsetzungen zu variieren. Für MacKay, der seine Forschungen nicht zuletzt aus einer christlichen Motivation heraus betrieb, war es wichtig, immer wieder darauf hinzuweisen, dass diese Kommunikation die Freiheit selber produziert, die sie voraussetzt. Freiheit und freier Wille sind in seiner Kommunikationstheorie kein Wert, an den in der Auseinandersetzung mit einer deterministischen und mechanistischen Naturwissenschaft zu erinnern ist, sondern ein Faktum, das in Rechnung gestellt werden muss, wenn man Kommunikation beschreiben und erklären will. Ob man für diese Kommunikation eine eigene Systemreferenz annehmen sollte, wie es Niklas Luhmann vorgeschlagen hat, ist für MacKay von sekundärer Bedeutung. Entscheidend ist für ihn die Frage, wie die Kommunikation jene Unbestimmtheit sicherstellen kann, ohne die Menschen für einander keine Informationsquellen sind und daher auch nicht miteinander kommunizieren können. Diese Unbestimmtheit beginnt genau dort, wo aus der Wahrscheinlichkeitsverteilung beobachteter Ereignisse abgeleitet werden kann, dass die Zukunft ungewiss ist. Nur unter dieser Voraussetzung ist Kommunikation als laufend neu ausgehandelte Kovariation von Bestimmtheit und Unbestimmtheit zugleich unwahrscheinlich und möglich. (ICI2)

[3-L] Baecker, Dirk:

Kommunikation, (Grundwissen Philosophie), Stuttgart: Reclam 2005, 119 S., ISBN: 978-3-15-020119-0

INHALT: Kommunikation beruht auf der Differenz zwischen dem Individuum und seinem Bewusstsein auf der einen Seite und der Gesellschaft auf der anderen. Eine ästhetische Konturierung der Kommunikation, an der sich jeder Kommunikationsbegriff messen lassen muss, läuft darauf hinaus, die Singularität und Inkommunikabilität des Individuums festzuhalten. Als Begriff der Kommunikation kann dann nach theologischen und rhetorischen Vorläufern und begleitet durch sprachphilosophische Erwägungen nur ein Versuch überzeugen, die Individualität des Individuums als die "andere Seite" der Kommunikation mit in den Begriff zu integrieren. Der ästhetisch akzentuierte Kommunikationsbegriff formuliert die Einsicht, dass ohne den Spielraum eines sich selbst bestimmenden Individuums von Kommunikation keine Rede sein kann. In diesem Sinne tritt der Kommunikationsbegriff des 20. Jahrhunderts an die Stelle des Kausalitätsbegriffs des 19. Jahrhunderts. Er ersetzt die Beobachtung von Ursache und Wirkung durch die Beobachtung von in Grenzen wählbaren Beziehungen, die auf beiden Seiten Autonomie voraussetzen. (ICE2)

[4-L] Berensmeyer, Ingo (Hrsg.):

Mystik und Medien: Erfahrung - Bild - Theorie, (Mystik und Moderne, Bd. 4), Paderborn: Fink 2008, 238 S., ISBN: 978-3-7705-4677-0 (Standort: UB Münster(6)-3F77446)

INHALT: "Mystik, verstanden als radikale individuelle Grenzerfahrung, ist zugleich ein Grenzfall kognitiver Bewältigung und kommunikativer Mittelbarkeit. Das Vermittlungsproblem der mystischen Erfahrung und das Wissen um die damit verbundenen Paradoxien und Dissonanzen teilen die mittelalterlichen Mystiker mit modernen Neurowissenschaftlern, Physikern und Künstlern. Aus unterschiedlichen theoretischen, historischen und systematischen Blickrichtungen erkundet der vorliegende Band die Herausforderungen der Mystik an gegenwärtige Spektren der Kommunikations-, Bild- und Medienwissenschaft." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Klaus Vondung: Mystik und Mythos (17-30); Martin Andree: Medien, Mystik, Medienmystik. Die Phantasmen der Präsenz und der unio mystica als medientheoretische Fundamentalprobleme (31-54); Peter Fuchs: Die Modernität der Mystik und die Modernität der Theorie. Anmerkungen zu einer überaus seltsamen Affinität (55-76); Ernst Peter Fischer: Über Kreativität in der Wissenschaft. Innere Bilder bei Heisenberg und Pauli (77-86); Ingo Berensmeyer: Thomas Hobbes und die Macht der inneren Bilder (87-110); Roger Lüdeke: Politische Mystik. William Blakes America (111-132); Benjamin Biebuyck: Von der Mystik der enthüllenden Fülle zum Mysterium der befehlenden Leere. Mittelbarkeit und Unmittelbarkeit in Friedrich Nietzsches Sprachphilosophie (133-150); Marc Jongen: Die zweiten Hieroglyphen. Entwurf einer Theorie der Hyperbilder (151-172); Oswald Schwemmer: Die Grenzen der Begriffe und der Sinn der Bilder (173-192); Artur R. Boelderl: Experimentelle Bild-Gewalt. Mystik und Medien im 20. Jahrhundert (193-210); Cai Werntgen: Neuro-Iconography? Anmerkungen zum Bildkult im Zeitalter bildgebender Verfahren (211-232).

[5-L] Boes, Andreas:

Informatisierung, in: Martin Baethge (Red.) ; Peter Bartelheimer (Red.) ; Tatjana Fuchs (Red.) ; Nick Kratzer (Red.) ; Ingrid Wilkens (Red.): *Berichterstattung zur sozioökonomischen Entwicklung in Deutschland : Arbeit und Lebensweisen ; erster Bericht*, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2005, S. 211-244

INHALT: Spätestens mit der raschen Verbreitung des Internets seit Mitte der 1990er Jahre gilt der Prozess der Informatisierung der Gesellschaft als hauptsächliches Merkmal des gegenwärtigen Wandels. Unterschiedliche wissenschaftliche Zeitdiagnosen und Analysen, welche vom Herannahen einer "Wissensgesellschaft", einer "Informationsgesellschaft", eines "digitalen Kapitalismus", eines "informational capitalism" oder eines "transnationalen High-Tech-Kapitalismus" sprechen, sehen unabhängig vom jeweils gewählten theoretischen Standpunkt in der Informatisierung einen Kernprozess der sozioökonomischen Entwicklung. Die bisher ausgearbeiteten Konzepte zur Erfassung dieses Phänomens stecken jedoch theoretisch wie empirisch erst in den Anfängen und bieten nicht mehr als Anregungen für eine Dauerberichterstattung. Im vorliegenden Themenfeld wird daher zunächst eine geeignete konzeptionelle Grundlage für die Analyse erarbeitet. Es wird einerseits ein tragfähiges theoretisches Konzept für die Berichterstattung entwickelt, um Neues überhaupt erkennen zu können. Andererseits werden vorhandene Daten so operationalisiert, dass eine empirische Analyse neuer Entwicklungen möglich wird. Die konzeptionellen Überlegungen münden in die These eines weltweit verfügbaren "Informationsraums", welcher eine neue gesellschaftliche Handlungsebene darstellt. (ICI2)

[6-L] Bohnsack, Ralf:

Qualitative Bild- und Videointerpretation: die dokumentarische Methode, (UTB, 8407), Opladen: B. Budrich 2009, 265 S., ISBN: 978-3-8252-8407-7

INHALT: In der heutigen Wissens- und Medienlandschaft ist es notwendig, über Methoden zu verfügen, um Bildmaterial - stille oder bewegte Bilder - analysieren zu können. Mit dem vorliegenden Handbuch wird eine in sich geschlossene Methodologie und Methodik der Interpretation des stehenden und bewegten Bildes von sozialwissenschaftlicher Relevanz vorgelegt, welche der Eigenlogik des Ikonischen und dessen unterschiedlichen Gattungen im Bereich des stehenden wie des bewegten Bildes gerecht zu werden vermag. Der vorliegende Band ist so aufgebaut, dass zunächst jeweils die methodologisch-theoretische Vergewisserung und Selbstverortung der Bildinterpretation sowie der Video- und Filminterpretation ausgearbeitet wird, um im Anschluss daran die forschungspraktische Durchführung exemplarisch zu entfalten. Es wird unter anderem die Forschungspraxis einer Interpretation von Fotos aus dem öffentlich-medialen Bereich am Beispiel von Werbefotos vorgestellt und eine exemplarische Interpretation von Fotos aus dem privaten Bereich am Beispiel von Familienfotos vorgenommen. Die dokumentarische Film- bzw. Videointerpretation wird am exemplarischen Fall der Folge einer Fernseh-Show ("TV-Total") verdeutlicht, welche durch die Häufigkeit ihrer Ausstrahlung und ihre Popularität den Alltag der deutschen Fernsehlandschaft wesentlich mitprägt. Zu Beginn werden die allgemeinen Grundlagen der dokumentarischen Methode erläutert. (ICI2)

[7-L] Faßler, Manfred:

Der infogene Mensch: Entwurf einer Antrophologie, München: Fink 2008, 336 S., ISBN: 978-3-7705-4442-4

INHALT: "Der infogene Mensch' beschreibt die Entstehung, die Geschichte und die Gegenwart der informationellen Intelligenz des Homo sapiens sapiens. Digitale Medien erscheinen heute als eine weitere Varietät menschlicher Verständigung und Selbstorganisation. Die Suche nach einer Entwicklungstheorie des Abstrakten (N. Elias) hat begonnen. In diesem Zusammenhang verändert sich die Gesprächslage über 'Information' grundlegend. Die Selbstbeschreibungen der Computersciences reichen nicht mehr aus. In Physik, Biologie, Neurophysiologie, Zellforschung, Kommunikationstheorie, radikal konstruktivistischer Anthropologie, in Forschungen zu Medienevolution und Soziologie hat Information längst die Trivialität der 'Nachricht' verloren. Menschen erzeugen und erhalten ihre Gruppenfähigkeiten durch die kooperative Verwendung von Informationen. Nicht künstliche Intelligenz lenkt diese Fragen, sondern die Suche nach der informationellen Intelligenz des Homo sapiens sapiens." (Autorenreferat)

[8-L] Flicker, Eva:

Medien, in: Rudolf Forster (Hrsg.): Forschungs- und Anwendungsbereiche der Soziologie, Wien: WUV Facultas, 2008, S. 137-152

INHALT: Der Medienbegriff ist nicht eindeutig definiert, sondern umfasst eine Vielzahl von Medien wie Noise, Stimmen, Bilder, Schriftzeichen, Fotografie, Kino, Computer, Internet. Der Beitrag fokussiert Medienkommunikation als "Massenkommunikation", d. h. Produktion und Rezeption von standardisierten und allgemein adressierten Kommunikaten. Zunächst werden die Mediennutzung in Österreich, die Klassiker der Mediensoziologie sowie ausgewählte Medientheorien dargestellt. Im Anschluss werden die aktuelle Forschung und Anwendungsbezüge in Österreich anhand eines Forschungsbeispiels beschrieben. Jede neue Medientechnologie konfrontiert die Gesellschaft mit einer neuen Art zu kommunizieren, für die es bisher keine Regeln, Erwartungshaltungen und Gewohnheiten gab. Und so sind beim rasch voranschreitenden technologischen Wandel Soziologen herausgefordert, Theorien zum Verhältnis Medien - Gesellschaft zu entwickeln, auf ihre Gültigkeit zu prüfen und ggf. nachzujustieren. Für die Mediensoziologie haben sich einige Theorien als zentrale Gesellschaftstheorien der Medien positioniert. Es werden im Einzelnen vorgestellt: die kritische Medientheorie der Frankfurter Schule, die Cultural Studies, die Systemtheorie und die Feministische Theorie. (ICB2)

[9-L] Friemel, Thomas:

Hierarchical structures in digraphs: measurement and interpretation, in: Uwe Serdült (Hrsg.) ; Volker G. Täube (Hrsg.): Applications of social network analysis ASNA 2005 : conference contributions, Zurich, October 20-21, 2005, Bamberg: WVB-Verl., 2008, S. 341-356, ISBN: 978-3-86573-374-0 (Standort: USB Köln(38)-35A8901)

INHALT: Der Beitrag versucht mit den Mitteln der Sozialen Netzwerkanalyse die "klassische" These von Lazarsfeld, Berelson und Gaudet (1944) über den zweistufigen Kommunikationsfluss der Mediennutzung empirisch zu prüfen. Die These besagt, dass Massenmedien nicht direkt auf die Einstellung der Mediennutzer einwirken, sondern nur indirekt über "Meinungsführer", die als "Mediatoren" in informellen sozialen Netzwerken ihren Einfluss (Macht, Au-

torität) ausüben. Auch die erweiterte Hypothese über einen multi-step-flow of communication unterstellt hierarchische Strukturen in der interpersonellen Kommunikation. Der Autor problematisiert diese Annahme, in dem auf das ego-zentrierte Netzwerk der opinion leader hingewiesen wird und "enthierarchisierte" Kommunikationsrollen generell an der Schnittstelle von Massenmedien und interpersoneller Kommunikation treten. Insgesamt folgt daraus eine Relativierung der "überschätzten Meinungsmacher". (ICA)

[10-L] Funken, Christiane; Ellrich, Lutz:

Kommunikation und Medien, in: Nina Baur (Hrsg.) ; Hermann Korte (Hrsg.) ; Martina Löw (Hrsg.) ; Markus Schroer (Hrsg.): Handbuch Soziologie, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2008, S. 219-236, ISBN: 978-3-531-15317-9

INHALT: Die Mediensoziologie ist nach Ansicht der Autoren mit dem Phänomen der Unsichtbarkeit und Unmerklichkeit in besonderem Maße konfrontiert. Denn die Medien - sowohl "künstliche" Medien (Schrift, Druck, Telegrafie, Radio etc.) als auch "natürliche" Medien (Luft, Licht etc.) - erfüllen nach einer weit verbreiteten Ansicht ihre Vermittlungsfunktion dann am effizientesten, wenn sie selbst nicht in Erscheinung treten, sondern störungsfrei operieren und die ungeteilte Aufmerksamkeit der Rezipienten auf den Inhalt lenken, den sie weitergeben oder präsentieren. Dementsprechend entfalten die Medien ihre Prägekräfte und Beeinflussungspotentiale, welche ihnen häufig zugeschrieben werden, nur im Verborgenen. Die Autoren beschreiben vor diesem Hintergrund die verschiedenen Modelle der Kommunikation in der Soziologie und zeigen, welche Erkenntnisse zu einem Paradigmenwechsel bzw. zur "kommunikativen Wende" geführt haben. Sie heben ferner die Sonderstellung der Kommunikationstheorien von Jürgen Habermas und Niklas Luhmann hervor und skizzieren die neuen Wege der Mediensoziologie. Diese verfügt mit der Figur medialer Selbstbezüglichkeit, den verschiedenen Konzepten zur Analyse des Orientierungsproblems und dem praxeologischen Ansatz ihres Erachtens über ein geeignetes Instrumentarium, um den kommunikations- und informationstechnischen Herausforderungen der Moderne zu begegnen. (ICI2)

[11-L] Geißler, Rainer; Pöttker, Horst (Hrsg.):

Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland: Bd. 2, Forschungsbefunde, (Medienumbrüche, Bd. 30), Bielefeld: transcript Verl. 2009, 352 S., ISBN: 978-3-8376-1027-7

INHALT: "Das Thema Migration ist in der Gesellschaft angekommen. Gilt das auch für die Medien? Dieses Buch trägt mit empirischen Befunden zur Integrationsdebatte bei. Anhand von Forschungen zu Journalisten, zu Inhalten von deutschen und Minderheitenmedien, zu Rezipienten sowie zu gesellschaftlichen Bedingungen entsteht ein Bild der bundesdeutschen Medienlandschaft, die beginnt, die bisherigen Grenzen von (deutscher) Mehrheit und Einwanderern, Produktion und Nutzung zu überwinden. Die thematisch und methodisch vielfältig angelegten Beiträge widmen sich den Fragen der medialen Integration ethnischer Minderheiten und schlagen dabei einen Bogen vom historischen Lernen über statistische und inhaltsanalytische Bestandsaufnahmen bis hin zu den Möglichkeiten des Internets." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Horst Pöttker, Harald Bader: Gescheiterte Integration? Polnische Migration und Presse im Ruhrgebiet vor 1914 (15-46); Sarah Hubrich: "Taufziehen um Fremdarbeiter". Das Presseecho auf das deutsch-italienische Anwerbeabkommen von 1955 (47-78); Rainer

Geißler, Kristina Enders, Verena Reuter: Wenig ethnische Diversität in deutschen Zeitungsredaktionen (79-118); Miltiadis Oulios: Weshalb gibt es so wenig Journalisten mit Einwanderungshintergrund in deutschen Massenmedien? Eine explorative Studie (119-144); Daniel Müller: Einstellungen von Journalisten in Bezug auf ihre Rolle bei der Integration ethnischer Minderheiten. Eine qualitative Befragung in Nordrhein-Westfalen unter besonderer Berücksichtigung der Kriminalitätsberichterstattung (145-160); Horst Pöttker: Wann werden Diskriminierungsverbote von Journalist(inn)en akzeptiert? Eine Untersuchung zum Widerspruch von Migrantenschutz und Öffentlichkeitsaufgabe (161-188); Daniel Müller: Inwieweit berichten Journalisten ohne begründbaren Sachbezug über die Zugehörigkeit von Straftatverdächtigen zu ethnischen Minderheiten? Eine inhaltsanalytische Untersuchung Dortmunder Tageszeitungen 2007 (189-216); Cornelia Mohr, Harald Bader, Malte Wicking: "Da weiß ich immer schon, dass es ein Ausländer war". Zur Wirkung der Richtlinie 12.1 des Pressekodex (217-234); Patrick Fick: Der Wandel der Darstellung von Migranten am Beispiel Siegener Lokalmedien in den Jahren 1996 und 2006 (235-270); Parisa Javadian Namin: Die Darstellung des Islam in den deutschen Printmedien am Beispiel von Spiegel und Bild (271-298); Daniel Müller: Uyum statt entegrasyon? Zur Europa-Ausgabe der türkischen Zeitung Hürriyet (299-316); Harald Bader: Deutsche Presse und Hürriyet (317-332); Kristina Enders, Anne Weibert: Identität im Social Web. Von der Bedeutung der Ethnizität für den gesellschaftlichen Eingliederungsprozess im digitalen Medienumbruch (333-350).

[12-L] Gottberg, Joachim von; Prommer, Elizabeth (Hrsg.):

Verlorene Werte?: Medien und die Entwicklung von Ethik und Moral, (Alltag, Medien und Kultur, Bd. 4), Konstanz: UVK Verl.-Ges. 2008, 262 S., ISBN: 978-3-86764-103-6

INHALT: "In der öffentlichen Diskussion wird häufig ein allgemeiner Werteverfall beklagt, der mit medialen Entwicklungen in Zusammenhang gebracht wird. Grenzüberschreitungen, die Auflösung der klassischen Familie, die zunehmende Gewaltbereitschaft junger Menschen, Egoismus, Hedonismus und Konsum werden als Indikatoren dafür genannt. Die Kirche als Ursprung und Hüter der Moral des Abendlandes verliert an Bedeutung, die Medien liefern bestenfalls normative Beliebigkeit, schlimmstenfalls gar brutale Gewalt und sexuelle Anarchie als Modell, so die Kritik. Die klassischen Sozialisationsinstanzen haben durch Spielfilme, Daily Soaps, Talkshows und Dokumentationen gewaltige Konkurrenz bekommen. Über das Internet kann jeder noch so abstruse Ansichten und Ideologien verbreiten. Eine einheitliche Orientierung an Vorbildern geht im Medienschwungel verloren. Wie können sich angesichts dieser Beliebigkeit neue Wertvorstellungen entwickeln? Dieses Buch stellt die wichtigsten Theorien darüber zusammen, wie sich Ethik, Moral und Wertvorstellungen bilden, welche Funktion sie haben und wie sie sich in freiheitlichen, pluralistischen Demokratien etablieren können. Dabei soll vor allem untersucht werden, welche Rolle die Mediengegenwärtig und in Zukunft bei der Vermittlung und der Konstruktion neuer Werte spielen." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Alexander Grau: Vom Wert und Unwert der Werte (15-32); Martina Piefke, Hans J. Markowitsch: Angeborene Moral? Naturwissenschaftliche Erkenntnisse aus der Hirnforschung (33-48); Joachim von Gottberg: Die Empörung über Verstöße stärkt die Regel - Medien und die Bewachung der Moral(49-64); Jo Reichertz: Werteverlust oder Wertevermehrung? Medien und ihr Einfluss auf die Entwicklung von Werten (65-76); Matthias Rath, Gudrun Marci-Boehncke: Jugendliche Wertkompetenz im Umgang mit Medien (77-98); Michael Altrogge: Auf der Suche nach der verlorenen Jugend. Musik als Ausdruck jugendkultureller Wertewelten (99-118); Claudia Wegener: Hip-Hop und Rap. Jugendkultur

zwischen Tabubrüchen und Gewalt (119-132); Stefanie Amann: Jugendliche und ihre Erfahrungen mit Sexualität, Liebe und Verhütung(133-150); Elizabeth Prommer: Einstellungen und Werte jugendlicher "TV total"-Fans (151-164); Lothar Mikos: Alles nur Marketing und Quote? Die Inflation von Lebenshilfeformaten im privaten Fernsehen (165-176); Joachim von Gottberg: Öffentliche Kontrolle und Selbstbeobachtung. Das Lebenshilfeformat "Die Super Nanny" (177-188); Sonja Ganguin, Uwe Sander: Sensationen und Grenzüberschreitungen in Unterhaltungsformaten (189-198); Christoph Brandenburg/ Heike Leidiger: Menschenwürde und schwere Jugendgefährdung: Erfahrungen aus einem fünfjährigen Rechtsstreit (199-218); Winfred Kaminski: Computerspiele ohne Moral? oder: Was wir durch "S.T.A.L.K.E.R." lernen (219-230); Thomas Bohrmann: Wertevermittlung einmal anders? Die Bedeutung von Actionfilmen für die gesellschaftliche Moral (231-244); Helena Bilandzic, Freya Sukalla, Susanne Kinnebrock: Die Moral von der Geschichte: Methodische Probleme und Methodenentwicklung in der Medienanalyse (245-258).

[13-L] Grossklaus, Götz:

Der mediale Sinn der Botschaft: vier Fallstudien zur Medialität von kulturellen Leitdiskursen der Heterochronie - des Gedächtnisses, der Bildung und der Zeit,

(Schriftenreihe der Staatlichen Hochschule für Gestaltung Karlsruhe ; Neue Folge, Bd. 2), Paderborn: Fink 2008, 79 S., ISBN: 3-7705-4613-X (Standort: UB Duisburg-Essen()-E11KLEX4769+1)

INHALT: "Die vier Fallstudien des Buchs gehen der Frage nach, auf welche Weise die mediale Ausdrucksform von Schrift und Text, Buch und Bild, Foto und Film die Inhaltsform bestimmter kultureller Leitdiskurse prägt. Untersucht werden die medialen Umcodierungen, denen die Leitdiskurse Zeit, Schwelle, Geschichte, Bildung, Kanon sowie die Ordnung der Zeichen und Symbole im Laufe der Medienevolution unterworfen sind. Im Übergang von einem historischen Mediensystem zum anderen verändert die neue Ausdrucksform die Inhaltsform des Diskurses: inszenatorisch, perspektivisch, symbolisch." (Autorenreferat)

[14-L] Hartig-Perschke, Rasco:

"Unbedeutende Begebenheiten"? - Episodenbildung in Kommunikationsprozessen,

(Research Report / Technische Universität Hamburg-Harburg, Institut für Technik und Gesellschaft, 13), Hamburg 2008, 47 S. (Graue Literatur; www.tu-harburg.de/tbg/Deutsch/RR13.pdf)

INHALT: "In der altgriechischen Tragödie bezeichnet der Begriff der 'Episode' jene Dialogteile, welche, eingeschoben zwischen einzelne Chorlieder, in ihrer Eigenschaft als 'Hinzukommendes' die vom Chor getragene Haupthandlung ergänzen. Auch Kommunikation bringt in ihren heterogenen Prozessverläufen immer wieder ganz unterschiedlich gelagerte 'Strecken', d.h. Trajektorien oder Episoden hervor, deren (wie auch immer im Einzelnen zu definierenden) Resultate neue kommunikative Anschlüsse nicht nur einfach ermöglichen, sondern die den Anschluss an ihren kommunikativen Gehalt im Vergleich mit den ihnen vorausgehenden Mitteilungszeichen geradezu '(heraus)fordern' oder 'erzwingen'. Wie sich Kommunikations-Episoden beschreiben, definieren und modellieren lassen, ist in der Kommunikationssoziologie und in der Kommunikationswissenschaft oft nur partiell erforscht und diskutiert worden. Ziel des vorliegenden Textes ist es, kommunikationstheoretische Vorschläge zur Beschreibung

und Analyse der Episodenbildung zu unterbreiten; Vorschläge, die insbesondere auf dem Vokabular der kommunikationsorientierten Systemtheorie Niklas Luhmanns (vgl. Luhmann 1984) und dem Vokabular der Theorie der kommunikationsorientierten Modellierung (vgl. Malsch 2005) aufbauen." (Autorenreferat)

[15-L] Heesen, Jessica:

Medienethik und Netzkommunikation: Öffentlichkeit in der individualisierten Mediengesellschaft, Frankfurt am Main: Humanities online 2008, 210 S., ISBN: 978-3-934157-61-3

INHALT: "Das Buch analysiert die Auswirkungen der Durchsetzung interaktiver Medien auf die Strukturen der Öffentlichkeit in medienphilosophischer und medienethischer Perspektive. Die Studie verbindet bestehende Diskurse mit normativ-rechtlichen Instrumenten der Mediensteuerung (Funktionsaufträge der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten) und beschreibt eigenständige Perspektiven, die den neuen Medienrealitäten gerecht werden. In diesem Zusammenhang wird eine neue systematische Erfassung des Öffentlichkeitsbegriffs vorgestellt, die dem disparaten Phänomen des Öffentlichen in einer individualisierten Mediengesellschaft gerecht wird. Besonderes Augenmerk gilt dabei zentralen Feldern der Informations- und Medienethik wie Privatheit, Wahrheitspflicht, Meinungsbildungsrelevanz und kommunikative Selbstbestimmung. Eine Grundlage der Ausarbeitung ist das Recht auf Freie Meinungsäußerung. Mediale Öffentlichkeit als Ausdruck und Vollzug individueller Rechte reflektiert notwendig auf eine solidarische Verwirklichung der Freiheitsidee in einem kollektiv regulierten öffentlichen Bereich. Es wird aufgezeigt, dass die ethischen und medienphilosophischen Herausforderungen im Zeitalter digitaler Medien aus einer Dialektik der Individualisierung der Mediennutzung hervorgehen. Eine mögliche Emanzipation durch interaktive Medien steht insofern einer Abschwächung freiheitlicher Konzepte von Individualität in informationstechnisch durchdrungenen Lebenswelten gegenüber." (Autorenreferat)

[16-L] Hepp, Andreas:

Transkulturalität als Perspektive: Überlegungen zu einer vergleichenden empirischen Erforschung von Medienkulturen, in: Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research, Vol. 10/2009, No. 1, 17 S. (nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0901267)

INHALT: "Ein Großteil der Forschung zu Medienkultur operiert in einem 'national-territorialen' Paradigma: Medienkulturen werden als nationale Kulturen betrachtet und deterritorialisierte Formen von Medienkultur (beispielsweise professionelle Journalismuskulturen, Diasporas, Celebrity-Kulturen, usw.) werden nicht in ihrem 'deterritorialen' Charakter untersucht. Gleichzeitig sind es gerade solche deterritorialen Formen von Medienkultur, die mit der fortschreitenden Globalisierung der Medienkommunikation an Relevanz gewinnen. Deswegen müssen diese in den Fokus einer vergleichenden Medien- und Kommunikationsforschung gerückt werden. Ausgehend von diesen Überlegungen wird in dem Artikel eine transkulturelle Perspektive der Erforschung von Medienkulturen entwickelt. Innerhalb dieser Perspektive wird es möglich, vergleichende Forschung zu (territorialen) nationalen Medienkulturen und anderen (deterritorialen) Formen gegenwärtiger Medienkulturen zu realisieren, indem der Prozess der kulturellen Konstruktion und Artikulation in den Fokus der Analyse gerückt wird. Um ein besseres Verständnis dieses Ansatzes zu ermöglichen, werden Medienkulturen als

translokale Phänomene sowohl in ihren territorialen als auch deterritorialen Bezügen gefasst. Ausgehend hiervon wird die 'Semantik' einer transkulturellen Vergleichsperspektive dargelegt, was es dann möglich macht, praktische Prinzipien zur Durchführung einer transkulturell vergleichenden qualitativen Forschung zu formulieren." (Autorenreferat)

[17-L] Hömberg, Walter:

Wissen ist Macht!?: Medien und Kommunikation in der "Wissensgesellschaft", in: Die Politische Meinung : Monatsschrift zu Fragen der Zeit, Jg. 54/2009, H. 4 = Nr. 473, S. 69-74 (Standort: USB Köln(38)-EP15460; Kopie über den Literaturdienst erhältlich; www.kas.de/wf/doc/kas_16116-544-1-30.pdf)

INHALT: In der binnenwissenschaftlichen Diskussion, aber auch in der öffentlichen Debatte ist der Begriff "Wissensgesellschaft" heftig umstritten. Kritiker sehen darin ein modisches Etikett, entstanden im Umfeld eines technologischen Determinismus, geprägt in der Absicht, innerhalb einer sich beschleunigenden Paradigmenkonkurrenz Aufmerksamkeit zu erhaschen. Skeptiker sprechen sogar vom "Mythos Wissensgesellschaft". Der Autor nimmt in seinem Essay eine historisch-evolutionäre Sichtweise ein und beleuchtet kritisch einige Entwicklungsschritte der Wissensgesellschaft unter der Leitformel "Wissen ist Macht", welche von Francis Bacon geprägt wurde. Die Frage, wie mächtig das Wissen ist, stellt sich dem Autor zufolge nicht nur im Hinblick auf individuelle, sondern auch auf gesellschaftliche Lernprozesse. Vor allem die europäische Mentalitätsgeschichte der vergangenen Jahrzehnte zeigt, dass es in der Problemwahrnehmung zwischen den Hauptakteuren in unterschiedlichen Wissensklassen große Zeitverschiebungen gibt. Diese "knowledge gaps" zwischen wissenschaftlichem Wissen und Alltagswissen sind in diversen kommunikationswissenschaftlichen Studien untersucht worden, und zwar sowohl in Medieninhaltsanalysen als auch innerhalb der Kampagnenforschung sowie der Publikums- und Wirkungsforschung. Der Autor weist in diesem Zusammenhang auf einige Paradoxien und Aporien hin. (ICI2)

[18-L] Jäger, Margarete:

Diskursanalyse: Ein Verfahren zur kritischen Rekonstruktion von Machtbeziehungen, in: Ruth Becker (Hrsg.) ; Beate Kortendiek (Hrsg.) ; Barbara Budrich (Mitarb.) ; Ilse Lenz (Mitarb.) ; Sigrid Metz-Göckel (Mitarb.) ; Ursula Müller (Mitarb.) ; Sabine Schäfer (Mitarb.): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung : Theorie, Methoden, Empirie, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2008, S. 378-383, ISBN: 978-3-531-16154-9

INHALT: Diskurse werden als gesellschaftliche Redeweisen verstanden, die institutionalisiert sind, also gewissen - veränderbaren - Regeln unterliegen und die deshalb Machtwirkungen besitzen, weil und sofern sie Handeln von Menschen bestimmen. Eine solche Fassung von Diskurs schließt an den Diskurs- und Machtbegriff von Michel Foucault an, der den Diskurs auch als die sprachliche Seite einer "diskursiven Praxis" auffasst. Sprache fungiert dabei als ein Mittel, mit dem Gegenständen, Ereignissen, Personen etc. Bedeutungen durch das im sozialen Zusammenhang tätige Subjekt zugewiesen werden. Diese Bedeutungen werden im Diskurs dadurch konventionalisiert, dass sie mit bestimmten Zeichen und Lauten verkoppelt werden. Der Diskurs wird konstituiert durch die Differenz zwischen dem, was man korrekt in einer Epoche sagen könnte (nach den Regeln der Grammatik und denen der Logik) und dem, was tatsächlich gesagt wird. Das diskursive Feld ist, zu einem bestimmten Zeitpunkt, das Ge-

setz dieser Differenz. Es definiert so eine gewisse Zahl von Operationen, die nicht der Ordnung der linguistischen Konstruktion oder der formalen Logik angehören. (ICF2)

[19-L] Knoblauch, Hubert:

Kommunikationsgemeinschaften: Überlegungen zur kommunikativen Konstruktion einer Sozialform, in: Ronald Hitzler (Hrsg.) ; Anne Honer (Hrsg.) ; Michaela Pfadenhauer (Hrsg.): Posttraditionale Gemeinschaften : theoretische und ethnografische Erkundungen, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2008, S. 73-88

INHALT: Nach einer kurzen Rekonstruktion der sozialwissenschaftlich relevanten Etymologie von "Gemeinschaft" skizziert der Verfasser einen theoretischen Rahmen, der es ermöglicht, die gegenseitige Ausschließlichkeit von post-traditionaler und traditionaler Gemeinschaft zu überwinden. Dies kann durch einen phänomenologisch fundierten Begriff kommunikativen Handelns erfolgen. Vor dem Hintergrund dieser Skizze einer beiden gemeinsamen kommunikativen Basis kann die traditionelle Gemeinschaft als Wissensgemeinschaft, die vermeintlich post-traditionale Gemeinschaft als Kommunikationsgemeinschaft begriffen werden. (ICE2)

[20-L] Knoblauch, Hubert:

Kommunikationskultur, Kulturalismus und die Diskursivierung der Kultur, in: Hamid Reza Yousefi (Hrsg.) ; Klaus Fischer (Hrsg.) ; Regine Kather (Hrsg.) ; Peter Gerdson (Hrsg.): Wege zur Kultur : Gemeinsamkeiten - Differenzen - Interdisziplinäre Dimensionen, Nordhausen: Bautz, 2008, S. 261-284

INHALT: Die kulturalistische Wende hat mit einer Ausweitung und Verallgemeinerung des Kulturbegriffs zu tun, die sich auf das Verhältnis von Kultur und Gesellschaft auswirkt. Der Verfasser behandelt dieses Verhältnis unter den Schlagwörtern "Kulturalismus" und "Soziologismus". Daran anschließend skizziert er eine Theorie der Kultur, die sowohl das Soziale wie das Kulturelle miteinander verbindet. Als Bindeglied dient dabei die Kommunikation, die auch Unterschiede und Ähnlichkeiten von Kulturen zu erklären hilft. Abschließend geht der Verfasser auf besondere Merkmale der gegenwärtigen Kultur ein, vor allem auf die Mediatisierung und die Diskursivierung. (ICE2)

[21-F] Krotz, Friedrich, Prof.Dr. (Bearbeitung):

Medien und Netzwerkgesellschaft

INHALT: keine Angaben

METHODE: Castells: network society **DATENGEWINNUNG:** Entfällt.

ART: *BEGINN:* 2006-06 *ENDE:* 2009-10 **AUFTRAGGEBER:** nein **FINANZIERER:** Institution

INSTITUTION: Universität Erfurt, Philosophische Fakultät, Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft, Soziale Kommunikation (Nordhäuser Str. 63, 99089 Erfurt)

KONTAKT: Bearbeiter (e-mail: friedrich.krotz@uni-erfurt.de)

[22-L] Matthes, Jörg; Wirth, Werner; Daschmann, Gregor; Fahr, Andreas (Hrsg.):

Die Brücke zwischen Theorie und Empirie: Operationalisierung, Messung und Validierung in der Kommunikationswissenschaft, (Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft, 3), Köln: Halem 2008, 387 S., ISBN: 978-3-938258-90-3

INHALT: "Das Problem der Operationalisierung, Messung und Validierung von Konstrukten ist in allen empirischen Forschungsarbeiten virulent und daher von großer Bedeutung für das Fach. In diesem Band setzen sich 16 Beiträge mit verschiedenen theoretischen und empirischen Fragestellungen auseinander. Im Kern thematisieren jedoch alle Beiträge die Frage, wie die Güte von Operationalisierungen im gesamten Forschungsprozess - d.h. von der Ableitung geeigneter Indikatoren, über die störungsfreie Messung bis hin zur Konstruktvalidierung der Messung - sichergestellt werden kann. Der Band zeigt dabei nicht nur Fortschritte bei kommunikationswissenschaftlichen Skalenkonstruktionen auf, sondern berichtet ebenso Synopsen kommunikationswissenschaftlicher Methodenpraxis und demonstriert verschiedene neuere methodische Verfahren und Messzugänge bei Inhaltsanalyse, Befragung, Experiment und Beobachtung." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Werner Wirth, Jörg Matthes: Zur Quantifizierung von Konstruktvalidität: Problemaufriss und Entwicklung eines Validitätsindex (14-27); Christian Schemer, Werner Wirth, Jörg Matthes: Out of the lab into the field. Zur Operationalisierung und Validierung von Informationsverarbeitungsprozessen in kommunikationswissenschaftlichen Befragungsstudien (28-47); Holger Schramm, Tilo Hartmann: Die Messung von parasozialen Interaktionen als mehrdimensionales Konstrukt. Entwicklung und Validierung von Psi-Prozess-Skalen auf Basis des Zwei-Ebenen-Modells parasozialer Interaktionen (48-69); Werner Wirth, Holger Schramm, Saskia Böcking, Andre Gysbers, Tilo Hartmann, Christoph Klimmt, Peter Vorderer: Entwicklung und Validierung eines Fragebogens zur Entstehung von räumlichem Präsenzerleben (70-95); Thilo von Pape, Veronika Karnowski, Werner Wirth: Die Mobile-Phone-Appropriation-Skala (MPA-Skala): Konstruktion und Evaluation (96-127); Ines Markmiller, Andreas Fahr: Die Big Five in Fernsehnutzungsstudien: Eine Validierung von Kurzskalen zur Erhebung von Persönlichkeitsmerkmalen (128-156); Jörg Matthes: Medien-Frames inhaltsanalytisch (be)greifen. Eine Analyse von nationalen und internationalen Fachzeitschriftenaufsätze, 1990-2005 (157-177); Thomas Hanitzsch, Klaus-Dieter Altmeyen: Äquivalenz in der ländervergleichenden Kommunikations- und Medienforschung: Eine Untersuchung am Beispiel deutscher Fachzeitschriften (178-195); Birgit Stark: Die Vielfalt der Messung 'der Vielfalt' - Überlegungen zur methodischen Umsetzung des Vielfaltskonzepts (196-216); Erich Lamp, Marcus Maurer, Thomas Zerback: Kontexteffekte in persönlich-mündlichen und telefonischen Befragungen: Ursachen und Lösungen (217-235); Henning Best, Jörg Hagenah: Die Tv-Tagesablauf-Abfrage der Media-Analyse von 1975 bis heute (236-256); Frank Schwab, Dagmar Unz: Die T-Pattern-Analyse: Eine Methode zur Untersuchung von zeitlichen Strukturen in (Ereignis-)Daten (257-270); Tilo Hartmann, Wiebke Möhring: Zur Validität postrezeptiver Befragungen (271-295); Thorsten Quandt: Die Beobachtung menschlichen Handelns. Konzepte und Operationalisierung (296-325); Monika Fleischhauer, Sören Enge, Wolfgang Donsbach: Multimodale Konstruktvalidierung: Ein Mehrmethodenansatz am Beispiel des Persönlichkeitsmerkmals 'Need for Cognition' (326-354); Saskia Böcking, Werner Wirth, Tilo Hartmann, Christoph Klimmt, Holger Schramm, Peter Vorderer: Zur Messung von räumlichem Präsenzerleben: Ein Vergleich von vier alternativen Messmethoden (355-379).

[23-L] Mersmann, Birgit; Weber, Thomas (Hrsg.):

Mediologie als Methode, Berlin: Avinus 2008, 352 S., ISBN: 978-3-930064-89-2

INHALT: "Die Mediologie setzt in ihrer Analyse beim Prozess der kulturellen Übermittlung bzw. Übertragung der transmission culturelle an, d. h. bei der Tatsache, dass alle Formen kulturell vermittelten Wissens materiale, technische, soziale oder auch ökonomisch geprägte Übertragungs- oder Übermittlungsprozesse durchlaufen, die nicht allein nur vordergründige Bedeutungen übertragen, sondern immer zugleich auch implizite Regeln der Übertragung selbst mit übermitteln. Obwohl dieser Ansatz keineswegs ohne Vorläufer ist, zielt die Mediologie in der Zuspitzung dieser Problematik auf einen blinden Fleck des Wissenschaftsdiskurses: auf die Frage nach der Medialität kultureller Übermittlungsprozesse (und mithin eigener Erkenntnisse). Was verbindet Autoren ganz unterschiedliche Fachdisziplinen, wenn sie mediologische Fragestellungen aufgreifen? Gibt es eine Lücke im Wissenschaftsbetrieb, die mit den Mitteln der jeweiligen Fächer nicht zu schließen ist? Oder öffnet die Mediologie gar neue Perspektiven, stellt also Fragen an die bisher gar nicht gedacht wurde? Der Band Mediologie als Methode versammelt Beiträge von Vertretern ganz unterschiedlicher Disziplinen und sucht Antworten auf die Frage, ob und in welcher Weise Mediologie als transdisziplinäre Methode in den verschiedenen Fachgebieten angewandt werden kann." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Régis Debray: Die Geschichte der vier "M" (17-40); Sven Grampp: Mediologie und/ als Medientheorie (41-60); Lutz Ellrich: Mediologische Latenz und die Rekursion der Daten (61-78); Frank Hartmann: Kommunikation als "Ideologie" (79-100); Daniel Bounoux: Demokratische und mediale Repräsentation (101-111); Louise Merzeau: Ein neuer Fahrplan - Die Gesellschaft gegen ihre Medien (111-122); Thomas Weber: Mediologie und Medienwissenschaft (123-148); Birgit Mersmann: (Fern-)Verkehr der Bilder - Mediologie als methodischer Brückenschlag zwischen Bild- und Übersetzungswissenschaft (149-168); Torsten Meyer: Transmission, Kommunikation, Formation - Mediologische Betrachtungen der Bildung des Menschen (169-190); Peter J. Bräunlein: Religionswissenschaft und Mediologie (191-218); Holger Schulze (219-234); Sonische Mediologie - Eine Vorgehensweise für Klanganthropologie und Klangökologie (219-234); Kent D. Lerch: Mediologie in der Jurisprudenz (235-252); Christian Kassung: Äthermedien - Leiden, 1920 und zwei Nachrichten von der Sonne (253-270); Daniela Kneissl: Le regard naïf? Mediologische Fragestellungen in der historischen Bildwissenschaft: Das Beispiel Fotografie (271-292); Verena Kuni: Medien-Künste - Mediologie als Methode an der Schnittstelle von Kunst- und Medienwissenschaften (293-320); Jutta Franzen: Spurensuche: Dressed for Success - Spiegel und Kleidung als Medien der Selbstinszenierung (321-334); France Renucci: Meinungsfreiheit und Meinungsverhreitung - Oder der Einfluss der Post auf den Vertrieb der Presse (335-343).

[24-L] Müller-Doohm, Stefan:

Jürgen Habermas, (Suhrkamp BasisBiographie : Leben, Werk, Wirkung, 38), Frankfurt am Main: Suhrkamp 2008, 157 S., ISBN: 978-3-518-18238-3

INHALT: Der Verfasser legt einen reich bebildeter Abriss über Leben und Werk von Jürgen Habermas vor. Er beschreibt dessen Kindheit und Jugend, die Zeit als Assistent Adornos, die Auseinandersetzungen während der Studentenbewegung, den Historikerstreit und die Zeit als "streitbarer Philosoph auf Weltreise" nach der Emeritierung Habermas' 1994. Die folgende Auseinandersetzung mit dem Werk Habermas' konzentriert sich auf den "archimedischen Punkt" des Vernünftigen der Verständigung durch Sprache und die "Theorie des kommunika-

tiven Handelns" als Hauptwerk. Abschließend wird die Wirkung Habermas' als wegweisender Philosoph und öffentlicher Intellektueller behandelt. (ICE)

[25-L] Munker, Stefan; Roesler, Alexander (Hrsg.):

Was ist ein Medium?, (Suhrkamp-Taschenbuch Wissenschaft, 1887), Frankfurt am Main: Suhrkamp 2008, 341 S., ISBN: 978-3-518-29487-1

INHALT: "Es ist inzwischen eine Binsenwahrheit: Unsere Gesellschaft ist eine Mediengesellschaft. Medien bestimmen unsere Wahrnehmung, unsere Kommunikation, unsere Lebenswelt. Doch verstanden werden sie in ihrer Funktion und Bedeutung noch lange nicht - gehört zum Beispiel ein Stuhl dazu, wie McLuhan sagt, ein Fußball und ein Wartezimmer (Flusser), das Wahlsystem (Baudrillard), das Dromedar (Virilio), Grammophon, Film, Typewriter (Kittler), Geld, Macht und Einfluss (Parsons), Kunst, Glaube und Liebe (Luhmann)? Was ist das - ein Medium? Wissenschaftler aus den unterschiedlichsten Gebieten geben in Originalbeiträgen pointiert Antwort auf diese Frage. Entstanden ist eine aktuelle Bestandsaufnahme der Bedeutung eines der schillerndsten Schlüsselbegriffe der Gegenwart." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Wolfgang Hagen: Metaxy - Eine historiosemantische Fußnote zum Medienbegriff (13-29); Natascha Adamowsky: Eine Natur unbegrenzter Geschmeidigkeit - Medientheoretische Überlegungen zum Zusammenhang von Aisthesis, Performativität und Ereignishaftigkeit am Beispiel des Anormalen (30-64); Sybille Krämer: Medien, Boten, Spuren - Wenig mehr als ein Literaturbericht (65-90); Hartmut Böhme und Peter Matussek: Die Natur der Medien und die Medien der Natur (91-111); Elena Esposito: Die normale Unwahrscheinlichkeit der Medien: der Fall des Geldes (112-130); Dirk Baecker: Medienforschung (131-143); Siegfried Schmidt: Der Medienkompaktbegriff (144-157); Wolfgang Ernst: 'Merely the Medium'? Die operative Verschränkung von Logik und Materie (158-184); Lorenz Engell: Affinität, Eintrübung, Plastizität - Drei Figuren der Medialität aus der Sicht des Kinematographen (185-210); Hartmut Winkler: Zeichenmaschinen - Oder warum die semiotische Dimension für eine Definition der Medien unerlässlich ist (211-221); Uwe Wirth: Die Frage nach dem Medium als Frage nach der Vermittlung (222-234); Lambert Wiesing. Was sind Medien? (235-248); Ulrike Ramming: Der Ausdruck "Medium" an der Schnittstelle von Medien-, Wissenschafts- und Technikphilosophie (249-271); Josef Rauscher: Unvorgreiflicher Versuch, sich im fragwürdigen Medium der Fragen von der Frage "Was ist ein Medium?" über "Was ist das paradigmatische Medium?" zu "Was sind und leisten (sich) die Medien?" vorzutasten (272-284); Stefan Rieger: Der Frosch - ein Medium? (285-303); Dieter Mersch: Tertium datur - Einleitung in eine negative Medientheorie (304-321); Stefan Munker: Was ist ein Medium? Ein philosophischer Beitrag zu einer medientheoretischen Debatte (322-337).

[26-L] Paech, Joachim (Hrsg.):

Intermedialität - analog, digital: Theorien, Methoden, Analysen, München: Fink 2008, 618 S., ISBN: 978-3-7705-4374-8 (Standort: UB Bonn(5)-20082764)

INHALT: "Die Intermedialitätsforschung untersucht die transformativen Beziehungen innerhalb und zwischen den traditionellen, handwerklichen Künsten, den neuen (analogen) technisch-apparativen sowie den 'neuesten' (digitalen) Medien. Sie steht heute im Zentrum einer geistes- und kulturwissenschaftlichen, interdisziplinären Forschung zur Theorie, Geschichte und Analyse der Medien. Der Band leistet eine Bestandsaufnahme der internationalen Intermediali-

tätsforschung und ihres Beitrags zum Verständnis und zur Konzeptualisierung des Übergangs von primär 'analogen' zu primär 'digitalen' Medien. Dabei werden Fragen nach der Diskurs- und Technikgeschichte von Intermedialität, nach den verschiedenen Bereichen transformativer Praktiken und nach den Problemen und Potentialen der zugrunde liegenden Medienbegriffe erörtert. Zugleich werden die verschiedenen Ansätze in detaillierten Analysen exemplarischer Einzelfälle (aus Literatur, bildender Kunst, Tanz, Film, Video, Computerspiel etc.) konkretisiert." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Volker Roloff: Intermedialität und Medienanthropologie. Anmerkungen zu aktuellen Problemen (15-29); Jürgen E. Müller: Intermedialität und Medienhistoriographie (31-46); Irina Rajewsky: Intermedialität und "remediation". Überlegungen zu einigen Problemfeldern der jüngeren Intermedialitätsforschung (47-60); Stefan Rieger: Synästhesie. Zu einer Wissenschaftsgeschichte der Intermedialität (61-77); Michael Lommel: Der Rhythmus als intermodale Kategorie (79-89); Stefan Kramer: Hypermediale Key Visuals (91-102); Roger Odin: Une approche semio pragmatique de l'intermedialite. A partir de l'espace de communication familial (103-111); Irmela Schneider: Mediennutzung - eine intermediale Kulturtechnik (113-126); Francois Jost: De l'art aux medias: le culte du banal (127-136); Michael Wetzel: Von der Intermedialität zur Inframedialität. Marcel Duchamps Genealogie des Virtuellen (137-152); Aage A. Hansen-Löve: Zum medialen Ort des Verbalen - mit Rückblicken auf russische Medienlandschaften (155-179); Bernhard J. Dotzler: Kafka zwischen den Medien (181-192); Lena Christolova: Stephane Mallarme: "un mot total" und zwei Einzelfälle: Die Installation "Un Coup de Dés" von Marcel Broodthaers (1969) und der Film "Les Mystères du Chateau du de" von Man Ray (Frankreich 1929) (193-209); Waltraud 'Wara' Wende: Wem gehört eine Geschichte? Oder: Fakten und Fiktionen im intermedialen Diskurs am Beispiel der Diskussion um Norbert Gstrein und seinen neuesten Roman (211-223); Franz-Josef Albersmeier: Vom 'Film im Roman' zum 'Roman als Film'. Zu Genese und Ausdifferenzierung des "El beso de la mujer arana"-Medienkomplexes (225-238); Jochen Mecke: Intermedialität und Hypermedialität: Einige Überlegungen zu Cervantes' Don Quijote und Orson Welles' Don Quijote (239-259); Ernest W.B. Hess-Lüttich: Tristan: Sprachliche Komposition und musikalische Bedeutung. Vier Variationen des Themas in Oper/ Theater, Novelle, Film und Fernsehen (261-270); Almut Todorow: Ein Essay als "Theorie in Bildern"? Über ein Intermedialitätsparadigma von Jens Schröter und den Foto-Essay "Sozio-Design" von Bazon Brock (273-290); Brigitte Peuckert: Tableau Vivant in Film: Intermediality and the Real (291-300); Harro Segeberg: Intermedialität im Antisemitismus. Zur Mediengeschichte des Jud Süß-Komplexes (301-322); Charles Grivel: La réflexion photofilmique: Monsieur Phot, de Joseph Cornell (1933) (323-332); Kirsten von Hagen: Wahlverwandtschaften - Spielformen des Telefons im Film (333-343); Joachim Paech: "Le Nouveau Vague" oder Unschärfe als intermediale Figur (345-360); Vittoria Borso: Das mediale Intervall: Inter-Medialität und Visualität am Beispiel des spanischen Kinos (361-379); Friedrich Balke: Übertragungsmedien der Souveränität. Roberto Rossellinis "Germania, anno zero" (381-397); Beate Ochsner: Michelangelo Antonionis "L'Avventura" (Italien 1960) oder: Das Verschwinden des Verschwindens im Zeit-Raum der Bilder (399-412); Tabea Lurk: Tony Conrad und der strukturalistische Experimentalfilm (413-432); Karl Prümm: Jan Vermeers Lichtbilder und das Kino. Skizze einer intermedialen Konfiguration (433-447); Knut Hickethier: Intermedialität und Fernsehen - technisch-kulturelle und medienökonomische Aspekte (449-459); Claudia Rosiny: Tanz und das bewegte Bild: Videotanz. Beispiele und Thesen zu einer intermedialen Kunstform (463-470); Susanne Foellmer: "Andere Räume" - Diffusionen zwischen Körper und Kamera (471-480); Gabriele Brandstetter: Rahmen-Verschiebungen zwischen Bild, Tanz und Video. "Las Meninas" in Übertragung: Evelyn Sussmans "89 Seconds at Alcazar" und Edouard Locks "Velazquez's little Museum" (481-494);

Yvonne Hardt: Tanz, Körperlichkeit und computergestützte Echtzeitvideomanipulation - eine Analyse am Beispiel der Tanzperformance "I, Myself and me again" von LaborGras (495-506); Peter Gendolla: "Konditor! Konditor! - Konditor!". Zur Auflösung intermedialer Differenzen im Simulationsraum (509-520); Albert Kümmel-Schnur: Zwischen den Dimensionen, Navigation und Dramaturgie von Wissen im Web (521-530); Karin Bruns: Das widerspenstige Publikum. Thesen zu einer Theorie multikursaler Medienformate (531-546); Frank Furtwängler: Die durchlässige Grenze ziehen. Intermedialität und game studies (547-556); Mookyu Kim: Spiel mit den Grenzüberschreitungen: Cyworld und PC-Bang (557-566); Jay David Bolter: Cyberphobia: Digital technology and the intermediality of cinema at the end of the millennium (567-577); Jens Schröter: Das ur-intermediale Netzwerk und die (Neu-)Erfindung des Mediums im (digitalen) Modernismus. Ein Versuch (579-601).rt aux medias: le cutte du banal (127-136); Michael Wetzel: Von der Intermedialität zur Inframedialität. Marcel Duchamps Genealogie des Virtuellen (137-152); Aage A. Hansen-Löve: Zum medialen Ort des Verbalen - mit Rückblicken auf russische Medienlandschaften (155-179); Bernhard J. Dotzler: Kafka zwischen den Medien (181-192); Lena Christolova: Stephane Mallarme: un mot total und zwei Einzelfälle: Die Installation Un Coup de des von Marcel Broodthaers (1969) und der Film Les Mysteres du Chateau du de von Man Ray (Frankreich 1929) (193-209); Waltraud 'Wara' Wende: Wem gehört eine Geschichte? Oder: Fakten und Fiktionen im intermedialen Diskurs am Beispiel der Diskussion um Norbert Gstrein und seinen neuesten Roman (211-223); Franz-Josef Albersmeier: Vom 'Film im Roman' zum 'Roman als Film'. Zu Genese und Ausdifferenzierung des El beso de la mujer arana-Medienkomplexes (225-238); Jochen Mecke: Intermedialität und Hypermedialität: Einige Überlegungen zu Cervantes' Don Quijote und Orson Welles' Don Quijote (239-259); Ernest W.B. Hess-Lüttich: Tristan: Sprachliche Komposition und musikalische Bedeutung. Vier Variationen des Themas in Oper/ Theater, Novelle, Film und Fernsehen (261-270); Almut Todorow: Ein Essay als "Theorie in Bildern"? Über ein Intermedialitätsparadigma von Jens Schröter und den Foto-Essay "Sozio-Design" von Bazon Brock (273-290); Brigitte Peuckert: Tableau Vivant in Film: Intermediality and the Real (291-300); Harro Segeberg: Intermedialität im Antisemitismus. Zur Mediengeschichte des JUD Süß-Komplexes (301-322); Charles Grivel: La reflexion photofilmique: Monsieur Phot, de Joseph Cornell (1933) (323-332); Kirsten von Hagen: Wahlverwandtschaften - Spielformen des Telefons im Film (333-343); Joachim Paech: Le Nouveau Vague oder Unschärfe als intermediale Figur (345-360); Vittoria Borso: Das mediale Intervall: Inter-Medialität und Visualität am Beispiel des spanischen Kinos (361-379); Friedrich Balke: Übertragungsmedien der Souveränität. Roberto Rossellinis Germania, anno zero (381-397); Beate Ochsner: Michelangelo Antonionis L'Aventura (Italien 1960) oder: Das Verschwinden des Verschwindens im Zeit-Raum der Bilder (399-412); Tabea Lurk: Tony Conrad und der strukturalistische Experimentalfilm (413-432); Karl Prümm: Jan Vermeers Lichtbilder und das Kino. Skizze einer intermedialen Konfiguration (433-447); Knut Hickethier: Intermedialität und Fernsehen -

[27-L] Papilloud, Christian:

Interaktivität mit Tarde verstehen, in: Christian Borch (Hrsg.) ; Urs Stäheli (Hrsg.): Soziologie der Nachahmung und des Begehrens : Materialien zu Gabriel Tarde, Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2009, S. 311-341

INHALT: Der Verfasser untersucht, wie Tarde die Aktivität als Referenz von Handlungen und von sozialen Verhältnissen konzipiert. Daraus gewinnt er das grundsätzliche Muster von Tar-

des Begriff der Aktivität, das ihm erlaubt, digitale Interaktivität als etwas zu begreifen, das auf hybride sozial-technische Beziehungen verweist. Schließlich zeigt er anhand des Parallelismus zwischen Tardes Muster von Aktivität und der digitalen Interaktivität, dass Interaktivität nicht auf Medien beschränkt werden kann (d. h. auf technische Apparate, die uns miteinander verbinden). Anders gesagt, bedeutet digitale Interaktivität zuerst Medien-Relationen, d. h. grundlegende relationale Muster, die in technische Apparate implementiert werden, und die auf soziale Verhältnisse sowie auf verschiedene Fragmente von Routinen reagieren, sie miteinander kombinieren können, sie verändern können, und Vergesellschaftung und Gesellschaft ermöglichen. Aber anders als die Verhältnisse, die sie vermittelt, kann Interaktivität selbst keine relationalen Eigenschaften entwickeln. Dieses Merkmal unterscheidet Interaktivität im Kern von unseren alltäglichen Aktivitäten. Dieser Zugang zur digitalen Interaktivität hat seine historischen Wurzeln, so die These, in der Kommunikationssoziologie und insbesondere in den Untersuchungen von interaktionistischen Soziologen, die Tarde als einen der Gründerväter ihrer Analysen von Mensch-Medien-Kommunikation betrachteten. (ICF2)

[28-L] Raupach, Tim:

Die autopoietische Kulturindustrie: moderne Massenmedien zwischen Selbsterzeugung und Warenlogik, Weimar: M. Stein 2009, 250 S., ISBN: 978-3-939615-04-0

INHALT: Gegenstand der vorliegenden Untersuchung ist das Verhältnis von Kultur und Industrie auf dem Weg ins 21. Jahrhundert. Im Mittelpunkt steht die Frage nach dem Verhältnis der kritischen Theorie moderner Massenmedien und deren systemtheoretischer Rekonstruktion. Der Verfasser stellt ein Modell vor, das sozialphilosophische, medientheoretische und ökonomische Kategorien verbindet. Entstehung und Geltungsansprüche der modernen Medienkultur werden rekonstruiert und kritisiert. Der Verfasser diskutiert die autopoietische Logik der Kulturindustrie und die Pathologien mediatisierter Kommunikation. Anknüpfend an Adorno und Horkheimer wird versucht, das argumentative Potenzial der Kulturindustrie als medienwissenschaftlichen Reflexionsbegriff der Kritischen Theorie freizulegen. Abschließend wird vor dem Hintergrund der vorgestellten Formen einer kulturellen Ökonomie, die in einer völlig neuartigen entgrenzenden Weise auf eine Kapitalisierung gesellschaftlicher Kommunikation abzielt, die Frage gestellt, in wie fern die optimistischeren Gegenentwürfe der neueren Kritischen Theorie nicht selbst fragwürdig geworden sind. (ICE2)

[29-L] Roesler, Alexander; Stiegler, Bernd (Hrsg.):

Philosophie in der Medientheorie: von Adorno bis Zizek, München: Fink 2008, 271 S., ISBN: 978-3-7705-4625-1

INHALT: "Wenn man die noch recht kurze Geschichte der Medientheorie betrachtet, so fällt auf, dass eine Vielzahl von philosophischen Theorien gar nicht oder bestenfalls am Rande rezipiert wird, andere hingegen in zahlreichen Texten und Theorien erscheinen - und dies in aktiver Bezugnahme wie auch in konsequenter Absetzung. Zudem zeigt sich, dass viele der Theorien auf nur wenige Theoriesegmente oder Texte reduziert werden, die dann wie Versatzstücke oder mitunter wie erratische Blöcke durch die Theorien wandern. Nicht selten kann in der Rezeptionsgeschichte eine paradigmatische Deutung ausgemacht werden, die dann die weiteren Lektüren maßgeblich bestimmt. Im Feld der Medientheorie kommt es, so könnte man sagen, zu einer internen Kanonisierung, die ihrerseits nicht ohne Auswirkungen für die

Medientheorie als solche war. Der Band leistet eine Bestandsaufnahme dieser Rezeptionsgeschichte - und dies mit einer doppelten Ausrichtung: Einerseits sollen die Verkürzungen, Deformierungen und Entstellungen in ihrem einschränkenden wie auch in ihrem mitunter produktiven Charakter in den Blick genommen werden. Andererseits sollen aber auch zugleich bisher wenig erörterte und vernachlässigte Aspekte, Texte oder Anschlußmöglichkeiten ausgelotet werden, die vielleicht noch in anderer Weise zu entdecken sind." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Detlev Schöttker: Theodor W. Adornos Beiträge zur Medientheorie "Erkennendes Hören" als Programm (11-26); Nicolas Pethes: Walter Benjamin (27-40); Jörg Brauns: Ernst Cassirer als Medienphilosoph. Das Denken der Mannigfaltigkeit(41-56); Lorenz Engell und Oliver Fahle: Gilles Deleuze (57-70); Alexander Roesler: Jacques Derrida und die Medientheorie (71-88); Bernd Stiegler: René Descartes (89-100); Bernhard J. Dotzler: Foucault, der Diskurs, die Medien (101-116); Stefan Müller-Doohm: Jürgen Habermas. Die Aufhebung der Medienphilosophie im öffentlichen Vernunftgebrauch (117-132); Friedrich Kittler: Martin Heidegger, Medien und die Götter Griechenlands. Entfernen heißt die Götter nähern (133-144); Lambert Wiesing: Edmund Husserl in der Medienphilosophie (145-158); Anne von der Heiden: Lacan als Medientheoretiker: "Ma thèse!" (159-170); Niels Werber: Luhmanns Medien. Zur philosophischen Rezeption einer anti-philosophischen Medientheorie (171-198); Martin Stingelin: Telephon für Friedrich Nietzsche (199-216); Alexander Roesler und Bernd Stiegler: Charles Peirce in der Medientheorie (217-230); Josef Rauscher: Platon(231-246); Stefan Münker: Wittgenstein als Medienphilosoph (247-262); Slavoj Zizek: Bekenntnisse eines unmoralischen Ethikers (263-272).

[30-L] Röttgers, Kurt:

Die Medialität modaler Macht, in: Ralf Krause (Hrsg.) ; Marc Rölli (Hrsg.): Macht : Begriff und Wirkung in der politischen Philosophie der Gegenwart, Bielefeld: transcript Verl., 2008, S. 261-278

INHALT: Der Beitrag widmet sich der Überschneidung von medialer Macht und Macht der Medien. Die Macht wird als Medium von der Macht als Mittel dadurch unterschieden, dass sie nicht in der Verfügungsgewalt von Handelnden steht, sondern als strukturbildende Relation die Möglichkeiten für Anschlusshandlungen aufspeichert. Medien fungieren als solche Speicher, indem sie Macht im Sinne von Handlungsmodalisierung akkumulieren, womit der Zwang zum unvermittelten, tendenziell gewaltförmigen Handeln schwindet. Die Systemtheorie, also zuerst Talcott Parsons (Parsons 1963) und dann vor allem Niklas Luhmann (Luhmann 1975), hat Macht als ein Medium bezeichnet. In einem ersten Schritt wird danach gefragt, was Systemtheoretiker unter einem Medium verstehen, wenn sie Macht als ein Medium bezeichnen. In einem zweiten Schritt wird geklärt, was Medientheoretiker darunter verstehen, wenn sie von der Macht der Medien sprechen. Abschließend wird ein Begriff modaler Macht entworfen, vor dem auch der Medienbegriff nicht unberührt bleibt. (ICA2)

[31-L] Rühl, Manfred:

Kommunikationskulturen der Weltgesellschaft: Theorie der Kommunikationswissenschaft, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. 2008, 248 S., ISBN: 978-3-531-14063-6

INHALT: Die Bildung einer Theorie der Kommunikationswissenschaft muss grundlegend vorgehen. Das kommunikationswissenschaftliche Erkennen setzt zwei logische Axiome voraus, die

Unterscheidung und die Bezeichnung. Im Übrigen werden die Beziehungen zwischen Kommunikationswissenschaft und Weltgesellschaft als die von zwei sich gegenseitig voraussetzenden Kommunikationssystemen reflektiert, als zwei aufeinander bezogene Seiten eines Entwicklungsprodukts. Diese Theorie der Kommunikationswissenschaft operiert mit der Semantik einer europäisch-nordamerikanischen Begriffs-, Theorie-, Erkenntnis- und Methodengeschichte, die sich betont auf sozialwissenschaftliche Fragestellungen einlässt. Mögen Nominalisten viele unserer Begriffstitel bekannt vorkommen, dann ist nachdrücklich darauf hinzuweisen, dass die Kommunikationswissenschaft viele traditionelle Begriffstitel übernimmt, die jedoch für empirische rekonstruierte Begriffe, Theorien und Fragestellungen stehen. Es ist notwendig, grundlagentheoretisch auf die Folgen und Folgeprobleme des mit der Kommunikationswissenschaft verbundenen Paradigmenwechsels hinzuweisen, weil weltgesellschaftliche Kommunikationslagen unserer Tage neuartige Denk- und Argumentationsmittel voraussetzen. Die vielen überkommenen Stückwerkforschungen melden keinen Anspruch auf eine einheitliche Gesamttheorie für die Kommunikationswissenschaft an. Mit einer interdisziplinären System(umwelt)theorie als Erkenntnishilfe und mit der komplementären Methode des Äquivalenzfunktionalismus wird eine einheitliche Ausrichtung für die Kommunikationswissenschaft als weltgesellschaftliche Gesamtdisziplin vorgeschlagen. Die formulierten Schlüsseltheorien sind Vorschläge für die Einzelforschung, keine normativen Anleitungen, die sich selbst bewerten. Systemrational und funktional-vergleichend zu forschen und zu lehren ermöglicht, Sachverhalte (Sinn, Information, Thema, Äußerung), Sozialverhältnisse (Privatheit, Öffentlichkeit, Organisation, Markt, Recht, Moral, Vertrauen, Konventionen) und Zeitverhältnisse (Vergangenheit und Zukunft) als Kommunikationsgrundlagen aufeinander zu beziehen. (LO2)

[32-L] Schmidt, Siegfried J.; Zurstiege, Guido:

Kommunikationswissenschaft: Systematik und Ziele, Reinbek: Rowohlt 2007, 287 S., ISBN: 978-3-499-55697-5 (Standort: UB Bonn(5)-2008/7021)

INHALT: Das Buch wendet sich an Studenten der Kommunikationswissenschaft und will den inneren inhaltlichen Zusammenhang dieser Disziplin verdeutlichen. Zudem soll gezeigt werden, welche wissenschaftlichen Bearbeitungs- und Darstellungsformen zur Verfügung stehen und welche Ziele mit der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit Kommunikation und Medien sinnvoll verfolgt werden können. Im einzelnen werden folgende Themen behandelt: (1) erkenntnistheoretische Grundlagen und wichtigste Aspekte von Kommunikation; (2) Forschungsthemen; (3) Medienangebote; (4) Medienbegriff; (5) wissenschaftliches Problemlösen und Methodologie; (6) Journalismus; (7) strategische Kommunikation; (8) Medienökonomie; (9) Medienrecht; (10) Geschichte, Kunst, Unterhaltung, Medienkritik; (11) Auseinandersetzung mit Gesellschafts- und Kulturtheorien. (ICE2)

[33-L] Schneider, Wolfgang Ludwig:

Grundlagen der soziologischen Theorie: Bd. 3, Sinnverstehen und Intersubjektivität - Hermeneutik, funktionale Analyse, Konversationsanalyse und Systemtheorie, (Lehrbuch), Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. 2009, 506 S., ISBN: 978-3-531-16531-8

INHALT: "Die Kontroverse zwischen handlungs- und systemtheoretischen Ansätzen markiert eine der zentralen Spaltungslinien der soziologischen Theoriediskussion, die auch die Ebene

der Methoden einschließt. Habermas hat diese Trennlinie auf eine weithin anerkannte Formel gebracht: Handlungstheorien setzen demnach primär auf hermeneutisches Sinnverstehen, systemtheoretische Ansätze allein auf funktionale Analyse; gebunden an die Perspektive des funktionalistischen Beobachters könne die Systemtheorie keinen adäquaten Zugang zum Problem der Intersubjektivität finden. - Der vorliegende Band zielt auf die Revision dieser Einschätzung und ihrer Voraussetzungen." (Autorenreferat)

[34-L] Schorr, Angela (Hrsg.):

Jugendmedienforschung: Forschungsprogramme, Synopse, Perspektiven, Wiesbaden: VS
Verl. für Sozialwiss. 2009, VIII, 444 S., ISBN: 978-3-531-14170-1

INHALT: "Fünf international bekannte Jugendmedienforscher stellen in diesem Band - exemplarisch für das gesamte Forschungsfeld - ihre konzeptionellen Ansätze und Untersuchungsmethoden vor. Sie sind alle empirisch orientiert und vertreten unterschiedliche, für die moderne Jugendmedienforschung typische Theorien. Jeder der fünf Originalarbeiten wurde ein einführendes Kapitel vorangestellt (Historie, zentrale Fragestellungen, Vorgehensweisen, wichtige Ergebnisse), verfasst von der Herausgeberin. Lernfragen und Leseempfehlungen finden sich am Ende jedes Kapitels. Mit weiterführenden Kapiteln über Onlinesucht und über gute Medienkommunikation schließt der Band ab. Diese systematische einführende Darstellung in die Ansätze und Methoden der deutschsprachigen und internationalen Jugendmedienforschung richtet sich an Studierende der Kommunikations- und Medienwissenschaft, der Psychologie, der Pädagogik, der Soziologie, Informationswissenschaften, Gesundheitswissenschaften und Medizin." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Angela Schorr: Jugendmedienforschung als empirisches Projekt (3-12); Angela Schorr: Kognitionspsychologische Perspektiven in der Forschung zu Kindern und Medien - Daniel Andersons "Blue's Clues" (13-40); Deborah L. Linebarger, Kelly L. Schmitt, Aletha C. Huston u. Daniel R. Anderson: Fernsehen in der frühen Kindheit und seine kognitiven Entwicklungsfolgen in der Adoleszenz (41-62); Angela Schorr: Emotions- und motivationspsychologische Grundlagen als Basis der Jugendmedienforschung - Das Forschungsprogramm von Dolf Zillmann (63-90); Angela Schorr u. Dolf Zillmann: Gefühle, Musik und paradoxe Stimmungsregulation bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen (91-140); Angela Schorr: Entwicklungspsychologische und methodische Perspektiven: Ulla Johnsson-Smaragdis Grundlagenforschung zur Mediennutzung (141-164); Ulla Johnsson-Smaragdi: Vergleichende Jugendmedienforschung: Probleme und Perspektiven (165-200); Angela Schorr: Sozialpsychologische und soziologische Perspektiven: Lesen, Strukturieren, Bewerten - Heinz Bonfadellis Forschungsprogramm (201-222); Heinz Bonfadelli: Die quantitative Jugendmedienforschung im Umbruch und das Programm der Züricher Schule (223-278); Angela Schorr: Sozialpsychologische Perspektiven: Sonia Livingstones Weg von der kritischen Fernsehforschung zur Analyse der Internet-Generation (279-300); Sonia Livingstone: Junge Menschen und Neue Medien - Prozesse der Verbreitung, Aneignung und Nutzung (301-336); Angela Schorr: Neue Gefahren: Onlinesucht - Exzessive Internetnutzung, die psychisch krank macht (337-390); Angela Schorr: Good Communication: Gute Mediengewohnheiten als medienpsychologisches Thema (391-442).

[35-L] Simon, Fritz B.:

Im Netzwerk der Kommunikation: über Jürgen Ruesch und Gregory Bateson
"Communication. The Social Matrix of Psychiatry" (1951), in: Dirk Baecker (Hrsg.):
 Schlüsselwerke der Systemtheorie, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2005, S. 31-49

INHALT: Der Autor zeigt, dass in dem Buch "Communication. The Social Matrix of Psychiatry" (1951) von Juergen Ruesch und Gregory Bateson ein radikaler Paradigmawechsel vorgenommen wird. Vordergründig gilt dies der Psychiatrie, wie der Untertitel verspricht, hintergründig wird jedoch ein die traditionellen Grenzen der Disziplinen überschreitendes Modell der Humanwissenschaften entwickelt, durch das die alteuropäische Unterscheidung zwischen Geistes- und Sozialwissenschaften auf der einen Seite und Naturwissenschaften auf der anderen Seite aufgehoben wird. Diese werden als unterschiedliche Konkretisierungsformen eines weit abstrakteren Paradigmas - der Kommunikationstheorie - angesehen. Was physische, psychische und soziale Prozesse miteinander verbindet, ist, dass sie als Kommunikationsprozesse beobachtet und erklärt werden können. Die Themen des Buches haben nach Meinung des Autors die Entwicklung der Systemtheorie im Bereich der Psychiatrie und der Sozialwissenschaften für die nächsten 50 Jahre vorgezeichnet. Das Buch war vor allem im Bereich der Psychiatrie, speziell in der Entwicklung der sogenannten "systemischen Therapie" wegweisend, denn es hat das epistemologische Verständnis der Psychiatrie als reflexiver Wissenschaft und Praxis ernst genommen und in Form spezifischer Methoden operationalisiert. (ICI2)

[36-L] Soosten, Joachim von:

Jürgen Habermas: Religionsgespräch im Diskurs der Moderne, in: Volker Drehsen (Hrsg.); Wilhelm Gräb (Hrsg.); Birgit Weyel (Hrsg.): Kompendium Religionstheorie: Vandenhoeck & Ruprecht, 2005, s. 272-281

INHALT: Das Schlüsselwort der Theorie von Habermas heißt Kommunikation. Gesellschaftstheorie wird fundiert in einer Kommunikationstheorie. Unter Kommunikation wird in erster Linie ein Austausch von Mitteilungen verstanden, der sich im Medium der Sprache vollzieht. Kommunikativer Sprachgebrauch, Sprache und Verständigung in den kommunikativ eingelebten Sprachspielen der Alltagspraxis bilden einen intrinsischen Zusammenhang und informieren auf diese Weise das Paradigma der "kommunikativen Rationalität". "Intersubjektivität", "Diskurs" und "Konsens" nach den Rationalitätsmaßstäben der kommunikativen Vernunft werden in diesem Paradigma zu Leitbegriffen der Theorie von Habermas. Aus dieser Perspektive lassen sich die Anspruchsforderungen an die Sinnpotenziale der Religion analytisch rekonstruieren, die im Werk von Habermas begegnen. Sie werden im Raster von fünf Leitmetaphern vorgestellt, mit denen die Rolle der Religion in den Verständigungsverhältnissen der kommunikativen Vernunft vermessen wird. Diese Metaphern sind Verständigung, Versprachlichung, Rationalisierung, Übersetzung und Verflüssigung. (ICF2)

[37-L] Stäheli, Urs:

Auf der Spur der Double Binds: über Anthony Wilden "System and Structure: Essays in Communication and Exchange" (1972), in: Dirk Baecker (Hrsg.): Schlüsselwerke der Systemtheorie, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2005, S. 191-204

INHALT: Anthony Wilden versucht in seiner Aufsatzsammlung "System and Structure: Essays in Communication and Exchange" (1972) die strukturelle Psychoanalyse aus den Begrenzungen des sprachlichen Reduktionismus zu befreien. Die Herausforderung besteht darin, durch die Kritik an der Linguistik nicht hinter die differenztheoretischen Errungenschaften des Strukturalismus zurückzufallen, sondern vielmehr diese so weiterzudenken, dass das Signifikationsgeschehen von seinem sprachlichen Bias abgelöst wird. Um zu verdeutlichen, wie Wilden Psychoanalyse und Kommunikationstheorie miteinander verbindet, geht der Autor näher auf zwei Leitunterscheidungen ein, die für Wildens Werk von zentraler Bedeutung sind: einerseits die psychoanalytische Unterscheidung zwischen dem Symbolischen und dem Imaginären, andererseits jene zwischen analoger und digitaler Kommunikation. Die Kreuzung dieser beiden Unterscheidungen wird zum Fundament für Wildens Projekt einer kritischen Kommunikations- und Systemtheorie. (ICI2)

[38-L] Wagner, Hans:

Qualitative Methoden in der Kommunikationswissenschaft: ein Lehr- und Studienbuch,
München: R. Fischer 2008, 446 S., ISBN: 978-3-88927-470-0

INHALT: "Als Lehr- und Studienbuch konzipiert, stellt diese Einführung in die Qualitativen Methoden der Kommunikationswissenschaft anwendungsorientiert und nachvollziehbar zunächst die klassischen, für jede wissenschaftliche Arbeit grundlegenden Basismethoden vor: Phänomenologische Beschreibung, Vergleich, Hermeneutik, Dialektik und Typenkonstruktion. Ein weiterer Teil, der komplexe Qualitative Methoden behandelt, ist gegenüber der Erstauflage wesentlich erweitert worden. Die Einführung in die Konversationsanalyse, die Biographische Methode, die Historische Untersuchung sowie in die Deskription ist ergänzt um Überblicksdarstellungen zur Gruppendiskussion, zur Teilnehmenden Beobachtung, zu den hauptsächlichsten Arten des Qualitativen Interviews sowie zur Qualitativen Inhaltsanalyse. Die Anwendungsmöglichkeiten all dieser Methoden werden an Beispielen aus der Kommunikationswissenschaft demonstriert. Mehr als 40 Tafeln präsentieren Übersichten 'auf einen Blick' über vielschichtige Theoriezusammenhänge, vor allem aber über die Verfahrensschritte jeder einzelnen Methode." (Autorenreferat)

[39-L] Wagner, Hedwig (Hrsg.):

Gendermedia: zum Denken einer neuen Disziplin, (('Medien) i, 20), Weimar: VDG, Verl. u. Datenbank f. Geisteswiss. 2008, 196 S., ISBN: 978-3-89739-598-5

INHALT: "Kann es medienwissenschaftliche Geschlechterstudien geben? Und wie sähe solch eine Intersektion von Medium und Geschlecht aus? Diese Veröffentlichung will zur Reflexion über medienwissenschaftliche Gender Studies anregen und Impulse geben für eine gendertheoretisch geleitete Medientheorie. Die Autorinnen sind der Frage nach der wissenschaftsdisziplinären Verschränkung von Gender Studies und Medienwissenschaft zu Gender-Media Studies nachgegangen und geben unter der Annahme, dass es eine Schnittstelle von Gender und Medien gibt, ganz unterschiedliche Antworten. Neben dezidierten Programmatiken werden metatheoretische Reflexionen zur Verbindung beider Wissenschaftsdisziplinen formuliert und es finden sich - mit Rückgriff auf die Wissensgeschichte, die Mediengeschichte und die Geschichte der Medienwissenschaft/ Medientheorie - Überlegungen zum theoretischen Impakt beider. Weiterhin werden Grundparadigmen der Gender Studies, wie die Positi-

on des Phallus als Signifikanten, in Bezug auf die Medientheorie kritisch in Augenschein genommen und schließlich werden Fallstudien präsentiert." (Autorenreferat)

[40-L] Wagnermaier, Silvia; Zielinski, Siegfried (Hrsg.):

Kommunikologie weiter denken: die "Bochumer Vorlesungen", Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verl. 2008, 320 S., ISBN: 978-3-596-18145-2

INHALT: "Dieses Buch umfasst die letzte Vorlesung Vilém Flussers, dem Klassiker der Medientheorie, in der er alle seine Themen noch einmal zusammenfasst und durchdenkt. Es ist das kultur- und medienkritische Vermächtnis des Prager Kulturphilosophen." (Autorenreferat). Inhaltsübersicht: 1. Von der kommunikologischen Kunst des Definierens; 2. Von Räumen und Ordnungen; 3. Abstraktionen und ihre Feedbacks; 4. Von den Wissenschaften und Künsten, der Politik und der Technik; 5. Vom Sterben der Bilder, vom Enden der Geschichte und vom Anfangen der Nachgeschichten; 6. Vom Zufall und der Freiheit, gegen ihn zu spielen; 7. Von der Muße.

[41-F] Wiebel, Eva; Grampp, Sven, M.A. (Bearbeitung); Schlögl, Rudolf, Prof.Dr.phil. (Leitung):

Medialität als Symbol. Die Gutenbergsymbolik der Neuzeit (Teilprojekt A6 - Bewilligungsphase II)

INHALT: Im Jahr 2000 wurde dem Buchdrucker Johannes Gutenberg eine etwas skurrile Ehre zuteil: Er wurde zum "Man of the millenium" gewählt. Im Kontrast dazu steht seit über einem halben Jahrhundert die Verabschiedung der 'Gutenberg-Galaxie' durch Medientheoretiker und Feuilletonisten und die Beschwörung oder Dämonisierung eines ganz und gar anders gearteten elektronischen Spiralnebels. Das Symbol Gutenberg scheint belastbar und langfristig kommunikativ anschlussfähig. Es trägt die Kulturkritik medialer Entwicklungen und epochale Zäsurbestimmungen ebenso wie technische Fortschrittseuphorie und nationale Identitätsbildung. Im Rekurs auf Gutenberg beschreibt sich die neuzeitliche und moderne Gesellschaft selbst - in unterschiedlichsten Perspektivierungen - als Kommunikationsgesellschaft. Das Symbol erzählt eine Geschichte der Medien, indem es selbst in der Geschichte der Medien sich realisiert und dabei seine Form verändert. Die vielschichtige Symbolgeschichte Gutenbergs zu rekonstruieren ist die inhaltliche Aufgabe des Projekts. Dabei soll ein theoretisches Konzept entwickelt werden, das die historisch wandelbaren Wechselbeziehungen zwischen der Geschichte eines Symbols und der Geschichte der dieses Symbol tragenden Medien fassbar macht. Ein differenziertes Verständnis medialer Phänomene ist hierfür nötig. Das Projekt geht deshalb (heuristisch) von einem mehrdimensionalen Medienbegriff aus: Medien müssen beobachtet werden (1) in ihrer materiellen Dimension, (2) in ihrer Funktion für Kommunikation und (3) in der institutionellen Ausgestaltung. Diese drei Aspekte verdichten sich zu situationsbezogenen Wahrnehmungsanordnungen (Dispositiven), die der Wahrnehmung nicht nur äußerlich sind, sondern in ihr wiederum Symbolwert gewinnen können. Deshalb spricht das Projekt in einem doppelten Sinne von "Medialität als Symbol": Einerseits steht Gutenberg als Symbol für mediale Phänomene mit einem weiten Konnotationsraum und andererseits beinhaltet die jeweilige Wahrnehmungsanordnung selbst symbolisches Potenzial. Medien produzieren also Symbole und sind selbst symbolhaft. Dieser Medienbegriff verlangt eine kommunikative Kontextualisierung der Gutenberg-Quellen und damit eine neue Historisierung des Gegenstandes. Das Gutenberg-Portrait eines bürgerlichen Bildersalons etwa hat eine andere

symbolische Potenz als dasselbe Portrait im Rahmen des didaktischen Arrangements einer Museumsausstellung. Der Frage wird nachzugehen sein, wie sich die zwei Symbolebenen zueinander verhalten und sich gegenseitig reflektieren. Um eine geeignete Interpretationsfolie für diese Konstellationen zu erhalten, ist das Projekt methodisch darauf gerichtet, medienwissenschaftliche und historische Analyseinstrumentarien zusammenzuführen und weiter zu entwickeln. Die Arbeit ist auf zwei Unterprojekte verteilt: ein allgemeines, das sich mit Symbolik und Gutenbergdiskurs im öffentlichen Raum in langer historischer Perspektive (17.-20. Jahrhundert) beschäftigt und sich dabei auf die säkularen Knotenpunkte der Gutenbergfeiern konzentriert, und ein zweites, das sich der Bedeutung des Gutenbergsymbols im Diskurs der sich gerade ausdifferenzierenden Medienwissenschaft widmet. Die Ergebnisse der Unterprojekte sollen zusammengeführt und kontrastiert werden. Auf diese Weise kann die vielschichtige Anschlussfähigkeit des Gutenbergdiskurses in der Moderne herausgearbeitet werden. Insbesondere wird es somit möglich, die allgemeine Diskursgeschichte und die in der Medienwissenschaft dominierenden Debatten aufeinander zu beziehen. (S. www.uni-konstanz.de/FuF/sfb485/Arbeitsbereiche/Bereich_A/a6.htm). *ZEITRAUM*: 1640 bis 2000

VERÖFFENTLICHUNGEN: Grampp, S.; Wiebel, E.: 'Revolution in Permanenz'. Die Erfindung des Buchdrucks als Gründungsfigur der Neuzeit. in: Grampp, Sven; Kirchmann, Kay; Sandl, Marcus; Schlögl, Rudolf; Wiebel, Eva (Hrsg.): *Revolutionsmedien - Medienrevolutionen*. Konstanz 2008, S. 95-123.+++Sandl, Marcus: Die Revolution als Reflexionsfigur der Geschichte. 1789, die Geschichtswissenschaft und ihre Medien. in: Grampp, Sven; Kirchmann, Kay; Sandl, Marcus; Schlögl, Rudolf; Wiebel, Eva (Hrsg.): *Revolutionsmedien - Medienrevolutionen*. Konstanz 2008, S. 65-92.+++Schlögl, Rudolf: *Revolutionsmedien - Medienrevolutionen*. was Historiker daran interessiert. in: Grampp, Sven; Kirchmann, Kay; Sandl, Marcus; Schlögl, Rudolf; Wiebel, Eva (Hrsg.): *Revolutionsmedien - Medienrevolutionen*. Konstanz 2008, S. 19-24.+++Grampp, Sven: *Ins Universum technischer Reproduzierbarkeit*. Der Buchdruck als historiographische Referenzfigur in der Medientheorie. Konstanz 2009 (im Druck).

ART: *BEGINN*: 2003-01 *ENDE*: 2005-12 *AUFTRAGGEBER*: nein *FINANZIERER*: Deutsche Forschungsgemeinschaft

INSTITUTION: Universität Konstanz, Geisteswissenschaftliche Sektion, Kulturwissenschaftliches Forschungskolleg - SFB 485 "Norm und Symbol - die kulturelle Dimension sozialer und politischer Integration" (Fach D 182, 78457 Konstanz); Universität Konstanz, Geisteswissenschaftliche Sektion, FB Geschichte und Soziologie Fach Geschichte (D6, 78457 Konstanz)

KONTAKT: Wiebel, Eva (e-mail: eva.wiebel@uni-konstanz.de)

[42-L] Wulf, Christoph; Zirfas, Jörg (Hrsg.):

Ikonomie des Performativen, München: Fink 2005, 391 S., ISBN: 3-7705-4138-3

INHALT: "Wir leben in einer Welt der Bilder - so lautet der in den Geistes- und Sozialwissenschaften konstatierte iconic turn. Gleichzeitig leben wir in einer performativen Kultur, in der Aufführungen, Inszenierungen und Rituale immer stärker an Bedeutung gewinnen. Bilder spielen beim performativen Charakter der Sprache sowie bei der Inszenierung und Wahrnehmung Sozialer bzw. künstlerischer Handlungen eine zentrale Rolle. Bilder sind Ereignisse. Sie entwickeln in performativen Aufführungen und Inszenierungen eine spezifische Kraft und Ambivalenz, die mit enigmatischen, transgressiven und liminalen Zuständen verbunden ist. In diesem szenisch-prozessuralen Spannungsverhältnis mischen sich kollektive mit individuellen Bildern, die weder allein auf Textualität reduziert noch einfach hinterschritten werden kön-

nen. In welchem Maße und zu welchem Nutzen von einer Ikonologie des Performativen gesprochen werden kann, erörtern die Autoren in struktureller, historischer und methodischer Hinsicht. Zur Sprache kommen dabei sowohl kulturspezifische wie kulturübergreifende Bildmuster, kollektive und individuelle Bildräume, Performativität im Bild sowie das Bild als performatives Medium." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Christoph Wulf, Jörg Zirfas: Bild, Wahrnehmung und Phantasie Performative Zusammenhänge (7-34); Christoph Wulf: Zur Performativität von Bild und Imagination Performativität - Ikonologie/Ikonik - Mimesis (35-49); Hans Belting: Zur Ikonologie des Blicks (50-58); Johannes Bilstein: Gestischer Lakonismus (59-83); Gunnar Schmidt: Standbilder. Zur medialen Erzeugung der Grimasse (84-103); Theodor Schulze: Abendmahl und Schlachtopfer. Übergänge zwischen Leben, Ritual und Ikone in Autobiographie und Bildern von Marc Chagall (104-132); Katja Gvozdeva: Rituale des Doppelsinns. Zur Ikonologie der Charivari-Kultur im Spätmittelalter und in der frühen Neuzeit (133-150); Christof L. Diedrichs: Imagination(en) des Heiligen (151-167); Jo Reichertz: Institutionalisierung als Voraussetzung einer Kultur der Performativität (168-188); Angela Keppler: Fiktion und Dokumentation. Zur filmischen Inszenierung von Realität (189-202); Ursula Stenger: Die konstitutive Kraft der Bilder (203-217); Ulrike Mietzner: Inszenierungen des Selbst (218-231); Yvonne Ehrenspeck, Achim Hackenberg: Zum performativen Charakter von Filmen. Das Beispiel des "Geschichtsdramas" "Hitlers Frauen - Leni Riefenstahl" (232-245); Ralf Bohnsack: Bildinterpretation und Dokumentarische Methode (246-262); Hubert Knoblauch: Video-Interaktions-Sequenzanalyse (263-278); Ludger Schwarte: Das Einräumen von Bildlichkeit. Wahrnehmungshandlungen und Ausstellungsarchitektur (279-299); Michael Parmentier: Das Schöne als Wirkung. Die Experimente des Jan Vermeer (300-321); Dieter Mersch: Das Bild als Argument. Visualisierungsstrategien in der Naturwissenschaft (322-344); Constanze Bausch, Benjamin Jörissen: Das Spiel mit dem Bild. Zur Ikonologie von Action-Computerspielen (345-364); Peter Weibel: Der Ikonoklasmus als Motor der modernen Kunst. Von der Repräsentation zur Partizipation (365-389).

1.2 Geschichte der Medien, Pressegeschichte

[43-L] Arnold, Klaus; Behmer, Markus; Semrad, Bernd (Hrsg.):

Kommunikationsgeschichte: Positionen und Werkzeuge ; ein diskursives Hand- und Lehrbuch. (Kommunikationsgeschichte, Bd. 26), Berlin: Lit Verl. 2008, 458 S., ISBN: 978-3-8258-1309-3

INHALT: "Was sind die Ziele historischer Kommunikationsforschung? Über welche Theorien wird in der Kommunikationsgeschichte diskutiert? Welche Methoden eignen sich für die Erforschung historischer Fragestellungen? Das Lehr- und Handbuch informiert über den aktuellen theoretischen Diskurs und die zentralen Werkzeuge, die zur historischen Erforschung der öffentlichen Kommunikation und der Fachgeschichte herangezogen werden können. Der thematische Bogen spannt sich von der Kulturwissenschaft und Systemtheorie über Biographismus und Genderforschung bis hin zu quantitativen und qualitativen Analyseverfahren." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Horst Pöttker: Brauchen wir noch (Kommunikations-)Geschichte? Plädoyer für ein altes Fach mit neuem Zuschnitt (19-43); Rainer Gries: Kulturgeschichte des Kommunizierens. Konjunktionen, Konjunkturen und Konnektivitäten (45-72); Kurt Imhof: Aufklärung - quo vadis? Öffentliches Wissen in der Wissensgesellschaft (73-109); Klaus Arnold: Kommunikationsgeschichte als Differenzierungsgeschichte. Integration

von system- und handlungstheoretischen Perspektiven zur Analyse kommunikationsgeschichtlicher Prozesse (111-134); Rudolf Stöber: Medien und Zeit. Was machen die Medien mit der Zeit - was macht die Zeit mit den Medien? (135-154); Wolfram Peiser: Riepls "Gesetz" von der Komplementarität alter und neuer Medien (155-183); Wolfgang R. Langenbuche: Wider die biografische Blindheit. Plädoyer für Journalismus, Werke und Personen (185-207); Susanne Kinnebrock: Gender matters! Oder inwieweit die Kommunikationsgeschichte von der Frauen- und Geschlechtergeschichte profitieren kann (209-233); Rainer Gries: Kommunikationshistorie aus generationengeschichtlicher Perspektive. Ein kursorischer Überblick (235-258); Stefanie Averbeck: Zur Methodologie fach- und theorienhistorischer Forschung. Triadischer Epistemologiebegriff (259-286); Edgar Lersch, Rudolf Stöber: Quellenüberlieferung und Quellenrecherche (289-322); Jürgen Wilke: Quantitative Verfahren in der Kommunikationsgeschichte (323-441); Markus Behmer: Quellen selbst erstellen. Grundzüge, Anwendungsfelder und Probleme von Oral History in der medien- und kommunikationsgeschichtlichen Forschung (343-359); Christoph Classen: Qualitative Diskursanalysen in der historischen Medien- und Kommunikationsforschung (363-382); Michael Meyen: Methoden historischer Mediennutzungsforschung (383-400); Hans Bohrmann: Zeitungsstatistik in Deutschland. Entwicklung und gegenwärtiger Stand (401-412); Josef Seethaler: "Vermittelte Mitteilung". Historische Dokumente als Basis zur Erhebung unabhängiger Variablen des Kommunikationsprozesses (413-431); Maria Löblich: Ein Weg zur Kommunikationsgeschichte. Kategoriengeleitetes Vorgehen am Beispiel Fachgeschichte (433-454).

[44-L] Baier, Konrad F.:

In der Ferne sieht man die Demokraten: das Fernsehen in der Ära Adenauers und die Entwicklung der politischen Kultur, Düsseldorf: VDM Verl. Dr. Müller 2007, 396 S., ISBN: 978-3-8364-0863-9 (Standort: UB Münster Zweigbibl. Sozialwiss.(6A)-MG15150/100)

INHALT: "Das Fernsehen. Kein anderes Medium erreicht die Massen besser, wird so lange am Tag genutzt und würde stärker vermisst werden. Fernsehen polarisiert und bietet täglich Gesprächs- und Diskussionsstoff, wobei es seinen Einfluss auf alle Lebensbereiche ausdehnen kann. Wenn Fernsehen eine so bedeutende Wirkung auf die öffentliche Meinung entwickelt, so ist die Frage nahe liegend, ob, und wenn ja in welcher Form, es für unsere bundesrepublikanische Demokratie von Bedeutung war. Für den Historiker ist hierbei die Anfangsphase der Demokratie nach dem Zweiten Weltkrieg von besonderem Interesse. Hier musste sich das Fernsehen als Artefakt und Medium quasi vollständig neu etablieren. Der Autor nimmt den Leser mit in eine Zeit, in der Wirtschaftswunder und Kalter Krieg die Eckpfeiler des politischen Alltags waren und führt ihm vor Augen, was sich im Schatten des vermeintlichen Unterhaltungsmediums alles bewegte. Das Buch richtet sich nicht ausschließlich an Historiker und Politikwissenschaftler, sondern bietet allen Interessierten einen umfassenden Überblick über die frühe Phase des faszinierenden Mediums in der BRD und beleuchtet dabei dessen politische Bedeutung." (Autorenreferat)

[45-L] Böhn, Andreas; Seidler, Andreas:

Mediengeschichte: eine Einführung, (Bachelor-Wissen), Tübingen: Narr 2008, 217 S., ISBN: 978-3-8233-6415-3

INHALT: Die Einführung ist in vier Themenblöcke gegliedert. Der erste Themenblock schafft eine begriffliche und theoretische Basis für die weitere Betrachtung des Phänomens der Medien (Kommunikations- und Zeichentheorie, Medienbegriffe). Der zweite Themenblock behandelt die Entwicklung der sprachbasierten Medien bis zum 20. Jahrhundert - Mündlichkeit und Schriftlichkeit, die Entwicklung von Text, Buch und Druck, die Entstehung von Öffentlichkeit (Zeitungen, Zeitschriften) und die Entwicklung der Bildmedien sowie den Wandel der Beziehungen, in denen Sprache und Bild im Laufe der Mediengeschichte zueinander stehen. Der dritte Themenblock behandelt die Entwicklung der modernen technischen Medien seit dem 19. Jahrhundert (Fotografie, Film, Radio und Fernsehen, Computer und Internet, Multimedia und Hypermedia). Im vierten Themenblock werden übergeordnete Aspekte der Mediengeschichte angesprochen: Selbstreflexivität und Intermedialität, Medienwelten und Medienwirklichkeit, Mediennutzung und Medienwirkung. Die einzelnen Kapitel sind mit Übungsaufgaben versehen. (ICE2)

[46-L] Galassi, Stefania:

Pressepolitik im Faschismus: das Verhältnis von Herrschaft und Presseordnung in Italien zwischen 1922 und 1940, (Beiträge zur Kommunikationsgeschichte, Bd. 19), Stuttgart: Steiner 2008, 562 S., ISBN: 978-3-515-08066-8 (Standort: UB Köln(38)-36A2577)

INHALT: "Das Buch bietet eine kommunikationshistorische Untersuchung der durch das faschistische Regime Italiens eingeführten durchgreifenden Veränderungen im Bereich der Presse: In welchen Phasen der allgemeinen Politik, mit welchen Mitteln und in welchen Formen und Ausmaßen nahm es Eingriffe zu Gunsten eines zentral gesteuerten 'Staatsjournalismus' vor? Die Autorin deckt die unterschiedlichen Interessenlagen, die Motive der Beteiligten in Partei, Verbänden und staatlichen Verwaltungen, ihre Intentionen und Wirkungen auf. Die Analyse der Reglementierungs- und Instrumentalisierungsversuche der Presse durch gesetzgeberische Maßnahmen, Gewaltanwendung, die zwangsweise Auswechslung von Zeitungseigentümern und Verlegern enthüllt die Willkür der Staatsgewalt im fascistizzazione-Prozess sowie die unüberwindlichen Diskrepanzen zwischen den Modernisierungsansprüchen einiger Pressepolitiker und der vom Regime erwarteten Loyalität der Journalisten. Überzeugend analysiert die Autorin die Faktoren, die das Programm zur Etablierung einer idealen 'faschistischen Presse' in der zweiten Hälfte der dreißiger Jahre zum Scheitern brachten." (Autorenreferat)

[47-F] Hudemann, Rainer, Prof.Dr.Dr.h.c.; Zimmermann, Clemens, Prof.Dr.; Kuderna, Michael, Dr. (Leitung):

Medienlandschaft Saar 1945-2005

INHALT: Das vom Lehrstuhl für Kultur- und Mediengeschichte und dem Lehrstuhl für Neuere und neueste Geschichte initiierte Forschungsprojekt Medienlandschaft Saar 1945-2005 in Zusammenarbeit mit der Landespressekonferenz hat es sich zum Ziel gesetzt, erstmals eine für das Saarland grundlegende Gesamtdarstellung der Presse- und Rundfunkgeschichte zu erarbeiten. Zugleich sollen in diesem Projekt die Zusammenhänge eines eigenständigen, territorial fundierten Medien- und Kommunikationsensembles herausgestellt werden. Für den vom Lehrstuhl Kultur- und Mediengeschichte verantworteten Zeitabschnitt 1955/57-2005/7 werden einerseits die Entwicklung sowie die Charakteristika der Printmedien, des Rundfunks und des Fernsehen unter Berücksichtigung der besonderen Rahmenbedingungen an der Saar wie

auch über politische Zäsuren hinweg untersucht. Erforscht werden sollen sowohl grundlegende medienpolitische Weichenstellungen wie auch die tatsächlichen Medienangebote. In einem zweiten Schwerpunkt widmet sich das Projekt dem Aufzeigen von Strukturen innerhalb der Medienlandschaft, aber auch den Organisations- und Kommunikationsprozessen innerhalb einzelner Medien. Besondere Berücksichtigung findet das Handeln einzelner Akteure. Abschließend beschäftigt sich die Arbeit mit den Tendenzen zur Regionalisierung der Medienberichterstattung. Grundzüge/ Strukturen: 1. Grundzüge der saarländischen Medienpolitik; 2. Struktur der saarländischen Hörfunk- und Fernsehinstitutionen; 3. Strukturen der Printmedien (Tageszeitungen); 4. Strukturen und Angebote weiterer Printmedien (Wochenspiegel und Zeitschriften). Organisations- und Kommunikationsprozesse: 1. Organisations- und Kommunikationsprozesse Hörfunk und Fernsehen; 2. Binnen- und Außenkommunikation bei der Printpresse; 3. Öffentlichkeitsarbeit, öffentliche Foren und Aktionen von SZ und SR; 4. Publikumsforschung beim SR. Berufsorganisation und Berufsbilder: 1. Veränderungen der Berufsbilder Hörfunk; 2. Veränderungen der Berufsbilder Fernsehen; 3. Veränderungen der Berufsbilder Printpresse; 4. Kommunikation und Politische Organisation im Fachjournalismus. Programme, Angebote, Inhalte: 1. Programme und Angebote Hörfunk; 1.1 die Entwicklung des Hörspiels als Paradigma des SR-Programmprofils nach 1945; 2. Programme und Angebote SR-Fernsehen; 3. mediale Angebote und Inhalte Printpresse/ Textjournalismus; 4. Visualisierungsstrategien in der Printpresse; 5. "Gastarbeiter" in der Wahrnehmung der Saarbrücker Zeitung (bis 70er Jahre); 6. "Gastarbeiter" und Ausländerproblematik in der Wahrnehmung der Saarbrücker Zeitung (ab 70er Jahre); 7. Kommunikations- und Medialisierungsprozesse der Neuen Sozialen Bewegungen in den 1960er- und 70er Jahren. Medien und Region: 1. Regionalisierung als mediale Grundstrategie saarländischer Medien: Saarländischer Rundfunk (v.a. TV) und Radio Salü; 2. die Saarbrücker Zeitung und ihre Region. *ZEITRAUM*: 1945-2005 *GEOGRAPHISCHER RAUM*: Saarland

VERÖFFENTLICHUNGEN: Zimmermann, Clemens; Kuderna, Michael; Hudemann, Rainer (Hrsg.): Medienlandschaft Saar (geplant).

ART: *BEGINN*: 2007-01 *ENDE*: 2009-12 *AUFTRAGGEBER*: nein *FINANZIERER*: keine Angabe

INSTITUTION: Universität des Saarlandes, Fak. 03 Geschichts- und Kulturwissenschaften, Historisches Institut Lehrstuhl für Neuere und Neueste Geschichte (Postfach 151150, 66041 Saarbrücken); Universität des Saarlandes, Fak. 03 Geschichts- und Kulturwissenschaften, Historisches Institut Lehrstuhl für Kultur- und Mediengeschichte (Postfach 151150, 66041 Saarbrücken)

KONTAKT: Hudemann, Rainer (Prof.Dr.Dr. Tel. 0681-3022313,
e-mail: hudemann@mx.uni-saarland.de)

[48-F] Mattes, Gudrun (Bearbeitung); Hudemann, Rainer, Prof.Dr.Dr.h.c.; Saint-Gille, Anne-Marie, Prof.Dr. (Betreuung):

Journalisme et pouvoir politique. La fonction de la Nouvelle Gazette rhénane pendant la Révolution de 1848

INHALT: Das Thema der Arbeit ist die Beziehung zwischen Journalismus und politischer Macht. Dabei wenden sich die Forscher besonders einem neuen Aspekt der politischen Macht zu, der in Deutschland während des Vormärz entstanden ist: der Beeinflussung und des Einflusses der Öffentlichkeit. Sie wählen für ihre Untersuchung ein oppositionelles Blatt, die Neue Rheinische Zeitung (NRZ), das sich explizit zum Ziel setzt, nicht nur zu informieren, sondern

auch eine politische Meinung zu propagieren. Diese Einflussnahme auf die Öffentlichkeit wird in der revolutionären Situation von 1848 zu einer politischen Strategie. Marx propagiert eine Art "Aktionseinheit" mit den fortschrittlichen und demokratischen Elementen des Bürgertums, anstatt sofort eine eigene Arbeiterorganisation aufzubauen. Diese Konzeption wird ebenfalls auf eine neue Zeitung übertragen, die folgerichtig den Untertitel "Organ der Demokratie" erhält. Marx' Idee, sich auf die progressiven Teile des Bürgertums zu stützen ist nicht neu. Sie erscheint zum ersten Mal in seinen Briefen aus der Zeit der Rheinischen Zeitung, wird dann in der "Kritik der Hegelschen Rechtsphilosophie" weitergeführt und schließlich im "Kommunistischen Manifest" ausführlicher erörtert. Es ist allerdings das erste Mal, dass diese Idee in die Praxis umgesetzt werden soll. Marx steht jetzt auch nicht mehr nur für sich selbst, als mehr oder weniger isolierter Intellektueller, sondern als führendes Mitglied einer politischen Organisation, des "Bundes der Kommunisten". Die Verbindung zwischen NRZ und dem "Bund der Kommunisten" wird einen wichtigen Teil der Forschungsarbeit ausmachen. Die Entwicklung der marxistischen Ideologie hat sich zu einem nicht unbeträchtlichen Teil im Rahmen der NRZ abgespielt. Auf praktisch-organisatorischer Ebene ist die Rolle der NRZ entscheidend, weil in und durch ihre Redaktion die Arbeit im "Kölner Arbeiterverein" und in der "Demokratischen Gesellschaft" koordiniert wird. Gleichzeitig dient die Zeitung als "Transmissionsriemen" der politischen Analysen und Stellungnahmen zu den Ereignissen, die sich zunehmend überschlagen. Eine Zeitung ist in der Lage, schnell auf wechselnde Ereignisse zu reagieren und erreicht ein größeres Publikum in kürzerer Zeit als eine subversive Gruppe. Da die in der Märzrevolution errungenen Freiheiten eine im Untergrund agierende Organisation vorerst überflüssig machen, wird der "Bund der Kommunisten" in der Folge aufgelöst. Die Redaktion der NRZ wird faktisch zu einem Ersatz.

ART: AUFTRAGGEBER: keine Angabe **FINANZIERER:** keine Angabe

INSTITUTION: Universität des Saarlandes, Fak. 03 Geschichts- und Kulturwissenschaften, Historisches Institut Lehrstuhl für Neuere und Neueste Geschichte (Postfach 151150, 66041 Saarbrücken)

KONTAKT: Institution (Tel. 0681-302-2313, Fax: 0681-302-4793)

[49-F] Oehler Brunnschweiler, Marlen (Bearbeitung); Moos, Carlo, Prof.Dr. (Betreuung):

Krisenbewusstsein und Identitätsdiskurs in der schweizerisch-jüdischen Presse, 1929-1939

INHALT: Die Dissertation ist eine Weiterentwicklung des Lizentiats der Autorin zum Thema: Das Krisenbewusstsein deutscher Juden in der Endphase der Weimarer Republik, im Spiegel der jüdischen Presse (2002). Die Untersuchung basierte auf den drei gesamtdeutschen Pressezeugnissen "CV-Zeitung", "Jüdische Rundschau" und "Der Israelit". Die Dissertation behandelt nun eine schweizerisch-jüdische Perspektive: Im Fokus der Doktorarbeit steht die Krisenperzeption und der Identitätsdiskurs in der schweizerisch-jüdischen Presse von 1929 bis 1939. Grundlage für die Quellenanalyse sind Zeitungsartikel v.a. aus dem "Israelitischen Wochenblatt für die Schweiz" und der "Jüdischen Presszentrale Zürich", sporadisch (da nicht während des gesamten Zeitraums erschienen) auch aus der "Nouvelle Presse Juive" (Genf), der "Revue Juive de Genève" sowie aus dem zionistischen Blatt "Das jüdische Heim". Die Autorin untersucht einerseits, wie in der schweizerisch-jüdischen Öffentlichkeit der zweiten Hälfte der Zwischenkriegszeit die Entwicklungen in Deutschland für die Schweiz und die Schweizer Juden beurteilt wurden. Andererseits geht es um die Frage, wie "jüdische Identität" in der schweizerisch-jüdischen Presse konstruiert wurde. Identitäts-Dimensionen, entlang derer die verschiedenen Identitätswürfe entschlüsselt werden sollen, sind die Topoi "Blutge-

meinschaft" (Rasse, Erbe, Blut, Volk), "Abstammungsgemeinschaft" (Volk, Geschichte, Stamm), "Religionsgemeinschaft", "Schicksalsgemeinschaft", "Nationale Gemeinschaft" (Zionismus), "Kulturgemeinschaft" (jüd. Kultur, jüd. Geist, jüd. Wesen) sowie das Themenfeld "Schweizer Juden - Jüdische Schweizer". Die Grenzen dieser Identitätsfacetten sind mehrheitlich fließend. Thesen sind: a) dass jüdische Identität nicht eindeutig bestimmbar ist, sondern ein hybrides Konstrukt darstellt und b) dass sich das schweizerisch-jüdische Selbstkonzept im untersuchten Zeitraum im Zuge der sich verschärfenden (außenpolitischen) Krise resp. einer erhöhten Krisenwahrnehmung verändert. In welche Richtung und in welcher Intensität bleibt zu zeigen. *ZEITRAUM*: 1929-1939 *GEOGRAPHISCHER RAUM*: Schweiz

METHODE: Theoriegeleitete Analyse der genannten Identitätsdimensionen in den Zeitungsartikeln. Entlang einzelner Schlagworte und ihrer Einbettung in den Zeitungskontext sollen verschiedene Identitätsdiskurse, Argumentationsbrüche und Narrative offengelegt werden.

VERÖFFENTLICHUNGEN: Oehler Brunnschweiler, M.: Bildwelten im Zeichen der Abwehr: Bild-Text-Narrative im Israelitischen Wochenblatt für die Schweiz, 1929-1939. in: *SZfG* (erscheint voraussichtlich im Herbst 2009).+++Oehler, M.: Krisenwahrnehmungen in der jüdischen Presse. Eine quantitative Betrachtung deutsch-jüdischer Zeitungen in der Endphase der Weimarer Republik. in: Lappin, Eleonore; Nagel, Michael (Hrsg.): *Deutsch-jüdische Presse und jüdische Geschichte: Dokumente, Darstellungen, Wechselbeziehungen*. Bd. 2. Bremen 2008, S. 139-161.

ART: *BEGINN*: 2006-06 *ENDE*: 2010-06 *AUFTRAGGEBER*: nein *FINANZIERER*: Forschungskredit der Universität Zürich

INSTITUTION: Universität Zürich, Philosophische Fakultät, Historisches Seminar (Karl-Schmid-Str. 4, 8006 Zürich, Schweiz)

[50-F] Reh, Sabine, Prof.Dr.; Scholz, Joachim (Bearbeitung):

Schulkultur, Jugendkultur und Schülerzeitungen. Transformationen eines Kommunikationsmediums

INHALT: Ziel des Forschungsvorhabens ist die historische Rekonstruktion des Wandels westdeutscher Schulkultur und Jugendkultur an Schulen in der Nachkriegszeit. Es wird davon ausgegangen, dass mit den sich im Untersuchungszeitraum rasch verbreitenden Schülerzeitungen ein relevanter, noch nicht beachteter Quellentyp vorliegt. Der quantitativen und qualitativen Auswertung eines kürzlich an der Bibliothek für Bildungsgeschichtliche Forschung Berlin verzeichneten umfangreichen Bestandes von Schülerzeitungen soll folglich die Hauptaufmerksamkeit gelten. Hierbei wird es darum gehen, diesen Bestand systematisch in der Schülerzeitungslandschaft der Bundesrepublik zu verorten, thematische Schwerpunkte auszumitteln und in qualitativen Einzelfallstudien danach zu fragen, wie sich über einen längeren Zeitraum an einzelnen Schulen die Institution Schülerzeitung etabliert und wandelt und Phänomene des Schulalltags sowie jugendkulturspezifische Themen darin von unterschiedlichen Akteuren, vornehmlich Schülern selbst, bearbeitet werden. Im Mittelpunkt steht dann die Frage, inwieweit diese Prozesse als Ausdruck einer spezifischen Schulkultur und ihrer Veränderung interpretiert werden können. *ZEITRAUM*: 1952-1963 *GEOGRAPHISCHER RAUM*: alte Bundesrepublik Deutschland

METHODE: Es wird ein Design gewählt, in dem auf eine umfangreiche quantitative Auswertung aller Schülerzeitungen des Bestandes (u.U. Zeitraum einschränken; 1952 bis 1963). Untersuchungsdesign: Querschnitt *DATENGEWINNUNG*: Aktenanalyse, standardisiert; Aktenanalyse, offen (Stichprobe: ca. 1.000; Schülerzeitungen mit einer je unterschiedlichen Anzahl von

Exemplaren, als Korpus aufbereitet in der Bibliothek für Bildungswissenschaftliche Forschung Berlin). Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts.

ART: *AUFTRAGGEBER:* nein *FINANZIERER:* keine Angabe

INSTITUTION: Technische Universität Berlin, Fak. I Geisteswissenschaften, Institut für Erziehungswissenschaft Fachgebiet Allgemeine und Historische Erziehungswissenschaft (Franklinstr. 28-29, FR 4-3, 10587 Berlin)

KONTAKT: Scholz, Joachim (Tel. 030-314-24435, e-mail: joachim.scholz@tu-berlin.de)

[51-L] Retter, Ralf:

Für "Revolution und Reformation": der Publizist Fritz Söhlmann im Dritten Reich, in:

Zeitschrift für Geschichtswissenschaft, Jg. 57/2009, H. 3, S. 215-236

INHALT: Der Autor zeichnet den beruflichen Werdegang des Schriftleiters und Herausgebers der von der Bekennenden Kirche editierten 'Jungen Kirche' Fritz Söhlmann nach. In seiner Jugend engagierte sich Söhlmann in der christlich-völkischen Jugend dem Jungdeutschen Orden. Er begann seine publizistische Karriere als Herausgeber der Monatszeitschrift 'Der Vormarsch'. Gleichzeitig setzte er sich für die Ziele der Ökumenischen Bewegung ein. Im Juni 1933 übernahm Söhlmann die Schriftleitung der 'Jungen Kirche', die, obwohl sich zunehmend zu einer pro-nationalsozialistischen Zeitschrift entwickelnd, im Jahr 1941 verboten wurde. In diese Zeit fällt auch das Zerwürfnis Söhlmanns mit den 'Dahlemiten' um Pfarrer Martin Niemöller. Söhlmann war zwar nie Mitglied der NSDAP, pflegte aber enge Kontakte zu ausgewiesenen Nationalsozialisten. Der Verfasser bezeichnet den Publizisten als eine Person, 'die meinte, gleichzeitig der Kirche und dem Dritten Reich dienen zu können, dabei aber, ob sie es wollte oder nicht, weitgehend christliche Prinzipien und Werte preisgab'. (ICC)

[52-L] Reuband, Karl-Heinz:

Die Leserschaft des "Stürmer" im Dritten Reich: soziale Zusammensetzung und antisemitische Orientierungen, in: Historical Social Research : the official journal of Quantum and Interquant ; an international journal for the application of formal methods to history, Vol. 33/2008, No. 4 = No. 126, S. 214-254 (Standort: USB Köln(38)-XG05183; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "On the basis of a secondary analysis of a nationwide face-to-face survey of the 'Institut für Demoskopie' from 1949 (N=1.915) it is analyzed how many Germans ever read the Nazi-weekly 'Der Stürmer' in times of the Third Reich and what kind of attitudes went along with it. It is shown that a majority ever read articles in the paper, often in a notice board erected in public spaces. Men and higher educated had a disproportionate share among the readers; the major reason for it is to be seen in their general use of mass media. Whoever read the 'Stürmer' had a higher chance than others to have anti-Semitic attitudes in times of the survey. Furthermore men more often had anti-Semitic attitudes than females and younger more often than older people. With regard to education the relationship was less clear cut. However, one thing can be taken for granted: whether higher educated people endorse prejudice more often than other educational groupings is not a matter of cognitive competence, but a function of historical circumstances." (author's abstract)

[53-L] Stammen, Theo:

Hundert Jahre "Zeitschrift für Politik", in: Zeitschrift für Politik : Organ der Hochschule für Politik, Sonderband, 2009, Bd. 3, S. 17-26

INHALT: Die Absicht der Studie ist es, den hundertjährigen Lebenslauf der Zeitschrift für Politik durch die von Diskontinuitäten geprägten deutschen Zeitverhältnisse zu verfolgen und darzustellen, um auf diese Weise das Profil dieser Zeitschrift in der Prägung durch eben diese Zeitgeschichte herauszuarbeiten. Es wird gezeigt, wie die Zeitschrift für Politik als Zeit-Schrift in ihren jetzt hundert Jahren Dauer sich den politischen Zeitverhältnissen gestellt hat, wie sie sich beobachtend und mitgestaltend auf sie eingelassen hat und wie sie von diesen politischen Zeitverhältnissen mit- und auch fortgerissen worden ist und sogar in Gefahr geriet, von ihnen völlig verschlungen und in ihrer politischen Identität zerstört zu werden; wie sie sich aber nach diesen krisenhaften Einbrüchen in der Geschichte auch wieder gefunden und erneuert hat und auf ihre ursprüngliche, ihr von den Gründern und ersten Herausgebern Richard Schmidt und Adolf Grabowsky schon 1907 mit auf den Weg gegebene doppelte Aufgabenstellung zurückbesann und daran in ihrer Praxis wieder anknüpfte: als politische Zeitschrift einmal der umfassenden sachlichen Information und Wissensvermittlung über alle Erscheinungen des Politischen, zum anderen zugleich aber auch der an philosophischen Wertprämissen und normativen Prinzipien orientierten und so fundierten politischen Urteilsbildung zu dienen. (ICF2)

[54-F] Straub, Constanze, lic.rer.soc.; Hofstetter, Brigitte; Luzio, Elena (Bearbeitung); Beck, Daniel, Dr.rer.soc. (Leitung):

Geschichte der SRG SSR: neue Formate, neue Ausdrucksformen

INHALT: Im Forschungsprojekt "Neue Formate, neue Ausdrucksformen" stehen spezifische Fragen zur Programmgestaltung im Vordergrund: Es soll die Entwicklung der Informationssendungen (Regionalisierung der Hauptnachrichtensendungen, Aufschwung des Infotainments, neue politische Diskussionssendungen), des Sportressorts, der Sendungen mit Bildungsfunktion (z.B. Wissenschaftsmagazine) sowie namentlich auch der Unterhaltungssendungen, mit Blick auf Spielsendungen, Satire und schweizerische Varianten des "Reality TV" nachgezeichnet werden. Ziel ist die Erstellung eines Kapitels in einer Gesamtdarstellung zur Geschichte der SRG SSR seit 1983. Die Resultate sollen in einem wissenschaftlich fundierten, allgemein verständlichen Buch publiziert werden. Zentral sind dabei neben der Entwicklung neuer Formate und neuer Ausdrucksformen in den SRG-Programmen die wechselseitigen Auswirkungen zwischen dem Wandel der Medien einerseits und den gesellschaftlichen, politischen und kulturellen Veränderungen in der Schweiz andererseits. Themen der geplanten Kapitel sind der Wandel der schweizerischen Medienlandschaft, die Liberalisierung der Telekommunikation, Globalisierung und technologischer Wandel, Unternehmensstrukturen der SRG SSR, die Bedeutung der SRG SSR als Kulturschaffende sowie Programmgestaltung und -empfang. Leitung des Gesamtprojekts: Theo Mäusli, Radiotelevisione svizzera, RTSI, 6903 Lugano; Andreas Steigmeier, Husmatt 7, 5405 Baden; François Vallotton, Université de Lausanne, BSFH 2 Section d'histoire, 1015 Lausanne. *ZEITRAUM:* ab 1983 *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Deutschschweiz, Romandie, Tessin

METHODE: Qualitativ: Die Entwicklung der Formate wird anhand einer Dokumentenanalyse von SRG-internen Quellen (Jahresberichte, Dokumente des Publikumsrats und des Forschungsdiensts) nachgezeichnet, die öffentliche Diskussion darüber mittels der Analyse von

Medienberichten. Ergänzende Informationen sollen mittels Leitfadeninterviews erhoben werden. Bei ausgewählten Sendungen werden einzelne Ausgaben direkt visioniert und inhaltsanalytisch erfasst. *DATENGEWINNUNG*: Inhaltsanalyse, offen; Akten- und Dokumentenanalyse, offen (einzelne Sendungen, interne Dokumente der SRG, Medienberichterstattung). Qualitatives Interview. Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts.

ART: *BEGINN*: 2008-02 *ENDE*: 2010-03 *AUFTRAGGEBER*: Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft -SRG- *FINANZIERER*: Auftraggeber

INSTITUTION: Universität Fribourg, Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät, Fachbereich Medien- und Kommunikationswissenschaft (Boulevard de Pérolles 90, 1700 Fribourg, Schweiz)

KONTAKT: Leiter (e-mail: daniel.beck@unifr.ch)

[55-L] Weber, Heike:

Das Versprechen mobiler Freiheit: zur Kultur- und Technikgeschichte von Kofferradio, Walkman und Handy, (Science Studies), Bielefeld: transcript Verl. 2008, 366 S., ISBN: 978-3-89942-871-1

INHALT: Die Untersuchung verfolgt zwei Ziele: auf theoretisch-methodischer Ebene wird die Entwicklung technischer Konsumgüter als eine Wechselwirkung zwischen unterschiedlichen Nutzerkonstellationen gefasst, an denen Akteure ihr Handeln ausrichten; auf empirischer Ebene geht es um die Beschreibung der Entwicklung des mobilen Technikkonsums in Deutschland. Die Verfasserin stellt zunächst ihren Ansatz der "user de-signs" vor. Dieser Ansatz betrachtet Nutzerkonstruktionen, wie sie auf Seiten der Produzenten, der Konsumenten, in den Produkten selbst sowie im Mediating zum Ausdruck kommen und die sich gegenseitig beeinflussen. Drei historische Fallstudien schließen sich an, und zwar (1) zur Mobilisierung des Radios in den 1950er und 1960er Jahren ("Kofferradio"), (2) zu den Kassettenrekordern und vor allem dem Walkman in den 1970er und 1980er Jahren (Normalisierung des mobilen Kopfhörer-Einsatzes) und (3) zur Mobilisierung der Alltagskommunikation durch das Mobiltelefon in den 1990er Jahren. Diese drei Fallstudien weisen aufgrund der gerätespezifischen Technikulturen unterschiedliche Schwerpunktsetzungen auf. Für die Radioportables war die Ausweitung der Hörorte zentral, für die Aneignung des Walkmans waren es die scharfen kulturkritischen Debatten, die der mobile Kopfhörergebrauch auslöste. Mit dem Mobiltelefon schließlich traf die Vorstellung eines cyborghaften, personalisierten Technikbegleiters auf eine breite Begeisterung unter den Massenkonsumenten, sie sich mit dem Einschalten des Geräts auch selbst für andere verfügbar machten. Alle drei Fallstudien zeigen parallel zur Mobilisierung der Techniknutzung einen Trend zur Miniaturisierung und verdeutlichen die Pionierrolle der Jugendlichen bei der Ausweitung der jeweiligen Technik. (ICE2)

[56-L] Wilke, Jürgen (Hrsg.):

Massenmedien und Spendenkampagnen: vom 17. Jahrhundert bis in die Gegenwart, Köln: Böhlau 2008, 335 S., ISBN: 978-3-412-20209-5

INHALT: "Heutzutage sind die Massenmedien wirkungsvolle Mittel, um bei Naturkatastrophen und in anderen Notlagen enorme Geld- und Sachspenden einwerben zu können. Diese Funktion ist aber keineswegs neu. Seit wann und in welchen Fällen Massenmedien zu diesem Zweck eingesetzt werden, zeigen die hier versammelten Beiträge. Die Anfänge führen ins 17.

Jahrhundert zurück, als Zeitungen und bald auch Intelligenzblätter zu mildtätigen Spenden aufriefen. Später zielte man auf patriotische Opfergaben. Im Ersten Weltkrieg wurde für die Zeichnung von Kriegsanleihen geworben. Die Nationalsozialisten entfesselten Spendenkampagnen in Presse, Rundfunk und Wochenschau vor allem für das Winterhilfswerk. Abschließend werden die Formen heutiger Spendenwerbung im Fernsehen dargestellt, in dem Benefizsendungen und Spendengalas zu festen Programmgenres geworden sind, deren Auswirkungen jedoch inzwischen Anlass für Kritik an den beteiligten Hilfsorganisationen geben." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Jürgen Wilke: Von der Lotterie zur patriotischen Opfergabe. Vorstufen und Erscheinungsformen von Spendenkampagnen in der älteren Presse (15-72); Jette Kilian: Propaganda für die deutschen Kriegsanleihen im Ersten Weltkrieg (73-160); Andreas Martin: Medieneinsatz und Propaganda zum Winterhilfswerk im Dritten Reich (161-232); Bettina Kreusel: Das Fernsehen als Spendengenerator. Eine Bestandsaufnahme der Sendungsangebote (233-335).

[57-L] Wilke, Jürgen:

Grundzüge der Medien- und Kommunikationsgeschichte, (UTB, 3166), Köln: Böhlau 2008, 452 S., ISBN: 978-3-8252-3166-8

INHALT: Der Verfasser gibt zunächst einen Überblick über die Vorgeschichte der Massenkommunikation von der oralen Kommunikation über Vorstufen der Massenkommunikation in der Antike bis zur Kommunikation im Mittelalter. Er behandelt im Folgenden die Entstehung der Massenkommunikation und geht in diesem Zusammenhang ausführlich auf die Ausbreitung der Drucktechnik und ihrer Einsatzbereiche ein. Eine Darstellung der Institutionalisierung der Massenkommunikation und ihrer funktionalen Erweiterung schließt sich an (Frühformen von Zeitung und Zeitschrift in Deutschland und Frankreich). Im Anschluss an die Expansion und Diversifikation der Massenkommunikation im 18. Jahrhundert wird ihre Retardierung und Entfesselung im 19. Jahrhundert behandelt - von den Anfängen des Jahrhunderts bis 1819, in der Zeit des Vormärz (1819-1848) und zwischen Märzrevolution und Reichsgründung (1848-1871) sowie im Kaiserreich (1871-1918). Die Untersuchung schließt mit der Plurimedialität der Massenkommunikation im frühen 20. Jahrhundert (optische Medien, auditive Medien, Pressemedien) bis 1933. (ICE)

1.3 Massenmedien

[58-L] Abratzsova, Natallia:

Interaktives Fernsehen im internationalen Vergleich: eine länderübergreifende Analyse zwischen Deutschland und Weißrussland, Hannover: Wiss.-Verl. Thüringen 2008, XIV, 305 S., ISBN: 978-3-936404-45-6 (Standort: UB Ilmenau(IIm1)-97MDW08A3413)

INHALT: "Im Rahmen dieser Arbeit wurde eine länderübergreifende Analyse des Medienproduktes interaktives Fernsehen (ITV) in den Ländern mit unterschiedlichen Voraussetzungen und Rahmenbedingungen - Deutschland und Weißrussland - bezüglich Gemeinsamkeiten und Unterschiede unter Berücksichtigung theoretischer und empirischer Erkenntnisse durchgeführt. Der Untersuchungsgegenstand ITV wurde als Erweiterung des klassischen Fernsehens betrachtet. Der Fokus der Betrachtung lag aufseiten des Content und der Technik unter Be-

rücksichtigung aktueller Entwicklungen. Als ein Ergebnis dieser Arbeit wurde anhand der empirischen Untersuchung ein Konzept bzw. ein Instrumentarium zur länderübergreifenden Analyse des Medienproduktes ITV entwickelt, das die Dynamik der aktuellen Entwicklungen einbezieht. Dieses Instrumentarium stellt ein Kategoriensystem dar, das unterschiedliche Bereiche impliziert. Das Instrumentarium erlaubt den internationalen Vergleich von ITV aus unterschiedlichen Perspektiven unter Bezugnahme aktueller Entwicklungen. Da diese Arbeit an die Institutionen gerichtet ist, die sowohl in Deutschland als auch in Weißrussland an der Etablierung interaktiver Medien interessiert sind, wurden für diese allgemeine Handlungsempfehlungen mit den Hinweisen zur ITV-Durchsetzung abgeleitet. Als ein weiteres Ergebnis der Untersuchung wurden einige Annahmen bezüglich der Weiterentwicklung, Durchsetzung und Akzeptanz von ITV sowohl für Deutschland als auch für Weißrussland getroffen. Um die Einflussgrößen oder Faktoren, die für ähnliche oder unterschiedliche Entwicklung eines Medienproduktes in den untersuchten Ländern verantwortlich sind, herauszufinden, wurde ein Modell 'Content, Technik, Organisation' von Krömker/ Klimsa (2005) herangezogen. Dabei wurde herausgearbeitet, dass die externen Faktoren wie Gesellschaft, Politik, Rechtssystem, wirtschaftliches System und Mediensystem die Entwicklung der Medienprodukte länderspezifisch machen. Diese Arbeit stellt zusammenfassend einen theoretisch fundierten, methodischen Leitfadens zur länderübergreifenden Analyse des interaktiven Fernsehens dar. Laut des entwickelten Instrumentariums konnten mehrere Ansatzpunkte für den internationalen Vergleich des interaktiven Fernsehens dargelegt werden." (Autorenreferat)

[59-L] Christova, Christiana; Förger, Dirk:

Die Situation der Medien in Serbien, in: KAS-Auslands-Informationen, 2009, Nr. 2, S. 95-128 (Standort: USB Köln(38)-M XE 00681; Kopie über den Literaturdienst erhältlich; www.kas.de/wf/doc/kas_16135-544-1-30.pdf)

INHALT: Die Lage der Medien in Serbien ist trotz positiver Tendenzen in jüngster Zeit keineswegs befriedigend. Nach dem Fall des Kommunismus und dem Auseinanderbrechen des ehemaligen Jugoslawien folgten in der Region Kriege, Abspaltungen und erbitterte ethnische Konflikte. Der aggressive Nationalismus Milosevics fand sein Echo bei den weitgehend vom Regime kontrollierten Medien. Erst mit Kostunica und Dindic begann im Jahr 2000 der noch unsichere Weg in Richtung einer vielfältigen, unabhängigen und pluralistischen serbischen Medienlandschaft. Inzwischen ist manches erreicht, doch es bleiben Defizite: Die demokratische Entwicklung insgesamt bedarf der Konsolidierung. Die Unabhängigkeit der Medien vom Staatshaushalt müsste gesichert, die Freiheit journalistischer Tätigkeit garantiert werden. Unklarer, teils illegaler Medienbesitz müsste erhell, der Einfluss alter Eliten eingedämmt werden. Positiv ist, dass sich viele Medien in Serbien heute durch die Opposition zum 'alten Regime' definieren. Ein solch demokratisches Wertebekenntnis ist viel wert.

[60-F] Donsbach, Wolfgang, Prof.Dr.phil.habil. (Bearbeitung):

Publizistischer Mehrwert von Ballungsraumfernsehen

INHALT: Bislang trat das Phänomen des privatwirtschaftlich organisierten Ballungsraumfernsehens vor allem durch Finanzierungsprobleme öffentlich in Erscheinung. Daher fokussieren bisherige Analysen in erster Linie auf Fragen der wirtschaftlichen Rentabilität. Aus Sicht des Gesetzgebers und seiner rundfunkpolitischen Ordnungsvorstellungen ist aber die Verant-

tung von Ballungsraumfernsehen eng an die Vorstellung geknüpft, dass dieses für die Sicherung der Meinungs- und Informationsvielfalt und damit für die Qualität der publizistischen Angebote auf regionaler Ebene von großer Bedeutung ist. Inwiefern das Ballungsraumfernsehen tatsächlich zur information und Meinungsbildung der Bürger und zur Bereicherung des öffentlichen Diskurses in der Region beiträgt und daraus letztlich seine Legitimation begründen kann, soll im vorliegenden Projekt untersucht werden. *ZEITRAUM: 2009 GEOGRAPHISCHER RAUM: Sachsen (mit Vergleichsregion Stuttgart)*

METHODE: Mehrebenenanalyse; schriftliche und telefonische Befragung; quantitative Inhaltsanalyse. Untersuchungsdesign: Querschnitt *DATENGEWINNUNG:* Inhaltsanalyse, standardisiert (Tageszeitungen und Programm). Standardisierte Befragung, telefonisch (Stichprobe: 500; aktive und potentielle Rezipienten; Auswahlverfahren: random). Standardisierte Befragung, schriftlich (Produzenten). Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts.

ART: *BEGINN:* 2009-01 *ENDE:* 2009-12 *AUFTRAGGEBER:* Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien -SLM- *FINANZIERER:* Auftraggeber

INSTITUTION: Technische Universität Dresden, Philosophische Fakultät, Institut für Kommunikationswissenschaft Professur für Kommunikationswissenschaft I (01062 Dresden)

KONTAKT: Bearbeiter (Tel. 0351-463-33533,
e-mail: kommunikationswissenschaft@mailbox.tu-dresden.de)

[61-L] Faulstich, Werner (Hrsg.):

Das Alltagsmedium Blatt, München: Fink 2008, 216 S., ISBN: 978-3-7705-4648-0

INHALT: "Das Medium Blatt, obwohl jedem bekannt und tagtäglich genutzt, wurde von der Medienforschung bislang fast gänzlich vernachlässigt. In zwei verschiedenen, einander ergänzenden Blöcken werden hier zahlreiche Pilotstudien mit neuen Perspektiven und Befunden vorgestellt. Versionen des Blatts im Alltag umfassen dabei u. a. Eintrittskarten, Packungsbeilagen von Medikamenten, Kochrezepte, Spielkarten, Flugblätter oder Werbeblätter als Zeitungsbeilagen. Bedeutung und Funktionen des Blatts unterscheiden sich aber auch nach seiner Verwendung in verschiedenen kommunikativen Binnenräumen, beispielsweise der Schule, Kultureinrichtungen wie Bücherei oder Kulturinstitut sowie kirchlichen Räumen -bis hin zum Einkaufszettel oder der selbstverständlichen Nutzung des Blatts als Schreibmedium zur Bewältigung des Alltags. Ein einführender Forschungsbericht und ein abschließender Abriss zur Geschichte des Mediums Blatt von den Anfängen bis heute runden den facettenreichen, innovativen Band ab." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Werner Faulstich: Einführung, Fachliteratur und Forschungsstand (7-28); Kathrin von Klodt u. Janine Knobloch: Eintrittskarten: Formen und Funktionen (29-34); Claudia Ziel: Die Packungsbeilage von Medikamenten - vergleichende Produktanalysen (35-50); Christina Rump: Kochrezepte - eine Alltagsform des Blatts (51-56); Christina Howe: Die Speisekarte als Variante des Mediums Blatt heute (57-68); Tisa Pawils: Die Spielkarte - Geschichte, Formen, Merkmale, Markt (69-84); Monika Agnieszka Mysliwiec: Visitenkarten (85-90); Victoria Wenz: Englische Flugblatt-Propaganda im 2. Weltkrieg - exemplarische Analysen (91-110); Nike Thurn: Das Blatt im Kommunikationsraum Schule (111-134); Viktoria Panitzki: Varianten des Mediums Blatt in der Ratsbücherei Lüneburg (135-138); Nadia Ben Amara: Das Blatt als Informations- und Werbemedium für Studierende (139-144); Melanie Megler: Blätter im kirchlichen Kontext (145-152); Nicola Bünsch: Der Gebrauch des Blatts im Arbeitsalltag eines Kulturinstituts (153-170); Kristin Reddeck: Flyer in Musikclubs und in der Theaterszene - ein Vergleich (171-190); Jan Teichmüller: Bedeutung und Verwendung des Einkaufszettels - eine empirische Pilotstudie (191-

194); Kim Maass: Kleine Untersuchung zur Nutzung des Blatts im Alltag (195-198); Werner Faulstich: Das Alltagsmedium Blatt im kulturellen Wandel (199-210).

[62-L] Haase, Frank; Jakob, Eric (Hrsg.):

Architexturen einer Grenzregion: Medien und Kommunikation am Oberrhein, München: KoPaed 2008, 167 S., ISBN: 978-3-86736-046-3

INHALT: "Am 11. und 12. Mai 2007 fand in Basel der Kongress ARCHITEXTUREN einer Grenzregion statt. Für diese Veranstaltung hatten sich in Zusammenarbeit mit dem medienforum freiburg die Partnerinstitutionen REGIO BASILIENSIS, Hochschule für Kunst und Gestaltung Basel (Institut Innenarchitektur und Szenografie und Institut Design- und Kunstforschung) sowie Universität Basel (Institut für Medienwissenschaft und Deutsches Seminar) zusammengefunden. Eine zentrale Intention des Kongresses war es, die grenzüberschreitende Kommunikation am Oberrhein nach zwei Seiten hin zu befragen: Archäologie der Gegenwart: Was wissen wir über die diskurs- und mediengeschichtlichen 'Wurzeln' (archä), die bis heute die grenzüberschreitende Kommunikation ermöglichen und bestimmen, und auf welchen politischen, gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und kulturellen Feldern kommen solche Texturen zum Tragen? Archäologie der Zukunft: Was wissen wir über die Mittel und Inhalte, die die Architektur einer 'oberrheinischen Öffentlichkeit' heute bestimmen, und sind sie geeignet für die Gestaltung zukünftiger Kommunikations- und Kulturräume? Ziel ist es, einen Umgestaltungsprozess anzustoßen, der die Möglichkeiten und Chancen einer interkulturellen Kommunikation deutlich macht und zu einer Verbesserung des kulturellen Bewusstseins dieser Dreiländer-Region führt." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Vorwort der Herausgeber (7-10); Urs Wüthrich-Pelloli: Die Bedeutung der Medien am Oberrhein - Ein Grußwort (11-14); Eric Jakob: Architexturen einer Grenzregion - Einführung (15-20); Frank Haase: Medien und Kommunikation am Oberrhein (21-30); Peter Haber: Archäologie des Buchdrucks (31-40); Alberto Schneebeli: Mehrsprachigkeit am Oberrhein - Die Förderung der Mehrsprachigkeit an Schulen (41-46); Martin Graff: La distance affective am Oberrhein (47-54); Alexander Honold: Literaturlandschaft am Oberrhein. Revue und Projekt (55-68); Christian J. Haefliger: Verkehrsraum Oberrhein (69-78); Rita Schneider-Sliwa: Architexturen zukunftsfähiger Metropolitanregionen am Südlichen Oberrhein (79-96); Ueli Milder: Identität im Kontext der Glokalisierung (97-108); Klaus Wenger: Auf dem Weg zu einer Europäischen Öffentlichkeit (109-118); Podiumsdiskussion I - Zukunftsraum Oberrhein: Moderation: Frank Baasner; Teilnehmer: Alfons Bank, Sabine Eggmann, Peter Felber, Sebastian Kölliker, Georg Kreis, Klaus Wenger (119-136); Karin Drda-Kühn: Neue Informationstechnologien: Chancen für den europäischen Medien- und Kulturraum (137-144); Niggi Ullrich: Abschied von den Medien - Herausforderung für die Kulturförderung (145-148); Podiumsdiskussion II - Medienraum Oberrhein: Moderation: Niggi Ullrich; Teilnehmer: Urs Breitenstein, Roland Fesenmayr, Thomas Jenny, Christoph Koellreuter, Rainer Suchan, Christoph Taubmann (149-160).

[63-L] Jäckel, Michael; Brosius, Hans-Bernd (Hrsg.):

Nach dem Feuerwerk: 20 Jahre duales Fernsehen in Deutschland ; Erwartungen, Erfahrungen und Perspektiven, (Angewandte Medienforschung, Bd. 35), München: R. Fischer 2005, 152 S., ISBN: 3-88927-379-3

INHALT: "20 Jahre duales Fernsehen bedeuten 20 Jahre mit wechselnden Kontroversen über die Rolle eines bedeutenden Mediensegments in unserer Gesellschaft. Die ursprünglichen Erwartungen wurden dabei mit Erfahrungen konfrontiert, und das gilt in gleichem Maße für die Medienpolitik, die Medienökonomie, die Programmforschung, und nicht zuletzt die Zuschauer. Der vorliegende Band fasst die Ergebnisse einer Tagung zusammen die in Ludwigshafen, also am Ort des so genannten 'Urknalls im Medienlabor', stattfand." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Michael Jäckel: "Nach dem Feuerwerk". Einleitende Bemerkungen (7-12); Michael Jäckel: "Sollte diese Diskussion 2004 wieder aufleben?" Herausforderungen der Medienentwicklung (13-40); Manfred Mai: Das duale Rundfunksystem in Deutschland -Erwartungen und Enttäuschungen der Medienpolitik (41-52); Wolfgang Seufert: Dualer Rundfunk im finanziellen Ungleichgewicht? (53-74); Klaus-Dieter Altmeyen: Gibt es noch was zu berichten? Über das allmähliche Verschwinden des Fernsehjournalismus (75-92); Annette Fahr, Constanze Rossmann, Hans-Bernd Brosius: Vielfalt im dualen Rundfunksystem(93-124); Hans-Jörg Stiehler: Der geteilte Himmel: Fernsehnutzung in Ost und West (125-140); Walter Klingler: Fernsehforschung in der Zukunft (141-150).

[64-L] Köster, Ingo:

Fernsehkultur: kulturelle und ökonomische Einflüsse auf institutionelle Strukturen im westeuropäischen Fernsehen, (Medien und Politik, Bd. 36), Berlin: Lit Verl. 2008, 707 S., ISBN: 978-3-8258-1660-5

INHALT: Fernsehinhalte werden ganz wesentlich von den Institutionen vorgegeben, die sie senden und überwachen. Ihre Organisationsstrukturen variieren international zum Teil erheblich. Die vorliegende Untersuchung will die dafür ursächlichen komplexen kulturellen und ökonomischen Einflussfaktoren in ihrer interdependenten Wirkungsweise nachvollziehen. Folgende Determinanten der institutionellen Fernsehentwicklung werden berücksichtigt: (1) auf unmittelbarer Einflusssebene sozioökonomische Implikationen und Medienpolitik; (2) auf makrosozialer Ebene Rolle und Funktion des Staates, Regionalismus und Art und Umfang der Institutionen; (3) auf mikrosozialer Ebene Sach- vs. Personenorientierung, Machtdistanz, Unsicherheitsvermeidung, Individualismus vs. Kollektivismus und sonstige modellhafte Kulturdimensionen; (4) auf der Metaebene Einflüsse auf die mikro- und makrosozialen Determinanten. Der Verfasser legt einen empirischen Vergleich über öffentliches Fernsehen, Regelung des Privatfernsehens, Ausbau der Distributionswege und Ausbau des Digitalfernsehens in Großbritannien, Deutschland, Frankreich, Italien und Spanien vor. Es zeigt sich, dass die institutionelle Ausgestaltung einer Fernsehlandschaft eng an die soziokulturellen und -ökonomischen Rahmenbedingungen gebunden ist und es so zu einer kontinuierlichen Heterogenität in den Erscheinungsformen kommt. (ICE2)

[65-L] Langewitz, Oliver:

Die Filmgesellschaft: die Entwicklung einer kommunikationssoziologischen Austauschtheorie am Beispiel interdependenter Kommunikationen zwischen Akteuren im Filmsystem, Göttingen: Cuvillier Verl. 2008, 354 S., ISBN: 978-3-86727-483-8 (Standort: ULB Münster(6)-3F74976)

INHALT: "Das Medium Film ist aus der vielfältigen Medienlandschaft nicht wegzudenken. Doch hat sich der Filmkonsum seit den Anfängen des Films stark verändert. So werden immer mehr

Filme nicht mehr im Kino allein, sondern gerade auch zuhause auf DVD, im Fernsehen oder über das Internet konsumiert. 'Die Filmgesellschaft' gibt einen Einblick auf das System Film, wobei hier der Hauptfokus auf dem Filmsystem in Deutschland liegt. In einer umfassenden empirischen Untersuchung, die sich aus mehreren Teiluntersuchungen zusammensetzt, werden viele Facetten des komplexen Systems beleuchtet, mithilfe einer Delphi-Expertenbefragung wird hierbei auch eine Vorausschau auf die Filmmedienentwicklung bis 2015 gewagt. Ein besonderer Schwerpunkt der empirischen Arbeit ist zudem die Analyse der Organisations- und Kommunikationsstrukturen von Filmmedien-Unternehmen. Als theoretisches Gerüst hat der Autor eine kommunikationssoziologische Austauschtheorie entwickelt, mit deren Hilfe gerade auch massenmedial gestützte Austauschprozesse erklärt werden können. So wird das Filmsystem als makrosoziales Phänomen erklärbar, in welchem eine Vielzahl unterschiedlicher Akteure wie Produzenten, Regisseure, Autoren und Verleiher miteinander kommunizieren und kulturelle, ökonomische und soziale Werte austauschen. Hierbei interessiert aber gerade auch der Wertetransfer zwischen den Produzenten und den Konsumenten, da nur durch den Konsum der jeweiligen Filmproduktionen das Filmsystem Aufrecht erhalten werden kann. Die kommunikationssoziologische Austauschtheorie ist hierbei aber keinesfalls allein auf das Filmsystem zugeschnitten. Mit ihrer Hilfe können auch die 7 meisten anderen sozialen Systeme untersucht werden, ohne dass das theoretische Konzept verändert werden müsste. Der Autor hat hierfür ein reiches Instrumentarium entwickelt, um die zwischen Menschen stattfindenden Kommunikations- und Austauschprozesse soziologisch erklären zu können." (Autorenreferat)

[66-L] Lindner, Livia:

Radiotheorie und Hörfunkforschung: zur Entwicklung des trialen Rundfunksystems in Deutschland, Österreich und der Schweiz, (Schriften zur Medienwissenschaft, Bd. 15), Hamburg: Kovac 2007, 299 S., ISBN: 978-3-8300-3120-8 (Standort: UB Bonn(5)-2008/588)

INHALT: Die Verfasserin setzt sich mit der Frage auseinander, in wie weit Medientheorien herangezogen werden können, um die Entwicklung des Hörfunks seit seiner Einführung in den 1920er Jahren zu analysieren. Sie behandelt Medientheorien wie Brechts Radiotheorie, die Medientheorie der Kritischen Theorie und der Cultural Studies, die empirischen Sozialforschung zum Hörfunk, die Regulierung des Hörfunks, die Nutzung des Hörfunks und die Entwicklung des Internetradios. Im Mittelpunkt der Untersuchung steht die Diskussion von acht Thesen: (1) Es gibt kaum wissenschaftliche Radiotheorien. (2) Gesellschaftskritische und kulturwissenschaftliche Medientheorien leisten einen wichtigen Beitrag zur Betrachtung der Hörfunkproblematik. (3) Der Ursprung der empirischen Sozialforschung liegt in Europa. (4) In den ausgewählten Ländern hat sich in unterschiedlicher Weise ein triales Mediensystem etabliert. (5) In den ausgewählten Ländern gibt es unterschiedliche Regulierungsstrukturen. (6) Die in den 1930er Jahren entstandene "Day-After-Recall-Methode" wird in modifizierter Form bis heute angewandt. (7) Eine Vielzahl von Variablen nehmen Einfluss auf die Radionutzung/Programmelektion. (8) Die Zukunft liegt im Internetradio, das Brechts radiotheoretische Gedanken verwirklicht. (ICE2)

[67-F] Lins-Sonderegger, Carine; Diemand, Christine; Pozzi, Pamela (Bearbeitung); Amschler, Harald; Zimmermann, Viviane (Leitung):
MACH Basic - Media-Analyse Schweiz

INHALT: Die MACH Basic ist die gemeinschaftliche schweizerische Medienstudie für Printmedien und Kino. Sie wird in ihrer heutigen Form und Methodik (repräsentative Ad-hoc-Studie mittels computergestützter Telefoninterviews) seit 1990/91 jährlich erhoben. Die MACH Basic dient primär 4 Hauptzwecken: 1. Lieferung von zuverlässigen Informationen für die Intramedienplanung der Inserenten und Werbeagenturen, das Verlagsmarketing und die Inseratepromotion. 2. Durch die Auswertung der Ergebnisse mehrerer Befragungsjahre lassen sich Zeitreihen bilden, die Aufschluss über die Entwicklung einzelner Titel bzw. Titelgruppen geben. 3. Die MACH Basic enthält Medienwerte über den durchschnittlichen Umfang (Reichweite, projizierte Leserschaft) und die Zusammensetzung (soziodemografische und geographische Strukturen) der Leserschaften der ca. 330 z.Z. teilnehmenden Zeitungen, Zeitschriften, Beilagen, Tarifkombinationen sowie der Zuschauerschaft der Kinos. 4. Sekundär liefert die Studie Basisdaten für sozial- bzw. medienwissenschaftliche Fragestellungen im Bereich Mediennutzungsgewohnheiten. Ausserdem verschafft sie einen Überblick über den Schweizer Zeitungs- und Zeitschriftenlesermarkt. *ZEITRAUM:* ab 2006 zweimal jährlich *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Schweiz (deutscher, französischer, italienischer Landesteil) und Liechtenstein

METHODE: Mittels strukturierten Telefoninterviews sollen die Mediennutzungsmuster (mit Schwerpunkt Printmedien) der Schweizer Wohnbevölkerung erhoben werden. Untersuchungsdesign: Studie wird jährlich durchgeführt *DATENGEWINNUNG:* Standardisierte Befragung: telefonisch (CATI-Interviews), Erhebungseinheiten: Grundgesamtheit: 5,901 Mio. Personen in der Schweiz und im Fürstentum Liechtenstein, davon: 4,251 Mio. Personen in der deutschen Sprachgruppe, 1,377 Mio. Personen in der französischen Sprachgruppe, 0,273 Mio. in der italienischen Sprachgruppe. Die Grundgesamtheit ist wie folgt definiert: Personen ab 14 Jahren, die ausreichend Kenntnisse der im Bezirk gesprochenen Amtssprache(n) besitzen und in einem Privathaushalt mit (Festnetz-)Telefonanschluss wohnen. Auswahlverfahren: zweistufige Zufallsauswahl mit Quotakontrolle: 1. Stufe: zufällige Auswahl der Telefonnummern von Privathaushalten aus dem elektronischen Telefonbuch, proportional zur Anzahl Zielpersonen pro Gemeinde; 2. Stufe: pro Haushalt zufällige Auswahl einer oder mehrerer Zielpersonen gemäss der Haushaltsgrösse. Nicht erreichte Personen oder Verweigerer werden innerhalb desselben Postleitzahlgebietes durch Personen derselben Altersgruppe und desselben Geschlechts ersetzt. Die Stichprobe umfasst insgesamt 23.530 Interviews (gewichtet). Verteilt auf die Sprachgruppen: Deutsch: 16.951 Interviews; Französisch: 5.489 Interviews; Italienisch: 1.089 Interviews. Durchführung der Feldarbeit: Befragungsinstitute Demoscope, Link und Erasm; Feldkontrolle durch Supervising im Institut und eigenen Feldkontrolleur.

VERÖFFENTLICHUNGEN: WEMF AG für Werbemedienforschung (Hrsg.): MACH Basic. Berichtsband und CD-Rom, jährliche Publikation. Zürich: WEMF. Online: www.wemf.ch/de/print/machBasic.php.

ART: *BEGINN:* 1991-05 *AUFTRAGGEBER:* teilnehmende Verlage *FINANZIERER:* Auftraggeber

INSTITUTION: WEMF AG für Werbemedienforschung (Bachmattstr. 53, 8048 Zürich, Schweiz)

[68-L]

Medienstandort Südwest: der Sprung ins digitale Zeitalter, Berlin: Vistas Verl. 2008, 154 S., ISBN: 978-3-89158-486-6

INHALT: "Das vorliegende Kompendium bietet eine umfassende aktuelle Standortbestimmung der Medienwelt im Südwesten, die hierbei auch die langfristigen Perspektiven und Hintergründe im Blick hat. Exemplarisch werden Forschungsaktivitäten und daraus folgernde Medienkompetenzangebote dargestellt. Neben technischen Fragen werden die neuesten Trends des Internets beschrieben. Aus der Perspektive der Medienforschung werden die Entwicklungen der vergangenen Jahre mit Daten und Fakten erläutert. Wie die Zukunft der Medien aussehen könnte, legen Experten aus Wissenschaft und Praxis dar. Ihre Zukunftsvisionen machen neugierig auf die nächsten zehn Jahre." (Textauszug). Inhaltsverzeichnis: Medienlandschaft Baden-Württemberg (9-24); Medienlandschaft Rheinland-Pfalz (25-36); Materialien und Studien zur Medienpädagogik und zur Entwicklung des Mediensystems: Der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (37-46); Stiftung MedienKompetenz Forum Südwest - Heute für Morgen lernen (47-54); Klicksafe - Mehr Sicherheit im Internet durch Medienkompetenz (55-60); Wissen im Wandel - Beispielhafte Bildungsprogramme aus Baden-Württemberg zur regionalen Stärkung digitaler Medienkompetenz (61-72); Michael Jäckel: "Rettet Google die New York Times?" (75-82); Walter Klingler: Mediennutzung in der Zukunft (83-86); Kai Mungenast: Medienkompetenz durch Medienmachen (87-88); Klaus Neumann-Braun: All-In-One oder: Kein Vergnügen ohne Arbeit (89-90); Thomas Perry: Realität und Virtualität verschmelzen: Die Explosion des Medialen und ihre Folgen (91-94); Michael Schenk: Das Internet wird ein Leitmedium (95-96); Klaus Schunk: Radio mit Zukunft (97-102); Walter Berner: Die Digitalisierung im Südwesten (103-112); Thomas Döbler: Vom web1.0 zum web2.0 (113-126); Walter Klingler, Maria Gerhards, Irina Turecek: Wandel der Mediennutzung - Erste Bilanz des neuen Jahrzehnts (127-154).

[69-L] Pampel, Heinz; Bertelmann, Roland; Hübner, Andreas:

Aktionsfeld Open Access: Rahmenbedingungen und Handlungsoptionen, in:

Wissenschaftsmanagement : Zeitschrift für Innovation, Jg. 15/2009, H. 2, S. 11-17

INHALT: "Die deutschen Wissenschaftsorganisationen unterstützen die institutionelle Verankerung von Open Access. Eine serviceorientierte Umsetzung des freien Zugangs zu Wissen und Information fördert Sichtbarkeit und Wirkung der Forschung und forciert strategische Ziele einer wissenschaftlichen Institution. Bei der nachhaltigen Implementierung ist das Wissenschaftsmanagement gefordert." (Autorenreferat)

[70-F] Rais, Cécile; Jaenchen, Yvonne; Dubey, Magali; Gorin, Valérie (Bearbeitung); Dubied, Annik, Prof. (Leitung):

Un type d'événement qui pose la question des limites de la presse écrite d'information: le people. Son expansion contemporaine, sa mise en scène et les enjeux journalistiques et sociaux de son écriture

INHALT: Buts du projet: La presse people est une presse spécialisée dans le récit de la vie des célébrités. A son propos, deux constats s'imposent: depuis quelques années, elle se diversifie, et ses sujets s'étendent à de nouveaux lieux médiatiques. L'extension et la diversification de ce qu'il faut donc appeler plutôt "l'événement-people" fait de ce dernier un lieu de consommation médiatique massive -et croissant; cette augmentation de l'espace que l'événement-people occupe dans le champ médiatique s'inscrit dans un mouvement plus général de "popularisation" (on utilise ici cette expression, faute de mieux) du champ médiatique. L'événement-

people contribue donc à ce mouvement en imposant ses récits à la Une et en les multipliant ailleurs. Cela soulève des questions de fond (au détriment de quoi? à quel titre? selon quelle légitimité?). Cette recherche veut mieux comprendre cet objet médiatique qui, fût-il dérangeant ou réjouissant, mérite d'être étudié et l'a trop peu été. On travaillera ici l'événement-people dans la presse, décortiquant son aisance à s'imposer à la "Une", à "coloniser" de nouvelles pages et à installer de nouvelles rubriques, souvent au sein même de l'espace réservé à l'actualité. On se donnera les moyens de mieux connaître ses mises en scènes et leurs enjeux. On examinera le statut des informations qu'il traite (leur rapport à l'actualité, la légitimité qu'on leur prête, le fait qu'elles sont parfois vendues par ceux qu'elles concernent), en récoltant et en réfléchissant les vues des journalistes à son propos, et on évaluera les contraintes qu'il impose à leurs pratiques et les éventuelles mutations qu'il induit dans leur profession. Cadre scientifique et méthodologie: La recherche travaillera sur deux plans: celui de la mise en scène en mots et en images de l'événement-people dans la presse, et celui de sa production. Comment est-il dit et montré, et que peuvent en dire les journalistes qui l'écrivent et l'illustrent? Elle s'inscrit ainsi dans deux courants voisins: l'analyse des discours et des images médiatiques et la sociologie du journalisme. Elle mobilisera par conséquent les méthodes propres à ces deux champs: l'analyse de contenu et l'analyse des récits pour l'étude des discours et des images, et les entretiens avec des professionnels pour l'analyse des pratiques journalistiques. Projet dans son contexte: Cette recherche sur un acteur important de la dynamique médiatique actuelle souhaite contribuer à éclairer quelques-uns des enjeux majeurs du champ médiatique contemporain: commercialisation de l'information, dépolitisation de la communication, anecdotisation du monde, intérêt grandissant de la presse pour des objets "populaires", personnalisation et émotionnalisation de l'actualité... Comprendre comment l'événement-people se construit et s'étend contribue à expliquer pourquoi. L'étude des pratiques journalistiques en la matière se conçoit comme une interaction productive entre professionnels et scientifiques, entre Science et Cité. Cette interaction productive doit permettre de travailler ensemble à une meilleure compréhension et à une meilleure maîtrise du champ.] *GEOGRAPHISCHER RAUM*: Suisse-romande, France

METHODE: 1. Analyse de contenu assistée par ordinateur (atlas.ti): Analyse de contenu de 3875 articles d'information-people, recueillis dans 25 titres de presse hebdomadaire et magazine vendus en suisse-romande. Ces 3875 articles ont été codés selon une analyse de contenu thématique en 32210 unités d'enregistrement, elles-mêmes regroupées en 220 catégories thématiques. 2. Analyse des pratiques journalistiques: Analyse des récits de pratiques recueillis (10 en phase exploratoire, 15 en phase de finition) auprès d'un échantillon diversifié socio-professionnellement de journalistes suisses-romands. 3. Analyse narratologique de trois récits-people s'étendant de 2005 à 2009: Analyse narratologique de trois récits-people s'étendant de novembre 2005 à novembre 2008 (Britney Spears, George Clooney, Jenifer), dans une liste réduite des titres étudiés en phase 1 (environ un millier d'articles de presse).

VERÖFFENTLICHUNGEN: Dubied, A.: La polémique-people, emblème d'une nouvelle forme de polémique journalistique? in: *Médiatiques. Récit et société*, n 37: Le photojournalisme, automne 2005.+++Dubied, A.: Les récits de fait divers et les récits people: norme, intimité, identités. in: *Médias et culture*, numéro spécial: Le fait divers dans tous ses états, 2007.+++Dubied, A.: Vie privé/ vie publique. La fin d'une dichotomie? in: Louvain - Revue de l'Université catholique de Louvain, nov. 2006. *ARBEITSPAPIERE*: Dubied, Annik: L'étude narratologique du fait divers et du people: hybridation, intersections et renouvellement des problématiques. in: Pelissier, Nicolas; Albertini, Françoise (dirs): *When SIC meets CS. Les Sciences de l'information et de la communication à la rencontre des Cultural Studies*. Paris: L'Harmattan 2009 (à paraître).+++Labarthe, Gilles: L'extension du people dans la presse quo-

tidienne: une migration " nécessaire "? Approche de quelques légitimations d'ordre économique avancées par les journalistes suisses-romands. in: Dubied, Annik (dir.): *Communication*, n27/1: l'information people. 2008 (à l'édition).+++Gorin, Valérie: Le cas de l'information-people en Suisse romande: spécificités d'un microcosme régional. in: Dubied, Annik (dir.): *Communication*, n27/1: l'information people. 2008 (à l'édition).+++Dubied, Annik: Les récits de fait divers et les récits people: norme, intimité, identités. in: *Médias et culture*, n2: Faits divers: récits et dispositifs. 2008.+++Dubied, Annik: Le récit de l'affaire Stern dans la presse suisse-romande: fragmentation, cimentages narratifs et tissages intertextuels. in: *Nos récits*. Paris: CNRS Ed. 2008.+++Dubied, Annik: La transmission des valeurs dans le récit suisse-romand de l'affaire Stern. in: *Récits, savoirs, société*. Lille: Presses Universitaires du Septentrion 2008.+++Dubied, Annik: L'information-people, entre rhétorique du cas particulier et récits de l'intimité. in: Dubied, Annik (dir.): *Communication*, n27/1: l'information people. 2008 (à l'édition).+++Dubied, Annik: Catalyse et 'parenthèse enchantée'. Quand le fait divers rencontre la politique-people. in: *Le Temps des Médias*, n10: peoplisation et politique. 2008.+++Dubied, Annik; Labarthe, Gilles: Comment le people s'installe dans la presse d'information. in: *Le Courrier*, 20 novembre 2007.+++Dubied, Annik: Tapis rouge, plateau de tournage et séance de photos. in: *Gazzetta Pro Litteris*, 2007, n41/1.+++Dubied, Annik: Privé/ public: la fin d'une dichotomie? in: *Louvain. Revue de l'Université catholique de Louvain*, no. 166. 2006.+++Dubied, Annik: La polémique-people, emblème d'une nouvelle forme de polémique journalistique? in: *Médiatiques*, n 37: Le photojournalisme, 2005, pp. 36-41.

ART: *BEGINN:* 2005-10 *ENDE:* 2009-09 *AUFTRAGGEBER:* nein *FINANZIERER:* Schweizerischer Nationalfonds zur Förderung der Wissenschaftlichen Forschung

INSTITUTION: Université de Genève, Faculté des sciences économiques et sociales, Département de Sociologie (Bd. du Pont-d'Arve 40, 1211 Genève, Schweiz)

[71-L] Richter, Friso:

Der deutsche Hörfunk als Feld der kulturellen Produktion, Hamburg: Diplomica Verl. 2007, IX, 65 S., ISBN: 978-3-8366-5283-4 (Standort: UB Leipzig(15)-02B-2007-154)

INHALT: Der erste Teil der Untersuchung führt in Bourdieus Feldtheorie ein. Die relevanten Elemente eines Feldes (Habitus, Feld, Kapital, Klassen) werden aufgearbeitet und in der Konstruktion des Feldes der kulturellen Produktion miteinander verbunden. Auf dieser Basis wird im zweiten Teil das Feld des deutschen Hörfunks als Feld der kulturellen Produktion konstruiert und in das Feld der kulturellen Produktion implementiert. Hier geht es vor allem um die Genese und Position des Hörfunks als Massenmedium und um Autonomie und unterschiedliche Kapitalformen des Feldes. Im dritten Teil werden die Akteure im Feld des deutschen Hörfunks dargestellt: die Anstalten des öffentlichen Rechts, die privaten Hörfunksender, das Deutschlandradio, die Bürgerradios sowie die Internetradios und Podcasts. Ein besonderer Fokus liegt zudem auf geschichtlichen und rechtlichen Hintergründen des Hörfunks. (ICE2)

[72-L] Rothenberger, Liane:

Von elitär zu populär?: die Programmentwicklung im deutsch-französischen Kulturkanal arte, (Forschungsfeld Kommunikation, Bd. 27), Konstanz: UVK Verl.-Ges. 2008, 469 S., ISBN: 978-3-86764-115-9

INHALT: "Den deutsch-französischen Fernsehsender arte bringen viele mit Schlagworten wie 'Kultur', 'Elite', 'Minderheitenprogramm' in Verbindung. Doch treffen diese Vorurteile in der Realität auch zu? Die Autorin beschäftigt sich mit der Entwicklung des arte-Programms von seinen Anfängen 1992 bis zum 15-jährigen Jubiläum 2007. Dabei werden sowohl der Aufbau des Programmschemas, die Gründe für die Absetzung oder Neuaufnahme einer Sendung als auch die Veränderung der Anteile von Themen und Darstellungsformen unter die Lupe genommen. Dem Vergleich von französischen und deutschen TV-Eigenarten anhand des Magazins 'Metropolis' ist ein eigenes Kapitel gewidmet. Die Untersuchung befasst sich mit der Frage, ob europäisches Fernsehen möglich ist und welche Schritte bisher unternommen wurden, um diesem Ziel Stück für Stück näher zu kommen." (Autorenreferat)

[73-L] Schnell, Ralf; Stanitzek, Georg (Hrsg.):

Ephemeres: Mediale Innovationen 1900/ 2000, (Medienumbrüche), Bielefeld: transcript Verl. 2005, 240 S., ISBN: 3-89942-346-1

INHALT: "Im Zusammenhang von Medienumbrüchen, sofern diese mit der Neu-Konfiguration ganzer Medien-Ensembles verbunden sind, unterliegen offenbar die beteiligten einzelnen Medien selber der Kategorie des Ephemeren, des Vorübergehenden und Flüchtigen. Auch wenn das Medium als solches gegenüber dieser Art von transitorischen Zeitstrukturen mehr oder weniger indifferent und invariant bleibt, verschwinden doch die in Medien jeweils realisierten Formen. Deshalb erschienen im Medienumbruch die überkommenen Medien in gewisser Weise als kontingent - bis hin zur Möglichkeit ihres Verschwindens, präziser: des Verschwindens ihrer vertrauten Funktion. Dieses Phänomen betrifft tief verwurzelte Arbeits-, Kommunikations- und Wahrnehmungsweisen, generationelle Erfahrungs- und Erwartungshorizonte, konventionalisierte Medienmentalitäten und -kulturen. Deren Konstellation versucht dieses Buch nachzuzeichnen." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Ralf Schnell, Georg Stanitzek: Ephemeres. Mediale Innovationen 1900/2000 (7-12); Martina Dobbe: Ephemeres sehen - ephemeres Sehen - Skulpturenfotografie als Bildtheorie (13-42); Walburga Hülk, Marijana Erstic: Vom Erscheinen und Verschwinden der Gegenstände - Futuristische Visionen (43-62); Gabriele Lück: Der 'Körper' des Unsichtbaren - Medienfiktionen bei Mynona und Eco (63-84); Jens Schröter: Das ephemere Detail und das Maschinelle - Die äußerste Grenze der künstlerischen Fotografie bei Garry Winogrand und William Eggleston (85-108); Joseph Garnarz: Wanderkinos in Deutschland: Eine ephemere Medieninstitution (109-122); Michael Lommel: Überlegungen zur Aktualität des Episodenfilms (123-138); Sonja Weber-Menges: Fluktuation auf dem Ethnomedienmarkt - Beispiele und Hintergründe (139-156); Matthias Uhl: Der Klatsch der Yellow-Press - immer neu und doch das Gleiche (157-168); Andreas Käuser: Medienumbrüche und Sprache (169-192); Gisela Hüser, Manfred Grauer: Technologischer Wandel und Medienumbrüche (193-216); Peter Gendolla: Auf 50 Meter genau - Die neueren Ephemeren (217-237).

[74-L] Schramm, Holger (Hrsg.):

Musik im Radio: Rahmenbedingungen, Konzeption, Gestaltung, (Musik und Medien), Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. 2008, 245 S., ISBN: 978-3-531-15372-8

INHALT: "Dieses Buch behandelt die marktstrategische Konzeption von Musikformaten im Radio. Es stellt gleichermaßen einen wissenschaftlichen Einblick in die Materie als auch ein pra-

xisnahes Nachschlagewerk für Musikredakteure und Programmverantwortliche beim Radio dar. Die einschlägigen Autorinnen und Autoren wurden aus der Wissenschaft und der Radio-praxis gewonnen und gewährleiten die Verzahnung von Theorie und Praxis. Das Buch führt Erkenntnisse aus der redaktionellen Arbeit, der Musikforschung sowie der strategischen Planung zusammen." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: I. Rahmenbedingungen für die Konzeption und Gestaltung von Radioprogrammen - Jutta Popp: Angebot an Radioprogrammen (9-34); Holger Schramm: Nutzung von Radioprogrammen (35-64); Lars Peters: Werbung in Radioprogrammen (65-84); Wolfgang Schulz, Stephan Dreyer: Rechtlicher Rahmen, Lizenzierung und Regulierung von Radioprogrammen (85-112). II. Konzeption und Gestaltung von Musikprogrammen im Radio - Holger Schramm, Matthias Hofer: Musikbasierte Radioformate (113-134); Holger Schramm: Praxis der Musikforschung (135-148); Holger Schramm: Praxis der Musikprogrammgestaltung (149-166); Björn Stack: Konzeption und Gestaltung von AC-Formaten (167-178); Kristian Kropp, Patrick Morgan: Konzeption und Gestaltung von CHR-Formaten (179-192); Philipp Beisteiner: Konzeption und Gestaltung von Schlager-Formaten (193-208); Ecki Raff: Konzeption und Gestaltung von AOR-Formaten (209-220); Stefan Schwabeneder: Konzeption und Gestaltung von Klassik-Formaten (221-236).

[75-L] Schröder, Michael (Hrsg.):

Medien: Spaltpilze der Gesellschaft?, München: Olzog 2008, 221 S., ISBN: 978-3-7892-8264-5

INHALT: "Medienlandschaft und Gesellschaft der Bundesrepublik haben sich in den vergangenen 25 Jahren seit Einführung des privaten Rundfunks grundlegend gewandelt. In der Gunst der bis 49-jährigen Zuschauer sind kommerzielle Fernsehsender die unangefochtenen Spitzenreiter. Die Märkte sind gespalten. Boulevardisierung und Unterhaltung bilden den Schwerpunkt der Angebote zur Hauptsendezeit und im Vorabendprogramm. Digitale Medien und das Internet treiben die Lokalisierung der Kommunikation voran und verändern die Mediennutzung nachhaltig. Können die Medien ihren Auftrag zur Integration unserer Gesellschaft unter diesen Umständen überhaupt noch leisten? Liefern sie noch den täglichen Leim, der die Gesellschaft zusammenhält? Oder gehen wir ihnen, den Medien, eher auf den Leim? Betreiben sie vielleicht gar das Geschäft der Entpolitisierung und Politikerverdrossenheit? Und welche Rolle spielen Politiker in einer Mediokratie, wenn sie die Präsentations- und Handlungslogik der Medien übernehmen und die Theatralisierung von Politik ständig voranschreitet?" (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Dieter Dörr, Jessica Sänger: Integration als Auftrag - Die Grundlinien des Bundesverfassungsgerichts zum Rundfunkrecht (11-32); Michael Schröder: Politiker im Fadenkreuz der Boulevardisierung (33-46); Tilman Steiner: Leimt uns das Fernsehen? Maßstab für die Integration der Gesellschaft: Qualität oder Quote? (47-84); Volker Lilienthal: Integration oder Selbstverrat des öffentlich-rechtlichen Rundfunks - Chancen und Gefährdungen einer politisch-kulturellen Idee (85-106); Dietrich Schwarzkopf: Zwischen Anspruch und Akzeptanz - Programmauftrag in Theorie und Praxis (107-126); Thomas Morawski: Weltsichten - Auslandsberichterstattung in der Kritik (127-178); Jürgen Engert: Jagdfieber in der Berliner Republik - Über das Verhältnis von Politikern und Journalisten an einer Zeitenwende (179-194) Tissy Bruns: Alpha-Journalisten und mediale Fließbandarbeiter - Die neue Misstrauensgemeinschaft von Politik und Medien verliert an Glaubwürdigkeit (195-202); Andreas Bönnte: Selbstkritik ist gefragt - Über die Verantwortung von Politik und Medien (203-216).

[76-F] Seufert, Wolfgang, Univ.-Prof.Dr.; Schulz, Wolfgang, Dr.; Brunn, Inka (Bearbeitung):
Gegenwart und Zukunft des lokalen und regionalen Fernsehens in Ostdeutschland

INHALT: Ziele: Wirtschaftliche Perspektiven/ Förderungsbedarf/ Förderungsmöglichkeiten für lokale Fernsehanbieter in den neuen Bundesländern. Ergebnisse: Ohne eine Ausweitung des Fördervolumens ist ein flächendeckendes TV-Angebot lokaler Interventionssendungen nicht realisierbar. Rechtlich bestehen verschiedene Optionen, die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen zu verbessern. *ZEITRAUM:* 2006-2008 *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Ostdeutschland, Bayern

METHODE: Theorie: betriebswirtschaftliche Rentabilitätsanalyse. Methodik: Meta-Analyse von Studien, Experteninterviews. Untersuchungsdesign: Querschnitt *DATENGEWINNUNG:* Aktenanalyse, offen. Qualitatives Interview (Stichprobe: 20; lokale TV-Anbieter; Auswahlverfahren: Quota -Länder, Größe-). Sekundäranalyse von Aggregatdaten (Wirtschaftsstatistik). Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts.

VERÖFFENTLICHUNGEN: Seufert, Wolfgang; Brunn, Inka: Gegenwart und Zukunft des lokalen und regionalen Fernsehens in Ostdeutschland. Studie im Auftrag der Landesmedienanstalten. Berlin: Vistas 2008, 149 S. ISBN 978-3-89158-483-5.

ART: *BEGINN:* 2008-01 *ENDE:* 2008-09 *AUFTRAGGEBER:* Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien -SLM-; Thüringer Landesmedienanstalt -TLM-; Landesrundfunkzentrale Mecklenburg-Vorpommern; Medienanstalt Berlin-Brandenburg -MABB-; Medienanstalt Sachsen-Anhalt -MSA- *FINANZIERER:* Auftraggeber

INSTITUTION: Universität Jena, Fak. für Sozial- und Verhaltenswissenschaften, Institut für Kommunikationswissenschaft Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft, insb. Ökonomie und Organisation der Medien (Ernst-Abbe-Platz 8, 07743 Jena); Hans-Bredow-Institut für Medienforschung an der Universität Hamburg (Heimhuder Str. 21, 20148 Hamburg)

KONTAKT: Seufert, Wolfgang (Prof.Dr. e-mail: w.seufert@uni-jena.de)

[77-L] Seufert, Wolfgang; Schulz, Wolfgang; Brunn, Inka:

Gegenwart und Zukunft des lokalen und regionalen Fernsehens in Ostdeutschland: Studie im Auftrag der Landesmedienanstalten, Berlin: Vistas Verl. 2008, 149 S., ISBN: 978-3-89158-483-5

INHALT: "Zum ersten Mal haben die fünf ostdeutschen Medienanstalten eine gemeinsame Studie in Auftrag gegeben, die sich ausschließlich mit einer spezifischen Frage zum Rundfunk auf dem Territorium der sogenannten neuen Bundesländer beschäftigt. Tatsächlich ergeben sich aus den länderspezifischen Untersuchungen zum lokalen Fernsehen in den ostdeutschen Bundesländern gravierende Unterschiede zur Situation im Westen Deutschlands. Die vorliegende Studie belegt, dass rund 80% aller Lokal-TV-Anbieter in den ostdeutschen Bundesländern zu finden sind, obwohl die Bevölkerungsdichte und die Wirtschaftskraft doch eigentlich für ein gegenteiliges Verhältnis sprechen würden. Der publizistische Vielfaltsbeitrag ist hoch einzuschätzen, ebenso die Akzeptanz bei den Zuschauern - trotzdem ist die wirtschaftliche Lage mehr als nur schwierig. Ohne sich auf eine eindeutige und einzige Forderung zu reduzieren, bietet diese Studie Medienpolitikern in den ostdeutschen Landesregierungen sowie den Medienanstalten selbst breiten Raum für allerdings notwendige politische Diskussionen zum Erhalt und zum Ausbau publizistischer Vielfalt in ostdeutschen Bundesländern." (Autorenreferat)

[78-L] Susemichel, Lea; Rudigier, Saskya; Horak, Gabi (Hrsg.):

Feministische Medien: Öffentlichkeiten jenseits des Malestream, Königstein: Helmer 2008, 212 S., ISBN: 978-3-89741-265-1

INHALT: Feministische Medien verstehen sich als Gegenöffentlichkeit, die nicht zuletzt auch in den sogenannten Mainstream-Medien Debatten über Geschlechtergerechtigkeit initiieren. 'Sozialer Wandel ist ohne Alternativen undenkbar, ohne mediale Diskussion und Zirkulation sind gesellschaftliche Veränderungen nicht möglich.' (10) Die Herausgeberinnen sind Redakteurinnen oder Mitarbeiterinnen der 'an.schläge', des im deutschen Sprachraum bislang einzigartigen feministischen Nachrichtenmagazins, zu dessen 25-jährigem Jubiläum der vorliegende Band entstand. Er enthält Beiträge weiterer Publizistinnen und Aktivistinnen einschlägiger Medienprodukte in Deutschland und Österreich (u. a. AUF, Ihr Sinn, dieStandard.at). Dabei wird der spannungsreiche feministische Medienbetrieb aus der Innenansicht zwischen 'Selbstbestimmung und Ermächtigung' (41) oder auch 'Selbstbestimmung und Selbstausbeutung' (180) facettenreich illustriert. Zusammen mit ergänzenden Beiträgen von Sozial-, Kultur- und Medienwissenschaftlerinnen erhalten die Leserinnen einen umfassenden Überblick über die Medienentwicklung der Frauenbewegung vom 'Flugblatt zum Fanzine zum Fernsehen' (5) und einen skizzenhaften Einblick in das breite Themenspektrum 'zwischen Politik, Pop, Postkolonialismus (und) Prekarisierung' (6). (ZPol, NOMOS). Inhaltsverzeichnis: Gabi Horak: Feministische Zeitschriften in Österreich. Feministischer Journalismus arbeitet nach anderen Qualitätskriterien (17-28); Gisela Notz: Der gefährliche Einfluss der Frauen-Blätter. Feministische Medienkultur in Deutschland (29-40); Elke Zobl: Pockets of Resistance. Grrrl Zines im Spannungsfeld von Selbstbestimmung und Ermächtigung (41-54); Britta Cacioppo, Eva Geber, Carina Nekolny: AUF - Eine (Erfolgs)story. Vom Flugblatt zur Zeitschrift (55-62); Saskya Rudigier: Anschlagsverdächtig. Das feministische Komplott und die 25-jährige Langstreckenläuferin (63-78); Gitta Büchner: Der radikale Ihr Sinn. Warum es ihn nicht mehr gibt oder Warum Anne Will keine Lesbenzeitschrift braucht (79-85); Ina Freudenschuß und Daniela Yeoh: Frauen im Netz. Acht Jahre die Standard.at (86-92); Michaela Schossengeier: Listen to the Female. Feministische Radioarbeit (93-102); Lea Susemichel: Feministisches Fernsehen. An.schläge tv (103-114); Brigitte Geiger, Margit Hauser: Schmöckern, Nachlesen, Recherchieren. Feministische Zeitschriften in Frauenarchiven (115-122); Helga Neumayer und Sarita Jenamani: If you can talk, you can sing. Über einige Herausforderungen des entwicklungspolitischen, feministischen Medienschaffens (124-133); Franka Fieseler: Vernetzte Netze - vielfältige Foren. Zur Geschichte lesbisch-feministischer Zeitschriften in Deutschland (134-150); Margit Hauser, Brigitte Geiger: Feminismus denken. Ein Blick auf feministische Theorie- und Wissenschaftszeitschriften (151-160); Vina Yun: Popkritik, Popjournalismus, Popfeminismus. Pop in feministischen Medien (161-169); Lea Susemichel: Feministische Bildpolitiken. Die Bildergeschichte der an.schläge (170-179); Sonja Eismann: Alles aus Liebe. Feministische Medienarbeit zwischen Selbstbestimmung und Selbstausbeutung (180-188); Julia Well: "Wir orientieren uns nicht an Maßstäben, die wir ja gerade kritisieren!" Feministische Reaktion im Spannungsfeld von Kommerzialität und Autonomie (189-192); Iris Hajicsek: Feminismus und Patchwork in Wien. Nicht nur den Faden verlieren, sondern Netz(werk) einfädeln (193-202); Elisabeth Klaus: Feministische Anschläge (203-207).

[79-L] Wilke, Jürgen:

Die zweite Säule des "dualen Systems": privater Rundfunk, in: Aus Politik und Zeitgeschichte : Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament, 2009, H. 9/10, S. 12-19
(www.bpb.de/files/ZXV87B.pdf)

INHALT: Neben dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk gibt es in der Bundesrepublik Deutschland seit einem Vierteljahrhundert auch privaten Rundfunk, der die zweite Säule des dualen Rundfunks bildet. So wird im ersten Schritt zunächst die historische Entwicklung nachgezeichnet, und zwar (1) die Vorläufer des privaten Rundfunks in den 1920er und 1930er Jahren, (2) der öffentlich-rechtliche Rundfunk und die Frage der Alternative nach dem Zweiten Weltkrieg, (3) das Ende des öffentlich-rechtlichen Monopols seit Ende der 1970er Jahre sowie (4) Start und Entwicklung des privaten Rundfunks ab 1984. Der zweite Schritt befasst sich unter Berücksichtigung von empirischem Datenmaterial für den Zeitraum 1988 bis 2008 mit den wirtschaftlichen Strukturen des privaten Rundfunks bzw. den Marktanteilen und der Finanzierung durch Werbung. Der dritte Schritt beleuchtet sodann die Programme von RTL, Sat 1, Pro Sieben usw. Die Wettbewerbssituation und die Zukunftsaussichten des privaten Rundfunks in Deutschland werden nach Ansicht des Autors durch mehrere Faktoren bestimmt - einerseits durch technische (Digitalisierung, Internet), andererseits durch wirtschaftliche (Werbung, Rundfunkgebühren) und medienpolitische (12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag 2009). (ICG2)

[80-L] Zeese, Jan:

Die Macht der inneren Stimme, Marburg: Tectum Verl. 2008, 482 S., ISBN: 978-3-8288-9771-7

INHALT: "Die Verbandspresse ist ein schlafender Riese mit politisch relevanter Macht. Allein die VdK-Zeitung des gleichnamigen Sozialverbandes geht monatlich an 1,4 Millionen Haushalte. In einer Gesamtauflage von 300 bis 500 Millionen Exemplaren im Jahr bringen auch Gewerkschaften, Arbeitgeber- und die übrigen Sozialverbände in ihren Mitgliederzeitschriften ihre Ansichten unters Volk und platzieren ihre Botschaften bei Multiplikatoren und Politikern. Schließlich gehört es zu den wichtigsten Herausforderungen für Vertreter wirtschaftlicher, sozialer oder gesellschaftlicher Interessen, sich in der Mediengesellschaft mit ihren vielfältigen Informationsangeboten Gehör zu verschaffen. Verbandszeitschriften haben hierbei als zentrales Instrument der Verbandskommunikation eine immense Bedeutung und eine messbare politische Power. Wie wirkt die Verbandspresse? Unter welchen Bedingungen kann sie erfolgreich sein? Das war bisher unbekannt. Jan Zeese schließt diese Forschungslücke. Die Monographie erfasst als erste ihrer Gattung das gesamte Spektrum politischer Verbandszeitschriften. Außerdem liefert sie mit Hilfe einer Breitenumfrage unter den 2.500 wichtigsten Verbänden solide empirische Grundlagen, die durch Einzelfalluntersuchungen und Interviews vertieft werden." (Autorenreferat)

1.4 Interaktive Medien, Multimedia, Kommunikationstechnologie

[81-L] Baringhorst, Sigrid:

Möglichkeiten und Grenzen der Mobilisierung transnationaler Öffentlichkeit im Zeichen digitaler Kommunikation, in: Politische Vierteljahresschrift : Zeitschrift der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft, Sonderheft, 2009, H. 42, S. 609-634 (Standort: UB Bonn(5)-Einzelsign; USB Köln(38)-FHM-XE00036; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "Der sich gegenwärtig vollziehende Medienwandel, der durch den Übergang von der analogen zur digitalen Verbreitung einer räumlichen Entgrenzung und Parzellierung von Öffentlichkeit(en) mit Rückkanalfähigkeit und einer zunehmenden gegenseitigen Verschränkung alter und neuer Kommunikationsmuster gekennzeichnet ist, eröffnet insbesondere politischen Protestakteuren neue mediale Gelegenheitsstrukturen zur Mobilisierung transnationalen Protests. Am Beispiel von Akteuren der Global Justice-Bewegung werden die Auswirkungen von Netztechnologien differenziert nach folgenden Protestfunktionen diskutiert: der logistischen Funktion der Protestmobilisierung; der kognitiven Funktion der Wissensproduktion und -vermittlung; der taktischen Funktion des Internets als Waffe und Zielscheibe politischen Protests; der sozialen Organisationsfunktion im Sinne der Ermöglichung transnationaler Netzwerkbildung sowie der affektiven Funktion der virtuellen Gemeinschaftsbildung. Darauf aufbauend wird am Beispiel von Indymedia und mit Bezug auf netzbasierte transnationale Anti-Corporate Campaigns das innere Spannungsverhältnis zwischen Binnen- und Außenkommunikation von Protestnetzwerken erörtert. Dieses wird charakterisiert als Gegensatz zwischen einer primär der Netzwerklogik folgenden egalitär ausgerichteten Protestkommunikation, die auf die Erzeugung einer alternativen Netzöffentlichkeit zielt, und einer eher hierarchisch organisierten Kampagnenkommunikation im Netz, deren Logik primär an den Selektionsfiltern einer massenmedial vermittelten Öffentlichkeit orientiert ist." (Autorenreferat)

[82-L] Brem, Stefan; Rytz, Ruedi:

Kein Anschluss unter dieser Nummer: der Schutz kritischer Informations- und Kommunikationstechnologie, in: Heiko Borchert (Hrsg.): Wettbewerbsfaktor Sicherheit : Staat und Wirtschaft im Grand Pas de Deux für Sicherheit und Prosperität, Baden-Baden: Nomos Verl.-Ges., 2008, S. 79-96

INHALT: Die Verfasser untersuchen die Sicherheit der kritischen Informations- und Kommunikationsinfrastruktur. Ausgehend von einer Betrachtung des relevanten Risikospektrums entwickeln die Autoren theoretische Überlegungen zur Rolle des Staates als Sicherheitsproduzent im Bereich kritischer Infrastrukturen und illustrieren diese anhand konkreter Lösungsansätze, die in der Schweiz zum Schutz der kritischen Informations- und Kommunikationsinfrastruktur ergriffen wurden. Sie führen aus, dass mit Ausnahme des Cyberterrorismus bislang alle anderen Hauptbedrohungskategorien (Naturgefahren, menschliches und technisches Versagen) zu teilweise erheblichen Beeinträchtigungen der Leistungsfähigkeit der Informationsinfrastruktur geführt haben. Die Gefährdung der kritischen Informationsinfrastruktur ist daher reell und erfordert entsprechende Abwehr- und Sicherungsmaßnahmen. Nach Ansicht der Autoren tragen jedoch der Zeitgeist des schlanken Staates und die dynamischen Markt- und Technologieentwicklung dazu bei, dass Regierungen nicht länger als Eigentümer oder Betreiber kritischer Informations- und Kommunikationsinfrastrukturen auftreten. Marktversagen,

unvollständige Information und Moral Hazard sind aus Sicht der Autoren die wichtigsten Gründe, weshalb sich die Regierungen in diesem Bereich nicht bloß auf eine reine Laissez-faire-Politik zurückziehen können. Gefragt ist daher ein Mittelweg, der Elemente der öffentlich-privaten Zusammenarbeit mit Anreizmechanismen und gegebenenfalls gesetzlichen Maßnahmen kombiniert. Vor allem der partnerschaftliche Ansatz hat sich dabei in der Schweiz als Grundansatz zur Erarbeitung eines umfassenden Krisenmanagement- und Schutzsystems für die kritische Informations- und Kommunikationsinfrastruktur bewährt. So führten beispielsweise die von staatlichen Behörden und der Wirtschaft gemeinsam durchgeführten Risikoanalysen zu freiwilligen Maßnahmen zwischen den kritischen Infrastruktursektoren Telekommunikation und Energie, ohne dass der Staat gesetzgeberisch eingreifen musste. Ebenso gelang es, durch die enge öffentlich-private Abstimmung verschiedene Versuche der Wirtschaftsspionage rechtzeitig zu erkennen und geeignete Gegenmaßnahmen zu treffen. (ICF2)

[83-L] Bruns, Axel:

"Anyone can edit": vom Nutzer zum Produzent, in: kommunikation @ gesellschaft : Journal für alte und neue Medien aus soziologischer, kulturalanthropologischer und kommunikationswissenschaftlicher Perspektive, Jg. 10/2009, Beitr. 3, 23 S.
(vt-app.bonn.iz-soz.de/journals/text/K.G/10/B3_2009_Bruns.pdf)

INHALT: "Über die letzten Jahre hat sich einige öffentliche und kommerzielle Aufmerksamkeit auf ein Phänomen gerichtet, das sich anschießt, die Medienlandschaft grundlegend zu verändern. Yahoo! kaufte Flickr. Google erwarb YouTube. Rupert Murdoch kaufte MySpace, und erklärte, die Zukunft seines NewsCorp-Imperiums läge eher in der nutzergesteuerten Inhaltserschaffung innerhalb solcher sozialer Medien als in seinen vielen Zeitungen, Fernsehsendern und anderen Medieninteressen (2005). Schließlich brach TIME mit seiner langetablierten Tradition, eine herausragende Persönlichkeit als 'Person des Jahres' zu nominieren, und wählte stattdessen 'You': uns alle, die wir online in Kollaboration Inhalte schaffen (2006)." (Autorenreferat)

[84-L] Burkart, Günter:

Die Inszenierung des mobilen Selbst, in: Herbert Willems: Theatralisierung der Gesellschaft : Bd. 1, Soziologische Theorie und Zeitdiagnose, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2009, S. 203-219

INHALT: Das Mobiltelefon hat sich in kurzer Zeit von einem exotischen Luxusspielzeug zu einem selbstverständlichen Bestandteil der Alltagswelt entwickelt. Der überwältigende Erfolg des Handy in wenigen Jahren hat zu markanten Veränderungen der öffentlichen Selbstpräsentation und zu einer zeitlich-räumlichen Entbindung der Kommunikation geführt. Die Ignoranz der telefonierenden Menschen gegenüber Anwesenden hat etwas mit Ortlosigkeit, ständiger Erreichbarkeit und der Ablösung der Kommunikation von raum-zeitlichen Fixierungen zu tun. Der Autor geht in seinem Beitrag daher zunächst auf einige Aspekte der Ortlosigkeit und der Auflösung raum-zeitlicher Verortungen der Kommunikation ein. Er zeigt ferner, dass die Telekommunikation in öffentlichen Situationen auch zu Störungen und zur Verletzung von Regeln der öffentlichen Kommunikation und der persönlichen Territorien führen kann. Im zweiten Teil seines Beitrags diskutiert er einige Aspekte der Distinktion und des Persönlich-

keitsausdrucks, die sich mit dem Handy eröffnen, bevor er sich dann der Frage zuwendet, ob das Mobiltelefon zu einem Signum der Postmoderne geworden ist, weil es die Möglichkeit der öffentlichen Inszenierung eines mobil gewordenen Selbst bietet. Der Erfolg des Handy verweist seines Erachtens auf den Übergang zur Postmoderne, in der neue Formen der Oralität begünstigt, hierarchische Strukturen und institutionelle Ordnungen abgebaut und neue Vergemeinschaftungsformen möglich werden. (ICI2)

[85-L] Busch, Thorsten:

Fortschrittsperspektive digitale Allmende?: der Digital Divide und Corporate Citizenship in der IT-Branche, (Berichte des Instituts für Wirtschaftsethik der Universität St. Gallen, Nr. 113), St. Gallen 2009, VI, 31 S., ISBN: 978-3-906848-21-1 (Standort: UB Trier(385)-t97654; Graue Literatur)

INHALT: "Der Digital Divide wird heute allgemein als globales Problem anerkannt und steht auf der politischen Agenda. Es reicht jedoch nicht aus, nur auf die institutionalisierte Politik zu vertrauen, denn Unternehmen sind in diesem Themenkomplex entscheidende Akteure, die durch ihre Geschäftsmodelle sowie ihre politische Einflussnahme großen Anteil daran haben, ob es gelingen wird, den Digital Divide zu überwinden. Dies liegt unter anderem daran, dass seit Ende der 1970er Jahre Software als kommerzielles, geschlossenes, proprietäres Produkt gehandelt wird. Das darin enthaltene Wissen wird dadurch eingeschlossen und künstlich verknüpft. Dies verhindert bzw. erschwert den Aufbau einer digitalen Allmende, die dabei helfen könnte, den Digital Divide zu mindern. Aus wirtschaftsethischer Sicht kommt es daher darauf an, die Verantwortung von IT-Unternehmen in diesem Zusammenhang zu klären, damit nicht weiterhin lediglich verkürzte 'Scheckbuch-Ethik' den Umgang der IT-Unternehmen mit dem Digital Divide bestimmt. Daher werden in diesem Beitrag drei Konzepte von Corporate Citizenship erläutert und darauf geprüft, welchen Orientierungsgehalt sie für die Strategien von IT-Unternehmen bieten. Erste Anzeichen deuten heute auf einen langsamen, aber stetigen Wandel hin - weg von einer geschlossenen, proprietären IT, hin zu offenen und standardkonformen Architekturen. Man denke etwa an den Erfolg von Wikipedia oder Linux. Diesen Wandel können die Bürger aber nicht einfach abwarten, sondern müssen ihn einfordern und gestalten, damit eine lebensdienliche digitale Allmende sich von der bloßen Fortschrittsperspektive zum realen Faktum entwickeln kann." (Autorenreferat)

[86-L] Ertelt, Jürgen; Röhl, Franz Josef (Hrsg.):

Web 2.0: Jugend online als pädagogische Herausforderung: Navigation durch die digitale Jugendkultur, München: KoPaed 2008, 269 S., ISBN: 978-3-86736-031-9

INHALT: "Web 2.0-Anwendungen zeichnen sich durch eine fortwährende Dynamik aus. Kennzeichnend für diese Entwicklung sind die Partizipation der Nutzerinnen und der permanente Austausch der Beteiligten. Neue Formen von Beteiligung, Teilnahme, Mitwirkung und Mitbestimmung kristallisieren sich heraus. Kennzeichnend für diese Bewegung ist eine Ethik der Kooperation. Kollektiv werden Ressourcen erschlossen, Kompetenzen und Potentiale zur Verfügung gestellt. Die Beweggründe sind sicherlich ganz unterschiedlich, eher selten sind sie orientiert an sozialpolitischen Idealen, mehr lässt sich ein hedonistisches Interesse beobachten. Es handelt sich somit um Unterstützungssysteme auf Gegenseitigkeit. Kooperiert wird im Rahmen gemeinsamer Angelegenheiten. Web 2.0 fördert die Tendenz, dass die Nutzerin-

nen Personen mit gleichen Interessen finden. Die durch das Web 2.0 ausgelöste Entwicklung ist vergleichbar mit der des frühen Films vor ungefähr 100 Jahren. Wie der Film seinerzeit maßgeblich dazu beitrug, die Seh- und Wahrnehmungsmuster zu beeinflussen, wirken die Erfahrungen im Umgang mit dem Web 2.0 unabhängig von den jeweiligen Inhalten. Das Medium selbst trägt dazu bei, die menschliche Wahrnehmung derart zu strukturieren, dass unser Verhältnis zur Welt und damit auch unsere Vorstellung von Wirklichkeit von den benutzten Medien beeinflusst werden. Da jede neue Wahrnehmungstechnologie nicht nur zu Erweiterungen sondern auch zu Reduzierungen früherer Kompetenzen führt, sind mit Web 2.0 auch Risiken verbunden. Es bedarf der Auseinandersetzung, welche Bedeutung diese Erneuerung des WWW in der Praxis einnehmen könnte. In diesem Sammelband setzen sich neben den Herausgebern aus der Praxis kommende Expertinnen theoretisch und umsetzungsorientiert mit der Frage auseinander, wie das neue Medium für die Jugendinformation und die Bildungsarbeit nutzvoll eingesetzt werden kann. Die Beiträge beschäftigen sich mit den grundlegenden Veränderungen, die durch Web 2.0 ausgelöst werden. Ebenso werden die potentiellen und realen Gefahren problematisiert. Ein weiterer Schwerpunkt des Buches beschäftigt sich mit den Motiven und Interessen der Nutzerinnen. Des weiteren wird die erweiterte Nutzung von Bildmedien im Web 2.0 vorgestellt, es werden schon jetzt verwirklichte, aber auch zukünftige Bildungsszenarien - von Wikis zu Second Life bis IP-TV - beschrieben und es werden die Potentiale ausgelotet, die das Medium für die Jugend- und Bildungsarbeit haben kann. Exemplarisch werden Modellprojekte vorgestellt. In Verbindung mit den im Buch enthaltenen konkreten Hilfestellungen, Web 2.0 Anwendungen selbstständig anzuwenden, bietet das Buch eine anschauliche Beobachtung der aktuellen technologischen Entwicklung, eine theoretische Reflexion und die Vermittlung von handlungsorientierter Kompetenz im Umgang mit diesem Medium." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Jörg Kantel: Ping, Tags und Social Software - Communitybildung und Medienkonvergenz durch neue Publikationsformen im Internet (21-38); Raphael Kurz: Open Source und Web - Vom Konsumenten zum Produzenten (39-42); Wolfgang Schindler: Mit Netz und doppeltem Boden - Perspektiven pädagogischer Arbeit mit Jugendlichen im Web 2.0 (43-49); Jürgen Ertelt: Netzkultur 2.0 - Jugendliche im globalen Dorf (50-58); Franz Josef Röhl: Lernbausteine für die Web 2.0 Generation (59-84); Franz Josef Röhl: Weblogs als Instrumente des Informations-, Beziehungs-, Identitäts- und Wissensmanagements (85-98); Wolfgang Schindler: Stasi 2.0 ? Politische Bildung und Jugendarbeit im Web 2.0 (99-107); Anne Riechert: Web 2.0-Dienste und Datenschutz am Beispiel des Bewertungsportals "MeinProf.de" (108-118); Franz Josef Röhl: Von der Stärke schwacher Beziehungen - Kommunikationskultur und Gemeinschaftsbildung als Ausdruck von Identitätssuche (119-140); Sonja Reichmann: Volker Jörn Walpuski: Web 2.0 Optionen für die Jugendarbeit (141-147); Verena Ketter: Weblogs in der Kinder- und Jugendarbeit (148-157); Franz Josef Röhl: Konzepte in der Jugendarbeit - Selbstgesteuertes Lernen mit Wiki (158-175); Christian Hermann: Der Sender bin ich! Auch mit Podcasting sind Jugendliche im Web 2.0 angekommen (176-183); Daniel Poli: Flimmern 2.0 - Aufwachsen mit Videoblogs, Videopodcasts und anderen Bewegtbildern im Internet (184-193); Kirsten Mascher: Machinima - Computerspiele als digitale Sandkästen (194-201); Arnfried Böker: Handymania - Mit dem Handy jederzeit und an jedem Ort online (202-209); Daniel Seitz: Geocaching - Schnitzeljagd 2.0 (210-218); Jörg Kantel: Local.tv is here - Entwurf eines unabhängigen, lokalen Internet-TV (219-243); Martin Pinkerneil: Mobil, online, verspielt (244-248); Michael Lange: Das fliegende Klassenzimmer - Bildungspotentiale von "Second Life" (249-266).

[87-L] Gebauer, Iris; Luley, Torsten:

Chancen und Risiken der neuen Medien für den ländlichen Raum: Kernergebnisse aus dem Forschungsprojekt "Chancen und Risiken der neuen Medien bei der Strukturentwicklung in Baden-Württemberg", (Standortanalysen, Bd. 1), Bad Iburg: Der Andere Verl. 2007, 87 S., ISBN: 978-3-89959-649-6 (Standort: LB Stuttgart(24)-58C168)

INHALT: Die auf Sekundärdaten, Experteninterviews und einer Befragung von Kommunen in Baden-Württemberg basierende Untersuchung beschreibt den Status Quo der Verbreitung des breitbandigen Internet in Baden-Württemberg von der Angebots- wie von der Nachfrageseite her. So sollen strukturelle Unterschiede zwischen Verdichtungsräumen und ländlichen Räumen sichtbar werden. Es wird deutlich, dass die Internet-Nutzung sowie die Innovationskraft hinsichtlich der Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) im ländlichen Raum deutlich schwächer ausgeprägt sind als in den Ballungsräumen. Der Zusammenhang von IKT und ländlichen Räumen wird unter Bezugnahme auf folgende Thesen diskutiert: Death of Distance, Konzentrationsthese, IKT als Standortfaktor, Breitband als Innovationsmotor, Arbeitsplatzpotenziale, Attraktivitätsverlust, strukturelle Benachteiligung ländlicher Räume. Ein Überblick zu Instrumenten und Maßnahmen zur Unterstützung der Diffusion neuer Medien im ländlichen Raum schließt sich an. Die Untersuchung macht den Handlungsbedarf hinsichtlich eines Breitbandausbaus im ländlichen Raum sichtbar, um eine flächendeckende Versorgung zu realisieren, strukturelle Benachteiligungen der ländlichen Räume zu vermeiden und die gesellschaftspolitisch gewünschte Förderung ländlicher Räume zu realisieren. Entsprechende Handlungsempfehlungen werden abschließend formuliert. (ICE2)

[88-L] Hahne, Michael; Jung, Corinna:

Über die Entstehungsbedingungen von technisch unterstützten Gemeinschaften, (Technical University Technology Studies : Working Papers, 5-2008), Berlin 2008, 20 S. (Graue Literatur; www2.tu-berlin.de/~soziologie/Tuts/Wp/TUTS_WP_5_2008.pdf)

INHALT: Mit Web 2.0 wird allgemein ein neuer Höhepunkt des Wandels von Kommunikationsmedien verbunden. Anders als im klassischen Internet bieten die zugrunde liegenden Technologien auch Laien die Möglichkeit, eigene Ideen und Inhalte einer globalen Leser- und Kritikerschaft zur Verfügung zu stellen und über diese miteinander in Kontakt zu treten. Die Autoren beschäftigen sich vor diesem Hintergrund mit der Frage, wie neue Technologien zur Bildung von Gemeinschaften beitragen können. Sie berichten hierzu von Ergebnissen eines Forschungsprojekts, in dem sie die Entwicklung und Einführung eines Systems begleitet haben, das auf die Unterstützung von Gemeinschaften abzielte. Dieses System namens PIA + COMM (Personal Information Agent + Community) ist eine Informations- und Interaktionsplattform, die Sozialität im Bereich wissenschaftlicher Communities mitgestalten will, indem sie vorhandene Gemeinschaften unterstützt und die Entstehung neuer fördert. Das zentrale Ergebnis der Untersuchung ist, dass ein mit technischen Medien verbundener Wandel nur dann zustande kommt, wenn die angebotenen technischen Funktionalitäten des Mediums mit drei Bedingungen ihrer Umwelt in Einklang gebracht werden: (1) mit bereits etablierten Handlungs-, Deutungs- und Bewertungspraktiken der potenziellen Nutzer, (2) mit den an die Innovation gerichteten Erwartungen und (3) mit den infrastrukturellen Gegebenheiten der potenziellen Nutzungssituation. (ICG2)

[89-L] Hartmann, Frank:

Multimedia, (UTB Profile, 3033), Wien: WUV Facultas 2008, 126 S., ISBN: 978-3-8252-3033-3

INHALT: "Multimediale Kommunikation im Digitalzeitalter - das eröffnet neue Fragen zu den Grundlagen der Medienkultur. Dieser Band liefert den Überblick: Schriftlichkeit, Bildlichkeit, Sound, Desktop & Maus, Interface. Frank Hartmann erläutert die Technologien von Internet und World Wide Web und diskutiert aktuelle Entwicklungen des Netzes und Tendenzen von Web 2.0." (Autorenreferat)

[90-L] Hartmann, Maren; Rössler, Patrick; Höflich, Joachim R. (Hrsg.):

After the mobile phone?: social changes and the development of mobile communication, (Kommunikationswissenschaft, Bd. 4), Berlin: Frank & Timme 2008, 224 S., ISBN: 978-3-86596-167-9

INHALT: "After the Mobile Phone? Social Changes and the Development of Mobile Communication is a book that looks beyond. It looks beyond in terms of the coming developments concerning mobile technologies, of changes in the mobile media markets, of new aspects of mobile media uses. Moreover, it expands existing theoretical frameworks, since it uses diverse approaches from social sciences, from media studies, from technology studies, etc. After the Mobile Phone? also goes beyond the usual work on mobile media as it looks at wider societal appropriation processes. It is an up-to-date survey of how mobile media are used, produced and imagined." (author's abstract). Contents: Kathleen M. Cumiskey: "Do you want to have a Beer over the Phone?": Capturing Metaphoric Evidence of Mobile Symbiosis and the Mobile Imaginary on Film (17-34); Frauke Behrendt: Texting and Calling Public Spheres: Mobile Phones, Sound Art and Habermas (35-54); Gerard Gaggin, Christina Spageon: Mobile Messaging and the Crisis in Participation Television (55-68); Juan Miguel Aguado, Immaculada J. Martinez: The Fourth Screen and the Liquid Medium: Notes for a Characterization of the Media Cultures Implicit in Mobile Entertainment Contents (69-84); Sonja Kretzschmar: Journalistic Content and the World Cup 2006: Multimedia Services on Mobile Devices (85-100); Virpi Oksman: Mobile Video - Between Personal, Community and Mass Media (101-114); Lee Humphreys: Mobile Devices and Social Networking (115-130); Andreas Hepp: Communicative Mobility after the Mobile Phone: The Appropriation of Media Technology in Diasporic Communities (131-152); Kakuko Miyata, Ken'ichi Ikeda: Mobile Internet, Social Capital and Civic Engagement in Japan (153-172); Michael Traugott, Sung-Hee Joo, Rich Ling, Ying Qian: The Mobile Phone: an Essential Item for the US Public (173-184); Veronika Karnowski, Thilo v. Pape, Werner Wirth: After the Digital Divide? An Appropriation Perspective on the Generational Mobile-Phone Divide (185-202); Julian Gebhardt, Joachim R. Höflich, Patrick Rössler: Breaking the Silence? The Use of the Mobile Phone in a University Library (203-218). |

[91-L] Hillgärtner, Harald:

Das Medium als Werkzeug: Plädoyer für die Rehabilitierung eines abgewerteten Begriffes in der Medientheorie des Computers, Boizenburg: Hülsbusch 2008, 288 S., ISBN: 978-3-940317-31-5

INHALT: "In den letzten Jahren ist man allzu selbstverständlich davon ausgegangen, dass der Computer nicht als Werkzeug, sondern als Medium zu denken sei. Es genüge nicht, im Rückgriff auf anthropologische Schemata, Medien als werkzeughafte Ausweitungen des Menschen zu beschreiben. Demgegenüber wird in diesem Buch der Vorschlag unterbreitet, den Computer erneut vom Werkzeug her zu denken. Gerade der Werkzeugcharakter unterscheidet den Computer vom vorherrschenden Medienparadigma des 20. Jahrhunderts, von Film und Fernsehen und dem daraus abzuleitenden Status des Rezipienten als weitgehend passivem Konsumenten. Es geht also um ein Plädoyer für einen produktiven Gebrauch des neuen Mediums. Dass es so etwas wie eine 'Creative Commons' gibt und dass es immer selbstverständlicher wird, dass Nutzer ihre kreativen Produkte mit anderen Nutzern teilen und es ihnen ermöglichen, auf Basis dieser Produkte weiter zu arbeiten, bestärkt die Aktualität des Werkzeug-Begriffs für die Medientheorie des Computers. Das Buch setzt sich grundlegend mit der Technik des Computers und ihrer medientheoretischen Einordnung auseinander und konfrontiert diese mit neueren Entwicklungen, in denen das neue Medium weniger zur Distribution als vielmehr zur Partizipation eingesetzt wird." (Autorenreferat)

[92-L] Katzenbach, Christian:

Weblogs und ihre Öffentlichkeiten: Motive und Strukturen der Kommunikation im Web 2.0, (INTERNET Research, Bd. 32), München: R. Fischer 2008, 167 S., ISBN: 978-3-88927-463-2

INHALT: Ziel der Untersuchung ist es, die Öffentlichkeitsformen, die durch Weblog-Nutzungen entstehen, analytisch zu erfassen und systematisch zu verorten. Dazu werden zunächst Weblogs als Phänomene beschrieben und in den Kontext der aktuellen Diskussion um das Web 2.0 sowie der Debatte um die Auswirkungen des Internet in der Frühphase seiner Popularisierung gestellt. Das zweite Kapitel stellt verschiedene Ansätze der kommunikationswissenschaftlichen Analyse gesellschaftlicher Kommunikation vor. Dabei wird zunächst der Journalismus als spezifische soziale Praxis der Zeichenerstellung und -deutung charakterisiert, die die öffentliche Kommunikation in modernen Gesellschaften dominiert. Dann werden öffentlichkeitstheoretische Ansätze vorgestellt, die die Analyse von Kommunikationsräumen auf verschiedenen Ebenen ermöglichen. Schließlich wird in die Cultural Studies-Perspektive eingeführt, die es erlaubt, die Rolle der Mediennutzer und ihre Inklusion in mediale Prozesse der Bedeutungskonstruktion zu untersuchen. Im dritten Kapitel werden Merkmale von Weblogs als Form der öffentlichen Kommunikation herausgearbeitet, Eigenschaften von Weblogs als technische Infrastruktur geklärt und die sich herausbildenden Normen der Nutzung von Weblogs behandelt (Verwendungsweisen, Rolle des Autors). Abschließend befasst sich der Verfasser mit den Formen von Öffentlichkeit, die sich auf der Basis von Weblog-Nutzungen herausbilden. Die Untersuchung macht deutlich, dass Weblogs als technische Infrastruktur die Artikulation von individuellen und kollektiven Meinungen in medialen Kommunikationsräumen unterstützen und damit zur Herausbildung von einfachen sowie komplexen Öffentlichkeiten beitragen. (ICE2)

[93-L] Köhler, Benedikt:

Web 2.0 für Sozialwissenschaftler: Einsatzmöglichkeiten von Wikis, Weblogs und Social Bookmarking in Forschung und Lehre, Stockdorf 2008, 18 S. (Graue Literatur; d-nb.info/990998835/34)

INHALT: Der Beitrag behandelt verschiedene Anwendungsmöglichkeiten von Web 2.0-Technologien für Sozialwissenschaftler. Besonders fokussiert werden dabei Wikis, Weblogs und Social Bookmarking. Das Ziel des Papiers ist es, die einzelnen Techniken kurz zu skizzieren, um diese für jemanden, der mit dem Internet vertraut ist aber über kein detailliertes Wissen, was Web 2.0 Anwendungen angeht, verfügt, zugänglich und verständlich zu machen. Die Studie führt zunächst in die Entstehungsgeschichte und die allgemeine Bedeutung von Web 2.0 für die Sozialwissenschaften in der Forschung und Lehre ein. Das folgende Kapitel behandelt die Rolle von Wikis als ein Hilfsmittel für die Erstellung, Bearbeitung und Veröffentlichung von Dokumenten aller Art. Diese Externalisierung und Objektivierung von Wissen ist von grundlegender Bedeutung für die wissenschaftliche Arbeit in den Sozialwissenschaften. Im dritten Kapitel werden die wesentlichen Funktionen von Weblogs als ein weiteres wichtiges Element des sozialen Internets beschrieben. Als Fallbeispiel wird das Phd-Blog als publizistische Begleitung des eigenen Promotionsvorhabens vorgestellt. Weitere Fallbeispiele die genannt werden sind das Projektblog, das Seminarblog, das Institutsblog und das Wissenschaftsblog. Der Beitrag schließt mit einer Ausführung zu Social Bookmarkings, welche eine entscheidende Rolle in der sozialwissenschaftlichen Internetrecherche spielen. (ICG)

[94-L] Lovink, Geert:

Zero Comments: Elemente einer kritischen Internetkultur, (Kultur- und Medientheorie), Bielefeld: transcript Verl. 2008, 326 S., ISBN: 978-3-89942-804-9

INHALT: Das Buch zeigt, dass im Widerspruch zum "new new"-Hype die Position der neuen Medien in der Gesellschaft einer Lösung keineswegs näher steht als während des "old new"-Hypes der ersten Internet-Blase. Im ersten Kapitel werden Entwicklungen des Internet zwischen 2003 und 2006 thematisiert. Im zweiten Kapitel wird Blogging diskutiert und eine Theorie formuliert, die sich von der verbreiteten Annahme absetzt, dass Blogs eine selbst gewählte Affinität zur Nachrichtenindustrie haben. Weitere Themen sind die Krise der Neue-Medien-Kunst, die deutsche Medientheorie, die Niederlande nach der Digitalisierung, Internet-Zeit, fünf Jahre Neue-Medien-Kultur in Indien, das Incommunicado-Programm, Strategien für den Medienaktivismus, Online-Zusammenarbeit auf dem Prüfstand, eine verteilte Ästhetik und die Einführung organisierter Netzwerke. (ICE2)

[95-L] Meckel, Miriam; Stanoevska-Slabeva, Katarina (Hrsg.):

Web 2.0: die nächste Generation Internet, (Kommunikation und Management, Bd. 1), Baden-Baden: Nomos Verl.-Ges. 2008, 246 S., ISBN: 978-3-8329-3243-5

INHALT: "Unter Web 2.0 wird eine Reihe von Entwicklungen im Netz zusammengefasst, die Soziale Netzwerke und User Generated Content in den Mittelpunkt stellen. Dabei verwischt die klassische Rollenverteilung von Medienanbieter und -konsument und es entstehen zahlreiche neue Kommunikationsformen. Die Internet-Enzyklopädie Wikipedia hat mittlerweile mehr Einträge als die Encyclopaedia Britannica, Blogs ersetzen das klassische Tagebuch und

jeder kann unabhängig von institutioneller Legitimation oder Talent und ohne Journalist zu sein seine Meinung öffentlich kundtun. Fotos werden in Fotoalben bei Flickr und Videos über Youtube veröffentlicht und können sofort weltweit betrachtet werden. Bookmarks und News lassen sich besser in der Gruppe als allein sortieren. Die privaten Kontakte werden über Myspace verwaltet und die beruflichen über Xing. Menschen und Unternehmen präsentieren sich und kommunizieren durch Avatare im 'Second Life'." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Katarina Stanoevska-Slabeva: Web 2.0 - Grundlagen, Auswirkungen und zukünftige Trends (13-38); Roman Högg, Robert Martignoni, Miriam Meckel, Katarina Stanoevska-Slabeva: Web 2.0 Geschäftsmodelle (39-58); Markus Niewerth: Zukunftsszenarien kommunikativer Vernetzung durch Mobilkommunikation (59-70); Robert Martignoni, Katarina Stanoevska-Slabeva: Wird das Web 2.0 mobil? Entwicklungsstand des mobilen Web 2.0 am Beispiel von Videoplattformen (71-92); Torsten Ahlers: Neue Anwendungen und Geschäftsfelder im Web 2.0 (93-108); Miriam Meckel: Reputationsevangelisten und Reputationsterroristen. Unternehmenskommunikation 2.0 (109-130); Gunnar Bender: Von Web 1.0 zu Web 2.0. Kommunikation eines Paradigmenwechsels am Beispiel von AOL Deutschland (131-142); Daniel Michelis, Thomas Schildhauer: Teleport now! (143-162); Marcus Schögel, Verena Walter: Behavioral Targeting. Chancen und Risiken einer neuen Form des Online-Marketing (163-188); Matthes Fleck, Lars Kirchhoff: Folksonomy und Tags oder warum es im Web keine Regale gibt (189-202); Michael Maier: The Readers Edition. Wie Mediennutzer dem Journalismus Konkurrenz machen (203-212); Götz Hamann: Die Medien und das Medium. Web 2.0 verändert die Kommunikation der Gesellschaft (213-228); Matthias Horx: Technolution - die Evolution der Technologie. Wie aus dem Spannungsverhältnis menschlicher Kultur und technologischer Erfindung Zukunft entsteht ... (229-242).

[96-L] Meyer, Torsten; Scheibel, Michael; Münte-Goussar, Stephan; Meisel, Timo; Schawe, Julia (Hrsg.):

Bildung im neuen Medium: Wissensformation und digitale Infrastruktur, Münster: Waxmann 2008, 400 S., ISBN: 978-3-8309-1871-4 (Standort: ULB Münster(6)-3K5175)

INHALT: "Die seit nunmehr 15 Jahren so genannten 'Neuen Medien' in einem erweiterten Diskurs zu untersuchen, war das Ziel eines transdisziplinären Diskurses auf dem internationalen Symposium 'Bildung im Neuen Medium'. Der Fokus der Diskussion richtete sich auf die Wandlungen der Darstellungs- und Interaktionsweisen in Wissenschaft und Kunst und ihre Wechselwirkungen mit den individuellen und sozialen Handlungspraxen, Wissensorganisationen und Denksystemen. Insbesondere wurde nach bildungstheoretischen Implikationen und ihrer Bedeutung für gegenwärtige Bildungseinrichtungen gefragt: Transformationen der Lehrinhalte und ihrer Formen, der didaktischen und heuristischen Werkzeuge, der institutionellen Kontexte, aber auch der Sozialisation der Studierenden- und Schülergeneration, der in die digitalen Kulturen Hineingeborenen." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Torsten Meyer: Bildung im Neuen Medium. Eine Einleitung (12-31); Diskurs: Wissen, Innovation, Institution, Bildung (32-47); Markus Krajewski: Der Famulant. Gelahrte Kästen 1548 2006 (48-61); Michael Giesecke: Triadisches Denken und posttypographische Erkenntnistheorie (62-77); Frank Hartmann: Zwischen Kultur und Technik: der mediologische Ansatz (78-91); Monika Fleischmann, Wolfgang Strauss: Kulturelle Grundlagenforschung im Medienzeitalter. Von der Information zum Wissensraum (92-107); Elke Bippus: Mediale (Eigen-)Sinnigkeiten. Überlegungen zur künstlerischen Wissensbildung im Medium (108-119); Trebor Scholz: Die Krise der New Media Art Education (120-135); Manfred Faßler: Collaborative Intelligence /

Communities of Projects (136-149); Benjamin Jörissen, Winfried Marotzki: Online-Communities und Social Networking. Neue Entwicklungsrichtungen im Rahmen des Web 2.0 (150-165); Oliver Marchart: Bildungs-Apparaturen. Hegemonie, Protest und die pädagogische Funktion medialer Apparate (166-179); Stephan Münte-Goussar: Selber machen. Regierungstechnologien der Freiheit (180-201); Werner Sesink: Die Wüste lebt. Kulturierung des Neuen Mediums (202-215); Michael Scheibel: Vermittlungsraum Medienraum (216-231); Remo Aslak Burkhard: Bildungsraum Science City ETH (232-243); ask23 - ArchivSystemKunst (244-245); eMargo - digitale Randspalte und interaktives Skript (246-247); study.log - Knowledge Construction Tool (248-249); netzspannung.org - Wissensraum für digitale Kultur (250-251); Business Knowledge Visualization (252-253); CommSy - ein Community System (254-255); metacoon - Projektbasierte Online-Lernplattform (256-257); stray.net - Personal Knowledge Framework (258-259); Vis / Space - imagespace (260-389).

[97-L] Rennenberg, Christiane:

Digitalisierung der Unterhaltungselektronik: das Fernsehen der Zukunft, Saarbrücken: VDM Verl. Dr. Müller 2008, 98 S., ISBN: 978-3-8364-2161-4

INHALT: "Die technische Entwicklung in der Unterhaltungselektronik schreitet im Zuge wachsender Digitalisierung rasant voran. Besonders auf dem Film- und Fernsehmarkt haben sich daraus vielfältige Möglichkeiten entwickelt. Für den Zuschauer bedeutet dies nicht nur technische Verbesserungen, sondern auch die stetige Zunahme von Programmvielfalt und Interaktionsmöglichkeiten. Auf den ersten Blick scheinen größere Programmauswahl und interaktives Fernsehen eine positive Zukunftsvision des Fernsehens zu entwerfen. Doch was sind die Auswirkungen des Fernsehens der Zukunft auf den Zuschauer? Haben momentane und noch bevorstehende Neuentwicklungen im Angesicht steigender Mediennutzung nur positive Folgen? Die Autorin Christiane Rennenberg erläutert einleitend den Begriff der Digitalisierung und beschreibt den heutigen Entwicklungsstand des Fernsehens. Darauf aufbauend setzt sie sich ausführlich mit dem Fernsehen der Zukunft auseinander und untersucht aufbauend auf Experteninterviews die Auswirkungen eines digitalisierten Fernsehens auf soziale Gewohnheiten, sowie den psychischen und physischen Zustand des Konsumenten." (Autorenreferat)

[98-L] Scherfer, Konrad (Hrsg.):

Webwissenschaft: eine Einführung, (Einführungen : Kommunikationswissenschaft, Bd. 2), Berlin: Lit Verl. 2008, 286 S., ISBN: 978-3-8258-0947-8

INHALT: "Das World Wide Web unterscheidet sich strukturell erheblich von den traditionellen Medien und hat das Mediensystem von Grund auf verändert. Radikal sind die Auswirkungen der webtechnischen Innovation sowohl für die Medienlandschaft und die Gesellschaft als auch für diejenigen Wissenschaften, die sich mit Medien - deren Geschichte, Inhalten, Formen, Technik, Wirkungen usf. - befassen. In dieser Einführung werden vor diesem Hintergrund einerseits Forschungsfragen einer zukünftigen Webwissenschaft auf einer übergeordneten Ebene diskutiert, andererseits werden die Perspektiven der relevanten Bezugswissenschaften integriert" (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Konrad Scherfer: Ist das Web ein Medium? (10-30); Helmut Volpers: Warum und zu welchem Zweck benötigen wir eine Webwissenschaft? (31-51); Rainer Leschke: 'Diese Site wird nicht mehr gewartet'. Medienanalytische Perspektiven in den Medienwechselln (52-72); Christoph Ernst: Emergente Öffentlichkeit?

Bausteine zu einer Theorie der Weböffentlichkeit (73-90); Helmut Volpers, Karin Wunder: Das ICH im Web. Auswirkungen virtueller Identitäten auf soziale Beziehungen (91-101); Tom Alby: Technikgeschichte des Webs (102-115); Cyrus Khazaeli: Visuelles Denken im Interaktions- und Webdesign (116-136); Anja Bohnhof, Kolja Kracht: Das fotografische Bild im Web (137-153); David Kratz: Qualität im Web - Interdisziplinäre Website-Bewertung (154-169); Mercedes Bunz: Für eine neue Poesie der Neugier. Das Web verändert den Journalismus - nicht nur online (170-180); Petra Werner: Das Web braucht Spezialisten, keine Generalisten. Zur Notwendigkeit einer webspezifischen Professionalisierung in der Ausbildung (181-194); Simone Fühles-Ubach: Online-Forschung im Web - Methodenschwerpunkte im Überblick (195-211); Jörg Hoewner: Im Spiel der Moden? Das Web in der Wirtschaft, die Wirtschaft im Web (212-233); Martina Waitz: Medizin im Web (234-250); Bernd Holznagel, Thorsten Ricke: Das Web und das Medienrecht (251-267); Dirk Lewandowski: Suchmaschinenforschung im Kontext einer zukünftigen Webwissenschaft (268-282).

[99-L] Seifert, Uwe; Kim, Jin Hyun; Moore, Anthony (Hrsg.):

Paradoxes of interactivity: perspectives for media theory, human-computer interaction, and artistic investigations, Bielefeld: transcript Verl. 2008, 343 S., ISBN: 978-3-89942-842-1

INHALT: "Current findings from anthropology, genetics, prehistory, cognitive and neuroscience indicate that human nature is grounded in a co-evolution of tool use, symbolic communication, social interaction and cultural transmission. Digital information technology has recently entered as a new tool in this co-evolution, and will probably have the strongest impact on shaping the human mind in the near future. A common effort from the humanities, the sciences, art and technology is necessary to understand this ongoing co-evolutionary process. Interactivity is a key for understanding the new relationships formed by humans with social robots as well as interactive environments and wearables underlying this process. Of special importance for understanding interactivity are human-computer and human-robot interaction, as well as media theory and New Media Art. 'Paradoxes of Interactivity' brings together reflections on 'interactivity' from different theoretical perspectives, the interplay of science and art, and recent technological developments for artistic applications, especially in the realm of sound." (author's abstract). Contents: Uwe Seifert: The Co-Evolution of Humans and Machines: A Paradox of Interactivity (8-25); Sybille Krämer: Does the Body Disappear? A Comment on Computer Generated Spaces (26-43); Ludwig Jäger, Jin Hyun Kim: Transparency and Opacity: Interface Technology of Mediation in New Media Art (44-61); Werner Rammert: Where the Action is: Distributed Agency between Humans, Machines, and Programs (62-91); Frieder Nake: Surface, Interface, Subface: Three Cases of Interaction and One Concept (92-109); Rudolf Kaehr: Double Cross Playing Diamonds: Understanding Interactivity in/between Bigraphs and Diamonds (110-141); Hans H. Diebner: Where Art and Science Meet (or Where They Work at Cross-Purposes) (142-159); Christoph Lischka: Time, Magma, Continuity: Some Remarks on In-Formation and the Fabrication of "Poiesis" (160-173); Julian Rohrer: Implications of Unfolding (174-191); Georg Trogemann, Stefan Göllner, Lasse Scherffig: UNORTKATASTER: An Urban Experiment Towards Participatory Media Development (192-217); Antonio Camurri, Barbara Mazzarino, and Gualtiero Volpe: Modelling and Analysing Expressive Gesture in Multimodal Systems (218-249); Martina Leeker: Interaction Computer Dance: The Resonance Paradigm 1900/2000 (250-265); Monika Fleischmann, Wolfgang Strauss: Staging of the Thinking Space: From Immersion to Performative Presence (266-281); Jin Hyun Kim: From Interactive Live Electronic Music to New Media Art (282-

297); Gil Weinberg: Extending the Musical Experience: From the Physical to the Digital and Back (298-325); Suguru Goto: Virtual Musical Instruments and Robot Music Performances (326-335).|

[100-L] Tippmann, Daniel:

Gesellschaftsphänomen Open-Source: das Ende der Erwerbsarbeit, Saarbrücken: VDM Verl. Dr. Müller 2007, 88 S., ISBN: 978-3-8364-1283-4

INHALT: Innerhalb des Bereichs der Software zeichnet sich seit einiger Zeit eine Veränderung ab, deren Potenzial, Implikationen und Konsequenzen weitreichend sind: Open Software stellt Grundwerte wie Privateigentum, Erwerbsarbeit, Produktivkräfte und Tauschwert in Frage. Der Open Software-Gedanke (Linux, Mozilla, Apache, GNU) wird durch Software-fremde Phänomene wie Wikipedia und "Creative Commons" kultiviert. Der Verfasser stellt den bisher geltenden, kapitalistische geprägten Begriff gesellschaftlicher Arbeit dar und diskutiert, in wie weit Open Software eine Antwort auf Fragen der Arbeit im Kapitalismus sein kann - Kostenfreiheit, Befreiung des Eigentums, Selbstbestimmung, Gemeinwohlorientierung. Die Untersuchung zeigt, dass durch Open Software vor allem die Kritik an den kapitalistischen Produktionsverhältnissen Aufwind erhält. (ICE2)

[101-L] Tuschl, Ronald H.:

Das Internet Governance Forum (IGF) unter der Schirmherrschaft der UNO: eine kritische Bilanz, in: Ronald H. Tuschl (Hrsg.): Die neue Weltordnung in der Krise : von der uni- zur multipolaren Weltordnung? Friedensbericht 2008: Lit Verl., 2008, S. 123-134, ISBN: 978-3-7000-0855-2 (Standort: SUB Hamburg(18)-A20085195)

INHALT: Der Machtkampf um die heikle Kernfrage "Wer regiert das Internet?" scheint, so der Verfasser, noch lange nicht ausgestanden, dennoch ist in Zukunft zu erwarten, dass die Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN) aufgrund der vom Internet Governance Forum (IGF) aufs Tapet gebrachten Flut von Themen und Problemstellungen auf lange Sicht hin Kompetenzen wird abgeben müssen. Der Grund hierfür: Macht braucht nicht nur Kontrolle, sondern ist zudem auch mit Verantwortung belastet, die ICANN und damit die US-Regierung vermutlich kaum alleine wird tragen können. Die Vielzahl der anstehenden technischen, administrativen und letztendlich humanitären Fragen erfordern auf lange Sicht hin zumindest ein "Burden Sharing" zwischen ICANN und vielen anderen zivilgesellschaftlichen Akteuren, um den zukünftigen Erfordernissen und Herausforderungen der digitalen Weltgesellschaft Rechnung tragen zu können. Dies erfordert, so die These, dass das IGF in Zukunft nicht nur als beratende Instanz fungiert, sondern dessen Empfehlungen auch mit einer völkerrechtlichen Verbindlichkeit durch die Staatengemeinschaft ausgestattet werden, da schließlich das Recht auf Information und freie Meinungsäußerung durch Art. 19 der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen gesichert ist. (ICF2)

1.5 Medieninhalte

[102-L] Adam, Silke; Pfetsch, Barbara:

Europa als Konflikt in nationalen Medien: zur Politisierung der Positionen in der Integrationsdebatte, in: Politische Vierteljahresschrift : Zeitschrift der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft, Sonderheft, 2009, H. 42, S. 559-584 (Standort: UB Bonn(5)-Einzelsign; USB Köln(38)-FHM-XE00036; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "Im Mittelpunkt des Beitrages steht die Konfliktstruktur europäischer Öffentlichkeit. Ausgehend von der Einsicht, dass Europa in den nationalen Öffentlichkeiten nach wie vor ein umstrittenes politisches Projekt ist, fragen wir, ob und in welchem Ausmaß die nationalen Massenmedien eine europabezogene Konfliktlinie hervorheben und welche Akteure sich mit welchem Erfolg auf dieser Konfliktlinie öffentlich positionieren. Die Autoren fragen dann, aufgrund welcher Bedingungen sich die nationalen Debatten trotz gemeinsamer europäischer Politik in Brüssel zwischen den Ländern unterscheiden. Empirische Grundlage ihres Beitrages ist eine Analyse themenspezifischer Debatten mit Europabezug in 14 Qualitätszeitungen aus Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, den Niederlanden, der Schweiz und Spanien. Ihre Studie zeigt, dass die europapolitische Konfliktlinie 'Abgrenzung vs. Integration' in allen Ländern gut sichtbar ist und dass die Integrationsbefürworter die öffentlichen Debatten dominieren. Ein genauerer Blick zeigt jedoch, dass die Konfliktdimension in den sieben westeuropäischen EU-Ländern unterschiedliche Bedeutung und unterschiedliche Positionen hervorbringt. Die Analysen verdeutlichen auch, dass in den verschiedenen Ländern unterschiedliche Akteure versuchen, vom Konflikt über die europäische Integration zu profitieren. Der Erfolg im Sinne der öffentlichen Aufmerksamkeit ist dabei keineswegs sicher." (Autorenreferat)

[103-L] Adam, Silke:

Eurocepticism and the mass media: an analysis of the form of contention in the German and French debates on a European constitution, in: Dieter Fuchs (Hrsg.) ; Raul Magni-Berton (Hrsg.) ; Antonie Roger (Hrsg.): Eurocepticism : images of Europe among mass publics and political elites, Opladen: B. Budrich, 2009, S. 193-211

INHALT: Die Autorin geht davon aus, dass, wenn Europa als eine öffentliche Gemeinschaft in den Massenmedien porträtiert wird, eher von einer Euroidentifikation auszugehen ist, als wenn Europa als ein Raum charakterisiert wird, in welchem sich die Nationalstaaten voneinander abgrenzen. Ihre Studie versteht sie nicht als eine weitere Forschungsarbeit zum Einfluss der Medien auf spezifische Einstellungen zur europäischen Integration, sondern schlägt einen neuen Ansatz vor, der die Auseinandersetzung in den Medien im Rahmen eines breiteren Europabildes betrachtet. Sie entwickelt zunächst einige Kriterien zur näheren Klassifizierung der Debatten und ihres Potenzials, entweder Euroidentifikation oder Euroskepsis zu begünstigen. Sie stellt anschließend eine Methodologie vor, die es erlaubt, den öffentlichen Wettstreit verschiedenster Akteure um die Aufmerksamkeit und Zustimmung der Bevölkerung ins Blickfeld zu rücken. Durch die Kombination von Inhalts- und Netzwerkanalyse können vor allem die Beziehungen zwischen verschiedenen Akteuren, der Verlauf von Konfliktlinien und die Bildung von Diskurslagern aufgezeigt werden. Gegenstand der empirischen Analyse ist die

deutsche und französische EU-Verfassungsdebatte in ausgewählten Tageszeitungen in den Jahren 2000 bis 2002. (ICI)

[104-F] Altmeppe, Klaus-Dieter, Prof.Dr.; Habisch, André, Prof.Dr. (Leitung):

CSR (Corporate Social Responsibility) in den Medien

INHALT: Wie nehmen Medien CSR wahr? Berichten Medien über CSR? *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Bundesrepublik Deutschland

METHODE: Nachrichtenwerttheorie; CSR-Theorien. Untersuchungsdesign: Querschnitt *DATENGEWINNUNG:* Inhaltsanalyse, standardisiert (Stichprobe: 588; Zeitungs- und Zeitschriftenartikel 2007 - Vorauswahl anhand einer Medienresonanzanalyse; Auswahlverfahren: total). Qualitatives Interview (Stichprobe: 18; Experten aus Wissenschaft, Medien, CSR-Praxis; Auswahlverfahren: bewusst). Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts.

VERÖFFENTLICHUNGEN: keine Angaben *ARBEITSPAPIERE:* Altmeppe, Klaus-Dieter; Habisch, André: CSR in den Medien. Eine Inhaltsanalyse deutscher Printmedien und Experteninterviews. Forschungsbericht. Eichstätt 2008.

ART: *BEGINN:* 2007-10 *ENDE:* 2008-03 *AUFTRAGGEBER:* keine Angabe *FINANZIERER:* Auftraggeber

INSTITUTION: Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt, Sprach- und Literaturwissenschaftliche Fakultät, Lehrstuhl für Journalistik II (Ostenstr. 23-25, 85072 Eichstätt); Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt, Theologische Fakultät, Fachgebiet Systematische Theologie Professur für Christliche Sozialethik und Gesellschaftspolitik (85071 Eichstätt)

KONTAKT: Altmeppe, Klaus-Dieter (Prof.Dr. Tel. 08421-93-1555, e-mail: klaus-dieter.altmeppe@ku-eichstaett.de)

[105-F] Angermüller, Johannes, Dr.; Davis, Howard; Giro, Xavier; Ponarin, Eduard (Leitung):

Toleranz und Intoleranz in der post-sowjetischen Presse

INHALT: The key themes of the project are tolerance and intolerance in the recent post-Soviet press (in the Russian Federation, Kazakhstan and Uzbekistan). The research addresses the topic of identities in transformation and responds to current concerns about the rise of racism and ethnic discrimination in public communication, aiming to provide an objective basis for evaluating the performance of a broadly representative sample of periodicals. It builds on the achievements of recent research on the media and ethnic relations by the 5 NIS members of the consortium, including the RF Ministry of Education initiative on tolerance. The proposed project follows on from debates about theory and method generated in this framework and aims to break new ground in terms of the theory of tolerance, the scope of the research, methods of analysis and application to the practice of journalism. | *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Russische Föderation, Kasachstan, Usbekistan

METHODE: Tolerance is assumed to be revealed through mutual recognition and access to the understanding of different worldviews in the context of common rights and if any of these components are absent there is a risk of intolerance. The methodology reflects this by treating all expressions relating to the 'Other' as relevant data, not simply those which are extreme or overtly racist. The research design will include the following steps: the creation of a comparative database using common software, an inventory of the main thematic fields of ethno-cultural representation, a quantitative analysis of formal text characteristics, a qualitative inter-

pretation of the language of difference and expressions of the 'Other', and the construction of indices of tolerance and intolerance (TI) for each publication. Untersuchungsdesign: Trend, Zeitreihe; Querschnitt *DATENGEWINNUNG*: Inhaltsanalyse, standardisiert (Stichprobe: 10.000; Presstexte; Auswahlverfahren: theoretisch). Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts.

ART: *BEGINN*: 2005-05 *ENDE*: 2008-04 *AUFTRAGGEBER*: keine Angabe *FINANZIERER*: Europäische Union

INSTITUTION: Universität Magdeburg, Fak. für Geistes-, Sozial- und Erziehungswissenschaften, Institut für Soziologie Bereich Makrosoziologie (Postfach 4120, 39016 Magdeburg)

KONTAKT: Leiter (e-mail: sos055@bangor.ac.uk)

[106-L] Ates, Selef; Becker, Jörg; Brunhart, Richard; Cicek, Hüseyin; Oberhofer, Thomas; Onay-Ok, Arzu; Taskara, Güsel:

"Europa kann Nein zu Amerika sagen": die Berichterstattung über den Irak-Krieg in ausgewählten deutschen und türkischen Zeitungen, in: Johannes M. Becker (Hrsg.) ; Herbert Wulf (Hrsg.): *Zerstörer Irak - Zukunft des Irak? : der Krieg, die Vereinten Nationen und die Probleme eines Neubeginns*: Lit Verl., 2008, S. 146-172

INHALT: Die Verfasser legen Ergebnisse einer qualitativen wie quantitativen Inhaltsanalyse deutscher (FAZ, Bild) und türkischer (Hürriyet, Zaman) Tageszeitungen vor. Sie untersuchen, wie die Vorbereitungen zum amerikanisch-britischen Angriff und der Krieg im Irak kommuniziert wurden. Sie zeigen, dass trotz eines gewaltigen Propagandaaufwands der USA sowohl in Deutschland als auch in den USA kaum Zustimmung für den Krieg zu finden war. Zum Teil wurde die Berichterstattung von Anti-Amerikanismus begleitet. Wegen der starken Ablehnung des Krieges sowohl bei einem Großteil der deutschen als auch bei der türkischen Bevölkerung weist die Irak-Kriegsberichterstattung in den beiden so unterschiedlichen Ländern mit zwei sehr unterschiedlichen Pressesystemen dennoch mehr Gemeinsamkeiten als Unterschiede auf. (ICE2)

[107-F] Bach, Annika, M.A. (Bearbeitung); Lünenborg, Margreth, Prof.Dr. (Leitung):

Migrantinnen in den Medien - eine systematische Literaturanalyse

INHALT: Wie werden Migrantinnen in den deutschen Medien dargestellt? Seit wann beschäftigt sich die Kommunikationswissenschaft mit dieser Frage? Zu welchen Ergebnissen ist sie bislang gekommen? Welche Perspektiven eröffnen ausgewählte internationale Studien auf das Thema? (Erarbeitung eines Forschungsstands des Themas). *GEOGRAPHISCHER RAUM*: Bundesrepublik Deutschland

METHODE: Bisherige wissenschaftliche Untersuchungen haben meist eine geschlechterneutrale Perspektive auf den Themenkomplex "Migranten und Medien" gerichtet. In dieser Studie wird jedoch davon ausgegangen, dass die beiden Kategorien Ethnizität und Geschlecht in Bezug auf die Repräsentation der Migrantinnen eine essentielle Rolle spielen und mit besonderem Fokus untersucht werden müssen. Der deutsche Forschungsstand wird dazu dokumentiert und anhand der Fragen nach dem Zusammenhang von Repräsentation und Medienteilhabe diskutiert. Als Folie dient dazu das Konzept der Cultural Citizenship von Klaus/ Lünenborg.

ART: *BEGINN:* 2008-10 *ENDE:* 2008-12 *AUFTRAGGEBER:* Land Nordrhein-Westfalen Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration *FINANZIERER:* Institution; Auftraggeber

INSTITUTION: Universität Siegen, FB 03 Sprach-, Literatur- und Medienwissenschaften, Professur für Medien und Kommunikation (57068 Siegen)

KONTAKT: Bearbeiterin (e-mail: bach@medienwissenschaft.uni-siegen.de)

[108-L] Bischof, Karin; Oberhuber, Florian; Stögner, Karin:

Geschlecht und Religion im Diskurs um den EU-Beitritt der Türkei: eine vergleichende Perspektive auf Frankreich und Österreich, in: Österreichische Zeitschrift für

Politikwissenschaft, Jg. 37/2008, H. 4, S. 419-434 (Standort: USB Köln(38)-XE00150; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "Der Artikel geht der Frage nach, wie Geschlecht und Religion/ Säkularität im Diskurs um den EU-Beitritt der Türkei in französischen und österreichischen Printmedien verknüpft sind und fokussiert auf die Ergebnisse einer vergleichenden empirischen Untersuchung des Mediendiskurses in Österreich und Frankreich. In den Blick genommen werden spezifische Darstellungen des Anderen und des Eigenen, die geschlechtsspezifisch und religiös konnotiert sind. Dabei zeichnen sich sowohl kontrastierende nationale Narrative als auch länderübergreifende Topoi ab: In Frankreich sind die untersuchten Darstellungsweisen der Türkei und die Beitrittsdebatten etwa an universalistische Vorstellungen einer mission civilisatrice gekoppelt, in Österreich hingegen kommen diverse Bedrohungsszenarien zum Tragen, in denen historische Konfliktlinien reaktiviert werden. Als länderübergreifende Strategien der Alteritätskonstruktion kristallisieren sich orientalistische Momente heraus, als deren Aufhänger etwa der Topos von Sein und Schein und der Topos der Öffnung der Türkei dienen." (Autorenreferat)

[109-F] Bishara, Nina; Tafreshi, Agnes, Dr. (Bearbeitung); Nöth, Winfried, Prof.Dr. (Leitung):

Darstellung des Fremden in den Medien: vergleichende interkulturelle Untersuchung Brasilien/ Deutschland

INHALT: Die Strategien der Darstellung des Fremden in den brasilianischen und deutschen Medien, Film und Werbung sollen aus semiotischer Sicht interkulturell erforscht werden. Vor dem Hintergrund der philosophischen Diskurse der Postmoderne über das Andere und das Fremde geht es um die Darstellungsformen des Fremden und die Einstellungen ihnen gegenüber. Nach Erhebungen relevanten Datenmaterials in Brasilien und Deutschland werden die Formen der medialen Repräsentation des Fremden in beiden Ländern mit kultursemiotischen Ansätzen im Detail verglichen und bewertet. *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Brasilien, Bundesrepublik Deutschland

METHODE: Das Projekt ist auf den Gebieten der Mediensemiotik und der interkulturellen Kulturforschung angesiedelt. Die anzuwendende Methodologie basiert insbesondere auf der Semiotik von Charles S. Peirce, deren phänomenologische, ästhetische und ethische Implikationen besonders themenrelevant sind. Dabei soll jedoch auch der Dialog mit der Philosophie des Anderen, wie sie sich in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts entwickelt hat, nicht aus den Augen verloren werden. *DATENGEWINNUNG:* Inhaltsanalyse, offen; Aktenanalyse, of-

fen; Beobachtung, nicht teilnehmend; Sekundäranalyse von Individualdaten. Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts.

VERÖFFENTLICHUNGEN: Nöth, Winfried: Towards a semiotics of the cultural other. in: *American Journal of Semiotics*, 17, 2001, 2, pp. 239-251.+++Nöth, Winfried: The spatial representation of cultural otherness. in: Sun, Hee; Gertz, Kim; Valsiner, Jan; Breux, J.-P. (eds.): *Semiotic rotations in cultural worlds. Advances in cultural psychology*. Greenwich, CT: Age 2007.+++Nöth, Winfried; Santaella, Lucia: Otherness at the roots of cultural semiosis. in: Petrilli, S. (ed.): *La filosofia del linguaggio come arte dell'ascolto / Philosophy of language as the Art of Listening - on Augusto Ponzio's scientific research*. Bari: Ed. Da Sud 2007, pp. 117-129. **ARBEITSPAPIERE:** Forschungsantrag, 20 S.

ART: *AUFTRAGGEBER:* keine Angabe *FINANZIERER:* keine Angabe

INSTITUTION: Universität Kassel, Interdisziplinäre Arbeitsgruppe Kulturforschung (34109 Kassel)

KONTAKT: Leiter (e-mail: noeth@uni-kassel.de)

[110-F] Bock, Annetrin, M.A. (Bearbeitung); Knieper, Thomas, Prof.Dr. (Betreuung):

Produktion und Rezeption von TV-Kriminalserien (Arbeitstitel)

INHALT: Ableitung von Rezeptionsmotiven (Wer schaut welche Art von TV-Kriminalserie aus welchem Grund); Entwicklung eines Analysemodells, mit dem Inhalte von TV-Serien erfasst, analysiert und interpretiert werden können (adaptionfähiges Modell, das sich neuen Fragestellungen anpassen lässt und das die Komplexität des Produktions- und Rezeptionskontextes von TV-Serien abzubilden vermag); Ableitung von praxisorientierten Anleitungen für Produzenten von TV-Serien (Welche Trends zeichnen sich ab? Wie müssen aktuelle Serien geschaffen sein, um möglichst viele Zuschauer anzusprechen?). **GEOGRAPHISCHER RAUM:** USA, Bundesrepublik Deutschland

VERÖFFENTLICHUNGEN: Bock, Annetrin: CSI - Crime Scene Investigation - eine Kriminalserie im Diskurs. in: Hißnauer, Christian; Jahn-Sudmann, Andreas (Hrsg.): *Medien - Zeit - Zeichen: Beiträge des 19. Film- und Fernsehwissenschaftlichen Kolloquiums*, Göttingen 2006. Marburg: Schüren 2006, S. 116-132. ISBN 978-3-89472-434-4.+++Bock, Annetrin: 'If you figure it out...' - Erfolg von TV-Kriminalserien am Beispiel CSI Crime Scene Investigation. in: Becker, Andreas R. et al (Hrsg.): *Medien - Diskurse - Deutungen: Dokumentation des 20. Film- und Fernsehwissenschaftlichen Kolloquiums*, Paderborn 2007. Marburg: Schüren 2007, S. 111-117. ISBN 978-3-89472-620-1.

ART: *BEGINN:* 2005-10 *ENDE:* 2009-06 *AUFTRAGGEBER:* nein *FINANZIERER:* Institution; Wissenschaftler

INSTITUTION: Technische Universität Braunschweig, Carl-Friedrich-Gauß-Fakultät, Institut für Sozialwissenschaften Lehrstuhl für Kommunikations- und Medienwissenschaften (Bienroder Weg 97, 38106 Braunschweig)

KONTAKT: Bearbeiterin (Tel. 0531-391-8931, e-mail: annetrin.bock@tu-braunschweig.de)

[111-L] Cihak, Sabine:

In tiefer Trauer: ein inhaltsanalytischer Zeitvergleich von Todesanzeigen in Österreich, (Europäische Hochschulschriften. Reihe 22, Soziologie, Bd. 429), Frankfurt am Main: P. Lang 2009, 155 S., ISBN: 978-3-631-57886-5

INHALT: "In dieser Arbeit wird einerseits der Frage nachgegangen, inwieweit geschlechtsspezifische Ungleichheiten und Unterschiede in Todesanzeigen widergespiegelt werden, andererseits soll die Rolle des Glaubens im Sinne eines religiösen Bekenntnisses in den Todesanzeigen näher beleuchtet werden. Mithilfe der Inhaltsanalyse werden Familien- und Geschäftsanzeigen aus vier Wiener Tageszeitungen und der erfolgreichsten Regionalzeitung in Vorarlberg, den Vorarlberger Nachrichten, untersucht, um mögliche Unterschiede in den verschiedenen Zeitungen und Regionen aufzuzeigen. Der Untersuchungszeitraum erstreckt sich von 1950 bis 2006 und soll Aufschluss darüber geben, ob sich hinsichtlich der Fragestellung im Zeitverlauf Veränderungen abzeichnen." (Autorenreferat)

[112-L] Cubukcu, Sevgi Ucan:

Gender discourse in popular culture: the case of television series in Turkey, in: Christoph Herzog (Hrsg.) ; Barbara Pusch (Hrsg.): *Groups, ideologies and discourses : glimpses of the Turkic speaking world*: Ergon Verl., 2008, S. 113-129, ISBN: 978-3-89913-621-0

INHALT: Der Beitrag rekonstruiert den Wandel des Diskurses über Geschlechterverhältnisse in der Türkei seit Anfang der 1990er Jahre. An Hand einer Inhaltsanalyse von Fernsehserien verdeutlicht die Autorin die - nach wie vor - heterosexistischen Tendenzen eines männlich geprägten Diskurses. Hingewiesen wird jedoch auch die Ambivalenzen bei den Geschlechterrollen bzw. den Leitbildern zu Familie und Partnerschaft. Die Autorin interpretiert diese Modernisierung als Folge der westlichen Öffnung einer islamischen Gesellschaft und der Eröffnung von Perspektiven durch einen EU-Beitritt. Die traditionellen hierarchisch-patriarchalisch geprägten Rollenmuster geraten zunehmen unter Druck und erodieren teilweise im Zuge des Liberalisierung und des westlich Glamour. Als Reaktion auf diese Entwicklung in den Serien formieren sich jedoch auch zunehmend konservative Kräfte, mit der Folge einer tendenziellen Polarisierung der türkischen Gesellschaft. (ICA)

[113-L] Djeridi, Kaltoum:

Die Berichterstattung über die Taliban in der arabischen Presse: eine Darstellung am Beispiel der arabischen Wochenzeitung al-Wasat, (Publizistik, Bd. 15), Berlin: Lit Verl. 2008, 170 S., ISBN: 978-3-8258-0734-4

INHALT: "Eine der zentralen Themen der Medien, die Nachrichten aus der islamischen Welt publizieren, ist die Situation in der südasiatischen Region. Dabei wird vor allem auf die Entwicklungen der islamisch-orientierten Bewegungen fokussiert, speziell die Taliban-Bewegung. Wie sehen nun konkret die Nachrichten und Berichterstattungen aus, die in arabischen Medien angeboten werden? Beziehungsweise wie sahen diese zur Zeit der Anfänge der Bewegung aus? Inwieweit und inwiefern hat die arabische Welt, die in ihren eigenen Ländern teilweise selbst islamistisch-orientierte Bewegungen nachweisen kann, die Zeit der Taleban-Bewegung rezipiert? Diese Studie befasst sich mit dieser Frage und greift als Beispiel auf die arabische Wochenzeitung al-Wasat zurück, aus der sie die Beiträge entnimmt und die Darstellung der innerafghanischen Situation unter dieser Bewegung untersucht." (Autorenreferat)

[114-L] Döring, Jörg; Knobloch, Clemens; Seubert, Rolf (Hrsg.):

Antisemitismus in der Medienkommunikation, Frankfurt am Main: G.A.F.B.-Verl. 2005, 216 S., ISBN: 3-925070-71-0

INHALT: Seit der Nachkriegszeit besteht ein Konsens in der Öffentlichkeit, Antisemitismus zu ächten. Wo und wie wird dieser Konsens bekräftigt? Wie stellt die Gesellschaft fest, ob der Konsens auch weiterhin Bestand hat? Der Band geht davon aus, dass die Selbstbeschreibung einer Gesellschaft in den Medien erneuert wird. Die Medien sind gleichfalls der Ort für die demonstrative Abweichung vom verordneten Konsens. Jeder Antisemitismusvorwurf kann sich der skandalisierenden Wirkung durch die Medien sicher sein. In diesem Spannungsfeld rekonstruiert der Band folgende Mediendebatten: die Jenninger-Rede, der Walser-Bubis-Streit, der Fall Möllemann, die Hohmann-Rede und der Streit um die Flick-Connection. (ICB2)

[115-L] Dreke, Claudia; Stölting, Erhard:

Helden und Schwächlinge: Männerbilder in der Fernsehserie Polizeiruf 110, in: Sylka Scholz (Hrsg.); Weertje Willms (Hrsg.): Postsozialistische Männlichkeiten in einer globalisierten Welt: Lit Verl., 2008, S. 37-57, ISBN: 978-3-8258-0999-7 (Standort: Köln(38)-36A789)

INHALT: Die Verfasser wenden sich der in der DDR beliebten Fernsehserie Polizeiruf 110 zu, die neben Bildern von Verbrechen und Kriminalität zugleich Imaginationen von Männlichkeit und Weiblichkeit vermittelt. Auf der Basis von Filmen aus den 1970er und 1980er Jahren zeigen sie, wie Männer in Bezug auf Verbrechen und in den (dafür relevanten) Kontexten Familie und Arbeit dargestellt werden. Kriminelle Männer werden als schwache Männer dargestellt: Sie erscheinen als Getriebene, die von außen kommenden Versuchungen vor allem sexueller Art erliegen sowie desintegriert und außer (Selbst-)Kontrolle geraten sind. Starke Männer hingegen, so die implizite Botschaft der Serie, bleiben von solchen Anfechtungen unberührt. Dies gilt insbesondere für Polizisten, die zugleich das männliche Prinzip der (Staats-)Macht ideal zu verkörpern scheinen. Die Männlichkeitskonstruktionen der in der DDR gedrehten Filme werden abschließend mit jenen der im vereinten Deutschland weitergeführten Serie verglichen. Dabei zeigt sich, dass die ehemals starken Männer der Kriminalpolizei im neuen Deutschland ihre Machtposition nicht halten können. Ausgedient hat damit auch das von ihnen verkörperte (hegemoniale) Männlichkeitsideal. (ICF2)

[116-L] Eberhardt, Kim:

"Stark genug, den Krieg zu erklären?": die Rote Armee Fraktion (RAF) im Spiegel der bundesdeutschen Presse (1972-1977), Saarbrücken: VDM Verl. Dr. Müller 2007, 188 S., ISBN: 978-3-8364-3186-6

INHALT: "30 Jahre nach dem Deutschen Herbst ist das Thema Rote Armee Fraktion (RAF) aktueller denn je. Lange Zeit spielte es jedoch im öffentlichen Diskurs hierzulande so gut wie gar keine Rolle. Erst seit einigen Jahren, spätestens seit den Anschlägen des 11. September, scheint das Interesse am deutschen Terrorismus wieder zu wachsen. Auffallend an der Auseinandersetzung mit der jüngeren deutschen Geschichte ist, dass es zwei unterschiedliche Tendenzen gibt. Die einen beschäftigen sich mit dem 'Mythos RAF' und stilisieren diese beispielsweise in Kinofilmen zu romantischen Leinwandhelden aus einer Zeit, in der es noch um

etwas ging. Die anderen, vor allem die deutschen Medien, distanzieren sich eher von der RAF. In der Berichterstattung wird diese meist als unpolitische, militante Gruppe dargestellt, die dem Staat einst den Krieg nicht nur erklärt, sondern ihn auch praktiziert hat, wobei auch häufig Vergleiche zur Ideologie des SS-Staates gezogen werden. Woher aber kommen heute diese unterschiedlichen Bilder und Mythen, die sich um die RAF gebildet haben? Die Autorin Kim Eberhardt geht dieser Frage anhand einer Presseanalyse der Jahre 1972-77 auf den Grund. Wie wurde damals über die Ereignisse rund um die RAF berichtet? Welches Bild wurde über sie verbreitet? Welchen Einfluss hatte die Berichterstattung der Medien auf die gesellschaftlichen Meinungen? Und wie wurden andererseits die Medien durch die Hysterie und die allgemeine Panikmache im Land beeinflusst? Grundlage dieser Arbeit bilden die Artikel der beiden überregionalen Tageszeitungen Frankfurter Allgemeine Zeitung und Süddeutsche Zeitung, sowie des wöchentlich erscheinenden Nachrichtenmagazins Der Spiegel. Neben der Analyse der Berichterstattung geht es in dieser Untersuchung aber auch um die Ereignisse der Jahre 1972-77. Wo hatte der deutsche Terrorismus seine ideologischen Wurzeln? Was genau ist in den Jahren bis zur Schleyer-Entführung im Herbst 1977 passiert?" (Autorenreferat)

[117-L] Esau, Eugen:

Das postsowjetische Russlandbild in deutschen Printmedien: eine qualitative

Zeitungsanalyse, Saarbrücken: VDM Verl. Dr. Müller 2007, 99 S., ISBN: 978-3-8364-2457-8

INHALT: Der Verfasser legt eine inhaltsanalytische Untersuchung von zwei Tageszeitungen (Frankfurter Allgemeine Zeitung, Tageszeitung) und einer Wochenzeitung (Zeit) vor, die sich auf drei Zeitabschnitte bezieht: 1996, 1999 und 2003. Der zeitgeschichtliche Kontext wird von der Wiederwahl Jelzins 1996, dem Kosovo-Konflikt 1999 und dem Fall Chordokowski 2003 bestimmt. Die Untersuchung zeigt einen Wandel in der Einstellung der Redakteure. 1996 sehen die untersuchten Medien - besonders die taz - in der Wiederwahl Jelzins einen Fortschritt der demokratischen Reformen in Russland und eine gewachsene Akzeptanz demokratischer Prozeduren in der Bevölkerung. 1999 liegt der Fokus der Berichterstattung auf der Außenpolitik Russlands und seiner Rolle im Kosovo-Konflikt. 2003 sind sich die untersuchten Medien einig in der Kritik der selektiven Rechtsanwendung und der politischen Motivation im Fall Jukos. (ICE2)

[118-L] Fahlenbrach, Kathrin; Brück, Ingrid; Bartsch, Anne (Hrsg.):

Medienrituale: rituelle Performanz in Film, Fernsehen und Neuen Medien ; Reinhold

Viehoff zum 60. Geburtstag, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. 2008, 302 S., ISBN: 978-3-531-15668-2 (Standort: UuStB Köln(38)-35A9512)

INHALT: "Massenmedien sind in unserer Gesellschaft ein zentraler Ort moderner Rituale. Zum einen bedienen sich Akteure des öffentlichen Lebens der Medien als Forum ritueller Selbstinszenierung: Politiker, Kirchenvertreter oder soziale Bewegungen - sie alle nutzen die rituelle Macht der Medien, um ihre Botschaften wirkungsmächtig zu verbreiten. Daneben haben die Medien eigenständige Rituale entwickelt, die längst ins 'kulturelle Programm' westlicher Gesellschaften Eingang gefunden haben. Gerade die Rundfunkmedien haben durch ihren Live-Charakter und ihre Serialität rituelle Formen der Inszenierung und Rezeption entwickelt, die dem Einzelnen vor dem Bildschirm Orientierung bieten - weit über die Grenzen sozialer und nationaler Zugehörigkeit hinaus. Der Band möchte dazu anregen, die in den Medienwis-

senschaften bisher noch vernachlässigte Auseinandersetzung mit der Ritualforschung anzuregen und ihre Potenziale für die Analyse und Theorie unserer Medienkultur aufzuzeigen." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Anne Bartsch, Ingrid Brück, Kathrin Fahlenbrach: Rituale in den Medien - Medienrituale (11-31); Lothar Mikos: Ritual, Skandal und Selbstreferentialität. Fernsehen und Alltagszyklen (35-46); Knut Hieckel: Fernsehen, Rituale und Subjektkonstitution. Ein Kapitel Fernsehtheorie (47-57); Helmut Schanze: Noch einmal: Fernsehen als Ritual? Eine kritische Programmübersicht (59-69); Edgar Lersch: Historische Ritualforschung in ihrem Verhältnis zu Medienritualen - eine kulturhistorische (Selbst-)Vergewisserung (71-81); Hans-Jörg Stiehler, Falk Tennert: Alle Jahre wieder. Fernsehrituale am Wahlabend (85-97); Claudia Dittmar, Susanne Vollberg: Die Inszenierung der Revolution - zur Ritualisierung und Medialisierung der 'Großen Sozialistischen Oktoberrevolution' im Fernsehen der DDR (99-111); Sebastian Pfau, Sascha Trültzsch: "Eine sozialistische Hochzeit braucht aber ..." - Alltag und Rituale in Familienserien des DDR-Fernsehens (113-124); Matthias Buck: Ritual und Drama der Fernsehküche (125-136); Karl Prümm: Revolte gegen den ritualisierten Fernsehkrimi. Götz George und Horst Schimanski - Porträt einer Rolle und eines Schauspielers (137-144); Ulrike Schwab: Das Team: eine dramaturgisch-ideelle Genrekonstante im Hollywood-Kriegsfilm (147-157); Manfred Kammer: Rituale im Bollywoodfilm (159-171); Roland Mangold: Die positive Seite der Traurigkeit: Lernen durch negative Mediengefühle? (173-184); Cordula Günther: Jahrestage - Gedenkrituale in den Medien am Beispiel der Sigmund Freud-Ehrung 2006 (187-199); Peter Seibert: "Vorhang auf!" - Medienzitate eines Rituals (201-211); Ingrid Scheffler: Der Faktor Zeit als Teil eines narrativen Rituals: Erzähleinstiege in verschiedenen Medien (213-229); Gerhard Lampe: Das Gesicht als Bildschirm. Sozial- und mediengeschichtliche Dimensionen der individuellen Präsentation (231-241); Achim Barsch: Medienrituale und Werbung (243-255); Golo Föllmer: Zum Verhältnis von Musik, Ritual und Medien (257-265); Florian Hartling, Thomas Wilke: Der produzierende Hörer - der hörende Produzent. Veränderungen von Radioritualen im und durch das Internet? (269-280); Siegfried J. Schmidt: Virtuelle Friedhöfe: Erst im Internet bist du wirklich lebendig (281-291); Karin Wehn: Ehrensenf - die tägliche Portion an Kuriositäten aus dem Internet (293-302).

[119-F] Fechner, Ronny, M.A.; Hofmann, Katrin; Förster, Frank (Bearbeitung); Liebert, Tobias, Dr.rer.pol. (Leitung):

Inhalte/ Themen in Kundenzeitschriften von Energieunternehmen (Mehrmethodenstudie)

INHALT: Welche Inhalte bzw. Themen erwarten bzw. nutzen die tatsächlichen oder potenziellen Leser von Kundenzeitschriften aus der Energiebranche? Das Projekt soll Entscheidungsgrundlagen und diesbezügl. Argumentationen für das thematisch-inhaltliche Profil von Kundenzeitschriften lokaler bzw. regionaler Energieversorger liefern. *ZEITRAUM:* 2007/2008 *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Bundesrepublik Deutschland, Österreich

METHODE: Evaluierung von Corporate Publishing; Evaluierung von Kommunikationsmanagement (vgl. Interview mit Tobias Liebert: Alles messbar? in: *hossinform*, 2007, 1, S. 24-26). Untersuchungsdesign: Mehrmethodenstudie *DATENGEWINNUNG:* Inhaltsanalyse, standardisiert (Stichprobe: 13; Kundenzeitschriften mit je 4 Ausgaben - insgesamt 1.360 Artikel; Auswahlverfahren: geografische Schichtung, dann Zufall). Aktenanalyse, offen -Literaturstudie- (gesamte relevante deutschsprachige Literatur). Gruppendiskussion (Stichprobe: ca. 30; Kunden von Energieversorgern aus Leipzig und Umland, tatsächliche und potenzielle Leser; Auswahlverfahren: Bevölkerungsquerschnitt). Qualitatives Interview, telefonisch und halb-

andardisiert (Stichprobe: ca. 20-25; Experten aus Deutschland und Österreich - Kommunikations-, Marketing- und CP-Verantwortliche aus Unternehmen; Auswahlverfahren: Zufall). Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts; Feldarbeit durch ein kommerzielles Umfrageinstitut (Durchführung der Gruppendiskussionen).

VERÖFFENTLICHUNGEN: keine Angaben *ARBEITSPAPIERE:* Literaturbericht: Inhalte/ Themen in Kundenzeitschriften von Energieunternehmen. Evaluationsstudie (Modul I). Leipzig: LiSA GmbH, Juli 2008.+++Bericht: Befragung von Kommunikations-, Marketing- bzw. CP-Verantwortlichen in Unternehmen v.a. der Energiebranche. Evaluationsstudie (Modul II.1). Leipzig: LiSA GmbH, Sept./ Okt. 2008.+++Bericht: Inhaltsanalyse von Kundenzeitschriften aus der Energiebranche. Evaluationsstudie (Modul II.2). Leipzig: LiSA GmbH, Sept. 2008.+++Bericht: Gruppendiskussionen mit Kunden von Energieunternehmen über Inhalte/ Themen von Kundenzeitschriften. Evaluationsstudie (Modul II.3). Leipzig: LiSA GmbH, Sept./ Okt. 2008.+++Zusammenfassender Bericht über die Mehrmethodenstudie zu Inhalten/ Themen von Energie-Kundenzeitschriften. Evaluationsstudie (Module I und II). Leipzig: LiSA GmbH, Okt./ Nov. 2008.

ART: *BEGINN:* 2008-06 *ENDE:* 2008-11 *AUFTRAGGEBER:* Trurnit Medien Gruppe, München/ Ottobrunn *FINANZIERER:* Auftraggeber

INSTITUTION: Leipziger Initiative Studenten-Agentur GmbH -LISA- (Postfach 101761, 04016 Leipzig)

KONTAKT: Leiter (Tel. 0341-9735-733, e-mail: liebert@lisa-pr.de)

[120-L] Franzen, Axel; Pointner, Sonja:

Wer wird Millionär?: eine empirische Analyse der Erfolgsdeterminanten in der gleichnamigen Quizshow, in: Zeitschrift für Soziologie, Jg. 38/2009, H. 3, S. 239-256 (Standort: USB Köln(38)-XG01232; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "Dieser Beitrag analysiert die Determinanten einer erfolgreichen Teilnahme an der Fernsehshow 'Wer wird Millionär'. Befragt wurden 660 Teilnehmer, die zwischen 1999 und 2007 in der Quizsendung als Kandidaten aufgetreten sind. Wir interessieren uns besonders für die Fragen, wie die Human- und Sozialkapitalausstattung der Teilnehmer die Gewinnchancen beeinflusst. Die Bildung der Kandidaten sollte den Erfolg in der Show erhöhen, da der Gewinn in erster Linie durch das Wissen der Kandidaten und weniger durch andere Kriterien bestimmt wird. Die Schätzung der Humankapitalrenditen ist hierbei nicht durch unbeobachtete Heterogenität (Signale über weitere Fähigkeiten) verzerrt wie das in Untersuchungen zum Einkommen auf dem Arbeitsmarkt häufig der Fall ist. Damit kann ein von 'signaling'-Effekten unabhängiger Humankapitaleffekt berechnet werden. Überdies können wir anhand unserer Daten den monetären Ertrag des Sozialkapitals schätzen. Der Telefonjoker wird von den Kandidaten aus ihren sozialen Netzwerken rekrutiert. Für die erfolgreiche Auswahl eines Telefonjokers sollte deshalb die Qualität des Netzwerkes eine besondere Rolle spielen. Beide Effekte von Human- und Sozialkapital lassen sich empirisch nachweisen und sind wesentliche Determinanten der erfolgreichen Teilnahme bei 'Wer wird Millionär?'" (Autorenreferat)

[121-L] Fuchs, Martina:

Der unerfüllte Kinderwunsch: Doku-Drama als Darstellungsform für

reproduktionsmedizinische Techniken, in: Christoph Wulf (Hrsg.) ; Birgit Althans (Hrsg.) ; Julia Foltys (Hrsg.) ; Martina Fuchs (Hrsg.) ; Sigrid Klasen (Hrsg.) ; Juliane Lamprecht (Hrsg.) ; Dorothea Tegethoff (Hrsg.): Geburt in Familie, Klinik und Medien : eine qualitative Untersuchung, Opladen: B. Budrich, 2008, S. 165-185

INHALT: Gegenstand des Beitrags sind die drei Folgen des BBC-Dokudramas "Schwanger um jeden Preis", das im Oktober 2007 auf "Vox" ausgestrahlt wurde. Die inhaltsanalytische Untersuchung gibt Antwort auf folgende Fragen: (1) Wie geraten potenzielle Eltern in die Eigen- dynamik der Reproduktionsmedizin und wie werden die medizinischen Praktiken angewendet? (2) Welche finanziellen und körperlichen Ressourcen werden für die Sterilitätsbehandlung aufgebracht? (3) Welche neuen familialen Konstellationen ergeben sich durch die plura- le Elternschaft? (4) Wie werden die psychosozialen Folgen der reproduktionsmedizinischen Behandlung dargestellt? (5) Wie wird Wirklichkeit durch die Darstellung der künstlichen Befruchtung konstituiert? Insgesamt vermittelt das Genre Doku-Drama dem Rezipienten durch die Vermischung von Dokumentation und Inszenierung den Eindruck von "Wirklichkeit". Das herrschende Denken ist eines des "funktionsfähig machens". Die Erzählungen der Paare beziehen sich auf die Machbarkeit der medizinischen Möglichkeiten, die den Kinderwunsch erfüllbar machen sollen. (ICE2)

[122-L] Gerhards, Jürgen; Offerhaus, Anke; Roose, Jochen:

Wer ist verantwortlich?: die Europäische Union, ihre Nationalstaaten und die massenmediale Attribution von Verantwortung für Erfolge und Misserfolge, in: Politische Vierteljahresschrift : Zeitschrift der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft, Sonderheft, 2009, H. 42, S. 529-558 (Standort: UB Bonn(5)-Einzelsign; USB Köln(38)-FHM-XE00036; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "Politische Entscheidungen werden heute nicht allein auf der nationalen Ebene getroffen. Mit der Europäischen Union hat sich eine zusätzliche Entscheidungsebene etabliert, die zunehmend auf immer mehr Politikbereiche des Nationalstaats Einfluss nimmt. Ob der Nationalstaat oder die EU für Erfolge und Misserfolge politischen Handelns verantwortlich ist, ist das Ergebnis eines Prozesses der Zuschreibung von Verantwortung, der in den Medien stattfindet. Auf der Basis einer systematischen Inhaltsanalyse der Medienberichterstattung über die EU in vier Qualitätszeitungen haben wir eine Reihe von Hypothesen zur Struktur von Attributionshandlungen überprüft. Dabei zeigt sich zunächst, dass alle Akteure, die sich an der Debatte über Europa beteiligen, sich selbst die Erfolge zurechnen, den Anderen die Misserfolge attribuieren. Vor allem die nationalen Regierungen treiben ein Doppelspiel: Für sie günstige Entscheidungen rechnen sie sich selbst zu, unpopuläre Entscheidungen, die sie selbst zum Teil auf europäischer Ebene mit beschlossen haben, rechnen sie negativ der EU zu. Dies mag längerfristig mit zu einer Delegitimierung der Institutionen der EU beitragen." (Autoren- referat)

[123-L] Gerhards, Jürgen; Offerhaus, Anke; Roose, Jochen:

Die Europäische Union und die massenmediale Attribution von Verantwortung:

Projektskizze einer länder-, zeit- und medienvergleichenden Untersuchung, in: Lutz Hofer (Hrsg.) ; Jasmin Schemann (Hrsg.) ; Torsten Stollen (Hrsg.) ; Christian Wolf (Hrsg.): Düsseldorf Forum Politische Kommunikation : Akteure, Prozesse, Strukturen, Berlin: poli-c-books, Fachverl. für Polit. Kommunikation, 2005, S. 193-211

INHALT: Die Diskussion über die Feinstaubregelung der EU-Richtlinie 1999/30/EG ist ein prototypisches Beispiel für den Verlauf einer öffentlichen Debatte über europäische Gesetzgebungsverfahren. In diesen öffentlichen Auseinandersetzungen geht es nicht nur um das jeweilige Sachthema, sondern auch um die Definition von Verantwortung für gesetzliche Regelungen und deren Folgen. Die beteiligten Akteure weisen sich einander Schuld für Entscheidungen und Versäumnisse im politischen Prozess zu und attribuieren sich wechselseitig die Verantwortung für entstandene Problemlagen. Und sehr häufig schneidet in diesem Prozess des öffentlichen Aushandelns von Schuldigen die EU nicht gut ab. Das hier vorgestellte Forschungsprojekt untersucht zum einen die Verteilung von Verantwortungsattributionen in der massenmedialen Berichterstattung, klärt also, ob und in welchem Ausmaß die EU in der öffentlichen Darstellung tatsächlich "immer schuld" ist. Dazu werden Annahmen über mögliche Ursachen einer solchen systematischen Benachteiligung der EU in der Auseinandersetzung um Schuldzuschreibungen getestet. Der vorliegende Beitrag skizziert den theoretischen Hintergrund, die zentralen Hypothesen und die Methode des von der DFG geförderten Projekts. Die Autoren sind noch nicht in der Lage, Ergebnisse des Projekts zu präsentieren, konzentrieren sich aber stattdessen auf die Darstellung der Hypothesen und des entwickelten methodischen Instrumentariums. Ziel des Projekts ist es, anhand einer quantifizierenden Inhaltsanalyse von zwei deutschen und zwei britischen überregionalen Tageszeitungen im Zeitverlauf von 1994 bis 2003 die Zuschreibungsmuster in und durch die Medien zu untersuchen. (ICD2)

[124-F] Gleißner, Kai, M.A. (Bearbeitung); Fritzsche, Karl-Peter, Prof.Dr. (Betreuung):

Chinas Medien auf dem Weg in die Zukunft - zum Konzept der "harmonischen Gesellschaft" und dessen Verbreitung im chinesischen Fernsehen

INHALT: Darlegung des Konzeptes der harmonischen Gesellschaft und deren politische Umsetzung; Frage der Widerspiegelung des Konzeptes im staatlichen Fernsehen. **ZEITRAUM:** seit 2002 **GEOGRAPHISCHER RAUM:** China

METHODE: Untersuchungsdesign: Querschnitt **DATENGEWINNUNG:** Inhaltsanalyse, offen; Qualitatives Interview; Medienanalyse.

ART: **BEGINN:** 2006-03 **ENDE:** 2009-12 **AUFTRAGGEBER:** nein **FINANZIERER:** Friedrich-Naumann-Stiftung

INSTITUTION: Universität Magdeburg, Fak. für Geistes-, Sozial- und Erziehungswissenschaften, Institut für Berufs- und Betriebspädagogik (Postfach 4120, 39016 Magdeburg)

KONTAKT: Bearbeiter (Tel. 0391-67-16759, e-mail: kai.gleissner@ovgu.de)

[125-L] Gotsbachner, Emo:

Durchsetzung von Deutungsrahmen in politischen Fernsehdiskussionen, in:

Gesprächsforschung : Online-Zeitschrift zur verbalen Interaktion, Jg. 9/2008, S. 269-299
(www.gespraechsforschung-ozs.de/heft2008/ga-gotsbachner.pdf)

INHALT: "Der Erfolg von Politikerinnen und Politikern, bei Live-Diskussionen im Fernsehen ihre Deutungen aktueller politischer Ereignisse, Probleme und Konstellationen durchzusetzen, hängt wesentlich vom Etablieren eines Deutungsrahmens ab. Deutungsrahmen schaffen Vermittlungspunkte für die Wahrnehmung politischer Vorgänge, indem sie über spezifische Problemdefinitionen, Situationsbewertungen und Rollenverteilungen bestimmte Realitätsaspekte als relevant hervorheben und andere in den Hintergrund treten lassen. Wie diese interaktiv etabliert werden, ist hier die Frage. Dieser Beitrag beleuchtet anhand einer minutiös analysierten Fernsehdiskussion die komplexen rhetorischen Strategien, mit deren Hilfe ein Politiker sich gegen seinen Gegner durchsetzen und darüber hinaus sein Deutungsangebot in der öffentlichen Debatte verankern konnte. Anschließend werden im methodische Teil die Anforderungsstrukturen an politische Diskutanten auf unterschiedlichen Ebenen der Bedeutungskonstitution herausgearbeitet und systematisch zusammengefasst, um allgemeinere Anhaltspunkte für die Analyse der Gesprächsgattung 'politische Fernsehdiskussion' zu erhalten." (Autorenreferat)

[126-L] Gräf, Beate:

Migranten in der öffentlichen Wahrnehmung: zur Entwicklung der Berichterstattung über Migranten und Fremdenfeindlichkeit in Thüringer Tageszeitungen von 1995 bis 2005 unter Einbezug der Bevölkerungsmeinung, Jena 2009, 279 S. (Graue Literatur;

[deposit.d-nb.de/cgi-bin/dokserv?](http://deposit.d-nb.de/cgi-bin/dokserv?idn=993901069&dok_var=d1&dok_ext=pdf&filename=993901069.pdf)

[idn=993901069&dok_var=d1&dok_ext=pdf&filename=993901069.pdf](http://deposit.d-nb.de/cgi-bin/dokserv?idn=993901069&dok_var=d1&dok_ext=pdf&filename=993901069.pdf))

INHALT: "Mediale Aufmerksamkeit erreichen Migranten meist dann, wenn sie zum Objekt politischer Diskussionen werden, sie als Täter oder als Opfer von Straftaten wahrgenommen werden. Insbesondere in den vergangenen Wochen rückten die Themen Gefahr durch Ausländer und Gewalt gegen Ausländer in den Mittelpunkt des öffentlichen Interesses. Der Mord an sechs Italienern im August 2007 in Duisburg verdeutlicht einmal mehr die Brisanz des Themas. Nach der Hetzjagd auf Inder, am 19. August 2007 in Mügeln (Sachsen) wird auf der anderen Seite wieder verstärkt über fremdenfeindliche Tendenzen in Deutschland diskutiert. Dabei richtet sich der Blick erneut auf den Osten der Bundesrepublik. Seit der Wiedervereinigung Deutschlands im Jahr 1990 sind die neuen Bundesländer immer wieder zum Schauplatz fremdenfeindlicher Übergriffe geworden. Vor diesem Hintergrund wurde das Bild der Migranten in Thüringen untersucht. Gegenstand der vorliegenden Dissertation ist die Entwicklung der Migrantenberichterstattung in Thüringer Regionalzeitungen von 1995 bis 2005 unter Einbezug der Bevölkerungsmeinung gegenüber Migranten. Der Leser erhält einen umfassenden Überblick darüber, wie Migranten in den Tageszeitungen dargestellt werden, welche Themen bzw. Nationalitäten im Vordergrund der Berichterstattung stehen und wie differenziert und ausführlich die Leser über Migranten informiert werden. Vor allem die im Verlauf der Zeit festgestellten Veränderungen hinsichtlich der Rolle, des Stellenwertes und der Begriffswahl für die Bezeichnungen von Migranten in den Regionalzeitungen sind in diesem Zusammenhang Schwerpunkte der Analyse." (Autorenreferat)

[127-L] Gronau, Jennifer; Nonhoff, Martin; Nullmeier, Frank; Schneider, Steffen:

Spiele ohne Brot?: die Legitimationskrise der G8, in: Leviathan : Berliner Zeitschrift für Sozialwissenschaft, Jg. 37/2009, H. 1, S. 117-143 (Standort: USB Köln(38)-XG01679; Kopie über den Literaturdienst erhältlich;

www.vsjournals.de/index.php;do=show_article/sid=e5fc7e350ba2c8552e47d3851431f77b/site=lev/area=soz/id=7136)

INHALT: "Dass die 'Gruppe der Acht' (G8) ein Legitimitätsproblem hat, unterstreichen insbesondere die jährlich wiederkehrenden Proteste. Zweifel an ihren Legitimationsgrundlagen sind auch in den Medien weit verbreitet, so dass man von einer anhaltenden Legitimationskrise der G8 sprechen kann. Zu diesem Ergebnis kommen wir anhand einer Untersuchung von je zwei Qualitätszeitungen aus vier Ländern (Deutschland, Schweiz, Großbritannien, USA) über einen Zeitraum von zehn Jahren (1998-2007). Die Gründe für die mediale Legitimationskrise der G8 liegen vor allem in ihrem wahrgenommenen Showcharakter und in einem Mangel an fassbaren Ergebnissen. Während man in Rom das Volk durch Brot und Spiele zu beruhigen versuchte, scheinen die G8-Gipfel nur Spiele ohne Brot zu sein." (Autorenreferat)

[128-L] Heredia, David:

Zum Judenbild nach Auschwitz: die frühe Berichterstattung in der Zeitschrift Der Spiegel, (Berliner Kulturwissenschaft, 6), Freiburg im Breisgau: Rombach 2008, 230 S., ISBN: 978-3-7930-9535-4

INHALT: Anhand der Analyse der ersten Jahrgänge (1947-1956) des Nachrichtenmagazins 'Der Spiegel' untersucht Heredia, wie in der Nachkriegszeit über Juden, jüdische Themen und Judentum berichtet wurde. Zentral wird danach gefragt, inwieweit traditionelle antisemitische Stereotype in der Nachkriegspublizistik erneut auftauchen oder bewusst unterlassen bzw. sogar kritisch bearbeitet werden. Weiter interessiert es den Verfasser, ob sich das Judenbild innerhalb des Untersuchungszeitraums modifiziert hat. Die Arbeit beginnt mit begriffsgeschichtlichen Ausführungen und begründet stimmig die Operationalisierung des auf Adorno zurückgehenden Begriffes des 'sekundären Antisemitismus' für die Untersuchung. Nach Darstellung historischer Bezüge kommt der Autor zum eigentlichen Thema: Breiten Raum nahmen in der Berichterstattung Artikel über Displaced Persons (DPs) ein, wobei der Begriff als Chiffre für 'Jude' erscheint. Heredia zeigt, wie diese unter Bemühung traditioneller antisemitischer Stereotype als ein Kollektiv sich bereichernder, zu großem Geld gekommener und vom Schwarzmarkt lebender Profitmacher gezeichnet wurden. Andere Artikel befassen sich mit jüdischen Gemeinden, mit Exil und Emigranten, mit Entschädigungsfragen und mit Israel. Insgesamt, so Heredias überraschender Befund, verschlechterte sich das Judenbild im Verlauf des Untersuchungszeitraumes 'massiv'. Habe anfangs eine neutrale Berichterstattung vorgeherrscht, änderte sich dies seit Anfang 1948. Nun, so der Autor, 'folgt eine geschlossen negative und meist ausgesprochen aggressive Berichterstattung', die teilweise 'kampagnenartige Züge' getragen habe (211). Insgesamt zeige die Berichterstattung im Spiegel die 'Integration antisemitischer Denkweisen in die demokratische Öffentlichkeit' (217), die Heredia als Prozess der Herausbildung des sekundären Antisemitismus der Schuld- und Erinnerungsabwehr im Sinne Adornos analysiert. Trotz gelegentlicher Redundanzen ist die Studie ein lesenswerter Beitrag zur kritischen Antisemitismusforschung und zur Geschichte der politischen Kultur in der frühen Bundesrepublik. (ZPol, NOMOS)

[129-F] Hilgert, Christoph, M.A. (Bearbeitung):

Jugend in den Medien. Die massenmediale Berichterstattung über Jugend in Westdeutschland und Großbritannien zwischen 1945 und den frühen 1960er Jahren unter besonderer Berücksichtigung des Hörfunks (Arbeitstitel)

INHALT: In der Arbeit wird untersucht, welches selektive 'Bild' die Massenmedien, insbesondere das Leitmedium Hörfunk, in Westdeutschland und Großbritannien in den 1950er Jahren von 'der Jugend' zeichnen und was dies über den Zustand der jeweiligen Gesellschaft und der Medienöffentlichkeiten aussagt. Für die 50er und 60er Jahre lässt sich sowohl in Westdeutschland als auch in Großbritannien ganz grundsätzlich eine Konjunktur der Medien-Berichterstattung über jugendliches Auftreten konstatieren; wobei man von einem transnationalen Medienereignis sprechen kann. Der Fokus der Analyse liegt auf den medial vermittelten Narrativen, medialen 'frames' und Diskursformationen über jugendliches Auftreten und Verhalten. Gefragt wird danach, welche Diskurse über Jugend sich in den Medien finden, wie sich die Berichterstattung des massenmedialen Ensembles über Jugend gestaltete und inwiefern sich intermediale Phänomene sowie Zusammenhänge zwischen der Berichterstattung und anderen kommunikativen Zusammenhängen erkennen lassen. Die Arbeit versteht sich somit 1. als Beitrag zur Decodierung des zeitgenössischen Konstrukts 'Jugend', 2. als Beitrag zur Analyse der zeitgenössischen Gesellschaften, insbesondere der massenmedialen Mechanismen bei der Herstellung von Öffentlichkeit(en) und spezifischen Medienrealitäten, sowie 3. als Beitrag zur theoretischen Erweiterung des bisher gebräuchlichen Konzepts des 'Medienereignisses'. *ZEITRAUM:* 1945 bis 1965 *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Westdeutschland/ Bundesrepublik Deutschland, Großbritannien

METHODE: Die sich an kultur-, medien- und sozialgeschichtliche Theorien und Methoden anlehrende Arbeit reflektiert insbesondere aktuell diskutierte Ansätze zur Transnationalität bzw. Transnationalisierung sowie das Konzept des Medienereignisses. Untersuchungsdesign: Trend, Zeitreihe; Panel *DATENGEWINNUNG:* Inhaltsanalyse, offen; Aktenanalyse, offen. Qualitatives Interview (Zeitzeugeninterviews). Sekundäranalyse von Aggregatdaten (zeitgenössische sozialwissenschaftliche Erhebungen). Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts.

ART: *BEGINN:* 2008-01 *ENDE:* 2010-12 *AUFTRAGGEBER:* nein *FINANZIERER:* Deutsche Forschungsgemeinschaft

INSTITUTION: Universität Gießen, FB 04 Geschichts- und Kulturwissenschaften, Historisches Institut Professur für Fachjournalistik Geschichte (Otto-Behaghel-Str. 10 E, 35394 Gießen); Universität Gießen, Graduiertenkolleg "Transnationale Medienereignisse von der Frühen Neuzeit bis zur Gegenwart" (Otto-Behaghel-Str. 10 C1, 35394 Gießen)

KONTAKT: Bearbeiter (e-mail: christoph.hilgert@geschichte.uni-giessen.de)

[130-L] Hurth, Elisabeth:

Religion im Trend oder Inszenierung für die Quote?, Düsseldorf: Patmos Verl. 2008, 207 S., ISBN: 978-3-491-72523-2 (Standort: ULB Düsseldorf(61)-pfl-c8532)

INHALT: Die Verfasserin fragt nach der Stichhaltigkeit der These von der "Rückkehr der Religion" als "Megatrend des 21. Jahrhunderts", die u. a. auch mit dem Stellenwert der Religion in Massenmedien wie der Bild-Zeitung begründet wird. Sie analysiert hierzu alle Ausgaben der Bild-Zeitung der Jahre 2001 bis 2005 sowie einzelne Ausgaben der Jahrgänge 2006 und 2007. Sie macht deutlich, dass nicht "die Religion" schlechthin eine Renaissance in der Bild-

zeitung erfährt, sondern dass es religionsförmige Instrumentalisierungen des Prädikats Religion sind, die die Bild-Zeitung zum Zweck des Emotainments und der Aufmerksamkeitssteigerung einsetzt. Was in Bild zurückkehrt, ist primär Religion als Unterhaltung. Die Verfasserin fragt: "Was wird aus Religion, wenn man das, was man über sie weiß, primär durch Massenmedien wie Bild weiß?" Sie zeigt, dass Religion als Inszenierung großer Gefühle wie in der Bild-Papamania die Nachfrage nach dem erlebnismäßigen Anteil von Religion befriedigt, der in den Kirchen vielfach zu kurz kommt. In der Bild-Aufbereitung von Religion wird aus Betroffenheit Ergriffenheit, die Sinnsuchenden eine Auszeit vom Alltag ermöglicht. Medien sind von der Welt bestimmt, so der Verfasserin abschließend, nicht von der Transzendenz der Welt. (ICE2)

[131-L] Hutter, Andres:

Watchblogs: Medienkritik 2.0?: eine inhaltsanalytische Untersuchung journalistischer Qualität in medienkritischen Weblogs, Boizenburg: Hülsbusch 2009, 150 S., ISBN: 978-3-940317-12-4

INHALT: "Während im deutschsprachigen Raum die Medienseiten seit der Zeitungskrise vielerorts eingestellt wurden, erfreuen sich medienkritische Weblogs einer großen Leserschaft. Hat die Medienkritik damit im Internet ein neues Zuhause gefunden? Der Erfolg von medienkritischen Watchblogs wie dem 'BILDblog' deutet darauf hin. Offen bleibt dabei die zentrale Frage, ob diese Online-Journatismuskritik selbst journalistischen Qualitätskriterien genügen kann. Diese Arbeit überprüft deshalb mit einer quantitativen Inhaltsanalyse die journalistische Qualität von zehn deutschsprachigen MedienWatchblogs. Mit einer ausführlichen Diskussion journalistischer Qualitätskriterien wird ein empirisches Analyse-Instrument erarbeitet, mit dem die Qualität dieser Watchblogs gemessen werden kann. Außerdem werden mit einer Befragung die Arbeitsweisen der Betreiber dieser Blogs untersucht." (Autorenreferat)

[132-L] Iseringhausen, Olaf; Hartung, Susanne; Badura, Bernhard:

Das Public Health Portal: Versorgungsoptimierung durch bevölkerungs- und systembezogene Wissensangebote, in: Bernhard Badura (Hrsg.) ; Olaf Iseringhausen (Hrsg.): Wege aus der Krise der Versorgungsorganisation : Beiträge aus der Versorgungsforschung, Stuttgart: Huber, 2005, S. 278-289

INHALT: Ausgangspunkt für den vorliegenden Aufsatz ist die Annahme, dass das Internet mit der Verbreitung Public Health-relevanter Informationen einen wichtigen Beitrag zur Systemqualität des Gesundheitswesens leisten kann. Public Health hat sich zu einem problembezogenen und interdisziplinär arbeitenden Fachgebiet entwickelt. Sein Erkenntnisinteresse richtet sich auf den Gesundheitszustand der Bevölkerung, auf den Zustand des Gesundheitswesens und auf die für seine Weiterentwicklung relevanten Rahmenbedingungen und Akteure. Die Aktivitäten von Public Health konzentrieren sich auf das Verständnis und die Determinanten von Gesundheit und Krankheit sowie auf Fragen der Bedarfsgerechtigkeit, Wirksamkeit und Wirtschaftlichkeit von Gesundheitsförderung, kurativer Medizin, Rehabilitation und Pflege. Darüber hinaus richten sie sich zunehmend auf die Entwicklung und Evaluation innovativer Verfahren und Organisationsformen. Die Autoren skizzieren zunächst den Beitrag des Internet zu Reformen im Gesundheitswesen. Sie beschreiben anschließend die Anbieter, Themen, Zielgruppen und Nutzererwartungen im Rahmen von "E-Health", den Stand der Entwicklung

bei den Public-Health-Informationen im Internet sowie die Ziele, Themen und Struktur des im Jahr 2001 eingerichteten Public Health Portals. (ICI2)

[133-F] Ismer, Sven, M.A. (Bearbeitung); Klein, Gabriele, Univ.-Prof.Dr.rer.soc. (Betreuung):
Medium - Macht - Emotion: die mediale Inszenierung nationaler Emotionen in der Fußballberichterstattung

INHALT: Im Verlauf der Fußball-WM 2006 haben sich Gefühlsregeln in Bezug auf Emotionen nationaler Zugehörigkeit und deren Ausdruck nachhaltig geändert. Da Emotionen als Desiderat der Nationsforschung betrachtet werden können, versucht die Forschungsarbeit zu ergründen, wie es um das Verhältnis von Nation & Emotion bestellt ist. Dabei wird die These vertreten, dass die vorgestellte Gemeinschaft (Anderson) der Nation einer Beglaubigung mittels des emotionalen Erlebens von Zugehörigkeit bedarf, um soziale Wirksamkeit zu erlangen, dass Fußball eine Arena zur Evozierung dieser Emotionen darstellt und dass diese spezifische Emotionalität in der Medienberichterstattung enthalten ist und analysierbar ist. *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Bundesrepublik Deutschland

METHODE: Die skizzierte Fragestellung wird mit Methoden der kritischen Diskursanalyse und der Bildanalyse bearbeitet.

VERÖFFENTLICHUNGEN: Ismer, Sven: The staging and (re-)construction of collective, nation-state related emotions in the media coverage of world cup soccer matches. in: Jütting, D.H.; Schulze, B.; Müller, U. (eds.): Local Sport in Europe. Münster: Waxmann 2008.

ART: *BEGINN:* 2006-05 *ENDE:* 2009-05 *AUFTRAGGEBER:* nein *FINANZIERER:* Institution

INSTITUTION: Universität Hamburg, Fak. für Erziehungswissenschaft, Psychologie und Bewegungswissenschaft, FB Bewegungswissenschaft Abt. Kultur, Medien und Gesellschaft (Feldbrunnenstr. 70, 20146 Hamburg)

KONTAKT: Bearbeiter (Tel. 040-42838-3677, e-mail: sven.ismer@uni-hamburg.de)

[134-F] Jäger, Jens, Dr.; Finzsch, Norbert (Bearbeitung); Szöllösi-Janze, Margit, Prof.Dr. (Leitung):

Koloniale Ordnungen: Evidenzeffekte des (populär-)wissenschaftlichen Bildgebrauchs, 1870-1930

INHALT: Die zwischen 1870 und 1930 in Deutschland zirkulierenden Bilder "Afrikas" und afrikanischer Menschen sowie deren wissenschaftliche und populäre Deutungen zeigen exemplarisch das Zusammenspiel verschiedener bildzentrierter Wissensdiskurse. Das Einzelprojekt legt dar, inwieweit und auf welche Weise im Untersuchungszeitraum die wissenschaftlichen und populären Auffassungen vom Bild als Quelle die Produktion, Distribution und Lektüre von Bildern von "Afrika" bestimmten. Gezeigt wird, wie Bildmedien in Wissenschaft und Alltag gleichsam mikropolitisch den "kolonialen Blick" in ständiger Wiederholung eingeübt haben. *ZEITRAUM:* 1870-1930

METHODE: hermeneutisch, sozialhistorisch, diskurshistorisch/ analytisch

VERÖFFENTLICHUNGEN: Jäger, Jens; Knauer, Martin (Hrsg.): Historische Bildforschung in Europa. München (im Erscheinen).+++Jäger, Jens: Photographie: Bilder der Neuzeit. Einführung in die Historische Bildforschung. Historische Einführungen, Bd. 7. 2., überarb. Aufl. Frankfurt am Main (im Erscheinen).+++Jäger, Jens; Axster, Felix; Sicks, Kai; Stauff, Markus (Hrsg.): Mediensport. Strategien der Grenzziehung. Reihe Mediologie. München (im Erschei-

nen).+++Jäger, Jens; Axster, Felix; Sicks, Kai; Stauff, Markus: Einleitung: Mediensport als Grenzziehungspraxis. in: Axster, Felix; Jäger, Jens; Sicks, Kai; Stauff, Markus (Hrsg.): Mediensport. Strategien der Grenzziehung. Reihe Mediologie. München (im Erscheinen).+++Jäger, Jens: "Heimat in Africa". The reconfiguration of the German nation. in: German History (ISSN 0266-3554), 2009 (im Erscheinen).+++Jäger, Jens: Unsere Kolonien. Die Bildpostkarte als Medium des "Fernsehens". in: Paul, Gerhard (Hrsg.): Bilderatlas des 20. Jahrhunderts und beginnenden 21., Bd. 1: 1900-1949. Göttingen (im Erscheinen).+++Jäger, Jens: Plätze an der Sonne? Europäische Visualisierungen kolonialer Realitäten um 1900. in: Kraft, Claudia; Lütke, Alf; Martschukat, Jürgen (Hrsg.): Kolonialgeschichten, Frankfurt (im Erscheinen).++Jäger, Jens: Fotografiegeschichte(n). Ein Forschungsstand. in: Archiv für Sozialgeschichte, Bd. 48 (im Erscheinen).+++Jäger, Jens: "Heimat" in Afrika. Oder: die mediale Aneignung der Kolonien um 1900. in: zeitenblicke (ISSN 1619-0459), Jg. 7, 2008, Nr. 2 (Download unter: nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0009-9-15447).+++Jäger, Jens: Fotografen des globalen Dorfs? Bildjournalismus der zwanziger und dreißiger Jahre. in: Zimmermann, Clemens; Schmeling, Manfred (Hrsg.): Die Zeitschrift - Medium der Moderne. Jahrbuch des Frankreichzentrums der Universität des Saarlandes, Bd. 6. Bielefeld: Transcript-Verl. 2006, S. 85-109. ISBN 3-89942-381-X.+++Jäger, Jens: Das Wunder toter Nachahmung? Diskurse über Photographie um 1850. in: Weltzin, Friedrich (Hrsg.): "Von selbst". Autopoietische Verfahren in der Ästhetik des 19. Jahrhunderts. Berlin: Reimer 2006, S. 199-218. ISBN 978-3-496-01329-7.++Paul, Gerhard (Hrsg.): Visual History. Ein Studienbuch. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 2006, 379 S. ISBN 978-3-525-36289-1.+++Jäger, Jens: Bilder aus Afrika vor 1918. Zur visuellen Konstruktion Afrikas im europäischen Kolonialismus. in: Paul, Gerhard (Hrsg.): Visual History. Ein Studienbuch. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 2006, S. 134-148. ISBN 978-3-525-36289-1. **ARBEITSPAPIERE:** Jäger, Jens; Axster, Felix; Kusser, Astrid: Koloniale Repräsentation in Deutschland (1870-1930). in: transkriptionen, 2006, Nr. 6, S. 30-32 (Download unter: www.fk-427.de/uploads/Praesentationen/Transkriptionen6.pdf +++Unveröffentlichter Bericht. in: Abschlussbericht des SFB 427. 2009 (im Erscheinen)

ART: AUFTRAGGEBER: nein **FINANZIERER:** Deutsche Forschungsgemeinschaft

INSTITUTION: Universität Köln, Philosophische Fakultät, Historisches Seminar Abt. Neuere Geschichte (Albertus-Magnus-Platz, 50923 Köln)

KONTAKT: Leiterin (Tel. 0221-470-4445, Fax: 0221-470-7390,
e-mail: margit.szoelloesi-janze@uni-koeln.de)

[135-L] Kaube, Jürgen:

Die Apokalypse in den Medien: etwas zur Soziologie der Übertreibung, in: Alexander-Kenneth Nagel (Hrsg.) ; Bernd U. Schipper (Hrsg.) ; Ansgar Weymann (Hrsg.): Apokalypse : zur Soziologie und Geschichte religiöser Krisenrhetorik, Frankfurt am Main: Campus Verl., 2008, S. 289-299

INHALT: Das Motiv des Vergnügens an tragischen Gegenständen, so der Verfasser, spielt auch in das an apokalyptischen hinein: nicht der Schrecken, sondern die Distanz dazu wird genossen. Dazu passt, dass, wenn die Belege aus den Zeitungsarchiven stichhaltig sind, Begriffe wie "Apokalypse" und "apokalyptisch" mit Abstand am häufigsten im Zusammenhang von Kunst-, Film- und Musikkritiken verwendet werden. Die Apokalypse wird in den Massenmedien häufig, so die These, selbst als Metapher ausdrücklich kenntlich gemacht. Man nutzt den Signalwert, so wie bei Begriffen wie "Revolution", "Ende", "Epoche" oder "Wahnsinn" auch, aber man nutzt ihn innerhalb eines Horizonts, der selbst kein apokalyptischer ist. Der Journa-

lismus hat immer die größten Themen, und unter seinen Händen kann die Ewigkeit aktuell werden - aber sie wird ihm auch ebenso leicht wieder inaktuell. Die einzelne Übertreibung, auch die von Untergängen, Krisen, Katastrophen rückt in Sequenzen ein, die erkennen lassen, dass die Funktion extremer Aussagen darin liegt, Umschlagwerte innerhalb eines Unterhaltungs- oder Anregungsschemas zu markieren. Sie wollen als solche gelesen werden, nicht als Aufforderung, sich aufs Weltende einzustellen. Und genau so werden sie auch gelesen. (ICF2)

[136-L] Klöppel, Moritz:

Infotainment: zwischen Bildungsanspruch und Publikumserwartung - wie unterhaltsam darf Information sein?, Marburg: Tectum Verl. 2008, 172 S., ISBN: 978-3-8288-9731-1

INHALT: Vor dem Hintergrund definitorischer Überlegungen arbeitet der Verfasser Spezifika von Infotainment-Formaten und deren Rezeptionsstrategien heraus, um dann die verschiedenen Genres anhand exemplarischer Beispiele genauer zu analysieren und einzuordnen. Dabei werden ausgesuchte Sendungen aus den Bereichen Politik (RTL2-News, Sabine Christiansen) und Sport (Sportschau, Bundesliga pur) ebenso betrachtet wie die US-amerikanische Serie Holocaust und die WDR-Produktion Manila aus der Tatort-Reihe. Sie alle bedienen unterschiedliche Themenspektren und zielen auf verschiedene Zuschauerkreise, dennoch lassen sie sich dem Oberbegriff des Infotainment zuordnen. Einen kritischen Blick auf unterhaltungsorientierte Informationsformate bietet die Auseinandersetzung mit den Medienkritikern Pierre Bourdieu und Neil Postman. Damit die hier gewonnenen Ergebnisse sinnvoll reflektiert werden können, schließen sich weiterführende Anmerkungen über die Erlebnisqualität von Fernsehsendungen und die Bedeutung öffentlicher Kommunikation für den politischen und sozialen Meinungsbildungsprozess an. Die Untersuchung schließt mit der Betonung von Medienkompetenz als Schlüsselqualifikation. (ICE2)

[137-L] Kreimer, Christina:

Fischers langer Lauf vom Straßenkämpfer zum Außenminister: ein publizistischer Konflikt um politische Biografien und das Erbe der 68er, Saarbrücken: VDM Verl. Dr. Müller 2007, 117 S., ISBN: 978-3-8364-2738-8

INHALT: "Ja, ich war militant', gestand der damalige deutsche Außenminister Joschka Fischer im Januar 2001. Zusammen mit der Publikation von Fotos, die ihn in den 70er Jahren als Straßenkämpfer zeigten, führte dieses Eingeständnis zu einer Debatte um politische Biografien und das Erbe der 68er. Ein Straßenkämpfer dürfe nicht Außenminister werden, so wurde am häufigsten argumentiert. Fischers Verteidiger sprachen von einer Kampagne gegen die Regierung. Er selbst rechtfertigte sein Verhalten als eine Revolte für die Freiheit. Die Autorin Christina Kreimer gibt einleitend einen Überblick über Fischers Zeit als Straßenkämpfer und über die Besonderheiten einer medial ausgetragenen Debatte. Darauf aufbauend untersucht sie die Berichterstattung im Jahr 2001 mit einer Inhalts- und Argumentationsanalyse, deren Ergebnisse sie mit dem Modell des publizistischen Konflikts vergleicht. Die Auswertung wird durch die Einschätzungen der Journalisten Peter Boenisch, Herbert Kremp, Thomas Schmid und des 68er-Experten Wolfgang Kraushaar ergänzt. Die vorliegende Studie ist nicht nur unter kommunikationswissenschaftlichen Aspekten interessant, sondern behandelt auch ein kontroverses Thema der Zeitgeschichte." (Autorenreferat)

[138-L] Küçük, Bülent:

Die Türkei und das andere Europa: Phantasmen der Identität im Beitrittsdiskurs, (Global Studies), Bielefeld: transcript Verl. 2008, 232 S., ISBN: 978-3-8376-1012-3

INHALT: Der Verfasser analysiert anhand poststrukturalistischer und postkolonialer Theorien die Debatte über einen möglichen EU-Beitritt in der deutsch/europäischen und türkischen Öffentlichkeit. Im Mittelpunkt steht die Bedeutung des Ostens in Europa und des Westens in der Türkei, gestützt auf Saids Theorie des Orientalismus. Einleitend werden die Suche nach einer europäischen Identität und die diskurstheoretischen Grundlagen der Untersuchung behandelt. Sodann wird die Bedeutung des Ostens in der europäischen Identitätsformation im Rahmen postkolonialer Theorie und die zentralen Strukturelemente der türkischen Modernität sowie die Bedeutung Europas im türkischen nationalen Imaginären diskutiert ("Okzidentalismus"). Im Folgenden werden Ergebnisse einer Inhaltsanalyse von drei türkischen und drei deutschen überregionalen Tageszeitungen aus den Jahren 1997, 1999, 2002 und 2004 vorgelegt. Nachdem die dominanten Topoi des diskursiven Feldes identifiziert und Typologien von europäischen und türkischen Diskursen rekonstruiert worden sind, steht in einem zweiten Schritt anhand interpretativer Verfahren die Frage nach den Prozessen der Identitäts- und Hegemoniebildung im Verhältnis des europäischen Selbst zum türkischen Anderen im Mittelpunkt. Es wird gezeigt, wie die türkischen und deutschen Diskurse sich selbst und den Anderen im untersuchten Zeitraum repräsentieren, entlang welcher Knotenpunkte sich die diskursiven Praktiken des türkischen Anderen in dialogische Beziehung zu den europäischen Diskursen setzen und entlang welcher dominanter Erzählungen sie sich abgrenzen. (ICE2)

[139-L] Laueremann, Manfred:

1968 - eine Nachlese 2008, in: Berliner Debatte Initial : Sozial- und geisteswissenschaftliches Journal, Jg. 19/2008, H. 5, S. 31-40 (Standort: UB Bonn(5)-Z90/76; USB Köln(38)-M XA01655; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: Der Autor kommentiert kritisch die Medienberichterstattungen zum 40jährigen Jubiläum der studentischen Protestbewegung von 1968 und stellt die These auf, dass die Bewegung im Grunde ein Protest gegen die Verdrängung von Klassenkämpfen war. Denn der innere Motor der Industriegesellschaft waren Klassenkämpfe und zahlreiche Theoretiker (z. B. Abendroth, Gramsci, Hobsbawm) analysierten vor, während und nach 1968 die europäische Intelligenz und ihre Avantgardefunktionen als Triebkraft der gesellschaftlichen Entwicklung unter Kapitalverhältnissen. Daraus ergeben sich nach Meinung des Autors einige wichtige Fragestellungen, wie zum Beispiel: Ist die Protestbewegung so naiv, wie die staatsbezogene Semantik suggeriert oder arbeitet sie mit der paradoxen Figur, die Gesellschaft von außen zu kritisieren, deren Teil sie logischerweise ist? Wird den Protestbewegungen bewusst, dass sie einen spezifischen Fall einer Kombination von Mikro- und Makropolitik darstellen, das heißt über die Option verfügen, wie eine Zwei-Seiten Form, mal hier, mal dort aufzutreten? (ICI2)

[140-L] Leenen, Rainer; Grosch, Harald:

Migrantenjugendliche in deutschsprachigen Medien, in: Markus Ottersbach (Hrsg.) ; Thomas Zitzmann (Hrsg.): Jugendliche im Abseits : zur Situation in französischen und deutschen marginalisierten Stadtquartieren, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2009, S. 215-241

INHALT: Der Beitrag stellt Hypothesen zur medialen Thematisierung von Migrantenjugendlichen zur Debatte. Vor dem Hintergrund einer doppelten Funktionslogik aus ökonomischem Eigeninteresse der Medien und ihrer Rolle im System politischer Öffentlichkeit einerseits sowie der fehlenden politischen Sprecherrolle von Migranten in Deutschland andererseits ergeben sich demnach bestimmte Thematisierungsformen. Für die Thematisierungslinie "Migranten aus gesamtgesellschaftlicher Gewinn- und Verlustperspektive" skizzieren die Autoren ausgewählte Filmbeispiele, um anschließend eine Übersicht zu den wichtigsten sozialwissenschaftlichen Untersuchungen zum Thema zu präsentieren. Ähnlich wie für Frankreich lassen sich für Deutschland bestimmte Formen der Negativberichterstattung über Migranten herausarbeiten sowie eine überwiegend negative Beurteilung der Medien durch Migranten. (ICE2)

[141-L] Lenger, Friedrich; Nünning, Ansgar (Hrsg.):

Medienereignisse der Moderne, Darmstadt: Wissenschaftl. Buchges. 2008, 216 S., ISBN: 978-3-534-20367-3 (Standort: UB Bonn(5)-2008/6582)

INHALT: "Wir alle wissen noch, wo wir am 11. September 2001 waren und wie wir die Nachrichten aus New York aufgenommen haben. Dieses Ereignis hat sich uns vor allem durch seine mediale Aufbereitung so stark eingeprägt. Die mediale Darstellung bildet Ereignisse ab und ist dabei selbst Ereignis - Medienereignis. Der Begriff 'Medien' ist hier nicht als Instrument der individuellen Kommunikation zu verstehen, sondern als technisches Mittel der Massenverbreitung. In den Blick rücken daher Druck, Photographie, Film und Fernsehen, Radio und Internet. Friedrich Lenger und Ansgar Nünning stellen in diesem Band elf herausragende historische Ereignisse zusammen, die in besonderer Weise durch ihre Darstellung in den Medien geprägt wurden. Das Spektrum reicht von Queen Victorias Thronjubiläen über den Untergang der Titanic, die Mondlandung und die Ermordung John F. Kennedys bis zum Irakkrieg und '9/11' in New York." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Friedrich Lenger: Einleitung: Medienereignisse der Moderne (7-13); Rolf Reichardt: 'das größte Ereignis der Zeit' - Zur medialen Resonanz der Pariser Februarrevolution (14-39); Carola Dietze: Von Kornblumen, Heringen und Drohbrieffen - Ereignis und Medienereignis am Beispiel der Attentate auf Wilhelm I. (40-60); Ansgar Nünning und Jan Rupp: Königin Victorias Thronjubiläen 1887 und 1897 - konstitutive Medienereignisse einer imperialen Erinnerungskultur (61-78); Frank Bösch: Transnationale Trauer und Technikkritik? Der Untergang der Titanic (79-94); Frank Becker: Schneller, lauter, schöner? Die Olympischen Spiele von 1936 in Berlin als Medienspektakel (95-113); Franz-Josef Brüggemeier: Das potenzierte Nihil? Deutschland, Medien und die Fußball-Weltmeisterschaft 1954 (114-129); Christian Morgner: Zeitlichkeiten globaler Medienereignisse - Am Beispiel der Ermordung John F. Kennedys (130-149); Lorenz Engell: Das Mondprogramm - Wie das Fernsehen das größte Ereignis aller Zeiten erzeugte (150-171); Heidemarie Uhl: Medienereignis Holocaust - Nationale und transnationale Dimensionen eines globalen Gedächtnisortes (172-191); Claus Leggewie: Der andere Elfte September - Mediale Spiegelungen eines freudig begrüßten Ereignisses (192-204); Guido Isekenmeier: Nachrichten vom Irak-Krieg - Ereignis-Medien und visueller Realismus (205-216).

[142-L] Lindner, Andreas:

"Wo, wenn nicht in Köln?": zur Moscheebau-Berichterstattung des Kölner Stadtanzeigers,
in: Alexander Häusler (Hrsg.): Rechtspopulismus als 'Bürgerbewegung' : Kampagnen gegen Islam
und Moscheebau und kommunale Gegenstrategien, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2008, S.
213-223

INHALT: Die Befunde der Rassismusforschung und der kritischen Diskursanalyse zur Berichterstattung über Migrationsthemen bestätigen sich auch in dem Fall der Berichterstattung über den Kölner Moscheebau. Es wird hervorgehoben, dass für den Beitrag die problematischen Aspekte im Mittelpunkt des Interesses standen und die Darstellung der vorhandenen positiven Beispiele entsprechend zu kurz gekommen ist. Das ändert aber nichts daran, dass die Moscheedebatte im "Kölner Stadtanzeiger" (KStA) insgesamt ein Beispiel für den Status quo ist. Sie ist für ein "Integrationsland", in dem Vielfalt groß und Diskriminierung klein geschrieben werden soll, höchstens gut gemeint. Die stolz formulierte Selbsterkenntnis, dass die Gesellschaft eben erst begonnen habe, sich mit der Einwanderung auseinander zu setzen, zeigt, dass noch Nachholbedarf besteht. Was gern, auch beständig vom KStA, als falsch verstandene Toleranz oder gar als so genannter Gutmenschendiskurs abgetan wird, muss in der sozialwissenschaftlichen Debatte auch weiterhin als notwendige Auseinandersetzung über die sozialen Mechanismen der Konstruktion kultureller Differenzen, über Dominanzansprüche der Mehrheitsgesellschaft, über Selbst- und Fremdbilder sowie schließlich über daraus folgende strukturelle und alltägliche Diskriminierung der als Ausländer oder Andere konstruierten Mitmenschen diskutiert werden. (ICF2)

[143-F] Maeße, Jens (Bearbeitung); Angermüller, Johannes, Dr. (Leitung):

Mediendiskurse im Zeichen der Ökonomie. Die Zirkulation und Transformation wissenschaftlichen Wissens in unterschiedlichen Handlungsfeldern am Beispiel der Wirtschaftswissenschaft

INHALT: In den letzten Jahren hat die Rolle wirtschaftswissenschaftlichen Wissens in der medialen Öffentlichkeit immer mehr an Bedeutung gewonnen. Politische Forderungen werden in so unterschiedlichen Öffentlichkeiten wie Hochschul- und Wissenschaftspolitik, Sozialpolitik oder Klimapolitik mit dem Verweis auf ökonomisches Wissen legitimiert. In diesem Zusammenhang spielen auch Experten der Wirtschaftswissenschaft eine bedeutende Rolle. Doch woher beziehen diese Experten ihr Wissen? Auf welche Legitimität stiftenden Instanzen berufen sie sich? Wie treten sie in der Öffentlichkeit als Botschafter wissenschaftlicher Evidenz auf? Das Forschungsprojekt will ausgehend von diesen Fragen eine ethnographische Diskurs- und Netzwerkanalyse von Wissenskulturen am Schnittpunkt von akademischen und nicht-akademischen Öffentlichkeiten durchführen. Einerseits soll der Wandel des akademischen Feldes der Wirtschaftswissenschaft seit den 1970er Jahren untersucht und die Regeln und Mechanismen der wirtschaftswissenschaftlichen Wissensproduktion in der Gegenwart herausgearbeitet werden. Andererseits will das Projekt danach fragen, wie wirtschaftswissenschaftliches Wissen am Beispiel der aktuellen Klimadebatte von wirtschaftswissenschaftlichen Experten eingesetzt wird, um im akademischen Feld theoretische Wahrheitsansprüche geltend zu machen und in der medialen Öffentlichkeit politische Forderungen zu stellen. Dabei sollen insbesondere unvorhergesehene Wechselwirkungen zwischen Wissenschaft und Öffentlichkeit sowie die unterschiedlichen Interpretationsprozesse in verschiedenen Handlungsfeldern mit diskursanalytischen, netzwerktheoretischen und wissenssoziologischen Methoden in den

Blick genommen werden. Aus diesem Projekt ist ein Forschungsantrag an die DFG, Schwerpunktprogramm Wissenschaft und Öffentlichkeit hervorgegangen. *GEOGRAPHISCHER RAUM*: Bundesrepublik Deutschland

METHODE: Es geht um eine Verbindung von diskursanalytischen und ethnographischen Methoden der Wissenssoziologie.

ART: *BEGINN*: 2008-09 *ENDE*: 2008-12 *AUFTRAGGEBER*: nein *FINANZIERER*: Institution

INSTITUTION: Universität Magdeburg, Fak. für Geistes-, Sozial- und Erziehungswissenschaften, Institut für Soziologie Bereich Makrosoziologie (Postfach 4120, 39016 Magdeburg)

KONTAKT: Bearbeiter (e-mail: jensmaesse@gmx.de)

[144-F] Maier, Tanja, Dr.; Müller, Kathrin Friederike, M.A.; Grittmann, Elke, Dr. (Bearbeitung); Röser, Jutta, Prof.Dr.; Lünenborg, Margreth, Prof.Dr. (Leitung):

Spitzenfrauen im Fokus der Medien. Die mediale Repräsentation von weiblichen und männlichen Führungskräften in Politik, Wirtschaft und Wissenschaft

INHALT: Das Projekt will die mediale Repräsentation von Frauen in Spitzenpositionen von Politik, Wirtschaft und Wissenschaft im Vergleich zu Männern analysieren, um damit die geschlechtsgebundenen medialen Darstellungsweisen von Status und beruflichem Erfolg analytisch zu fassen. Für die gesellschaftliche Wahrnehmung von Spitzenfrauen sind die Mediendarstellungen besonders zentral, weil nur kleine Bevölkerungsgruppen auf diesem Feld über eigene soziale Alltagserfahrungen verfügen. Die medialen Darstellungen können allgemeine Rollenvorstellungen ebenso wie konkrete Lebensmodelle junger Frauen beeinflussen und darüber hinaus die Erfolgs- und Misserfolgsbedingungen der Akteurinnen selbst moderieren. In diesem Sinne verstehen sich die im Rahmen des Forschungsvorhabens durchzuführenden Medienanalysen als Kontextprojekt zur Rekonstruktion geschlechterhierarchischer Strukturen in Politik, Management und Wissenschaft. Sie bildet den Ausgangspunkt, um zu verstehen, in welcher Weise Handeln von politischem, wirtschaftlichem und wissenschaftlichem Spitzenpersonal öffentlich wahrgenommen wird und mittels dieser medialen Darstellung wiederum konstitutiv wirksam wird für die gesellschaftliche Verteilung von Einfluss, Status und Macht zwischen den Geschlechtern. Vertiefende Informationen sind unter www.spitzenfrauenindenmedien.de/ abrufbar. *ZEITRAUM*: 2008-2009 *GEOGRAPHISCHER RAUM*: Bundesrepublik Deutschland

METHODE: Das Projekt verbindet in der Medienanalyse eine Erhebung der medialen Sichtbarkeit von Frauen in politischen, wirtschaftlichen und wissenschaftlichen Spitzenpositionen im Vergleich zu Männern (quantitative Inhaltsanalyse) mit der Analyse der geschlechtsgebundenen Attribuierungen, die der Medienberichterstattung zu Grunde liegen (qualitative Text- und Bildanalyse). Zusätzlich werden in Kontextanalysen Strukturen und Bedingungen untersucht, die für die geschlechtsgebundene Berichterstattung ursächlich sind (Produktionsanalyse), und an einem ausgewählten Sample analysiert, welche Relevanz und Bedeutung junge Frauen (und Männer) den vorgefundenen geschlechtsgebundenen Images von Spitzenfrauen zuschreiben (Rezeptionsanalyse). Zentral ist dabei die Frage: Welche Folgen haben die geschlechtsgebundenen Repräsentationen von Politik, Wirtschaft und Wissenschaft in den Medien für die Selbstpositionierung junger Frauen sowie für ihre eigene biografische Entwicklung? Im Zentrum der empirischen Umsetzung des Projekts stehen Inhaltsanalysen zur medialen Repräsentation von Führungsfrauen aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft im Vergleich zu ihren jeweiligen männlichen Pendanten. Dabei wird quantitativ und qualitativ vorgegangen. Einbezogen werden schrifttextliche, audiovisuelle und visuelle Elemente

(Fotografie). In einer zweiten Säule werden Kontextanalysen durchgeführt, die erstens die Perspektive der journalistischen Produktion und zweitens die der MediennutzerInnen und somit der Rezeption integrieren. Die Gesamtauswertung mündet in einen systematischen Transfer der Befunde in die Praxis. Untersuchungsdesign: Querschnitt *DATENGEWINNUNG*: Inhaltsanalyse, standardisiert (Stichprobe: 17; Zeitungen, Publikumszeitschriften, Fernsehsender; Auswahlverfahren: total). Inhaltsanalyse, offen (Stichprobe: 17; Zeitungen, Publikumszeitschriften, Fernsehsender; Auswahlverfahren: Teile). Gruppendiskussion (Stichprobe: 7/58; JournalistInnen/ MediennutzerInnen; Auswahlverfahren: Quota). Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts; Feldarbeit durch ein kommerzielles Umfrageinstitut.

VERÖFFENTLICHUNGEN: Lünenborg, Margreth; Röser, Jutta; Maier, Tanja; Müller, Kathrin; Grittmann, Elke: "Merkels Dekolleté" als Mediendiskurs. Eine Bild-, Text- und Rezeptionsanalyse zur Vergeschlechtlichung einer Kanzlerin. in: Lünenborg, Margreth (Hrsg.): Politik auf dem Boulevard? Die Neuordnung der Geschlechter in der Politik der Mediengesellschaft. Bielefeld: Transcript Verl., S. 72-100. ISBN 978-3-89942-939-8.+++GMMP 2005 - Global Media Monitoring Project 2005 (Download unter: www.whomakesthenews.org/research/global_reports/report_2005__1).+++Röser, Jutta: Der Pressejournalismus als Konstrukteur männlicher Dominanz. Geschlechterverhältnisse auf den Hauptnachrichtenseiten deutscher Tageszeitungen - eine Zwölf-Wochen-Analyse. in: Journalistinnenbund (Hrsg.): Präsenz von Frauen in den Nachrichten. Medienbeobachtungen 2005. Bonn: Broschur 2006, S. 27-36.

ART: *BEGINN:* 2008-04 *ENDE:* 2010-07 *AUFTRAGGEBER:* nein *FINANZIERER:* Bundesministerium für Bildung und Forschung; Generaldirektion Beschäftigung, Soziales und Chancengleichheit -Europäischer Sozialfonds-

INSTITUTION: Universität Lüneburg, Fak. I Bildungs-, Kultur- und Sozialwissenschaften, Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienkultur -IfKM- (Scharnhorststr. 1, 21332 Lüneburg); Freie Universität Berlin, FB Politik- und Sozialwissenschaften, Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft Arbeitsstelle Journalistik (Garystr. 55, 14195 Berlin)

KONTAKT: Röser, Jutta (Prof.Dr. Tel. 04131-677-2762, e-mail: roeser@uni.leuphana.de); Lünenborg, Margreth (Dr. Tel. 030-838-70471, e-mail: mluenen@zedat.fu-berlin.de)

[145-L] Maiwald, Kai-Olaf:

"Holt mich hier 'raus!": neue Entwicklungen in der kulturindustriellen

Fernsehkommunikation, in: sozialer sinn : Zeitschrift für hermeneutische Sozialforschung, Jg. 9/2009, H. 2, S. 371-382

INHALT: "In diesem Beitrag wird ein hermeneutischer Zugang als Grundlage der Kritik neuer Entwicklungen in der Fernsehkommunikation vorgeschlagen. Ausgehend von der Interpretation des Titels einer Fernsehsendung ('Ich bin ein Star - Holt mich hier 'raus!') wird eine eigentümliche Struktur herausgearbeitet, die kennzeichnend für das neue Genre zu sein scheint, das diese Sendung repräsentiert: eine Komplementarität von 'strukturellem Sadismus' (auf der Rezipientenseite) und 'strukturellem Masochismus' (auf der Seite der Protagonisten). Dabei handelt es sich um Eigenschaften der medialen Ereignisse und nicht um psychische Dispositionen. Zudem weist die Analyse auf eine zunehmende Ambivalenz im Verhältnis von 'Star' und Publikum hin." (Autorenreferat)

[146-L] Marliere, Eric:

Der Umgang der französischsprachigen Medien mit Segregation, in: Markus Ottersbach (Hrsg.) ; Thomas Zitzmann (Hrsg.): Jugendliche im Abseits : zur Situation in französischen und deutschen marginalisierten Stadtquartieren, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2009, S. 203-214

INHALT: Der Beitrag fragt nach der Art und Weise, in der insbesondere das Fernsehen sich für die Anliegen der Bewohner der Quartiers sensibles interessiert. Ausgewertet werden zunächst soziologische Untersuchungen zum medialen Umgang mit den Banlieues, die eine sensationsorientierte, auf Übertreibung und Dramatisierung gerichtete Darstellungsweise sozialer Konflikte hervorheben. Analysen verschiedener Soziologen stellt der Verfasser eine Annäherung an eine Soziologie der Medienrezeption zur Seite, die auf Interviews mit Vorstadtjugendlichen basiert. Hervorgehoben wird die allgemeine Empfindung einer Stigmatisierung des Alltags durch die mediale Darstellung. Hinsichtlich der Ausschreitungen sieht der Verfasser eine gegenseitige Instrumentalisierung der Medien und eines Teils der Jugendlichen und fordert verantwortliches politisches Handeln. (ICE2)

[147-L] Maurer, Torsten:

Fernsehen: als Quelle politischer Information überschätzt? ; eine Bestandsaufnahme des Angebotes und der Nutzung des "politischen Leitmediums", in: Politische Vierteljahresschrift : Zeitschrift der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft, Sonderheft, 2009, H. 42, S. 129-150 (Standort: UB Bonn(5)-Einzelsign; USB Köln(38)-FHM-XE00036; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "Dem Fernsehen wird vor allem aufgrund der hohen Verbreitung und Nutzungsdauer eine herausragende Bedeutung im Rahmen der politischen Informationsvermittlung zugeschrieben. Das Medium Fernsehen ist jedoch primär kein Informationsmedium, sondern ein Mischmedium, das sich ebenso an die Unterhaltungs- wie an die Informationsbedürfnisse der Fernsehzuschauer richtet. Im Hinblick auf die Bedeutung des Fernsehens als Quelle politischer Information liefern die Ergebnisse einer Verknüpfung von inhaltsanalytischen Daten zum Politikangebot und tatsächlichen Nutzungsdaten ein ernüchterndes Bild. So zeigen die Analysen, dass in den am meisten genutzten Fernsehprogrammen nur in geringem Maße über Politik berichtet wird und dass diese politischen Angebote - im Gegensatz zu den Unterhaltungsangeboten - eher gemieden als gesucht werden." (Autorenreferat)

[148-L] Mertens, Henning:

Bioenergie: diskursiv produzierte Erzählungen zum Klimawandel, (Praxis neue Kulturgeographie, Bd. 5), Berlin: Lit Verl. 2008, 104 S., ISBN: 978-3-8258-1397-0

INHALT: Der Klimawandel beherrschte über Monate des Jahres 2007 weitgehend die Berichterstattung der Medien. In diesem Zusammenhang wurde auch immer wieder die Frage nach dem Energiemix der Zukunft aufgeworfen. So war zu lesen, dass der Anteil an erneuerbaren Energien bis zum Jahr 2020 auf 20 Prozent steigen soll, dass in Mexiko die Tortillas unbezahlbar werden, weil die USA große Mengen Mais zur Ethanolproduktion kaufen, usw. Doch in den Medien werden diese Fakten nicht einfach aneinander gereiht - es werden Geschichten um sie gesponnen, die den angesprochenen Phänomenen der Welt ‚Leben einhauchen‘. Dabei

handelt es sich nicht um Geschichten oder Erzählungen im literarischen Sinne, sondern allgemein um Erzählungen als sinnstiftende Verknüpfungsstrukturen weltlicher Phänomene und allgemeiner Deutungsmuster. Geschichten, zumal solche die massenmedial kommuniziert werden, beeinflussen unser Denken und Handeln. Welche Erzählungen existieren aktuell über Pflanzen als Energieressource? Auf welche unterschiedlichen Arten wird versucht, diesem und den damit verbundenen Phänomenen Bedeutung und Sinn zu verleihen? Einen Weg diesen Fragen nachzugehen, zeigen die Ansätze der Diskursforschung auf; sie eröffnen einen interpretativen Zugang. Es wird eine konstruktivistische Perspektive eingenommen. Jeder diskursanalytische Ansatz weist auf "eine konstruktivistische Theorie von Gesellschaft" hin. Ziel dieser Arbeit ist es, die verschiedenen Geschichten über ‚Pflanzen als Energieressource‘ im öffentlichen Diskurs zu rekonstruieren. Hierbei wird der Frage nachgegangen, welche unterschiedlichen Zusammenhänge, Ursache-Wirkungs-Gefüge, Handlungsanleitungen, usw. kommuniziert werden. Als Datenmaterial werden Presse-Datenbanken, Zeitungen und Reden im Bundestag genutzt. (LO2)

[149-L] Mikos, Lothar:

Soziologie des Mediensports, in: Kurt Weis (Hrsg.) ; Robert Gugutzer (Hrsg.): Handbuch Sportsoziologie, Schorndorf: Hofmann, 2008, S. 331-339

INHALT: Sportliche Großereignisse wie Fußball-Weltmeisterschaften sind weltweit verbreitete Medienereignisse. Es entsteht eine globale Sport-Medien-Kultur. Die Inszenierung des Sports durch das Medium Fernsehen verleiht Sportereignissen eine theatrale Aufführungsqualität. Die mehrfache Rahmung des Sports und die damit verbundene Täuschung sind einer der Gründe dafür, dass die Frage der Authentizität in den Diskursen über das Verhältnis von Sport und Medien eine zentrale Rolle spielt. (ICE2)

[150-L] Münkkel, Daniela; Seegers, Lu (Hrsg.):

Medien und Imagepolitik im 20. Jahrhundert: Deutschland, Europa, USA, Frankfurt am Main: Campus Verl. 2008, 335 S., ISBN: 978-3-593-38756-7

INHALT: Kein anderer Politiker hat Wahlkampagnen und Imagekonzeptionen weltweit so beeinflusst wie John F. Kennedy. Darauf baut der aus einer Tagung an der Universität Hannover hervorgegangene Band auf. Besonders aufschlussreich ist Münkels Beitrag über die Imagebildung bei Kennedy, Harold Wilson und Willy Brandt, die allesamt erfolgreiche Wahlkämpfe führten. Dabei adaptierten Wilson und Brandt die US-Erfolgsgeheimnisse und kombinierten sie mit nationalen Besonderheiten in Großbritannien und Deutschland - insbesondere im Hinblick auf politische Traditionen. Die drei Kampagnen, so Münkkel, zeigen bemerkenswerte Parallelen: sie sind von einer bis dahin nicht gekannten medialen Professionalität, setzen auf die (telegene) Fernsehwerbung des Kandidaten sowie auf direkte und massenhafte Kontakte zu den Wählern und sie sind Teil einer inhaltlichen, rollenmäßig schlüssigen Gesamtkonzeption. Außerdem symbolisieren sie Modernität, ein neues demokratisches Zeitalter ('New Britain'; 'Wir schaffen das moderne Deutschland') und Bürgerpartizipation ('Wir wollen mehr Demokratie wagen'). Münkkel und Seegers ziehen die Linie bis zu Barack Obama, dessen 'Yes we can'-Kampagne (10) wie ein modernes Remake der Kennedy-Kampagne wirkt. Dass Imagebildung auch scheitern kann, belegt Thomas Mergel mit seinem Beitrag über Rainer Barzel, der 1972 gegen Willy Brandt chancenlos war. Mergel schöpft aus internen CDU-

Quellen und vermittelt neue Einblicke in zum Teil heftige Konzeptdiskussionen zwischen Parteiführung, Öffentlichkeitsarbeitern der damaligen CDU und beteiligten Agenturen und Beratern. Bei Barzel passte demnach nichts zusammen. Inhalt und gewolltes Image (Der 'neue Barzel', 59) waren nicht abgestimmt, ließen sich auch nicht den Kandidaten übertragen. In weiteren Beiträgen geht es darum, den Imagebegriff zu historisieren und auf den Feldern Politik, Ökonomie, Gesellschaft und Kultur anzuwenden. (ZPol, NOMOS). Inhaltsverzeichnis: Daniela Münkler/ Lu Seegers: Einleitung: Medien und Imagepolitik im 20. Jahrhundert (9-23); Daniela Münkler: John F. Kennedy, Harold Wilson, Willy Brandt: "Modernes" Image für "moderne" Zeiten (25-46); Thomas Mergel: Grenzen der Imagepolitik: Eine gescheiterte Kampagne für Rainer Barzel 1972 (47-70); Jan C. Behrens: Nach dem Führerkult: Repräsentationen des Generalsekretärs im kommunistischen Polen und in der DDR (1956-1989) (71-96); Christoph Classen: Schmutzige Politik? Zum Image von Politikern in fiktionalen Filmen und Fernsehbeiträgen der Bundesrepublik (97-115); Rainer Gries: Produktimages und Gesellschaftsgeschichte im 20. Jahrhundert (117-140); Adelheid von Saldern: Amerikanischer Charakter - "American-ness": Stereotype und Images aus Sicht amerikanischer Publizisten (1890-1930) (141-166); Cornelia Rauh: "Ein echtes Image-Problem?" Die Schweiz und die Weltkriegsdebatte (167-185); Simon Wendt: Massenmedien und die Bedeutung von Helden und Stars in den USA (1890-1929) (187-206); Lu Seegers: Prominentenimages und Wertewandel in der Bundesrepublik Deutschland (1950-1980) (207-228); Detlef Siegfried: Stars der Revolte: Die Kommune 1 (229-246); Christoph Jacke: "Same, same But Different": Zur Bedeutung und zum Wandel von Image in der Popkultur postmoderner Mediengesellschaften (247-271); Meik Woyke: "Häuschen im Grünen": Die Popularisierung der Suburbanisierung im 20. Jahrhundert (273-292); Georg Wagner-Kyora: Die neue City in der kriegszerstörten Altstadt: Das "Wiederaufbau"-Image Bremens (1946-1964) (293-318); Philipp Springer: "Noch ein bisschen Dorf und schon halb Metropole" (319-335).

[151-F] Plüss, Sonja (Bearbeitung); Boller, Boris (Leitung):

Schule, Bildung und Öffentlichkeit - eine Inhalts- und Diskursanalyse der Schweizer Presseberichterstattung zum Bildungswesen

INHALT: Medieninhalte zu Bildungsthemen sind - im Gegensatz zu anderen Bereichen - in der Vergangenheit nur sehr punktuell und oft unzureichend untersucht worden. Dies steht in einem deutlichen Kontrast zum hohen Stellenwert, den das Bildungswesen in der aktuellen öffentlichen Diskussion einnimmt. Gerade in einer Zeit, in der dem öffentlichen Bildungssystem zusehends Alternativen gegenübergestellt werden und unter Legitimitätsdruck gerät, erscheint es wünschbar und dringend, dass sich auch und gerade Institutionen der Lehrer- und Lehrerinnenbildung sich Klarheit darüber verschaffen, in welcher Intensität und auf welche Art und Weise der Bereich Bildung und die darin involvierten Akteure thematisiert werden. Ausgehend von diesen Feststellungen beabsichtigt die geplante Forschung bildungsspezifische Inhalte und Diskurse in Schweizer Printmedien zu analysieren. Zum einen soll die Forschung mittels einer quantitativ orientierten Erhebung die öffentliche Kommunikation zum Bildungsbereich in ihren großen Zügen und ihrer Entwicklung erfassen. Zum andern sollen zentrale Themenfelder identifiziert und diskursanalytisch vertieft werden. Im Zentrum steht die generelle leitende Forschungsfrage nach den Themen, Repräsentationen und Deutungsmustern von Bildungsfragen in der Schweizer Öffentlichkeit. Eine explorative, quantitative Erhebung von Bildungsthemen in 15 Tageszeitungen und 6 Zeitschriften aller drei Amtssprachen mit dem Statistikprogramm SPSS über den Zeitraum von 18 Monaten soll dabei in erster Linie eine

Datenbasis liefern, welche sämtliche im Sample erschienen Artikel zu Bildungsthemen erfasst und dem Identifizieren aktueller thematischer Schwerpunkte und Themenkonjunkturen aus dem Bildungsbereich sowie dem Erfassen von regionalen Gemeinsamkeiten bzw. Unterschieden in der Thematisierung von Bildung dienen. Eine Anzahl der damit erfassten thematischen Schwerpunkte wiederum ist Gegenstand vertiefter Diskursanalysen. Vor Beginn der Datenerhebung finden sich denkbare Schwerpunkte der Diskursanalysen insbesondere in folgenden Bereichen: Image des Lehrberufs, disziplinarische Fragen, Integrationsfragen, Fragen der Didaktik und des Fächerkanons, Reform- und Harmonisierungsbestrebungen sowie die Wettbewerbsposition und Leistungsfähigkeit der Volksschule. *ZEITRAUM*: 1.7.2008 bis 31.12.2009 *GEOGRAPHISCHER RAUM*: Schweiz, alle drei Sprachregionen

METHODE: Explorative Erhebung aus Mediendatenservice "Swissdox" aufgrund von Stichworten und Medienselektion. Identifikation von bildungspolitischen Schlüsselthemen und deren diskursanalytische Aufarbeitung. Untersuchungsdesign: Längsschnittstudie *DATENGEWINNUNG*: Inhaltsanalyse, standardisiert; Inhaltsanalyse, offen (Stichprobe: 15; regional gewichtete Auswahl von 15 Tageszeitungen -D, F, I- und 6 Zeitschriften -D, F- Zeitungs-, und Zeitschriftenartikel; Auswahlverfahren: total). Diskursanalyse (Stichprobe: voraussichtlich mehr als 1.000). Quantitative Erhebung (Stichprobe: ca. 10.000).

ART: *BEGINN*: 2008-05 *ENDE*: 2010-04 *AUFTRAGGEBER*: keine Angabe *FINANZIERER*: Institution

INSTITUTION: Pädagogische Hochschule Bern, Zentrum für Forschung und Entwicklung (Fabrikstr. 2, 3012 Bern, Schweiz)

KONTAKT: Institution (e-mail: forschung@phbern.ch)

[152-L] Post, Senja:

Klimakatastrophe oder Katastrophenklima?: die Berichterstattung über den Klimawandel aus Sicht der Klimaforscher, (Reihe Medien-Skripten : Beiträge zur Medien- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 51), München: R. Fischer 2008, 209 S., ISBN: 978-3-88927-446-5

INHALT: "Der Klimaschutz ist zum politischen Glaubensbekenntnis geworden. Doch wie beurteilen Klimaforscher die Sachlage? Was sind die Ursachen des Klimawandels? Wie zuverlässig sind Klimaprognosen? Wie sollten wir auf den Klimawandel reagieren? Und was halten die Klimaforscher von der Klimaberichterstattung der Massenmedien? Diese Fragen werden auf der Basis einer Repräsentativbefragung von 133 deutschen Klimaforschern beantwortet. Die Ergebnisse zeigen: Der Wissensstand der Klimaforschung ist erstens längst nicht so eindeutig wie es in der öffentlichen Debatte erscheint. Die Wissenschaftler halten die Klimaberichterstattung zweitens überwiegend für sensationalistisch und die dargestellten Sachverhalte für grob vereinfacht. Trotzdem verzeichnen die Klimaforscher drittens eine starke Wirkung der Klimaberichterstattung auf den Forschungsprozess und auf die Forschungsförderung in der Klimaforschung." (Autorenreferat)

[153-L] Rechmann, Annika:

Von Kriegsverächtern und Kriegsverfechtern: die Berichterstattung über den Irak-Krieg 2003 in deutschen und amerikanischen Qualitätszeitungen, (Kommunikationswissenschaft), Wiesbaden: Dt. Univ.-Verl. 2007, 175 S., ISBN: 978-3-8350-6090-6

INHALT: Rechmann untersucht die Berichterstattung zum Irak-Krieg 2003 in deutschen und amerikanischen Qualitätszeitungen. Diese Inhaltsanalyse ist eingebettet in eine Darstellung des Krisen- und Kriegsverlaufs sowie in die Habermas'sche Theorie kommunikativen Handelns. Die Autorin veranschaulicht die Unterschiede in der Berichterstattung und kommt zu einem differenzierten Ergebnis: Zwar zeigen die Artikel aus US-Zeitungen deutliche Mängel (für die sich die Redaktionen bereits entschuldigt haben), die deutschen Qualitätszeitungen sind in ihrer Kritik am Irak-Krieg jedoch ebenfalls nur dem gesellschaftlichen Konsens gefolgt. Die höchst relevante Schlussfolgerung ist also, dass sich die wechselseitige Ablehnung der politischen Positionen in hohem Maße in der Berichterstattung spiegelte. So trug die Berichterstattung in Deutschland wie in den USA nicht zur Meinungsvielfalt und einer breiten Diskussion bei, vielmehr stützte sie die Ansichten der politischen Kontrahenten durch den Rückgriff auf Quellen im Inland. (ZPol, NOMOS)

[154-L] Reichert, Frank:

Straflust in Zeitungsmedien: gibt es in der Presse eine "Punitivität im weiteren Sinn"?, in: Kriminologisches Journal, Jg. 41/2009, H. 2, S. 100-114 (Standort: USB Köln(38)-XF146; Kopie über den Literaturdienst erhältlich;
www.juventa.de/zeitschriften/kriminologisches_journal/abstracts/Jahrgang2009/04200902100.htm !?2)

INHALT: "Vorgestellt werden Ergebnisse einer überwiegend quantitativen inhaltsanalytischen Studie zu Punitivität in der Presse am Beispiel von Zeitungsartikeln über das Thema Jugendkriminalität aus Bild und Süddeutsche Zeitung. Zunächst werden das Konzept der Punitivität erläutert und (mögliche) Indikatoren für eine weiter gefasste Version dieses Konzepts dargestellt. Die empirischen Befunde zeigen, dass in beiden Zeitungen, insbesondere jedoch in der Boulevardzeitung, v.a. ein hartes Vorgehen gefordert wurde, dass ausdrücklich nach härteren Strafen jedoch nur in Kommentaren gerufen wurde. Eine implizite Punitivität fand sich in beiden Zeitungen, besonders deutlich aber in Bild. Es wurde mehr über Täter als über Opfer berichtet, wobei negativ akzentuierte Typen häufiger Erwähnung fanden. Ein Resümee reflektiert die (wissenschaftliche) Bedeutung der Befunde." (Autorenreferat)

[155-F] Renggli, Cornelia, lic.phil. (Bearbeitung); Gyr, Ueli, Prof.Dr. (Betreuung):

Un-/sichtbare Differenz. Bilder von Behinderung in den Medien

INHALT: Das Dissertationsprojekt verfolgt die Ziele, das Thema Behinderung in die Volkskunde und den angloamerikanischen Forschungsansatz der Disability Studies mit dem sozialen Modell von Behinderung in die Kultur-, Sozial- und Geisteswissenschaften einzuführen, sowie einen Beitrag zur Erforschung von Differenz und der Visuellen Kultur in theoretischer, methodologischer und empirischer Hinsicht zu leisten. In theoretischer Hinsicht werden auf der Grundlage verschiedener Ansätze Antworten auf die Fragen nach dem Entstehen, den Formen, dem Wandel und v.a. der Un-/Sichtbarkeit von Differenz gesucht. Da die Phänomene Differenz und Identität eng miteinander verknüpft sind, berücksichtigen die Untersuchungen auch dieses Thema, insbesondere die Wechselwirkungen von Fremd- und Selbst-Bildern. In empirischer Hinsicht werden gesellschaftlich geprägte und die Gesellschaft prägende Bilder, d.h. Darstellungen und Vorstellungen von, Einstellungen zu und Verhaltensweisen gegenüber Behinderung erforscht. Konkrete Bilder wie auch Bilder in den Köpfen dienen zur Untersu-

chung, wie, in welchen Formen und weshalb die Unterscheidung Behinderung entsteht und welche Folgen sie für die Verhaltensweisen hat. Eingesetzt wird dazu eine Kombination von Bild- und Dokumentenanalysen. Die Bilder spielen deshalb eine zentrale Rolle im Projekt, da im Umgang mit ihnen die Dar-, Vor-, Einstellungen und Verhaltensweisen v.a. durch die Sehweisen miteinander verknüpft werden. *ZEITRAUM*: 20. und 21. Jahrhundert *GEOGRAPHISCHER RAUM*: deutschsprachiger Raum

METHODE: Forschungsansatz der Disability Studies Analyse von Sicht- und Sagbarkeitsverhältnissen nach Michel Foucault (vgl. Publikationen)

VERÖFFENTLICHUNGEN: Renggli, Cornelia: Behinderung Sehen. in: Graf, Erich Otto; Renggli, Cornelia; Weisser, Jan (Hrsg.): Die Welt als Barriere. Deutschsprachige Beiträge zu den Disability Studies. Zürich: Ed. Soziothek 2007, S. 201-205.+++Graf, Erich Otto; Renggli, Cornelia; Weisser, Jan (Hrsg.): Die Welt als Barriere. Deutschsprachige Beiträge zu den Disability Studies. Zürich: Ed. Soziothek 2007.+++Graf, Erich Otto; Renggli, Cornelia; Weisser, Jan (Hrsg.): Editorial. in: Graf, Erich Otto; Renggli, Cornelia; Weisser, Jan (Hrsg.): Die Welt als Barriere. Deutschsprachige Beiträge zu den Disability Studies". Zürich: Ed. Soziothek 2007, S. 9-11.+++Renggli, Cornelia: Nur Mitleid oder Bewunderung? Behinderung und Medien. in: Hermes, Gisela; Rohrmann, Eckhard (Hrsg.): Nichts über uns - ohne uns! Disability Studies als neuer Ansatz emanzipatorischer und interdisziplinärer Forschung über Behinderung. Neu-Ulm: AG SPAK Bücher 2006, S. 97-109.+++Renggli, Cornelia: Die Unterscheidungen des Bildes zum Ereignis machen. Zur Bildanalyse mit Werkzeugen von Luhmann und Foucault. in: Maasen, Sabine; Mayerhauser, Torsten; Renggli, Cornelia (Hrsg.): Bilder als Diskurse - Bilddiskurse. Weilerswist: Velbrück 2006, S. 181-198.+++Maasen, Sabine; Mayerhauser, Torsten; Renggli, Cornelia: Bild-Diskurs-Analyse. in: Maasen, Sabine; Mayerhauser, Torsten; Renggli, Cornelia (Hrsg.): Bilder als Diskurse - Bilddiskurse. Weilerswist: Velbrück 2006, S. 7-26.+++Maasen, Sabine; Mayerhauser, Torsten; Renggli, Cornelia (Hrsg.): Bilder als Diskurse - Bilddiskurse. Weilerswist: Velbrück 2006.+++Renggli, Cornelia: Disability Studies und der Bruch mit der Evidenz. Bilder, Sehen und Un-/Sichtbarkeit von Behinderung. in: Behinderte, 28, 2005, 5, S. 74-81.+++Renggli, Cornelia: Blinde Flecke. Methodologische Fragmente für eine Analyse von Bildern zu Behinderung. in: Schweizerisches Archiv für Volkskunde, 101, 2005, 1, S. 39-48.+++Weisser, Jan; Renggli, Cornelia (Hrsg.): Disability Studies. Ein Lesebuch. Reihe "ISP-Universität Zürich, Bd. 11. Luzern: Ed. SZH 2004.+++Renggli, Cornelia: Disability Studies. Ein historischer Überblick. in: Weisser, Jan; Renggli, Cornelia (Hrsg.): Disability Studies. Ein Lesebuch. Reihe "ISP-Universität Zürich, Bd. 11. Luzern: Ed. SZH 2004.+++Renggli, Cornelia: Behinderung neu betrachten. Erfahrungen aus einem transdisziplinären Forschungsprojekt. in: Alsheimer, Rainer (Hrsg.): Körperlichkeit und Kultur 2003. Bremen: Universität, 2004, S. 71-80.+++Renggli, Cornelia: Behinderung in den Medien. Sichtbar und unsichtbar zugleich. in: Medienheft, 23.11.2004.+++Renggli, Cornelia: Normale Bilder von Behinderung? in: kuckuck. Notizen zur Alltagskultur, 17, 2002, 1, S. 12-15.

ART: *BEGINN*: 2002-01 *ENDE*: 2010-12 *AUFTRAGGEBER*: keine Angabe *FINANZIERER*: Wissenschaftler; Forschungskredit der Universität Zürich

INSTITUTION: Universität Zürich, Philosophische Fakultät, Institut für Populäre Kulturen (Wiesenstr. 7/9, 8008 Zürich, Schweiz)

[156-L] Rodriguez, Clara E.:

Census realities vs. media distortions: U.S. Latinos, in: Josef Raab (Hrsg.) ; Martin Butler (Hrsg.): Hybrid Americas : contacts, contrasts, and confluences in new world literatures and cultures: Lit Verl., 2008, S. 229-247

INHALT: Die Verfasserin gibt einen Überblick über Latino-Charaktere im Fernsehen der USA. Sie zeichnet den demographischen Umbruch in den USA zu einem multiethnischen Land nach und untersucht, ob dieses "browning" der USA einen Einfluss auf das Massenmedium Fernsehen gehabt hat. Zwar hat es einige Initiativen zu Stärkung der Präsenz von Latinos im Fernsehen gegeben, alte Repräsentationsmuster und negative Stereotypisierungen setzen sich jedoch fort und schaffen Bilder von Latinos, die in keiner Weise den demographischen Realitäten der USA zu Anfang des 21. Jahrhunderts entsprechen. (ICEÜbers)

[157-L] Rueß, Volker:

US-Truppen im Irak: amerikanische Printmedien als Moderatoren des gesellschaftlichen Wandels ; eine Inhaltsanalyse von New York Times und Washington Post, in: conflict & communication online, Vol. 8/2009, No. 1, 23 S.
(www.cco.regener-online.de/2009_1/pdf/ruess.pdf)

INHALT: "Wie entwickelte sich die amerikanische Medienberichterstattung über den Irakkrieg im Zeitraum zwischen Mai 2005 (Ende der offiziellen Kriegshandlungen) bis Mai 2007? Für die beiden Zeitungen New York Times und Washington Post wurden insgesamt 334 Artikel dieser Periode einer quantitativen Inhaltsanalyse und anschließend einer Latent Class Analysis unterzogen. Der Verlauf der gefundenen Klassen wurde auf einer Zeitachse dargestellt. Es zeigte sich, dass während des Irakkonflikts unter Bush Junior ein hauptsächlich gewaltjournalistischer Stil der Medienberichterstattung vorlag. Die Medien diskutierten lieber militärische Lösungsoptionen als alternative und friedliche. Und das umso stärker, je länger der Konflikt andauerte. Die beiden Zeitungen kritisierten ihre Führung stark und ausgiebig, unterschieden sich dabei aber fast nicht." (Autorenreferat)

[158-F] Rulofs, Bettina, Dr. (Bearbeitung); Hartmann-Tews, Ilse, Univ.-Prof.Dr.phil.; Rulofs, Bettina, Dr. (Leitung):

"Global women in sports media analysis": eine international vergleichende Studie über die Darstellung von Geschlechterverhältnissen in den Sportmedien

INHALT: National und international durchgeführte Studien zur medialen Repräsentation von Sportlerinnen und Sportlern belegen eine starke Unterrepräsentanz von Sportlerinnen in der täglichen Berichterstattung. Die Betrachtung qualitativer Aspekte der Sportberichterstattung zeigt darüber hinaus, dass sie vielfach von stereotypen Denk- und Deutungsmustern gekennzeichnet ist. Insbesondere bei der fotografischen Inszenierung des Sports werden Sportlerinnen nicht primär als sportliche Akteurinnen (aktiv), sondern vor allem als erotisch-attraktive Frauen (passiv) präsentiert. Die Sportmedienrealität perpetuiert somit durch Selektion und Inszenierung bestimmter 'Bilder' - in Texten und Fotos - elementare Geschlechterdifferenzen und ist ein gesellschaftlich relevanter Baustein der Konstruktion von Geschlecht. Da die bisherigen Studien im nationalen und internationalen Raum trotz dieser generellen Befunde nur wenige gesicherte differenzierte Befunde aufweisen, wurde eine international vergleichende

Untersuchung mit dem Ziel initiiert, ein einheitliches Messinstrumentarium zu entwickeln und einzusetzen. Auf Grundlage eines identischen Forschungsdesigns führen Forscher/innen aus 24 Ländern eine international vergleichende Analyse der Sportberichterstattungen zu den Olympischen Spielen 2004 durch. *ZEITRAUM*: Olympia 2004 *GEOGRAPHISCHER RAUM*: international vergleichend: Deutschland und 13 andere Länder

METHODE: Inhaltsanalyse der Presstexte und Fotos zu den Olympischen Spielen 2004 (Frankfurter Allgemeine Zeitung, BILD); Vergleich mit Tageszeitungen der Kooperationsländer
DATENGEWINNUNG: Inhaltsanalyse, standardisiert.

VERÖFFENTLICHUNGEN: Hartmann-Tews, Ilse; Rulofs, Bettina: The Olympic Games 2004 in German newspapers - a gender-equitable coverage? in: Bruce, Toni; Hovden, Jorid; Markula, Pirkko (eds.): Women in the Olympic media: a global comparison of newspaper coverage. Netherlands & New Zealand: Sense Publ. and the Wilf Malcolm Inst. of Educational Research (in press).+++Hartmann-Tews, Ilse; Rulofs, Bettina: "Goldmädels, Rennmiezeln und Turnkükeln" revisited - a comparison of newspaper coverage of sports and gender representation in Germany 1979 and 1999. in: Hofmann, Annette; Trangbaek, Else (eds.): International perspectives on sporting women in past and present. Copenhagen: Univ. 2005, pp. 307-320.

ART: *BEGINN*: 2004-11 *ENDE*: 2005-12 *AUFTRAGGEBER*: nein *FINANZIERER*: Institution
INSTITUTION: Deutsche Sporthochschule Köln, Institut für Sportsoziologie Abt. Geschlechterforschung (Am Sportpark Müngersdorf 6, 50933 Köln)

KONTAKT: Hartmann-Tews, Ilse (Prof.Dr. e-mail: i.hartmann@dshs-koeln.de)

[159-F] Rulofs, Bettina, Dr. (Bearbeitung); Hartmann-Tews, Ilse, Univ.-Prof.Dr.phil. (Leitung):

Die soziale Konstruktion von Geschlechterverhältnissen in der medialen Vermittlung von Sport

INHALT: Massenmedien prägen das Bild vom Sport in der Öffentlichkeit. Sie liefern fortwährend Abbilder des Geschlechterverhältnisses im Sport, die für eine sozialwissenschaftliche Analyse der Geschlechterkonstruktionen im Sport eine wichtige Quelle darstellen. Die Analyse von massenmedialen Produkten erlaubt dabei auch interessante Einsichten in die zeithistorischen Wandlungen des Geschlechterverhältnisses. Dabei stellen sich die Fragen, ob der Anteil der Berichterstattung über Sportlerinnen in den letzten Jahren (parallel zur allgemeinen Steigerung der Sportpartizipation von Frauen) zugenommen hat, inwiefern leistungsstarke Sportlerinnen auch heute noch als "Ausnahmen" und "Irritationen" einer männerdominierten Sportkultur inszeniert werden, welche Bilder von Sportlerinnen und Sportlern präsentiert werden und inwiefern die ästhetische Inszenierung von Sportlerinnen und Sportlern im Wandel begriffen ist.

METHODE: Theorie: Die Theoriebasis besteht aus kommunikationswissenschaftlichen Arbeiten über den Sport, die durchgehend von Theoriekonzepten der sozialen Konstruktion von Geschlechterverhältnissen ergänzt werden. Methodische Vorgehensweise: Für die Analyse von massenmedialen Produkten wurden inhaltsanalytische Instrumentarien entwickelt, die ursprünglich auf der Studie von Klein (1986) basieren und im Rahmen der eigenen Studien spezifiziert und weiterentwickelt wurden (vgl. Rulofs, 2003; Hartmann-Tews & Rulofs, 2003). Ein Schwerpunkt der Inhaltsanalysen liegt bei der Presseberichterstattung, Analysen des Fernsehens wurden teilweise (in Form von Diplomarbeiten) durchgeführt. Untersuchungsdesign: Trend, Zeitreihe *DATENGEWINNUNG*: Inhaltsanalyse, standardisiert (Sportberichterstattung über Leichtathletik WM 1999, Tagespresse in den Jahren 1999, 2000, 2009, Analyse der Presseberichterstattung über die Olympischen Spiele 2004, 2008; Auswahlverfahren: sys-

tematische Zufallsstichprobe). Inhaltsanalyse, offen (ausgewählte Internetseiten von SportlerInnen). Aktenanalyse, standardisiert; Aktenanalyse, offen (Dokumente der Öffentlichkeitsarbeit des DLV). Qualitatives Interview (SportredakteurInnen).

VERÖFFENTLICHUNGEN: Hartmann-Tews, Ilse; Rulofs, Bettina: The Olympic Games 2004 in German newspapers - a gender-equitable coverage? in: Bruce, Toni; Hovden, Jorid; Markula, Pirkko (eds.): Women in the Olympic media: a global comparison of newspaper coverage. Netherlands & New Zealand: Sense Publ. and the Wilf Malcolm Inst. of Educational Research (in press).+++Hartmann-Tews, Ilse; Rulofs, Bettina: "Goldmädels, Rennmiezeln und Turnküken" revisited - a comparison of newspaper coverage of sports and gender representation in Germany 1979 and 1999. in: Hofmann, Annette; Trangbaek, Else (eds.): International perspectives on sporting women in past and present. Copenhagen: Univ. 2005, pp. 307-320.

ART: *BEGINN:* 1999-10 *AUFTRAGGEBER:* nein *FINANZIERER:* Land Nordrhein-Westfalen Ministerium für Schule, Wissenschaft und Forschung

INSTITUTION: Deutsche Sporthochschule Köln, Institut für Sportsoziologie Abt. Geschlechterforschung (Am Sportpark Müngersdorf 6, 50933 Köln)

KONTAKT: Leiterin (Tel. 0221-4982-3770, Fax: 0221-4982-8250, e-mail: i.hartmann@dshs-koeln.de)

[160-F] Salamurovic, Aleksandra (Bearbeitung); Schubert, Gabriella, Prof.Dr. (Betreuung):

Das Deutschlandbild in der ausgewählten serbischen Presse seit 1991

INHALT: Ziele: Typologie der medienvermittelten Bilder in verschiedenen, für die Analyse definierten Zeitabschnitten herausarbeiten (nach Kategorien: Bild, Image, Stereotype und Vorurteil); 2. Beständigkeit dieser Bilder zu hinterfragen, wie auch die Einflussfaktoren dafür zu erforschen; 3. Wirkung der medienvermittelten Bilder auf die öffentliche Meinung in Serbien anhand einer Stichprobe zu erforschen. *ZEITRAUM:* seit 1991 *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Bundesrepublik Deutschland, Serbien

METHODE: Im ersten Teil wird im Allgemeinen vom konstruktivistischen Ansatz ausgegangen, um zunächst die Medienrealität zu beschreiben. Des Weiteren werden Selbst- und Fremdbilder als funktionstragende Größen, deren strukturalistische Merkmale eben Bilder, Image, Stereotyp und/ oder Vorurteil sind als kulturell bedingte Konstrukte verstanden, die in den Medien eine besondere Ausprägung finden. Untersuchungsdesign: Trend, Zeitreihe; Querschnitt *DATENGEWINNUNG:* Inhaltsanalyse, standardisiert (Stichprobe: ca. 1.000; Zeitungsartikel aus serbischen Tages- und Wochenzeitungen -4+2-; Auswahlverfahren: nach bestimmten Ereignissen). Qualitatives Interview (Stichprobe: 10; Bevölkerung, verschiedene Alters- und Berufsgruppen; Auswahlverfahren: Zufall).

ART: *AUFTRAGGEBER:* nein *FINANZIERER:* Deutsche Forschungsgemeinschaft

INSTITUTION: Universität Jena, Graduiertenkolleg 1412 "Kulturelle Orientierungen und gesellschaftliche Ordnungsstrukturen in Südosteuropa" (Fürstengraben 13, 07743 Jena)

KONTAKT: Bearbeiter (e-mail: AS264@yahoo.com)

[161-F] Santaella, Lucia, Prof.Dr. (Bearbeitung); Nöth, Winfried, Prof.Dr.; Ludes, Peter, Prof.Dr.; Kramer, Stephan, Priv.Do. Dr. (Leitung):

Mediale Schlüsselbilder im interkulturellen Vergleich

INHALT: Die Bildschirmmedien bestimmen wesentlich die Prozesse multimedialer Globalisierung. Weltweit kommunizierte Bilder strahlen in alle Medien aus, von der Tageszeitung über die Zeitschriften bis hin zu den Internetseiten der Nachrichtenanbieter, und sie bilden einen globalen Pool von teils kulturspezifischen, teils transkulturellen Schlüsselbildern, die international als Key Visuals erforscht werden. Ziele dieses Projektes sind die systematische Erfassung von Key Visuals, die Analyse ihrer Botschaften, die Bestimmung ihrer transkulturellen Gemeinsamkeiten und ihrer kulturspezifischen Unterschiede. Gegenstand der Untersuchungen sind Fernsehberichte aus Brasilien, China, Deutschland und den USA über Naturkatastrophen und Weltereignisse in Politik und Sport. Das Untersuchungsmaterial entstammt dem weiterzuentwickelnden IUB-Archiv von Jahresrückblicken maßgeblicher Fernsehanstalten dieser Länder. Die in ihrer Bedeutung und Funktion bestimmten Key Visuals werden hinsichtlich ihrer erwünschten und tatsächlichen Wirkung bei der Vermittlung kultureller und politisch-ideologischer Botschaften analysiert. Das Länderspektrum, auf welches sich die Untersuchungen bezieht, steht exemplarisch für das Spannungsfeld zwischen Hegemonieansprüchen der neuen und alten "ersten" Welt (USA und Deutschland) sowie der Globalisierung einerseits und den eigenen medialen und kulturellen Wegen andererseits in der alten und neuen Welt der Schwellenländer (China und Brasilien). Die Ergebnisse der Untersuchungen zu den medial und kulturell halb antipodischen halb benachbarten vier Ländern versprechen Einsichten in das Maß an Globalisierung der Schlüsselbilder und in die Formen der Resistenz gegen sie. Leitfragen der Analysen sind: Wie kommunizieren transnationale Medienanbieter welche Weltereignisse? Wie wird in den einzelnen Ländern das globale Medienangebot produziert, rezipiert, politisch gewichtet und kulturell bewertet? Wie differenzieren sich Key Visuals unter den Bedingungen der medialen Dispositive in den unterschiedlichen Aneignungsräumen aus? Wie erzeugen die Medienbilder in unterschiedlichen Kontexten Key Visuals, und wie tragen sie zur Bildung kollektiver Gedächtnisse bei? Welche transkulturellen Übereinstimmungen und welche kulturspezifischen Ausprägungen und Differenzen gibt es in den Erinnerungsbildern? Wie und wo wird die Verbreitung globaler Key Visuals als Bedrohung des Eigenen durch das Fremde empfunden, welche Formen kultureller Resistenz werden dabei mobilisiert? Wie entstehen globale Key Visuals und deren Hybridformate aus kulturellen und transkulturellen Repräsentationsstrategien? Welche Wahrnehmungen generieren, und auf welche medialen und kulturellen Dispositive verweisen sie? Welche Key Visuals reflektieren und repräsentieren etwa gleiche und unterschiedliche Werte in verschiedenen Kulturen? Welche Einflüsse haben die medialen Veränderungen auf die Key Visuals? *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Brasilien, China, Deutschland, USA

METHODE: keine Angaben *DATENGEWINNUNG:* Aktenanalyse, offen; Beobachtung, nicht teilnehmend; Qualitatives Interview. Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts.

VERÖFFENTLICHUNGEN: Ludes, P. (ed.): *Visual hegemonies: an outline. The world language of key visuals*, Vol. 1. Münster: Lit Verl. 2005, 145 p. (Translation into Portuguese: Boccia, Leonardo: *Hegemonias visuais - uma introducao. With an introduction by Paulo César Alves*. Salvador Bahia: Hexis 2007). (Translation into Chinese: Liu, Zhimin with an introduction by Stefan Kramer. Beijing: China Radio and Television Pr. 2008).

ART: *AUFTRAGGEBER:* keine Angabe *FINANZIERER:* keine Angabe

INSTITUTION: Universität Kassel, Interdisziplinäre Arbeitsgruppe Kulturforschung (34109 Kassel); Jacobs University Bremen gGmbH, School of Humanities and Social Sciences, Professorship Mass Communication Prof.Dr. Ludes (Postfach 750561, 28725 Bremen)

KONTAKT: Nöth, Winfried (Prof.Dr. e-mail: noeth@uni-kassel.de)

[162-L] Schäfer, Mike S.; Zschache, Ulrike:

Einheit in Vielfalt?: Vorstellungen von der Europäischen Union in deutschen

Pressekommentaren zum Türkei-Beitritt, in: Sociologia Internationalis : Internationale Zeitschrift für Soziologie, Kommunikations- und Kulturforschung, Bd. 46/2008, H. 1, S. 69-90 (Standort: USB Köln(38)-XG219; Kopie über den Literaturdienst erhältlich; dx.doi.org/10.3790/sint.46.1.69)

INHALT: "Trotz der erfolgreichen politischen und wirtschaftlichen Regimebildung der Europäischen Union gab es bislang keine umfassendere gesellschaftliche Debatte über die Frage, welche Art von Gemeinwesen die EU in den Augen der breiteren Öffentlichkeit sein soll. Dies änderte sich mit der Auseinandersetzung über den möglichen EU-Beitritt der Türkei. Dort prallten erstmals auch öffentlich unterschiedliche Vorstellungen über die mögliche Ausgestaltung der EU aufeinander. Der vorliegende Artikel rekonstruiert auf Basis einer Analyse der Kommentare deutscher Leit-Printmedien das inhaltliche Spektrum dieser Vorstellungen. Er kann zeigen, dass sich diesbezüglich eine Vielzahl unterschiedlicher Entwürfe der EU finden lässt, die u.a. auf politische und kulturelle Traditionslinien, ökonomische und weltpolitische Interessenlagen sowie auf die geografische Lage der Türkei verweisen. Zudem wird verdeutlicht, dass diese unterschiedlichen Entwürfe von Zeitungen mit unterschiedlichen weltanschaulichen Positionen in verschiedener Weise verwendet werden und dass sie mit differierenden Bewertungen des EU-Beitritts der Türkei einhergehen." (Autorenreferat)

[163-L] Scharathow, Wiebke:

Diskurs - Macht - Fremdheit: gesellschaftliche Polarisierungstendenzen und die mediale Konstruktion von 'Fremdheit' ; die niederländische Debatte nach dem Mord an Theo van Gogh, (Schriftenreihe des Interdisziplinären Zentrums für Bildung und Kommunikation in Migrationsprozessen (IBKM) an der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg, Nr. 31), Oldenburg: Bibliotheks- u. Informationssystem d. Univ. Oldenburg 2007, 259 S., ISBN: 978-3-8142-2094-9

INHALT: "Diskurse üben Macht auf und durch Subjekte aus, indem sie Wissen produzieren und transportieren, auf dessen Grundlage Menschen die sie umgebende Welt wahrnehmen, deuten und auch gestalten. Damit sind Diskurse in der Lage, Menschen in ihrem Denken und Handeln zu beeinflussen und eine soziale Wirklichkeit zu produzieren. Darstellungen und Kategorisierungen von Menschen als 'anders', 'fremd' oder gar bedrohlich aufgrund ihrer (ihnen zugeschriebenen) ethnischen Herkunft, Religionszugehörigkeit und/oder 'Kultur' in Debatten und Diskursen tragen so zur Konstruktion einer sozialen Wirklichkeit bei, welche die Gesellschaft als hierarchisiert und zweigeteilt erscheinen lässt. Rassismen sind eine Folge dieser machtvollen, diskursiven Trennung der Gesellschaftsmitglieder in ein 'Sie' und ein 'Wir'. Die vorliegende Untersuchung konzentriert sich auf den Entstehungsprozess und die Funktionen der Konstruktion von Menschen als 'Andere', als 'Fremde' in Diskursen. Vor dem Hintergrund einer theoretischen Auseinandersetzung wird die niederländische Debatte, wie sie nach dem Mord an Theo van Gogh in der Zeitung De Volkskrant geführt wurde, hinsichtlich zu Grunde liegender Konstruktionsinhalte und Bedeutungen, die zu einer Kategorisierung von Menschen in ein 'Wir' und 'die Anderen' beitragen, analysiert." (Autorenreferat)

[164-L] Sielschott, Stephan:

Der Diskurs über eine Beteiligung Großbritanniens am Irak-Krieg: eine Argumentations-Analyse der Berichterstattung der britischen Tageszeitung 'The Guardian', in: conflict & communication online, Vol. 8/2009, No. 1, 18 S.

(www.cco.regener-online.de/2009_1/pdf/Sielschott.pdf)

INHALT: "Der Autor arbeitet heraus, dass der Guardian kriegskritische Argumente im Vorfeld der britischen Beteiligung am Irak-Krieg gegenüber kriegsbefürwortenden Argumenten leicht bevorzugte. Die dominierende Charakterisierung des irakischen Regimes als problematisch und gefährlich dürfte der britischen Regierung entgegengekommen sein. In keinem anderen Argumentationsbereich jedoch haben sich die Argumente der Regierung durchgesetzt. Im Gegenteil dominierte der Eindruck, ein Krieg fordere Opfer und Kosten, werde für illegitime Ziele geführt und sei, was das Erreichen legitimer Ziele angeht, kontraproduktiv. Überdies wurde der innenpolitische Entscheidungsfindungsprozess als undemokratisch und ein Einsatz militärischer Gewalt als völkerrechtswidrig dargestellt. Die Frage, wie eine Nachkriegsordnung aussehen könnte, wurde lediglich am Rande thematisiert." (Autorenreferat)

[165-L] Tatur, Melanie (Hrsg.):

Nationales oder kosmopolitisches Europa?: Fallstudien zur Medienöffentlichkeit in Europa,

Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. 2009, 284 S., ISBN: 978-3-531-16317-8

INHALT: "Tendenzen der Konvergenz nationaler Mediendiskurse in Europa gehen mit solchen nationaler Fragmentierung und nationaler Mobilisierung/ Demobilisierung zusammen. Erstere sind als Ausdruck 'supranationaler Inkorporation' in das europäische Mehrebenensystem zu verstehen, letztere verweisen auf das Agenda setting der nationalen Politiker und kulturell und strukturell bedingte 'Wissenslücken' zwischen den nationalen Medienöffentlichkeiten. 'Europäisierung' von Öffentlichkeiten sollte nicht in Analogie zur 'Nation' als Herstellung eines 'Kommunikationsraums' konzeptualisiert werden, sondern als 'Internationalisierung'. Diese ist angewiesen auf transnationale diskursive Interaktion und eine 'kosmopolitische' Kompetenz." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Melanie Tatur: Nationales oder kosmopolitisches Europa? Einleitung zu und Schlussfolgerungen aus den Fallstudien (9-69); Johanna Rehner, Sophie Schmitt, Melanie Tatur: Transnationale Diskursgemeinschaften? - "Europa" als Hintergrunddebatte der Irakkrise 2003 in linksliberalen Medien in Deutschland und Großbritannien (71-96); Beate Janosz, Wolfgang Hessberger, Melanie Tatur: Diskursive Generierung "europäischer Identität"? Resonanzen auf die Habermas/ Derrida Initiative in Deutschland und Polen (97-118); Claudia Butter: Getrennt vereint? - die Debatte um die Europäische Verfassung in den drei großen Ländern der EU (119-172); Melanie Tatur: "Europa" als Gegenstand nationaler Mobilisierung und Demobilisierung Der Brüsseler Gipfel 2007 zum "Reformvertrag" in der deutschen, französischen, britischen und polnischen Presse (173-201); Henrike Garl: EU-Erweiterung nach "Kleinasien"? Medien-Debatten um den Türkei-Beitritt in Deutschland und Frankreich (203-209); Matthias Hofferberth: Die öffentliche (Nicht-)Wahrnehmung der EU als Akteur in der Außen- und Sicherheitspolitik (211-222); Claudia Rode: Einbettung und Vernetzung? Allgemeine und Expertenöffentlichkeit in der Debatte über die Reform des Stabilitäts- und Wachstumspaktes (SWP) (223-236); Rüdiger Henkel: Das Europäische Sozialmodell in Debatten des Europäischen Parlaments (237-251); Yana Kavrakova: Das bulgarische Geschichtsverständnis im Spannungsfeld sowjetischer Vergangenheitsmy-

then und europäischer Lesart (253-262); Jonas Grätz: Zwischen Macht- und Ordnungspolitik: Russländische Mediendiskurse über die "orangene Revolution" (263-284).

[166-F] Wagner, Ulrike, Mag.phil. (Bearbeitung); Theunert, Helga, Prof.Dr. (Leitung):

Analyse jugendrelevanter Internetplattformen und dort veröffentlichter Angebote und Selbstpräsentationen von Jugendlichen

INHALT: Die Untersuchung verfolgt das Ziel, auf Basis der Analyse von jugendrelevanten Internetplattformen und den dort vorzufindenden und von Jugendlichen erstellten Medienprodukten die Angebotspalette zu charakterisieren und eine Typologie der Selbstpräsentationen von Heranwachsenden im Internet zu erstellen. Die Reflexion dieser Ergebnisse dient dazu, den medienpädagogischen Handlungsbedarf zu konturieren und die beiden Abschnitte der Hauptuntersuchung zu konzipieren. Die Analyse erbringt auf der ersten Ebene Aussagen über die Spezifika der Betreiberplattformen sowie eine Übersicht und Charakterisierung der auf ihnen insgesamt aufzufindenden Angebote. Dazu werden die exemplarisch ausgewählten Plattformen analysiert in Hinblick auf Aspekte wie z.B.: Zwecksetzung, formale Rahmenbedingungen, kommunikative Strukturierung, Ansprache der Produzierenden und Nutzenden, dominante Angebotsformen, Formen der Selbstpräsentation inklusive der Feedbackstrukturen. Dieser Schritt ermöglicht eine Qualifizierung der Unterstützungspotenziale unterschiedlicher Betreiberplattformen für eine Förderung wünschenswerter Formen kommunikativ-interaktiven und produktiv-selbstpräsentativen Medienhandelns und eine Einschätzung der Risikopotenziale, die z.B. in der Anregung problemhaltiger Selbstpräsentationen liegen. Ein weiteres Ziel der Analyse ist die Erstellung einer Typologie jugendrelevanter Selbstpräsentationen im Internet. Dazu werden u.a. folgende Ebenen der Selbstpräsentationen untersucht: Formaler Rahmen (z.B. Art und Zwecksetzung der Portale), thematische Kontexte (z.B. individuelle, soziale, gesellschaftliche Belange), Hintergrund (z.B. individuell, gruppenbezogen, gemeinschaftsbezogen), Zweck (z.B. Kontaktsuche, Meinungsäußerung, Narzissmus), anvisierte Nutzergruppen (z.B. eigene Generation, Öffentlichkeit, potentielle Beziehungspartner), kommunikative Strukturierung (z.B. Ausmaß der Feedbackmöglichkeiten, diskursive Ausrichtung, Abstraktionsniveau), mediale Vermittlung (z.B. Multimedialität, Ästhetik), Feedback (Menge, Formen, Ausrichtung). In der Interpretation der Analyseergebnisse wird der Schwerpunkt u.a. auf nachstehende Aspekte gelegt: Relevanz für persönliche und soziale Identität; Relevanz für soziale Einbettung; Relevanz für soziale Partizipation, Orientierungsgehalt für Nutzende (beabsichtigt, implizit), Problemgehalt, konstruktives Potenzial. Die auf dieser Basis entwickelte Typologie stellt einerseits ein direkt verwertbares Ergebnis dieses ersten Untersuchungsabschnittes dar, da sie für medienpädagogische und präventive Zwecke nutzbar gemacht werden kann. Andererseits fungiert sie für die folgenden Untersuchungsabschnitte als Fundament, um z.B. über Befragungsschwerpunkte zu entscheiden oder eine angemessene methodische Erfassung der Feedbackstrukturen zu konkretisieren. Parallel zur Analyse von Selbstpräsentationen und Eigenproduktionen auf einschlägigen Plattformen ist die Einrichtung von praktischen Experimentierfeldern für Jugendliche aus sozial schwächeren und bildungsbenachteiligten Milieus vorgesehen. In den pädagogisch betreuten und kontinuierlich wissenschaftlich begleiteten Werkstätten sollen die Jugendlichen angeregt werden, sich kritisch-reflexiv und gestalterisch-produktiv mit den Möglichkeiten des Web 2.0 auseinanderzusetzen.

METHODE: Im Rahmen des Projekts werden in Bezug auf Internetplattformen und den dort vorzufindenden Eigenproduktionen und Selbstpräsentationen inhaltsanalytische Verfahren ange-

wendet. In der prozessbegleitenden Evaluation der Web 2.0-Werkstätten werden teilnehmende Beobachtungen und qualitative Interviews durchgeführt. Untersuchungsdesign: Querschnitt *DATENGEWINNUNG*: Inhaltsanalyse, standardisiert (Stichprobe: 20-25; Internetplattformen). Beobachtung, teilnehmend; Gruppendiskussion; Qualitatives Interview (teilnehmende an Web 2.0-Werkstätten). Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts.

ART: *BEGINN*: 2007-11 *ENDE*: 2009-01 *AUFTRAGGEBER*: Bayerische Landeszentrale für Neue Medien -BLM- *FINANZIERER*: Auftraggeber

INSTITUTION: JFF - Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis (Pfälzer-Wald-Str. 64, 81539 München)

KONTAKT: Bearbeiterin (Tel. 089-68989-131, e-mail: ulrike.wagner@jff.de)

[167-F] Waldherr, Annie, Dipl.rer.com. (Bearbeitung); Pfetsch, Barbara, Prof.Dr. (Betreuung):

INNODISK: Dynamik von Innovationsdiskursen

INHALT: Ziel der Untersuchung ist es, die Dynamik der Medienberichterstattung über neue Technologien zu untersuchen und einen Beitrag zu ihrer Erklärung zu leisten. Insbesondere gilt es herauszufinden, unter welchen Bedingungen der Aufschwung eines Themas zu erwarten ist und unter welchen Bedingungen eher nicht. Von besonderem Interesse ist dabei das dynamische Zusammenspiel von Ereignissen, Themen, Akteuren und Frames. Dem Projekt liegt die Arbeitshypothese zugrunde, dass das Thematisierungsinteresse der Akteure und ihr strategischer Einsatz von Framing einen größeren Einfluss auf die Entstehung von Themenkarrieren haben als die Eigenschaften von Themen und Ereignissen. *ZEITRAUM*: 1988-2007 *GEOGRAPHISCHER RAUM*: Deutschland

METHODE: Theoretischer Ansatz: Die übergreifende theoretische Perspektive ist die Komplexitätstheorie. Diese bietet zentrale Konzepte, um zu untersuchen, wie Interaktionen auf der Mikroebene ein bestimmtes komplexes Verhalten auf der Makroebene hervorrufen. Zudem werden Themenzyklusmodelle und Theorien des Agenda-Building herangezogen, um mögliche Einflussfaktoren auf die Entstehung von Themenkarrieren zu bestimmen. Methodischer Ansatz: Mit der Methode der agentenbasierten Modellierung wird ein Computermodell entwickelt, welches die Interaktionen von gesellschaftlichen Akteuren und Medienakteuren in einem virtuellen Mediensystem simuliert. Durch eine quantitative Inhaltsanalyse werden das Modell und seine Annahmen empirisch geprüft und validiert. Hierzu werden die Themenkarrieren der Informations- und Kommunikationstechnologien "Navigationssysteme" und "RFID" erhoben und mit den simulierten Themenverläufen verglichen. Zudem werden die Themenverläufe zeitreihenanalytisch untersucht. Die Datenbasis ist eine Stichprobe aller Artikel über die beiden Technologien in den elektronischen Archiven der Printmedien Handelsblatt, VDI-Nachrichten und Süddeutsche Zeitung zum Stichtag 31.12.2007. Untersuchungsdesign: Trend, Zeitreihe *DATENGEWINNUNG*: Inhaltsanalyse, standardisiert (Stichprobe: 1.045; 3.407; Auswahlverfahren: Zufall). Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts.

VERÖFFENTLICHUNGEN: Waldherr, Annie: Gatekeeper, Diskursproduzenten und Agenda-Setter - Medien als Akteure in Innovationsprozessen. in: Pfetsch, Barbara; Adam, Silke (Hrsg.): Massenmedien als politische Akteure - Konzepte und Analysen. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. 2008.+++Waldherr, Annie: Innovationsdiskurse in Medien und Politik - theoretisches Rahmenkonzept für eine vergleichende Analyse von Themenkarrieren. in: Aydin, Esra; Begeat, Matthias; Michalek, Christian; Schemann, Jasmin; Stefes, Ingo (Hrsg.): Düsseldorfer Forum Politische Kommunikation 2007. Schriftenreihe DFPK, Bd. 3. Münster: Lit 2008. *ARBEITSPAPIERE*: Waldherr, Annie: INNODISK: Dynamik von Innovationsdis-

kursen. Inhaltsanalyse der Berichterstattung in Süddeutscher Zeitung, im Handelsblatt und in den VDI-Nachrichten. Thema RFID. Codebuch. Stuttgart: Univ. Hohenheim 2008.+++Waldherr, Annie: INNODISK: Dynamik von Innovationsdiskursen. Inhaltsanalyse der Berichterstattung in Süddeutscher Zeitung, im Handelsblatt und in den VDI-Nachrichten. Thema Navigationssysteme. Codebuch. Stuttgart: Univ. Hohenheim 2008.

ART: *BEGINN:* 2008-04 *ENDE:* 2010-04 *AUFTRAGGEBER:* nein *FINANZIERER:* Institution
INSTITUTION: Universität Hohenheim, Fak. Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Institut für Sozialwissenschaften Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft, insb. Medienpolitik (70593 Stuttgart)

KONTAKT: Bearbeiterin (Tel. 0711-45923108, e-mail: anniesch@uni-hohenheim.de)

[168-L] Westen, Jessika:

Rentnerfernsehen?: die Öffentlich-Rechtlichen verlieren immer mehr junge Zuschauer - Ursachenforschung und Lösungsstrategien, Saarbrücken: VDM Verl. Dr. Müller 2007, 150 S., ISBN: 978-3-8364-5076-8

INHALT: "Die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten verlieren immer mehr jugendliche Zuschauer. Trotz zunehmender Anstrengungen das Programm zu verjüngen, ändert sich der Fernsehkonsum der jungen Zielgruppe kaum. Wer unter 20 ist zappt zum Privatfernsehen. Was machen die Öffentlich-Rechtlichen falsch und was muss sich gerade im Hinblick auf die Rundfunkgebühren-Debatte ändern? Jessika Westen analysiert in ihrer Arbeit genau diese Problematik. Aufgrund des öffentlich-rechtlichen Programmauftrages liegt der Fokus auf der Informationsvermittlung. Zunächst wird das Fernsehverhalten junger und älterer Zuschauer analysiert. Die Autorin ermittelt hieraus Hauptursachen für die Tendenz Jugendlicher zu privaten Fernsehangeboten. Es folgt eine umfassende Imagestudie: Wie denkt die junge Zielgruppe über die Öffentlich-Rechtlichen und die Privaten? Vier Schulklassen unterschiedlichen Alters- und Bildungsniveaus wurden hierzu befragt. Darauf basierend entwickelt die Autorin Lösungsstrategien: Spezielle Kriterien und neue Formen der Informationsvermittlung werden diskutiert und positive Beispiele aus dem EU-Ausland herangezogen." (Autorenreferat)

[169-L] Wischermann, Ulla; Thomas, Tanja (Hrsg.):

Medien - Diversität - Ungleichheit: zur medialen Konstruktion sozialer Differenz, (Medien - Kultur - Kommunikation), Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. 2008, 284 S., ISBN: 978-3-531-15385-8 (Standort: UB Köln(38)-35A4883)

INHALT: "Ungleiche soziale Verhältnisse und eine fehlende soziale Integration stehen im Widerspruch zu den Gleichheitsgrundsätzen moderner demokratischer Gesellschaften. In einer Zeit, in der die soziale Frage durch verschärfte Chancenungleichheit, Bildungsunterschiede und Probleme bei der Integration in die Mehrheitsgesellschaft wieder unübersehbar wird, geraten mediale Thematisierungen der gesellschaftlichen Verhältnisse sowie personalisierte Repräsentationen und Inszenierungen der 'Anderen' oder der so genannten 'neuen Unterschicht' in den Blick. Die Autorinnen des Sammelbandes legen theoretisch wie auch empirisch fundierte Studien unterschiedlicher Medienangebote vor und diskutieren, wie Formate des Reality-TV, Comedysendungen oder Krimiserien soziale, kulturelle, geschlechtliche und ethnische Diversitäten in westlichen Industriegesellschaften reproduzieren, legitimieren, aber auch unterlaufen können." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Ulla Wischermann, Tanja Thomas: Medien

- Diversität - Ungleichheit: Ausgangspunkte (7-20); Irmela Schneider: Rundfunk "für alle" - Verbreitungsmedien und Paradoxien der All-Inklusion (23-46); Hanna Hacker: Visuelle Darstellungsstrategien im "Digital Divide" - Zur Produktion von Differenz in ICT-Diskursen (27-68); Jan Pinsler: "Nur auf den ersten Blick ein ganz normaler Stadtpark" - Konstruktionen von Normalität und Abweichung in Fahndungssendungen (69-86); Paula-Irene Villa: "Endlich normal!" - Soziologische Überlegungen zur medialen Inszenierung der plastischen Chirurgie (87-104); Caterina G. Fox: Hände hoch! Sie sind entlarvt! Eine Whiteness-kritische Analyse der Krimi-Reihe "Der Alte" (107-124); Stanislaw Paulus: Ethnisierung von Geschlecht und die diskursive Reproduktion von Differenz in der Fernsehdokumentation "Fremde Nachbarn - Muslime zwischen Integration und Isolation" (125-140); Bärbel Röben: Migrantinnen in den Medien: Diversität in der journalistischen Produktion - am Beispiel Frankfurt/Main (141-160); Skadi Loist: Frameline XXX: Thirty Years of Revolutionary Film - Der Kampf um queere Repräsentationen in der Geschichte des San Francisco International LGBT Film Festival (163-182); Florian Henning: "Ich glaube nicht an Grenzen" - Virtuelle Öffentlichkeiten türkischstämmiger Jugendlicher in den Niederlanden (183-202); Steffi Hobuß: "Weiße Bilder" in der Werbung - Zur Stabilisierung und Destabilisierung von Whiteness als unsichtbare Norm (203-222); Tanja Thomas: Leben nach Wahl? Zur medialen Inszenierung von Lebensführung und Anerkennung (225-244); Fabian Virchow: "Fordern und fördern" - Zum Gratifikations-, Sanktions- und Gerechtigkeitsdiskurs in der BILD-Zeitung (245-262); Elisabeth Klaus, Jutta Röser: "Unterschichtenfernsehen": Beobachtungen zum Zusammenhang von Medienklassifikationen und sozialer Ungleichheit (263-280).

1.6 Mediennutzung

[170-L] Becker, Jörg; Niehaves, Björn; Bergener, Philipp; Räckers, Michael:

Digital divide in eGovernment: the eInclusion gap model, in: Maria A. Wimmer (Hrsg.) ; Hans J. Scholl (Hrsg.) ; Enrico Ferro (Hrsg.): Electronic government : 7th international conference, EGOV 2008 Turin, Italy, August 31 - September 5, 2008 ; Proceedings, Berlin: Springer, 2008, S. 231-242, ISBN: 978-3-540-85203-2 (Standort: UB Kaiserslautern(386)-966021-2008)

INHALT: "The Digital Divide is a matter of fact in most countries. For instance, senior citizens, citizens without employment, or citizens with low education utilise online services in a distinct way, often to a lesser extent. Within this paper, we examine how such digital divide groups make use of different online services. Here, four types on services are taken into account and contrasted with each other: Internet usage, E-Commerce usage, E-Government for Information and E-Government for Transaction. As a result, we develop the E-Inclusion-Gap Model which addresses gaps between such service-specific usage and we discuss possible reasons behind them." (author's abstract)|

[171-L] Beyrl, Maria; Filzmaier, Peter; Perlot, Flooh:

Politisches Informationsverhalten in Österreich am Beispiel der Nationalratswahl 2006, in: Zeitschrift für Parlamentsfragen, Jg. 39/2008, H. 4, S. 727-740 (Standort: USB Köln(38)-XF148; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: Einigkeit besteht darüber, dass die Massenmedien eine Schlüsselquelle für Information sind, wenn es um Politik geht. Die Öffentlichkeit bezieht ihre Informationen meist aus dem Fernsehen, den Zeitungen, dem Radio und dem Internet. Beide Begriffe - Massenmedien und Öffentlichkeit - sind aber relativ abstrakt und unklar. "Massenmedien" beschreibt ein Bündel verschiedener Akteure, die Inhalte mit verschiedenen Mitteln und über unterschiedliche Kommunikationskanäle verbreiten. "Öffentlichkeit" lässt sich ebenfalls differenzieren - nach Alter, Einkommen und Bildung beispielsweise. Sieht man sich die Nutzung der österreichischen Massenmedien durch die Öffentlichkeit um das Jahr 2006 an, wird kein Nutzungsunterschied zwischen Wahlkampfzeiten und der übrigen Zeit deutlich. Das soziodemographische Profil zeigt, dass das Internet ein Medium der jüngeren Generation ist, während das Fernsehen eher von älteren Menschen genutzt wird. Insgesamt ist das Fernsehen aber die am meisten genutzte Informationsquelle in allen Gruppen, mit beträchtlichem Abstand gefolgt von Zeitungen und Radio. Welche Konsequenzen sich aus dem jüngsten Glaubwürdigkeitsverlust des Fernsehens bei den Zuschauern ergeben werden, bleibt offen. (ICEÜbers)

[172-L] Boes, Andreas; Preißler, Josef:

Digitale Spaltung, in: Martin Baethge (Red.) ; Peter Bartelheimer (Red.) ; Tatjana Fuchs (Red.) ; Nick Kratzer (Red.) ; Ingrid Wilkens (Red.): Berichterstattung zur sozioökonomischen Entwicklung in Deutschland : Arbeit und Lebensweisen ; erster Bericht, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2005, S. 523-548

INHALT: Gegenstand des vorliegenden Berichts ist die Bedeutung der Informations- und Kommunikationstechnologien und insbesondere die Nutzung des Internets als Moment der Teilhabe an der Gesellschaft. Die übergeordnete Frage lautet: Entwickelt sich mit dem Internet eine gesellschaftliche Kommunikations- und Handlungsebene, an der man teilhaben muss, wenn man an der Gesellschaft teilhaben will? Entwickelt sich also mit dem Internet ein gesellschaftliches Medium, das zu einer neuen Norm gesellschaftlicher Teilhabe wird? Im ersten Schritt wird die rasante Entwicklung der Internetnutzung seit 1994 verdeutlicht und die Nutzer und Nichtnutzer des Internets werden anhand ausgewählter soziodemographischer Merkmale beschrieben. In einem zweiten Analyseschritt wird untersucht, ob die digitale Spaltung zu-, abnimmt oder gleich bleibt, wobei der Beobachtungszeitraum mit dem Jahr 1995 beginnt. Im dritten Analyseschritt wird anhand eines multivariaten Regressionsmodells untersucht, in welchem Ausmaß bestimmte soziodemographische Faktoren eine hervorgehobene Bedeutung für die Internetnutzung haben. Im vierten und letzten Analyseschritt wird danach gefragt, ob die Internetnutzung die Arbeitsmarktintegration von Menschen steigert und ob das Internet zum soziokulturellen Existenzminimum zu rechnen ist bzw. eine Dimension bildet, die in einen Index relativer Deprivation aufgenommen werden sollte. (ICI2)

[173-L] Bonfadelli, Heinz; Bucher, Priska; Hanetseder, Christa; Hermann, Thomas; Ideli, Mustafa; Moser, Heinz (Hrsg.):

Jugend, Medien und Migration: empirische Ergebnisse und Perspektiven, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. 2008, 269 S., ISBN: 978-3-531-16184-6

INHALT: "Die Fragen nach Migration und gesellschaftlicher Integration sind gegenwärtig politisch äußerst brisant. Nicht zuletzt sind die Medien ins Zwielflicht gekommen, weil Satellitenfernsehen und Internet es ermöglichen, dass Migranten in ihrer 'fremden' Heimatkultur ver-

haftet bleiben. Allerdings sind die komplexen Beziehungen zwischen Medien und Migration im Leben von Jugendlichen bislang erst wenig erforscht. Dazu liefert die breit angelegte Studie aus der Schweiz vielfältige empirische Befunde, aber auch weiterführende Perspektiven. In einem quantitativen Teil wurden 1500 Jugendliche mit und ohne Migrationshintergrund befragt und miteinander verglichen, und in einem zweiten Teil wurden die quantitativen Befunde mit qualitativen Leitfadengesprächen und fotografischer Dokumentation in acht türkisch/ türkisch-kurdischen Familien ergänzt und vertieft." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Heinz Bonfadelli und Priska Bucher: Quantitative Perspektiven (15-154); Heinz Moser, Christa Hanetseder, Thomas Hermann, Mustafa Ideli: Qualitative Perspektiven (155-269).

[174-L] Bonfadelli, Heinz; Hanetseder, Christa; Hermann, Thomas:

An der Identität arbeiten: Medienumgang von Jugendlichen mit Migrationshintergrund, in: Diskurs Kindheits- und Jugendforschung, Jg. 4/2009, H. 1, S. 57-74 (Standort: USB Köln(38)-XG 9053; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "Der Beitrag präsentiert und diskutiert quantitative und qualitative Befunde zum Stellenwert der Medien im Leben von Jugendlichen mit Migrationshintergrund. Die Konstruktion von personaler und sozialer Identität steht im Zentrum. Die Resultate stammen aus einer schweizerischen Studie, die im Rahmen des Nationalen Forschungsprogramms NFP52 'Kindheit, Jugend und Generationsbeziehungen' durchgeführt wurde. Das quantitative Teilprojekt basiert auf einer schriftlichen Befragung von 1.468 12- bis 16-jährigen Schülerinnen und Schülern aus dem Jahre 2004 mit und ohne Migrationshintergrund. Das qualitative Teilprojekt stützt sich auf narrative Interviews und fotografische Selbstdokumentationen in acht türkischen bzw. türkisch-kurdischen Familien mit Kindern im Alter zwischen 12 und 18 Jahren." (Autorenreferat)

[175-L] Braune, Ines:

Aneignungen des Globalen: Internet-Alltag in der arabischen Welt ; eine Fallstudie in Marokko, (Global Studies), Bielefeld: transcript Verl. 2008, 259 S., ISBN: 978-3-89942-971-8

INHALT: Die Verfasserin setzt sich zunächst aus theoretischer Perspektive mit der Globalisierung auseinander, mit dem Internet als Verbindung zwischen dem global Verfügbaren und den lokalen Aneignungspraktiken sowie mit der Konzeption dieser Aneignung. Sie beschreibt dann die historischen und soziokulturellen Hintergründe, vor denen die Internetnutzung von Jugendlichen in Marokko zu sehen ist. Im Folgenden werden Ergebnisse einer empirischen Untersuchung vorgelegt, die auf Beobachtung, einer Onlinebefragung (n=240) und Leitfadeninterviews (n=60) basiert. Hier geht es um die verschiedenen Momente der Aneignung, um die symbolische Bedeutung des Internets, um den konkreten Umgang mit dem Internet mit Blick auf die von den marokkanischen Jugendlichen genutzten Internetdienstleistungen (Chat, Informationssuche) und um die Internetcafés als Lokalitäten der Nutzung. Abschließend werden geschlechtsspezifische Faktoren der Internetnutzung sowie Perspektiven der Emigration angesprochen. (ICE2)

[176-L] Busch, Christoph:

Rechtsradikalismus online - Funktionen des Internets für die Handlungsfähigkeit des

Rechtsradikalismus, in: Jürgen Hofmann (Hrsg.) ; Michael Schneider (Hrsg.):

ArbeiterInnenbewegung und Rechtsextremismus, Leipzig: Akad. Verl.-Anst., 2007, S. 281-300, ISBN: 978-3-931982-53-9

INHALT: "Auch die rechtsradikale Bewegung ist medial im 21. Jahrhundert angekommen und verwendet das Internet souverän für vielfältige Informations- und Kommunikationszwecke. Insbesondere verbreitet sie über Webseiten ihre Propaganda, wobei diese bislang keine tiefgreifende Auswirkungen auf die politische Kultur entfaltet. Jedoch stärkt die Internetkommunikation innerhalb der Bewegung deren Handlungsfähigkeit, wengleich bestehende interne Konflikte nicht wegen eines neuen Mediums verschwinden. Erfolgreich nutzen Rechtsradikale zunehmend die Transaktionsmöglichkeiten des Internet, was, obgleich das Potenzial noch nicht ausgeschöpft ist, stabilisierenden Einfluss auf die Bewegung zeitigen dürfte." (Autorenreferat)

[177-L] Chung, Kon Shing Kenneth; Hossain, Liaquat; Davis, Joseph:

Social networks and ICT use correlates to individual performance, in: Uwe Serdült (Hrsg.) ;

Volker G. Täube (Hrsg.): Applications of social network analysis ASNA 2005 : conference

contributions, Zurich, October 20-21, 2005, Bamberg: WVB-Verl., 2008, S. 115-142, ISBN: 978-3-86573-374-0 (Standort: USB Köln(38)-35A8901)

INHALT: Der Beitrag geht von der Annahme aus, dass "objektive" Netzwerkstrukturen Handeln, Verhalten und Leistung des Einzelnen "letztendlich" determinieren. Die Autoren entwickeln einen theoretischen Bezugsrahmen, der vor dem Hintergrund der obigen Annahmen die Zusammenhänge zwischen sozialen Netzwerken, dem Gebrauch von Informations- und Kommunikationstechnologien und der Leistung wissensbasierter Arbeit näher zu bestimmen suchen. Die Autoren untersuchen dazu eine kaum besiedelte Region im ländlichen Australien, in der die Bewohner in starkem Maße auf Internet und andere Informations- und Kommunikationstechnologien angewiesen sind. Die Isolation von der urbanen Umgebung bzw. das Gebundensein in ihrer ökologischen Nische führt - wie die Ergebnisse von Interviews zeigen - zur Herausbildung von virtuellen Gemeinschaften und sozialen Netzwerken, die trotz großer räumlicher Entfernungen eine gewisse soziale Dichte und Nähe aufbauen und erhalten. (ICA)

[178-L] Deterding, Sebastian:

Virtual Communities, in: Ronald Hitzler (Hrsg.) ; Anne Honer (Hrsg.) ; Michaela Pfadenhauer

(Hrsg.): Posttraditionale Gemeinschaften : theoretische und ethnografische Erkundungen,

Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2008, S. 115-131

INHALT: Der Verfasser gibt zunächst einen Überblick über Debatten zu und Definitionen von Virtual Communities. Er skizziert im Folgenden die historische Entwicklung von Virtual Communities von der Frühzeit (1978-1993) bis zum World Wide Web, dem Web 2.0 und den Wikis. Virtual Communities als eigener Typus von Gemeinschaft werden am Beispiel aktueller Typen veranschaulicht (Online-Rollenspiele, Soziale Netzwerk-Seiten). Abschließend wird nach der Virtualisierung von Gemeinschaften gefragt. Der Virtualisierungsprozess treibt

die Offenheit, Verpflichtungsarmut, Globalität und Translokaliät von Gemeinschaften voran und erweitert deren Möglichkeiten der Interaktion und Sozialität. (ICE2)

[179-L] Donat, Elisabeth:

Determinants of internet usage: an in-depth analysis of the digital divide, (Socialia : Studienreihe Soziologische Forschungsergebnisse, Bd. 98), Hamburg: Kovac 2008, 191 S., ISBN: 978-3-8300-3878-8

INHALT: Der Verfasser präsentiert den theoretischen Rahmen und die methodische Herangehensweise seiner Untersuchung. Die digitale Kommunikation wird im Kontext der sozialen Ungleichheit analysiert. Neben den sozioökonomischen und regionalen Unterschieden hinsichtlich der Nutzung des Internets werden die Ausstattung mit Hard- und Software sowie das Bildungsniveau, die Qualifikation, die relevanten Netzwerke der Nutzer, die Dauer und die Qualität der Nutzung untersucht. Es wird argumentiert, dass je intensiver die Motivation zur Internet-Nutzung, je höher die Qualifikation und die Integration in Internet-Gemeinschaften sind, desto länger und qualitativ höher die Internet-Nutzung wird. Abschließend werden die Ergebnisse der Untersuchung zusammengefasst und die methodischen Konsequenzen für weitere Studien auf diesem Gebiet thematisiert. (ICF2)

[180-L] Fox, Ragan:

Gays in (cyber-)space: online performances of gay identity, Saarbrücken: VDM Verl. Dr. Müller 2007, 261 S., ISBN: 978-3-8364-2080-8

INHALT: "Computer-mediated communication offers opportunities for gay men to affirm their identities in digital contexts. Many gay men have turned to online journals, or 'blogs', and Internet-bound broad otherwise known as 'podcasts', to perform their subjectivities. Digital performances of gay identities potentially intervene on reductive understandings of gay male identity that are prevalent in several mass mediated modes of communication. This project is grounded in a review of literature relevant to performances of identity, personal narrative, social activism, and online methods of cultural intervention. Through the use of virtual ethnographic methods, the author reveals that gay bloggers and podcasters construct multiple online personas and skillfully manipulate language to articulate their needs, desires, fears, reflections of the past, and hopes for the future. Audience members react to the generative texts by finding their own ways to contribute to online performance and bolster gay male subjectivities." (author's abstract)

[181-L] Franz, Katja:

Kommunikative Aneignung von Fernsehserien und mediale Kommunikationskultur:
AllyDE@yahoogroups.de, Norderstedt: Books on Demand 2008, 220 S., ISBN: 978-3-8370-6718-7

INHALT: Die Verfasserin legt die Ergebnisse quantitativer wie qualitativer Analysen von Mailing-Listen zur Fernsehserie "Ally McBeal", die thematisch einerseits in der Sprechwissenschaft, andererseits in der Medienwissenschaft und hier vor allem der Rezeptionsforschung verortet sind. Im Mittelpunkt des ersten Abschnitts stehen das Kommunikationsverhalten im

Internet und Mailing-Listen als gesprächsähnliche Kommunikationsform. Gespräche über Fernsehen bilden den Gegenstand des zweiten Teils. Im Hinblick auf die Mailing-Liste zur Fernsehserie "Ally McBeal" werden die spezifischen Bedingungen dieser kommunikativen Aneignungsform im Vergleich mit Ergebnissen vorliegender Studien beschrieben. Der dritte Schwerpunkt liegt auf der inhaltsanalytischen Betrachtung der kommunikativen Aneignung der Serie "Ally McBeal" durch die Mitglieder der Mailing-Liste. Es zeigt sich, dass die Teilnehmer der Mailing-Liste hinsichtlich "Ally McBeal" die in Deutschland verbreitete Lesart bevorzugen, in der die Serie als amüsante und intelligente Unterhaltungssendung mit Identifikationspotenzial betrachtet wird. (ICE2)

[182-L] Gehrau, Volker:

Fernsehbewertung und Fernsehhandlung: Ansätze und Daten zu Erhebung, Modellierung und Folgen von Qualitätsurteilen des Publikums über Fernsehangebote,

(Rezeptionsforschung, Bd. 15), München: R. Fischer 2008, 279 S., ISBN: 978-3-88927-457-1

INHALT: "Wie beurteilen wir Fernsehangebote und wie entscheiden wir, ob wir sie sehen wollen oder nicht? Diese Fragen sind Gegenstand des vorliegenden Buches. Dazu werden Ansätze zu Fernsehhandlungen mit Ansätzen zur Qualität von Fernsehangeboten zusammengebracht. Die Grundidee lautet: Menschen steuern ihre Handlungen mit Fernsehangeboten auf der Basis von Bewertungen dieser Fernsehangebote. Insofern müssten sich ihre Handlungen aus den entsprechenden Bewertungen erklären und prognostizieren lassen. Zunächst wird differenziert, welche Akteure welche Arten von Handlungen mit Fernsehangeboten ausführen und welche Qualitätskriterien sie an diese anlegen. Dann wird ein Modell entwickelt, wie diese Akteure ihre Fernsehhandlungen auf der Basis von Fernsehbewertungen steuern. Abschließend wird in einer Studie zum Fernsehpublikum untersucht, wie sich Urteile über Fernsehangebote empirisch erheben und modellieren lassen und welche Auswirkungen die Urteile auf die individuellen Fernsehhandlungen haben." (Autorenreferat)

[183-L] Haas, Alexander:

Medienmenüs: der Zusammenhang zwischen Mediennutzung, SINUS-Milieus und

Soziodemographie, (Angewandte Medienforschung, Bd. 39), München: R. Fischer 2007, 144 S., ISBN: 978-3-88927-424-3 (Standort: UuStB Köln(38)-35A2051)

INHALT: "Das Buch beschäftigt sich in theoretischer und empirischer Hinsicht mit dem Konstrukt 'Medienmenü'. Erstens wird diskutiert, welche Aspekte der Mediennutzung zu berücksichtigen sind, um das Nutzungsverhalten von Rezipienten valide abzubilden. Zweitens geht es um die scheinbar nachlassende Erklärungskraft soziodemographischer Variablen und die zunehmende Bedeutung von Lebensstilen. In der empirischen Untersuchung werden zunächst Nutzertypen anhand ausgewählter Dimensionen des Medienmenüs gebildet. Anschließend wird untersucht, ob SINUS-Milieus besser als demographische Merkmale dazu geeignet sind, die Typenzugehörigkeit zu erklären. Die Ergebnisse fallen zugunsten der Soziodemographie aus." (Autorenreferat)

[184-L] Hagen, Emlyn:

The digital divide in Africa: cross-sectional time series analysis of the African digital divide factors, Saarbrücken: VDM Verl. Dr. Müller 2007, 110 S., ISBN: 978-3-8364-2562-9

INHALT: "Half of the world's population has never made or received a phone call and perhaps the same half lives on less than \$ 2 a day. If this is not just a statistical coincidence, is there causality between the lack of telecommunication and poverty? The digital divide is the discrepancy between Africa and other nations in the usage of ICT's, such as telephony and the internet. The goal of this book, is to highlight 'which factors influence a nation's capacity to bridge the Digital Divide'. It will give an elaborate introduction to the Digital Divide and the concepts Information Society and Information Revolution. And the book will answer the question why some African countries have more ICT's than others, even though they are not necessarily richer. The author, Emlyn Hagen, researches a range of cultural, economic, political and geographical factors by means of an econometrical analysis. The data spans all 54 independent African countries, over a 12-year period, and contains information about a wide array of factors such a GDP per capita, the amount of telephone lines, language, the level of freedom and foreign investments. The study reflects that foreign ICT investors will venture even into the poorest and difficult accessible nations if the political climate and regulatory climate allows it. This book will give social and economic scientists an introduction to the African telecom situation, and will provide telecom industry and policy decision makers with a better insight in solving the digital divide." (author's abstract)

[185-L] Hagenah, Jörg; Meulemann, Heiner (Hrsg.):

Alte und neue Medien: zum Wandel der Medienpublika in Deutschland seit den 1950er

Jahren, (Schriften des Medienwissenschaftlichen Lehr- und Forschungszentrums Köln, Bd. 2), Berlin: Lit Verl. 2008, 396 S., ISBN: 978-3-8258-1437-3

INHALT: "Massenmedien durchdringen den Lebensalltag der Deutschen. Der vorliegende Band bietet ausgewählte Untersuchungen zur Mediennutzung und zum sozialen Wandel mit den seit 1954 erhobenen Media-Analysen. Durch den Wandel der Mediaforschung haben sich die Erhebungsinstrumente geändert. Dokumentiert wird, welche sekundäranalytischen Lösungsmöglichkeiten beim MLFZ gefunden wurden. Der Schwerpunkt des Bandes liegt jedoch darauf, inhaltliche Entwicklungen der Nutzung von Pressemedien und elektronischen Medien zusammenzufassen und spezifische Querschnittsuntersuchungen zu präsentieren." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Jörg Hagenah und Heiner Meulemann: Alte und neue Medien: Medientrends und sozialer Wandel (7-38); Wolfgang Seufert und Claudia Wilhelm: Mediennutzung als Zeitallokation: Medienpräferenztypologien auf Basis der Zeitbudgetdaten der MA 05 (39-60); Teil 1: Presse: Dominik Becker: Qualitätszeitungen - regionale Bindungseffekte trotz überregionaler Ausrichtung? Ein Längsschnittvergleich der Media-Analyse-Daten 1985, 1995 und 2005 (61-80); Maria Ehrenberg: Harmonisierung der Zeitschriftendaten der MA - Probleme und Lösungsvorschläge (81-98); Maren Risel: Auslaufmodell Zeitschriften? Die Entwicklung des Zeitschriftenangebots sowie Bindung und soziale Differenzierung der Nachfrage (99-124); Jürgen Wilke: Der Lesezirkel - ein Vertriebsweg im Wandel der Mediennutzung (125-136); Teil 2: Elektronische Medien: Henning Best und Jörg Hagenah: Methodische Überlegungen zur Nutzung der MA-Radiodaten im Zeitvergleich (137-158); Inga Höhne: Radionutzung und Lebensstile im Rahmen alltagsästhetischer Schemata (159-180); Thorsten Schroll, Nicole Gonser und Helmut Scherer: "Generation Volksempfänger" - Die Radionut-

zung älterer Hörer längsschnittlich betrachtet (181-200); Jörg Hagenah und Henning Best: Methodische Überlegungen zur Nutzung der MA-Fernsehdaten im Zeitvergleich (201-214); David Gilles, Cristiana Puleri und Dominika Dudzik: Fernsehnachrichten als Portal zum Abendprogramm. Die Entwicklung der Nutzung öffentlich-rechtlicher und privater Nachrichtensendungen zwischen 1987 und 1996 (215-230); Christine Ahle und Anna Weißflug: Determinanten der Nachrichtennutzung. Eine Sekundäranalyse mit Daten der Media-Analyse (231-246); Jörg Hagenah, Beate Apolinarski und Dafina Kurti: Fernsehangebot und Gelegenheitsstruktur als Determinanten der Fernsehnutzung (247-266); Michael Bentlage und Jürgen Rauh: Räumliche Polarisierungen der Internetanwendung(267-280); Teil 3: Sozialer Wandel: Sibylle Schade und Anke Wahl: Lebensstile in West- und Ostdeutschland (281-300); Sabine Hake und Bernadette Landsiedel: Die "jungen Alten" - Wandel der Altersphase? (301-312); Uwe Fachinger: Seniorenmärkte - Seniorenwirtschaft. Zu den Auswirkungen einer "alternden Gesellschaft" auf die Güternachfrage im Bereich der Freizeitgestaltung (313-326); Teil 4: Mediennutzung in deutschsprachigen Ländern: Thomas Lietz und Brigitte Hausstein: Pragmatisch und selbstbewusst: Die Rundfunknutzung in der DDR und ihre zeitgenössische Erhebung (327-348); Max Müller: Entwicklung der Mediennutzung in der Schweiz von 1996 bis 2000 (349-368); Birgit Stark: Publikumsreaktionen auf die Vervielfältigung des Medienangebots: zur Entwicklung der Mediennutzung in Österreich (369-393).

[186-L] Hagenah, Jörg; Meulemann, Heiner:

The analytical potentials of survey trend data from market research: the case of German media analysis data, in: Historical Social Research : the official journal of Quantum and Interquant ; an international journal for the application of formal methods to history, Vol. 34/2009, No. 1 = No. 127, S. 49-61 (Standort: USB Köln(38)-XG05183; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "Der Aufbau und die Inhalte der Media Analyse, einer Wiederholungsbefragung der Marktforschung zur Mediennutzung wird beschrieben. Danach wird das analytische Potential dieser Daten an der Frage illustriert, ob die Einführung des Dualen Rundfunksystems nach 1984 die Präferenz der Bevölkerung für TV gesteigert hat - was in der Tat zutrifft." (Autorenreferat)

[187-L] Hartung, Anja:

Humor im Hörfunk und seine Aneignung durch Kinder und Jugendliche: eine qualitative Untersuchung, München: KoPaed 2008, 314 S., ISBN: 978-3-86736-032-6

INHALT: "Neben der Betonung, mit einem attraktiven Musikprogramm aufzuwarten, suchen sich viele Hörfunksender als Lieferanten guter Laune zu profilieren. Humor fungiert als Markenzeichen und hat damit programmatischen Charakter. Allerdings, über Humor lässt sich bekanntermaßen trefflich streiten, Amüsement und Betroffenheit liegen nah beieinander. Woran aber lässt sich letztlich festmachen, was wirklich lustig ist? In ihrer Dissertation setzt sich die Autorin mit dieser Frage auseinander. Die Arbeit beginnt mit einer theoretischen Grundlegung des Humorbegriffs, der in seiner Historie und unter Rekurs auf zentrale theoretische Konzepte entfaltet wird. In einer Verschränkung von Programmanalyse und Kommunikatorbefragung wurden sodann die Inszenierungsstrategien, die kommunikativen Funktionen und Kontextbezüge von Humor in der täglichen Programmpraxis wie auch die zugrunde liegenden

subjektiven (Humor-)Theorien der Radioakteure in den Blick genommen. Auf der Grundlage einer umfassenden qualitativen Studie wurde schließlich nachgezeichnet, welche Bedeutung Heranwachsende Humor in ihrem alltäglichen und medialen Alltag beimessen und wie sich das Verständnis und die Beurteilungsfähigkeit gegenüber Humor im Radio und seinen Darbietungsweisen im Verlauf der geistigen und sozialen Entwicklung ausdifferenzieren." (Autorenreferat)

[188-L] Hasebrink, Uwe; Lampert, Claudia:

Online-Nutzung von Kindern und Jugendlichen in Europa: Ergebnisse aus dem europäischen Forschungsverbund EU Kids Online, in: Diskurs Kindheits- und Jugendforschung, Jg. 4/2009, H. 1, S. 27-40 (Standort: USB Köln(38)-XG 9053; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "Überall in Europa nutzen Kinder und Jugendliche Onlinemedien, wenngleich in unterschiedlichem Ausmaß und unter unterschiedlichen Bedingungen. Im Rahmen des Projekts EU Kids Online wurde ein Analysemodell entwickelt, mittels dessen die Befunde aus 21 Ländern ausgewertet und verglichen wurden. Im vorliegenden Beitrag wird dieses Modell skizziert und daran anschließend werden ausgewählte Ergebnisse zur Online-Nutzung von Kindern und Jugendlichen in Europa dargestellt. Mit dem Beitrag soll einerseits eine Grundlage für künftige internationale Vergleichstudien und andererseits eine Basis für Überlegungen geschaffen werden, wie sich ein sicherer Umgang mit dem Internet und anderen Onlinemedien realisieren lässt, ohne die Chancen der Nutzung zu beschneiden." (Autorenreferat)

[189-L] Hepp, Andreas:

Medienkommunikation und deterritoriale Vergemeinschaftung: Medienwandel und die Posttraditionalisierung von translokalen Vergemeinschaftungen, in: Ronald Hitzler (Hrsg.) ; Anne Honer (Hrsg.) ; Michaela Pfadenhauer (Hrsg.): Posttraditionale Gemeinschaften : theoretische und ethnografische Erkundungen, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2008, S. 132-150

INHALT: Beispiele für deterritoriale Vergemeinschaftungen sind neben Jugend-, Freizeit- und Populärkulturen ethnische Vergemeinschaftungen der Diaspora, politische Vergemeinschaftungen sozialer Bewegungen oder religiöse Vergemeinschaftungen. Deterritoriale Gemeinschaften sind Netzwerke lokaler Gruppen, verfügen über einen translokalen Sinnhorizont und sind ihrem Wesen nach "deterritorial". Der Verfasser verbindet in seiner Diskussion der populärkulturellen Vergemeinschaftung, der Diaspora, der religiösen Vergemeinschaftung und der sozialen Bewegung soziologische, kommunikations- und medienwissenschaftliche Perspektiven. Im Mittelpunkt steht dabei der posttraditionelle Charakter der deterritorialen Vergemeinschaftungen, der sich daraus ergibt, dass die Zugehörigkeit zu ihnen auf einer Wahlentscheidung, einer freiwilligen Positionierung beruht und nicht aus Tradition resultiert. Der Verfasser nennt Relevanzgewinn und Komplexität deterritorialer Vergemeinschaftungen als sinnvolle Forschungsperspektiven. (ICE2)

[190-F] Hipeli, Eveline (Bearbeitung); Süss, Daniel, Prof.Dr. (Betreuung):

Von aktiver Partizipation und virtuellen Stolpersteinen. Eine Untersuchung über die kreative Internetnutzung von Jugendlichen, ihre Kritikfähigkeit online und ihre Einstellung gegenüber Netzguidance

INHALT: Hauptfragestellung: Wie sieht der Zusammenhang aus zwischen der Selbsteinschätzung der Jugendlichen in punkto Kritikfähigkeit und Kreativität im Internet und ihrer Einstellung gegenüber Netzguidance? Da es sich bei dem Thema Jugendliche und Internet um ein sehr interdisziplinäres Gebiet handelt, werden mehrere theoretische Ankerpunkte eingesetzt, um Zusammenhänge und Tatsachen zu begründen. Dabei wird die Thematik um Jugendliche und ihre kreative und kritische Internetnutzung in den Kontext von Mediensozialisation eingebettet, wobei das Thema Medienkompetenz (Internetkompetenz) auch im Zusammenhang mit Netzguidance ein großes Gewicht erhält. Kommunikationswissenschaftliche Theorien werden grundsätzlich prioritär eingesetzt, doch werden aufgrund der verschiedenen Perspektiven, aus denen das Thema betrachtet werden kann, auch weitere, "disziplinfremde" Theorien punktuell zum Einsatz kommen. Hypothesen sind in Entwicklung. Es erfolgt eine Befragung von Jugendlichen im Alter zwischen 12 und 20 Jahren im Kanton Zürich, verschiedene Schultypen werden bei der quantitativen Befragung berücksichtigt. *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Kanton Zürich/ Schweiz

METHODE: Geplant ist für Frühling/ Sommer 2009 eine schriftliche Befragung von Jugendlichen im Alter von 12 bis 20 Jahren. Dabei werden folgende Schultypen berücksichtigt: Oberstufenschule, Berufsschule, Frühgymnasium, Gymnasium (Kantonsschule). Die Schulen werden im Kanton Zürich ausgewählt und Ziel ist ein Sample von 1000 Schülern. Damit kann unter der Berücksichtigung folgender Punkte jeweils eine ausreichende Anzahl Schüler gewährleistet werden, um verlässliche Aussagen zu machen: Es wird eine Einteilung in die Alterskategorien 12j-14j/ 15j-17j/ 18j-20j vorgenommen. Interessant sind Gender-Unterschiede zwischen Knaben und Mädchen. Es sollen Vergleiche zwischen den einzelnen Schultypen möglich sein. Deshalb wird eine gleichmäßige Verteilung der 1000 Schüler auf die vier Schultypen angestrebt. Um zu der gewünschten Anzahl Schüler zu gelangen und eine ausgewogene Verteilung der partizipierenden Schulen zu erreichen, wird versucht, über die Bezirke des Kantons Zürich zu gehen. Die Befragung wird in Wellen erfolgen, da nicht zu erwarten ist, dass die teilnehmenden Schulen alle zum selben Zeitpunkt befragt werden können. Vom Zeitaufwand her wird die Befragung jedoch pro Welle nur ca. einige Tage in Anspruch nehmen (Briefing der Lehrpersonen, Abgabe der Fragebögen, Abholen der Fragebögen). Daher sollte das Sammeln der Daten idealer Weise im Sommer 2009 abgeschlossen sein. Im Herbst 2009 würden entsprechend die Codierung und die Auswertung beginnen. Operationalisierung (quantitative, standardisierte Befragung, schriftlich) . *DATENGEWINNUNG:* Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts.

ART: *BEGINN:* 2007-09 *ENDE:* 2010-12 *AUFTRAGGEBER:* keine Angabe *FINANZIERER:* Institution

INSTITUTION: Universität Zürich, Philosophische Fakultät, Soziologisches Institut Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft (Andreasstrasse 15, 8050 Zürich, Schweiz); Schweizerisches Institut für Kinder- und Jugendmedien -SIKJM- (Zeltweg 11, 8032 Zürich, Schweiz)

[191-L] Hoff, Tobias:

Das Medienverhalten von Hörgeschädigten: eine Bestandsaufnahme, Saarbrücken: VDM
Verl. Dr. Müller 2008, 80 S., ISBN: 978-3-8364-7949-3

INHALT: Der Verfasser legt Ergebnisse einer Untersuchung (n=235) zur Erfassung des Medienverhaltens von Hörgeschädigten vor. Sie informiert über die Untertitel-Nutzung im Fernsehen, Informationsquellen für tonsubstituierte Sendungen, visuelle und akustische Hilfen, das Leseverhalten der Hörgeschädigten sowie Telekommunikation und Internet. Die Untersuchung unterstreicht die Forderung der Hörgeschädigten nach mehr Untertitelung und die herausragende Bedeutung des Internet. (ICE2)

[192-L] Höhne, Inga:

Radionutzung im Kontext von Lebensstilen: eine empirische Studie über das Mediennutzungsverhalten am Beispiel des Ballungsraums Berlin, (Socialia : Studienreihe Soziologische Forschungsergebnisse, Bd. 96), Hamburg: Kovac 2008, 251 S., ISBN: 978-3-8300-3992-1

INHALT: Vor dem Hintergrund eines Überblicks über die Konzepte der Lebensstilforschung, auf deren Aussagen die Auswertungen basieren und entsprechende Schlussfolgerungen für die Operationalisierung der Lebensstile durch eine Typologie abgeleitet werden, werden die am Rezipienten orientierte Radioforschung in Grundzügen abgebildet und einige Methoden der Radioforschung dargestellt, die in den empirischen Analysen zum Einsatz kommen. Die Betrachtung des Radiohörens als Medienhandeln erfolgt aus handlungstheoretischer Perspektive. Als Ergebnis wird eine Analysestrategie zur Untersuchung der Radionutzung entwickelt. Anschließend werden die Rolle des Lebensstilkonzeptes in der Medienforschung thematisiert und die für die empirische Analyse relevanten Konzepte der anwendungsorientierten Konsum- und Medienforschung skizziert. Grundlage der Sekundäranalyse sind die Daten der "Media-Analyse" aus dem Jahr 2000. Obwohl die "Media-Analyse" ursprünglich nicht für Lebensstilanalysen konzipiert wurde, enthalten die Daten zwei lebensstilindizierende Bereiche: die Ausübung von Freizeitaktivitäten und die Ausstattung der Haushalte mit Konsumgütern. Zunächst werden die Radioprogramme in Berlin und ihre Hörer betrachtet. Unabhängig von Lebensstilen werden zunächst die wesentlichen Elemente der Radionutzung dargestellt. Untersucht werden die Fragen, wann typischerweise Radio gehört wird und welche Radioprogramme eingeschaltet werden. Da der durchschnittliche Reichweitenverlauf des Radios mit einer Nutzungsspitze am Morgen und einer geringeren Nutzung im weiteren Tagesverlauf nur auf wenige Menschen zutrifft, werden fünf verschiedene idealtypische Muster der Radionutzung ermittelt. Im Einzelnen werden Zeitpunkt und Dauer der Radionutzung, Präferenzen im dualen Rundfunksystem sowie die Programmwahl, die in einen Zusammenhang mit Lebensstilen gebracht wird, betrachtet. Die Segmentierung des Publikums durch Lebensstile wird um Analysen von typischen Alltagsstrukturen und Zeitbudgets ergänzt. Dazu werden die verschiedenen Lebensstile im Hinblick auf allgemeine Zeitverwendung, unterschiedliche Alltagsstrukturen und die Mediennutzung im Tagesverlauf untersucht. Abschließend gibt die Zusammenfassung einen Überblick über die wichtigsten Ergebnisse der Studie und erläutert, welche weiterführenden Analysen auf der Datenbasis der "Media-Analyse" möglich sind und wo die Grenzen für diese Art von Sekundäranalysen erreicht werden. (ICF2)

[193-L] Hugger, Kai-Uwe:

Junge Migranten online: Suche nach sozialer Anerkennung und Vergewisserung von Zugehörigkeit, (Medienbildung und Gesellschaft, Bd. 9), Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. 2009, 321 S., ISBN: 978-3-531-16151-8

INHALT: Der Verfasser setzt sich mit der Frage auseinander, wie es jungen Migranten der zweiten und dritten Einwanderergeneration in Deutschland gelingt, sich Online-Communities zu Nutze zu machen, um dort soziale Anerkennung zu finden und sich ihrer national-ethnisch-religiösen Zugehörigkeit zu vergewissern. Der Verfasser behandelt dieses Thema zunächst auf theoretischer Ebene (Globalisierung und Dezentralisierung von Identität im Migrationskontext, globale Medienkommunikation) und gibt einen Überblick über Online-Communities für junge Türken in Deutschland (www.vaybee.de, www.aleviler.de, www.bizimalem.de). Er legt im Folgenden sechs rekonstruktive Fallstudien vor, in denen sich die zentralen Kategorien "Zugehörigkeit" und "Anerkennung" herauskristallisieren. Den Abschluss bildet eine Typologie, die vier Verarbeitungstypen natio-ethno-kultureller Hybrididentitäten im Internet unterscheidet. (ICE2)

[194-L] Junge, Matthias:

Die kollektive Erregung des public viewing: oder: die Tragödie der Identifikation und der Sozialität, in: Ronald Hitzler (Hrsg.) ; Anne Honer (Hrsg.) ; Michaela Pfadenhauer (Hrsg.): Posttraditionale Gemeinschaften : theoretische und ethnografische Erkundungen, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2008, S. 189-201

INHALT: Der Verfasser konstatiert die Existenz eines "konsumtorischen Kreativsubjekts", dessen Interesse vor allem auf die neuerliche Belebung kollektiver Erregungszustände gerichtet zu sein scheint. Er fragt nach Konsequenzen für die Identitätstheorie und das Verständnis aktueller Tendenzen vergemeinschaftenden Handelns. Im "public viewing", so wird gezeigt, zeigt sich die Sehnsucht nach emotional fundierter Gemeinschaftsbildung. Durch "public viewing" vermittelte kollektive Gefühle signalisieren Fluchtintendenzen vor der emotionalen Leere des Sozialen in der Moderne, indem sie an die Intensität kollektiver Gefühle in traditionellen Gesellschaften und ihrer Sozialität erinnern. Die Flüchtigkeit dieser Erfahrung setzt eine sich selbst verstärkende Tendenz der Wiederholung in Gang. Am Ende erweist sich die Fragilität jeder Identifikation als Quelle und Ursache der hohen Fluktuation von Gruppenzugehörigkeiten und Vergemeinschaftungen. (ICE2)

[195-L] Junli, Feng:

Grassroots blogging practice in America and China: studies on 60 American and 60 Chinese bloggers, Saarbrücken: VDM Verl. Dr. Müller 2007, 127 S., ISBN: 978-3-8364-1773-0

INHALT: "Blog is one of latest forms of online communication, and present academic studies are mainly on its role in education, politics and business. Few studies are available on grassroots bloggers, still less is the research on the comparison of blog contents in different cultures. This book reports some demographic studies on 60 American and 60 Chinese bloggers randomly collected from the immense blogosphere. Content analysis of posts shows that American and Chinese bloggers mainly document daily lives in their blogs, while serious topics such as sex, politics, and religion are not common. This suggests that the cultural variation

may not play a significant role in determining the contents of blogs, but rather that individual blogging practice is in some sense an international genre. The author also finds that there is a positive relationship between posts and comments, as well as blogrolls and comments. This book is addressed to researchers and students who are interested in online communication." (author's abstract)

[196-L] Keller, Katrin:

Der Star und seine Nutzer: Starkult und Identität in der Mediengesellschaft, Bielefeld: transcript Verl. 2008, 303 S., ISBN: 978-3-89942-916-9 (Standort: UB Köln(38)-13Y5594)

INHALT: Um Zusammenhänge von Star-Nutzungs-Prozessen und Identität zu beschreiben, setzt sich die Verfasserin zunächst mit dem Identitätskonzept auseinander. Sie beschreibt sodann Authentizität als operative Funktion und fragt nach deren Bedeutung als generalisierte Aktanten-Zuschreibung, wobei vor allem Fragen der Identitätsrelevanz von Authentizität im Vordergrund stehen. In Anlehnung an Schmidts Konzeption von Kultur als Programm wird ein Kultur- und Popkulturverständnis entworfen, das den Rahmen für die starbezogenen Identitätsunterscheidungen in der populären Kultur bildet. Im Folgenden wird gefragt, wie Stars als parasoziale Relationierungsoptionen von Aktanten mit identitätsunterscheidendem Gewinn eingesetzt werden. Analogien und Unterschiede zwischen Sozialität und Parasozialität werden herausgearbeitet. Der Star wird in seiner potenziellen positiven Funktionalisierung als transzendierender Hoffnungsträger dem Star als projektiver Verkörperung negativer Selbstaspekte gegenübergestellt. Im Kontext wertungsbezogener Star-Relationierungen werden auch Fantum und Anti-Fantum fassbar, die sich von den Star-Relationierungen durchschnittlicher Star-Nutzer primär durch ihre überdurchschnittliche Affektladung unterscheiden. Um die Beschreibungskompetenz zu Star und Star-Nutzung an typisierten Beispielen zu überprüfen, werden exemplarische Star-Typen genreübergreifender und genrespezifischer Art vorgestellt. Die Zusammenhänge von Identität und Star bzw. Star-Nutzung in mediengesellschaftlicher Kultur werden abschließend resümiert. (ICE2)

[197-L] Lange, Andreas:

Wer hat an der Uhr gedreht?: Einblicke in die Zeitverwendung von Kindern und ihren Eltern, in: Martina Heitkötter (Hrsg.) ; Karin Jurczyk (Hrsg.) ; Andreas Lange (Hrsg.) ; Uta Meier-Gräwe (Hrsg.): *Zeit für Beziehungen? : Zeit und Zeitpolitik für Familien*, Opladen: B. Budrich, 2009, S. 137-157

INHALT: Fragen der Zeitverwendung der Familienakteure sind eingewoben in kulturelle Auseinandersetzungen über das richtige Familien-, Kinder- und Jugendleben. Der Verfasser fragt zunächst nach Quantität und Qualität von Familienarbeit für die alltägliche Lebensführung und arbeitet unterschiedliche Zeitrelevanzen für das alltägliche "doing family" heraus. Als virulente Streitpunkte familialer Zeitverwendung fungieren populärkulturelle Aktivitäten, denen vorwiegend negative Einflüsse zugeschrieben werden. Der Verfasser zeigt dieser kulturkritischen Rhetorik entgegenlaufend, dass Medien vielfältige Funktionen in der Lebensführung von Familien einnehmen und Medienkonsum per se kein Indiz für familiäre Desorganisationserscheinungen ist. Aktive Kinder und Jugendliche beschäftigen sich intensiv sowohl mit Medien als auch mit anderen außerschulischen Aktivitäten (Sport). Schädliche Effekte sind

nur in bestimmten, sozial deprivierten Milieus zu erwarten. Abschließend werden Empfehlungen für künftige Forschungen abgeleitet. (ICE2)

[198-L] Linke, Irina:

Frauen in Sanaa: öffentliche Präsenz und mediale Repräsentation, in: Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research, Vol. 10/2009, No. 2, 24 S. (nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0902150)

INHALT: "Ein explosionsartiger Anstieg der Mediennutzung (ausländisches Satellitenfernsehen, ein eigener nationaler Satellitenkanal sowie Foto- und Videopraxen) verändert nicht nur die 'Öffentlichkeit', sondern den lokalen sozialen Raum in einem speziellen global-lokalen Spannungsfeld insgesamt. In diesem Artikel wird gezeigt, wie Frauen in der Hauptstadt des Jemen Fernsehen und andere Bildmedien strategisch nutzen, indem sie entlang der Grenzen von Sichtbarkeit und Unsichtbarkeit die geschlechterspezifischen sozialen Räume ihrer Lebenswelt verändern. Medienbilder eröffnen als Teil der Lebenswelt der Akteure (Blick-) Räume und ermöglichen (Blick-) Kontakte. Die Blicke prägen den sozialen Raum und spielen bei der wechselseitigen Konstitution von Räumen und Körpern eine Rolle. Dies wird sowohl auf der performativen als auch auf der diskursiven Ebene verhandelt. Die vorgestellte Fallstudie ist Teil eines Forschungsprojekts, das auf einem einjährigen Feldaufenthalt, Feldnotizen und 45 Stunden audiovisuellem Material beruht. Anhand der Diskurse der jungen Frauen über eigene Bilderpraxen wird nachvollzogen, wie sie die 'Gefährdung' einer gesellschaftlichen Ordnung durchbuchstabieren, wie sie ihr Interesse an Veränderung artikulieren und welche strategischen Überlegungen sie anstellen, um 'sichtbar' zu werden. Dabei verweist der Beitrag auf kulturell unterschiedliche Lesarten dessen, was man sehen kann." (Autorenreferat)

[199-L] Lokatis, Siegfried:

Die Hauptverwaltung des Leselandes, in: Aus Politik und Zeitgeschichte : Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament, 2009, H. 11, S. 23-31 (www.bpb.de/files/Q7ZIRA.pdf)

INHALT: "Das Selbstverständnis der DDR als 'Leseland' oder als 'Literaturgesellschaft' war nicht aus der Luft gegriffen, aber die Lesefreudigkeit der Bevölkerung war nicht nur auf die staatliche Leseförderung, sondern auch auf den Wunsch nach von der Zensur vorenthaltener Literatur zurückzuführen." (Autorenreferat)

[200-F] Marci-Boehncke, Gudrun, Prof.Dr.phil.; Rath, Matthias, Prof.Dr.phil.habil. (Leitung):

Wert- und Kulturvermittlung im Rahmen der Mediennutzung Jugendlicher mit Migrationshintergrund

INHALT: Ziel der Studie ist die Erhebung qualitativer und bildungsrelevanter Daten zur Mediennutzung, zum Medienverständnis, zu Wertvorstellungen und Kritikfähigkeit jugendlicher Migranten sowie der ihnen durch herkunftssprachliche Medieninhalte zur Verfügung stehenden Wert-, Kultur- und Integrationsangebote u.a. durch eine Inhaltsanalyse der rezipierten herkunftssprachlichen Medienangebote.

METHODE: Theoriebasis: Mediatisierungstheorie. Die konvergente Medienrezeption jugendlicher führt zu einer umfassenden mediatisierten (Krotz) Weltorientierung im Zuge der Identi-

tätsbildung. Diese mediatisierte Identitätsbildung bei Jugendlichen mit Migrationshintergrund ist jedoch eine Doppelte: Sie müssen im Zuge ihrer Identitätsarbeit sowohl herkunftskulturelle wie auch lebensweltliche Identitätsanforderungen bearbeiten. Methode: Grounded Theory: Methodisch legt die Studie - neben den üblichen soziodemographischen und soziokulturellen Aspekten - den Schwerpunkt auf die qualitative Erfassung medieninhaltlicher und kultureller Rezeptionsfaktoren. Triangulation: 1. Mediennutzung über betreute Fragebögen, 2. Tiefeninterviews je nach Sprachkompetenz und Sprachpräferenz der Jugendlichen in Deutsch oder der Herkunftssprache, digital in Bild und Ton mitgeschnitten, transkribiert, ggf. übersetzt, Auswertung mit MaxQDA, 3. Inhaltsanalyse der von den Jugendlichen in den Tiefeninterviews genannten Medienangebote in Bezug auf Wertvorstellungen, sozialen Klischees und Standards, Rollenbilder und Medienidole. Untersuchungsdesign: Querschnitt *DATENGEWINNUNG*: Standardisierte Befragung, schriftlich (Stichprobe: 300; Jugendliche mit Migrationshintergrund, 12-15 Nationen; Auswahlverfahren: Zufall). Qualitatives Interview (Stichprobe: 135; Jugendliche mit Migrationshintergrund, 12-15 Nationen, Teilnehmer der 1. Datenerhebung; Auswahlverfahren: Zufall). Inhaltsanalyse, offen (Medienangebote der von den Jugendlichen genannten Medienformate). Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts.

VERÖFFENTLICHUNGEN: Marci-Boehncke, Gudrun; Rath, Matthias; Röcker, Timo; Müller, Danja: Jugendliche Medienkritik zwischen Empathie und Moral. in: Josting, Hartmut; Josting, Petra (Hrsg.): Medien: Kritik und Sprache. Medien im Deutschunterricht 2004. Jahrbuch. München: Kopaed 2005, S. 217-230.+++Rath, Matthias; Möbius, Thomas: Globale Produktion - globale Inhalte - globale Rezeption? Zur Transkulturalität medialer Symbolsysteme am Beispiel Kinderfilm. in: LiCuS - Journal of Literary Theory and Cultural Studies, 2008, H. 4, S. 41-57.

ART: *BEGINN*: 2008-09 *ENDE*: 2010-12 **AUFTRAGGEBER:** nein **FINANZIERER:** Institution **INSTITUTION:** Pädagogische Hochschule Ludwigsburg, Forschungsstelle Jugend - Medien - Bildung (Reuteallee 46, 71634 Ludwigsburg)

KONTAKT: Rath, Matthias (Prof.Dr. Tel. 07141-140-222, e-mail: rath@ph-ludwigsburg.de)

[201-F] Müller, Kathrin Friederike (Bearbeitung); Röser, Jutta, Prof.Dr. (Betreuung):

Frauenzeitschriften aus der Sicht ihrer Leserinnen. Die Rezeption von Brigitte im Kontext von Biografie, Alltag und Doing Gender

INHALT: In der Studie wird der Frage nachgegangen, warum Frauen klassische Frauenzeitschriften rezipieren und wie sie sich deren Inhalte aneignen. Dazu erfolgt auf drei Ebenen eine Annäherung an den Gegenstand. In einer medienbiografischen Studie wird in einem ersten Schritt untersucht, wie der Einstieg in die Frauenzeitschriftenrezeption initiiert wurde und wie sie sich bedingt durch lebensgeschichtliche Ereignisse verändert hat. Zweitens wird die Rezeption im Kontext des Alltags untersucht und sowohl in gesellschaftlich, sozial und individuell geprägten Bezügen analysiert. Die dritte Analyseebene thematisiert die Bedeutung, die die Frauenzeitschriftenrezeption hinsichtlich des Doing Gender hat. Es wird gefragt, ob Frauen bei der Rezeption geschlechtliche Identität in Performativitäten zum Ausdruck bringen und welche Rollenzuschreibungen gegebenenfalls nachweisbar sind. Die Ergebnisse der Studie machen deutlich, dass lebensgeschichtliche Ereignisse nur einen geringen Einfluss auf die Rezeption von Frauenzeitschriften haben. Nach einer ersten Phase des Wählens und Ausprobierens verschiedener Titel erfolgt eine Entscheidung für eine präferierte Zeitschrift. Infolgedessen kommt es zu einer Habitualisierung der Nutzung; das Medium wird zu einem Lebensbegleiter. In der Einstiegsphase dient die Rezeption sowohl zur Orientierung, welche Ge-

schlechterrollenentwürfe als gesellschaftlicher Common Sense gelten, als auch als praktische Hilfestellung zur Erlernung von Fertigkeiten, die zur Führung eines eigenen Haushalts oder zur Kindererziehung benötigt werden. Insgesamt beeinflusst die Unentschiedenheit des weiblichen Individualisierungsprozesses und die dadurch oft in unterschiedlichen Stationen verlaufenden Biografien von Frauen, die in vielen Fällen durch den Wechsel zwischen Erwerbs- und Reproduktionsarbeit bestimmt sind, die Frauenzeitschriftenrezeption kaum. Die Frauenzeitschriftenrezeption und der Alltag ihrer Leserinnen stehen eng miteinander in Beziehung: Soziale Bedingungen, vor allem das Leben in der Doppelrolle, beeinflussen die Nutzung des Mediums. So wird die klassische Frauenzeitschrift "Brigitte" von ihren Leserinnen im Alltag genutzt, um Phasen der Erwerbsarbeit von denen der Reproduktionsarbeit zu trennen, sich während der Reproduktionsarbeit Pausen zu verschaffen oder um in der Rezeption, die als "symbolischer Feierabend" fungiert, den Arbeitstag im Haushalt abzuschließen. In sozialen Bezügen dient die Rezeption von "Brigitte" in Frauenöffentlichkeiten zur Kontaktaufnahme mit anderen Frauen und als Gesprächsstoff. Die Leserinnen setzen Inhalte darüber hinaus in Paarbeziehungen ein, um dem Partner eigene Gedanken und Gefühle nahe zu bringen. Auf der Ebene der individuellen Nutzung rezipieren die Befragten "Brigitte", um an einer geschlechtsgebundenen Alltagskultur teilzuhaben. Aufgrund der Marginalisierung der Lebenszusammenhänge von Frauen in anderen Medienangeboten können sie geschlechtsgebundenen Alltagskulturen vor allem bei der Rezeption von Frauenzeitschriften erleben. Gleichzeitig erfahren sie das Lesen von "Brigitte" als produktives Vergnügen. Bei der Rezeption von "Brigitte" konnten Doing Gender-Prozesse beobachtet werden, in denen die Leserinnen sowohl traditionelle als auch progressive Rollenentwürfen in Performanzen ausdrücken. In der Untersuchung wurden sechs verschiedene Ausprägungen von Geschlechterrollenperformanzen ermittelt. Die Rezeption von Frauenzeitschriften verläuft also nicht nach einfachen Mustern und wird auch nicht vom Medieninhalt vorgegeben, wie es die Wirkungsforschung und die im Gleichheitsansatz angesiedelte Frauenforschung lange annahm, sondern wird von den Befragten produktiv gestaltet. Trotzdem bleibt kritisch anzumerken, dass sich die Befragten stets an Geschlechterrollenentwürfen orientieren, die dem gesellschaftlichen Common Sense entsprechen und widerständige Positionierungen zum Medieninhalt eher eine Ausnahme darstellen. Die Leserinnen sind dem Medium also nicht ausgeliefert, nutzen es aber freiwillig so, dass sie sich in der Rezeption gesellschaftlich geteilten Geschlechterrollenentwürfen annähern. *GEOGRAPHISCHER RAUM*: Bundesrepublik Deutschland

METHODE: Die Studie ist innerhalb der kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung im (De-)Konstruktivismus angesiedelt. Unter Bezugnahme auf die Rezeptionstheorien der Cultural Media Studies fragt sie nach der Produktivität der Rezipientinnen bei der Aneignung von klassischen Frauenzeitschriften. Gleichzeitig bindet sie die Individualisierungsthese und die Frage nach der Bedeutung geschlechtsgebundener Lebensbedingungen in die Analyse mit ein. Zur Analyse der Rezeption von klassischen Frauenzeitschriften wurden 19 Leserinnen - 15 regelmäßige und vier Gelegenheitsleserinnen - der klassischen Frauenzeitschrift "Brigitte" in qualitativen Tiefeninterviews zur lebensgeschichtlichen Entwicklung und zu ihrer heutigen Rezeption des Mediums befragt. Als Erhebungsmethoden wurden ein medienbiografisches, ein problemzentriertes Interview und ein Copytest trianguliert. Die Interviews wurden mit der strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse sowie in einer Feinanalyse unter Einbeziehung induktiver Codierverfahren ausgewertet, um Doing Gender-Prozesse zu erfassen. Untersuchungsdesign: Querschnitt *DATENGWINNUNG*: Qualitatives Interview (Stichprobe: 19; regelmäßige Leserinnen der Zeitschrift Brigitte). Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts.

VERÖFFENTLICHUNGEN: Müller, Kathrin Friederike: Frauenzeitschriften aus der Sicht ihrer Leserinnen. Die Rezeption von Brigitte im Kontext von Medienbiografie, Alltag und Geschlecht. 2009 (in Vorbereitung).+++Müller, Kathrin Friederike: Das Besondere im Alltäglichen. Frauenzeitschriftenrezeption zwischen Gebrauch und Genuss. in: Röser, Jutta; Thomas, Tanja; Peil, Corinna (Hrsg.): Alltag in den Medien - Medien im Alltag. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. (in Vorbereitung).

ART: *BEGINN:* 2004-01 *ENDE:* 2008-12 *AUFTRAGGEBER:* nein *FINANZIERER:* Wissenschaftler

INSTITUTION: Universität Lüneburg, Fak. I Bildungs-, Kultur- und Sozialwissenschaften, Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienkultur -IfKM- (Scharnhorststr. 1, 21332 Lüneburg)

KONTAKT: Bearbeiterin (Tel. 04131-677-1586, e-mail: kmueller@uni.leuphana.de)

[202-F] Obermüller, Anja, M.A. (Bearbeitung); Donsbach, Wolfgang, Prof.Dr.phil.habil. (Leitung):

Leserschaftsanalyse taz

INHALT: Die Studie untersucht das politische und gesellschaftliche Engagement sowie die Wertvorstellungen der taz-Abonnenten. Es wird vermutet, dass die Abonnenten zur so genannten "Verantwortungselite" der Gesellschaft gehören, und damit in überdurchschnittlichem Maße politisch und gesellschaftlich engagiert sind. Parallel dazu werden die Redakteure der taz zu Ihrem Bild der Abonnenten befragt (online). Die Daten werden miteinander verglichen, um herauszufinden, wie adäquat das Bild der Redakteure von ihren Lesern wirklich ist. *ZEITRAUM:* 2008 *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Bundesrepublik Deutschland

METHODE: Zielgruppenspezifische standardisierte Befragung. Untersuchungsdesign: Querschnitt *DATENGEWINNUNG:* Standardisierte Befragung, schriftlich (Stichprobe: 4.000; Abonnenten der taz; Auswahlverfahren: random). Standardisierte Befragung, online (Stichprobe: 200; Redakteure der taz; Auswahlverfahren: total).

ART: *BEGINN:* 2008-04 *ENDE:* 2008-12 *AUFTRAGGEBER:* Die Tageszeitung *FINANZIERER:* Auftraggeber

INSTITUTION: Technische Universität Dresden, Philosophische Fakultät, Institut für Kommunikationswissenschaft Professur für Kommunikationswissenschaft I (01062 Dresden)

KONTAKT: Leiter (Tel. 0351-463-33533,
e-mail: kommunikationswissenschaft@mailbox.tu-dresden.de);
Bearbeiterin (Tel. 0351-463-34826, e-mail: anja.obermueller@tu-dresden.de)

[203-L] Ottinger, Gerda:

Soziale Ungleichheiten in der Informationsgesellschaft: das Phänomen der "digitalen Kluft" und die Bedeutung für die Sozialarbeit, Duisburg: Wiku Verl. 2008, 101 S., ISBN: 978-3-86553-256-5

INHALT: Die Untersuchung thematisiert das Phänomen, dass innerhalb der Informationsgesellschaft differierende Zugänge zum Internet zu ungleicher Wissensverteilung und dadurch zu Chancenungleichheit führen. Zunächst werden die Begriffe der postmodernen Gesellschaft und der Informationsgesellschaft vorgestellt und die Wissensklufthypothese expliziert. Der Zusammenhang von sozialer Ungleichheit, sozialem Ausschluss und digitaler Kluft wird dar-

gestellt. Es werden im Folgenden mögliche Strategien zur Schließung der digitalen Kluft nach van Dijk vorgestellt und die Rolle der Sozialarbeit in diesem Zusammenhang anhand von Beispielen aus Wien aufgezeigt. Fünf qualitative Interviews machen deutlich, dass die Sozialarbeit wesentlich dazu beitragen kann, dass das Internet für Klienten zu einer wertvollen Ressource in deren Lebensalltag wird. (ICE2)

[204-L] Palfrey, John; Gasser, Ursula:

Generation Internet: Die Digital Natives: wie sie leben, was sie denken, wie sie arbeiten,
München: Hanser 2008, 440 S., ISBN: 978-3-446-41484-6

INHALT: Als Digital Natives werden die Menschen bezeichnet, die nach 1980 direkt in das digitale Zeitalter hineingeboren wurden. Sie verbindet eine gemeinsame Kultur. Wichtige Bereiche ihres Lebens - Sozialkontakte, Freundschaften, Freizeitaktivitäten, berufliches Handeln, Identitäten - sind digital geprägt. Die Autoren (Juristen) versuchen ein Bild einzufangen, das angesichts seiner Komplexität kaleidoskopischen Charakter hat und sich zudem alle paar Monate ändert. Methodisch haben sie verschiedene Ansätze miteinander kombiniert. Sie haben viel aus den Forschungen anderer Disziplinen wie Sozialwissenschaft, Psychologie, Neurowissenschaft, Entwicklungspädiatrie oder Bibliothekswesen auf diesem Gebiet übernommen und selbst Untersuchungen durchgeführt, um besser zu verstehen, welche Themen die Digital Natives tatsächlich beschäftigen. Sie haben ausführlich mit jungen Menschen aus aller Welt gesprochen und dabei erfahren, welche Technologien sie nutzen, wie sie ihrer Identität Ausdruck verleihen, wie sie über die Themen Privatsphäre und Sicherheit denken, was sie im Digitalformat kreieren, was sie über geistiges Eigentum wissen, wie sie nach neuen Informationen recherchieren, aktuelle Nachrichten in Erfahrung bringen und wie sie miteinander umgehen. Insgesamt führten sie etwa 100 solcher Interviews. Im Text sind immer wieder die Stimmen der Befragten zu hören, allerdings in anonymisierter Form. Die Erkenntnisse basieren sodann auf rund 150 weiteren Gesprächen, die mit anderen jungen Leuten und deren Lehrern sowie mit Bibliothekaren, Psychologen und Jugendforschern aus aller Welt geführt wurden. (LO2)

[205-F] Peil, Corinna, M.A. (Bearbeitung); Röser, Jutta, Prof.Dr. (Leitung):

Die Domestizierung des Internets. Rekonstruktion häuslicher Aneignungsprozesse eines neuen Mediums (1997-2007)

INHALT: Das Projekt zielt darauf, den Einzug und die Integration des neuen Mediums Internet in die häusliche Sphäre zu rekonstruieren. Ausgangspunkt ist die Beobachtung, dass die massenhafte Verbreitung des Internets seit 1997 (von 7 Prozent auf 58 Prozent der Bevölkerung bis 2005) einen entscheidenden Schub durch die private, häusliche Nutzung bekommen hat. Spätestens ab 2003 entschieden sich Bevölkerungsgruppen und Haushalte, die bis dahin als wenig internet-affin eingeschätzt worden waren, massenhaft für einen privaten Netzzugang und überraschten damit Wissenschaft und Mediaforschung. Die Motive und Formen dieser Aneignungsprozesse werden rekonstruierend für das vergangene Jahrzehnt herausgearbeitet und ihre Folgen für den privaten (Medien)Alltag analysiert. Dazu wird die Aneignung des Internets im Kontext des Zuhauses und der Paarbeziehung in Form von qualitativen, ethnographisch orientierten Haushaltsstudien analysiert und mit repräsentativen, durch Sekundäranalysen gewonnenen Daten verbunden - dies in Kooperation mit der ARD/ ZDF-Medienfor-

schung, die Daten ihrer Onlinestudien zur Verfügung stellt. Durch die Verbindung von mikro- wie makrotheoretischen Perspektiven sollen schließlich ausgewählte Fragen nach Prozessen der Inklusion und Exklusion beantwortet werden. Im Zentrum stehen hier insbesondere Geschlechterkonstellationen rund um die Aneignung des neuen Mediums: Auf diesem Feld will das Projekt Tiefenanalysen leisten zum Spannungsfeld zwischen Ausschluss und Teilhabe an digitalen Medienwelten und den Veränderungen im Verlauf des Diffusionsprozesses des Internets. *ZEITRAUM:* 1997-2007 *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Bundesrepublik Deutschland

METHODE: Das Projekt orientiert sich theoretisch und methodisch an dem innerhalb der britischen Cultural Media Studies entwickelten Domestizierungsansatz, der die Leerstellen von Diffusionstheorie und Digital Divide-Ansatz überwinden soll, die bisher das Feld dominier(t)en und sich vorwiegend auf repräsentative Datenerhebungen konzentrier(t)en. Der Domestizierungsansatz, verbunden mit ethnographischer Forschung, erweitert die Digital Divide-Perspektive, indem er einerseits die Herstellung von Ungleichheiten und Dominanzstrukturen mittels qualitativer Verfahren erhellt, und andererseits die Frage einbezieht, wie Teilhabe an neuen Medien und Kommunikationstechnologien im Diffusionsprozess entsteht. Auf Basis seines an Domestizierungskonzept und ethnographische Ansätze anknüpfenden Forschungsansatzes will das beantragte Projekt spezifische Forschungslücken füllen: Es rückt das Zuhause als zentralen Ort der Medienaneignung in den Blick, an dem - auch in Zeiten mobiler Kommunikation - die Zukunft neuer Medien wesentlich mitbestimmt wird. Es knüpft theoretisch an britischen Konzepten zu Domestizierungsprozessen neuer Medien an und erweitert die Perspektive des Digital Divide-Ansatzes. Es analysiert Doing Gender-Prozesse rund um die Aneignung des neuen Mediums und leistet dadurch Tiefenanalysen zum Spannungsfeld zwischen Ausschluss und Teilhabe an digitalen Medienwelten und den Veränderungen im Verlauf des Diffusionsprozesses. Es verbindet die Ebene deskriptiver Nutzungsdaten mit der Analyse der subjektiven Deutungen der Nutzer und Nutzerinnen sowie der qualitativen Aspekte der Internetaneignung. Es analysiert die Internetdiffusion in ihrer Prozesshaftigkeit, indem es einen rekonstruktiven Zugriff auf das vergangene Jahrzehnt wählt. Untersuchungsdesign: Trend, Zeitreihe; Panel *DATENGEWINNUNG:* Qualitatives Interview (Stichprobe: 24; Haushalte -48 Personen-; Auswahlverfahren: Quota). Sekundäranalyse von Individualdaten (Stichprobe: ca. 1.000; OnlinenutzerInnen; Herkunft der Daten: ARD/ ZDF-Onlinestudien seit 1997; Auswahlverfahren: ADM-Stichprobe). Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts; Feldarbeit durch ein kommerzielles Umfrageinstitut.

VERÖFFENTLICHUNGEN: Röser, Jutta; David Morley: Aneignung, Ethnographie und die Politik des Wohnzimmers. in: Hepp, Andreas; Krotz, Friedrich; Thomas, Tanja (Hrsg.): Schlüsselwerke der Cultural Studies. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. 2009. ISBN 978-3-531-15221-9.+++Röser, Jutta; Großmann, Nina: Häuslicher Alltag mit Internet und Fernsehen. Fallstudien zum Medienhandeln junger Paare. in: Thomas, Tanja (Hrsg.): Medienkultur und soziales Handeln. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. 2008, S. 91-103. ISBN 978-3-531-15128-1.+++Röser, Jutta: Der Domestizierungsansatz und seine Potenziale zur Analyse alltäglichen Medienhandelns. in: Röser, Jutta (Hrsg.): MedienAlltag. Domestizierungsprozesse alter und neuer Medien. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. 2007, S. 15-30. ISBN 978-3-531-15074-1.+++Röser, Jutta: Wenn das Internet das Zuhause erobert: Dimensionen der Veränderung aus ethnografischer Perspektive. in: Röser, Jutta (Hrsg.): MedienAlltag. Domestizierungsprozesse alter und neuer Medien. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. 2007, S. 157-171. ISBN 978-3-531-15074-1.+++Peil, Corinna; Röser, Jutta: Vollendete Veralltäglichung: die Re-Domestizierung des Fernsehens im dualen Rundfunksystem Deutschlands. in: Röser, Jutta (Hrsg.): MedienAlltag. Domestizierungsprozesse alter und neuer Medi-

en. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. 2007, S. 89-101. ISBN 978-3-531-15074-1. *ARBEITSPAPIERE*: Röser, Jutta: Die Domestizierung des Internets. Rekonstruktion häuslicher Aneignungsprozesse eines neuen Mediums (1997-2007). Projektkonzept und Antrag auf Förderung an die DFG. Lüneburg 2006, 30 S.

ART: *BEGINN:* 2008-03 *ENDE:* 2010-09 *AUFTRAGGEBER:* nein *FINANZIERER:* Deutsche Forschungsgemeinschaft

INSTITUTION: Universität Lüneburg, Fak. I Bildungs-, Kultur- und Sozialwissenschaften, Forschungszentrum für Medienkultur und Mediensozialisation -ZMM- (Scharnhorststr. 1, 21335 Lüneburg)

KONTAKT: Leiterin (Tel. 04131-6772762, e-mail: roeser@uni.leuphana.de)

[206-F] Peil, Corinna, M.A. (Bearbeitung):

Mobile Medienkultur in Japan (Arbeitstitel)

INHALT: Im Zentrum der Arbeit steht die Auseinandersetzung mit der Aneignung und Nutzung mobiler Kommunikationstechnologien im japanischen (Medien-)Alltag, die darauf zielt, einen kulturwissenschaftlich orientierten Theoriebeitrag zum Verständnis von Mobilkommunikation zu leisten. Ausgehend von der Annahme, dass sich die Bedeutung eines mobilen "Allround-Mediums" wie dem Handy nur im Kontext des gegenseitigen Konstitutionsverhältnisses von Kultur und Medien erfassen lässt, wird eine dichte Beschreibung und Analyse der ebenso vielfältigen wie lebendigen mobilen Medienkultur in Japan vorgenommen. Als hochgradig mediatisierte und technologieaffine Kultur gilt Japan in vielerlei Hinsicht als mobile Medienavantgarde, denn es nimmt sowohl auf technischer als auch auf nutzerbezogener Ebene eine Vorreiterposition ein. Diese manifestiert sich weniger in der Reichweite mobiler Kommunikationstechnologien als in deren hohen Alltagsintegration, dem vielseitigen Anwendungsspektrum sowie der immensen Popularität des mobilen Internets. Das Handy als Hybridmedium existiert hier nicht nur als technologische Innovation, es ist bereits umfassend vergesellschaftet worden. Im Sinne einer transkulturellen Perspektive wird der Blick nicht auf Japan als Nationalstaat und homogene, geschlossene Kultur gelegt, sondern es stehen die Nutzungspraktiken junger Leute in ihrem urbanen Alltag im Fokus der Betrachtung. In diesem "Hot Spot" der Mobilkommunikation verdichten sich auf kleinstem Raum komplexe Aneignungspraktiken und Nutzungsphänomene, die bestimmte Mechanismen der Mobilkommunikation deutlich werden lassen. *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Japan

METHODE: Ausgehend von Überlegungen, die sich am Paradigma der Cultural Studies orientieren, ist durch Aufarbeitung und Systematisierung von theoretischen Arbeiten und empirischen Befunden zum Gebrauch mobiler Kommunikationstechnologien in Japan eine kulturelle Infrastruktur der Mobilkommunikation erarbeitet worden, bestehend aus den vier Dimensionen Raum, Zeit, soziale Interaktionen und Zeichen. Für die interdisziplinäre Analyse des komplexen Zusammenspiels von Technologie, Kultur und Gesellschaft bieten die Cultural Studies eine Perspektive, die abseits der Logik technikdeterministischer Vorstellungen nach den sozialen, politischen und kulturellen Zusammenhängen von Medienkommunikation fragt. Daran anknüpfend wird erforscht, welche Bedeutungen Mobilkommunikation in einer hoch entwickelten, durch spezifische soziokulturelle Charakteristika geprägten Medienkultur wie Japan entfaltet und wie sie zugleich zu deren Dynamisierung und Wandel beiträgt.

VERÖFFENTLICHUNGEN: Peil, Corinna: Mobile communications in Japan: on the potential of enhancing ethnographic oriented research methods with a cultural studies approach. in: Maxl, Emanuel; Ließ, Astrid; Döring, Nicola (Hrsg.): Mobile market research. Neue Schrif-

ten zur Online-Forschung, 7. Köln: Halem 2009. ISBN 978-3-938258-70-5.+++Peil, Corinna: Japanische Kawaii-Kultur und das Keitai. Zur Integration mobiler Kommunikationstechnologien in weibliche Lebenswelten. in: Röser, Jutta; Thomas, Tanja; Peil, Corinna (Hrsg.): Alltag in den Medien - Medien im Alltag. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. 2009. ISBN 978-3-531-15916-4.+++Peil, Corinna: Keitai-Kommunikation: mobiler Medienalltag in Japan. in: Röser, Jutta (Hrsg.): MedienAlltag. Domestizierungsprozesse alter und neuer Medien. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. 2007, S. 223-233. ISBN 978-3-531-15074-1.+++Peil, Corinna: Mobile Unterhaltung. Zur Aneignung einer multimedialen Kommunikationstechnologie. in: Faulstich, Werner; Knop, Karin (Hrsg.): Unterhaltungskultur. Paderborn: Fink 2006, S. 191-209. ISBN 978-3-7705-4364-9.

ART: *BEGINN:* 2004-04 *ENDE:* 2009-09 *AUFTRAGGEBER:* nein *FINANZIERER:* Institution; Wissenschaftler

INSTITUTION: Universität Lüneburg, Fak. I Bildungs-, Kultur- und Sozialwissenschaften, Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienkultur -IfKM- (Scharnhorststr. 1, 21332 Lüneburg)

KONTAKT: Bearbeiterin (Tel. 04131-677-2766, e-mail: peil@uni.leuphana.de)

[207-L] Quandt, Thorsten; Wimmer, Jeffrey; Wolling, Jens (Hrsg.):

Die Computerspieler: Studien zur Nutzung von Computergames, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. 2008, 335 S., ISBN: 978-3-531-15085-7 (Standort: UB Bielefeld(361)-IG826C738)

INHALT: "Computerspiele haben in den letzten Jahren an Popularität gewonnen und sich zu einem bedeutenden Teil der Unterhaltungsbranche entwickelt. Computergames, ob online oder offline gespielt, ziehen inzwischen nicht nur Kinder und Jugendliche in ihren Bann, sondern zunehmend auch Erwachsene. In diesem Band werden die Nutzer von Computerspielen aus einer kommunikationswissenschaftlichen Perspektive betrachtet. Das Spektrum reicht dabei von theoretischen Grundlagentexten über Studien zu bestimmten Spielergruppen und Spielweisen bis hin zu Forschungsarbeiten zur Nutzung unterschiedlicher Genres, wie z. B. Online-Rollenspielen oder den umstrittenen First-Person-Shootern." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Jens Wolling, Thorsten Quandt und Jeffrey Wimmer: Warum Computerspieler mit dem Computer spielen - Vorschlag eines Analyserahmens für die Nutzungsforschung (13-22); Friedrich Krotz: Computerspiele als neuer Kommunikationstypus - Interaktive Kommunikation als Zugang zu komplexen Welten (24-40); Carsten Wunsch und Bastian Jenderek: Computerspielen als Unterhaltung (41-56); Christoph Klimmt: Die Nutzung von Computerspielen - Interdisziplinäre Perspektiven (57-72); Jens Wolling: Entwicklungstrends in der Computerspielnutzung bei Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen (73-94); Andreas Hepp und Waldemar Vogelgesang: Die LAN-Szene - Vergemeinschaftungsformen und Aneignungsweisen (97-112); Helmut Grüninger, Thorsten Quandt und Jeffrey Wimmer: Generation 35 Plus - Eine explorative Interviewstudie zu den Spezifika älterer Computerspieler (113-134); Jürgen Fritz: Spielen in virtuellen Gemeinschaften (135-148); Jeffrey Wimmer, Thorsten Quandt und Kristin Vogel: Teamplay, Clanhopping und Wallhacker - Eine explorative Analyse des Computerspielens in Clans (149-168); Thorsten Quandt und Jeffrey Wimmer: Online-Spieler in Deutschland 2007 - Befunde einer repräsentativen Befragungsstudie (169-192); Katharina-Maria Behr: Kreative Spiel(weiter)entwicklung - Modding als Sonderform des Umgangs mit Computerspielen (193-208); Tilo Hartmann: Let's compete! Wer nutzt den sozialen Wettbewerb in Computerspielen? (209-210); Katharina-Maria Behr, Christoph Klimmt und Peter Vorderer: Leistungshandeln und Unterhaltungserleben im Computerspiel

(211-224); Philipp Lehmann, Andreas Reiter, Christina Schumann und Jens Wolling: Die First-Person-Shooter - Wie Lebensstil und Nutzungsmotive die Spielweise beeinflussen (225-240); Alice Klink, Michel Marcollesco, Sönke Siemens und Jens Wolling: Sport in virtuellen und realen Welten - Eine Befragung unter Jugendlichen (241-262); Gökalp Babayigit, Simon Hage, Timm Rotter, Sandra Schroeter und Jens Wolling: Being Hoeneß, Calmund, Assauer... - Die Nutzung des Online-Fußballmanagers Comunio aus dynamisch-transaktionaler Perspektive (279-296); Robert Seifert und Sven Jöckel: Die Welt der Kriegskunst - Nutzungsmotivation und Spielerleben im Massively Multiplayer Roleplaying Game World of Warcraft (297-312); Bastian Jenderek: Echtzeitabenteuer ohne Grafik und Sound - Die Nutzung von Multi-User-Domains (313-332).

[208-L] Raufelder, Diana; Fraedrich, Eva; Bäsler, Sue-Ann; Ittel, Angela:

Reflexive Internetnutzung und mediale Kompetenzstrukturen im frühen Jugendalter: wie reflektieren Jugendliche ihre Internetnutzung und welche Rolle spielen dabei Familie und Peers?, in: Diskurs Kindheits- und Jugendforschung, Jg. 4/2009, H. 1, S. 41-55 (Standort: USB Köln(38)-XG 9053; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "Mediennutzungsstudien verzeichnen eine wachsende Beliebtheit des Internets bei Jugendlichen (JIM-Studie 2007). Gerade deshalb steigen die Ängste und Befürchtungen der Eltern um mögliche negative Auswirkungen der Internetnutzung auf ihre Teenager (JIM-Studie 2007; Raley/ Wang/ Bianchi 2005). Der Schlüssel zu einer sinnvollen und bewussten Nutzung des Internets wird häufig in der 'Medienkompetenz' gesehen (vgl. Baacke 2004; Treumann et al. 2007). Medienkompetenz bedeutet nicht nur erfolgreiche technische Handhabung und Anwendungsfertigkeiten im Umgang mit dem Internet, sondern auch Reflexion und Beurteilung des Mediums. Ziel der hier vorgestellten qualitativen Untersuchung im Rahmen des Forschungsprojektes 'Log on kids!' der Freien Universität Berlin war es, zu klären, inwiefern Jugendliche ihre Internetnutzung reflektieren und welche Rolle dabei Familie und Peers spielen. Als weitere Faktoren wurden Geschlecht und Häufigkeit der Internetnutzung in die Analyse mit einbezogen. Dazu wurden 15 Jungen und 15 Mädchen an Berliner Grundschulen mittels qualitativer Leitfadeninterviews befragt. Die Ergebnisse zeigen, dass eine inhaltliche Reflexion der Internetnutzung größtenteils mit den Peers stattfindet. Die Familie hingegen spielt eher eine Rolle bei der Vermittlung von Fertigkeiten und bei der Aufstellung von Regeln in Bezug auf die Internetnutzung. Je häufiger die Jugendlichen das Internet nutzen, desto intensiver setzen sie sich mit dem Medium auseinander und sind somit kompetenter, indem sie beispielsweise ein höheres Konsum- und Risikobewusstsein zeigen. Geschlechtsspezifische Unterschiede konnten nicht festgestellt werden." (Autorenreferat)

[209-L] Rauschelbach, Lisa:

Die Mediennutzung von Migranten in Deutschland, in: Ludger Pries (Hrsg.): Zwischen den Welten und amtlichen Zuschreibungen : neue Formen und Herausforderungen der Arbeitsmigration im 21. Jahrhundert, Essen: Klartext-Verl., 2005, S. 117-138

INHALT: In Deutschland lebten im Dezember 2001 über 7,3 Millionen Menschen, die keinen deutschen Pass besitzen. Im Zusammenleben dieser Bevölkerungsgruppe mit der deutschen Mehrheitsgesellschaft spielen die Medien als Schnittstelle eine wichtige Rolle. Für die Deutschen ist es selbstverständlich, deutschsprachige Medien zu nutzen. Der vorliegende Beitrag

versucht folgende Fragen zu klären: In welchem Maße jedoch nutzen in Deutschland lebende Einwanderer deutschsprachige Medien? Auf welche muttersprachlichen Medien greifen sie zurück? Welche muttersprachlichen Medien sind überhaupt in Deutschland erhältlich und welche Rolle spielt dabei das unternehmerische Handeln der großen Medienkonzerne? Um Tendenzen ermitteln zu können, wurde im Rahmen eines Seminars am Institut für Medienwissenschaft an der RUB eine Befragung von Studenten polnischer und türkischer Herkunft durchgeführt. Hierbei konzentrierte sich die Hausarbeit auf die Mediennutzung der Befragten, erweiterte das Themengebiet aber außerdem noch um einen Komplex über die Darstellung und Wirkung von nichtdeutschen Personen in den deutschen Medien. (ICA2)

[210-L] Ruhl, Alexander:

Schreiben und Schweigen im virtuellen Raum: computervermittelte Kommunikation in kultur- und sozialwissenschaftlicher Forschungskooperation, Opladen: Budrich UniPress 2008, 223 S., ISBN: 978-3-940755-04-9 (Standort: UuStB Köln(38)-35A9532)

INHALT: Der Verfasser diskutiert zunächst Verwendungsweisen medial vermittelter Kommunikation in der Wissenschaft. Im Mittelpunkt stehen Technologien, die für den computervermittelten interaktiven Austausch eingesetzt werden. An die Betrachtung von kommunikativen Praktiken im Internet anschließend werden weitergehende Entwürfe diskutiert, die elaborierte Formen des Austauschs denkbar machen und für eine kollektive Wissensgenese prädestiniert erscheinen. Das epistemologische Potenzial digitaler Medien mit interaktiven Hypertexten kann als revolutionäre Neuerung und Erweiterung von Erkenntnismöglichkeiten angesehen werden. Der Verfasser legt Ergebnisse einer empirischen Untersuchung eines Kooperationsprojekts vor, in dem sich die Beteiligten mit sich visuell manifestierenden soziokulturellen Phänomenen inhaltlich auseinandersetzen. Im Gebrauch der eingesetzten Medien - vor allem E-Mail - zeigen sich förderliche Nutzungsmodi wie auch Hemmnisse. Es zeigt sich, dass sich die Kooperationsbeziehungen eher an hergebrachten geographischen Verortungen orientieren als am virtuellen Raum der Onlinemedien. Während über administrative und organisatorische Aufgaben geschrieben wird, zeichnen sich inhaltliche und gegenstandsbezogene Themenbereiche durch Schweigen aus. Die empirischen Befunde der Untersuchung demontieren weitgehend die Vorstellung von den medial gegebenen Freiheiten eines raum- und zeitunabhängigen, global angelegten Agierens. (ICE2)

[211-F] Schmidt, Jan-Hinrik, Dr.; Lampert, Claudia, Dr.; Wijnen, Christine W., Dr. (Bearbeitung); Hasebrink, Uwe, Prof.Dr.; Paus-Hasebrink, Ingrid, Univ.-Prof.Dr. (Leitung):

Jugendliche und Web 2.0

INHALT: In dem von der LfM Nordrhein-Westfalen geförderten Projekt untersucht das Hans-Bredow-Institut gemeinsam mit der Universität Salzburg die Rolle von Web 2.0-Angeboten im Alltag von Jugendlichen. *ZEITRAUM:* 2008 *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Bundesrepublik Deutschland

METHODE: Die Leitfragen ergeben sich aus drei Perspektiven, die in dieser Untersuchung miteinander verschränkt werden sollen: Web 2.0-Angebote werden 1. als neue Kommunikationsdienste mit darauf bezogenen neuen Kommunikationsmodi, 2. als Bestandteile des Alltags von Jugendlichen, die mit spezifischen Chancen und Risiken verbunden sind, 3. als neues Element der öffentlichen Kommunikation mit hoher Relevanz für die gesellschaftliche Ent-

wicklung in den Blick genommen. Dazu werden qualitative Gruppen- und Einzelinterviews mit jugendlichen Nutzer/innen durchgeführt; über eine Repräsentativbefragung wird der Stellenwert von Web 2.0-Angeboten im Vergleich zu anderen Online-Angeboten und Medien der öffentlichen und interpersonalen Kommunikation ermittelt; und in Fallstudien einzelner Web 2.0-Angebote und ihrer Nutzer werden Spezifika dieser neuen Kommunikationsdienste herausgearbeitet. Untersuchungsdesign: Querschnitt *DATENGEWINNUNG*: Standardisierte Befragung, telefonisch (Stichprobe: 650; Deutsch sprechende Onlinenutzerinnen und -nutzer im Alter zwischen 12 und 24 Jahren aus Haushalten mit Telefonfestnetzanschluss in Deutschland; Auswahlverfahren: Quota). Gruppendiskussion (Stichprobe: 84; Jugendliche zwischen 12 und 24 Jahren; Auswahlverfahren: Zufall). Qualitatives Interview (Stichprobe: 27; Jugendliche zwischen 12 und 24 Jahren aus den zwölf Gruppendiskussionen; Auswahlverfahren: bewusst). Standardisierte Befragung, online (Stichprobe: 250; Nutzer von SchülerVZ). Feldarbeit durch ein kommerzielles Umfrageinstitut.

ART: *BEGINN:* 2008-01 *ENDE:* 2009-04 *AUFTRAGGEBER:* Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen -LfM- *FINANZIERER:* Institution; Auftraggeber

INSTITUTION: Hans-Bredow-Institut für Medienforschung an der Universität Hamburg (Heimhuder Str. 21, 20148 Hamburg); Universität Salzburg, Kultur- und Gesellschaftswissenschaftliche Fakultät, FB Kommunikationswissenschaft Abteilung Audiovisuelle Kommunikation - AV- (Rudolfskai 42, 5020 Salzburg, Österreich)

KONTAKT: Hasebrink, Uwe (Prof.Dr. Tel. 040-45021781, e-mail: U.Hasebrink@hans-bredow-institut.de)

[212-L] Schmitz, Anna Karen:

Kulturelle Einflüsse auf Web Experience und User-Verhalten: ein Vergleich deutscher und taiwanesischer Internet-Nutzer, Saarbrücken: VDM Verl. Dr. Müller 2007, 110 S., ISBN: 978-3-8364-5376-9

INHALT: "Von einem zu Beginn primär westlichen Phänomen hat sich das Internet längst zum weltweiten Netz entwickelt, das Menschen unterschiedlichen beruflichen, sozialen und vor allem kulturellen Hintergrundes miteinander verbindet. Mit der fortschreitenden Globalisierung wächst das Interesse am Verständnis der interkulturellen Wirkung dieser weltumspannenden Mensch-Maschine-Schnittstelle. Durch das rasante Wachstum Chinas gewinnen insbesondere Erkenntnisse über Vorlieben ostasiatischer Nutzer an Bedeutung. Anna Karen Schmitz zeigt am Beispiel von Deutschland und Taiwan, dass bestimmte Unterschiede im Webverhalten kulturell bedingt sind. Nach einem einführenden Überblick über vorhandene Studien und die relevanten Besonderheiten der taiwanesischen Kultur beschreibt sie ausführlich die durchgeführte empirische Analyse und erläutert die möglichen Ursachen für unterschiedliche Verhaltensweisen. Grundlage der Untersuchung bilden die anthropologische Theorie der Kulturdimensionen sowie bewährte Methoden des Usability-Testing." (Autorenreferat)

[213-L] Schröder, Lothar; Schulz, Hans-Joachim (Hrsg.):

E-Union: Gewerkschaften im Netz: Stand und Perspektiven gewerkschaftlicher E-Activity, Hamburg: VSA-Verl. 2008, 201 S., ISBN: 978-3-89965-304-5

INHALT: "Die AutorInnen fassen die Erfahrungen und Ergebnisse des Projekts 'E-Union' zusammen und vermitteln darüber hinaus einen Überblick über die Einsatzmöglichkeiten verschie-

dener Webanwendungen im gewerkschaftlichen Kontext. Das Buch enthält zudem Anregungen für die Weiterentwicklung der Internetnutzung bei Gewerkschaften. Die elektronische Kommunikation, das Informationsangebot für Mitglieder, ehrenamtliche Funktionsträger und Öffentlichkeit, die Pressearbeit - all das ist seit Jahren ohne das Internet kaum mehr vorstellbar. Mit dem Web 2.0 haben sich zudem die Mitmach- und Partizipationsmöglichkeiten für Mitglieder und Nichtmitglieder deutlich erweitert, und auch bei politischen Aktionen oder Tarifrunden ist eine begleitende Online-Kampagne nicht mehr wegzudenken. Eine wichtige Rolle für die Entwicklung der Gewerkschaften hin zur 'E-Union' spielte das gleichnamige Projekt der Vereinten Dienstleistungsgewerkschaft, das von 2003 bis 2008 mit Förderung des Bundesministeriums für Bildung und Forschung durchgeführt wurde. Es bot ver.di die Gelegenheit, die Möglichkeiten der Internetnutzung umfassend zu analysieren. Das Projekt eröffnete darüber hinaus die Chance, verschiedene innovative Internetanwendungen zu erproben und auf ihre Tauglichkeit im gewerkschaftlichen Kontext hin zu überprüfen." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Claudio Zettel: Arbeitsgestaltung und Impulse für Innovationen im elektronischen Geschäftsverkehr. E-Business als Förderschwerpunkt des BMBF (9-16); Claus Zanker: Gewerkschaften und Internet: Das Projekt E-Union (17-38); Projekt E-Union: Die Außen- und Binnenkommunikation. Möglichkeiten und Grenzen der "elektronischen Gewerkschaft" (39-48); Projekt E-Union: Wissensmanagement für Betriebsräte. Was bei der Implementierung beachtet werden sollte (49-68); Claus Zanker: ver.di-Programmdebatte im Netz: eine gut gemeinte Idee (69-78); Egon Zweigart: Mit SMS-Unterschriften zum Mindestlohn. Die Erfahrungen der Plakat- und Unterschriftenaktion zur Mindestlohnkampagne (79-84); Klaus-Jürgen Drick: "Timo Tarif" - ein Weblog zu den Tarifrunden im Bankensektor (85-106); Michael Schwemmler: Internationale Gewerkschaftskooperation im Netz "int.unity 2.0" (107-122); Marion Lühring: "Wiki Gute Arbeit" - gewerkschaftliches Wissen als soziales Gut nutzbar machen (123-138); Gerrit Wiegand: Innovationsbarometer - ein Internet-Tool zur Befragung wurde entwickelt und erprobt (139-168); Hermann Schmid: ver.di auf dem Weg zum Mitgliedernetz (169-182); Dieter Wesp: Täglich neu. Das Extranet der IG Metall (183-194); Rudolf Heim: Klein, aber fein. Die zielgruppenorientierten Blogs der IG BCE (195-200).

[214-L] Schulz, Florian; Skopek, Jan; Klein, Doreen; Schmitz, Andreas:

Wer nutzt Internetkontaktbörsen in Deutschland?, in: Zeitschrift für Familienforschung :

Beiträge zu Haushalt, Verwandtschaft und Lebenslauf, Jg. 20/2008, H. 3, S. 271-292 (Standort: USB Köln(38)-Z3070; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "Der Aufsatz stellt die Frage, wer in Deutschland die Möglichkeit der internetgestützten Partnersuche nutzt. Ausgehend von der Debatte um digitale Ungleichheiten werden in Auseinandersetzung mit den Erkenntnissen der soziologischen Partnerwahlforschung theoretische Hypothesen formuliert, nach welchen sozialstrukturellen Merkmalen die Teilnahme am Onlinedating variiert. Diese Überlegungen werden auf Basis der Daten der ARD/ ZDF-Onlinestudie 2007, einer für Deutschland repräsentativen Erhebung zur Internetnutzung, empirisch geprüft. Verglichen mit der Gesamtbevölkerung zeigt sich, dass die Onlinedater eher männlich, jünger und höher gebildet sind, sowie tendenziell in Haushalten mit höherem Einkommen leben. Verglichen mit den Internetnutzern sind die Onlinedater wiederum eher männlich, jünger und alleinwohnend; allerdings sind hier niedriger gebildete Personen leicht überrepräsentiert. In Erweiterung zu früheren Untersuchungen zeigen unsere Ergebnisse, dass die Neigung von Männern und Frauen, am Onlinedating teilzunehmen, von ihren jeweiligen

Perspektiven am Heiratsmarkt abhängig ist. Vor allem höher gebildete Frauen und niedrig gebildete Männer gehören dabei zu den Gruppen, die durch die Nutzung von Online-Kontaktbörsen ihre Partnersuche ausweiten." (Autorenreferat)

[215-L] Stark, Birgit:

Konstanten und Veränderungen der Mediennutzung in Österreich: empirische Befunde aus den Media-Analyse-Daten (1996-2007), in: SWS-Rundschau, Jg. 49/2009, H. 2, S. 130-153 (Standort: USB Köln(38)-XH05177; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "Die Medienlandschaft ist seit mehreren Jahren einem tiefgreifenden Veränderungsprozess ausgesetzt. Vor allem die zunehmende Digitalisierung und die rasch fortschreitende Verbreitung des Internet haben auf Angebot und Nutzung der Medien enorme Auswirkungen. Erstmals liegt für Österreich eine Längsschnittbetrachtung vor, die die Reaktionen des Publikums auf die Vervielfältigung des Medienangebots untersucht. Auf Basis der Media-Analyse-Daten von 1996 bis 2007 werden nicht nur das Verhältnis zwischen dem Internet und den klassischen Massenmedien, sondern auch die Unterschiede zwischen jüngeren und älteren Mediennutzern näher betrachtet. Die Ergebnisse zeigen zum einen eine relativ stabile Nutzung der traditionellen Medien in der Gesamtbevölkerung, zum anderen aber eine deutliche Kluft zwischen Jüngeren und Älteren. Vor allem für die Generation, die bereits mit dem Internet als Medium groß geworden ist ('Digital Natives'), sinkt die Attraktivität der Zeitung und des Fernsehens." (Autorenreferat)

[216-L] Tenscher, Jens:

Informationsnutzung und politische Orientierung: eine Vermessung der Europäischen Union, in: Politische Vierteljahresschrift : Zeitschrift der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft, Sonderheft, 2009, H. 42, S. 496-526 (Standort: UB Bonn(5)-Einzelsign; USB Köln(38)-FHM-XE00036; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "Massenmedien gewinnen für die politische Orientierung in demokratischen Gesellschaften zusehends an Bedeutung. Insbesondere die Nutzung politischer Informationen wird in diesem Zusammenhang als funktional für das Ausmaß politischer Involvierung, spezifischer wie diffuser Unterstützung angesehen. Dieser Annahme wird durch eine Vermessung der auf die massenmediale Berichterstattung gerichteten politischen Informationsnutzung der Bürgerinnen und Bürger der Europäischen Union sowie deren politischen Einstellungen gegenüber nationalen und EU-bezogenen Bezugsobjekten nachgegangen. Dabei bewahrt sich - länderübergreifend und insbesondere in Bezug auf die EU-Unterstützung - die eigenständige, wenn auch nachrangige Relevanz der Nutzung des politischen Informationsangebots." (Autorenreferat)

[217-L] Theunert, Helga (Hrsg.):

Interkulturell mit Medien: die Rolle der Medien für Integration und interkulturelle Verständigung, (Interdisziplinäre Diskurse, Bd. 3), (Tagung "Interkulturell mit Medien", 2007), München: KoPaed 2008, 205 S., ISBN: 978-3-86736-049-4

INHALT: "Interkulturelles Zusammenleben - in einem Land wie Deutschland sind angesichts des Anteils von hier lebenden Menschen mit Migrationshintergrund Anstrengungen dafür überfällig. Medien als integrierte Bestandteile und Mitgestalter individueller und gesellschaftlicher Lebensvollzüge klinken sich in die Sozialisationsprozesse Heranwachsender aus Migrantengruppen ebenso ein wie in die von deutschen Kindern und Jugendlichen. Inwiefern führen herkunftskulturelle Bedingungen zu Differenzen im Medienhandeln? Wie sind diese Differenzen einzuschätzen, als Ressourcen oder als Risiken für Interkulturalität? Inwiefern stiften jugendkulturelle Muster, die heute in vielen Dimensionen mit Medien verwoben sind, Gemeinsamkeit, unterstützen Verständigung, fördern interkulturelles Denken und Handeln? Welche (medien-)wissenschaftlichen und (medien-)pädagogischen Anstrengungen sind notwendig, um das Wissen um die Bedingungen interkulturellen Lebens mit Medien zu mehren und es konkret zu gestalten? Diese Fragen konturieren die Themen des vorliegenden Buches." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Tarek Badawia: Mittendrin und/ oder nur dazwischen? Identitätskonzepte von Migrantinnen und Migranten (25-38); Waldemar Vogelgesang: Startschwierigkeiten in Deutschland - Migrationserfahrungen von Aussiedlerjugendlichen (39-60); Paul Mecheril, Claus Melter, Farah Melter: Die Ambivalenz des Interesses an "Jugendlichen mit Migrationshintergrund" - Die Jugendforschung der Migrationsgesellschaft tut sich schwer (61-76); Heinz Bonfadelli: Mit Medien unterwegs - Globale Medien und kulturspezifische Nutzung (77-96); Susanne Eggert: Mit Medien Interkulturalität gestalten - Medien als Mittel interkultureller Verständigung (97-110); Achim Lauber: "Und das Deutsche, das habe ich alles vom Fernsehen - Da habe ich viel Deutsch gelernt" Zum Integrationspotenzial des Fernsehens und seiner Bedeutung für jugendliche MigrantInnen (111-124); Mareike Strotmann: Die Rolle der Familie bei der Aneignung eines neuen Mediums am Beispiel von Jugendlichen mit türkischem Migrationshintergrund (125-142); Hubertus Schröer: Paradigmenwechsel: Von der Ausländersozialarbeit zur interkulturellen Arbeit - Konsequenzen für die Arbeit mit jungen Menschen mit Migrationshintergrund (143-162); Jutta Croll, Katharina Kunze, Susanne Bernsmann: Zu Hause in der virtuellen Welt? Über den Einfluss von Herkunft und kulturellem Hintergrund auf die Nutzung des Mediums Internet durch Jugendliche (163-182); Sabine Hoffmann: Vom Gastarbeiter zum Jugendlichen mit Migrationshintergrund - Medienarbeit im Gallus Zentrum, Frankfurt am Main (183-190); Peter Holzwarth, Björn Maurer: Interkulturelle Medienarbeit mit Fotografie, Video und Audio (191-202).

[218-F] Thomä, Manuel, M.A. (Bearbeitung); Haller, Michael, Prof.Dr. (Betreuung):

Online-/ Offline-Mediennutzung von regionalen Nachrichtenangeboten

INHALT: Die durchschnittliche Dauer der Internet-Nutzung stieg in den letzten Jahren kontinuierlich (Reitze/ Ridder 2006). Regionale Medienhäuser erweitern daher ihre Printprodukte um crossmedial angebotene Nachrichten auf mehreren Kanälen: Statt "nur" Zeitung bieten sie ihren Lesern eine Online-Plattform, Web-Videos, SMS-News als mobiler Dienst oder eine E-Paper-Version. Derzeit bieten bereits über die Hälfte aller Regionalzeitungen auch Web-TV (BDZV 2008). Die Medienhäuser wissen zwar, wie viele Nutzer diese regionalen Angebote annehmen (PIs, Unique User); unbekannt ist indessen die Sozialstruktur und das Crossover-Medienverhalten dieser Nutzer: Wie etwa gehen die jüngeren berufstätigen Menschen mit den erweiterten regionalen Medienangeboten um? Welche Gewohnheiten haben sich durch die neuen Internet-Angebote herausgebildet? Gibt es beim Umgang mit regionalen Informationen eine Wissenskluft zwischen Onlinern und Offlinern? Gibt es Wechselbeziehungen zwischen der Nutzung von Onlinecommunities und Nachrichten eines regionalen Medienhauses? Wie

finden sich ältere Abonnenten mit dem Onlineangebot ihrer Regionalzeitung zurecht? Macht es zum Beispiel Sinn, für die sportinteressierten Leser lokale Spielergebnisse aus dem Amateurbereich für mobile Ausgabegeräte bereitzustellen?

METHODE: Bei diesem Projekt handelt es sich um ein langfristig angelegtes Multi-Methoden-Forschungsprojektes (Interviews nach der Grounded Theory, Online-Panel, Sekundäranalyse standardisierter Befragungen). Die empirisch gewonnenen Daten sollen Aufschluss geben über die Medienrezeption der Leser bzw. Nutzer crossmedial arbeitender Zeitungen im Kernverbreitungsgebiet (Lokales/ Regionales).

ART: *BEGINN:* 2008-01 *ENDE:* 2010-12 *AUFTRAGGEBER:* keine Angabe *FINANZIERER:* keine Angabe

INSTITUTION: Institut für Praktische Journalismusforschung (Menckestr. 27, 04155 Leipzig)

KONTAKT: Bearbeiter (Tel. 0341-2004-0312, e-mail: thomae@journalismusforschung.de)

[219-L] Wollscheid, Sabine:

Literaturkonsum und Lesezeit: konsumsoziologische Erklärung vor dem Hintergrund zunehmender Beschleunigung, in: Berliner Debatte Initial : Sozial- und geisteswissenschaftliches Journal, Jg. 20/2009, H. 1, S. 19-29 (Standort: UB Bonn(5)-Z90/76; USB Köln(38)-M XA01655; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: Der Beitrag sucht Antworten auf die Frage, ob und inwieweit Strategien eines beschleunigten Literaturkonsums im Zeitverlauf und bei verschiedenen Bevölkerungsgruppen zugenommen haben. Tatsächlich mehren sich Hinweise darauf, dass Ausprägungen des sukzessiven Lesens, z. B. "Lesezapping" und "Portionslektüre", auch in Analogie zum Fernsehkonsum, insgesamt an Bedeutung gewonnen haben, wobei dies insbesondere für jüngere Lesergruppen gilt. Weiterhin ist eine Zunahme des "Parallellesens" zu beobachten, also das gleichzeitige Lesen von mehreren Büchern über einen längeren Zeitraum. Insofern kann im Bereich des Literaturkonsums durchaus von Beschleunigung gesprochen werden, auch wenn dies nicht für alle Bevölkerungsgruppen gleichermaßen gilt. Insbesondere Jugendliche neigen zu Strategien des beschleunigten (Lese-)Konsums, obgleich diese Gruppe vergleichsweise wenig unter "Zeitstress" leidet. Verbindet man konsum- und sozialisationstheoretische Ansätze, muss der Lesekonsum von Kindern und Jugendlichen allerdings in einem umfassenderen Kontext (z. B. Familie, Freizeit) verankert und das gesamte Medienspektrum berücksichtigt werden. Zu fragen ist hier, inwieweit die Nutzung neuer Medien bzw. damit verbundene Lesestrategien am Bildschirm die herkömmlichen Muster des Literaturkonsums beeinflussen und inwieweit das Vorbildverhalten von Eltern und/oder Gleichaltrigen von Bedeutung ist. (ICA2)

[220-L] Yusup, Abduweli:

Die Fernsehnutzung von uigurischen Kindern und Jugendlichen in Xinjiang: einen Weg zur gesellschaftlichen Integration?, Erfurt 2009, V, 202 S. (Graue Literatur; nbn-resolving.de/urn:nbn:de:gbv:547-200900052)

INHALT: "Uigurische Autonome Region Xinjiang ist eine einzigartige multinationale und multikulturelle Gesellschaft in China. Zurzeit unterliegt diese Region politisch, sozial und wirtschaftlich einem rasanten Wandel. Durch diese Entwicklung wächst der gesellschaftliche Integrationsbedarf von nationalen Minderheiten in die chinesische Gesellschaft. In diesem Zu-

sammenhang besitzen die Massenmedien, insbesondere die elektronischen Medien das Potential, durch ihre informativen Funktionen für das Gelingen von Integration eine bedeutende Rolle zu spielen. Aber in China gibt es noch keine Untersuchungen, die sich mit dem Zusammenhang zwischen Medienkonsum und sozialer Integration von sprachlich-kulturellen ethnischen Minderheiten befassen. Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit den Auseinandersetzungen über die Rolle des Fernsehens in Bezug auf die gesellschaftliche Integration der uigurischen Kinder und Jugendlichen in Xinjiang. Im Mittelpunkt stehen sowohl die Programmgestaltung des uigurisch- und chinesischsprachigen Fernsehens in Xinjiang als auch die Konsumverhältnisse der uigurischen Kinder und Jugendlichen bezüglich ihrer Interessen und Bedürfnisse. Zur Untersuchung wurden bestimmte Fernsehsendungen während des zweimaligen Forschungsaufenthalts vor Ort aufgezeichnet. Die Datenerhebungen erfolgten unter anderem über Fragebögen, Interview und Beobachtungen. Die statistische Auswertung der erhobenen Daten erfolgte mittels deskriptiver und analytischer Verfahren. Um die Integrationswirkung des Fernsehens zu analysieren, wurde der Zusammenhang zwischen Fernsehangeboten, Fernsehnutzung und Rezipientenmeinung auf der Basis von zwei theoretischen Ansätzen veranschaulicht. Die Ergebnisse dieser Arbeit zeigen, dass das Fernsehen in Xinjiang ein Medium ist, das den Alltag der Kinder und Jugendlichen relativ stark prägt und durch sein vielfältiges Angebot deren soziale Integration wesentlich fördert." (Autorenreferat)

[221-L] Zhao, Jinqiu:

The internet and rural development in China: the socio-structural paradigm, (Europäische Hochschulschriften. Reihe 40, Kommunikationswissenschaft und Publizistik, Bd. 97), Bern: P. Lang 2008, 287 S., ISBN: 978-3-03911-584-6

INHALT: "Despite its low penetration in China's vast rural areas, the Internet is generally perceived as a new engine for rural empowerment. By examining five Internet application initiatives in rural China, this book offers a unique view of the diffusion and usage of the Internet and its implications on the lives of rural people. Placed in the political, socioeconomic and infrastructure contexts of rural China, the book departs from the classical diffusion of innovations model and extends the existing knowledge on the adoption and usage of the Internet by rural people. In addition to testing the applicability of the diffusion of innovations theory to the diffusion of Information and Communications Technologies in the rural areas today, the study provides rich empirical evidence regarding the actual impact of the Internet on the livelihood of rural people. It also shows some innovative uses of the Internet in rural development." (author's abstract)

1.7 Medienwirkung

[222-L] Albert, Fruzsina; Dávid, Beáta; Molnár, Szilárd:

Links between the diffusion of internet usage and social network characteristics in contemporary hungarian society: a longitudinal analysis, in: Uwe Serdült (Hrsg.) ; Volker G. Täube (Hrsg.): Applications of social network analysis ASNA 2005 : conference contributions, Zurich, October 20-21, 2005, Bamberg: WVB-Verl., 2008, S. 163-188, ISBN: 978-3-86573-374-0 (Standort: USB Köln(38)-35A8901)

INHALT: Die Longitudinalstudie zur Untersuchung der Zusammenhänge zwischen Internetgebrauch und der Entstehung von sozialen Netzwerken versucht folgende Frage zu beantworten: Generiert, stärkt, ergänzt oder schwächt das Internet Sozialkapital? Die Längsschnittstudie erfolgte von 2001 bis 2003 in drei Wellen mit 2000 Ungarn. Verglichen wurden Internetnutzer, Nicht-Internetnutzer und Einsteiger. Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass Nutzer über ein größeres Sozialkapital verfügen als diejenigen, die über keinen Internetanschluss verfügen. Weiterhin wird deutlich, dass die Internetnutzung stark von schon bestehenden sozialen Netzwerken abhängig ist; es existieren kulturelle und soziale Barrieren, die die Internetnutzung bzw. -diffusion beschleunigen und/oder auch hemmen. Entscheidend sind damit insgesamt diese "vorgelagerten" sozialen Strukturen als Katalysatoren der Internetdiffusion. (ICA)

[223-F] Al-Jabiri, Ishtar, Dipl.-Soz.; Glück, Antje, Dipl.-Journ. (Bearbeitung); Gerhards, Jürgen, Prof.Dr.; Schäfer, Mike S., Dr. (Leitung):

Zur massenmedialen Konstruktion der Terrorismusgefahr im interkulturellen Vergleich

INHALT: Individuen und Gruppen reagieren auf Ereignisse, die sie als Bedrohung interpretieren, mit Angst und Furcht. In der westlichen Welt wird gegenwärtig v.a. das Handeln islamistischer Terrorgruppen als zentrale Bedrohung interpretiert; in der islamischen Welt werden hingegen die völkerrechtlich teils unzureichend legitimierten Interventionen v.a. westlicher Länder als Staatsterrorismus interpretiert. Diese empfundenen Bedrohungen können zur Mobilisierung breiter Bevölkerungsgruppen sowie zur (De)Legitimierung global wirksamer Politiken führen. Die entsprechenden Wahrnehmungen und Interpretationen von Bedrohungen speisen sich dabei meist nicht aus der unmittelbaren Erfahrung, sondern sind über Massenmedien vermittelt, die zentrale Institutionen der Konstruktion von Bedrohung und Angst darstellen. Vor diesem Hintergrund wird das beantragte Projekt eine Analyse der Medienberichterstattung über terroristische Bedrohungen im Vergleich westlicher und islamischer Länder vorlegen. Dabei sollen die massenmedial - konkreter: im Fernsehen - dargestellten Bedrohungen und damit verbundenen massenmedialen Emotionalisierungsstrategien in einer kulturvergleichenden Perspektive herausgearbeitet werden.

METHODE: keine Angaben **DATENGEWINNUNG:** Inhaltsanalyse, standardisiert (TV-Sendungen ARD, BBC, CNN, Al-Jazeera, Al-Arabia). Qualitatives Interview (TV-Journalisten).

ART: *BEGINN:* 2008-09 *ENDE:* 2010-08 *AUFTRAGGEBER:* nein *FINANZIERER:* im Rahmen des Exzellenzclusters "Languages of Emotions"

INSTITUTION: Freie Universität Berlin, FB Politik- und Sozialwissenschaften, Institut für Soziologie Arbeitsbereich Makrosoziologie (Garystr. 55, 14195 Berlin)

KONTAKT: Schäfer, Mike S. (Dr. e-mail: mike.schaefer@fu-berlin.de, Tel. 030-838-57642)

[224-L] Barkow, Benjamin:

Die Berichterstattung über die NPD in Kommunalparlamenten, (DemokratiePolitik -

Politikwissenschaftliche Arbeitspapiere aus dem Arbeitsbereich Politische Theorie und

Ideengeschichte, H. 3), Greifswald 2007, 49 S., ISBN: 3-86006-283-2 (Graue Literatur;

www.phil.uni-greifswald.de/fileadmin/mediapool/ipk/publikationen/forschungsstelle_rechtsextremismus/DP2006_Heft3_Barkow_BerichterstattungNPD.pdf)

INHALT: Der Verfasser geht folgender Frage nach: Welche Strategien des journalistischen Umgangs mit dem Rechtsextremismus hat es im Land bisher gegeben? Um diese Frage zu beant-

worten, analysiert er exemplarisch zwei Regionalzeitungen des Landes mit jeweils einem zugehörigen Lokalteil durchgehend: die Anklamer Ausgabe des Nordkurier und die Stralsunder Ausgabe der Ostsee-Zeitung. Der Untersuchungszeitraum beginnt am 1. Mai 2004 und endet am 31. Dezember 2005 und deckt damit die ersten eineinhalb Jahre der Zugehörigkeit der NPD zu den Kommunalparlamenten in diesen beiden Regionen sowie den letzten Monat des Kommunalwahlkampfes ab. Es wird festgestellt, dass sich die Berichterstattung der beiden Zeitungen über die rechtsextreme NPD tatsächlich unterscheidet, d. h. es besteht offensichtlich ein von Zeitungsredaktionen wahrnehmbarer Handlungsspielraum. Die Unterschiede bestehen im Kern darin, dass die Ostsee-Zeitung eine - wie der Autor es nennt - 'offensivere' Strategie verfolgt, indem sie Artikel zum Thema an zentraler Stelle platziert, Originalzitate der Rechtsextremen dokumentiert und in den Artikeln selbst dann auch eindeutig wertende Formulierungen verwendet. Demgegenüber berichtete der Nordkurier sehr viel zurückhaltender - und zwar so zurückhaltend, dass vielfach die Werte, Ziele und Argumentationsmuster der in Anklam vergleichsweise kommunalpolitisch aktiven NPD in der Berichterstattung unklar blieben. Stattdessen lag der Schwerpunkt des Nordkurier stärker beim Thema Aktivitäten gegen Rechtsextremismus. Der Autor argumentiert, dass es bei den beiden exemplarisch untersuchten Zeitungen zumindest während des Untersuchungszeitraums unterschiedliche Strategien in der Berichterstattung über die NPD geben hat. (ICF2)

[225-L] Bleeker-Dohmen, Roelf; Strasser, Hermann:

Denkverbot oder kritische Reflexion?: von Tätern und Opfern der Antisemitismusdebatten, in: Birgit E. Klein (Hrsg.) ; Christiane E. Müller (Hrsg.): Memoria - Wege jüdischen Erinnerns : Festschrift für Michael Brooke zum 65. Geburtstag, Berlin: Metropol-Verl., 2005, S. 807-821

INHALT: Die Verfasser setzen sich mit den Strukturen und Triebkräften von in der deutschen Öffentlichkeit ausgetragenen Antisemitismusdebatten auseinander. Sie fragen, ob diese Debatten Ausdruck eines kritischen Reflexionsniveaus oder Resultat der "Moralkeule Auschwitz" sind, und sie untersuchen die Rolle der Massenmedien, die diese Debatten an die Öffentlichkeit tragen. Der Antisemitismus, so die Verfasser, ist in Deutschland tief verwurzelt. Debatten über den Antisemitismus sind einerseits von dem Wunsch geprägt, die deutsche Vergangenheit vom Schatten des Holocaust zu entlasten, andererseits von einer Lust an Provokation, wie sie beispielsweise bei Möllemann zum Ausdruck kommt. Auf medialer Ebene sind solche Vorstöße besonders wirksam, da sie den Mechanismen der Massenmedien entgegenkommen. Diese öffentlichen Debatten, so die Verfasser, kranken daran, dass sie in einer "vermachteten Öffentlichkeit" stattfinden. Die eigentlichen Opfer der Debatte um eine Neubewertung der Täter-Opfer-Frage in Deutschland sind die heute in Deutschland lebenden Juden. (ICE2)

[226-L] Bonfadelli, Heinz; Imhof, Kurt; Blum, Roger; Jarren, Otfried (Hrsg.):

Seismographische Funktion von Öffentlichkeit im Wandel, (Mediensymposium Luzern, Bd. 10), Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. 2008, 349 S., ISBN: 978-3-531-15988-1

INHALT: "In der Öffentlichkeit kandidieren permanent Problematisierungen der sozialen Ordnung um Aufmerksamkeit. Welche Akteure mit welchen Themen auf welche Weise Aufmerksamkeit erhalten, ist von sozialstrukturellen und -kulturellen Restriktionen und Chancen sowie von Aufmerksamkeitsstrategien abhängig. Die Summe der Restriktionen und Chancen

zu öffentlicher Resonanz bestimmt die seismographische Funktion öffentlicher Kommunikation. Nach wie vor gibt es jedoch weder eine umfassendere theoretische Reflexion noch eine breit abgestützte empirische Forschung zur umgreifenden Frage, wie sich moderne Gesellschaften über öffentliche Kommunikation reflexiv steuern. Dieses Buch ist diesem doppelten Problem gewidmet und bietet Anregungen für die theoretische Debatte wie für die empirische Forschung des Wandels der seismographischen Funktion öffentlicher Kommunikation." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Heinz Bonfadelli: Einleitung: Medien zwischen Seismographie- und Frühwarnfunktionen (7-16); Kurt Imhof: Die seismographische Qualität der Öffentlichkeit (17-56); Horst Pöttker: Öffentlichkeit als Seismograph? Über Bedingungen der Enthüllungsfunktion von Medien am Beispiel der Dreyfus-Affäre (57-79); Jürgen Heinrich und Frank Lobigs: Warum das Reformieren keine Freude mehr macht. Ökonomischer Wandel und der Wandel der Seismographie der öffentlichen Kommunikation (80-101); Helmut Scherer und Annekaryn Tide: Der Einzelne und die öffentliche Kommunikation (102-118); Bernd Blöbaum: Wandel redaktioneller Strukturen und Entscheidungsprozesse (119-129); Stephan Russ-Mohl: Journalismus und PR als Seismographen und Frühwarnsysteme? (130-145); Mark Eisenegger: Zur Logik medialer Seismographie: Der Nachrichtenwertansatz auf dem Prüfstand (146-169); Esther Kamber und Patrik Ettinger: Strukturen und Wandel von Öffentlichkeit und ihre seismographische Funktion (170-190); Katja Schwer und Hans-Bernd Brosius: Sphären des (Un-) Politischen. Ein Modell zur Analyse von Politikdarstellung und -rezeption (191-209); Gabriele Siegert, Patrick Rademacher und Frank Lobigs: Pessimistische Theorie - Optimistische Praxis? Unterschiedliche Sichtweisen auf die Konsequenzen der Ökonomisierung der Medien für deren seismographische Funktion in der Demokratie (210-229); Regina Vettors: Frankreichs Referendumsdebatte in deutschen Printmedien: Beobachtung von außen oder Stellvertreterdebatte? (230-246); Una Dirks: Die Mediatisierung der Kriegsgründe im Irak-Konflikt: Story Telling und evidenzbasierte Diskursfragmente im Widerstreit. Ein Vergleich der deutschen und US-amerikanischen 'Qualitäts'-Presse (247-280); Almut Todorow: Feuilletondiskurs und seismographische Funktion von Kulturkommunikation (281-299); Heinz Bonfadelli: Kulturberichterstattung im Wandel (300-319); Hans-Dieter König: Die Wirkung von Fernsehdokumentationen zum Rechtsextremismus auf die seismographische Funktion der Adressaten (320-344).

[227-L] Buder, Christian:

Zur tödlichen Strategie der Selbstmordattentäter, in: Sic et Non : Zeitschrift für Philosophie und Kultur. im netz, 2008, H. 10, 4 S. (www.sicetnon.org/content/selbstmordattentaeter.pdf)

INHALT: "Der exzessive Tötungsrausch eines Attentäters entspricht dem traumatischen Grad, der nötig ist, um von der Informationsmaschinerie der Medien wahrgenommen zu werden. Erst durch die exzessive Tat und ihres In-Szene-Setzen wird die Tat zum traumatischen Ereignis für den 'Anderen'. Amokläufer und Selbstmordattentäter mit terroristischem Hintergrund mögen sich in ihrer psychologischen Motivationsstruktur unterscheiden, beiden ist gemeinsam, dass sie versuchen durch ihre Tat in die mediale Öffentlichkeit vorzudringen." (Autorenreferat)

[228-L] Bulmahn, Thomas:

Öffentliche Wahrnehmung der Bundeswehr: Medienberichte und Medienwirkungen, in:

Manfred Hettling (Hrsg.) ; Jörg Echternkamp (Hrsg.): Bedingt erinnerungsbereit :

Soldatengedenken in der Bundesrepublik: Vandenhoeck & Ruprecht, 2008, S. 151-161

INHALT: Die Untersuchung zeigt dreierlei: (1) Medienberichte können die öffentliche Meinung zumindest kurzfristig in signifikantem Ausmaß beeinflussen. Die im Analysezeitraum beobachtete intensive Berichterstattung über Negativereignisse beim Einsatz der Bundeswehr in Afghanistan wurde von einem großen Teil der Bevölkerung wahrgenommen und hat die Haltung zu Auslandseinsätzen beeinflusst. (2) Diese Effekte hängen von zahlreichen Kontextfaktoren ab, beispielweise vom individuellen Interesse an sicherheits- und verteidigungspolitischen Themen und vom Ausmaß des Medienkonsums. (3) Die Medienwirkung ist stark von der Intensität der Berichterstattung abhängig, weshalb der Einfluss der Medien auf die öffentliche Meinung zeitlich begrenzt ist. (ICE2)

[229-L] Eckold, Daniel:

Das Leben als Show: der Einfluss der Kamera auf das menschliche Verhalten, Saarbrücken:

VDM Verl. Dr. Müller 2007, 52 S., ISBN: 978-3-8364-1177-6 (Standort: UB Chemnitz (Ch1)-AP36680eck)

INHALT: "Der Begriff des Privaten scheint aufgrund der sich rasant entwickelnden Medienwelt immer mehr Einschränkungen unterworfen zu sein. Boulevardjournalismus, Reality-TV, digitale Speicherung privater Daten und die visuelle Überwachung des öffentlichen Raumes werfen die Frage auf, wie und ob sich der Mensch in seinem Verhalten dieser permanenten Beobachtung anpasst. Das vorliegende Buch versucht aus kultur- und medienwissenschaftlicher Sichtweise eine Antwort auf diese Frage zu geben. Der Autor geht dabei einleitend auf wesentliche Theorien zum Dualismus zwischen Privatsphäre und Öffentlichkeit ein. Hauptaugenmerk dieser Darstellung liegt auf den Überlegungen von Jürgen Habermas, Norbert Elias und Richard Sennett, sowie auf Foucaults Panopticon. Im Anschluss untersucht der Autor den Zusammenhang zwischen medialer Überwachung und den damit verbundenen Konsequenzen für die Gesellschaft. Neben einer Übersicht zum Realitätsfernsehen, steht hierbei die Veräußerung von Freiheitsrechten und ihre Darstellung im zeitgenössischen Film im Vordergrund der medienwissenschaftlichen Überlegungen." (Autorenreferat)

[230-L] Eikmann, Thomas; Herr, Caroline E.W.:

Mobilfunkdiskurse und die problematische Rolle der Medien, in: Technikfolgenabschätzung :

Theorie und Praxis, Jg. 17/2008, Nr. 3, S. 51-58 (www.itas.fzk.de/tatup/083/eihe08a.pdf)

INHALT: "In öffentlichen Mobilfunkdiskursen nehmen die Medien in der Kommunikation der beteiligten Akteure oftmals eine wesentliche Rolle ein. Anhand des Beispiels einer heftigen Medienkontroverse über die Bedeutung der Ergebnisse einer einzigen wissenschaftlichen Publikation wird dargestellt, welchen Einfluss die Medien auf die Entwicklung von Meinungen oder Meinungsführerschaften in diesem speziellen Problembereich haben können. Dieses Fallbeispiel demonstriert ebenfalls die Problematik der (vorzeitigen) Bekanntgabe von Forschungsergebnissen in den Medien sowie die sich daraus ergebenden (schwierigen) Beziehungen zwischen Wissenschaftlern und Medienvertretern. Bei vermeintlich unklarer wissen-

schaftlicher Datenlage in der Mobilfunkproblematik scheinen die persönlichen Überzeugungen der Autoren teilweise die Berichterstattung stärker zu bestimmen als in anderen umweltrelevanten Problembereichen. Eine besonders wichtige Rolle spielen die Medien in den öffentlichen Mobilfunkdiskursen auf lokaler Ebene; hier haben sie teilweise einen entscheidenden Einfluss auf die Ausprägung und Entwicklung dieser Diskurse. Die Bildung von Bürgerinitiativen und deren Aktionen sind auf der einen Seite von der Unterstützung durch die Medien abhängig, auf der anderen Seite werden derartige Aktivitäten von den Medien auch sehr gerne aufgegriffen, weil sie mehr Interesse in der Bevölkerung finden als beruhigende Nachrichten über das tatsächliche Risiko dieser Technologie." (Autorenreferat)

[231-L] Frank, Saskia:

Zeppelin-Ereignisse: Technikkatastrophen im medialen Prozess, Marburg: Tectum Verl. 2008, 219 S., ISBN: 978-3-8288-9836-3

INHALT: "Am 6. Mai 1937 fing das auf den Namen 'Hindenburg' getaufte Luftschiff Zeppelin LZ 129 bei der Landung im amerikanischen Lakehurst Feuer, verbrannte binnen Sekunden. Die Bilder der Katastrophe prägten als visuelles Fanal das kollektive Gedächtnis bis heute. Unglücke und Unfälle gehören unabdingbar zur Technik- und Dingkultur. Mit Zeppelinen assoziieren wir technischen Fortschritt ebenso wie technische Katastrophen. Saskia Frank zeigt, wie der mediale Umgang mit der Entwicklung der Zeppeline Sinnstiftungen abseits technischer Fakten produzierte. Zeppelin-Flüge wurden zu Himmelfahrten zwischen Diesseits und Jenseits. Luftschiffe wurden im Luftkrieg 1914-1918 aber auch zu Vorboten des Unheils, im Nationalsozialismus zu Vehikeln der Massensuggestion, bei Unglücksfällen wie in Lakehurst zur unentrinnbaren Feuerhölle. Welche neuen symbolischen Ebenen hierdurch eröffnet werden und was dies über den Umgang der Menschen mit technischen Katastrophen aussagt, ist nur eine der Fragen, mit der sich dieses Buch befasst. Auffälligerweise setzt sich von jedem Unglück ein fester Bilderkanon durch, der das eigentliche Ereignis überdauert. Katastrophen sind mithin nicht nur mediale, sondern auch kulturelle Ereignisse." (Autorenreferat)

[232-F] Hermann, Dieter, Prof.Dr.phil. (Leitung):

Geschlechtsspezifische Folgen der Rezeption medialer Gewalt - ein empirischer Vergleich neurologischer, soziologischer und kriminologischer Erklärungen

INHALT: Die Ergebnisse der Studien zu den Folgen des Konsums von Mediengewalt variieren zwar erheblich, aber die neueren Metaanalysen zu der Thematik belegen einen mit zunehmender Aktualität der Studie größer werdenden Zusammenhang zwischen Medienrezeption und Gewalthandeln; während bei Frauen der Konsum medialer Gewalt insbesondere mit einer Zunahme der Kriminalitätsfurcht korrespondiert, reagieren Männer mit vermehrter Aggressivität und Gewalt sowie mit einem Abbau von Empathie. Allerdings ist unklar, warum Frauen und Männer unterschiedlich reagieren. In der Studie sollen mögliche Ursachen für die geschlechtsspezifischen Reaktionen auf Mediengewalt empirisch überprüft werden. Dabei stehen zwei sich ergänzende Hypothesen im Vordergrund. Nach Hypothese 1 nehmen Frauen und Männer medial vermittelte Gewalt unterschiedlich wahr, d.h. die Konfrontation mit Mediengewalt aktiviert unterschiedliche Hirnregionen in unterschiedlichem Ausmaß. Folglich reagieren sie auch unterschiedlich auf Mediengewalt. Nach Hypothese 2 reagieren Frauen und Männer sozialisationsbedingt unterschiedlich auf Gewaltmedien. Die Hypothesen sollen

durch Befragungen und Experimenten mit dem Einsatz bildgebender Verfahren, der funktionalen Magnetresonanz-Tomographie (fMRT), überprüft werden. Die Untersuchung hat den Charakter einer Pilotstudie.

METHODE: Sozialisationstheorie; Neurobiologie

ART: *BEGINN:* 2007-04 *ENDE:* 2010-03 *AUFTRAGGEBER:* keine Angabe *FINANZIERER:* keine Angabe

INSTITUTION: Universität Heidelberg, Fak. für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Institut für Soziologie (Bergheimer Str. 58, 69115 Heidelberg); Universität Heidelberg, Juristische Fakultät, Institut für Kriminologie (Friedrich-Ebert-Anlage 6-10, 69117 Heidelberg)

KONTAKT: Leiter (Tel. 06221-54-7449, Fax: 06221-54-7495, e-mail: hermann@krimi.uni-heidelberg.de)

[233-L] Ibahrine, Mohammed:

New media and neo-Islamism: new media's impact on the political culture in the Islamic world, Saarbrücken: VDM Verl. Dr. Müller 2007, 382 S., ISBN: 978-3-8364-1655-9

INHALT: "The book provides a comprehensive discussion of the nature, form and impact of the information and communication technologies in current times. It investigates the context, nature and outcomes of Islamists' use of the Internet, their experiences, challenges and innovations, providing a unique insight into the workings of new media and online politics in the Arab and Islamic countries. It considers how the political use of the Internet by Islamist groups has influenced the information flow, organization, recruitment and mobilization of activists, members and sympathizers. It also explores that different ways in which the Internet is employed, what communication tactics are used, their effectiveness to inform our understanding of political and social change in the Islamic world." (author's abstract)

[234-L] Jordan, Raul:

Konfrontation mit der Vergangenheit: das Medienergebnis Holocaust und die Politische Kultur der Bundesrepublik Deutschland, Frankfurt am Main: P. Lang 2008, 179 S., ISBN: 978-3-631-57459-1

INHALT: Als der Fernsehvierteiler 'Holocaust' 1979 erstmalig im deutschen Fernsehen gezeigt wurde, übertrafen die Einschaltquoten alle Erwartungen. Jeder zweite Bundesbürger sah mindestens eine Folge. Der Film erzeugte fast 35 Jahre nach der Befreiung vom Nationalsozialismus nicht nur eine bis dahin unbekannt, massive Betroffenheit. Die breite Diskussion in der Öffentlichkeit zeigte auch, wie groß das Maß des bisherigen Nichtwissens beziehungsweise des Nichtwissenwollens und Nichtausgesprochenen war. Jordan untersucht dieses Medienergebnis im Kontext der Politischen Kultur der Bundesrepublik. Im Mittelpunkt steht eine empirische Fallstudie zu den Reaktionen der Zuschauer, die auf einer Quellensammlung von 9.000 Briefen basiert, die dem Westdeutschen Rundfunk zugehen. Analysiert werden insbesondere Aussagen, die sich auf die Einstellungen der Zuschauer zum Nationalsozialismus und den Umgang mit diesem in der Bundesrepublik beziehen. Zwar lassen sich die dokumentierten Aussagen selbstverständlich nicht auf die gesamte Bevölkerung übertragen, dennoch bieten sie einen interessanten zeitgeschichtlichen Einblick. Zu beobachten sei, schreibt der Autor, wie die Zeitzeugengeneration in einen Widerspruch zwischen ihrer eigenen Darstellung und einem sich verändernden öffentlichen Geschichtsbild gerate. Einerseits werde die Auseinan-

dersetzung mit der nationalsozialistischen Vergangenheit begrüßt und die Vergangenheit als Warnung für die Gegenwart verstanden. Andererseits seien die Geschichtsbilder seit den 50er-Jahren geprägt gewesen von Entlastungsversuchen im Sinne einer Aufrechnungsmentalität, verbunden mit der Schuldzuschreibung auf einen kleinen Kreis von Tätern und dem hierdurch ermöglichten Selbstverständnis der Deutschen als Opfer. Die durch den Fernsehfilm ohne Zweifel bewirkte Veränderung der öffentlichen Auseinandersetzung schlage sich damit in den Briefen nur bedingt nieder. (ZPol, NOMOS)

[235-L] Jung, Anne:

Erdachte Wirklichkeiten: der Hollywood-Film Blood Diamond und die Aufklärungsallianz aus NGOs und Filmwirtschaft, in: Peripherie : Zeitschrift für Politik und Ökonomie in der Dritten Welt, Jg. 29/2009, Nr. 113, S. 78-98 (Standort: USB Köln(38)-XG7608; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: Pünktlich zur Vorweihnachtszeit kam im Dezember 2006 ein Film in die Kinos, so die Verfasserin, der sich um die begehrtesten Steine der Welt dreht: Diamanten. Nicht unbegründet, denn die Geschichte des Hollywood-Films BLOOD DIAMOND dreht sich nicht um die heile Welt der Reichen und Schönen, sondern rückt den mit den wertvollen Steinen finanzierten Bürgerkrieg im Sierra Leone der 1990er Jahre in den Fokus. Es wird argumentiert, dass sozialkritisches Millionenkino durchaus das Potential besitzen könnte, innere Bilder zu kreieren, sogar diskursive Räume öffnen, die eine wichtige Voraussetzung für sozialpolitisches Engagement darstellen. Dazu muss eine grundsätzliche Offenheit und Bereitschaft auf Seiten der NGOs und der wieder stärker werdenden sozialen Bewegungen bestehen, diese Räume inhaltlich zu füllen. Um eine nachhaltige Wirkung zu erzielen, ist die (Re-) Politisierung von Kampagnenarbeit und die stärkere Betonung der öffentlichen Mobilisierung eine Voraussetzung. Es wird gezeigt, dass NGOs nicht nur gegen Missstände opponieren. Sie helfen zugleich auch bei deren Abfederung und drohen auf diese Weise, in Herrschaftsstrategien integriert zu werden. Man muss nicht so weit gehen, NGOs eine "parasitäre Kampagnenführung" vorzuwerfen, die nur noch um mediale Aufmerksamkeit buhle. Aber eine Entwicklung, in der nicht mehr die allgemeine Öffentlichkeit der Adressat von Kampagnen ist, sondern die Medien, ist unübersehbar und droht zu einem instrumentellen Verhältnis zur Öffentlichkeit beizutragen. Diese Tendenzen gilt es, so die These, umzukehren. Mit einer komplexen Thematisierung von Missständen ist es nicht unwahrscheinlich, dass Hollywood und andere Medien das Interesse an einer direkten Kooperation verlieren. Wenn es aber gelingt, über partizipative politische Kommunikation öffentlichen Druck aufzubauen und die verantwortlichen Akteure direkt zu adressieren, kann sozialkritisches Kino auch ohne direkte Kooperation als Instrument eine aufklärende Wirkung erzielen, die mehr ist als ein punktueller Erkenntnisgewinn. (ICF2)

[236-L] Kaeser, Eduard:

Google oder was Technik aus Menschen macht, in: Merkur : deutsche Zeitschrift für europäisches Denken, Jg. 63/2009, H. 2 = H. 717, S. 168-172 (Standort: USB Köln(38)-AP4481; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: Google ist gerade erst zehn Jahre alt, aber doch scheint diese Technologie unsere Lesekultur von Grund auf umzubauen. Bereits wird "googlen" als neue elementare Kulturtechnik neben lesen, schreiben, rechnen betrachtet - und als Zeichen dafür, dass wir endgültig von der

Gutenberg-Ära in eine neue Epoche elektronischer Postliterate übergetreten sind. Jedoch ist nicht Google das Problem, sondern das Ungleichgewicht, in das wir uns von Technologien hineinziehen lassen. Ein Ungleichgewicht, das unbeabsichtigte Folgen zeitigt. Ironischerweise erweist sich Google letztlich nicht als eine Suchmaschine, sondern als eine Verlierermaschine: Wir finden meist so viel, dass wir uns im Gefundenen verlieren. Google zerstreut, ja Google ist der Inbegriff industrialisierter Zerstreuung und Ablenkung: Distractionstechnologie. Dagegen gibt es solange nichts einzuwenden, wie man die angesprochene Dialektik mitberücksichtigt: den Punkt, wo all diese Zerstreuung nach einer entgegengesetzten Bewegung ruft - nach Sammlung. (ICB2)

[237-L] Kempf, Wilhelm:

The impact of political news on German students' assessments of the Israeli-Palestinian conflict, in: conflict & communication online, Vol. 7/2008, No. 2, 19 S.
(www.cco.regener-online.de/2008_2/pdf/kempf_2008.pdf)

INHALT: "Unter Anwendung des experimentellen Designs einer Studie von Peleg & Alimi (2005) wird untersucht, wie unterschiedlich geframte Berichte über die Zustimmung der Knesset zur israelisch-palästinensischen 'Road Map' die Beurteilung des Nahostkonfliktes seitens deutscher Studenten beeinflussen. Die Ergebnisse der Studie bestätigen unsere theoretische Annahme, wonach der Effekt von Informationen, die in politischen Nachrichten präsentiert werden, über die Einschätzung der explizit angesprochenen Themen hinausreicht und auch die Einschätzung anderer Themen berührt, die über die Struktur der mentalen Modelle damit verbunden sind, in welche die Rezipienten die Information integrieren. Entsprechend ist der Einfluss politischer Nachrichten auch nicht einheitlich, sondern er hängt von den mentalen Modellen ab, welche die Rezipienten bereits zuvor entwickelt haben. Diese a priori Modelle können deshalb stärkere Prädiktoren für Medieneffekte darstellen als Variablen wie die politische Orientierung der Rezipienten, ihre persönlichen Ansichten oder die Relevanz, welche sie dem Konflikt zuschreiben." (Autorenreferat)

[238-L] Lange, Christiane:

Meinungsmacher Michael Moore?: der Einfluss des Films Fahrenheit 9/11 auf das Nationenimage Amerikas in Deutschland ; eine empirische Analyse, Hamburg: Diplomica Verl. 2008, VII, 175 S., ISBN: 978-3-8366-5593-4

INHALT: Untersucht wird die Frage, ob es ein Film mit der Reichweite und internationalen Popularität von "Fahrenheit 9/11" schaffen kann, das Nationenimage Amerikas in Deutschland zu beeinflussen. Das theoretische Herangehen an diese Frage erfolgt primär über die Klärung des Begriffes "Image". Gefragt wird, in wie fern Nationenimages beeinflussbar ist und welche Faktoren an diesem Prozess beteiligt sind. Dann werden der Film "Fahrenheit 9/11" und Michael Moore als dessen Regisseur vorgestellt und der Authentizitätsanspruch als Dokumentarfilm problematisiert. Vor diesem Hintergrund werden Ergebnisse eines Experiments vorgelegt, bei dem 150 Gymnasiasten aus der 10. Klasse in Augsburg vor und nach der Rezeption des Films zu Themen befragt wurden, die das Image Amerikas abbilden. Die Untersuchung zeigt, dass der Film "Fahrenheit 9/11" das Amerikaimage in Deutschland dahin gehend beeinflusst, dass negative Vorstellungen aktualisiert und verstärkt und positive Vorstellungen abgewertet werden. (ICE2)

[239-L] Lutze, Peter:

Das Codebuch kommerzialisierter Medienkulturen: Horizontale Sub-Texte im Fernsehgeschehen als Betriebsanleitung für die Lebenswelt, in: Hans Merkens (Hrsg.) ; Jürgen Zinnecker (Hrsg.): 5. Ausgabe 2005, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2005, S. 235-258

INHALT: "Besteht ein Zusammenhang zwischen Einstellungs- und Meinungsprofilen junger Menschen und den Inhalten der Medienkultur? Diese alte Frage der Medienforschung stellt sich gerade dann verstärkt, wenn über die Quotenorientiertheit als Folge der Kommerzialisierung im Fernsehgeschehen von den Medienhandelnden bestimmte Daten bevorzugt eingesetzt werden, die sender- und formatübergreifend je ähnliche Informationen transportieren. Diesen Sub-Texten ist in ihrer Omnipräsenz im Fernsehgeschehen eine hohe Konfrontationswahrscheinlichkeit inhärent, mögen die Verweilpräferenzen der Rezipienten noch so unterschiedlich sein. Mit der im Folgenden vorzustellenden Untersuchung wird die These stark gemacht, dass diese Sub-Texte in der kommerzialisierten Medienkultur mitverantwortlich für die Prägung resp. die Wirklichkeitskonstruktion (als Weltauslegungswissen) insbesondere junger Menschen zeichnen. Zudem gibt es Anhaltspunkte dafür, dass die Kommerzialisierung der Medienkultur und die konsumideologische Ausrichtung ihrer TV-Ästhetik frappierend ähnliche Profile der Jugendgenerationen in ganz unterschiedlichen, voneinander entfernten Gesellschaften hervorbringen. Es will scheinen, als könnte sich die Jugendforschung dem Einstellungs- und Meinungsprofil von Kindern und Jugendlichen auch über die Analyse dieser in den modernen Kommunikationsverhältnissen omnipräsenten TV-Daten annähern. Wenn wir also das 'Codebuch' der kommerzialisierten Medienkultur analysieren, können wir im Vergleich mit bekannten Daten aus Umfragen Rückschlüsse auf eine in vielerlei Hinsicht 'gefühlte Wirklichkeit' der in dieser Medienkultur aufgewachsenen Rezipienten ziehen." (Autorenreferat)

[240-L] Maier, Jürgen:

Was die Bürger über Politik (nicht) wissen: und was die Massenmedien damit zu tun haben ; ein Forschungsüberblick, in: Politische Vierteljahresschrift : Zeitschrift der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft, Sonderheft, 2009, H. 42, S. 393-414 (Standort: UB Bonn(5)-Einzelsign; USB Köln(38)-FHM-XE00036; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: Empirische Untersuchungen zeigen immer wieder, dass Bürger nur begrenzte Politikkenntnisse aufweisen. Trotz der scheinbaren Eindeutigkeit dieses Befunds herrscht kein Konsens darüber, was Bürger über Politik wissen und wie dieses Wissen gemessen werden kann. Auch gibt es lebhafte Diskussionen darüber, welche Gelegenheitsstrukturen, individuellen Fähigkeiten und persönlichen Motivationen umfangreiche Politikkenntnisse begünstigen. Dies gilt in besonderem Maße für die Massenmedien, da über den Einfluss des Fernsehens, des Radios, der Presse und des Internet auf politisches Wissen widersprüchliche Befunde vorliegen. Der vorliegende Beitrag fasst den aktuellen Stand der amerikanischen Forschung zusammen und ergänzt diesen mit den Ergebnissen der wenigen zu diesem Thema vorliegenden deutschen Untersuchungen.

[241-L] Matz, Isabelle; Tandang, Sarah:

Chancen und Gefahren sexueller Medieninhalte für Jugendliche, (Schriftenreihe

Diplomarbeiten des Fachbereichs Soziale Arbeit der Berner Fachhochschule), Bern: Ed. Soziothek 2008, 122 S., ISBN: 978-3-03796-215-2

INHALT: "Durch den gesellschaftlichen Wandel (Individualisierung, Pluralisierung der Lebensformen) haben sich Leitplanken und klare Orientierungsmuster tendenziell aufgelöst, auch bezüglich Sexualität. Kein Tag vergeht, ohne dass man mit sexuellen Medieninhalten konfrontiert wird. Um die Jahrhundertwende haben sich neuartige Medien, Technologien und auch sexuelle Inhalte rasant verbreitet. Für Menschen der 'Generation @' gehört simsen, chatten, surfen, zappen, gamen, shoppen online, burnen, downloaden oder mailen zum Alltag. In dieser Medienwelt, in der sexuelle Inhalte allgegenwärtig sind, kann es geschehen, dass Jugendliche gewollt oder ungewollt mit solchen Inhalten konfrontiert werden. Das Ziel dieser Arbeit ist, Chancen und Gefahren sexueller Medieninhalte für Jugendliche herauszuarbeiten. Zudem soll aufgezeigt werden, welchen Beitrag die Soziale Arbeit leisten kann, um Jugendliche und deren Umfeld im alltäglichen Umgang mit der Thematik zu unterstützen. Wir haben einen theoretischen Zugang zu dieser Thematik erschlossen, indem wir Studien verschiedener Disziplinen zu Jugendsexualität, Mediennutzung, Medienwirkungsforschung und Analysen verschiedener Medien (Fernsehen, Internet, Mobiltelefone) und ihrer Inhalte beigezogen, wichtige Ergebnisse zusammengetragen und durch einen empirischen Teil mit Experteninterviews ergänzt haben. Es hat sich gezeigt, dass mögliche Chancen und Gefahren sexueller Medieninhalte stark davon abhängen, wie Jugendliche in sozialen Kontexten mit dem Thema Sexualität umgehen. Positiv ist, dass Sexualität enttabuisiert worden ist und Medienangebote Jugendlichen die Möglichkeit bieten, sich in ihrer von Veränderung geprägten Lebensphase orientieren und informieren zu können. Problematisch ist, dass sexuelle Medieninhalte oft einseitig dargestellt werden, die Realität verzerrt abbilden und zur Vermarktung von nahezu sämtlichen Produkten dienen. Die Orientierungsmöglichkeiten sind weniger vielfältig als in der Realität und reichen bis zu heiklen Orientierungsangeboten. Jugendliche haben heute einen relativ einfachen und fast unbeschränkten Zugang zu jeglichen (sexuellen) Inhalten. Mit dieser neugewonnenen 'Freiheit' umzugehen, stellt eine Herausforderung für Jugendliche dar und kann bei fehlenden persönlichen und strukturellen Ressourcen oder realen Erfahrungs- und Austauschmöglichkeiten durchaus problematisch werden. Durch die mediale Allgegenwärtigkeit sexueller Inhalte ergeben sich neue Herausforderungen für einen wirksamen Jugendmedienschutz und die Medienkompetenzförderung. Diese Herausforderungen werden optimalerweise von Eltern, der Schule, der Gesetzgebung und von Professionellen betroffener Berufsgruppen gemeinsam und ergänzend angegangen. Professionelle, die mit Jugendlichen und ihrem Umfeld arbeiten, sollten sich mit dieser Thematik befassen, denn jugendliche Lebenswelten sind Medienwelten. Chancen und Gefahren sexueller Medieninhalte zu kennen kann den Zugang zu Jugendlichen, das Verständnis für ihre Anliegen und Fragen sowie neuartige Ausdrucks- und Verhaltensweisen erleichtern. Ebenso kann eine Bewusstseinsgrundlage geschaffen werden, die es erleichtert, sich in verschiedenen Arbeitsbereichen für die Thematik einzusetzen und diesbezüglich zu einer Sensibilisierung beizutragen." (Textauszug)

[242-L] Meier-Braun, Karl-Heinz:

Migration, Wahlkämpfe und Medien, in: Zeitschrift für Ausländerrecht und Ausländerpolitik, Jg. 29/2009, H. 3, S. 89-93 (Standort: USB (Köln)38-XF442; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "Das Bild, das in Deutschland von Migranten herrscht, ist häufig klischeebehaftet und einseitig. In diesem Beitrag wird der Frage nachgegangen, inwieweit die Medienberichterstattung einerseits und Politiker andererseits dazu beitragen, bzw. in welchem Maße ihr Einfluss auf das Ob und Wie der Wahrnehmung von 'Ausländerfragen' in der Öffentlichkeit relevant ist. Zugleich ist der Beitrag ein Plädoyer für eine verantwortungsvolle Auseinandersetzung mit migrationspolitischen Fragen." (Autorenreferat)

[243-L] Nerad, Michael:

Integration, Textframing und Konfliktwahrnehmung, in: conflict & communication online, Vol. 8/2009, No. 1, 24 S. (www.cco.regener-online.de/2009_1/pdf/nerad.pdf)

INHALT: "Diese Arbeit entwickelt und überprüft Hypothesen über den Einfluss von in Medientexten angebotenen Interpretationsrahmen (= Medien Frames) auf die mentalen Modelle (= individuelle Frames) der Rezipienten. Dazu wurde ein Experiment durchgeführt. Dabei wurde die Veränderung des Antwortverhaltens zwischen zwei Itempaaren, die Pre und Post gemessen wurden, analysiert. Entsprechend unserer theoretischen Annahmen, konnte kein Haupteffekt des Medien Frames festgestellt werden. Dennoch konnte festgestellt werden, dass sich die Antworten systematisch verändern. Diese Veränderung ist in starkem Maße von a priori mentalen Modellen abhängig (standardisiertes Beta = -0.4). Weiter konnte ein signifikanter Interaktionseffekt der Experimentalbedingung (Textversion) mit einer Prävariable (Schulart) gefunden werden (standardisiertes Beta = 0.12). Diese Ergebnisse zeigen deutlich, dass der Kongruenz, beziehungsweise Inkongruenz von a priori mentalem Modell und Medien Frame eine entscheidende Rolle zukommt." (Autorenreferat)

[244-L] Pfeiffer, Christian; Mößle, Thomas; Rehbein, Florian; Kleimann, Matthias:

Medienkonsum, Schulleistungen und Jugendgewalt, in: Friedrich Lösel (Hrsg.) ; Doris Bender (Hrsg.) ; Jörg-Martin Jehle (Hrsg.): Kriminologie und wissenschaftsbasierte Kriminalpolitik : Entwicklungs- und Evaluationsforschung, Bonn: Forum Verl. Godesberg, 2007, S. 609-632, ISBN: 978-3-936999-33-4 (Standort: Bayer. SB München(12)-2008.27820)

INHALT: Die Verfasser berichten anhand von Ergebnissen der Schülerbefragung 2005 des Kriminologischen Forschungsinstituts Niedersachsen über die Rolle der Medien im Leben von Schülerinnen und Schülern der vierten Grundschulklasse und zeigen am Beispiel der befragten Neuntklässler auf, wie die Nutzung besonders gewalthaltiger Mediengenres mit Gewaltbereitschaft und stereotypen Vorstellungen über Männlichkeit zusammenhängt. Je mehr Zeit die befragten Kinder vor dem Fernseher oder der Spielkonsole verbringen, so die These, desto schlechter sind ihre Schulleistungen. Besonders negative Auswirkungen hat dabei der eigene Fernseher im Kinderzimmer. Kinder der vierten Klasse mit einem eigenen Fernseher im Zimmer haben deutlich schlechtere Schulnoten in den Fächern Deutsch, Mathematik und Sachkunde. Der gleiche Zusammenhang lässt sich beobachten, wenn man die Kinder in Gruppen von Vielsehern, Normalsehern und Wenigsehern bzw. Wenigspielern und Vielspielern auf-

teilt: Schülerinnen und Schüler mit sehr hohen Mediennutzungszeiten schneiden deutlich schlechter in der Schule ab als ihre Altersgenossen mit geringerer Medienzeit. Der Geschlechterunterschied in der Medienausstattung (Fernseher, Spielkonsolen und Computer finden sich deutlich häufiger in Jungenzimmern) hat eine interessante Analogie: 41 % der 10-jährigen Mädchen, aber nur 34 % der 10-jährigen Jungen erhielten am Ende der vierten Klasse eine Schulempfehlung für das Gymnasium. Mediengewalt kann, so die Autoren, aggressiv machen. Besonders gefährdet erscheinen hier Jugendliche und vor allem Kinder. So zeichneten sich die neben den Viertklässlern ebenfalls befragten Neuntklässler, die angaben, häufig Kampfspiele zu spielen, durch eine höhere Gewaltbereitschaft aus. Genau diese Jugendlichen stimmen auch verstärkt Aussagen zu, die männliche Gewalt befürworten. Geht man von der handlungsleitenden Funktion sozialer Normen aus, liegt die Vermutung nahe, dass Jugendliche, die ein solches Bild von Männlichkeit in sich tragen, auch zur realen Umsetzung dieses Bildes neigen. (ICF2)

[245-L] Rössler, Patrick:

Wie Menschen die Wirkungen politischer Medienberichterstattung wahrnehmen: und welche Konsequenzen daraus resultieren ; zum Zusammenhang von politischer Willensbildung, Second- und Third-Person-Effekten, in: Politische Vierteljahresschrift : Zeitschrift der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft, Sonderheft, 2009, H. 42, S. 468-495 (Standort: UB Bonn(5)-Einzelsign; USB Köln(38)-FHM-XE00036; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "Mutmaßungen über Medienwirkungen können die Wahrnehmungen und das Verhalten des Publikums beeinflussen - und politische Einstellungen von Mediennutzern hängen auch davon ab, welchen Einfluss sie den Medien im Prozess der Meinungs- und Willensbildung generell zumessen. Diese Hypothese, die im Kontext von Studien zum 'Third-Person-Effekt' angesiedelt ist, wurde anhand einer empirischen Feldstudie anlässlich der Bundestagswahl 2002 untersucht. In einer Befragung wurde die Wahrnehmung erhoben, wie sehr man sich selbst, Freunde und Familie und die allgemeine Öffentlichkeit von sechs verschiedenen politischen Kommunikationsangeboten beeinflusst glaubt. Die Ergebnisse bestätigen die Wahrnehmungskomponente des Third-Person-Ansatzes - Wirkungen werden den Medien eher auf andere Personen zugeschrieben als auf einen selbst, aber Folgeeffekte auf das beabsichtigte Wahlverhalten sind nicht erkennbar." (Autorenreferat)

[246-L] Roßmann, Constanze:

Fiktion Wirklichkeit: ein Modell der Informationsverarbeitung im Kultivierungsprozess, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. 2008, 356 S., ISBN: 978-3-531-15575-3 (Standort: UB Bonn(5)-2008/7027)

INHALT: Die Verfasserin setzt sich im ersten Teil ihrer Untersuchung mit Ursprüngen des und Grundüberlegungen zum Kultivierungsprozess auseinander. Ihr systematischer Überblick über die Kultivierungsforschung umfasst auch eine Metaanalyse von 109 Kultivierungsstudien aus den Jahren 1976 bis 2005. Im zweiten Teil der Untersuchung werden - orientiert an den Kernelementen des Modells von Hawkins und Pingree (1982) - die einzelnen Bestandteile des Kultivierungsprozesses dargestellt. Hierzu zählen die Bedeutung der Fernsehbotschaft, die Prozesse der Selektion und Rezeption sowie die Informationsspeicherung und Urteilsbil-

dung. Als Ergebnis der Untersuchung wird ein Prozessmodell der Informationsverarbeitung im Kultivierungsprozess vorgestellt, das die Determinanten des Kultivierungseffekts bei der Selektion, Rezeption, Informationsaufnahme und -speicherung und bei der Urteilsbildung erfasst und die psychischen Pfade aufzeigt, die zu mehr oder weniger starken Kultivierungseffekten führen. Dieses Modell wird abschließend im Kontext anderer Medienwirkungstheorien verortet. (ICE2)

[247-L] Roth-Ebner, Caroline E.:

Crossmedia-Identitäten: Ergebnisse einer Aneignungsstudie zur Castingshow Starmania, in: SWS-Rundschau, Jg. 49/2009, H. 2, S. 154-176 (Standort: USB Köln(38)-XH05177; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "Der Beitrag fragt nach dem Zusammenhang von Medien und Identität. Als Untersuchungsgegenstand wird eine crossmediale Inszenierung, die ORF-Castingshow Starmania, herangezogen, deren Besonderheit in der Verknüpfung unterschiedlicher Medien innerhalb eines Formats liegt. Es wird untersucht, inwiefern Starmania eine Ressource für die individuellen Identitätsprojekte von jugendlichen RezipientInnen darstellt. Der Beitrag geht zudem auf die Rolle des crossmedialen Designs für die Identitätskonstruktionen der Jugendlichen ein. Crossmedia, so das Resultat, fungiert als 'Identitäts-Katalysator', der identitätsbildende Prozesse anstößt und intensiviert. Die Crossmedia-Aneignung wird dabei auch kritisch betrachtet, indem die Risiken einer unreflektierten Mediennutzung am Beispiel der Untersuchung aufgezeigt werden." (Autorenreferat)

[248-L] Scheidel, Hellen:

Gewalt in den Medien: der Forschungsstand 1998 bis 2003, Saarbrücken: VDM Verl. Dr. Müller 2008, 319 S., ISBN: 978-3-8364-7697-3 (Standort: SB Trier(121)-08A963)

INHALT: Gegenstand der Untersuchung ist deutschsprachige, wissenschaftliche, vorwiegend empirische Literatur, die sich mit Gewaltdarstellungen in Film und Fernsehen sowie mit Computerspielen auseinandersetzt. Die ersten beiden Kapitel setzen sich mit der Medienwirkungsforschung sowie mit einer Vielzahl von Ansätzen der Mediengewaltforschung auseinander, die sich in den behandelten Untersuchungen wiederfinden. Dann werden die einschlägigen Untersuchungen aus den Jahren 1998 bis 2003 dokumentiert und in Bezug auf die Funktionen, die Wahrnehmung, Bewertung und Rahmung von Gewaltdarstellungen sowie gesellschaftliche, redaktionelle und institutionelle Kontexte ausgewertet. Ein medienpädagogischer Ausblick schließt die Untersuchung ab. Die Untersuchung zeigt, dass die Mediengewaltforschung zu Gewaltdarstellungen in Film und Fernsehen sehr unterschiedlich angelegt ist und sehr unterschiedliche Teilaspekte des Wirkungsprozesses herausgreift. In Bezug auf Gewalt in Computerspielen wird die Präferenz für gewalthaltige Spiele vor allem durch das männliche Geschlecht erklärt. (ICE2)

[249-L] Schröder, Michael; Schwanebeck, Axel (Hrsg.):

Schlagkräftige Bilder: Jugend - Gewalt - Medien, München: R. Fischer 2008, 169 S., ISBN: 978-3-88927-462-5

INHALT: "Folter, Vergewaltigungen, Hinrichtungen: Jede denkbare Form brutalster Gewalt ist auf 'Snuff'-Videos zu sehen. Jugendliche laden diese aus dem Internet auf ihre Handys und tauschen sie untereinander. In allen sozialen Schichten findet sich unter Jugendlichen daneben eine neue Form der Gewalt: 'Happy Slapping' das 'fröhliche Schlagen'. Mit diesem Begriff bezeichnen die Engländer jene brutalen Überfälle von Jugendlichen, die diese mit dem eigenen Handy aufnehmen und anschließend an Altersgenossen versenden. Die dritte Variante der medialen Gewalt stellen die PC-Killerspiele dar, die sich ebenfalls einer großen Beliebtheit unter den Teenagern erfreuen. Sozialwissenschaftler und Pädagogen setzen sich in diesem Band mit den Problemen jugendlicher Mediengewalt auseinander und diskutieren Ursachen, Faszination und Risiken. Neben den Ergebnissen der Wirkungsforschung stehen medienpädagogische Methoden und präventive Projekte jenseits des allgemeinen Verbots im Mittelpunkt des Buches." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Axel Schwanebeck: Das besorgte Bürgertum. Gewalt in den Medien - eine medienhistorische Betrachtung (7-24); Joachim Kersten: Jugendgewalt und Straßenkriminalität (25-36); Christian Pfeiffer, Thomas Mößle, Matthias Kleimann, Florian Rehbein: Die PISA-Verlierer und ihr Medienkonsum. Eine Analyse auf der Basis verschiedener empirischer Untersuchungen (37-70); Helga Theunert: Risikopotenziale der Medienwelt und ihre Realisierung durch Kinder und Jugendliche (71-88); Johanna Haberer: Kirche, Krieg und Killerspiele (89-106); Michael Schröder: Mord und Totschlag gehen immer. Jugendgewalt, politischer Diskurs und Medienresonanz (107-112); Tilmann P. Gangloff: "Happy Slapping" und "Snuff-Videos". Mobile Medien als neue Herausforderung für den Jugendschutz (113-118); Wolf-Dieter Ring: Verantwortung wahrnehmen - Aufsicht gestalten. Die KJM als Aufsichtsorgan für den Jugendmedienschutz (119-126); Karin Plodeck: Jugendmedienschutz und schulische Gewaltprävention - eine doppelte Herausforderung für die Bildungspolitik (127-138); Günther Anfang: Medienkompetenz gegen Mediengewalt (139-148); Helmut Hochschild: Auswege aus dem Gewaltdilemma (149-154); Isabell Zacharias: Verboten ist keine Lösung. Der Elternverband hält ein Verbot von Killerspielen für wenig wirkungsvoll (155-156).

[250-L] Schulz, Winfried:

Politischer Medieneinfluss: Metamorphosen des Wirkungskonzepts, in: Politische Vierteljahresschrift : Zeitschrift der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft, Sonderheft, 2009, H. 42, S. 103-125 (Standort: UB Bonn(5)-Einzelsign; USB Köln(38)-FHM-XE00036; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "Der Beitrag zeichnet die Entwicklung des Konzepts politischer Medienwirkungen nach. Neben der Ergänzung des kausalen Grundmodells durch moderierende Bedingungen wurden spezifische Modelle entwickelt, die erklären, wie und warum Individuen von Massenmedien beeinflusst werden und wie Effekte auf der Mikro-Ebene auf die Makro-Ebene transformiert werden können. Die verbreiteten Annahmen zu politischen Medieneinflüssen sind ambivalent und teils von einer alarmistischen Attitüde geprägt. Auf der einen Seite gibt es Befürchtungen problematischer Folgen, während auf der anderen Seite von den Massenmedien erwartet wird, dass sie politische Prozesse positiv beeinflussen. Neuere Studien zeigen, wie man die demokratische Medienperformanz empirisch evaluieren und alarmistische Thesen demokratietheoretisch fundieren kann." (Autorenreferat)

[251-L] Schweizer, Stefan; Schweizer, Pia-Johanna:

Responsivität und Massenmedien am Beispiel der RAF, Hamburg: Diplomica Verl. 2008, 55 S., ISBN: 978-3-8366-6297-0

INHALT: Die Verfasser fragen am Beispiel der RAF nach dem Zusammenhang zwischen den drei Variablen öffentliche Meinung, Policy-Output und Berichterstattung in den Massenmedien. Ihrer Untersuchung liegen repräsentative Umfragen des Instituts für Demoskopie Allensbach, eine Bestandsaufnahme von realisierten Gesetzesvorhaben bezüglich Linksterrorismus und eine inhaltsanalytische Auswertung der Frankfurter Allgemeinen Zeitung zu Grunde. Die Untersuchung zeigt, dass die vom Institut für Demoskopie erhobene öffentliche Meinung mehrheitlich für eine schärfere Anti-Terror-Gesetzgebung eintrat. Politisch wurde diese Forderung in Form einer verschärften Anti-Terror-Gesetzgebung umgesetzt. Die Zeitungsberichterstattung sprach sich beinahe ständig für eine verschärfte Anti-Terror-Gesetzgebung aus. (ICE2)

[252-L] Stuntebeck, Maren:

Bundeswehreinmätsätze im Ausland: der Einfluss von Medienframes auf die Einstellung der Rezipienten und die Rolle der mentalen Modelle, in: conflict & communication online, Vol. 8/2009, No. 1, 18 S. (www.cco.regener-online.de/2009_1/pdf/stuntebeck.pdf)

INHALT: "Die vorliegende Untersuchung befasst sich mit dem Einfluss von unterschiedlich geframten Nachrichtenartikeln über den sogenannten 'Totenschädel-Skandal' auf die Befürwortung von Bundeswehreinmätsätzen im Ausland. In einem Fragebogen-Experiment wurden 267 studentische Teilnehmer auf zwei Experimentalgruppen aufgeteilt, die entweder einen positiv oder einen negativ geframten Nachrichtenartikel erhielten. Die Befürwortung von Auslandseinsätzen der Bundeswehr wurde vor und nach dem Lesen des Artikels erhoben, um zu überprüfen, ob sich ein Medienwirkungseffekt zeigt und wie sich die Medien-Frames auswirken. Die Ergebnisse der Analysen konnten einen Einfluss der Medienberichte auf die Befürwortung von Bundeswehreinmätsätzen im Ausland bestätigen. Die Einsätze wurden nach dem Lesen der Texte stärker abgelehnt als zuvor. Framing-Effekte konnten jedoch nur vereinzelt nachgewiesen werden. Die Leserinnen und Leser übernahmen die angebotenen Interpretationsrahmen nicht passiv, sondern setzten sich aktiv damit auseinander. Ihre mentalen Frames hatten einen stärkeren Einfluss als die Medien-Frames." (Autorenreferat)

[253-F] Weiß, Ralph, Prof.Dr. (Bearbeitung):

Fern-Sehen im Alltag

INHALT: Das Fernsehen ist ein "häusliches" Medium. Es bringt die Welt ins Haus - die Welt der Großen in Politik und Show ebenso wie die Welt der Geschichten und Erzählungen. Der Gebrauch des Mediums - zur Orientierung und zum Vergnügen - ist fest im Alltag verankert. Und das gilt nicht nur für die zeitliche Organisation des Tagesablaufs. Es gibt auch ein "inneres Band" zwischen dem Geschehen auf dem Bildschirm und dem Alltagserleben. Denn lebensweltliche Orientierungen prägen, wie Menschen fernsehen - wann, was, mit welchen Erlebnissen und mit welchen "Wirkungen". Aber wie sind diese Orientierungen beschaffen? Und was trägt das Fern-Sehen umgekehrt zu ihnen bei? Darauf findet die Kommunikationswissenschaft bisher kaum zufrieden stellende Antworten. Die vorliegende Studie entwickelt

eine Rahmenkonzeption, die helfen soll, diese theoretische Lücke zu schließen. In einem ersten Schritt wird ein System alltagspraktischer Orientierungen erarbeitet, die als "generative Prinzipien" das Handeln in den verschiedenen Sphären des Alltags - Beruf, öffentliches Leben, Privatleben - organisieren. Diese Struktur des Alltagsbewusstseins treibt Dimensionen sozialer Identität hervor, die die individuelle Suche nach Selbstvergewisserung und Selbstbehauptung inhaltlich prägen. Um zu ermitteln, was das Medienerleben im Alltag bedeuten kann, wird in einem weiteren Schritt systematisch differenziert, wie Rezipienten sich bei verschiedenen Formen des Fern-Sehens den vom Medium vermittelten Inhalt und ihre Affektion beim Medienerleben vergegenwärtigen. Die Theorie über den "praktischen Sinn" des Fern-Sehens im Alltag verbindet Ansätze aus der Theorie des kommunikativen Handelns von Habermas, der Kulturosoziologie und der Theorie der Praxis von Bourdieu, der Psychologie Hegels und der Theorie des Alltagslebens von Heller. Die Diskussion einer Vielzahl von Thesen und Befunden aus der Kommunikationswissenschaft und aus den Cultural Studies, die auf der Grundlage der erarbeiteten Konzeption neu eingeordnet und interpretiert werden, führt aus, was das Fern-Sehen bedeuten kann: für den "praktischen Sinn" bei der Alltagsbewältigung und für den Eigensinn der Selbstbehauptung sozialer Identität.

METHODE: alltagstheoretische Rezeptionsforschung

ART: AUFTRAGGEBER: keine Angabe **FINANZIERER:** keine Angabe

INSTITUTION: Universität Düsseldorf, Philosophische Fakultät, Sozialwissenschaftliches Institut Lehrstuhl für Kommunikations- und Medienwissenschaft II (Universitätsstr. 1, 40225 Düsseldorf)

KONTAKT: Bearbeiter (Tel. 0211-81-14014, e-mail: ralph.weiss@phil-fak.uni-duesseldorf.de)

[254-L] Wilhelm-Fischer, Hannah:

Warum lesen Menschen Publikumszeitschriften?: eine qualitative Studie, (Mediennutzung, Bd. 12), Berlin: Lit Verl. 2008, 324 S., ISBN: 978-3-8258-1369-7

INHALT: Die Untersuchung intendiert einen Katalog mit Motiven zu erarbeiten, die Menschen zum Kauf und zur Lektüre von Publikumszeitschriften verleiten. Hierzu sind Gruppendiskussionen unter Lesern durchgeführt und mittels einer qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet worden. Menschen lesen Zeitschriften aus verschiedenen Gründen, wobei nicht ein Motiv ausschlaggebend ist und auch Kombinationen von Motiven häufig sind. Es gibt zahlreiche emotionale Motive: Zeitschriften werden gelesen, um "einfach Spaß" zu haben, aus dem Arbeitsalltag auszusteigen und sich zu entspannen, aus nostalgischen Gründen. Darüber hinaus gibt es zahlreiche Identitätsmotive: Leser nutzen die Zeitschriften zum Identitätsmanagement, sie suchen Vorbilder, Trost bei der Lektüre der Probleme von Prominenten; sie lesen, um sich über die Inhalte der Zeitschrift erhaben zu fühlen, aber auch, um bestimmte Erfahrungen nicht mehr selbst machen zu müssen. Außerdem gibt es soziale Motive: Leser erhalten soziale Kompetenz und Hilfe für den Umgang mit ihrem Umfeld. (ICB2)

[255-L] Wolling, Jens:

Onlinenutzung und Einstellungen zur Politik: Ergebnisse einer repräsentativen Panelstudie, in: Politische Vierteljahresschrift : Zeitschrift der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft, Sonderheft, 2009, H. 42, S. 447-467 (Standort: UB Bonn(5)-Einzelsign; USB Köln(38)-FHM-XE00036; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "Ob die Nutzung der Massenmedien einen Einfluss auf die Einstellungen der Bürger zur Politik hat, ist seit Jahrzehnten eines der zentralen Forschungsfelder der politischen Kommunikationsforschung. Mit der zunehmenden Verbreitung onlinebasierter Kommunikationsformen stellt sich nun jedoch die Frage, ob auch die Nutzung des Internets ein relevanter neuer Einflussfaktor auf die Einstellungen zur Politik sein könnte. Theoretisch begründbar sind in diesem Zusammenhang sowohl positive als auch negative Effekte. Um die Frage zu beantworten, wurden die Daten einer repräsentativen Panelstudie ausgewertet. Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass das Internet und dessen politische Nutzung keinen negativen Einfluss auf die Einstellungen zur Politik haben. Bei drei Einstellungsdimensionen wurden sogar signifikant positive Effekte ermittelt. Die Auswertungen im Längsschnitt zeigen allerdings, dass es sich dabei nicht um einen einseitigen Wirkungsprozess handelt." (Autorenreferat)

[256-F] Wolsing, Ansgar, M.A. (Bearbeitung); Schmitt-Beck, Rüdiger, Prof.Dr. (Leitung):
Kampagnendynamik. Mobilisierungs- und Persuasionseffekte von Fernsehnachrichten auf Wähler während des Bundestagswahlkampfes 2005

INHALT: Ziel des Projektes ist die erste umfassende Analyse der Wirkungen eines Wahlkampfes auf das Wählerverhalten in Deutschland. Am Beispiel der Bundestagswahl 2005 soll untersucht werden, ob und wie die tagesaktuelle Berichterstattung der vier reichweitenstärksten Fernsehsender ARD, ZDF, RTL und SAT.1 im Verlauf des Wahlkampfes Wahrnehmungen, Einstellungen und Parteipräferenzen der Wähler sowie darüber vermittelt das Wahlergebnis beeinflusst hat. Um diese Dynamik einzufangen, soll eine bereits erhobene Datenbasis - eine national repräsentative Rolling Cross-Section-Umfrage mit täglichen Interviews auf der Basis von Zufallsstichproben über den Gesamtverlauf des Wahlkampfes - mit einer Inhaltsanalyse der Hauptnachrichtensendungen über denselben Zeitraum kombiniert werden. Dieser integrierte Datensatz wird es erlauben, die Medienwirkungen auslösenden, vom Fernsehen vermittelten Inhalte direkt mit den korrespondierenden Orientierungen der Wähler in Verbindung zu bringen ("linkage"-Ansatz), und verspricht deshalb validere Befunde als die rein umfragebasierte Analyse der Effekte der Mediennutzung ("attentiveness"-Ansatz). Die Untersuchung wird detaillierten Aufschluss über die dynamischen Effekte der Fernsehberichterstattung auf die Orientierungen der Wähler zu Parteien, Kandidaten und Issues (politische Persuasion) sowie auf ihre Involvierung in den wahlpolitischen Prozess (politische Mobilisierung) geben. **ZEITRAUM:** 2005 **GEOGRAPHISCHER RAUM:** Bundesrepublik Deutschland
METHODE: keine Angaben **DATENGEWINNUNG:** Inhaltsanalyse, standardisiert (Hauptnachrichtensendungen von ARD, ZDF, RTL und SAT.1 zwischen dem 15.07. und dem 17.09.2005; Auswahlverfahren: total). Feldarbeit durch ein kommerzielles Umfrageinstitut.
ART: **BEGINN:** 2008-11 **ENDE:** 2009-10 **AUFTRAGGEBER:** nein **FINANZIERER:** Deutsche Forschungsgemeinschaft
INSTITUTION: Universität Mannheim, Mannheimer Zentrum für Europäische Sozialforschung - MZES- Arbeitsbereich B Die politischen Systeme Europas und ihre Integration (68131 Mannheim)
KONTAKT: Bearbeiter (Tel. 0621-181-2843, e-mail: ansgar.wolsing@uni-mannheim.de)

[257-L] Wörsching, Maike:

Leben online: die unterschätzte Suchtgefahr des Internets, Saarbrücken: VDM Verl. Dr. Müller 2007, 140 S., ISBN: 978-3-8364-4900-7

INHALT: "Das Leben vieler Jugendlicher spielt sich heute online ab. Nicht nur Freizeitgestaltung, sondern auch Freundeskreise und Gesprächsthemen sind oft geprägt von der gemeinsamen Vorliebe Internet. Doch wo liegen die Grenzen zwischen harmlosem Freizeitvergnügen und einer möglicherweise verhängnisvollen Sucht? Bis in die achtziger Jahre hinein wurde der Suchtbegriff fast ausschließlich mit Drogen, Alkohol und Medikamenten verbunden, erst später wurden auch Süchte anerkannt, die nicht an einen Stoff gebunden sind. Das Suchtpotenzial des vergleichsweise neuen Mediums Internet ist hingegen kaum untersucht, obwohl mittlerweile 80 Prozent aller Haushalte mit Kindern online und die Verführungen vielfältig sind. Die Autorin geht der Frage nach, ob das Internet süchtig machen kann. Wie drückt sich Internetsucht aus, wer ist gefährdet, kann man gegensteuern? Schwerpunkt ihrer Untersuchung sind Interviews mit acht 13- bis 24-Jährigen, die über ihr Verhalten am Computer und Verhältnis zum Internet befragt wurden. Die Antworten lassen oft auf mangelndes Problembewusstsein schließen." (Autorenreferat)

[258-L] Wunsch, Carsten; Früh, Werner; Gehrau, Volker (Hrsg.):

Integrative Modelle in der Rezeptions- und Wirkungsforschung: dynamische und transaktionale Perspektiven, (Rezeptionsforschung, Bd. 14), München: R. Fischer 2008, 317 S., ISBN: 978-3-88927-444-1

INHALT: "Theoriebildung und empirische Forschung sind stets davon abhängig, welche paradigmatischen und metatheoretischen Annahmen ihr zu Grunde liegen. Diese bestimmen, mit welchen Phänomenen wir uns wissenschaftlich auseinandersetzen, welche Methoden wir dabei einsetzen und mit Hilfe welcher Modelle wir versuchen, diese Phänomene zu beschreiben und zu erklären. Jede Fachdisziplin hat dabei in der Regel eine eigene Perspektive. Der dynamisch-transaktionale Ansatz (DTA) erhebt den Anspruch, eine solche metatheoretische Grundlage mit einer spezifisch kommunikationswissenschaftlichen Perspektive zu liefern. In diesem Band setzen sich 15 Beiträge mit sehr verschiedenen theoretischen und empirischen Fragestellungen damit auseinander, ob und inwiefern der DTA diesem Anspruch in unterschiedlichem Kontext genügt." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Werner Früh: Kommunikationswissenschaftliche Theorien - Konzepte und Denkanstöße für eine intensivere fachspezifische Theorieentwicklung (13-28); Werner Früh: Der dynamisch-transaktionale Ansatz als spezifisch kommunikationswissenschaftliches Theorie-Rahmenkonzept (29-44); Bertram Scheufele: Fachspezifisch - interdisziplinär - integrativ? Der Stellenwert des dynamisch-transaktionalen Ansatzes in der Kommunikationswissenschaft im Vergleich mit der Sozialtheorie Essers in der Soziologie (45-64); Marcus Maurer: Wissensvermittlung im Wahlkampf - Ursachen und Folgen politischen Wissenserwerbs im Bundestagswahlkampf 2005 (65-80); Jens Woelke: "Nicht alle, aber einige mehr!" Werbewirkungen unter dynamisch-transaktionaler Perspektive (81-106); Hannah Früh, Oliver Quiring: Interaktivität als Leistungskontext (107-126); Sabine Trepte, Leonard Reinecke, Katharina-Maria Behr: Der Beitrag des dynamisch-transaktionalen Ansatzes zur psychologischen Experimentallogik und der Beitrag der Sozialpsychologie zum dynamisch-transaktionalen Ansatz (127-154); Werner Wirth, Saskia Böcking: Die Rezeption fiktionaler narrativer Filme als dynamisch-transaktionaler Prozess: Ein theoretisches Modell zu Belief, Suspension of Disbelief, Disbelief und ein

qualitatives Experiment (155-172); Katrin Döveling, Denise Sommer: Social Appraisal in der dynamischen Transaktion: Emotionale Aushandlungsprozesse und ihre komplexe Dynamik (173-196); Tilo Hartmann, Marco Dohle: Herr X, sein Sohn und die Leser der)Bild(-Zeitung. Rezeptionssituative Publikumsvorstellungen unter dynamisch-transaktionaler Perspektive (197-216); Inga Schlimbach: Emotionsintensität und Informationsverarbeitungsprozesse bei der Rezeption von Fernsehnachrichten aus einer dynamisch-transaktionalen Perspektive (217-240); Monika Suckfüll: Rhythmus im Film. Narrative Zeitmuster, Komplexität und ästhetischer Eindruck (241-260); Carsten Wunsch: Transaktionale Beweislogik: Analyse- und Beweisstrategien zur Prüfung dynamisch-transaktionaler Theorien (261-278); Volker Gehrau: Dynamisch-transaktionale Modellierung von Paneldaten (279-294); Christiane Eilders: Der dynamisch-transaktionale Ansatz in programmatischer Perspektive (295-302); Werner Früh: Theoriediskurs: Diskussion der geäußerten Kritik am dynamisch-transaktionalen Ansatz (303-312).

1.8 Journalismus

[259-L] Bathke, Peter; Kopp, Hermann; Seppmann, Werner (Hrsg.):

Medienmacht und Widerspruchserfahrung, Bonn: Pahl-Rugenstein 2007, 156 S., ISBN: 978-3-89144-395-8 (Standort: UB Münster(6)-MS7850/578)

INHALT: Inhaltsverzeichnis: Bernd Hamm: Medienmacht - wie und zu wessen Nutzen unser Bewusstsein gemacht wird (9-36); Werner Seppmann: Medienbewusstsein und Widerspruchserfahrung (37-55); Peter Bürger: Die Überbaubasis. Zur Kritik der Massenkultur und des Kriegsmarketings der Unterhaltungsindustrie (56-82); Gitta Düperthal: Die alltägliche Medienmanipulation. Oder: Warum es wieder einen linken Journalismus geben muss! (83-96); Karin Leukefeld: Über Medien in Zeiten des Krieges (97-107); Hans-Dieter Hey: Alternative Medien - Hürden und Chancen (108-121); Wolfgang Lieb: Besser nachdenken: www.nachdenkseiten.de (122-130); Gisela Notz: Gegenöffentlichkeit statt Mitmacht. Alternative Zeitungen und Zeitschriften der "Neuen Frauenbewegungen". Entstehungsgeschichten, Beispiele, Konzepte (131-147); Mag Wompel: LabourNet Germany: Unterdrückte Nachrichten im Netz. Über die Nutzung elektronischer Medien für journalistische Gegenmacht (148-156).

[260-L] Bihl, Peter:

Weblogs und Politikjournalisten: die Bedeutung von Weblogs für die Arbeit von Politikjournalisten, Saarbrücken: VDM Verl. Dr. Müller 2008, 220 S., ISBN: 978-3-8364-6429-1

INHALT: Weblogs wird als Konkurrenz oder Partner der traditionellen Medien eine wachsende Bedeutung für den Journalismus zugesprochen. Im US-Wahlkampf sind Blogger als politische Kommentatoren längst eine ernst zu nehmende Größe geworden und auch in Deutschland setzen Unternehmen und Parteien zunehmend Weblogs als Kommunikationsmittel ein. Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurden Politikjournalisten aus den Redaktionen deutscher Tageszeitungen (Print und Online) und von Nachrichtenagenturen gefragt, welche Bedeutung Weblogs für ihre Arbeit haben (quantitative Onlinebefragung, qualitative Expertenbefragung). Die befragten Politikjournalisten bescheinigten Weblogs mehrheitlich eine ge-

ringe Bedeutung für ihre tägliche Arbeit. Für die Auslandsberichterstattung wurde Weblogs eine größere Bedeutung zugeschrieben als für die innenpolitische Berichterstattung (ICE2)

[261-L] Blöbaum, Bernd (Hrsg.):

Hauptsache Medien: berufsbiographische Interviews mit Journalisten, PR-Praktikern und Werbern, (Medien : Forschung und Wissenschaft, Bd. 22), Berlin: Lit Verl. 2008, 170 S., ISBN: 978-3-8258-1729-9

INHALT: "Wie gestalten sich Medienbiographien, verstanden als die Lebensläufe von Menschen, die in und für Medien arbeiten? Auf diese Ausgangsfrage präsentiert dieses Buch Antworten. Welche Medienerfahrungen gewinnen Journalisten, PR-Berater und Werber im Elternhaus und während der Kindheit? Wie kommen sie während des Studiums mit der Medienwelt in Berührung? Wie gestaltet sich der Einstieg in die Medienbranche? Wie etablieren sie sich in ihren Berufsfeldern? Wie lassen sich berufliche Tätigkeiten und Privat-/ Familienleben vereinbaren? Wie reflektieren Journalisten, PR-Experten und Werbefachleute ihre beruflichen Karrieren? Um Antworten auf diese Fragen zu erhalten, stellten sich 36 Werber, Journalisten und PR-Berater in biographischen Interviews den Fragen von Studenten des Instituts für Kommunikationswissenschaft der Universität Münster." (Autorenreferat)

[262-L] Bösch, Frank; Geppert, Dominik (Hrsg.):

Journalists as political actors: transfers and interactions between Britain and Germany since the late 19th century, (Beiträge zur England-Forschung, Bd. 59), Augsburg: Wißner 2008, 160 S., ISBN: 978-3-89639-673-0

INHALT: "The essays in this book aim to analyse how the media's patterns of behaviour changed over time. The authors explore how journalists influenced the rules of politics in Germany and Britain. They investigate which changes and continuities are evident from the late nineteenth century to the present day. As the media is not confined to the national stage, journalists often act internationally and transnationally. They interact with media people from other countries. They are important transmitters who create meanings and take an active part in politics: as editors, reporters, foreign and war correspondents, columnists or proprietors. This volume thus focuses on media history as entangled or shared history." (author's abstract). Contents: Frank Bösch, Dominik Geppert: Journalists as Political Actors: Introduction (7-15); Frank Bösch: Transfers and Similarities: Journalists, Politicians and Scandals in Imperial Germany and Britain (16-34); Dominik Geppert: Ambassadors of Democracy: British and German Foreign Correspondents in the Age of High Imperialism (35-55); Martin Schramm: British Journalism in the Great War (56-73); Thomas Wittek: The British Press and the early Weimar Republic: Media Influence or Influenced Media? (74-88); Stephanie Seul: Journalists in the service of British foreign policy: The BBC German Service and Chamberlain's appeasement policy, 1938-1939 (89-109); Karen Bayer: The German Past and the British Press: Sefton Delmer as an Anglo-German actor during the 1950s (110-123); Antje Robrecht: British Press Correspondents in Post World War II Germany (124-139); Colin Seymour-Ure: Media Barons in British Politics after 1945 (140-158).]

[263-L] Buck, Christian F.:

Medien und Geiselnahmen: Fallstudien zum inszenierten Terror, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. 2007, 321 S., ISBN: 978-3-531-15514-2 (Standort: UB Bonn(5)-2007/9732)

INHALT: Der Verfasser legt eine empirische Analyse über Geiselnahmen und Terrorismus vor, die in einem konstruktivistischen Bezugsrahmen steht und folgende Erkenntnisziele hat: Verständnis des Falls Wallert/Jolo, Verständnis von Geiselnahmen im allgemeinen, Verständnis des Regierungshandelns bei Geiselnahmen, Rolle der Medien, Interaktion von Medien und Politik, Spannungsfeld zwischen realer und medialer Ebene. In einem Literaturüberblick werden zunächst einschlägige theoretische Arbeiten sowie kürzere Fallstudien zu vergleichbaren Fällen vorgestellt. Im folgenden steht die Entführung der Familie Wallert auf die philippinische Insel Jolo im Jahr 2000 im Mittelpunkt. Auf der Grundlage einer dichten Fallstudie, basierend auf der Analyse mehrerer tausend Primärquellen, wird die politische Ökonomie der Medienberichterstattung über Geiselnahmen und andere Terrorakte untersucht. Dabei wird deutlich, wie die Beteiligung der Medien an einem solchen Fall den Rahmen des Regierungshandelns beschränkt. Regierung und Medien werden als unabhängige Systeme betrachtet, die miteinander in strategischer Interaktion stehen und deren Verhalten mit Modellen der Spieltheorie und des Rational Choice untersucht werden kann. (ICE2)

[264-L] Butterwegge, Christoph:

Medienberichterstattung - Abbau oder Verstärkung von Vorurteilen?, in: Siegfried Frech (Hrsg.) ; Karl-Heinz Meier-Braun (Hrsg.): Die offene Gesellschaft : Zuwanderung und Integration, Schwalbach: Wochenschau Verl., 2007, S. 209-226

INHALT: In der aktuellen Debatte über Zuwanderung spielen Massenmedien deshalb eine entscheidende Rolle, weil sie das Bewusstsein ihrer Rezipienten und damit den öffentlichen Diskurs prägen. Medien filtern Informationen, bereiten sie auf und beeinflussen durch die Art und Weise der Darstellung in nicht unerheblichem Maße die öffentliche Wahrnehmung. Im Laufe der letzten Jahre kamen Studien zu dem Ergebnis, dass Medien häufig in einer skandalträchtigen und diffamierenden Weise über Migrantinnen und Migranten berichten und wesentlich zu einem Negativimage beitragen. So werden zum Beispiel osteuropäische Zuwanderer meist in Zusammenhang mit kriminellen und mafiösen Straftaten gebracht. Selbst weltoffene Journalisten vermischen in ihrer Berichterstattung das Thema Migration mit Terrorismus und innerer Sicherheit und zeichnen damit ein Bild, das letztlich eine Bedrohung für den inneren Zusammenhalt der bundesdeutschen Gesellschaft suggeriert. Zeitungs-, Rundfunk- und Fernsehkonsumenten übernehmen diese transportierten Zerrbilder zumeist unhinterfragt. Die vom Autor diskutierten Beispiele, deren Inhaltsanalyse und die dabei zutage tretenden Sprachbilder zeigen insgesamt, dass eine seriöse Berichterstattung anzumahnen ist, die sich dem journalistischen Ethos verpflichtet fühlt und elementare Persönlichkeitsrechte achtet. (ICA2)

[265-L] Deiß, Marina:

Gnade für Gnadenlose?: 30 Jahre Deutscher Herbst und die "Begnadigungsdebatte" in den Medien, (Wissenschaftliche Beiträge aus dem Tectum Verlag. Reihe Medienwissenschaften, Bd. 3), Marburg: Tectum Verl. 2008, 96, XXXVI S.

INHALT: "Rund drei lange Jahrzehnte bedrohte die Rote Armee Fraktion (RAF) die Bundesrepublik und ihre Repräsentanten in Politik und Wirtschaft. Ihr brutales Vorgehen hinterließ tiefe Wunden. Das Vertrauen in die Allmacht des Staates wurde ebenso erschüttert wie der Glaube an gerechten Protest. Auch zehn Jahre nach ihrer Selbstauflösung lastet der Schatten der RAF über Deutschland. Eine neutrale Diskussion über die vorzeitige Entlassung von Brigitte Mohnhaupt und die Begnadigung von Christian Klar war deshalb nicht möglich. Emotional bis hysterisch streitet Deutschland: Gilt das Primat der Resozialisierung auch für brutale Terroristen. Haben gnadenlose Mörder ihr Recht auf Gnade verspielt? Auch die Massenmedien verhielten sich zu der Thematik keineswegs objektiv, zeigt Marina Deiß in ihrer Studie. Der von Zeitungen und Fernsehen geprägte Begriff 'Begnadigungsdebatte' bestimmte die Berichterstattung. Sachlich blieb er unscharf. Die mögliche Begnadigung Klars durch den Bundespräsidenten wurde der juristisch formellen Begnadigung Mohnhaupts gleichgesetzt. Leser und Zuschauer wurden dadurch verwirrt, die Meinungsbildung wenigstens unbewusst manipuliert. Anhand des Beispielfalls RAF zeigt dieses Buch: Eine ausgewogene, neutrale und sachliche Berichterstattung in den Medien ist lebenswichtig für die Demokratie als Ganzes." (Autorenreferat)

[266-L] Engesser, Sven:

Kisha-Club-System und Informationsfreiheit: Vergleich der Arbeitsbedingungen von Auslandskorrespondenten in Japan und Deutschland, (DUV Kommunikationswissenschaft), Wiesbaden: Dt. Univ.-Verl. 2007, IX, 171 S., ISBN: 978-3-8350-6060-9

INHALT: "Das Recht auf Pressefreiheit zählt zu den Menschenrechten. Allerdings bestehen bei der Umsetzung weltweit erhebliche Unterschiede. Internationalen Menschenrechtsorganisationen zufolge gehört Japan unter den führenden Industrienationen zu den Ländern mit den deutlichsten Defiziten. Ein möglicher Grund ist das Kisha-Club-System (Reporter-Club-System). Es regelt die Informationsgewinnung der Journalisten und gilt als Hindernis für die Pressefreiheit. Lässt sich der vermutete negative Einfluss des Systems auf die Pressefreiheit empirisch nachweisen? In einer streng vergleichenden Untersuchung stellt Sven Engesser die Arbeitsbedingungen von Auslandskorrespondenten in Japan und Deutschland einander gegenüber, um den 'Kisha-Club-Faktor' zu bestimmen. Es zeigt sich, dass auch Journalisten in Deutschland bei der Recherche mit Problemen konfrontiert werden. Das Kernstück der Studie bilden 34 Interviews mit Vertretern internationaler Medienorganisationen in Tokio und Berlin." (Autorenreferat)

[267-L] Fengler, Susanne; Vestring, Bettina:

Politikjournalismus, (Kompaktwissen Journalismus), Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. 2009, 198 S., ISBN: 978-3-531-15403-9

INHALT: "In der Mediengesellschaft tobt der Kampf um Aufmerksamkeit - das gilt für Politiker ebenso wie für Journalisten, die über Politik berichten. Wie funktioniert Politikjournalismus heute? Was passiert in den berüchtigten 'Hintergrundkreisen'? Welchen Zwängen, welchen Versuchungen sehen sich Politikjournalisten ausgesetzt? Verlangt das Publikum tatsächlich nach 'Politainment' - oder kann es gerade im digitalen Zeitalter gelingen, komplexe Themen ebenso seriös wie ansprechend zu vermitteln? Das Lehrbuch führt systematisch in Arbeitsfelder und Techniken des Politikjournalismus ein und vermittelt gleichzeitig breites Hinter-

grundwissen über die veränderten Spielregeln der Politikberichterstattung: Praktische Tipps und aktuelle Fallbeispiele werden mit zentralen Forschungsergebnissen aus der Kommunikationswissenschaft verknüpft. Ebenso lädt das Buch zum Nachdenken ein: Welche Rolle sollen, welche Rolle wollen Politikjournalisten künftig in der Gesellschaft spielen?" (Autorenreferat)

[268-L] Götzenbrucker, Gerit:

Wissensorganisation, Kooperation und Soziale Netzwerke in österreichischen Redaktionen: eine Explorationsstudie, in: kommunikation @ gesellschaft : Journal für alte und neue Medien aus soziologischer, kulturanthropologischer und kommunikationswissenschaftlicher Perspektive, Jg. 10/2009, Beitr. 2, 16 S.

(sowiport-test.iz-soz.de/tomcat/journals/text/K.G/10/B2_2009_Goetzenbrucker.pdf)

INHALT: "Die vorliegende Explorationsstudie beschäftigt sich mit der Ressource 'Wissen' im journalistischen Arbeitsalltag. Nach einer allgemeinen Klärung des Begriffes Wissen und der Darlegung der Notwendigkeit dessen Einbindung in soziale Strukturen resp. Netzwerke, werden Ergebnisse einer Befragung von 39 Journalisten und Verantwortlichen des Wissensmanagements der jeweiligen Medienorganisation präsentiert, die vor allem auf die Bedeutung sozialer Kontakte im Hinblick auf gelungenen Wissensaustausch verweisen. Demgegenüber stehen häufig weniger erfolgreiche, 'technizistische' Konzepte der zentralen elektronischen Informationsspeicherung, die dem journalistischen Arbeitsverständnis teilweise zuwiderlaufen und zudem eher reduktionistischen Wissenskonzepten folgen." (Autorenreferat)

[269-F] Hennefeld, Vera, M.A.; Wolf, Sonja, M.A.; Klären, Pascal, M.A. (Bearbeitung); Stockmann, Reinhard, Prof.Dr. (Leitung):

Evaluation der Deutsche-Welle-Akademie

INHALT: Seit 2003 arbeitet die DW-Akademie im Kontext der deutschen Medienentwicklungszusammenarbeit und zielt mit ihren Aktivitäten darauf ab, weltweit die Meinungsfreiheit zu fördern. Durch die Realisierung internationaler Projekte zu Capacity Building will sie zu mehr Offenheit, Transparenz und Partizipation in den elektronischen Medien von Entwicklungs- und Transformationsländern beitragen. Gegenstand der Evaluation sind die Qualifizierungsmaßnahmen, die von der DW-Akademie in den Jahren 2004 bis 2007 durchgeführt wurden. Im Rahmen einer bilanzierenden ex-post Evaluation sollen die Qualität der Planung und Durchführung dieser Maßnahmen sowie die entwicklungspolitischen Effekte und deren Nachhaltigkeit analysiert und bewertet werden. *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Bundesrepublik Deutschland (Berlin und Bonn), Tansania, Vietnam und Kolumbien

METHODE: Methodisch basiert die Evaluierung auf Sekundär- und Dokumentenanalysen, standardisierten Befragungen der Dozenten, Absolventen und Vertretern von Partnerorganisationen der DW-Akademie. Darüber hinaus werden 2009 drei Länderfallstudien in Kolumbien, Vietnam und Tansania realisiert. *DATENGEWINNUNG:* Aktenanalyse, offen; Qualitatives Interview; Standardisierte Befragung, online; Sekundäranalyse von Individualdaten; Sekundäranalyse von Aggregatdaten. Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts.

ART: BEGINN: 2008-10 **ENDE:** 2009-10 **AUFTRAGGEBER:** Deutsche Welle **FINANZIERER:** Auftraggeber

INSTITUTION: Universität des Saarlandes, Fak. 05 Empirische Humanwissenschaften, CEval -
Centrum für Evaluation (Postfach 151150, 66041 Saarbrücken)

KONTAKT: Hennefeld, Vera (Tel. 0681-302-4507, e-mail: v.hennefeld@ceval.de)

[270-F] Hennefeld, Vera, M.A. (Bearbeitung); Stockmann, Reinhard, Prof.Dr. (Leitung):

Evaluation des Mediendialogs mit der Ukraine

INHALT: Seit 1997 organisiert das Institut für Auslandsbeziehungen ifa e.V. als Partner des Auswärtigen Amtes im Kontext der politischen Öffentlichkeitsarbeit Mediendialoge, die darauf abzielen, einen fachlichen Erfahrungsaustausch über ausgewogene, professionelle und objektive Berichterstattung vor allem in den Themenfeldern Demokratievermittlung und Stärkung der Menschenrechte zu initiieren. Durch die Begegnungen von Journalisten aus verschiedenen Ländern und Kulturkreisen sollen neben dem professionellen Erfahrungsaustausch grenzübergreifende Netzwerke zwischen Journalisten, Medien, Medieninstituten und Universitäten geschaffen werden, die sowohl auf individueller als auch organisationaler Ebene angesiedelt sein können. Aufgabe der Evaluation ist, den Anfang September 2008 in der Ukraine realisierten Mediendialog hinsichtlich der Zielerreichung und ausgelösten Wirkungen zu analysieren. *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Kiew, Ukraine

METHODE: Zur Datengewinnung werden Dokumentenanalysen, persönliche Kurz-Interviews während der Veranstaltung sowie eine standardisierte Befragung der Teilnehmer des Mediendialogs realisiert. Untersuchungsdesign: Querschnitt *DATENGEWINNUNG:* Aktenanalyse, offen; Beobachtung, teilnehmend; Qualitatives Interview; Standardisierte Befragung, online. Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts.

ART: *BEGINN:* 2008-09 *ENDE:* 2008-11 *AUFTRAGGEBER:* Auswärtiges Amt *FINANZIERER:* Auftraggeber

INSTITUTION: Universität des Saarlandes, Fak. 05 Empirische Humanwissenschaften, CEval -
Centrum für Evaluation (Postfach 151150, 66041 Saarbrücken)

KONTAKT: Bearbeiterin (Tel. 0681-302-4507, e-mail: v.hennefeld@ceval.de)

[271-F] Hestermann, Thomas, Dipl.-Soz.Wiss. (Bearbeitung):

Fernsehberichterstattung über Gewaltkriminalität und was die Macher leitet: Motive und Entscheidungsstrukturen

INHALT: Das Forschungsprojekt soll klären, welche Beweggründe und Maßstäbe Fernsehjournalisten leiten, wenn sie über Gewaltkriminalität berichten. *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Bundesrepublik Deutschland

METHODE: Dies geschieht vor allem durch die Befragung von etwa 35 Redakteuren, Produzenten und Planern, also denen, die Fernsehbeiträge zu diesem Thema selbst herstellen oder sie redaktionell verantworten. Durch eine Methodentriangulation werden Befragung und Inhaltsanalyse verknüpft: Dazu gehören neben den eigenen Interviews neuere befragungsbasierte Studien; zum anderen die wichtigsten Programmanalysen und die eigene Auswertung von 352 Sendungen (Boulevardmagazine der fünf größten Sender, n=120, und die Hauptnachrichten der acht größten Sender, n=232), aus denen zum Thema Gewaltkriminalität in Deutschland ohne Terrorismus 194 Beiträge in den Boulevardmagazinen und 85 Nachrichtenbeiträge herausgefiltert und transkribiert wurden und noch weiter analysiert werden. *DATENGEWIN-*

NUNG: Qualitatives Interview (Stichprobe: 35; Auswahlverfahren: Programmanalyse). Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts.

ART: *BEGINN*: 2006-09 *ENDE*: 2009-04 *AUFTRAGGEBER*: nein *FINANZIERER*: Land Niedersachsen Ministerium für Wissenschaft und Kultur

INSTITUTION: Kriminologisches Forschungsinstitut Niedersachsen e.V. (Lützerodestr. 9, 30161 Hannover)

KONTAKT: Bearbeiter (Tel. 0511-348-3675, e-mail: hestermann@kfn.uni-hannover.de)

[272-F] Isermann, Holger, M.A. (Leitung); Knieper, Thomas, Prof.Dr. (Betreuung):

Politische Kommunikation vs. Wissenschaftskommunikation: ein Vergleich zweier ähnlicher Systeme!

INHALT: Thesen: Der Ausbau von strukturellen Kopplungen zu den Systemen Wirtschaft und Medien führt in beiden Systemen zu ähnlichen Entwicklungen. Die politische und die wissenschaftliche Kommunikation innerhalb des jeweiligen Systems weisen große Ähnlichkeiten auf. Sie zeichnet sich vor allem durch Konkurrenzen bzw. 'das Konzept der einzigen Lösung' aus. Die mediale Berichterstattung über die beiden Systeme geht bei allen Ähnlichkeiten aber von einem jeweils unterschiedlichen Systembild aus. Daraus leiten sich unter anderem folgende Fragestellungen ab: Warum haben Medien und Gesellschaft hinsichtlich der beiden Systeme Politik und Wissenschaft ein unterschiedliches Bild verinnerlicht? Wo liegen die genauen Gründe für die verschiedene Wahrnehmung? Ist das gegenwärtige Systembild der Wissenschaft überholt? Was bedeutet eine Aktualisierung dieses wissenschaftlichen Systembildes für den Wissenschaftsjournalismus bzw. die Gesellschaft?

METHODE: Der Ansatz ist ein systemtheoretischer, der sich im Wesentlichen auf die Überlegungen Luhmanns und neuerer Strömungen in der Systemtheorie stützt. Mithilfe eines Multimethodendesign aus quantitativen und qualitativen Ebenen soll unter anderem das Selbstbild der Wissenschaftsjournalisten beleuchtet und ihr Blick auf das Wissenschaftssystem analysiert werden. *DATENGEWINNUNG*: Inhaltsanalyse, offen (verschiedene Journalistische Artikel - Wissenschafts- und politischer Journalismus). Standardisierte Befragung, online (Wissenschaftsjournalisten). Qualitatives Interview (zur Anreicherung der Befragungsergebnisse). Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts.

ART: *BEGINN*: 2008-08 *ENDE*: 2010-08 *AUFTRAGGEBER*: nein *FINANZIERER*: Institution

INSTITUTION: Technische Universität Braunschweig, Carl-Friedrich-Gauß-Fakultät, Institut für Sozialwissenschaften Lehrstuhl für Kommunikations- und Medienwissenschaften (Bienroder Weg 97, 38106 Braunschweig)

KONTAKT: Leiter (Tel. 0531-391-8964, Fax: 0531-391-8962, e-mail: h.isermann@tu-bs.de)

[273-L] Kepplinger, Hans Mathias:

Rivalen um Macht und Moral: Bundestagsabgeordnete und Hauptstadtjournalisten, in: Hanna Kaspar (Hrsg.) ; Harald Schoen (Hrsg.) ; Siegfried Schumann (Hrsg.) ; Jürgen R. Winkler (Hrsg.) ; Jürgen W. Falter (Adressat): Politik - Wissenschaft - Medien : Festschrift für Jürgen W. Falter zum 65. Geburtstag, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2009, S. 307-321

INHALT: Grundlage der folgenden Analyse ist eine schriftliche Befragung der Abgeordneten des Deutschen Bundestages und der ständigen Mitglieder der Bundespressekonferenz, die für traditionelle Medien (Presse, Hörfunk, Fernsehen, Nachrichtenagenturen) arbeiten. Die 611 Ab-

geordneten und die 623 ständigen Mitglieder der Bundespressekonferenz erhielten im Frühjahr 2008 einen Fragebogen, den sie selbst ausfüllen sollten. Aufgrund der Anlage der Befragung werden die Selbstbilder der Politiker und Journalisten - die Urteile der Politiker über die Politik (99 Befragte) und die Urteile der Journalisten über die Medien (112 Befragte) - miteinander verglichen. Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass zwischen den Bundestagsabgeordneten und den Hauptstadtjournalisten eine teilweise manifeste und teilweise latente Rivalität um Macht und Moral besteht. Nach Ansicht der Politiker und Journalisten besitzen die Medien mehr Einfluss auf die Politik als die Politik auf die Medien (Machtgefälle). Nach Ansicht der Politiker und Journalisten sollte die jeweils andere Seite weniger Einfluss auf den eigenen Tätigkeitsbereich haben, als sie besitzt (Machtüberschuss). Damit sind ihre Gemeinsamkeiten in der Beurteilung der Machtverhältnisse jedoch erschöpft. So gestehen die Journalisten der Politik wesentlich weniger Einfluss auf die Medien zu als die Politiker den Medien auf die Politik. (ICA2)

[274-L] Löffelholz, Martin:

Grundlagen einer medienorientierten Krisenkommunikation, in: Hans-Victor Hoffmann (Hrsg.): Netzwerk Kommunikation in Zeiten der Krise, Baden-Baden: Nomos Verl.-Ges., 2007, S. 221-246, ISBN: 978-3-8329-2574-1 (Standort: LB Stuttgart(24)-57/1374)

INHALT: Der Verfasser behandelt in Krisen übergreifender Perspektive die Kommunikationsbeziehungen zwischen Sicherheitspolitik, Militär und Öffentlichkeit und bezieht sie, in einem Modell systematisiert, auf die unterschiedlichen Phasen der Vorbereitung, Durchführung und Nachsorge von Krisen und Kriegen. Dabei geht es um den Primat der Politik, um Informationsmanagement, Krisenjournalismus, Themenkarrieren und Medienwirkungen. Es wird deutlich, dass die Medien in den angesprochenen Kommunikationsbeziehungen eine besondere Relevanz besitzen. Sie berichten nach eigenen Regeln und prägen damit die Sichtweise des Publikums. Auf der anderen Seite werden die Medien durch das sicherheitspolitische und militärische Informationsmanagement beeinflusst. Verlautbarungsjournalismus gewinnt an Boden, unabhängiger Recherchejournalismus verliert. Die Themenkarriere beginnt mit einer weitgehenden Ignorierung im Frühstadium, Dramatisierung bei Kriegsbeginn und schwindendem Interesse im weiteren Verlauf des Konflikts. Länger andauernde Krisen und Prozesse der Krisenbewältigung werden so medial marginalisiert. (ICE2)

[275-L] Lüter, Albrecht:

Die Kommentarlage: Profilbildung und Polyphonie in medienöffentlichen Diskursen, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. 2008, 278 S., ISBN: 978-3-531-15906-5 (Standort: UB Bonn(5)-2008/6996)

INHALT: Die Untersuchung greift zeitdiagnostisch pointierte Deutungen zur Medialisierung des Politischen und der gewachsenen Bedeutung von Medien als politischen Akteuren auf und untersucht sie empirisch mit Blick auf ihren öffentlichkeitstheoretischen Stellenwert. Sie erschließt die aktive Rolle der Medien in Form der politischen Kommentare und greift dabei inhaltsanalytischen Daten auf, die im Rahmen des WZB-Forschungsprojekts "Stimme der Medien im politischen Prozess" erhoben worden sind. In einem ersten Teil wird ein konzeptioneller Bezugsrahmen zur Analyse der bundesdeutschen Medienöffentlichkeit entwickelt und die Frage der politischen Autonomie der Massenmedien systematisch diskutiert. Öffentlich-

keitstheoretische Grundlagen werden gelegt und durch verschiedene Ansätze der Medienforschung ergänzt, um die zentralen Dimensionen politischen Medienhandelns bestimmen zu können. Vor diesem Hintergrund werden im zweiten Teil empirische Befunde zur politischen Strukturierung der öffentlichen Kommentaragenda vorgelegt, die auf einer Inhaltsanalyse politischer Kommentare aus den Jahren 1994 bis 1998 in den Tageszeitungen Die Welt, FAZ, SZ, FR und taz basieren. Hierbei geht es sowohl um die Positionierung und Profilierung der Medien auf der Links-Rechts-Achse, die Parteibindung und die Kandidatenbewertung als auch um den "Stil" des Kommentars als qualitatives Formmerkmal des öffentlichen Diskurses. Die Befunde der empirischen Analyse lassen sich, so der Verfasser abschließend, insgesamt generalisierend als Indikatoren für die erhebliche Strukturierungskraft politischer Kriterien im journalistischen Kommentardiskurs interpretieren. Für den Diskurs der Qualitätspresse gilt in diesem Sinn eine klare Relationierung zum politischen Diskurs. (ICE2)

[276-L] Möckel, Jutta:

News from the Holy Land: Akzeptanz von Konfliktberichterstattung im Fernsehen, in: conflict & communication online, Vol. 8/2009, No. 1, 21 S. (www.cco.regener-online.de/2009_1/pdf/Moeckel.pdf)

INHALT: "Ansätze für den Friedensjournalismus existieren in verschiedener Form. Viele Modelle orientieren sich an den Arbeiten von Johan Galtung und Wilhelm Kempf. Ob diese Modelle jedoch realistisch sind, hängt davon ab, wie das Publikum auf Friedensjournalismus reagiert. Eine zentrale Frage ist deshalb: Wird eine friedensorientierte Berichterstattung von den Rezipienten besser oder ähnlich bewertet als eine Berichterstattung, die einen eskalationsorientierten Bias enthält? Die vorliegende Studie untersucht diese Fragestellungen anhand von Filmmaterial über den israelisch-palästinensischen Konflikt. Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen, dass friedensorientierte Berichterstattung nicht nur genauso angenommen wird wie Mainstream-Berichterstattung, sondern in einigen Aspekten sogar besser bewertet wird." (Autorenreferat)

[277-L] Nathans, Eli:

Peter von Zahn über Rassismus in den USA, in: Aus Politik und Zeitgeschichte : Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament, 2009, H. 1/2, S. 20-26 (www.bpb.de/files/DYKJMY.pdf)

INHALT: Die anfängliche Bereitschaft des westdeutschen Radio- und Fernsehjournalisten Peter von Zahn, dem Rassismus in den USA während des Kalten Kriegs mit Verständnis zu begegnen, machte im Laufe der 1950er Jahre einer kritischeren Berichterstattung Platz. Dieser Wandel war hauptsächlich das Ergebnis moralischer Entrüstung, genährt von der Gewalt und den beobachteten Schikanen gegen schwarze Bürgerrechtler. Ursprünglich war für von Zahn die Freiheit der amerikanischen Gesellschaft - auch nach seinen Erfahrungen in Deutschland - attraktiv erschienen. Die Bürgerrechtsbewegung der zweiten Hälfte der 1950er Jahre stellte dann sein Weltbild auf den Kopf. (ICE2)

[278-F] Nitsch, Cordula, Mag. (Bearbeitung); Eilders, Christiane, Prof.Dr. (Betreuung):

Fiktionale Fernsehwelt - eine international vergleichende Analyse der literarischen Darstellung von Fernsehjournalisten

INHALT: Das Dissertationsprojekt untersucht mittels Inhaltsanalyse die Darstellung von Fernsehjournalisten in deutschen und amerikanischen Romanen im Zeitraum von 1970 bis 2005. Die herausgearbeiteten journalistischen Berufsbilder ermöglichen zunächst eine deskriptive Darstellung des fiktionalen TV-Journalisten im Zeitverlauf sowie im internationalen Vergleich. In einem zweiten Schritt werden Parallelen und Unterschiede zwischen den fiktionalen und realen Fernsehakteuren aufgezeigt und die Ergebnisse vor dem Hintergrund der Medienwirkung fiktionaler Unterhaltungsangebote diskutiert. *ZEITRAUM:* 1970-2005 *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Deutschland und USA

METHODE: Berufsbildstereotype in fiktionalen Unterhaltungsangeboten; Inhaltsanalyse. Untersuchungsdesign: Trend, Zeitreihe *DATENGEWINNUNG:* Inhaltsanalyse, standardisiert (Stichprobe: 60; 30 deutsche und 30 amerikanische Romane).

ART: *BEGINN:* 2005-10 *ENDE:* 2009-12 *AUFTRAGGEBER:* nein *FINANZIERER:* Wissenschaftler

INSTITUTION: Universität Augsburg, Philosophisch-Sozialwissenschaftliche Fakultät, Institut für Medien und Bildungstechnologie -imb- Professur für Kommunikationswissenschaft, Öffentliche Kommunikation (Universitätsstr. 10, 86135 Augsburg)

KONTAKT: Bearbeiterin (e-mail: cordula.nitsch@phil.uni-augsburg.de)

[279-L] Nohrstedt, Stig Arne; Ottosen, Rune:

War journalism in the threat society: peace journalism as a strategy for challenging the mediated culture of fear?, in: conflict & communication online, Vol. 7/2008, No. 2, 17 S. (www.cco.regener-online.de/2008_2/pdf/nohrstedt_ottosen.pdf)

INHALT: "Die mögliche Entwicklung der Risiko-Gesellschaft zu etwas, das man als eine Bedrohungsgesellschaft bezeichnen könnte, in der Bedrohungswahrnehmungen von der Politik in einem Maße ausgebeutet werden, wie es in der Moderne selten da gewesen ist, stellt in vielerlei Hinsicht eine Herausforderung für den Konflikt- und Friedensjournalismus dar. Der Kontext des Krieges gegen den Terror als vorherrschende globale Diskursordnung und das Fehlen einer konsistenten Strategie zur Demokratisierung von Nachkriegsgesellschaften, ebenso wie Kriegspropaganda, Wahrnehmungsmanagement und psychologische Operationen als Teil der Medienkriege, die parallel zu den militärischen Operationen geführt werden, verleihen der Diskussion über Relevanz, Tragweite und Anwendbarkeit friedensjournalistischer Modelle und/ oder Philosophien in der aktuellen internationalen Lage höchste Dringlichkeit. Der vorliegende Aufsatz skizziert Ansatzpunkte für eine solche Diskussion in der Bedrohungsgesellschaft." (Autorenreferat)

[280-F] Patterson, Tomas, Prof.Dr.; Rentsch, Mathias, M.A. (Bearbeitung); Donsbach, Wolfgang, Prof.Dr.phil.habil. (Leitung):

Konvergenz oder Divergenz in Berufsverständnissen und Nachrichtenauswahl? Zweite Welle der internationalen Befragung von Nachrichtenjournalisten

INHALT: Projektziel ist, über diese zweite Welle Berufsnormen, das Rollenverständnis und die Arbeitsbedingungen von Journalisten sowohl im Längsschnitt als auch im Querschnitt zu untersuchen. Das Projekt knüpft an die Fünf-Länder-Studie der Autoren der 1990er Jahre an. Die zweite Befragungswelle derselben Länder exklusive Schweden soll über eine vergleichende Analyse im zeitlichen Verlauf die in der Journalismusforschung zentrale Frage beant-

worten, ob es zu einer Konvergenz der Rollenbilder und des Berufsverhaltens vor allem US-amerikanischer und deutscher Journalisten gekommen ist. *ZEITRAUM*: 2007/08 *GEOGRAPHISCHER RAUM*: Bundesrepublik Deutschland, Großbritannien, Italien, USA

METHODE: Die strenge Replikation der Befragungen der 1990er Jahre zielte darauf ab, zentrale Größen wie Grundgesamtheit, Stichproben und Fragebogen konstant zu halten. Auf diese Weise sollen methodisch zulässige Trends aufgespürt werden, die sich in den vergangenen zwei Jahrzehnten in den verschiedenen Journalismuskulturen vollzogen haben. Untersuchungsdesign: Trend, Zeitreihe; Querschnitt *DATENGEWINNUNG*: Standardisierte Befragung, online (Stichprobe: 600 -pro Land-; Nachrichtenjournalisten bei Presse und Rundfunk; Auswahlverfahren: Zufall). Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts.

ART: *BEGINN*: 2005-06 *ENDE*: 2009-03 *AUFTRAGGEBER*: nein *FINANZIERER*: Alexander von Humboldt-Stiftung

INSTITUTION: Technische Universität Dresden, Philosophische Fakultät, Institut für Kommunikationswissenschaft Professur für Kommunikationswissenschaft I (01062 Dresden)

KONTAKT: Leiter (Tel. 0351-463-33533, e-mail: kommunikationswissenschaft@mailbox.tu-dresden.de); Patterson, Thomas E. (Prof.Dr. Tel. 0001-617-495-9926, e-mail: thomas_patterson@harvard.edu); Rentsch, Mathias (Tel. 0351-463-33150, e-mail: mathias.rentsch@tu-dresden.de)

[281-L] Pörzgen, Gemma:

Aus den Augen - aus dem Sinn: der Kaukasus in den Medien, in: Aus Politik und Zeitgeschichte : Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament, 2009, H. 13, S. 40-46 (www.bpb.de/files/QRVFJT.pdf)

INHALT: Obwohl der Georgien-Krieg der kürzeste und am wenigsten verlustreiche in der Region gewesen ist, so die Verfasserin, hat es so viel Berichterstattung wie noch nie gegeben. Selbst über die Tschetschenien- Kriege sei weniger ausführlich berichtet worden, bestätigen auch langjährige Beobachter. Die Bedeutung der Ereignisse und deren enormes Medienecho erklären sie vor allem mit der Internationalisierung des Konflikts, bei dem erstmals wieder die USA und Russland in eine offene Konfrontation gerieten. In den kommenden Jahren dürften die Vorbereitungen für die Olympischen Winterspiele in Sotschi 2014 dafür sorgen, dass auf die Region vielleicht ein ganz neuer Blick fällt. Da Abchasien nur zehn Minuten vom geplanten Olympiapark entfernt liegt, dürfte sich selbst der Blick der Sportjournalisten nicht auf den Badeort im Süden Russlands beschränken. Aber trotz solcher Chancen auf neue journalistische Zugänge spricht angesichts der drastischen Sparmaßnahmen in den Redaktionen wenig dafür, dass sich das Interesse am Kaukasus in den Medien erheblich steigern ließe. (ICF2)

[282-L] Säther, Elin:

A new political role?: discursive strategies of critical journalists in China, in: China aktuell : Journal of Current Chinese Affairs, Vol. 37/2008, No. 4, S. 5-29

INHALT: "Die vereinfachende Gegenüberstellung von freien und unfreien Medien reicht für ein Verständnis der Dynamik innerhalb der chinesischen Medienlandschaft nicht aus. Während der vergangenen zwei Jahrzehnte haben die Medien eine erhebliche Diversifizierung erfahren, und gesellschaftliche Probleme sind zum Gegenstand des öffentlichen Diskurses geworden. Kritische Journalisten haben für sich eine neue professionelle Identität formuliert. Vom

Standpunkt einer hegemonialen Rolle der Medien in China gelten Journalisten als Propagandadienstleister, deren Hauptaufgabe die Verbreitung der Parteilinie ist. Kritische Journalisten widersetzen sich dieser Rolle und versuchen, eine Position zu artikulieren, die es ihnen ermöglicht, freier über gesellschaftliche Probleme zu berichten. Kritische Journalisten tragen dazu bei, eine neue politische Rolle für die Medien in China zu definieren. Der vorliegende Beitrag diskutiert, inwieweit aus den Bemühungen von Journalisten um größere Autonomie tatsächlich eine solche Rolle resultiert. Andererseits reflektiert die Stärkung eines kritischen Journalismus auch das Bestreben des Parteistaats, die neuen Mediendiskurse für sich zu nutzen, da eine begrenzte Aufdeckung lokaler Missstände den zentralen Parteistaat als responsiv und verantwortlich und damit in einem günstigen Licht erscheinen lässt. Im Ergebnis genießen die Medien Autonomie unter Vorbehalt, indem der Parteistaat die Kontrollmacht über ihre Bestrebungen behält, die Bandbreite an öffentlich diskutierbaren Themen zu erweitern." (Autorenreferat)

[283-L] Schubert, Frank (Hrsg.):

Medien als Wegbereiter von Kriegen?: die unheilige Allianz von Medienleuten und Kriegsleuten, (Potsdamer Beiträge zur Medienkritik, Bd. 1), Schkeuditz: Schkeuditzer Buchverl. 2008, 168 S., ISBN: 978-3-935530-67-5

INHALT: "Der vorliegende Band enthält Beiträge des zweiten "Potsdamer Tages der Medienkritik", der im April 2007 stattfand. Veranstalter waren die Rosa-Luxemburg-Stiftung Brandenburg und die Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju) in ver.di (Berlin). Im Mittelpunkt der Tagung stand das Verhältnis zwischen Medien und Militär, welches in den letzten Jahrzehnten von einem professionellen Umgang des Militärs mit den Medien gekennzeichnet ist. Dabei macht sich das Militär den herrschenden ökonomischen Druck der Medien zunutze, die im wirtschaftlichen Wettbewerb immer stärker auf Militär- und regierungsamtliche Quellen zurückgreifen und die eigene Recherche und kritische Würdigung dieser Quellen vernachlässigen. Hochtechnologischer Fortschritt in der Nachrichtenübertragung und die Konsumenten orientierte Berichterstattung verändern nachhaltig das Bild der Medien." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Hannes Heer: Das Dritte Reich des Guido Knopp. Vom medialen Umgang mit der Nazivergangenheit (17-34); Walter van Rossum: Wie Sabine Christiansen dabei half, den Irak zu befreien (35-46); Gerhard Paul: Der Bilderkrieg. Der Irak-Krieg 2003/04 als visuelle Inszenierung (47-64); Andreas Elte: Revolution in Military Affairs und Medien (65-83); Heinz Loquai: Medien als Weichensteller zum Krieg (84-102); Heinz Loquai: Ein amerikanisches Programm zur Abwehr von Raketen in Europa - politischer Spaltpilz für Europa? (103-107); Frank Schubert: Medien und Krieg - eine unheiligselige Allianz (108-129); Sebastian Köhler: Zwei Chroniken eines kurzfristig angekündigten Todes. Zur audio-visuellen Vermittlung der Hinrichtung Saddam Husseins am 30. Dezember 2006(130-137); Werner Ruf: Islamistische Bedrohung? (138-156); Jörn Schütrumpf: Rosa Luxemburg, die Patin des Terrors? (157-167).

[284-L] Sommerhäuser, Julia:

Warblogs: Tagebücher zum Krieg, in: Johannes M. Becker (Hrsg.) ; Herbert Wulf (Hrsg.): **Zerstörter Irak - Zukunft des Irak? : der Krieg, die Vereinten Nationen und die Probleme eines Neubeginns**: Lit Verl., 2008, S. 193-215

INHALT: Stärken von Warblogs sind ihre Unabhängigkeit, ihre Glaubwürdigkeit und die Zusatzinformationen, die sie bieten. Schwächen sind ihre zweifelhafte Authentizität, die fehlende redaktionelle Kontrolle und die unregelmäßigen Abstände, in denen die Warblogs aktualisiert werden. Die Verfasserin stellt ausgewählte Warblogs aus den Irak-Krieg vor (Salam Pax, Christopher Allbritton, Kevin Sites, Glenn Reynolds, BBC Reporter's Log). Die Berichterstattung der Warblogs wird mit der der New York Times verglichen. Vergleichspunkte waren das Ultimatum und der Kriegsbeginn, die Einnahme Bagdads und das offizielle Kriegsende. Besondere Merkmale der Warblogs ergeben sich hinsichtlich Schreibstil, Glaubwürdigkeit, Aktualität, Informationsgehalt sowie Meinung und Fakten. Das Fazit der Verfasserin: Warblogs bieten in einigen Bereichen einen Mehrwert, revolutionieren die Kriegsberichterstattung jedoch nicht. (ICE2)

[285-L] Vermeer, Andréa Eleonore:

Medienwelten des Irakkrieges: Kriegsberichterstattung des öffentlich-rechtlichen

Fernsehens in Deutschland, in: Johannes M. Becker (Hrsg.) ; Herbert Wulf (Hrsg.): Zerstörer Irak - Zukunft des Irak? : der Krieg, die Vereinten Nationen und die Probleme eines Neubeginns: Lit Verl., 2008, S. 173-192

INHALT: Die Verfasserin untersucht die Kriegsberichterstattung des öffentlich-rechtlichen Fernsehens in Deutschland. Die Art der Ausbildung der Auslandskorrespondenten, deren Einsatz häufig ohne Kenntnis der Region oder der Hintergründe des Krieges erfolgt, sowie die Abhängigkeit der Korrespondenten von den am Krieg beteiligten Parteien führen dazu, dass ARD und ZDF in ihrer Kriegsberichterstattung ihre Glaubwürdigkeit aufs Spiel setzen. Es gelingt den öffentlich-rechtlichen Sendern nur teilweise, den Konflikt im Irak differenziert und analytisch darzustellen. (ICE2)

[286-L] Weiss, Volker:

Der Kommunikator als Rezipient: wie nutzen und bewerten Sportjournalisten die Medien? ; eine qualitative Bestandsaufnahme, Saarbrücken: VDM Verl. Dr. Müller 2007, VII. 118 S., ISBN: 978-3-8364-4818-5 (Standort: UB Trier(385)-AMpw4439)

INHALT: "Die vorliegende Untersuchung beschäftigt sich mit der Nutzung und Bewertung massenmedialer Sportangebote und weiterer nicht-medialer Informationsquellen von Sportjournalisten. Relevante Ansätze der Journalismus- und Kommunikatorforschung, sowie der Mediennutzungsforschung bilden zusammen mit den ökonomischen und publizistischen Einflussfaktoren und Wechselwirkungen im Sportjournalismus, sowie den Merkmalen der Sportberichterstattung das theoretische Fundament. Die befragten Sportjournalisten nutzen ein breites, medienübergreifendes Repertoire an Sportmassenmedien, dabei stellen sich keine wesentlichen Unterschiede im Zusammenhang mit der jeweiligen Medienzugehörigkeit heraus. Vor allem zum Zwecke der Recherche und Themenfindung wenden die Befragten sich den Angeboten zu. Geht es um die Einschätzung der eigenen Arbeit, so bevorzugen die Sportjournalisten die persönlichen Gespräche mit redaktionsinternen Kollegen, als auch mit denen der Konkurrenz. Von zentraler Bedeutung ist das Ergebnis, dass das Gros der Befragten die direkten Kontakte zu Vertretern aus dem Sport als eine Informationsquelle einstufen, die der täglichen Mediennutzung mindestens gleichwertig, oftmals sogar übergeordnet ist." (Autorenreferat)

[287-F] Winistörfer, Norbert, Prof.; Lehmann, Dominik; Ingenhoff, Diana, Prof.; Sommer, Katharina, M.A. (Bearbeitung); Einwiller, Sabine (Leitung):

Wirtschaftsberichterstattung in den Fernseh- und Radionachrichten - Erfüllen die Nachrichtensendungen den Service public?

INHALT: Im Rahmen des Projekts wurden ausgewählte Fernseh- und Radionachrichtensendungen in öffentlich-rechtlichen und privaten Sendeanstalten der drei Regionen Deutschschweiz, Romandie und Tessin auf ihren Beitrag zum Service public untersucht. Hierbei wurde aufgrund der gesellschaftspolitischen Bedeutung des Themengebiets auf die Wirtschaftsberichterstattung fokussiert. Als übergeordnete Fragestellung galt es zu beantworten, inwieweit die elektronischen Medien TV und Radio im Rahmen ihrer Wirtschaftsberichterstattung in Nachrichtensendungen den Service public erfüllen. Eine Zusammenfassung der Resultate sowie ein ausführlicher Projektbericht findet sich auf der Website des BAKOM: www.bakom.admin.ch/themen/radio_tv/01153/01156/01550/index.html?lang=de . **ZEITRAUM:** Februar bis März 2007 **GEOGRAPHISCHER RAUM:** Schweiz

METHODE: Methodisches Vorgehen: Das Projekt wird in drei Phasen durchgeführt, wobei qualitative Methoden (Fokusgruppen, Interviews) mit der Inhaltsanalyse kombiniert werden. Präzisierung der Datenerhebungen: Phase 1 - Rezipientenuntersuchung: Im Rahmen von qualitativen Analysen (Fokusgruppen) werden die Anforderungen und Wahrnehmungen der Rezipienten hinsichtlich Relevanz von Themen und Verständlichkeit der Berichterstattung untersucht. Phase 2 - Inhaltsanalyse der Nachrichtensendungen: Die Wirtschaftsberichterstattung in den Nachrichten ausgewählter öffentlich-rechtlicher und privater elektronischer Medien (TV und Radio) wird in Phase 2 (Februar bis März 2007) einer systematischen Inhaltsanalyse unterzogen. Die Ergebnisse aus Phase 1 liefern hierbei eine wichtige Grundlage zur Erarbeitung des Codierschemas. Um die Inhalte zu erfassen und zu analysieren, werden archivierte Programmaufzeichnungen mithilfe eines standardisierten Codierschemas analysiert und vercodet. Phase 3 - Analyse der Nachrichtenproduktion (Journalistenbefragung): In der dritten Projektphase werden die produktionsseitigen Hintergründe der Resultate aus den Phasen 1 und 2 im Rahmen von Gesprächen mit Wirtschaftsjournalisten hinterfragt. **DATENGEWINNUNG:** Inhaltsanalyse, standardisiert; Gruppendiskussion; Qualitatives Interview (HörerInnen/ SeherInnen, Wirtschaftsnachrichten, Wirtschaftsjournalisten).

VERÖFFENTLICHUNGEN: S. www.bakom.admin.ch/themen/radio_tv/01153/01156/01550/index.html?lang=de .

ART: *BEGINN:* 2006-09 *ENDE:* 2008-02 *AUFTRAGGEBER:* Bundesamt für Kommunikation -BAKOM- *FINANZIERER:* Auftraggeber

INSTITUTION: Fachhochschule Nordwestschweiz Hochschule für Wirtschaft -HSW-, Institute for Competitiveness and Communication -ICC- (Riggenbachstr. 16, 4600 Olten, Schweiz); Universität Fribourg, Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät, Fachbereich Medien- und Kommunikationswissenschaft (Boulevard de Pérolles 90, 1700 Fribourg, Schweiz)

1.9 Medien und Politik, internationale Kommunikation

[288-F] Ahmadov, Ibrahim (Bearbeitung); Jäger, Thomas, Prof.Dr. (Betreuung):

Entstehung der neuen politischen Akteure im globalen Kommunikationsraum

INHALT: Die Entwicklung der Kommunikationsmedien führt zur Entstehung der neuen politischen Akteure.

METHODE: Begriffsbestimmung: der Begriff des Politischen (Carl Schmitt), der Begriff der Gemeinschaft (Tönnies, Weber), der Begriff der Medien (Luhmann). Fallstudie Medienbotschaften Al Qa'idā - eine qualitative Inhaltsanalyse.

ART: *AUFTRAGGEBER:* keine Angabe *FINANZIERER:* keine Angabe

INSTITUTION: Universität Köln, Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät, Forschungsinstitut für Politische Wissenschaft und Europäische Fragen Lehrstuhl für Internationale Politik und Außenpolitik (Postfach 411020, 50870 Köln)

KONTAKT: Bearbeiter (e-mail: ibrahim.ahmadov@googlemail.com)

[289-F] Ballensiefen, Moritz, Dipl.-Soz.Wiss. (Bearbeitung); Korte, Karl-Rudolf, Prof.Dr.rer.-pol.habil.Dr.phil. (Betreuung):

Der Bundestagswahlkampf im Bild der Medien - eine Inhaltsanalyse zur visuellen Politik(er)darstellung ausgewählter Printmedien

INHALT: Den Massenmedien kommt eine Leitfunktion zur politischen Information der Bürger zu, die besonders innerhalb der Wahlkampfkommunikation der Parteikampagnen einen hohen Stellenwert einnimmt. Politiker müssen medial kommunizieren können, um sich und ihre Arbeit zu legitimieren. Der Bundestagswahlkampf 2005 hat auf der einen Seite ein bisher unbekanntes Ausmaß an Medienberichterstattung ausgelöst: Noch nie wurde im Vorfeld einer Wahl so ausführlich und intensiv über die Parteien und ihre Kandidaten berichtet, wie im Jahr 2005. Noch nie gab es derart viele TV-Formate, Sonderausgaben und Diskussionsrunden. Aber auch noch nie wurde eine Bundestagswahl von mehr journalistischen Kommentaren begleitet. Auf der anderen Seite hat der Bundestagswahlkampf 2005 gezeigt, dass die wahlkämpfenden Parteien auf diese Entwicklung reagieren und in ihrer Kommunikationsstrategie einen hohen Grad an Professionalität aufweisen. Über den klassischen paid media Kanal der parteieigenen Kampagnen hinaus wurde daher verstärkt versucht, Einfluss auf die free media Berichterstattung zu nehmen. Die Vermittlung politischer Botschaften über die Massenmedien als Transporteur bietet zahlreiche Vorteile: sie ist kostengünstig und schnell, erreicht eine enorme Reichweite und wird im Gegensatz zur Parteiwerbung als recht objektiv und glaubwürdig wahrgenommen. Einen Bereich vernachlässigen die Kommunikationsexperten in ihrer Strategie trotz zunehmender personeller wie instrumenteller Professionalisierung bisher jedoch: die visuelle Politik(er)-Darstellung. Anders als textliche Inhalte sind Medienbilder in besonderem Maße in der Lage, Emotionen zu transportieren und darüber Aufmerksamkeit für beide zentralen Teilbereiche einer Kommunikationsstrategie zu erzeugen: die Imagelinie und die Angrifflinie einer Partei. Bildverlust bedeutet innerhalb einer Kommunikationsstrategie Machtverlust. Die visuelle Außendarstellung als Form der Politikvermittlung wird sowohl innerhalb der politischen Strategieformulierung als auch in der wissenschaftlichen Betrachtung weitestgehend ausgeblendet. Die kommerzielle Produktwerbung hat diese Funktion schon sehr viel länger implementiert, bedenkt man beispielsweise die Schock-Foto-Kampagne des Benetton Konzern aus den 1990er Jahren. Bilder sind Eyecatcher. Sie sind nicht nur in der Lage zu Emotionalisieren sondern ihr besonderer Vorteil liegt darin begründet, dass sie ihre Botschaft auf einen Blick transportieren und dem Bildgedächtnis des Betrachters lange in Erinnerung bleiben. Während die Wirkung von Bildern auf die Rezipienten mittlerweile recht ausführlich - vor allem innerhalb der Psychologie und Kommunikationsforschung - diskutiert wurde, fehlen methodische politikwissenschaftliche Ansätze zur Untersuchung visueller

Kommunikation. *ZEITRAUM*: 2005 *GEOGRAPHISCHER RAUM*: Bundesrepublik Deutschland

METHODE: Das Dissertationsprojekt hat es sich zur Aufgabe gemacht, ein Kategoriensystem zu entwickeln, das die Analyse visueller (politischer) Medienkommunikation erfassen und auswerten kann. Als Fallbeispiel zur Umsetzung der Inhaltsanalyse von Medienbildern wurde die Kandidatendarstellung im Bundestagswahlkampf 2005 ausgewählt und in meinungsbildenden Tageszeitungen untersucht. Im Zentrum des Forschungsinteresses steht dabei die Frage, ob der Medienberichterstattung auf visueller Ebene ein News-Bias nachzuweisen ist. Welche Elemente der visuellen Personendarstellung lassen sich dabei als Kriterien zur Analyse eines Medienbildes anwenden? Werden die Kandidaten in den einzelnen Medien mit redaktionellen Mustern dargestellt? Und verändern sich diese im Phasenverlauf des Wahljahres? *DATEN-GEWINNUNG*: Inhaltsanalyse, standardisiert (Stichprobe: 6.000; Zeitungsartikel -bebildert-Mai-November 2005; Auswahlverfahren: Quota). Qualitatives Interview (Stichprobe: 3). Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts.

VERÖFFENTLICHUNGEN: Ballensiefen, Moritz: Bilder machen Sieger - Sieger machen Bilder. Die Funktion von Pressefotos im Bundestagswahlkampf 2005. Zugl. Duisburg-Essen, Univ., Diss., 2008. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. 2009, 458 S. ISBN 978-3-531-16488-5.

ART: *BEGINN*: 2006-01 *ENDE*: 2008-08 *AUFTRAGGEBER*: keine Angabe *FINANZIERER*: Stipendium; Evonik Industries Promovendenprogramm

INSTITUTION: Universität Duisburg-Essen Campus Duisburg, FB Gesellschaftswissenschaften, Institut für Politikwissenschaft NRW School of Governance (Lotharstr. 65, 47057 Duisburg)

KONTAKT: Bearbeiter (Tel. 0203-379-1229, e-mail: moritz.ballensiefen@uni-due.de)

[290-L] Baringhorst, Sigrid; Kneip, Veronika; Niesyto, Johanna (Hrsg.):

Political campaigning on the web, (Medienumbrüche, Vol. 37), : transcript Verl. 2009, 274 S., ISBN: 978-3-8376-1047-5

INHALT: "Drawing upon a common conceptual framework of political webcampaigning the book offers theoretical reflections on Internet-based campaign politics. It provides a comparative overview on the use of the Internet as a campaigning instrument by diverse intermediary political actors. Taking the empirical findings of Internet appropriations into consideration, the book discusses the impact of political webcampaigning on (transnational) democracy and the transformation of public spheres." (author's abstract). Contents: Sigrid Baringhorst: Introduction: Political Campaigning in Changing Media Cultures - Typological and Historical Approaches (9-30); Jeffrey Wimmer: The Publics Behind Political Web Campaigning. The Digital Transformation of 'Classic' Counter-Public Spheres (31-51); Rainer Winter: Forms of Digital Resistance. The Internet and the Constitution of a Transnational Public Sphere (53-65); Sarah Zielmann, Ulrike Röttger: Characteristics and Developments of Political Party Web Campaigns in Germany, France, the United Kingdom, and the United States between 1997 and 2007 (69-92); Johanna Niesyto: Virtualized Campaigning for Europe: Towards Reinvigoration of European Public Sphere(s)? (93-119); Lorenzo Mosca, Daria Santucci: Petitioning Online. The Role of E-Petitions in Web Campaigning (121-146); Stuart Hodgkinson: Internet Campaigning across Borders: The Virtual Revival of Labour Internationalism? (147-171); Veronika Kneip: Political Struggles within the Market Sphere. The Internet as a Weapon? (173-198); Alice Mattoni: Organization, Mobilization, and Identity: National and Transnational Grassroots Campaigns between Face-to-Face and Computer-Mediated Communication

(199-230); Ralf Lindner: Communication and Campaign Strategies of Intermediary Organizations - A Comparative Analysis (233-255); Geert Lovink interviewed by Johanna Niesyto: A Plea for More Experiments and Creativity in Political Laboratories (257-272).|

[291-L] Bastgen, Sarah; Jucknat, Kim; Römmele, Andrea:

Einführung in das Forschungsfeld der politischen Kommunikation, in: Viktoria Kaina (Hrsg.) ; Andrea Römmele (Hrsg.): Politische Soziologie : ein Studienbuch, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2009, S. 209-234

INHALT: Aus der Perspektive der politischen Soziologie liegt das Augenmerk der politischen Kommunikation auf der wechselseitigen Abhängigkeit zwischen Politik, Medien und Bürgern. Der Prozess der politischen Kommunikation wird als Handlungssystem verstanden, in dem Veränderungen in einem Element des Systems Veränderungen im Verhalten der anderen Elemente mit sich bringen. Im Mittelpunkt steht eine Dynamik, der die politische Kommunikation aufgrund des gesellschaftlichen Wandels und der technischen Innovationen unterliegt. In einem ersten Schritt wird die Frage nach der Rolle und Bedeutung von Kommunikation in repräsentativen Demokratien analysiert. In einem zweiten Schritt kommen die unterschiedlichen wissenschaftlichen Disziplinen, die sich mit politischer Kommunikation beschäftigen, zu Wort - dies sind in erster Linie die Kommunikationsforschung, die Parteienforschung, sowie der seit den 1990er Jahren boomende Forschungsstrang der Wahlkampfkommunikationsforschung. Dabei werden die unterschiedlichen Perspektiven dieser Forschungsrichtungen aufgezeigt und näher beleuchtet. In einem dritten Schritt wird das Forschungsfeld der Wahlkampfkommunikationsforschung eingehender betrachtet. Daran anschließend geht es um ausgewählte Akteure der politischen Kommunikation, deren Interaktion mit den Medien sowie um das Spannungsfeld zwischen Parteien bzw. NGOs und Medien. Abschließend wird die vergleichende Perspektive in der politischen Kommunikationsforschung thematisiert. (ICF2)

[292-L] Baumgarten, Britta; Grauel, Jonas:

The theoretical potential of website and newspaper data for analysing political communication processes, in: Historical Social Research : the official journal of Quantum and Interquant ; an international journal for the application of formal methods to history, Vol. 34/2009, No. 1 = No. 127, S. 94-121 (Standort: USB Köln(38)-XG05183; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "Der vorliegende Aufsatz vergleicht die Stärken und Schwächen von Webseiten und Zeitungen als Datenquellen für die Analyse politischer Kommunikationsprozesse. Als prozess-generierte Daten teilen beide Quellen mehrere Vor- und Nachteile, unterscheiden sich aber in Details, woraus spezifische theoretische Potentiale resultieren. Wir zeigen jeweils spezifische Verzerrungen, die bereits bei der Produktion aber auch durch die selektive Archivierung und Sicherung der Daten entstehen können. Des Weiteren unterscheiden wir jeweils spezifische Zugangswege zu den Quellen und Möglichkeiten, das Datenmaterial zu klassifizieren. Daran anknüpfend stellen wir die These auf, dass sich Zeitungen und Webseiten aufgrund der ihnen eigenen Qualitäten für bestimmte Fragestellungen mehr bzw. weniger eignen: Webseiten eignen sich 1. eher für die Analyse interpretativer Deutungsmuster, jedoch weniger zur Analyse politischer Diskurse; 2. eher für die Analyse marginalisierter Akteure, jedoch weniger zur Analyse von Machteliten und 3. eher für zeitlich begrenzte Fallstudien als

für Längsschnittanalysen. Für Zeitungen gilt jeweils das Gegenteil. Die Entscheidung für einen Datentyp ist letztlich aber auch von spezifischen Aspekten der Forschungsfrage abhängig. Der Aufsatz schließt mit einem Überblick über Charakteristiken und Möglichkeiten der beiden Datentypen, der dem Leser helfen soll, diese Merkmale beim Entwurf eines Forschungsdesigns zu berücksichtigen." (Autorenreferat)

[293-L] Bennett, Lance W.:

Power and the news media: the press and democratic accountability, in: Politische Vierteljahresschrift : Zeitschrift der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft, Sonderheft, 2009, H. 42, S. 84-102 (Standort: UB Bonn(5)-Einzelsign; USB Köln(38)-FHM-XE00036; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "Können Nachrichtenorganisationen dazu verpflichtet werden, dem öffentlichen Interesse zu dienen? Und selbst wenn Regierungsinstitutionen Standards öffentlicher Verantwortung befolgen, wie sollten diese Standards beschaffen sein? Unterminieren die engen Beziehungen von Nachrichtenorganisationen und mächtigen Politikern, über die sie berichten, solche Standards? Diesen Fragen wird mittels einer Analyse der Berichterstattung zu Forderungen der Bush-Regierung nach einer Invasion im Irak und späteren Dementis der Erlaubnis von Folter nachgegangen. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass die US-amerikanische Presse mittlerweile so eng mit der Regierung verbunden ist, dass sie zentrale politische Entscheidungen nicht in Frage stellen kann, sofern sich nicht auch innerhalb des politischen Systems eine effektive Opposition gegen diese Politiken entwickelt hat. Dieser Befund korrespondiert mit den Resultaten anderer Studien: Die US-Presse kann in Phasen, in denen der Regierung Fehler unterlaufen und Kritik für eine Demokratie notwendig erscheint, nicht unabhängig berichten. Die Auswirkungen auf andere Mediensysteme werden diskutiert." (Autorenreferat)

[294-L] Bertelsmann Stiftung (Hrsg.):

Kommunikationsreform: drei Perspektiven auf die Zukunft der Regierungskommunikation, (Zukunft Regieren : Beiträge für eine gestaltungsfähige Politik, 3/2008), Gütersloh 2008, 96 S. (Graue Literatur; www.bertelsmann-stiftung.de/cps/rde/xbcr/SID-0A000F0A-3955B612/bst/Gesamt%20PDF.pdf)

INHALT: Der Herbst 2008 stand im Zeichen einer "Renaissance der Politik" sowie eines neuen Nachdenkens über die Relevanz nationalstaatlichen Regierens und die Rolle des Staates. Die Finanzmarktkrise hat der deutschen Öffentlichkeit die Unübersichtlichkeit und die Wucht globaler Herausforderungen drastisch vor Augen geführt. Tatsächlich scheinen die Handlungsspielräume der Politik abzunehmen; nicht so die Erwartungen an politische Akteure. Sie müssen sich mehr denn je daran messen lassen, inwieweit es ihnen gelingt, die soziale, ökonomische und ökologische Dimension von Nachhaltigkeit gleichermaßen im Blick zu behalten. Dabei zeigen sich die Wähler in Deutschland angesichts der weit reichenden politischen Reformen der letzten Jahre verunsichert. Die Reform-Aversion breiter Bevölkerungsschichten in Deutschland hat häufig auch etwas mit der Schwierigkeit zu tun, tief greifende gesellschaftliche Modernisierungsprozesse zu vermitteln. Je komplexer und tief greifender Reformen ausfallen, desto wichtiger werden akzeptanz- und vertrauensstiftende Kommunikationsstrategien. Wenn Reformen von der Bevölkerung jedoch nicht nachvollziehbar sind, steigt die Skepsis gegenüber der Politik und schwindet das Vertrauen in die politischen Akteure. Der

viel zitierten Verständniskluft zwischen Regierenden und Regierten kann dann schnell ein Demokratieproblem folgen, wenn die politische Kommunikation als Teil des Gesamtkonzeptes von politischem Handeln versagt. In dem vorliegenden Werk werden drei verschiedene Zugänge zur Zukunft der Regierungskommunikation vorgestellt. Drei Experten beleuchten in unterschiedlicher Weise die Frage nach Erfolgsbedingungen von Regierungskommunikation bei der Vermittlung und Durchsetzung von Reformen. Dazu wurden die Perspektive eines Politikwissenschaftlers (Ulrich Sarcinelli), eines Kommunikationsberaters (Michael Kronacher) und eines im politisch-administrativen Bereich erfahrenen Praktikers (Peter Ruhenstroth-Bauer, Staatssekretär a. D.) gewählt. Diese drei Zugangsweisen ermöglichen eine systematische Auseinandersetzung auf der Basis jeweils unterschiedlicher Erfahrungshorizonte der Verfasser, mit denen selbstverständlich spezifische Fachsprachen, Herangehensweisen, Schwerpunktsetzungen und Zielperspektiven verbunden sind. (ICD2)

[295-L] Bisky, Lothar; Kriese, Konstanze; Scheele, Jürgen (Hrsg.):

Medien - Macht - Demokratie: neue Perspektiven, (Texte / Rosa-Luxemburg-Stiftung, Bd. 54), Berlin: Dietz 2009, 472 S., ISBN: 978-3-320-02183-2

INHALT: "Der vorliegende Sammelband ist entstanden, weil vielen Wissenschaftlerinnen, Politikern, Medienfachleuten und Kulturmenschen zutiefst bewusst ist, dass der Zugang zu Kommunikation und Information in unseren Gesellschaften Grundfragen der demokratischen Beteiligung betreffen. Deshalb hielten wir es für geboten, gerade die Vorzüge eines Sammelbandes zu nutzen und ein Kaleidoskop mediendemokratischer Suchbewegungen zu vereinen. Dies geschieht grundsätzlich durch zwei unterschiedliche Herangehensweisen: Entweder verfolgen die Autorinnen und Autoren demokratiethoretische Konfliktfelder, die die Repräsentations-, Verhandlungs- und Entscheidungskraft moderner politischer Öffentlichkeiten hinterfragen oder sie entführen die Leserschaft zu den Grundstrukturen des digitalen Kapitalismus. Die Gesamtlektüre der hier versammelten sorgfältigen Analysen unterfüttert uneingelöste linke Forderungen an eine europäische Medienordnung: der demokratische Zugang aller, ein wachsender Kompetenzgewinn gegenüber dem digitalen Kapitalismus und würdige Arbeits- und Kommunikationsbedingungen von Medienmachern und Mediennutzern. Sie verlangen konkrete Regelungen für die Offenheit der Netze, ein modernes Urheberrecht ebenso wie neuartige kollektive Rechte, Datenschutz, transparentes Datenmanagement und vieles mehr." (Textauszug). Inhaltsverzeichnis: Politik - Lothar Bisky: Was könnte Medienpolitik leisten? (11-17); André Donk, Joachim Westerbarkey: Politische Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft: Fragmentierung, Desintegration und Entpolitisierung (18-35); Hans J. Kleinsteuber: Entstaatlichung des Rundfunks: notwendige Reformen für Rundfunkräte (36-51); Heiko Hilker, Jürgen Scheele: Öffentlich-rechtlicher Rundfunk im Digitalzeitalter. Grundlagen für eine digitale Medienordnung (52-69). Gesellschaft - Andreas Fisahn: Plurale Kommunikation und Demokratie (70-90); Eva Kreisky: Neoliberalismus, Entdemokratisierung und Geschlecht. Anmerkungen zu aktuellen Entwicklungen demokratischer Öffentlichkeit (91-108); Rainer Fischbach: Internet: Zensur, technische Kontrolle und Verwertungsinteressen (109-133); Jörg Becker, Flooh Perlot: Vom Ende des öffentlich-rechtlichen Rundfunks? (134-150); Jens Ilse: Zwischen Qualität und Kommerz. Wie sich deutsche Tageszeitungen neu erfinden (151-174); Christoph Butterwegge: Zuwanderer im Zerrspiegel der Massenmedien. Migrationsberichterstattung als Stimmungsmache (175-198). Ökonomie - Mark Terkessidis: "Irgendwas mit Medien ...". Moderne Kulturarbeit zwischen Freiheitsversprechen und Prekariat (199-214); Elisabeth Mayerhofer: Kultur- und Medienindustrie als Standortfaktor - das Konzept der Creative

Industries (215-227); Dan Schiller: Der Informationskrieg (228-241); Martin Dieckmann: Globale "Heuschrecken" - "gutes Deutschland"? Kontroversen um die Konzentrationskontrollen im Medienbereich (242-263); Gert Hautsch: Gute Bekannte. Kapitalkonzentration in der deutschen Medienwirtschaft: fast überall trifft man auf dieselben Namen (264-294); Marco Tullney: Digitale Überwachung im Büro - neue Risiken für Beschäftigte (295-316). Recht - Wolfgang Kleinwächter: Internet-Regulierung: auf dem Weg zu einem neuen globalen Governance-Modell? (317-342); Philipp Otto: Google - Metronom des Netzes. Sind Regulierung und Kontrolle notwendig? (343-365); Götz Frank, Ulrich Meyerholt: Online Rundfunk. Der gebührenfinanzierte öffentlich-rechtliche Rundfunk im Internet (366-376); Matthias Spielkamp: Brüder, zur Sonne, zu freien Inhalten? Creative Commons in der Praxis (377-395); Nils Zurawski: Videoüberwachung. Praktische Überlegungen zu einer allgegenwärtigen Technologie (396-410). Kultur - Julian Kücklich: Computerspiele, Medialität und Öffentlichkeit (411-425); Peter Wicke: "We're only in it for the money". Musikindustrie im Wandel (426-441); Inke Arns: Die Windungen der Schlange. Minoritäre Taktiken im Zeitalter der Transparenz (442-456); Tobias Schulze: Distribution und Kommunikation. Lässt sich Brechts Radiotheorie aktualisieren? (457-468).

[296-L] Blühdorn, Ingolfur:

Klimadebatte und Postdemokratie: zur gesellschaftlichen Bewältigung der Nicht-Nachhaltigkeit, in: Transit : europäische Revue, 2008, H. 36, S. 46-64 (Standort: USB Köln(38)-24A1544; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: Die Anerkennung der Notwendigkeit eines radikalen Wandels, verbunden mit der festen Entschlossenheit, den Status quo in seinen konstitutiven Prinzipien um jeden Preis zu verteidigen, betrachtet der Verfasser als eine Form der ökologischen Kommunikation. Diese kann als eine gesellschaftliche Praxis interpretiert werden, die hilft, mit dem Dilemma gegensätzlicher, aber gleich starker Bindungen umzugehen und mit der stillschweigenden Erkenntnis zu leben, dass es fortgeschrittenen Konsumentendemokratien an beidem mangelt, an der Fähigkeit und dem politischen Willen zur Nachhaltigkeit. Diese Kommunikation ist das funktionale Äquivalent zu den ritualisierten Bekenntnissen zu demokratischen Idealen, der lautstark vorgetragenen Kritik an Demokratiedefiziten und den fortgesetzten Ankündigungen von demokratischer Erneuerung, die den Umstand zu bewältigen helfen, dass moderne Konsumentendemokratien sich nicht nur in der institutionalisierten Praxis, sondern auch ideell längst von dem in diesen Diskursen evozierten Verständnis von Demokratie verabschiedet haben. Zwar wäre es unangemessen, solche Selbstbeschreibungen und Kommunikationsformen als bewusste Strategien zu verstehen, doch die stetige kommunikative Wiederbestätigung der Verpflichtung zu einer Politik der Nachhaltigkeit kann sehr wohl als eine Art gesellschaftliche Selbstillusionierung begriffen werden, die bei dem unausgesprochenen Projekt, das als nicht-nachhaltig Erkannte dennoch zu erhalten, von zentraler Bedeutung ist. (ICF2)

[297-L] Brander, Laura:

Demokratie kommunizieren: entwicklungspolitische Medien- und Kommunikationsförderung in Lateinamerika, Saarbrücken: VDM Verl. Dr. Müller 2008, 127 S., ISBN: 978-3-8364-9284-3

INHALT: "Nach einem scheinbaren Siegeszug der Demokratie sind in Lateinamerika Aufstände und politische Instabilität die Regel. Welche Rolle spielen Medien und Kommunikation in der Demokratie? Warum wird diese Rolle in Lateinamerika nicht erfüllt? Welchen Beitrag kann die Entwicklungspolitik zur Verbesserung der Situation leisten? Laura Brander verfolgt die These, dass es sich bei den lateinamerikanischen Staaten um formale, aber mangelhafte Demokratien handelt, und dass eine demokratisch funktionierende Kommunikation zu einem Wandel politischer und sozialer Systeme beiträgt. Durch einen Mangel an Rechtsstaatlichkeit und Kommunikationsfreiheit, Ungleichheitsverhältnisse auf dem Medienmarkt und im Zugang zu Informationen werden die lateinamerikanischen Medien in der Erfüllung demokratischer Funktionen behindert. Entwicklungspolitische Medien- und Kommunikationsförderung will die Gesellschaft nachhaltig demokratisieren. 'Demokratie kommunizieren' kann als Leitsatz gelten. Das Regionalprojekt Medienförderung und Kommunikationsberatung der Friedrich-Ebert-Stiftung dient diesem Buch als Fallstudie." (Autorenreferat)

[298-L] Brettschneider, Frank:

Die "Amerikanisierung" der Medienberichterstattung über Bundestagswahlen, in: Oscar W. Gabriel (Hrsg.) ; Bernhard Weißels (Hrsg.) ; Jürgen W. Falter (Hrsg.): Wahlen und Wähler : Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 2005, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2009, S. 510-535

INHALT: Unter der "Amerikanisierung der Politik" wird ein Trend der Medienberichterstattung verstanden, auf den folgende Merkmale zutreffen: Personen statt Parteien, Persönliches statt Politisches, Wettkampf statt Sachfragen. Ob dies für Deutschland zutrifft, wird in diesem Beitrag (1) longitudinal für die Bundestagswahlen 1998, 2002 und 2005 sowie (2) im Ländervergleich der Bundestagswahlen mit der Präsidentschaftswahl 2004 untersucht. Die Untersuchung stützt sich auf eine Analyse von 200.000 Aussagen aus den Hauptnachrichtensendungen. Sie zeigt, dass Parteien nach wie vor im Mittelpunkt der Fernsehnachrichten vor Bundestagswahlen stehen. Politisches überwiegt in der Berichterstattung über die Spitzenpolitiker das Persönliche bei Weitem. Über die gesamten zehn Monate der Berichterstattung vor Wahlen betrachtet wird häufiger über Sachfragen berichtet als über Wettkampfaspekte. (ICE2)

[299-L] Brettschneider, Frank:

Massenmedien und Wählerverhalten, in: Jürgen W. Falter (Hrsg.) ; Harald Schoen (Hrsg.): Handbuch Wahlforschung, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2005, S. 473-500

INHALT: Der Verfasser gibt einen Überblick über die wesentlichen Ansätze zum Einfluss der Massenmedien auf das Wählerverhalten. Er zeigt, welchen Stellenwert die Berichterstattung von Presse und Rundfunk im soziologischen (Verstärkung, Aktivierung) und im sozialpsychologischen Modell (wahlrelevante Realitätskonstruktionen, Agenda-Setting, Priming) zur Erklärung individuellen Wählerverhaltens hat, auf welche Art und Weise sich die Medienberichterstattung in wahlrelevanten Einstellungen niederschlagen kann und welche empirischen Ergebnisse zum Medieneinfluss auf das Wählerverhalten vorliegen. Abschließend wird nach Konsequenzen für die Wahlkampfführung von Parteien und Kandidaten gefragt. Hier stehen die Polit-PR und das Themenmanagement mit ihren Instrumenten Agenda-Setting, Agenda-Cutting und Agenda-Surfing im Mittelpunkt. (ICE2)

[300-L] Brüggemann, Michael; Weßler, Hartmut:

Medien im Krieg: das Verhältnis von Medien und Politik im Zeitalter transnationaler Konfliktkommunikation, in: Politische Vierteljahresschrift : Zeitschrift der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft, Sonderheft, 2009, H. 42, S. 635-657 (Standort: UB Bonn(5)-Einzelsign; USB Köln(38)-FHM-XE00036; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "Gewaltsame Konflikte werden zunehmend medialisiert. Alle Konfliktparteien stellen sich auf die Allgegenwart der Medien ein und versuchen, die Medienberichterstattung zu steuern. Dank Internet, global agierender Nachrichtenagenturen, Auslandskorrespondenten und Satellitenfernsehen geht die medienvermittelte Konfliktkommunikation zudem längst über nationale Grenzen hinaus. Der Beitrag fragt danach, wie sich das Verhältnis von Medien und Politik im Zeitalter einer derart transnationalisierten Konfliktkommunikation gestaltet. Dazu werden zunächst die verschiedenen Ansätze der Konfliktkommunikationsforschung diskutiert (Indexing-Hypothese, CNN-Effekt-Hypothese, Media-policy-interaction model etc.). Die empirischen Befunde erweisen sich als lückenhaft und widersprüchlich. Der Ausweg aus der in eine Sackgasse geratenen Diskussion über die relative Macht der Medien in der Konfliktkommunikation liegt in einer Systematisierung der Kontextfaktoren, die einen Einfluss darauf ausüben, dass die Medien in einem bestimmten Konflikt politischen Einfluss gewinnen und in einem anderen Konflikt nur folgsame Chronisten der politischen Propaganda sind. Dabei werden politische, mediale, kulturelle und situative Einflussfaktoren unterschieden. Abschließend werden Anzeichen einer postnationalen Konstellation der Konfliktkommunikation identifiziert, in der die Position der Medien gegenüber der Politik tendenziell gestärkt wird." (Autorenreferat)

[301-L] Burkhardt, Sophia:

Programmfabrik gegen Medienimperium: neue Kampagnenstrategien im italienischen Wahlkampf 2006, (Münchener Beiträge zur politischen Systemforschung, 2), Baden-Baden: Nomos Verl.-Ges. 2008, 129 S., ISBN: 978-3-8329-3308-1

INHALT: Seit dem Zusammenbruch des gesamten italienischen Parteiensystems zu Beginn der 90er-Jahre haben sich mit der Forza Italia und dem Ulivio zwei bedeutende politische Kräfte herausgebildet, die beide nicht den Organisationsprinzipien konventioneller Parteien entsprechen. 'Forza Italia ist zu stark vom charismatischen Parteigründer Berlusconi geprägt, der Ulivio ist ein Wahlkartell' (13), schreibt die Autorin und untersucht anhand des Parlamentswahlkampfes von 2006, wie es beiden Gruppierungen gelang, erfolgreich Wahlkampf zu führen und auf welche Ressourcen sie zurückgriffen, um strukturelle Defizite auszugleichen. Als Analyserahmen dient ihr ein Grundmodell, mit dem Wahlkampf - in Anlehnung an Holtz-Bacha - als ein Dreiecksverhältnis zwischen politischem System, Mediensystem und Wählerschaft betrachtet wird. Wahlkampf wird danach aus dem politischen System heraus geführt, indem die politischen Parteien versuchen, das Mediensystem und die Wählerschaft zu beeinflussen. Burkhardt beschreibt zunächst die Strukturen von Forza Italia und Ulivio und ordnet deren Aktivitäten und Wahlkampagnen innerhalb dieses Interaktionsdreieckes ein. Sowohl der Forza Italia als auch dem Ulivio sei es gelungen, so das Resultat, die Funktionen von Parteien im Wahlkampf zu erfüllen. Aufgrund von Defiziten in der Parteiorganisation mussten aber Ressourcen außerhalb des politischen Systems eingesetzt werden: 'Während Forza Italia auf die Ressourcen des Parteiführers im Mediensystem zurückgriff, versuchte der Ulivio, aktive Sympathisanten aus der Wählerschaft für den Wahlkampf zu gewinnen und so strukturel-

le Schwächen auszugleichen.' (113) Mit Blick auf die aktuelleren Entwicklungen kommt die Autorin, die den Wahlkampf 2006 persönlich miterleben konnte, zu dem Urteil, dass beide Kräfte 'keine stabilen Alternativen zur traditionellen Parteienform entwickeln' konnten. 'Der Ulivio wagt nun mit der Gründung der demokratischen Partei einen Neuanfang. Es scheint als kämen die Parteien zurück.' (119) (ZPol, NOMOS)

[302-L] Collins, Richard:

Die BBC, das Internet und "Public Value", in: Aus Politik und Zeitgeschichte : Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament, 2009, H. 9/10, S. 33-38 (www.bpb.de/files/ZXV87B.pdf)

INHALT: Der Beitrag zur Medienpolitik in Großbritannien betrachtet die Auswirkungen der Digitalisierung auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Gestalt der BBC. So wird im ersten Schritt zunächst der Einfluss des Internet auf die BBC seit 2004 bis 2008 beschrieben. Der zweite Schritt erörtert sodann die BBC-Charta 'Building Public Value' von 2004, eine Parole der Neubelebung des öffentlichen Bereichs und damit des Gemeinwohls durch ein angemessenes Rundfunkprogramm. Ferner wird der so genannte Public Value Test vorgestellt, der aus zwei Teilen besteht: Einerseits beurteilt die Ofcom die Auswirkungen des Angebots auf den privaten Wirtschaftsfaktor, andererseits findet eine Bewertung des Nutzens für die Allgemeinheit statt. Vor diesem Hintergrund werden im dritten Schritt schließlich die aktuellen Strategieänderungen der BBC zur Umsetzung der Charta betrachtet. In einem Fazit stellt der Autor fest, dass zwischen der BBC und der Entwicklung des Internets in Großbritannien eine enge symbiotische Beziehung besteht. Die BBC hat ein breites Spektrum an oftmals qualitativ hochwertigen Inhalten erfolgreich online zur Verfügung gestellt, und zwar sowohl statische webbasierte Inhalte, wie sie von BBC Online angeboten werden, als auch die dynamischen, auf die per iPlayer zugegriffen wird. Das Internet hat die BBC gestärkt, und die BBC hat das britische Internet gestärkt. Aber die Veränderungen auf dem Rundfunkmarkt, die das Internet hervorgebracht hat, sind so grundlegend, dass sie die Gestalt, die Größe, den Auftrag und die Identität der BBC bedrohen. (ICG2)

[303-L] Donges, Patrick:

Politische Akteure in institutionellen Kontexten: ein Beitrag institutionalistischer Theorieansätze, in: Johannes Pollak (Hrsg.) ; Fritz Sager (Hrsg.) ; Ulrich Sarcinelli (Hrsg.) ; Annette Zimmer (Hrsg.): Politik und Persönlichkeit, Wien: WUV Facultas, 2008, S. 37-50

INHALT: Der Verfasser vertritt die These, dass Medien als Institutionen angesehen werden können und damit neben dem "Amt" einen weiteren institutionellen Kontext bilden, den politische Akteure in Rechnung stellen müssen. Er wendet diesen institutionellen Theorieansatz auf konkrete Fragen der Rolle von Akteuren und Persönlichkeiten in der politischen Kommunikation an. Drei mögliche Beiträge institutionalistischer Theorieansätze für das Forschungsfeld "Politische Kommunikation" werden skizziert: (1) eine Sicht auf das Verhalten politischer Akteure gegenüber den institutionellen Regeln der Medien ("ausbalancieren statt anpassen"), (2) die Folgen der Übernahme dieser Regeln für die Akteure ("enactment statt Inszenierung") sowie (3) weiterführende Folgen für das Forschungsfeld ("Homogenisierung statt Differenz"). (ICE2)

[304-L] Ecker-Ehrhardt, Matthias:

Inter- und transnationale Organisationen als symbolische Autoritäten der

Mediendemokratie, in: Politische Vierteljahresschrift : Zeitschrift der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft, Sonderheft, 2009, H. 42, S. 585-608 (Standort: UB Bonn(5)-Einzelsign; USB Köln(38)-FHM-XE00036; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "Inter- und transnationale Organisationen haben sich über die letzten Jahrzehnte zu weltpolitisch einflussreichen Akteuren entwickelt. Ein wesentlicher Teil ihres Einflusses beruht dabei auf einem besonderen Maß an symbolischer Autorität, d.h. ihrer breiten Anerkennung als glaubwürdige Quellen von Wissen und normativer Orientierung. Dank dieser Anerkennung genießen ihre Stellungnahmen einen privilegierten Zugang zu den Medien, wie der Beitrag am Beispiel öffentlicher Debatten zum Thema humanitäre Krisen zeigt. Trans- und internationale Organisationen sind allerdings weder unfehlbar, neutral noch als Sprachrohr einer 'Weltgesellschaft' im Ganzen legitimiert. In ihrer Rolle als 'Wachhunde' zeitgenössischer Massendemokratien täten Medien entsprechend gut daran, diesen Unzulänglichkeiten ihrer trans- und internationalen Quellen größere Aufmerksamkeit zu schenken." (Autorenreferat)

[305-F] Englert, Carina, M.A. (Bearbeitung); Reichertz, Jo, Prof.Dr.; Bidlo, Oliver, Dr. (Leitung):

Medien als Akteure der Inneren Sicherheit

INHALT: Dem Forschungsvorhaben liegt die Ausgangsthese zugrunde, dass bei der Herstellung und Erhaltung 'Innerer Sicherheit' sowohl Deregulierungsprozesse als auch Tendenzen für neue Formen der Regulierung zu verzeichnen sind. Staatliche Sicherheitsaufgaben werden gesellschaftlich neu verteilt und legitimiert. Das Projekt untersucht nun aus kultursoziologischer Perspektive die Bedeutung der Medien und des Mediatisierungsprozesses beim diesem aktuellen öffentlichen 'Kampf' um die 'richtige' Politik des Polizierens und dessen Konsequenzen für eben diesen Prozess. Neu ist, dass die Medien, durchaus in Verfolgung ökonomischer Interessen, immer mehr selbst zu politischen Akteuren werden. Sie haben und wollen zu allem etwas Eigenes sagen - auch zur Inneren Sicherheit (Eilders/ Neidhardt/ Pfetsch 2004). Die Medien (Zeitungen wie Fernsehsender) entwickeln mittels eigener Deutungen und Kommentierungen ein eigenes Profil (Corporate Identity), das sich von der Konkurrenz abgrenzt und die Medien dadurch unterscheidbar macht (Lüter 2004). Medien, die sich zum einen von ihren direkten (Medien)Konkurrenten und zum anderen von den anderen Akteuren im Handlungsfeld unterscheiden, indem sie eine eigene Position liefern oder gar Eigenes selbst veranlassen oder tun, liefern möglichen Käufern einen Nutzen, der, wenn er groß genug erscheint, den Kauf des Mediums bzw. dessen Nutzung zur Folge hat. Die Forscher gehen davon aus, dass die Medien innerhalb der politischen Kommunikation im Allgemeinen und des sicherheitspolitischen Diskurses im Besonderen in konkreter, teils durch persönliche Beziehungen gesicherten Wechselbeziehung zu den einzelnen Akteuren stehen und mehr oder weniger etablierte Netzwerke bestehen bzw. aufgebaut werden. Deshalb sind die Medien wie auch die am Prozess des Polizierens Beteiligten und ihre Agenturen wechselseitig sowohl Akteure als auch Instrumente im sicherheitspolitischen Diskurs. Und genau auf diesen Sachverhalt richten die Akteure im sicherheitspolitischen Diskurs zunehmend ihr Verhalten aus. Sie entwickeln auf allen Ebenen (überregional, regional und lokal) Strategien und Konzepte für den Umgang mit Medien und für eine mediengerechte Präsentation. Sie richten innerhalb ihrer Behörden Abteilungen ein, die entsprechende Konzepte ausarbeiten und die relevanten Kontakte herstellen. Dabei nutzen sie auch eine mittlerweile entstandene medienpolitische Beraterbranche

und stellen sie in ihre Dienste. Und das alles, um die eigene sicherheitspolitische Position in den Medien öffentlichkeitswirksam zum Tragen zu bringen und durchzusetzen.

METHODE: Methodologisch-methodisch wird sich die Untersuchung von ihrer Grundorientierung her an den Prinzipien einer Hermeneutischen Wissenssoziologie ausrichten. In exemplarischen Einzelfallanalysen sollen zunächst tiefenanalytisch einzelne Texte oder Sendungen mit dem Ziel ausgewertet werden, Hypothesen zu der Sinnstruktur der einzelnen beteiligten Akteurperspektiven zu erarbeiten. In der zweiten Phase soll dann mit Hilfe der wissenssoziologischen Diskursanalyse, die durchaus an die Arbeitsweise der Bewegungsforschung und Foucaults Diskursanalyse anschlussfähig ist, die Struktur des medialen sicherheitspolitischen Gesamtdiskurses rekonstruiert werden. Im dritten Schritt sollen dann unter Zuhilfenahme computergestützter qualitativ inhaltsanalytischer Verfahren (MAXQDA) die Ergebnisse der Diskursanalyse auf eine breitere Basis gestützt bzw. sollen die Hypothesen ab getestet werden. Untersuchungsdesign: Querschnitt *DATENGEWINNUNG*: Qualitatives Interview; Beobachtung, teilnehmend (Stichprobe: 10). Inhaltsanalyse, offen. Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts.

VERÖFFENTLICHUNGEN: Reichertz, Jo: Medien als selbständige Akteure. in: Aus Politik und Zeitgeschichte - APuZ (ISSN 0479-611X), 2007, H. 12, S. 25-31.

ART: *BEGINN:* 2008-10 *ENDE:* 2011-10 *AUFTRAGGEBER:* nein *FINANZIERER:* Deutsche Forschungsgemeinschaft

INSTITUTION: Universität Duisburg-Essen Campus Essen, FB Geisteswissenschaften, Institut für Kommunikationswissenschaft (45117 Essen)

KONTAKT: Bidlo, Oliver (Dr. Tel. 0201-183-2474, e-mail: oliver.bidlo@uni-due.de)

[306-L] Fifka, Matthias S.; Gossel, Daniel (Hrsg.):

Mediendemokratie in den USA: politische Kommunikation und Politikvermittlung am Beginn des 21. Jahrhunderts, (Atlantische Texte, Bd. 31), Trier: Wissenschaftl. Verl. Trier 2008, 203 S., ISBN: 978-3-86821-106-1

INHALT: "Moderne Massenmedien sind allgegenwärtig: Kabel- und Satellitenfernsehen 24 Stunden am Tag, sieben Tage die Woche, auf Hunderten von Kanälen; ein ständig wachsendes Internet, mit so vielen Webseiten, dass kein Leben ausreichte, sie anzuschauen; und dazu noch eine Vielzahl 'traditioneller' Medien wie Zeitungen, Zeitschriften oder terrestrischer Rundfunk. Neue Technologien zur Bereitstellung von Medienangeboten wie das Podcasting sorgen für noch größere Unabhängigkeit von Sendezeiten und stationärem Empfang. In der Gegenwart können die Menschen aus einem derart reichhaltigen Angebot an Informationsmöglichkeiten auswählen, wie es zu keiner früheren Zeit zur Verfügung stand. Aber sind sie deswegen auch besser informiert? Oder existiert nicht eher ein Übermaß an Worten und Bildern, in dem der Überblick verloren zu gehen droht? Angesichts dieser Omnipräsenz digitaler Massenmedien wird auch eine Trennung zwischen den Sphären Medien und Politik immer schwieriger, scheinen die Medien in der Politik eine immer wichtigere Rolle zu spielen. Diese Entwicklung wird seit einigen Jahren mit dem Begriff der 'Mediendemokratie' beschrieben. Welche Zusammenhänge verbergen sich hinter diesem Schlagwort? Besonders in den USA hat sich ein nahezu symbiotisches Abhängigkeitsverhältnis zwischen beiden Sphären entwickelt, in dem weder die Politik ohne die Medien bestehen kann noch eine Medienberichterstattung ohne politische Inhalte vorstellbar ist. Welche Folgen haben die zu beobachtenden Verflechtungstendenzen für die politische Kommunikation und die Vermittlung von Politik? Und inwieweit führt diese Entwicklung zu einer Stärkung oder eher zu einer Schwächung der

gesellschaftlichen Partizipation sowie der demokratischen Institutionen und Verfahren? In elf Beiträgen gehen die Autorinnen und Autoren diesen Fragen nach." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Daniel Gossel: Mediendemokratie in den USA - Eine Einführung (9-21); Hans J Kleinsteuber: Massenmedien: Amerikanisch-deutsche Oszillationen und Interferenzen (23-43); Peter Filzmaier: Schreckensbeispiel USA? Politikvermittlung und Politische Bildung in der Mediendemokratie (45-66); Christoph Bieber: Citizen Media und Voter-Generated Content: Architekturen der Beteiligung im US-Wahlkampf 2006 (67-76); Matthias S. Fifka: "The 30-Second Candidate": Die Dominanz von TV-Spots in amerikanischen Wahlkämpfen (77-99); Wolfgang Tönnesmann: Negative Ads: Multivitaminpillen für die Wähler, Gift für die Demokratie? (101-116); Martin Thunert: Think Tanks und Öffentlichkeit in den USA: Medienstrategien in der Politikberatung (117-133); Henrike Viehrig: Die Agendaverdichtung der Regierung Bush als Auftakt zum Irakkrieg 2003 (135-150); Magnus-Sebastian Kutz: "Facing Clear Evidence of Peril ...": Das Framing der US-Administration zur Vorbereitung des Irakkrieges (151-167); Alexander Brand: Amerikanisierung der internationalen Kommunikation? Implikationen für den Diskurs und die Deutungsmacht globaler Politik (169-191); Bas van Heur: Amerikanisierung, ontologische Komplexität, Normativität: ein Kommentar zu Alexander Brands Beitrag (193-201).

[307-L] Franqué, Frederike von:

Medienhilfen als Instrument der Außen- und Sicherheitspolitik: Ziele, Motive und Implementierungswege internationaler Akteure in Bosnien-Herzegowina und Kosovo,

Berlin: Wiss. Verl. Berlin 2008, 363 S., ISBN: 978-3-86573-369-6

INHALT: Die vorliegende Arbeit ist in einen theoretischen und empirischen Teil gegliedert. Im ersten Kapitel des Theorieteils wird die Medienhilfe definiert und mit ihren Anwendungsgebieten spezifiziert. Im zweiten Kapitel werden die möglichen Motive und Konzepte, die dem Einsatz von Medienhilfe zugrunde liegen, theoretisch hergeleitet. Im dritten Kapitel werden diese anhand von Begründungsmustern aus der Praxis überprüft und ausdifferenziert. Im vierten Kapitel wird gezeigt, welche wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und kulturellen Rahmenbedingungen in den Strategien der Medienhilfe-Akteure berücksichtigt werden müssten, um die Erfolgswahrscheinlichkeit ihrer Ziele zu erhöhen. Im empirischen Teil der Arbeit befasst sich das erste Kapitel mit den Regionen in Bosnien-Herzegowina und Kosovo, ihren spezifischen Rahmenbedingungen aus postsozialistischem Erbe, der gesellschaftlichen Fragmentierung und der durch die Kriegshandlungen zerstörten Infrastruktur. Im zweiten Kapitel geht es um das Spektrum der externen Akteure und ihre Ressourcen, Zielen, Interessen und Mandate. Das dritte Kapitel des Empirieteils stellt unterschiedliche Ansätze und den Verlauf der Medienhilfe dar. Aus den im vierten Kapitel thematisierten Konflikten bei der Implementierung der Medienhilfe wird deutlich, dass es unter den Akteuren in Bosnien-Herzegowina und Kosovo unterschiedliche Konzepte und Medienperzeptionen gibt, die den Fortschritt der Implementierung beeinflussen. Der Empirieteil schließt mit einer Bestandsaufnahme zur Situation der Medien im Jahr 2006 und einer kurzen Bewertung der Veränderungen seit Kriegsende. Abschließend wird ein Fazit zur Medienhilfe als Instrument der Außenpolitik gezogen. (ICI2)

[308-L] Funke, Hajo:

Vom Landesvater zum Polarisierer: eine Nachlese der Landtagswahlergebnisse in Hessen 2008, in: Micha Brumlik (Hrsg.): *Ab nach Sibirien? : wie gefährlich ist unsere Jugend?*, Weinheim: Beltz, 2008, S. 18-40

INHALT: Der Beitrag gibt eine kritische Analyse von Roland Kochs Wahlkampf 2008 und den ihn unterstützenden Medien von BILD und FAZ um die "Gefahren" der Ausländerjugendkriminalität. Der Beitrag betont dabei insbesondere die kurzfristigen konjunkturellen Mobilisierungseffekte rechtspopulistischer Kampagnen, die zwar mittelfristig nicht zum gewünschten Erfolg führen, längerfristig aber dennoch erhebliche Gefährdungspotenziale für eine demokratische Kultur darstellen. Der Beitrag zeichnet die besondere Eskalationsstrategie im Wahlkampf Roland Kochs nach, unterstützt von einem Teil der Medien, und weist anhand der einschlägigen Wahltagsbefragungen nach, dass die hessische CDU durch ihre Wahlkampagne erheblich zur Erschütterung von Kompetenz, Glaubwürdigkeit und Vertrauen in die Politik der hessischen Landesregierung beigetragen hat. Der Artikel zeigt insgesamt, dass und warum sich, gestützt auf eine präsenste Öffentlichkeit, eine informierte und mündige Wahlbevölkerung von Roland Kochs Polarisierung distanziert hat. (ICA2)

[309-L] Gentz, Natascha:

Masse, Markt und Monopol: Chinas Medienpolitik im Wandel, in: *WestEnd : neue Zeitschrift für Sozialforschung*, Jg. 5/2008, H. 1, S. 134-145

INHALT: Die Verfasserin untersucht, wie Transformationen im Mediensektor Grenzen und Freiräume öffentlicher Artikulation neu definiert haben beziehungsweise welche neuen Verhandlungskonstellationen sich für die beteiligten Akteure daraus ergeben. Es wird argumentiert, dass eine sinnvolle Bewertung der Medienlandschaft in China nur möglich ist, wenn man administrative und rhetorische Regierungsmaßnahmen, kommerzialisierte Medienpraxis sowie internationale und innenpolitische Konstellationen miteinander in Beziehung setzt. Dadurch wiederum lässt sich zeigen, dass marktwirtschaftliche Faktoren die politische Kontrolle in der Medienpraxis zwar schwächen, dass aber wesentliche normative Prämissen über Funktion und Wirkungsweisen der Medien nicht aufgegeben worden sind. Gezielte administrative Strategien der Regierung, die mit einer neuen politischen Rhetorik einhergehen, sowie die spezifische Konstruktion der Medienunternehmen in China ermöglichen der Regierung eine neue Form der politischen Kontrolle. Es wird die These vertreten, dass marktwirtschaftliche Faktoren, wie sie im chinesischen Mediensektor strategisch und planmäßig integriert sind, keine natürliche Entwicklung zu verstärkter Liberalisierung und zunehmender Pressefreiheit bedeuten. Grundlegende Prämissen über Kontroll-, Führungs- und Erziehungsfunktion der Medien sind von Regierungsseite nicht in Frage gestellt worden, auch wenn sie teilweise in neuen politischen Phrasen kolportiert werden. Durch die Bildung der Medienkonzerne wird vor allem der Versuch unternommen, das Dilemma zu überwinden, dass die politischen, administrativen und institutionellen Beschränkungen der eigenen Profitmaximierung in diesen Unternehmen im Wege stehen. Gegen das herkömmliche Verständnis einer symbiotischen Allianz von Staat und Medien wenden sich jedoch zunehmend individuelle Stimmen zu Wort, die eine Aufkündigung vor allem der Verbindung von Medien und Partei fordern und Medien als gesellschaftliches Gut stärker in vertraglicher und ökonomischer Verantwortung betrachten möchten als in politischer. Allein schon, dass Fragen nach der öffentlichen und sozialen Verantwortung von Partei, Regierung oder Journalisten nun offen und lautstark gestellt werden können und

die Rechtmäßigkeit, sich gegen prozedurale Fehler öffentlich zu wehren, Geltung gewonnen hat, zeigt im Vergleich zu früheren Jahrzehnten doch eine wesentliche qualitative Veränderung der Möglichkeiten öffentlicher Diskussion. (ICF2)

[310-L] German, Daniel B.; Stefanovic, Dragan:

Political socialization and media use: period effects of 9/11, 2001 on political participation in the 2002 and 2004 elections; toward a theory on media and politics, in: Russell Farnen (Hrsg.) ; Daniel B. German (Hrsg.) ; Henk Dekker (Hrsg.) ; Christ'l de Landtsheer (Hrsg.) ; Heinz Suenker (Hrsg.): Political culture, socialization, democracy, and education : interdisciplinary and cross-national perspectives for a New Century, Frankfurt am Main: P. Lang, 2008, S. 241-252

INHALT: "M. Kent Jennings and Richard Niemi examine the period effect theory on continuity and change in political orientations in the US. Period effects through political socialization can change a generation or an entire society. These authors refer to wars, depression, and similar major events as affecting entire populations. We hypothesized that September 11, 2001 (9/11) would have the effect of renewing American's interest in politics. The predicted specific effect would be a heightened consumption of news and participation in the 2002 oft presidential elections. The hypothesis was rejected because voter turnout was about 39%, pretty much in line with recent off-year presidential elections. News consumption patterns remain about the same as in pre-9/11 days, with increased attention to international affairs among past news consumer elites. Despite this low turnout, 9/11 appears to have had an effect on the Republican electorate. They increased their interest and turnout in the 2002 election, resulting in a Republican victory. In the 2004 national elections, turnout increased substantially bringing into question the reasons given for the lower 2002 turnout. A new hypothesis might be that a time lag exists between an event and its impact on turnout and/or that turnout for presidential elections is more susceptible to these types of events." (author's abstract)

[311-L] Gersdorf, Hubertus:

Parlamentsfernsehen des Deutschen Bundestages, (Schriften zu Kommunikationsfragen, 45), Berlin: Duncker & Humblot 2008, 73 S., ISBN: 978-3-428-12691-0

INHALT: 'Je mehr der Staat sich selbst darstellt, desto geringer ist die Notwendigkeit, sich durch Medien darstellen zu lassen' (13). Der Staat bedient sich zum Zweck der Selbstdarstellung zunehmend moderner Kommunikationstechniken. Beispiele hierfür sind die Videobotschaften der Bundeskanzlerin und das Parlamentsfernsehen. Laut Gersdorf liegt in der Möglichkeit der Politik, sich direkt an die Bevölkerung zu wenden, aber auch eine gefährliche Versuchung, da der redaktionelle Filter der Medien auf diesem Wege umgangen wird. Zudem wird die Bedeutung der Medien geschmälert. In diesem Zusammenhang fragt Gersdorf nach der verfassungsmäßigen Zulässigkeit des Parlamentsfernsehens. Er überprüft, inwieweit dessen bundesweite Verbreitung erlaubt ist. Dafür unternimmt er zunächst eine Bestandsaufnahme des Parlamentsfernsehens des Deutschen Bundestages. Dies geschieht auch mit Blick auf dessen zukünftige Möglichkeiten. Im Anschluss daran skizziert er das Spannungsfeld zwischen der dem Staat verbotenen Veranstaltung von Rundfunk und der dem Staat erlaubten funktionsbezogenen Öffentlichkeitsarbeit. Dieser Antagonismus und damit die Frage nach der Zuordnung des Parlamentsfernsehens zu einem dieser beiden Bereiche stellen den Kern der Analyse dar. Gersdorf kommt zu dem Ergebnis, dass das Parlamentsfernsehen lediglich ein Ausdruck der

Öffentlichkeitsarbeit des Deutschen Bundestages sei. Anschließend prüft er die Zulässigkeitsvoraussetzungen für diese Form der Selbstdarstellung des Parlaments. Er bilanziert, dass das Parlamentsfernsehen des Deutschen Bundestages keinen Rundfunk darstelle und somit keiner rundfunkrechtlichen Kontrolle unterliege. (ZPol, NOMOS)

[312-L] Hachmeister, Lutz; Burkhardt, Kai; Huber, Claudia:

Das Ende der Rundfunkpolitik, in: Aus Politik und Zeitgeschichte : Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament, 2009, H. 9/10, S. 20-26 (www.bpb.de/files/ZXV87B.pdf)

INHALT: Der Beitrag beschäftigt sich mit der Aufhebung der vorrangig als Rundfunkregulierung verstandenen Medienpolitik in der Bundesrepublik Deutschland. So wird im ersten Schritt rückblickend zunächst die Rundfunkpolitik in Deutschland nach 1945 bis 2006 beschrieben. Der zweite Schritt beleuchtet anschließend die Entwicklung der europäischen Medienpolitik seit den 1970er Jahren bis 2007, die geprägt ist von der Digitalisierung und der Etablierung gemeinsamer Programme. Der dritte Schritt erörtert abschließend die Grundzüge der strategischen und gestaltenden Medienpolitik, deren Gegenstandsfeld und Referenzgruppen seit den 1980er Jahren stetig komplexer und unübersichtlicher geworden sind - worauf die ultraföderale Medienpolitik mit medienrechtlichen Anbauten reagiert hat. Nach Ansicht der Autoren werden deutliche personelle und institutionelle Veränderungen, auch ein anderes Bewusstsein für Reichweite und Tiefenschärfe der Medienpolitik notwendig sein, wenn sich der Prozess ihrer Selbstmarginalisierung nicht fortsetzen soll. (ICG2)

[313-L] Hambücker, Martin:

Medien - Politik - Demokratie: eine interkulturelle Perspektive, (Interkulturelle Bibliothek, 25), Nordhausen: Bartz 2008, 157 S., ISBN: 978-3-88309-185-3

INHALT: Am Beispiel der italienischen Medienlandschaft verdeutlicht Hambücker das Wechselverhältnis zwischen den Medien, der Politik und der Demokratie. Er identifiziert ein Forschungsdefizit hinsichtlich der Qualitätsermittlung von Hauptabendsendungen im italienischen Fernsehen. Daher entwickelt er ein Analysekonzept für künftige Studien, das auf der empirischen Methode der Inhaltsanalyse beruht. Ihm geht es um die Frage, 'ob und inwieweit eine Tendenz journalistischer Ausrichtung zum Vor- bzw. Nachteil politischer Akteure besteht' (8). Die Darstellung konzentriert sich auf die seit Mitte der 90er-Jahre geführte Debatte über den Einfluss des italienischen Medienmoguls und Spitzenpolitikers Silvio Berlusconi auf die Berichterstattung italienischer Medien. Aufgrund der Kombination von ökonomischer, medialer und politischer Macht übe dieser einen wesentlichen Einfluss auf die gesellschaftlichen Belange und Wertvorstellungen aus und nehme damit eine Schlüsselposition im Land ein. Der Autor versteht seine Reflexionen als 'Stimulation für zukünftige Forschungsarbeiten' (154), um eindeutige Aussagen in Bezug auf Berlusconis Einfluss auf die italienische Medienberichterstattung zu ermöglichen. Das Buch basiert auf der 2006 erschienenen Studie des Autors 'Arrivederci Berlusconi - Medienpolitische Verflechtungen in Italien seit 1945'. (ZPol, NOMOS)

[314-L] Hartmann, Sandra:

Systeme im Wandel der Zeit: das konfliktbehaftete Verhältnis zwischen Politik und Medien in sicherheitspolitisch unruhigen Zeiten ; eine Analyse der 'Cicero-Affäre' (2005) und des BND-Skandals (2005) mit der seit dem 11. September 2001 verstärkten Bekämpfung des internationalen Terrorismus als Krisenhintergrund. Erlangen 2009, 349, XLIV S. (Graue Literatur; nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bvb:29-opus-12736)

INHALT: Die vorliegende Dissertation untersucht anhand zweier politisch-medialer Konfliktfälle - der Cicero-Affäre und dem BND-Skandal -, inwieweit sich das Verhältnis zwischen Politik und Medien in der Bundesrepublik Deutschland seit den Anschlägen auf das World Trade Center in New York 2001 und im Zuge der Terrorismusbekämpfung verändert hat. Nach der Einleitung folgt im zweiten Kapitel eine nähere Bestimmung der Begriffe "System" und "Konflikt" auf Basis der Systemtheorie Luhmanns sowie eine Definition der Systeme "Politik" und "Medien" in Verbindung mit ihrer konkreten Rolle und Funktion in der Bundesrepublik Deutschland. Dass (vermeintliche) Kompetenzüberschreitungen, -verschiebungen sowie -überlappungen im politisch-medialen Systemgeflecht zu Konflikten führen (können), wird in Kapitel drei an Beispielen näher veranschaulicht. Im vierten Kapitel wird das heute vorherrschende symbiotische, wenn auch ambivalente, politisch-mediale Verhältnis anhand der historischen Entwicklung näher erläutert. Betrachtet man den historischen Kontext, ist auffallend, dass sich die medial-politische Beziehung in politisch unruhigen Zeiten verändert hat, worauf in Kapitel fünf anhand der aktuellen politischen Krisenzeit näher eingegangen wird. Die politischen Systemveränderungen hinsichtlich ihres Rollenverständnisses innerhalb des gesellschaftlichen Systems in Kombination mit der Erweiterung ihres Kompetenzbereichs führen zu Reibungspunkten mit anderen Systemen wie mit der Gesellschaft im Allgemeinen und den Medien im Speziellen. Besonders deutlich werden diese neu zu Tage tretenden Systemkonflikte an den exemplarischen Beispielfällen der "Cicero-Affäre" und anhand des "BND-Skandals", die in den folgenden Kapiteln betrachtet werden. Die Analyse beinhaltet eine Bestandsaufnahme der Ereignisse ebenso wie eine Analyse der Ursachen sowie eine kritische Beurteilung des beiderseitigen Vorgehens. Das Hauptaugenmerk liegt auf den veränderten Bedingungen, die es zu erforschen gilt, sowie auf den neuen Methoden bei der Umsetzung von derlei Angriffen und deren strukturell-funktionellen Auswirkungen auf beide Systeme und ihr Verhältnis zueinander. Die Arbeit zeigt, dass eine deutliche Veränderung des Verhältnisses zwischen Politik und Medien in der Bundesrepublik Deutschland stattgefunden hat. Diverse Gesetze wurden zur Bekämpfung des internationalen Terrorismus verabschiedet, welche die Medien in ihren Rechten und Freiheiten gefährden. (ICD2)

[315-L] Hermann, Michael C.:

Politische Weltbilder Jugendlicher in der Mediendemokratie: eine interdisziplinäre Analyse am Beispiel von Wahlkampfkommunikation, (Klinkhardt Forschung), Bad Heilbrunn: Klinkhardt 2009, 427 S., ISBN: 978-3-7815-1654-0

INHALT: "Sie sei desinteressiert, unpolitisch und dem politischen System gegenüber zunehmend negativ eingestellt - das ist das Bild, das in der Öffentlichkeit von der jungen Generation Deutschlands gezeichnet wird. Wie die politischen Weltbilder Jugendlicher tatsächlich aussehen und wie sie generiert werden, ist Thema dieses Buches. Der Autor wählt dabei einen transdisziplinären Ansatz, verbindet systemtheoretische, psychologische, politik- und medienwissenschaftliche sowie soziologische Ansätze. Große Beachtung finden die Wirkungen poli-

tischer Kommunikation auf junge Menschen. Kern der Arbeit ist eine empirische Untersuchung der Wirkungen von Wahlkampf auf Jugendliche in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Russland, wobei der Autor hier eine Reihe von Mechanismen findet, die die Stabilität moderner Demokratien tangieren. Am Ende wird ein integratives Modell präsentiert, mit dem politische Weltbilder Jugendlicher in der Mediendemokratie beschrieben und analysiert werden können." (Autorenreferat)

[316-L] Hermanni, Alfred-Joachim:

Medienpolitik in den 80er Jahren: machtpolitische Strategien der Parteien im Zuge der Einführung des dualen Rundfunksystems, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. 2008, 292 S., ISBN: 978-3-531-15443-5 (Standort: UB Bonn(5)-2008/6985)

INHALT: Die Untersuchung setzt sich mit der Frage auseinander, ob die anvisierten machtpolitischen Strategien und medienpolitischen Ziele der Volksparteien im Zuge der Einführung des dualen Rundfunksystems in den 1980er Jahren de facto realisiert worden sind. Der Zeitraum der Untersuchung umfasst zwei Phasen (Januar 1980 bis September 1982; Oktober 1982 bis Dezember 1989). Zunächst werden Materialien und Teilanalysen zu den medienpolitischen Paradigmen der im Deutschen Bundestag vertretenen Parteien vor und nach dem Regierungswechsel auf Bundesebene vorgelegt. Sodann werden die Einstellungen von Helmut Schmidt und Helmut Kohl zum Fernsehen in den 1980er Jahren sowie die medienpolitischen Einstellungen von Machthabern aus den Reihen der SPD und CDU/CSU zusammengestellt. Im Folgenden wird gefragt, welche medienpolitischen und ökonomischen Auswirkungen der Wechsel der Bundesregierung am 1. Oktober 1982 auf die Film- und Fernsehindustrie hatte (Wettbewerb der Systeme, Filmproduktionen, brancheninterner Arbeitsmarkt). Zudem werden anhand von Umfragedaten Bevölkerungseinstellungen zum dualen Rundfunksystem in den 1980er Jahren rekonstruiert. Die machtpolitischen Strategien der Parteien im Zuge der Einführung des dualen Rundfunksystems werden abschließend zusammenfassend beurteilt. Hier kommt der Verfasser zu folgendem Fazit: "In der Weise, wie die Politik das Fernsehen als Leitmedium in den 1980er Jahren anerkannte und dessen Wirkungsdimensionen für parteiische Einflussnahmen und machtpolitische Ziele nutzte, setzte dieses seine elektronische Massenmacht gegenüber den Potentaten und politischen Entwicklungen ein." (ICE2)

[317-F] Hoffmann, Jochen; Steiner, Adrian, Lic.phil. (Bearbeitung); Jarren, Otfried, Prof.Dr. (Leitung):

Politische Kommunikationsberater in der Schweiz

INHALT: Beratung in der politischen Kommunikation findet in der medialen Öffentlichkeit zunehmende Beachtung. Dies trifft in verstärktem Masse auch für den politischen "Sonderfall" Schweiz zu. Die Präsenz in den Medien steht im starken Gegensatz zur ungenügenden wissenschaftlichen Erforschung dieses Berufsfeldes in der Schweiz. Es erstaunt daher nicht, dass der öffentliche Diskurs mitsamt den kommunizierten Bewertungen auch hierzulande oftmals von Vorurteilen geprägt ist. Wissenschaftlich fundiertes Wissen - welchem gerade im Hinblick auf einen reflektierteren Diskurs eine zentrale Bedeutung zukommt - ist bislang leider kaum vorhanden. Empirische Studien zum Berufsfeld fehlen, die theoretische Klärung des Gegenstandes ist nicht über erste Ansätze hinausgekommen. Die vorliegende Studie leistet in diesem Sinne längst fällige Pionierarbeit. Das primäre Erkenntnisziel des Forschungsprojek-

tes ist die Deskription des Berufsfeldes externer politischer Kommunikationsberatung in der Schweiz. Unter "politischen Kommunikationsberatern" verstehen wir kommerzielle Dienstleister, die in einem Auftragsverhältnis ihre Klienten bei der politischen Kommunikation unterstützen. Ihr Tätigkeitsfeld kann sich von Lobbying über Medienarbeit bis hin zu Kampagnenmanagement erstrecken. Als Auftraggeber kommen sowohl politische Organisationen wie auch Unternehmen, Verbände und Soziale Bewegungen in Betracht. Ziel ist somit die erstmalige Identifikation und Klassifikation zentraler Strukturmerkmale des Berufsfeldes in der Schweiz. Daran anschließend erfolgt eine empiriebasierte Rekonstruktion von Akteurstypen im Feld der politischen Kommunikationsberatung. Eine solche Typologie soll weiterführende Anschlüsse in theoretischer wie empirisch(-komparativer) Hinsicht ermöglichen. Dieses Erkenntnisziel wird mit Hilfe einer zweigleisigen methodischen Vorgehensweise erreicht. Im Rahmen einer standardisierten schriftlichen Befragung von externen politischen Kommunikationsberatern werden Strukturdaten zum Berufsfeld in der Schweiz erhoben. Daran schließen teilstandardisierte Leitfadenterviews mit ausgewählten Beratern an. Das Projekt lief im Januar 2004 an und wird Frühling 2006 enden. Die Ergebnisse werden erstmals an einer Tagung im März 2006 präsentiert und anschließend publiziert. *ZEITRAUM: 2004 GEOGRAPHISCHER RAUM: Schweiz*

METHODE: Das Forschungsprojekt kombiniert unterschiedliche methodische und methodologische Zugangsweisen (Triangulation). Im Rahmen einer standardisierten schriftlichen Befragung werden Strukturdaten zum Berufsfeld erhoben. Daran schließen teilstandardisierte Leitfadenterviews mit ausgewählten Beratern an. Die Interviews zielen auf die Ergänzung und qualitative Fundierung der Ergebnisse der schriftlichen Befragung und sollen zu einer Rekonstruktion von Akteurstypen in der Schweiz beitragen. Diese Vorgehensweise entspricht einer "methodologischen Triangulation" von quantitativen und qualitativen Verfahren, es geht um die Einnahme unterschiedlicher methodologischer Perspektiven auf einen untersuchten Gegenstand. Dabei soll die Begrenztheit der verwendeten Einzelmethoden durch ihre systematische Kombination überwunden werden. Unser Forschungsdesign sieht folgende Schritte vor: a) Exploration des Untersuchungsgegenstandes mit Hilfe leitfadengestützter Experteninterviews; b) standardisierte schriftliche Befragung externer politischer Kommunikationsberater; c) teilstandardisierte Leitfadenterviews mit ausgewählten Beratern. Die Hauptbefragungen (b und c) laufen als "phase design" separat und nacheinander ab, wobei die zentralen Fragedimensionen der schriftlichen Befragung bei der Konstruktion des Leitfadens für die mündlichen Interviews Berücksichtigung finden. Dieser kategoriale Zusammenhang soll die Vergleichbarkeit der Befunde gewährleisten, die insbesondere im Hinblick auf die angestrebte Typenbildung von zentraler Bedeutung ist. Die Auswertung der quantitativen Daten kombiniert bi- und multivariate Verfahren. Qualitative Auswertung erfolgt mittels einer Deutungsmusteranalyse. Untersuchungsdesign: Querschnitt *DATENGEWINNUNG: Inhaltsanalyse, offenes. Qualitatives Interview; Standardisierte Befragung, schriftlich (Stichprobe: 101 und 16; politische Kommunikationsberater -Agenturen, Büros, Einzelberater-; Auswahlverfahren: total). Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts.*

VERÖFFENTLICHUNGEN: Hoffmann, Jochen; Steiner, Adrian; Jarren, Otfried: Unravelling the middle of services and clients. Political communication consulting. in: *International Journal of Strategic Communication*, 2, 2008, 2, pp. 100-114.+++Steiner, Adrian; Jarren, Otfried; Hoffmann, Jochen: Ein Spiegelbild der politischen Realitäten. Beratung in politischer Kommunikation in der Schweiz. in: *Neue Zürcher Zeitung*, 20.05.2006, No. 115, p. 63. *ARBEITSPAPIERE:* Jarren, Otfried; Hoffmann, Jochen; Steiner, Adrian: Politische Kommunikationsberater in der Schweiz. Unpubl. final report to the hands of the Swiss National Science Foundation (SNSF). Zurich: IPMZ 2006.

ART: *BEGINN:* 2004-01 *ENDE:* 2006-02 *AUFTRAGGEBER:* nein *FINANZIERER:* Schweizerischer Nationalfonds zur Förderung der Wissenschaftlichen Forschung

INSTITUTION: Universität Zürich, Philosophische Fakultät, Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung -IPMZ- (Andreasstr. 15, 8050 Zürich, Schweiz)

[318-F] Jarren, Otfried, Prof.Dr.; Donges, Patrick, Prof.Dr.; Schwab, Stephanie, lic.phil.; Maurer, Peter; Mayerhöffer, Eva, Dr.rer.com.; Plasser, Fritz, Univ.-Prof.Dr.; Pallaver, Günther, Univ.-Prof.Dr.; Lengauer, Günther; Esmark, Anders; Moring, Tom; Samulia Vahamaa, Miika; Medrano, Juan Diez; Hakansson, Nicklas; Splichal, Slavko (Bearbeitung); Pfetsch, Barbara, Prof.Dr. (Leitung):

Political communication cultures in Western Europe - a comparative study

INHALT: Our objective is to analyse the attitudes, norms, and values that drive the relationship between political actors and journalists and thereby detect the underlying patterns of political communication behaviours in nine Western democracies (Germany, Austria, Switzerland, Denmark, Finland, Sweden, France, Spain and Slovenia). Taken together, these orientations can be summarised under the term "Political Communication Culture" of a country. The study aims to systematically map out the existing types of political communication cultures in Western Europe and detect similarities and differences across countries. Our key hypothesis is that features of the media and political systems influence political communication culture. In order to measure the individual attitudes, we developed a survey instrument that allows for systematically describing and comparing the opportunity structure of political communication systems as it becomes manifest in the cognitions, evaluations, and feelings of the key actors of political communication. As interviewees, we targeted the 300 most important elites of political communication at the national level, i.e. 150 politicians selected from government, parliament, political parties, administration, interest groups and their spokespersons and communication consultants as well as 150 political journalists from the most important media outlets. As we want to include the top decision makers from both sides, we follow a positional approach to identify elites, i.e. select the top positions within the selected organizations. Statistical data analysis using multivariate methods will be used for describing and structuring attitudes. | *ZEITRAUM:* 2009 *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Western Europe

METHODE: The study is designed as a comparative project in order to find out differences and similarities in political communication cultures across countries. We conduct a standardised survey on political and media elites to find out about the individual attitudes towards specific objects of political communication. The survey contains mainly closed questions to attain comparability, but also some open questions to bring up country specific characteristics in political communication culture. In order to ensure comparability we applied the same sampling method and selected functionally equivalent actors. We further ensured equivalence of wording across countries. Data collection will be conducted mainly by CATI or online interviews. Other secondary data are included to describe and compare the context of political communication, especially the political and media systems. Sampling units are the individual actors involved in the process of political communication. In each country the political communication elite composed by members of the political and media elite are selected applying the positional approach. The number of units of analysis amounts to around 300 individuals in each country. This adds up to a total sample of 2400-2700 respondents for the whole area of analysis.

ART: *BEGINN:* 2007-06 *ENDE:* 2009-05 *AUFTRAGGEBER:* keine Angabe *FINANZIERER:* Schweizerischer Nationalfonds zur Förderung der Wissenschaftlichen Forschung; Europäische Union

INSTITUTION: Universität Zürich, Philosophische Fakultät, Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung -IPMZ- (Andreasstr. 15, 8050 Zürich, Schweiz); Freie Universität Berlin, FB Politik- und Sozialwissenschaften, Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft Arbeitsstelle Forschungsmethoden, Angewandte Kommunikationsforschung (Garystr. 55, 14195 Berlin); Universität Innsbruck, Fak. für Politikwissenschaft und Soziologie, Institut für Politikwissenschaft (Universitätsstr. 15, 2. Stock West, 6020 Innsbruck, Österreich); Roskilde University (, 4000 Roskilde, Dänemark); University of Helsinki (, 00014 Helsinki, Finnland); University of Barcelona (Gran Via Corts Catalanes, 585, 08007 Barcelona, Spanien); Halmstad University (, 30118 Halmstad, Schweden); University of Ljubljana (Kongresni trg 12, 1000 Ljubljana, Slowenien)

KONTAKT: Leiterin (e-mail: pfetsch@zedat.fu-berlin.de)

[319-L] Jun, Uwe:

Parteien, Politik und Medien: Wandel der Politikvermittlung unter den Bedingungen der Mediendemokratie, in: Politische Vierteljahresschrift : Zeitschrift der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft, Sonderheft, 2009, H. 42, S. 270-295 (Standort: UB Bonn(5)-Einzelsign; USB Köln(38)-FHM-XE00036; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "Medialisierung und Professionalisierung der politischen Parteien sind zwei eng miteinander zusammenhängende Tendenzen der letzten 20 Jahre. Parteien reagierten damit auf die Veränderungen ihrer gesellschaftlichen, ökonomischen und medialen Umwelten. Partiiell ersetzen die Prozesse der Medialisierung und der Professionalisierung die zurückgehende gesellschaftliche Verankerung der Parteien, um weiterhin zentrale und legitime Akteure im Politischen Willensbildungs- und Entscheidungsprozess zu bleiben. Konsequenz dieser Entwicklung ist die Entstehung des Partientypus der 'professionalisierten Medienkommunikationspartei', dessen konstitutive Modellmerkmale im Lichte jüngster politischer Entwicklungen und neuerer wissenschaftlicher Studien darlegt und kritisch diskutiert werden. Es zeigt sich, dass auch in den letzten Jahren keine Abkehr von grundlegenden Tendenzen und Charakteristika zu erkennen ist. Nicht zu übersehen ist jedoch, dass sich auch Grenzen von Medialisierung und Professionalisierung politischer Parteien deutlich abzeichnen." (Autorenreferat)

[320-L] Kamps, Klaus:

Politische Interessenvermittlung: Medien, in: Christiane Frantz ; Klaus Schubert: Einführung in die Politikwissenschaft: Lit Verl., 2005, S. 155-162

INHALT: Der Beitrag diskutiert die Rolle der Medien für die politische Kommunikation in repräsentativ verfassten Demokratien. Schwerpunkte sind die Vermittlung zwischen politischen Entscheidungsträgern und Bürgern, die Verbindung von Politik und Journalismus sowie das Kommunikationsmanagement. (ICB)

[321-L] Kießling, Daniel:

"Schräg, schrill, dreckig": Virales Marketing als Kommunikationsinstrument des modernen Wahlkampfs, (WIP Working Paper, Nr. 42), Tübingen 2008, 48 S. (Graue Literatur; nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bsz:21-opus-34861)

INHALT: "Das Paper stellt das vergleichsweise neue Kommunikationsinstrument des Viralen Marketings im Kontext des Wahlkampfs und der politischen Kommunikation vor. Unter dem Begriff des Viralen Marketings kann ein Konzept verstanden werden, bei dem Internetteilnehmer gezielt dazu gebracht werden sollen, die Kommunikationsbotschaft eines Absenders zu verbreiten. Dabei wird die Botschaft mit einem interessanten Inhalt versehen, der den Empfänger der Botschaft motiviert, diese ebenfalls weiterzureichen. Das Paper umfasst eine Darstellung der Funktion und Nutzungsformen des Internets im modernen Wahlkampf. Ausgehend von Veröffentlichungen der Viral-Marketing-Praxis, werden ferner Spezifika und 'Weitervermittlungsanreize' des Viralen Marketings vorgestellt. Mit entscheidend für die Informationsdiffusion im Viralen Marketing ist der Kommunikationsfluss in sozialen Netzwerken. Im Zuge einer Darstellung des Viralen Marketings im US- und bundesdeutschen Wahlkampf, werden drei exemplarisch ausgewählte virale Wahlspots von Bündnis 90/ Die Grünen vorgestellt. Während sich Bündnis 90/ Die Grünen durch einen konsistenten und sachgemäßen Einsatz von Viralem Marketing auszeichnen, kann allgemein festgehalten werden, dass deutsche Parteien viele Kommunikationsmaßnahmen unzutreffenderweise als 'viral' ausweisen und somit einer Verwässerung des Begriffs Vorschub leisten." (Autorenreferat)

[322-L] Klein, Markus:

Die TV-Duelle: Events ohne Effekt?, in: Manfred Güllner (Hrsg.) ; Hermann Dülmer (Hrsg.) ; Markus Klein (Hrsg.) ; Dieter Ohr (Hrsg.) ; Markus Quandt (Hrsg.) ; Ulrich Rosar (Hrsg.) ; Hans-Dieter Klingemann (Hrsg.): Die Bundestagswahl 2002 : eine Untersuchung im Zeichen hoher politischer Dynamik, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2005, S. 143-159

INHALT: Die beiden TV-Duelle des Kanzlers Gerhard Schröder und seines Herausforderers Edmund Stoiber gehörten zu den zentralen Ereignissen des Wahlkampfs im Vorfeld der Bundestagswahl 2002 und stellten ein Novum in der Geschichte deutscher Bundestagswahlkämpfe dar. Vor diesem Hintergrund wird im vorliegenden Beitrag der Frage nachgegangen, welchen Einfluss die beiden TV-Duelle auf das Verhalten der Wähler bei der Bundestagswahl 2002 ausgeübt haben. Zunächst wird kurz diskutiert, welche inhaltlich-theoretischen Argumente für einen Einfluss der TV-Duelle auf das Wählerverhalten sprechen. Anschließend werden folgende Fragen näher untersucht: Was entschied letztlich darüber, welcher der beiden Kandidaten als Gewinner des TV-Duells angesehen wurde? War es die Überzeugungskraft der vorgebrachten inhaltlichen Argumente? War es die Performanz unter den Bedingungen eines starr reglementierten Fernsehformates? Oder war die Wahrnehmung der Kandidaten durch die Zuschauer womöglich derart stark von deren politischen Vorlieben und Parteibindungen geprägt, dass der konkrete Verlauf des TV-Duells selbst nur wenig dazu beitrug, wer als Gewinner dieser Auseinandersetzung angesehen wurde und wer nicht? Welche der genannten Erwartungen mit der empirischen Realität am besten übereinstimmt, wird mit Hilfe von linearen Regressionsmodellen untersucht, wobei zwei Befragungen von Fernsehzuschauern durch forsa.omninet im unmittelbaren Anschluss an die Sendungen die Datengrundlage bilden. (ICI2)

[323-L] Kleinnijenhuis, Jan; Hoof, Anita M.J. van:

Media coverage of government policies and citizen satisfaction with information provision and policy results, in: Politische Vierteljahresschrift : Zeitschrift der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft, Sonderheft, 2009, H. 42, S. 320-344 (Standort: UB Bonn(5)-Einzelsign; USB Köln(38)-FHM-XE00036; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "Der Beitrag behandelt die Frage, ob und wie Informationen über Regierungspolitik in den Medien die Zufriedenheit und das Vertrauen der Bürger in die Regierung beeinflussen. Die Studie geht von der Annahme aus, dass sich die Zufriedenheit der Bürger mit der Regierungspolitik im Laufe der Legislaturperiode in Abhängigkeit von den politischen Informationen über Politiken verändert. Die Autoren erwarten, dass eine neue Regierung versuchen wird, die Zufriedenheit der Bürger zu erhöhen, indem sie das Ziel kommuniziert, sie könne die wichtigen Probleme des Landes lösen. Vor den nächsten Wahlen hingegen müssen die amtierenden Regierungsparteien die Kommunikationsstrategie ändern und von zielgerichteter Kommunikation hin zu erfolgsorientierter Kommunikation wechseln. Die Annahmen werden mit Daten einer täglichen Längsschnitt-Inhaltsanalyse von 24 Zeitungen geprüft. Analysiert wurde die Medienberichterstattung über 55 politischen Entscheidungen. Diese Daten wurden mit Umfragedaten über politische Zufriedenheit sowie Wahlkampfdaten kombiniert. Die Ergebnisse zeigen, dass während der Mitte der Legislaturperiode auf allen Ebenen Unzufriedenheit herrscht und dass die Zufriedenheit der Bürger in dieser Phase der Regierungsperiode mehr von der Ankündigung von Zielen als von erfolgsorientierter Kommunikation abhängt. Die Wahlkampfdaten zeigen aber, dass die größte amtierende Partei trotzdem von erfolgsorientierter Kommunikation profitieren konnte." (Autorenreferat)

[324-F] Knaut, Annette (Bearbeitung); Sarcinelli, Ulrich, Prof.Dr. (Betreuung):

Abgeordnete des Deutschen Bundestages als PolitikvermittlerInnen zwischen Medialisierung und Informalität

INHALT: Zentrale These: In modernen Demokratien wandelt sich das Wesen von Repräsentation durch die Medialisierung politischer Kommunikation. Abgeordnete werden zu Politikvermittlern, die intensiv und effektiv kommunizieren müssen, um politisch erfolgreich zu sein. Davon abgeleitet ergibt sich die Annahme, dass die Bedeutung informeller Strukturen, als Reaktion auf die Omnipräsenz der Medien, zunimmt. Informelle Strukturen sind in hohem Maße selektiv - mit der Folge, dass Frauen im Parlament als "integrierte Außenseiterinnen" agieren. Forschungsziel: Entwicklung einer Typologie von Repräsentations- und Kommunikationsstilen von Abgeordneten des Deutschen Bundestages; Aufzeigen der Mechanismen von Inklusion in informelle Institutionen unter Berücksichtigung genderrelevanter Strukturen. *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Bundesrepublik Deutschland

METHODE: Theoretische Grundlagen: Repräsentationstheoretischer Ansatz in Verbindung mit Prämissen des Neo-Institutionalismus (March/ Olson) und der "gendered organizations" (Acker); methodischer Ansatz: qualitative Sozialforschung/ grounded theory *DATENGEWINNUNG:* Qualitatives Interview (Stichprobe: 40; Abgeordnete des Deutschen Bundestages; Auswahlverfahren: Quota).

VERÖFFENTLICHUNGEN: Knaut, Annette: Frauen im Deutschen Bundestag. Indizien und Funktion der Tabuisierung von Exklusion. in: Frietsch, Ute; Hanitzsch, Konstanze et al. (Hrsg.): Geschlecht als Tabu. Orte, Dynamiken und Funktionen der De-/ Thematisierung von Geschlecht. Bielefeld: Transcript Verl. 2007. *ARBEITSPAPIERE:* Knaut, Annette: Abgeord-

nete des Deutschen Bundestages als PolitikvermittlerInnen zwischen Medialisierung und Informalität. Papier präsentiert auf dem Workshop "Parlamentarismus im politischen System der Bundesrepublik Deutschland - Rückblick und Ausblick nach 40 Jahren" der DVPW in Bad Urach vom 01.-03.06.2007.

ART: *BEGINN:* 2005-03 *ENDE:* 2008-03 *AUFTRAGGEBER:* nein *FINANZIERER:* Wissenschaftler

INSTITUTION: Frank-Loeb-Institut Landau an der Universität - Forschungsstelle für Politikvermittlung und internationale Verständigung (Kaufhausgasse 9, 76829 Landau)

KONTAKT: Institution (Tel. 06341-91754-0, Fax: 06341-91754-24, e-mail: ipw@uni-landau.de)

[325-L] Koch-Baumgarten, Sigrid; Voltmer, Katrin:

Policy matters: Medien im politischen Entscheidungsprozess in unterschiedlichen

Politikfeldern, in: Politische Vierteljahresschrift : Zeitschrift der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft, Sonderheft, 2009, H. 42, S. 299-319 (Standort: UB Bonn(5)-Einzelsign; USB Köln(38)-FHM-XE00036; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "Medienwirkungen auf den Policyprozess sind bisher kaum systematisch und empirisch fundiert untersucht worden. Der Beitrag setzt hier an und fragt nach dem Einfluss der Medien auf die Politikentscheidung: Welche Bedingungen fördern, welche Bedingungen begrenzen Medienpräsenz im Policyprozess? Und über welche Mechanismen können Medien Einfluss nehmen? Wie lassen sich Medienwirkungen im politischen Entscheidungsprozess charakterisieren? Vorgeschlagen wird ein policyspezifischer bzw. policyvergleichender Untersuchungsansatz, der eine Kontextualisierung des Medieneinflusses zulässt und diesen in einem multikausalen Bedingungsgefüge unter Abwägung verschiedener Einflussfaktoren auf den Politikprozess zu erfassen sucht. Politikfelder mit ihren spezifischen Akteurskonstellationen, Interessenstrukturen, Verhandlungskulturen und Politikgehalten bilden eigene Politikarenen, die Medieneinflüsse verhindern oder unter bestimmten strukturellen und situativen Bedingungen zulassen. Es ist deswegen anzunehmen, dass es keine kontinuierliche oder übergreifende, sondern eine volatile Medialisierung des Policyprozesses gibt. Insbesondere fragmentierte Akteurskonstellationen, ein fehlender oder aufbrechender Grundkonsens im Entscheidungszentrum, die Exklusion gesellschaftlicher Akteure, die Kompatibilität von Politikgehalten und Medieninteressen sowie Krisen und Konfliktsituationen begünstigen mediale Einflussnahmen. Diese können sowohl auf Politikverfahren als auch auf Politikinhalte und auf Akteurskonstellationen zurückwirken." (Autorenreferat)

[326-L] Kockartz, Fabian:

Werden Chinas Massenmedien demokratisiert?: Öffnungs- und Schließungsprozesse in der medienpolitischen Regulierung der Volksrepublik China, in: , 2007, 108 S.

INHALT: "Die aktuellen Ereignisse in China gehören zurzeit wohl zu den international am intensivsten diskutierten Themen überhaupt. Das rasante Wirtschaftswachstum und die enorm schnellen Veränderungen im Land dominieren dabei die meisten Debatten. Doch auch viele akute Probleme werden kontrovers diskutiert: Nichtregierungsorganisationen kritisieren die Missachtung von Menschenrechten im Land; angrenzende Staaten müssen mit Zwangsbesiedelungen und offenen Gewaltmaßnahmen rechnen; die Freiheit der Presse gilt anscheinend nur, solange keine Regierungsinteressen tangiert werden. Von einer freiheitlich demokrati-

schen Ordnung ist die Sozialistische Volksrepublik China im Jahre 2007 scheinbar weit entfernt. Vor diesem Hintergrund ergibt sich eine Vielzahl medienwissenschaftlich relevanter Fragestellungen: Welche Tendenz weist die Regulierung der Massenmedien in China im historischen Verlauf auf? Wurden Chinas Medien seit Gründung der Volksrepublik immer demokratischer, oder ist gar das Gegenteil der Fall? Welche Entwicklungen lassen sich diesbezüglich in jüngster Zeit wahrnehmen und welche Prognosen für die Zukunft daraus ableiten? Das vorliegende Buch widmet sich in insgesamt fünf Kapiteln der systematischen Beantwortung dieser Fragen. Dabei bietet es eine umfassende historische Betrachtung der chinesischen Massenmedien sowie zahlreiche aufschlussreiche Inhalte und innovative Erkenntnisse. Das untersuchte Medien-Set setzt sich zusammen aus: Tageszeitung, Hörfunk, Fernsehen und Internet." (Autorenreferat)

[327-L] Konrad-Adenauer-Stiftung e.V. (Hrsg.):

Media and democracy. (The KAS democracy report, 2005), Bonn: Bouvier 2005, 323 S., ISBN: 978-3-416-03077-9

INHALT: Die Konrad Adenauer Stiftung engagiert sich seit ihrer Gründung für die Förderung von Demokratie, Rechtsstaatlichkeit, sozialer Marktwirtschaft und Menschenrechten. Aufgrund des weit reichenden Stiftungsnetzwerkes ist es ihr möglich, nicht nur auf lokaler Ebene demokratische Entwicklungen zu analysieren, sondern diese in eine globale Perspektive einzuordnen. Mit dem jährlich publizierten 'KAF Democracy Report' werden der Zustand und die Perspektive von Demokratien in ausgewählten Entwicklungs- und Transformationsgesellschaften analysiert. Im Mittelpunkt des Interesses stehen dabei die Aufdeckung von Synergieeffekten, der Erfahrungsaustausch zwischen verschiedenen gesellschaftlichen und kulturellen Kontexten sowie die Entwicklung neuer Ideen für die internationale Gemeinschaft. Der Band ist der erste, der sich speziell auf das Mediensystem konzentriert. Dabei sollen nicht nur Daten über die einzelnen Länder bereitgestellt werden, sondern die Untersuchungen sollen auch die politische Beratung unterstützen. Als Hauptindikatoren dienen die generellen Strukturen der Medienlandschaft, die institutionellen und rechtlichen Grundlagen, die Zensurbestimmungen und der politische Einfluss der staatlichen Akteure, die ökonomischen Konditionen sowie die Bedeutung nicht-staatlicher Akteure. Die empirischen Ergebnisse deuten darauf hin, dass sich die Situation der Medienfreiheit in den untersuchten Staaten im Zeitverlauf verbessert hat. Die Forscher führen diese Fortschritte vor allem auf das gestiegene internationale Interesse und auf nationale politische Kooperationen zurück. (ZPol, NOMOS)

[328-L] Krasnoboka, Natalya; Landtsheer, Christ'l de:

Broadcasting the orange revolution: rhetoric of the Ukrainian Media during the presidential campaign, in: Russell Farnen (Hrsg.) ; Daniel B. German (Hrsg.) ; Henk Dekker (Hrsg.) ; Christ'l de Landtsheer (Hrsg.) ; Heinz Suenker (Hrsg.): Political culture, socialization, democracy, and education : interdisciplinary and cross-national perspectives for a New Century, Frankfurt am Main: P. Lang, 2008, S. 219-239

INHALT: "This chapter is a part of a larger analysis of Ukrainian political transition. It reports the results of one case study. Based on the importance of media and their message in the country, we argue that media language helps us understand the process of political transition in a given society. Transition is inherently a political crisis. Thus, the language of transition

is, by definition, a language of crisis. Crisis Communication Combination (CCC) theory is our major theoretical and methodological tool. CCC theory says that the language of crisis is less complex, more metaphorical, and directed toward the audience (demagogical). This lets us determine if the current language of Ukrainian transition can be qualified as a language of crisis. It helps us to register possible language diversity between different media outlets. It allows us not only to answer questions about language complexity, its metaphoric filling, and audience-directed modality use, but also to watch these trends evolve and compare them. The central questions of this chapter are: Does the language of Ukrainian media follow a crisis pattern? How does it change over time and between outlets? Our study confirms that the language of Ukrainian media follows a crisis pattern. This is particularly visible in less complex, more metaphorical language. As we expected, different media outlets showed different levels of crisis pattern." (author's abstract)

[329-L] Kriesi, Hanspeter; Bernhard, Laurent; Hänggli, Regula:

The politics of campaigning: dimensions of strategic action, in: Politische Vierteljahresschrift : Zeitschrift der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft, Sonderheft, 2009, H. 42, S. 345-365 (Standort: UB Bonn(5)-Einzelsign; USB Köln(38)-FHM-XE00036; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "Bisher wurde den Kampagne-Strategien von politischen Akteuren in Wahl-, Abstimmungs- und unkonventionellen Kampagnen erstaunlich wenig Aufmerksamkeit geschenkt. In diesem konzeptuellen Beitrag gehen wir von einem einfachen heuristischen Rahmen mit drei Akteuertypen aus - politische Akteure, Medien und Publikum - und konzeptualisieren ihre Interaktionen aus der Perspektive der politischen Akteure. Die Autoren unterteilen ihre zahlreichen strategischen Entscheidungen in zwei Teilmengen - eine, die sich mit Mobilisierung (Timing, Targeting, Auswahl der Kommunikationskanäle) beschäftigt, und eine, die sich mit der Formulierung der Botschaft an das Publikum (selektive Betonung der Salienz gewisser Aspekte der Kandidaten bzw. der relevanten Themen sowie Überzeugung mittels rhetorischer Strategien) befasst. Sie formulieren Hypothesen über die möglichen Determinanten der verschiedenen Entscheidungen sowie ihrer erwartbaren Effekte auf der Ebene der Öffentlichkeit und des Publikums der individuellen Bürgerinnen und Bürger." (Autorenreferat)

[330-L] Leggewie, Claus; Bieber, Christoph:

Webforum, in: Norbert Kersting (Hrsg.): Politische Beteiligung : Einführung in dialogorientierte Instrumente politischer und gesellschaftlicher Partizipation, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2008, S. 92-103

INHALT: Webforen gelten heute als unverzichtbarer Bestandteil einer guten Webseite oder eines attraktiven Webportals, sie werden aber immer wieder auch als Kernstück "elektronischer Demokratie" angepriesen. Der vorliegende Beitrag zeigt, dass die Wirklichkeit der Webforen anders aussieht. Die Autoren beschäftigen sich daher mit der unverminderten Diskrepanz zwischen Norm und Praxis, die - genau wie die klassisch-antiken Vorbilder - einen Mangel an Inklusion aufweist und durch die Flüchtigkeit oraler Kommunikation, Demagogie und generelle Nichtübertragbarkeit auf repräsentative Massendemokratien charakterisiert ist. Ebenso zu beobachten ist ihre Überformung und Marginalisierung durch Formate der Massenkommunikation. Ungeachtet dieser Mängel bleibt die Frage, ob Webforen Äquivalente bieten, die die Ex-

klusivität protodemokratischer Versammlungstypen überwindet und den Mangel an Interaktivität postmoderner Massenkommunikationsmittel mindert. Dazu werden in drei Schritten (1) kurz die Prinzipien deliberativer Demokratie rekapituliert, (2) zwei Typen exemplarisch gesichtet und (3) mit einer Betrachtung zur Frage des möglichen Beitrags von Webforen für die "Gesellschaftsberatung" geendet. (ICA2)

[331-L] Leggewie, Claus:

Die Medien der Demokratie: eine realistische Theorie der Wechselwirkung von Demokratisierung und Medialisierung, in: Politische Vierteljahresschrift : Zeitschrift der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft, Sonderheft, 2009, H. 42, S. 70-83 (Standort: UB Bonn(5)-Einzelsign; USB Köln(38)-FHM-XE00036; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "Unter den Gesichtspunkten von Inklusion, Öffentlichkeit und Partizipation kann man Ko-Evolutionsschritte von Medien und Demokratie annehmen, die sich auf die historischen Epochen (1) der Vollversammlungs-Demokratie der attischen Polis, (2) die hochbürgerliche Öffentlichkeit der Salons, Flug- und Zeitschriften, (3) die durch Telekommunikation geprägte Massendemokratie und (4) die heutige, zunehmend durch Netzmedien charakterisierte Phase individualisierter Massenkommunikation beziehen. Dabei sinken direkte Interaktion und Partizipation, dafür steigt der Inklusionsgrad und wächst die Öffentlichkeit. Die demokratiepolitische Konsequenz ist ambivalent: Einerseits lassen sich über den Einsatz historisch prävalenter Medien (Tonscherbe, Flugschrift, Blog) Elemente kritischer Gegenöffentlichkeit verwirklichen, aber nur um den Preis einer zerstreuten Öffentlichkeit, die Fiktionen und Konsense bürgerlicher Partizipation hinter sich lässt und auf simulative Pseudo-Beteiligung setzt." (Autorenreferat)

[332-L] Liebhart, Karin:

Das Private ist politisch werbewirksam, in: Johannes Pollak (Hrsg.) ; Fritz Sager (Hrsg.) ; Ulrich Sarcinelli (Hrsg.) ; Annette Zimmer (Hrsg.): Politik und Persönlichkeit, Wien: WUV Facultas, 2008, S. 101-120

INHALT: Politische Inszenierungen sind durch geschlechtsspezifische Imagekonstruktionen und Repräsentationsformen geprägt. Die Orientierung an traditionellen Bildern von Männlichkeit und Weiblichkeit eröffnet aber auch die Möglichkeit, mit diesen Klischees zu spielen. Die Verfasserin präsentiert Beispiele medialer Darstellung und Selbstdarstellung der "privaten Seite" ausgewählter Persönlichkeiten aus der deutschen und österreichischen Politik. Die Auswahl orientiert sich an der Identifikation ausgewählter Rollenmodelle und Typen politischer Selbstdarstellung. Behandelt werden die erste deutsche Bundeskanzlerin Angela Merkel, der ehemalige österreichische Finanzminister Karl-Heinz Grasser sowie die österreichische Grünen-Politikerin Eva Glawischnig. (ICE2)

[333-L] Lucht, Jens:

Öffentlich-rechtlicher Rundfunk in der Demokratie, in: Aus Politik und Zeitgeschichte : Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament, 2009, H. 9/10, S. 26-32
(www.bpb.de/files/ZXV87B.pdf)

INHALT: Der Beitrag geht aus demokratietheoretischer Perspektive der Frage nach, ob sich eine Demokratie wie die Bundesrepublik Deutschland ein teures, öffentlich finanziertes Rundfunksystem leisten muss oder ob dieses vor dem Hintergrund der medientechnischen und -inhaltlichen Entwicklungen der vergangenen Jahre obsolet geworden ist. Dabei steht das öffentlich-rechtliche Fernsehen im Mittelpunkt der Untersuchung. So wird einleitend im ersten Schritt der Begriff Öffentlichkeit als Prinzip der Aufklärung bestimmt. Auf dieser Grundlage wird im Anschluss der 'neue' Strukturwandel der Öffentlichkeit seit Ende der 1960er Jahre beschrieben. Dazu zählen folgende Entwicklungsdynamiken: (1) Herausbildung eines hochgradig wettbewerbsorientierten Mediensystems, (2) deutlicher Bedeutungszuwachs medieninterner Faktoren und (3) größere Relevanz politischer Informationen. Der dritte Schritt widmet sich sodann den Leistungsfunktionen von Massenmedien, und zwar (1) der Forumsfunktion, (2) der Legitimations- und Kontrollfunktion sowie (3) der Integrationsfunktion. Unter Berücksichtigung von empirischem Datenmaterial für den Zeitraum 2004 bis 2006 werden im vierten Schritt schließlich das TV-Angebot skizziert, die Fernsehnutzung analysiert und der Frage nachgegangen, ob das öffentlich-rechtliche Fernsehen seine Funktionen erfüllt. In einem Ausblick stellt der Autor fest, dass in Folge der Digitalisierung die Zahl der Programme, Texte und Titel noch stärker steigen, das Programmangebot sich deutlich ausdifferenzieren wird. Es ist aber heute noch nicht abzuschätzen, wie die neuen Angebote im Einzelnen genutzt und welche Bedeutung sie haben werden. (ICG2)

[334-L] Lünenborg, Margreth (Hrsg.):

Politik auf dem Boulevard?: die Neuordnung der Geschlechter in der Politik der Mediengesellschaft, (Critical media studies, Bd. 1), : transcript Verl. 2009, 328 S., ISBN: 978-3-89942-939-8

INHALT: "Dieser Band befasst sich mit der Relevanz der Boulevardisierung des Politischen in den Medien und den Folgen für die Geschlechterverhältnisse. In einer für die deutschsprachige Forschung unorthodoxen Weise wird dabei gefragt: Birgt die Boulevardisierung des Politischen auch Potenziale, um die Geschlechterverhältnisse im öffentlichen Diskurs neu zu gestalten? Historische und aktuelle Analysen machen sichtbar, dass die Antwort ambivalent ausfällt." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Margreth Lünenborg: Politik auf dem Boulevard? Eine Einführung aus geschlechtertheoretischer Perspektive (7-21); Margreth Lünenborg: Geschlechterordnungen und Strukturen des Journalismus im Wandel (22-43); Claudia Riesmeyer, Martina Thiele: 'Ersatz für Queen Blabla gesucht'. Wie Spiegel und SpiegelOnline Geschlechterstereotype reproduzieren (44-59); Tarja Savolainen: Geschlechterstrukturen und Kommerzialisierung im skandinavischen Fernsehen (60-72); Margreth Lünenborg, Jutta Röser, Tanja Maier, Kathrin Müller, Elke Grittmann: 'Merkels Dekolleté' als Mediendiskurs. Eine Bild-, Text- und Rezeptionsanalyse zur Vergeschlechtlichung einer Kanzlerin (73-102); Jörg-Uwe Nieland: Merkel und der Boulevard - eine weibliche (Erfolgs-)Strategie? (103-129); Marlene Coulomb-Gully: Napoleon siegt über Marianne. Verkörperung und politische Darstellung im französischen Präsidentschaftswahlkampf 2007 (130-153); Sabine Seggelke: Das Präsidentenpaar auf dem Boulevard. Privatheit und politische PR in Frankreich (154-

174); Gabriele Dietze: Okzidentalistische Bilderpolitik. Neo-Orientalismus und Migration in der visuellen Kultur (175-195); Andrea Nachtigall: Von Cowboys, Staatsmännern und Terroristen. Männlichkeitskonstruktionen in der medialen Inszenierung des 11. September und des Krieges in Afghanistan (196-231); Corinna Peil: Weibliche Information und männliche Unterhaltung? Die Tagesthemen und deren Moderation aus Sicht der Zuschauerinnen und Zuschauer (232-255); Katrin Döveling, Claudia Schwarz, Dagmar Hoffmann: Anmaßend oder akzeptiert? Geschlechtskonstruktionen und Emotionen auf der politischen Bühne und ihre Relevanz für Jugendliche (256-274); Susanne Kinnebrock: Politikvermittlung durch Frauenzeitschriften? Popularisierungsstrategien und Konturen frauenpolitisch aktiver Öffentlichkeiten im Wandel (275-301); Martina Thiele: 'Das Leben ist kein Wunschkonzert'. Die Popularisierung von Politik als historisches Phänomen? (302-322).

[335-L] Maier, Jürgen:

"Frau Merkel wird doch noch Kritik ertragen können...": Inhalt, Struktur, Wahrnehmung und Wirkung des wirtschaftspolitischen Teils der Fernsehdebatte 2005, in: Oscar W. Gabriel (Hrsg.) ; Bernhard Weßels (Hrsg.) ; Jürgen W. Falter (Hrsg.): Wahlen und Wähler : Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 2005, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2009, S. 177-201

INHALT: Zur Analyse von Inhalt, Struktur, Wahrnehmung und Wirkung des wirtschaftspolitischen Teils der Fernsehdebatte 2005 stehen Experimentaldaten, Daten aus einer Real-Time-Response-Messung und Daten aus einer Inhaltsanalyse zur Verfügung. Der Verfasser stellt zunächst die Struktur des wirtschaftspolitischen Teils der Fernsehdebatte dar und beschreibt die spontanen Zuschauerreaktionen hierauf. Anschließend werden die Wirkungen dieser Reaktionen auf die Beurteilungen der Wirtschaftskompetenz der beiden Kandidaten analysiert. Beide Kandidaten unterschieden sich hinsichtlich ihrer gewählten Strategie kaum, wobei Schröder der aggressivere war. Merkel konnte in Mainz, Schröder in Jena der wirtschaftspolitischen Teil der Debatte für sich entscheiden. Schröder gelang es an beiden Standorten, auf zwei von vier wirtschaftspolitischen Feldern deutlich kompetenter beurteilt zu werden. (ICE2)

[336-L] Marschall, Stefan:

Medialisierung komplexer politischer Akteure: Indikatoren und Hypothesen am Beispiel von Parlamenten, in: Politische Vierteljahresschrift : Zeitschrift der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft, Sonderheft, 2009, H. 42, S. 205-223 (Standort: UB Bonn(5)-Einzelsign; USB Köln(38)-FHM-XE00036; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "Die spezifische Form der Medialisierung komplexer politischer Akteure wird von zwei Faktoren mitbestimmt: (1) vom jeweiligen Grad innerorganisatorischer Komplexität, (2) von der jeweiligen institutionellen Idee des Organisationstyps. Dies lässt sich exemplarisch an der Medialisierung von Parlamenten verdeutlichen. Parlamente können als lose verkoppelte Organisationen typologisiert werden, deren Teilakteure hohe Autonomie genießen. Zugleich sind parlamentarische Körperschaften von ihrer institutionell-funktionalen Idee her auf "Öffentlichkeit" ausgerichtet. Beide Organisationscharakteristika reflektieren sich in der Qualität der Medialisierung von Parlamenten, so wie sie von der einschlägigen Forschung skizziert wird: Zum einen verhindert die heterogene Binnenstruktur von Parlamenten ein kohärentes Kommunikationsmanagement; zum anderen reagieren Parlamente hochsensibel auf Ver-

änderungen ihrer kommunikativen Umwelt. Derartige Zusammenhänge zwischen Organisationsqualität und Medialisierung müssten sich mutatis mutandis bei anderen komplexen politischen Akteuren finden lassen." (Autorenreferat)

[337-L] Martinsen, Renate:

Öffentlichkeit in der "Mediendemokratie" aus der Perspektive konkurrierender

Demokratietheorien, in: Politische Vierteljahresschrift : Zeitschrift der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft, Sonderheft, 2009, H. 42, S. 37-69 (Standort: UB Bonn(5)-Einzelsign; USB Köln(38)-FHM-XE00036; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "Im Beitrag wird der Frage nachgegangen, welche spezifische Ausprägung Demokratie in einer Gesellschaft annimmt, deren Öffentlichkeitsbezug wesentlich durch Massenmedien sowie elektronische Medien geleistet wird. Dabei zeigt sich, dass die Konstatierung möglicher Demokratisierungsgewinne bzw. -gefährdungen in der medial geprägten politischen Öffentlichkeit je nach zugrunde gelegtem Demokratiebegriff (liberal, deliberativ, partizipatorisch) und damit korrelierendem Öffentlichkeitsmodell erheblich differiert - die vielschichtigen Konturen der 'Mediendemokratie' lassen sich letztlich nur aus der Warte einer 'Demokratietheorie zweiter Ordnung' angemessen beschreiben. Jenseits kulturpessimistischer Bedrohungsszenarien liegt der konstruktive Sinn der Formel 'Mediendemokratie' darin, eine kommunikative Plattform anzubieten, die unterschiedliche politikwissenschaftliche Anschlussoptionen zulässt und die Debatte in Gang hält." (Autorenreferat)

[338-L] Maurer, Marcus:

Wissensvermittlung in der Mediendemokratie: wie Medien und politische Akteure die

Inhalte von Wahlprogrammen kommunizieren, in: Politische Vierteljahresschrift : Zeitschrift der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft, Sonderheft, 2009, H. 42, S. 151-173 (Standort: UB Bonn(5)-Einzelsign; USB Köln(38)-FHM-XE00036; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "Die meisten Wähler glauben, dass sie ihre Wahlentscheidungen aufgrund der Wahlprogramme der Parteien treffen, obwohl sie die Programme selbst gar nicht lesen. Sie gehen folglich implizit davon aus, dass Massenmedien und politische Akteure ihnen die Parteiziele ausreichend vermitteln. Um zu prüfen, ob dies zutrifft, wurde im Bundestagswahlkampf 2005 eine Input-Output-Analyse der Wahlprogramme der fünf Bundestagsparteien einerseits und der Politikberichterstattung von Tageszeitungen und Fernsehnachrichten sowie von Talkshows, Wahlsondersendungen und Wahlkampfreden andererseits durchgeführt. Die Analysen zeigen, dass die Massenmedien die Wähler nur unzureichend über die Parteiziele informieren. Die Politiker informieren die Wähler allerdings noch deutlich schlechter. Die Ursachen und Konsequenzen dieser Befunde werden diskutiert." (Autorenreferat)

[339-L] Musialowska, Ewa Anna:

Political communication in Germany and Poland, Dresden 2008, 270 S. (Graue Literatur; deposit.d-nb.de/cgi-bin/dokserv?idn=989990699&dok_var=d1&dok_ext=pdf&filename=989990699.pdf;nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bsz:14-ds-1216216577378-73783)

INHALT: Der Beitrag untersucht in einer vergleichenden Analyse die politische Kommunikation in Polen und Deutschland. Die Analyse fokussiert dabei zwei verschiedene Ebenen, auf denen politische Kommunikation stattfindet: innerhalb politischer Parteien und in den Medien des entsprechenden Landes. Politische Kommunikation wird hierbei als ein System dynamischer Interaktionen zwischen politischen Akteuren, Medien und Beobachtern verstanden. Im ersten Kapitel werden entscheidende Veränderungen und Prozesse innerhalb der politischen Kommunikation in Polen und Deutschland in den letzten Jahrzehnten untersucht. Der zweite Teil der Arbeit beschreibt die Hauptmerkmale der politischen Systeme in beiden Ländern. Danach werden die Hauptunterschiede der Mediensysteme in Polen und Deutschland untersucht, um das Entfaltungspotential politischer Kommunikation in den entsprechenden Gesellschaften einordnen zu können. Im vierten Teil der Studie werden verschiedene Hypothesen für Medienberichterstattung und Parteienwerbung aufgestellt und anhand von jeweils drei aufeinanderfolgenden politischen Wahlkampagnen empirisch überprüft. Darüber hinaus werden auch Berichterstattungen der Wahlen in Tageszeitungen analysiert und in Hinblick auf die Elemente einer möglichen Mediatisierung diskutiert. (ICG)

[340-L] Ose, Dieter (Hrsg.):

Sicherheitspolitische Kommunikation im Wandel, (Schriften der Akademie der Bundeswehr für Information und Kommunikation, 28), Baden-Baden: Nomos Verl.-Ges. 2008, 240 S., ISBN: 978-3-8329-3296-1 (Standort: UB Duisburg(464)-01PEP6868)

INHALT: "Das sicherheitspolitische Umfeld Deutschlands hat sich in den letzten fast zwei Dekaden fundamental geändert, ebenso die europäische und transatlantische Sicherheitsarchitektur. Die mit Glasnost und Perestroika Ende der 80er Jahre begonnenen Veränderungen setzten sich mit Mauerfall, Wiedervereinigung etc. rasant fort. Diese Veränderungen hatten und haben andauernde und tiefgreifende Auswirkungen auf die Bundeswehr, die sich von Reform zu Reform weiterentwickelt hat und schließlich zu einer Armee im dauerhaften Transformationsprozess wurde: eine Ausbildungsarmee im Inland zu einer Einsatzarmee im fernen Ausland. Ähnlich rasant hat sich im gleichen Zeitraum die Welt der Information und Kommunikation gewandelt. Sie ist, mehr als je zuvor, in alle Bereiche menschlichen Lebens und Wirkens vorgedrungen und hat heute, aufgrund modernster Technik, das Momentum der 'Echtzeit' und der Universalität auf ihrer Seite. Schnittstellen, Verbindendes oder Trennendes der Bereiche Sicherheitspolitik und Kommunikation werden im vorliegenden Band beleuchtet. Haben die Medien Bedeutung für die sicherheitspolitische Kommunikation, und wenn ja, welche? Brauchen die Streitkräfte Medien? Beeinflussen die Medien Sicherheitspolitik und Militär - oder umgekehrt? Wie ist es um die Bereiche Verantwortung, Verpflichtung und Wahrhaftigkeit bestellt? Welche Rolle spielt der eine Akteur in der Perzeption des jeweils anderen? Das Buch, in Teilen die Ergebnisse eines Symposiums an der Akademie der Bundeswehr für Information und Kommunikation, versucht, Zusammenhänge zu analysieren, zu erläutern und Antworten zu geben." (Autorenreferat): Inhaltsverzeichnis: Dieter Ose: Sicherheitspolitische Kommunikation im Wandel (11-22); Stephan Böckenförde: Verteidigung, Stabilisierung und

Gefahrenabwehr: Eine Typologie der Bundeswehreinätze vor dem Hintergrund internationaler Gewaltkonflikte (23-35); Sven Bernhard Gareis: Grundlagen deutscher Außenpolitik (36-50); Wolfgang Schneiderhan: Transformation der Bundeswehr (51-64); Wolfgang Knöbl: Das Militär in der "postheroischen Gesellschaft": Reflexionen zu den Auswirkungen kulturellen und sozialstrukturellen Wandels auf die Institutionen des staatlichen Gewaltmonopols (65-82); Wilfried von Bredow: Akzeptanz ohne Verbindlichkeit: Die deutsche Sicherheitspolitik im zivilgesellschaftlichen Diskurs (83-97); Heiko Biehl: Hohes Ansehen und partielle Unterstützung: Die Bundeswehr und ihre Aufgaben im sicherheitspolitischen Meinungsbild der deutschen Bevölkerung (98-108); Wolfgang Born: Die militärische Personalgewinnung vor neuen Herausforderungen (109-122); Martin Löffelholz: Medien als "Mediatoren"? Entstehung, Inhalte und Folgen der sicherheitspolitischen Berichterstattung (123-131); Stefan Raue: Die deutschen Medien in den Zeiten des Krieges (132-140); Thomas Rid: John Boyd und die Medien (141-154); Thomas Bulmahn: Medienberichte über die Bundeswehr und deren Wirkung auf die öffentliche Meinung zu den Streitkräften und den Auslandseinsätzen (155-169); Kai Samulowitz: Die Rolle der Jugendoffiziere im System der Informationsarbeit der Bundeswehr (170-182); Matthias Duchscherer: Der Internetauftritt der Bundeswehr (183-206); Hans-Joachim Reeb: Militärische Informationsarbeit in der Krisenkommunikation (207-223); Walter Jertz: Medien und Sicherheitspolitik: Erfahrungen als erster Nationaler Befehlshaber im Einsatz und als militärischer Sprecher im NATO HQ (224-230); Carl-Hubertus von Butler: Zusammenarbeit mit den Medien im Einsatz: Erfahrungen aus dem Einsatz in Afghanistan (231-234).

[341-L] Perlot, Flooh:

Deliberative Demokratie und Internetforen - nur eine virtuelle Diskussion?, (Nomos Universitätsschriften : Politik, Bd. 157), Baden-Baden: Nomos Verl.-Ges. 2008, 218 S., ISBN: 978-3-8329-3801-7 (Standort: UB Bonn(5)-2008/6975)

INHALT: Die Untersuchung setzt sich mit der Frage auseinander, in wie weit sich Internetforen als Instrumente für politische Diskussionen im Sinne der deliberativen Demokratietheorie eignen. Zunächst werden verschiedene Demokratietheorien vorgestellt und Aspekte des Internets diskutiert, vor allem seine Eignung als politisches Medium. Dann werden Ergebnisse einer empirischen Analyse von Internetforen (Inhaltsanalyse, Experteninterviews) zu folgenden Fragen vorgelegt: Wie werden Diskussionen zu politischen Themen in Internetforen geführt? Welche Verbindungen lassen sich zwischen dem Konzept einer deliberativen Demokratie und Internetforen als praktischen Plätzen der Diskussion finden? Welche Grundstimmung herrscht gegenüber Politik, Politikern, politischen Institutionen und Eliten im Umfeld der Mediendemokratie? Die Untersuchung zeigt insgesamt, dass sich politische Diskussionsprozesse im Internet nicht wesentlich von realen Debatten unterscheiden. Das Internet ist als ein "normales" Massenmedium zu betrachten, das ein fixer Bestandteil der Demokratie geworden ist. (ICE2)

[342-L] Plasser, Fritz; Lengauer, Günther:

Wie "amerikanisch" sind europäische Fernsehwahlkämpfe?, in: Hanna Kaspar (Hrsg.) ; Harald Schoen (Hrsg.) ; Siegfried Schumann (Hrsg.) ; Jürgen R. Winkler (Hrsg.) ; Jürgen W. Falter (Adressat): Politik - Wissenschaft - Medien : Festschrift für Jürgen W. Falter zum 65. Geburtstag, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2009, S. 323-346

INHALT: Der Beitrags geht der Frage nach, wie "amerikanisch" europäische Fernsehwahlkämpfe sind. Die Autoren bedienen sich dabei der Typologie von Paletz und Vinson (1994), die zwischen vollmediatisierten, teilmediatisierten und nicht mediatisierten Formen der Wahlkommunikation unterscheiden. Unter nicht mediatisierte Wahlkommunikation im Fernsehen fallen exemplarisch politische Werbespots, unabhängig ob es sich um von Parteien gekaufte oder von den TV-Anstalten unentgeltlich zur Verfügung gestellte Sendezeiten handelt. Teilmediatisierte Wahlkommunikation im Fernsehen bezieht sich vorrangig auf TV-Diskussionen zwischen den Spitzenkandidaten, bei denen Journalisten als Mediatoren des Diskussionsverlaufs agieren. Vollmediatisierte Wahlkommunikation meint schließlich die redaktionelle Wahlkampfberichterstattung in den Fernsehnachrichtensendungen, politischen Magazinen und Sondersendungen, deren Beiträge von politischen Journalisten nach professionellen Selektionsregeln und Nachrichtenwerten gestaltet werden. Um die Frage nach dem vermuteten Grad der "Amerikanisierung" europäischer Fernsehwahlkämpfe zu klären, werden zunächst die Konzepte Amerikanisierung, Modernisierung, Professionalisierung präzisiert. Sie bildet den Ausgangspunkt für einen vergleichenden Überblick über Stellenwert, Einsatzmöglichkeiten und Dichte politischer TV-Werbung in amerikanischen und europäischen Wahlkämpfen. Auf der Basis von Inhaltsanalysen redaktioneller Mustern der TV-Wahlkampfberichterstattung über den amerikanischen Präsidentschaftswahlkampf 2004, den deutschen Bundestagswahlkampf 2005, den österreichischen Nationalratswahlkampf 2006 und den italienischen Parlamentswahlkampf 2006 wird der Grad der "Amerikanisierung" geklärt. (ICA2)

[343-L] Plasser, Fritz; Pallaver, Günther; Lengauer, Günther:

Die (trans-)nationale Nachrichtenlogik in Mediendemokratien: politischer TV-Journalismus im Wahlkampf zwischen transatlantischer Konvergenz und nationaler Divergenz, in:

Politische Vierteljahresschrift : Zeitschrift der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft, Sonderheft, 2009, H. 42, S. 174-202 (Standort: UB Bonn(5)-Einzelsign; USB Köln(38)-FHM-XE00036; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "Zu den meistdiskutierten journalistischen Trendmustern in medienzentrierten Demokratien zählen die Phänomene der Personalisierung, der Entsachlichung und Game-Zentrierung, des zunehmenden konfrontativen Negativismus sowie der verstärkten journalistInnen-Zentrierung. Im Zentrum dieser transnational-komparativen Inhaltsanalyse steht die Frage, ob und in welchem Ausmaß diese Faktoren die Logik der aktuellen TV-Wahlkampfvermittlung in den USA, Italien, Deutschland und Österreich vor dem Hintergrund divergierender systemisch-institutioneller Rahmenbedingungen prägen. Die empirischen Ergebnisse zeigen, dass sich relativ homogene Hybrid-Typen einer transnationalen journalistischen TV-Logik herausbilden. Punktuelle Differenzierungen lassen sich zwischen öffentlich-rechtlicher und privatkommerzieller TV-Logik erkennen, vor allem in Bezug auf die Personalisierung und die journalistische Interpretativität - und dies auf transnationaler Ebene." (Autorenreferat)

[344-L] Quandt, Markus:

Neue Themen, neue Lage: Irak-Krise und Elbe-Hochwasser als wahlentscheidende Ereignisse?, in: Manfred Güllner (Hrsg.) ; Hermann Dülmer (Hrsg.) ; Markus Klein (Hrsg.) ; Dieter Ohr (Hrsg.) ; Markus Quandt (Hrsg.) ; Ulrich Rosar (Hrsg.) ; Hans-Dieter Klingemann (Hrsg.): Die Bundestagswahl 2002 : eine Untersuchung im Zeichen hoher politischer Dynamik, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2005, S. 161-180

INHALT: Die Schlussphase des Bundestagswahlkampfes 2002 wurde zentral durch zwei Entwicklungen geprägt, die keiner der politischen Akteure bei der Wahlkampfplanung hatte vorhersehen können: Die Krise um den bevorstehenden Angriff der USA auf den Irak, die mit einem scharfen außenpolitischen Konflikt einherging, sowie das Hochwasser der Elbe und ihrer Nebenflüsse, das für deutsche Verhältnisse eine verheerende Naturkatastrophe darstellte. Eine nähere Beschäftigung mit den beiden Themen Irak und Flut ist nicht allein wegen ihres vermuteten Beitrags zum Wahlausgang interessant, sondern gerade im Zusammenhang mit Prozessen wie einer Medialisierung des politischen Geschehens. War es also das souveräne Auftreten der Regierungsmitglieder in den TV-Berichten über die Elbeflut, das der Koalition im letzten Moment die fehlenden Wählerstimmen brachte? War es die emotionale Diskussion über die Irak-Frage, mit der Gerhard Schröder von der schlechten Lage auf dem Arbeitsmarkt ablenken konnte? Im vorliegenden Beitrag wird zunächst die Wahrnehmung der Nachrichtenthemen in den letzten zwölf Wochen vor der Wahl untersucht. In einem zweiten Schritt wird dann auf die Images und Selbstdarstellungsstrategien der Parteien eingegangen und gezeigt, mit welchen Wahlkampfinhalten die Parteien in der Zeit kurz vor der Wahl von den Wählern verbunden wurden. (ICI2)

[345-L] Rhomberg, Markus:

Politische Kommunikation: eine Einführung für Politikwissenschaftler, (UTB, 3143), Paderborn: Fink 2009, 267 S., ISBN: 978-3-7705-4697-8

INHALT: Der Band bietet eine Darstellung der normativen und empirischen Grundprobleme politischer Kommunikation als 'das zentrale Strukturelement demokratischer Systeme' (13). In den einzelnen Kapiteln entfaltet Rhomberg die Frage, wie politische Willensbildungs- und Entscheidungsprozesse unter den Bedingungen der Mediengesellschaft öffentlich vermittelt werden. Dabei werden jeweils die Funktionen und Wirkungsmechanismen medialer (Massen-)Kommunikation hinsichtlich der demokratischen Strukturprinzipien Interesse, Information, Pluralismus, Partizipation, Repräsentation, Responsivität und Legitimität beleuchtet. Das Lehrbuch richtet sich an Studierende der Politik-, Medien- und Kommunikationswissenschaft. Die Ausführungen sind didaktisch sehr gut aufbereitet. Zu jedem Kapitel werden die Erkenntnisziele gesondert aufgeführt, zentrale Definitionen erläutert und Schlüsselbegriffe ausgewiesen, zahlreiche Übersichten und Skizzen veranschaulichen Zusammenhänge; weiterführende Literaturangaben, Links sowie abschließende Diskussionsfragen bieten die Möglichkeit zur Vertiefung der jeweiligen Schwerpunkte. (ZPol, NOMOS)

[346-L] Rhomberg, Markus:

Mediendemokratie: die Agenda-Setting-Funktion der Massenmedien, München: Fink 2008, 213 S., ISBN: 978-3-7705-4401-1

INHALT: In der Politikwissenschaft hat die Beschäftigung mit dem Verhältnis von Politik und Massenmedien im letzten Jahrzehnt deutlich zugenommen, nachdem dies zuvor vernachlässigt wurde. Allerdings werden die Massenmedien in der Demokratietheorie immer noch stiefmütterlich behandelt, obgleich deren zunehmende Bedeutung in modernen Demokratien nicht bestritten wird. Insofern widmet sich der Autor einem Forschungsdesiderat, wenn er die 'Relevanz der Agenda-Setting-Forschung für eine moderne Demokratietheorie' (12) untersuchen möchte. Dies geschieht in vier Kapiteln: Zunächst rekonstruiert er eine systemtheoretische Demokratietheorie, wobei er Luhmanns Ansatz modifiziert. Dass dies nur einen sehr schmalen Ausschnitt der breiten demokratietheoretischen Debatte zeigt, macht der Autor nur unzureichend deutlich. Im zweiten Kapitel rekapituliert Rhombert sehr knapp den Stand der politischen Kommunikationsforschung, um daran anschließend das Agenda-Setting-Konzept differenziert zu erläutern. Schließlich werden im vierten Kapitel die demokratietheoretischen Überlegungen mit den Befunden der Agenda-Setting-Forschung konfrontiert. Ein wichtiges Ergebnis der Diskussion lautet, dass die Auflösung der Massenmedien auch eine Auflösung der gesellschaftlichen Integrationsfunktion beim Agenda-Setting zeitigt. Insofern müsste die nächste Forschungsfrage lauten, inwiefern sich Politik und neue Medienwelt bezüglich der Demokratie beeinflussen. (ZPol, NOMOS)

[347-L] Ritter, Martin:

Medien und Demokratisierung in Kambodscha, (Internationale und Interkulturelle Kommunikation, Bd. 5), Berlin: Frank & Timme 2008, 405 S., ISBN: 978-3-86596-178-5 (Standort: UB Duisburg-Essen()-01PDGW1891)

INHALT: Im ersten Teil der Untersuchung setzt sich der Verfasser zunächst auf theoretischer Ebene mit dem Grundlagen politischer Systeme, der Systemtransformation, den Funktionen der Massenmedien und den Formen der Mediensteuerung sowie der Rolle der Medien im Transformationsprozess auseinander. Der zweite, historisch-empirische Teil analysiert den gesellschaftlichen Kontext, in den das Mediensystem eingebettet ist, indem auf kulturelle, historische, politische und ökonomische Besonderheiten Kambodschas eingegangen wird. Der Verfasser legt dann Ergebnisse einer empirischen Untersuchung vor, die über Strukturen, Institutionen, Akteure und Inhalte der Massenmedien informieren und vertiefende Aussagen über die Rolle der kambodschanischen Massenmedien im Transformationsprozess ermöglichen. Dabei wird deutlich, wie die Medien den politischen Wandel in Kambodscha hin zu einem semiautoritären politischen System begleiten. Nach Einschätzung des Verfassers sind die Massenmedien in Kambodscha noch nicht in der Lage, die mit dem politischen Wandel zunehmende Ausdifferenzierung umzusetzen und laufen der Entwicklung hinterher. (ICE2)

[348-L] Ruta, Philipp:

Politische Kommunikation 2.0: Weblogs als Wahlkampfinstrument, Saarbrücken: VDM Verl. Dr. Müller 2008, 106 S., ISBN: 978-3-8364-8475-6

INHALT: "Die Bedeutung von politischer Kommunikation ist in den vergangenen Jahren enorm gestiegen. Sie kann als Ausdruck der Professionalisierung von Politik in einer medial organisierten Öffentlichkeit immer stärker wahrgenommen werden. Spin-Doktoren im Wahlkampfteam und persönliche PR-Manager der Kandidaten sind mittlerweile ein fester Bestandteil des politischen Geschehens. Die Öffentlichkeit braucht Informationen und Eindrücke von politi-

schen Themen und Personen, um souverän urteilen zu können. Neben den klassischen Massenmedien stellt das Internet einen wichtigen Kommunikationskanal dar. Weblogs als Instrument der politischen Kommunikation sind seit dem Wahlkampf 2005 ein viel diskutiertes Thema. Welche Möglichkeiten bieten sie für die Themendistribution? Welche Gefahren aber auch Möglichkeiten beinhaltet der direkte Dialog mit der Öffentlichkeit? Wie sollte eine Wahlkampfstrategie aufgebaut sein, damit die Potentiale von politischen Blogs voll ausgeschöpft werden können? Der Autor gibt einen Einblick in die politische Blogosphäre mit ihren Akteuren. Im Zentrum der Analyse stehen die Typologisierung politischer Blogangebote und mit ihnen verbundenen unterschiedlichen Möglichkeiten für die Kampagnenarbeit." (Autorenreferat)

[349-L] Sarcinelli, Ulrich; Menzel, Marcus:

Medien, in: Siegmund Schmidt (Hrsg.) ; Gunther Hellmann (Hrsg.) ; Reinhard Wolf (Hrsg.):
Handbuch zur deutschen Außenpolitik, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2007, S. 326-335

INHALT: In dem Maße, wie politische Systeme durch Politikverflechtungen im Innern und durch Interdependenzen auf der internationalen Ebene an Handlungsautonomie verlieren, gewinnen Medien an Bedeutung. Der politische Souveränitätsverlust wird durch kommunikationsrelevante Aktivitäten zu kompensieren versucht. Internationalisierung, Kommerzialisierung und Entpolitisierung sind globale Entwicklungstrends, für die dem Kommunikationsbereich zugleich eine Medium- und Faktorfunktion zukommt. Medienkompetenz ist deshalb auch in der Außenpolitik zum mit entscheidenden Faktor geworden. Die These, dass ein kausaler Zusammenhang zwischen Berichterstattung und außenpolitischer Entscheidung bestehe, kann in dieser Pauschalität jedoch als widerlegt gelten. Immer dann, wenn sich schon innerhalb der Regierung ein Konsens herausgebildet hat, ist der Einfluss der Medien eher gering. Für die moderne Mediendemokratie gilt deshalb auch im Felde der Außenpolitik das Diktum der Medien als zunehmend unberechenbare Größe. (ICB2)

[350-L] Sarcinelli, Ulrich; Tenscher, Jens (Hrsg.):

Politikherstellung und Politikdarstellung: Beiträge zur politischen Kommunikation, Köln: Halem 2008, 214 S., ISBN: 978-3-938258-72-9

INHALT: "Massenmedien haben sich in den vergangenen Jahren als Zentralinstanzen politischer Interessenvermittlung und Meinungsbildung etabliert. Nicht nur in Deutschland scheint die Aussicht von Regierenden, Parlamenten, Parteien, Interessenverbänden und Bürgerbewegungen, beim Bürger 'anzukommen', immer mehr an einer mediengerechten Außendarstellung abzuhängen. Die politische Kommunikationsforschung hat sich in den vergangenen Jahren verstärkt diesen Entwicklungen im Bereich der medienzentrierten Außenkommunikation zugewendet. Wie sieht aber in den halböffentlichen, diskreten und medienfernen Sphären der Politikherstellung aus? Im vorliegenden Band wird ein Blick auf die kommunikative - Durchdringung von politischen Entscheidungs- und entsprechenden Darstellungsprozessen geworfen. Es werden die Binnenkommunikation politischer Akteure und deren Resonanzen in der massenmedialen Öffentlichkeit untersucht. Darüber hinaus werden Rückwirkungen der voranschreitenden Medialisierung auf die Bereiche der Politikherstellung und Politikdarstellung analysiert." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Ulrich Sarcinelli, Jens Tenscher: Politikherstellung und Politikdarstellung. Eine Einführung (7-19); Karl-Rudolf Korte: Kommunikation

und Entscheidungsfindung von Regierungen. Das Beispiel einer Reformkommunikation (20-43); Stefan Marschall: Kommunikation und Entscheidungsfindung im Parlament (44-62); Matthias Ecker-Ehrhardt: Neue Autoritäten? Die Rolle von NGOs und internationalen Organisationen im parlamentarischen Diskurs (63-83); Patrick Donges, Martina Vogel: Zwischen Zentralisierung und lose verkoppelten Koalitionen. Strukturveränderungen in Parteiorganisationen als Folge der Medialisierung (84-99); Kathrin Voss: Wie politische Öffentlichkeitsarbeit entsteht. Ein Einblick in PR-Abteilungen von Nichtregierungsorganisationen (100-122); Christina Altides: Auf der Suche nach einer reformierten Kommunikationspolitik. Europäische Kommission und Europäisches Parlament zwischen institutionellen Strukturbedingungen und Eigenverantwortung (123-148); Natascha Zowislo-Grünwald, Franz Beitzinger, Jürgen Schulz: Über die (Nicht-)Kommunizierbarkeit von mehr Eigenverantwortung. Die Deutschen und der 'starke' Staat (149-165); Olaf Jandura: Geteilte oder gleiche Realitäten? FDP und Bündnis 90/Die Grünen im Parlament und in der Medienberichterstattung (166-187); Hans Mathias Kepplinger, Dorothea Marx: Wirkungen und Rückwirkungen der politischen Kommunikation. Reziproke Effekte auf Landtagsabgeordnete (188-208).

[351-L] Sarcinelli, Ulrich:

Hybride Gebilde?: zum Wandel der Parteien in der Mediengesellschaft, in: Hanna Kaspar (Hrsg.) ; Harald Schoen (Hrsg.) ; Siegfried Schumann (Hrsg.) ; Jürgen R. Winkler (Hrsg.) ; Jürgen W. Falter (Adressat): Politik - Wissenschaft - Medien : Festschrift für Jürgen W. Falter zum 65. Geburtstag, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2009, S. 363-375

INHALT: Es spricht einiges dafür, dass die in Deutschland verbreitete "Dauerkonjunktur schlechter Laune" auch strukturelle Ursachen hat - so die These des vorliegenden Beitrags. Im Mittelpunkt der Kritik stehen dabei die Parteien als die wichtigsten Politikvermittlungsakteure des intermediären Systems. Der langsame, aber kontinuierliche Rückgang des Institutionenvertrauens, von dem die Parteien stärker als andere Akteure betroffen sind, muss dabei umso ernster genommen werden, als die Unzufriedenheit in ein allgemeines politisches Unbehagen überzugehen droht, das sich inzwischen auch in verstärkten Zweifeln an der Leistungsfähigkeit der Demokratie niederschlägt. Zu den Ursachen der politischen Misere gehört auch die Vernachlässigung bzw. das Versagen der Parteien als demokratische Politikvermittlungs- und Kommunikationsagenturen. Der Generalverweis auf die Rolle der Medien und auf die vermeintliche Kolonisierung der Politik durch die Gesetzmäßigkeiten der "Mediendemokratie" ist zwar ein populäres Argument, er verkennt jedoch die bisherige Anpassungsfähigkeit der Parteien in Deutschland. Auch in der modernen Mediengesellschaft wird sich die "Parteiendemokratie" nicht in einer "Mediendemokratie" auflösen. An der politischen Willensbildung mitzuwirken gehört nach wie vor zum verfassungsrechtlich privilegierten Auftrag demokratischer Parteien. Zu erwarten ist daher, dass Parteien auch in der modernen Mediengesellschaft hybride Gebilde bleiben, die nicht allein einer - etwa der Medienlogik - folgen, sondern der Eigenlogik des Politischen Raum geben. (ICA2)

[352-L] Sarnes, Juliane:

Die Demokratie in der Krise?: eine Analyse zur Mediengesellschaft, Marburg: Tectum Verl. 2008, 198 S., ISBN: 978-3-8288-9734-2

INHALT: Die Verfasserin setzt sich mit der Frage auseinander, ob die Medialisierung in der Bundesrepublik Deutschland zu einer Erosion demokratischer Prinzipien führt. Hierzu diskutiert sie diese Problematik zunächst auf theoretischer Ebene (klassisches Demokratieverständnis, Mediendemokratie), bevor Ergebnisse einer quantitativen Untersuchung zur Nachrichtenpräsenz der bundesdeutschen Parteien und einer qualitativen Befragung von Politik- und Medienvertretern sowie Rezipienten vorgelegt werden. Hierbei werden zwei Teilfragen diskutiert, denen zufolge die Aushöhlung der Demokratie im Zuge der Medialisierung (1) durch die Ausbildung einer einseitigen Steuerbarkeit von Medien oder Politik durch das jeweils andere System oder (2) durch die starke politische Beeinflussbarkeit der Rezipienten durch die Massenmedien gekennzeichnet ist. In den empirischen Daten zeichnet sich das Verhältnis von Medien und Politik als wechselseitige Abhängigkeit im Sinne des Symbioseparadigmas ab. Abschließend wird mit dem systemtheoretischen Verständnis von Demokratie ein Ausblick auf die Zukunft der Demokratie gegeben. (ICE2)

[353-L] Schatz, Heribert:

Regieren in der Mediengesellschaft: zur Medialisierung von Politik und Verwaltung in der Bundesrepublik Deutschland, in: Werner Jann (Hrsg.) ; Klaus König (Hrsg.): *Regieren zu Beginn des 21. Jahrhunderts*: Mohr Siebeck, 2008, S. 127-173

INHALT: Die aktuelle wissenschaftliche Diskussion über die Erscheinungsformen und die Entwicklungsdynamik der "Mediengesellschaft" und ihre Implikationen für den politischen Prozess weist auch Jahre nach dem ersten Auftauchen dieser Thematik nach Meinung des Autors immer noch Schwächen in den begrifflich-theoretischen Grundlagen zu ihrer Erfassung und einer sinnvollen Eingrenzung des Untersuchungsgegenstandes auf. Vor diesem Hintergrund versucht die vorliegende Abhandlung, bezogen auf das politische System der Bundesrepublik Deutschland, einige Entwicklungstrends im Verhältnis von Medien und politischem Prozess auf den Begriff zu bringen und mit empirischen Befunden zu illustrieren, die teils aus wissenschaftlichen und journalistischen Publikationen stammen, teils aus einer Reihe von Expertengesprächen mit hochrangigen Politikern und Beamten aus der Ministerialverwaltung des Bundes gewonnen wurden. Die politikwissenschaftliche Leitfrage lautet: Wie verändern sich Strukturen, Strategien und Operationsweisen des politischen Systems unter den Bedingungen der "Mediengesellschaft" und welche Folgen hat dies für die Qualität des politischen Prozesses? Dabei wird von folgenden Grundannahmen ausgegangen: (1) dass es einen tiefgreifenden Wandel des Mediensystems gibt, der mehr oder weniger auf alle gesellschaftlichen Teilbereiche ausstrahlt, (2) dass das politische System mehr als nur flüchtige oder akteursspezifische Reaktionen auf die Veränderungen seiner medialen Kommunikationsbedingungen erkennen lässt und (3) dass diese Veränderungen politischen Handelns Folgen für die Qualität von Politik haben werden. (ICI2)

[354-L] Schmitt-Beck, Rüdiger; Mackenrodt, Christian:

Politikvermittlung durch Massenmedien bei der Bundestagswahl 2005: Nutzungsintensität und Einflüsse auf Einstellungen und Wahlverhalten, in: *Politische Vierteljahresschrift : Zeitschrift der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft, Sonderheft*, 2009, H. 42, S. 415-446 (Standort: UB Bonn(5)-Einzelsign; USB Köln(38)-FHM-XE00036; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "Anhand eines innovativen Datensatzes analysiert der Beitrag die Bedeutung von Fernsehen, Tagespresse und Internet für die Politikvermittlung bei der Bundestagswahl 2005. Vor dem Hintergrund des Medienwandels der letzten Jahre stehen dabei zwei Aspekte im Fokus - die Reichweite verschiedener Medienangebote und deren Entwicklung im Wahlkampf sowie die von diesen ausgehenden Einflüsse auf die Wahlbeteiligung (Mobilisierung) und auf die Richtung von Einstellungen und wahlpolitischen Präferenzen (Persuasion). Soweit möglich, berücksichtigen die Analysen zum Vergleich auch politische Gespräche und die direkte Kommunikation der Parteien als alternative Quellen politischer Information in Wahlkämpfen. Die größte und teilweise während des Wahlkampfes noch zunehmende Reichweite erzielten verschiedene Formate des Fernsehens sowie politische Gespräche im primären Umfeld. Seriöse Tageszeitungen, öffentlich-rechtliche Nachrichtensendungen und Diskussionen mit Familie und Freunden begünstigten die Wahlbeteiligung; die 'Bild'-Zeitung hatte hingegen einen demobilisierenden Effekt. Einige Medien, am klarsten wiederum die 'Bild'-Zeitung, beeinflussten auch Einstellungen und Wahlentscheidungen. Etliche der beobachteten Effekte waren konditionaler Natur und traten vor allem bei politisch wenig interessierten Wählern auf." (Autorenreferat)

[355-F] Schwab, Stephanie, lic.phil. (Bearbeitung); Jarren, Otfried, Prof.Dr. (Betreuung):

Interaktion zwischen Politik und Medien in der Schweiz

INHALT: Die Studie untersucht das Zusammenspiel zwischen politischen Eliten und Medieneliten am Beispiel der Interaktion zwischen Parlamentsmitgliedern und Politik-Journalistinnen und -Journalisten in der Schweiz. Sie fragt danach, wie die Interaktionen zwischen diesen beiden Akteursgruppen ausgestaltet sind, welche Interaktionstypen sich empirisch zeigen und welche Faktoren die Interaktionsmuster beeinflussen. Die Datenerhebung erfolgt mittels einer standardisierten Befragung, die unter anderem persönliche Kontakte zwischen den Akteuren wie auch in der Interaktion entstehende Konflikte beleuchtet. Ziel der Studie ist es, mehr empirische Kenntnisse über die Interaktion zwischen Medien und Politik zu erhalten. Dabei soll überprüft werden, ob sich die Interaktionen nach sprachregionalen Kulturen, Berufskulturen oder individuellen Merkmalen unterscheiden. *ZEITRAUM:* 2008 *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Schweiz

METHODE: Die Datenerhebung erfolgt mittels einer standardisierten Befragung der Parlamentsmitglieder sowie Politik-Journalistinnen und -Journalisten. Der Fragebogen umfasst unter anderem die persönlichen Kontakte zwischen den Akteursgruppen sowie Konflikte in der Interaktion. Die Befragung wurde im Mai-Juni 2008 durchgeführt. Die Auswertung erfolgt mittels deskriptiven sowie multivariaten Analyseverfahren.

ART: *BEGINN:* 2007-06 *ENDE:* 2010-12 *AUFTRAGGEBER:* keine Angabe *FINANZIERER:* Schweizerischer Nationalfonds zur Förderung der Wissenschaftlichen Forschung

INSTITUTION: Universität Zürich, Philosophische Fakultät, Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung -IPMZ- (Andreasstr. 15, 8050 Zürich, Schweiz)

[356-L] Staadt, Jochen; Voigt, Tobias; Wollé, Stefan:

Operation Fernsehen: die Stasi und die Medien in Ost und West, Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 2008, 447 S., ISBN: 978-3-525-36741-4

INHALT: Die Deutschen seien auch in den Jahren der Teilung immer 'ein einzig Volk der Radiohörer und Fernsehzuschauer' gewesen, schreiben die Autoren. Aus dieser 'Existenz einer Art kultureller Einheit' (24) ergab sich eine besondere Aufmerksamkeit, mit der die SED und das MfS die Massenkommunikationsmittel in Ost und West bedachten. Die Tätigkeit des MfS in und gegenüber den Rundfunkanstalten der beiden deutschen Staaten ist das Thema der in diesem Buch publizierten Forschungen. Sie sind das Ergebnis einer Zusammenarbeit zwischen dem Forschungsverbund SED-Staat der FU Berlin und der Historischen Kommission der ARD. Zum Verständnis der Handlungen des SED-Regimes trägt ganz erheblich die Feststellung der Autoren bei, dass deren Medientheoretiker 'die im eigenen Systemzusammenhang erlebten Funktionsmechanismen der staatlichen Lenkung und Kontrolle schlicht und einfach auf das westliche System' übertrugen - sie konnten sich offenbar die Medien nur als Träger eines manipulierten Informationsflusses vorstellen. Die westdeutschen Hörfunk- und Fernsehanstalten galten also als 'von den Machtzentren der 'imperialistischen BRD' gesteuerte Propagandaorgane' (26). Aus dieser Perspektive ergab sich, dass jede Kritik an der SED, die für sich selbst das Wahrheitsmonopol beanspruchte, als Verleumdung und Diffamierung betrachtet wurde. Ausführlich stellen die Autoren die Medienpolitik der SED dar, ferner die mit der ARD befassten MfS-Dienststellen sowie deren Kampagnen im Ost- und Westfernsehen und die Überwachung der ständigen Korrespondenten in der DDR (die alle für Spione gehalten wurden). In einem weiteren Teil wird außerdem das Stasi-Netz in Hörfunk und Fernsehen der DDR sichtbar gemacht - dem Regime war es zwingend notwendig erschienen, sowohl die technische als auch die inhaltliche Kontrolle auszuüben. Die Autoren zeigen, dass das MfS - abgesehen von einzelnen erfolgreichen Desinformationen und Kampagnen - weder inhaltlichen Einfluss auf die Entscheidungen der ARD erlangte noch sonst irgendwie den gesamtdeutschen Kommunikationsraum zerstören konnte. (ZPol, NOMOS)

[357-L] Stämpfli, Regula:

"Die wahre Miss Schweiz": Frauen und Medien im Wahlkampf 2007, in: Frauenfragen, Jg. 31/2008, Nr. 1, S. 40-46

INHALT: Der vorliegende Beitrag stellt für den Medien-Wahlkampf 2007 in der Schweiz fest, dass sich aufgrund der neoliberalen Kommerzialisierungsstrategien der Zeitungen und Zeitschriften recht konforme und stereotype Berichterstattungsweisen manifestierten. Personalisierung, Unterhaltung, Vereinfachung, Polarisierung prägen auch die Wahlberichterstattung, was in der Schweiz zu einer bisher ungeahnten Fokussierung auf die Regierung statt auf das Parlament im Vorfeld der eidgenössischen Wahlen führte. Erstaunlich ist daher auch nicht, dass nicht nur die Gleichstellung, sondern auch die Europapolitik oder gar die Wirtschaftspolitik in der journalistischen Auseinandersetzung mit den bevorstehenden Wahlen keine Rolle spielten. Ebenso wenig überrascht deshalb, dass Frauen als Expertinnen, als Akteurinnen und als Meinungsführerinnen - mit einigen wenigen Ausnahmen - nicht gefragt waren. Der Medienwahlkampf 2007 spielte sich vorwiegend ohne Frauen ab. Was jedoch für die Autorin nicht heißt, dass die Frauen keine Rolle bei den Wahlen 2007 spielten - das zeigt der durchschlagende Erfolg der Frauenkandidaturen und der gestiegene Frauenanteil im Parlament. (ICA2)

[358-L] Steiner, Adrian; Jarren, Otfried:

Intermediäre Organisationen unter Medieneinfluss?: zum Wandel der politischen Kommunikation von Parteien, Verbänden und Bewegungen, in: Politische

Vierteljahresschrift : Zeitschrift der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft, Sonderheft, 2009, H. 42, S. 251-269 (Standort: UB Bonn(5)-Einzelsign; USB Köln(38)-FHM-XE00036; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "Die zentrale Bedeutung von Parteien, Verbänden und Bewegungen in modernen Demokratien ist unbestritten. Als intermediäre Organisationen leisten sie die kommunikative Vermittlung von Staat und Bürgerschaft. Seit geraumer Zeit ist jedoch von der Krise dieser Organisationen die Rede. Die Auflösung traditioneller Milieus, Mitgliederschwund, Medialisierung, politische Entgrenzung u.a. stellen neue Herausforderungen, die es kommunikativ zu bewältigen gilt. Was sind die relevanten Umweltveränderungen und welche Folgen haben sie für die politische Kommunikation? Der Beitrag beleuchtet diese Fragen aus system- und organisationstheoretischer Perspektive und schließt mit forschungsleitenden Thesen zum Wandel der politischen Kommunikation intermediärer Organisationen." (Autorenreferat)

[359-L] Trautsch, Jasper M.:

Pressepolitik in Deutschland: eine Untersuchung über pressepolitische Ziele und Motive von Bundestagsabgeordneten, Marburg: Tectum Verl. 2008, 214 S., ISBN: 978-3-8288-9517-1

(Standort: UB Bonn(5)-2008/7055)

INHALT: Gegenstand der Untersuchung sind Ziele und Motive von Pressepolitikern in Deutschland. Zunächst werden Systeme, Organisationen und Akteure der Pressepolitik aus systemtheoretischer Perspektive behandelt. Dann werden Grundlagen parteipolitischen Handelns in der Pressepolitik - redaktionelle Tendenzen der Tageszeitungen und deren Wahrnehmung durch Politiker - sowie die Novellierung der Pressefusionskontrolle angesichts der Krise auf dem Zeitungsmarkt und der versuchten Übernahme des Berliner Verlags durch die Verlagsgruppe Holtzbrinck thematisiert. Vor diesem Hintergrund werden die Ergebnisse qualitativer Interviews mit Politikern (n=8) vorgelegt, die Auskunft über die parteipolitischen Motive und Ziele von Pressepolitikern (Unterstützung bestimmter Verlage, Abstimmungsverhalten in Sachen Pressefusionskontrolle) und über die pressepolitischen Ordnungsvorstellungen der Parteien (Einfluss der Lage auf dem Zeitungsmarkt, Rolle der Pressepolitik, Einfluss der pressepolitischen Ordnungsvorstellungen) gibt. (ICE2)

[360-L] Vowe, Gerhard; Dohle, Marco:

Weltsicht und Medienbild des Parlaments im Wandel: eine Inhaltsanalyse von

Bundestagsdebatten aus 50 Jahren, in: Politische Vierteljahresschrift : Zeitschrift der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft, Sonderheft, 2009, H. 42, S. 224-250 (Standort: UB Bonn(5)-Einzelsign; USB Köln(38)-FHM-XE00036; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "Wie ist das Weltbild eines Parlaments in sozialer, sachlicher und zeitlicher Hinsicht strukturiert? Mit einer quantitativen Inhaltsanalyse von Haushaltsdebatten des Bundestages zwischen 1949 bis 2005 wurde erfasst, auf welche Instanzen sich Politiker explizit in ihren Reden beziehen, um ihre Argumente zu untermauern. Den Medien kommt dabei im Vergleich zu Experten, ausländischen Politikern, Bürgern und Verbänden eine wichtige, aber keine alles

überragende Bedeutung zu. Im Längsschnitt zeigt sich keine kontinuierliche Zu- oder Abnahme, sondern eine wellenförmige Entwicklung. Die Daten geben zudem Hinweise auf Veränderungen und Unterschiede im Bild des Parlaments von den Medien. Dies erlaubt Schlussfolgerungen, ob Thesen zu langfristigen Tendenzen wie Mediatisierung oder Verwissenschaftlichung der Politik mit den Befunden vereinbar sind." (Autorenreferat)

[361-L] Wagner, Hans:

Deutschland: eine Mediokratie?, in: Zeitschrift für Politik : Organ der Hochschule für Politik, Sonderband, 2009, Bd. 3, S. 85-109

INHALT: Weit davon entfernt, ein Forum für die öffentliche politische Diskussion der ganzen Gesellschaft anzubieten, so der Verfasser, sind die Medien längst zu Plattformen und Sprachrohren eines elitären Palavers geworden. Dieser geschlossene Zirkel politischer und publizistischer Selbstdarsteller lässt nur noch wenig Platz für das, was die Demokratie wirklich ausmacht. Denn was ein demokratisches Gemeinwesen will oder nicht, vermittelt und entscheidet sich über die öffentliche Debatte. Der Abstand zwischen der politischen Klasse einerseits, zu der sich auch Publizisten rechnen, und der Bevölkerung andererseits wächst unaufhaltsam. Die Medien, die Mittler sein könnten und sein müssten, wenn sie den Öffentlichkeitsraum für die ganze Gesellschaft und ihre politische Kommunikation herstellten, überbrücken den Abstand nicht mehr. Sie lassen das Volk nicht zu Wort kommen. Sie halten dem Bürger gewissermaßen den Mund zu. Die Transformation der Demokratie in eine Mediokratie setzt immer dann ein und setzt sich eigendynamisch fort, wo sich die Medienpublizistik die Übernahme der Rollen und Funktionen anmaßt, die dem Volk, der Gesamtheit der Bürger, zustehen. Wo und sobald indessen das Volk nichts (mehr) zu sagen hat, haben wir es nicht mehr mit einer Demokratie zu tun. (ICF2)

[362-L] Westle, Bettina; Bieber, Ina Elisabeth:

Wahlkampf der Geschlechter?: Inhaltsanalyse von Printmedien im Bundestagswahlkampf 2005, in: Steffen Kühnel (Hrsg.) ; Oskar Niedermayer (Hrsg.) ; Bettina Westle (Hrsg.): Wähler in Deutschland : sozialer und politischer Wandel, Gender und Wahlverhalten, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2009, S. 166-197

INHALT: Die Analyse der Berichterstattung im Rahmen des Bundestagswahlkampfes 2005 in ausgewählten Printmedien konzentriert sich auf die Frage, inwieweit die zum Kanzleramt Kandidierenden im Hinblick auf Präsenz, Beurteilung und manifester sowie latenter Thematisierung des Faktors "Geschlecht" gleich oder aber unterschiedlich behandelt wurden. Darüber hinaus wird gefragt, ob sich in den Darstellungen eine Korrespondenz zu der Verortung der Medien entlang des parteipolitischen Spektrums oder aber entlang eines gendertypischen Spektrums zeigt. Ersteres müsste in einer Bevorzugung Schröders durch eher linke bzw. linksliberale und einer Bevorzugung Merkels durch eher rechte bzw. konservative Blätter Ausdruck finden, während die zweite Alternative umgekehrt eine Benachteiligung Merkels bei konservativer und Schröders bei liberaler bzw. linker redaktioneller Linie nach sich ziehen müsste. Zur Beurteilung der Kandidaten in den Medien stellten bisherige Analysen eine nahezu ausgewogene Berichterstattung fest. Dieser Befund wird in der Studie für die Artikelbene weitgehend gestützt, da überwiegend ein neutraler Tenor zu verzeichnen ist. Daneben findet sich jedoch ein Überwiegen des negativen Tenors, wobei dieser Merkel etwas häufiger

als Schröder trifft. Insbesondere auf den Titelseiten zeigt sich eine Bevorzugung Schröders vom linken und Merckels vom rechten Spektrum. Besonders interessant und etwas abweichend zu anderen Studien ist jedoch der Unterschied zwischen Artikel- und Nennungsebene. Die Artikel enthalten auf der Ebene der einzelnen Aussagen sehr viel mehr Wertungen als der Tenor vermuten lässt. Auf dieser Ebene wird über Merkel häufiger positiv, über Schröder ausgeglichen berichtet, wobei klare Unterschiede zwischen den Zeitungen entlang der parteipolitischen Verortung zu verbuchen sind. (ICF2)

[363-L] Westle, Bettina; Schübel, Thomas:

Macht - Mehrheit - Merkel?: Wahrnehmung des Meinungsklimas zu Frauen in politischen Führungspositionen und zur Kanzler/in-Präferenz, in: Steffen Kühnel (Hrsg.) ; Oskar Niedermayer (Hrsg.) ; Bettina Westle (Hrsg.): Wähler in Deutschland : sozialer und politischer Wandel, Gender und Wahlverhalten, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2009, S. 198-227

INHALT: Im Mittelpunkt des Forschungsinteresses steht die Frage nach der sozialen Erwünschtheit in Umfragen bei dem "Faktor Geschlecht". Dieser Frage wird vor allem über den Vergleich von manifestierten und vermuteten/wahrgenommenen Meinungsklimata nachgegangen. Dazu wird das Begriffsfeld von Meinung, Meinungsklima und wahrgenommenem/vermutetem Meinungsklima erläutert, um darauf aufbauend Fragen und Hypothesen zu entwickeln. Die Verfasser zeigen, dass eine Mehrheit der deutschen Frauen und Männer der Auffassung zuneigt, der Frauenanteil in politischen Führungspositionen möge so bleiben wie bisher. Erwartungsgemäß sprechen sich aber deutlich mehr Frauen als Männer für eine Steigerung dieses Anteils aus. Lediglich kleine Minderheiten der Interviewten plädieren für eine Verringerung dieses Anteils. Nimmt man alle Befunde zusammen, gibt es in der Tat einige Anhaltspunkte dafür, dass im konservativen Wählerpotenzial, aber auch teilweise darüber hinausgehend, verborgene Ressentiments gegenüber Frauen in Spitzenpositionen der Politik bestehen. Diese zeigten sich aber nur ansatzweise und auf sehr geringem Niveau in der KanzlerIn-Präferenz. (ICF2)

[364-L] Wölk, Michaela; Oertel, Britta; Oppermann, Jan; Scheermesser, Mandy:

Online-Dialogangebote von Bundestag und Bundesregierung: quantitative und qualitative Analysen, (ZukunftsStudien, 33), Frankfurt am Main: P. Lang 2008, 129 S., ISBN: 978-3-631-56245-1

INHALT: Durch das Internet besteht nun die Möglichkeit, alle Menschen an Informations- und Entscheidungsprozessen teilzuhaben zu lassen und die Ideale der deliberativen Demokratie zu verwirklichen. Die Autoren wollen daher eine Aktualisierung der seit den siebziger Jahren zum Thema Demokratie und Deliberation geführten Debatte vornehmen. Ziel ihrer Studie ist es herauszufinden, inwieweit das deliberative Potenzial des Internets von deutschen Institutionen genutzt wird. Dafür untersuchen sie die Online-Dialogangebote von Bundestag und Bundesrat im Hinblick auf ihre Eignung zum interaktiven Dialog. Ausgewählte interaktive Online-Angebote werden mithilfe einer vergleichenden Analyse vertiefend untersucht. Beispiele hierfür sind das Kanzlerforum, das Online-Dialogforum Präimplementationsdiagnostik (PID) sowie das auch auf der Kommunikationsplattform 'www.mitmischen.de' diskutierte Forum zum Urheberrecht. Zur Optimierung der Online-Dialogangebote zeigen die Autoren Handlungsfelder wie die cross-mediale Vernetzung und eine Standardisierung der Benutzerführung

auf. Eine notwendige Bedingung für die Umsetzung deliberativer Politik sei allerdings die Bereitschaft der Politik zu einer größeren Transparenz und einem darauf aufbauenden offenen Dialog mit den Bürgern. (ZPol, NOMOS)

[365-L] Zittel, Thomas:

Entmedialisierung durch Neue Digitale Medien?: direkte Wählerkommunikation im WWW aus der Sicht von Abgeordneten des Deutschen Bundestages, in: Politische Vierteljahresschrift : Zeitschrift der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft, Sonderheft, 2009, H. 42, S. 366-389 (Standort: UB Bonn(5)-Einzelsign; USB Köln(38)-FHM-XE00036; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "Das Konzept der Medialisierung geht von einer zunehmenden Orientierung der Politik an den Selektionskriterien der Massenmedien aus. Neue digitale Medien wie das World Wide Web (WWW) eröffnen weitreichende Chancen zur direkten Kommunikation zwischen Wählern und Gewählten und schaffen so ein Gegengewicht zum Prozess der Medialisierung. Der vorliegende Aufsatz untersucht diese These aus der Akteursperspektive in empirischer Absicht. Er argumentiert, dass die neuen medientechnischen Gelegenheiten eine notwendige, aber keine hinreichende Voraussetzung für entsprechende Nutzungsentscheidungen auf Seiten der Politik darstellen. Am Beispiel von Abgeordneten des Deutschen Bundestages wird gezeigt, dass politische Eliten die neuen Medien im Zuge strategischer Kommunikation zur Anwendung bringen, und dass die strategischen Kalküle von Abgeordneten sowohl durch medientechnisch induzierte als auch durch wahlsystemische Anreize bestimmt sind. Als Grundlage für die empirische Analyse dienen 27 Leitfadenterviews, die im August und September des Jahres 2004 im Deutschen Bundestag durchgeführt wurden." (Autorenreferat)

1.10 Medien und Ökonomie

[366-L] Altmeyden, Klaus-Dieter:

Ökonomisierung der Medienunternehmen: gesellschaftlicher Trend und sektorspezifischer Sonderfall, in: Andrea Maurer (Hrsg.) ; Uwe Schimank (Hrsg.): Die Gesellschaft der Unternehmen - die Unternehmen der Gesellschaft : gesellschaftstheoretische Zugänge zum Wirtschaftsgeschehen, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2008, S. 237-251, ISBN: 978-3-531-15848-8

INHALT: Beim Geschäft der Medien haben nach Meinung des Autors die ökonomischen Strategien der Medienunternehmen die publizistischen Leistungen der Medien an den Rand gedrängt. Die Medienunternehmen üben durch ihre Verhandlungs- und Kapitalmacht einen aktiven Einfluss auf die Märkte und Wettbewerbsbedingungen aus und diese treibende Kraft sorgt für eine Spirale der Ökonomisierung. Der Prozess der Strukturierung - die Dualität von Handeln und Struktur - greift somit auf doppelte Weise. Denn das Management, ausgestattet mit unterschiedlichen Machtmitteln, entwirft seine Zielvorstellungen selbst wiederum in einem rekursiven Prozess der Strukturierung, in dem es die Märkte beobachtet und die Beobachtungen zur Grundlage des eigenen Handelns macht - und auf diesem Wege die Ökonomisierung vorantreibt. Der Autor untersucht in seinem Beitrag die Ursachen und Folgen dieser Medienökonomisierung, indem er zunächst die Begriffe der Kommerzialisierung und der

Ökonomisierung klärt. Er nimmt anschließend eine Einordnung der Medien als wirtschaftlich handelnde Unternehmen vor und analysiert die Formen, die Ökonomisierungstreiber in Medienunternehmen darstellen: die Entscheidungsprämissen, die Entscheidungsprogramme, die Ressourcenallokation und die Medienangebote. (IC12)

[367-L] Berger, Roger; Zimmermann, Julia:

Das Problem der Transaktionsbewertung bei Internetauktionen: eine Analyse des Bewertungssystems von eBay Deutschland unter Berücksichtigung der Freitextkommentare. (Arbeitsberichte des Instituts für Soziologie der Universität Leipzig, Nr. 54), Leipzig 2007, 32, X S. (Graue Literatur; www.uni-leipzig.de/~sozio/content/site/a_berichte/54.pdf)

INHALT: Zahlreiche Untersuchungen von Internetauktionen haben gezeigt, dass online vermittelte Transaktionen durch ein Reputationssystem stabilisiert werden können. Dabei bewerten sich die beiden Transaktionspartner nach erfolgtem Tausch gegenseitig mittels eines von der Auktionsplattform bereitgestellten Bewertungssystems. Diese Bewertungen werden potenziellen Tauschpartnern zur Verfügung gestellt, die sich auf Grund dieser Information entscheiden können, ob sie auf eine entsprechende Transaktion eingehen wollen. Dies bedeutet, dass die Stabilisierung der Gütertransaktionen nur funktionieren kann, wenn gleichzeitig ein Tausch von Bewertungen geschieht. Für jeden Tauschpartner besteht nun aber ein Anreiz, auf die Kosten der Bewertung zu verzichten, da er damit Informationen bereitstellt, die nicht ihm, sondern seinem Tauschpartner bzw. dessen zukünftigen Partnern zugutekommen. Beide Tauschpartner haben ferner die Möglichkeit, eine negative Bewertung mit einer ebensolchen zu vergelten, bzw. im Vorgriff darauf mit Vergeltung zu drohen, falls eine negative Bewertung erfolgen sollte. Es besteht hier also nach Meinung der Autoren ein Kollektivgutproblem zweiter Ordnung, dessen Lösung die Bedingung für eine stabile Gütertransaktion ist. Im vorliegenden Aufsatz wird am Beispiel von eBay Deutschland analysiert, wie diese Stabilisierung theoretisch geschehen kann und welche empirischen Belege sich dafür finden lassen. (ICG2)

[368-L] Göhler, Gerhard; Knaut, Annette; Schmalz-Jacobsen, Cornelia; Walther, Christian (Hrsg.):

Markt Macht Medien: Reflexionen zur Praxis der vierten Gewalt, Frankfurt am Main: P. Lang 2008, 250 S., ISBN: 978-3-631-57306-8

INHALT: "Dieses Buch zeigt, was politische Journalisten heute zwischen Markt und öffentlichem Auftrag leisten. Es ist ein Plädoyer dafür, die Entwicklungen auf dem Medienmarkt und das Handeln der Akteure dort kritisch zu reflektieren. Denn auch das Web 2.0 wird die anderen Medien nicht überflüssig machen. Auch sie bleiben in all ihren Erscheinungsformen für die Herstellung von Öffentlichkeit in Demokratien notwendig. Ihre Aufgabe ist es weiterhin, Debatten und Informationen zu transportieren, Politik und Politiker zu hinterfragen. Doch wie werden sie dieser Aufgabe unter den sich verändernden Rahmenbedingungen der Informationsgesellschaft gerecht? Die Autoren dieses Buches versuchen sich dieser Frage zu nähern." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Annette Knaut: Journalisten zwischen öffentlichem Auftrag und kommerziellem Zwang (9-28); Lorenz Maroldt: Publizistische und ökonomische Perspektiven auf dem Berliner Pressemarkt (29-42); Dagmar Engel: CNN, Al Dschasira und wir - Deutsche Welle TV und ihre Konkurrenz weltweit (43-56); Thomas Schmid: Warum

sich Zeitungen heute neu erfinden müssen (57-74); Ulrich Deppendorf: Die Hauptstadt im Fernsehen: Was die ARD mit der Bundespolitik macht (75-92); Heiko Gothe, Richard Hilmer: Politikforschung zwischen Macht und Medien (93-112); Jan Fleischhauer, Gabor Steingart: Beziehungsspiele: Politik und Publizistik in der Hauptstadt (113-130); Hans-Ulrich Jörges: Zwischenruf aus Berlin - Politik in der stern-Kolumne (131-152); Michael Angele: Intelligenten Boulevard - Die Onlinezeitung von morgen (153-166); Barbara Witte: Gehört die Zukunft dem Netz? Politik digital (167-190); Inge Mohr: Die Macht der Einschaltquoten - wie die GfK das Fernsehen beherrscht (191-210); Claudia Nothelle: Die Dritten zwischen Qualität und Quote (211-226); Martin Lindner: Freiheit und Regulierung der Medien (227-240); Christian Walther: "Am Donnerstag einen Knallfrosch ..." Zur Erinnerung an Sebastian Haffner (241-248).

[369-L] Habschick, Marco; Gitter, Rotraud:

Verbraucher macht im Internet, (WISO Diskurs : Expertisen und Dokumentationen zur Wirtschafts- und Sozialpolitik), Bonn 2009, 36 S., ISBN: 978-3-86872-100-3 (Graue Literatur; library.fes.de/pdf-files/wiso/06490.pdf)

INHALT: Das Internet ist heutzutage aus dem täglichen Leben nicht mehr wegzudenken. Es wird inzwischen von weit über zwei Dritteln der Bevölkerung in Deutschland regelmäßig genutzt. Es gibt kaum ein Thema, zu dem keine Informationen im Netz erhältlich und kaum Produkte oder Dienstleistungen, die nicht auch über das Internet verfügbar wären. Verbraucherinnen und Verbraucher spielen im Internet verschiedene Rollen, sei es bei der unmittelbaren Nutzung von Onlinediensten wie z. B. E-Mails, Chats oder Spielen, bei der Beschaffung von Informationen über Produkte und Dienstleistungen und nicht zuletzt auch bei Einkäufen über das Netz. Die vorliegende Studie liefert einen Überblick über die wichtigsten Veränderungen in diesen Bereichen und stellt die dadurch veränderten Handlungsmöglichkeiten für Verbraucherinnen und Verbraucher dar. Sie zeigt aber auch neue Risiken auf, die das Internet mit sich bringt, und stellt Lösungsansätze für zentrale Handlungsbedarfe vor. Wie die Studie zeigt, deuten sich für einige Probleme Lösungen auf der Selbstregulierungsebene an, etwa bei der Förderung von Vertrauen beim Onlineshopping durch unabhängige Gütesiegel. In anderen Fällen, wie beim Datenschutz oder bei der Gewährleistung von Verbraucherrechten im Netz, steht die Politik weiter in der Pflicht, einen verbraucherfreundlichen Rechtsrahmen weiterzuentwickeln. (ICD2)

[370-L] Kraushaar, Wolfgang:

Kleinkrieg gegen einen Großverleger: von der Anti-Springer-Kampagne der APO zu den Brand- und Bombenanschlägen der RAF, in: Wolfgang Kraushaar (Hrsg.): Die RAF und der linke Terrorismus : Bd. 1-2, Hamburg: Hamburger Ed., 2006, S. 1075-1116

INHALT: Vor dem Hintergrund der Darstellung des RAF-Anschlags auf das Springer-Hochhaus im Hamburg analysiert der Verfasser unterschiedliche Facetten des Konflikts um Axel Springer und sein Verlagsimperium. Es wird argumentiert, dass kaum eine Zielsetzung des SDS und der APO eine so polarisierende Wirkung, andererseits aber auch eine derartig starke Resonanz wie die Anti-Springer-Kampagne hatte. Hier sind die Rolle der Massenmedien in ihrer problematischsten Funktion, der monopolartigen Ausweitung ihrer Macht zu einem demokratisch nicht mehr zu kontrollierenden Faktor, und eines der zentralen politischen Kampfziele,

Axel Springers Pressekonzern zu enteignen oder zumindest zu entflechten, um die sich darin anbahnende Gefahr für die parlamentarische Demokratie zu bannen, unmittelbar miteinander verknüpft gewesen. Der Kulminationspunkt der 68er-Bewegung war zweifelsohne das Dutschke-Attentat und der darauf folgende Versuch, die Auslieferung von Springer-Zeitungen zu verhindern. Diese Reaktion auf den Mordanschlag lag zwar wegen der dauernden Diffamierung der rebellischen Studenten in der Luft, ließ sich jedoch nicht mit der Person des Attentäters und dessen Motivation zwingend in Verbindung bringen. Die RAF hat an die Anti-Springer-Kampagne einerseits unmittelbar anzuknüpfen versucht, andererseits aber nicht nur in einem materiellen Sinne zerstörerische, sondern auch offen terroristische Konsequenzen daraus gezogen. Sie tat so, als sei sie der bewaffnete Arm der längst untergegangenen APO. Axel Springer war für sie wie kein Zweiter so etwas wie der Erzfeind. Er erschien wie eine negative Idealfigur des Establishments, mit dem vollständigen Wertekanon der 1950er Jahre und einer überaus resistenten "Heile Welt"-Ideologie. In Springers Person bündelte sich all das, wogegen die RAF ihren Krieg führte: der Antitotalitarismus, der Proisraelismus, der Proamerikanismus, das Festhalten an der deutschen Einigung, die Verteidigung des kapitalistischen Wirtschaftssystems und die emphatische Propagierung eines Freiheitsideals. (ICF2)

[371-F] Kunz, Reinhard, Dipl.-Kfm. (Bearbeitung); Woratschek, Herbert, Prof.Dr. (Leitung);
Woratschek, Herbert, Prof.Dr. (Betreuung):

Sportmedienmanagement

INHALT: Das Projekt "Sportmedienmanagement" befasst sich umfassend mit den Beziehungen zwischen Medienunternehmen, Sportorganisationen, Werbewirtschaft und Rezipienten sowie daraus resultierender Wertschöpfung und Geschäftsmöglichkeiten. Spezielle Fragestellungen und Ergebnisse: 1. Welche Entwicklungen prägen derzeit und zukünftig die Sportmedienwelt und welche Implikationen resultieren daraus für unterschiedliche Stakeholder? Fragmentierung als Haupttrend, Sportorganisationen verfolgen Strategie des Unbundlings von Übertragungsrechten, Medienunternehmen streben nach Exklusivität und kreieren neuen, realen und virtuellen Sport. 2. Welche Geschäftsmodelle werden (künftig) von Sportmedienunternehmen praktiziert? Neue Medien ermöglichen genauere Zielgruppenansprache, Wertschöpfung in strategischen Netzwerken, Medien als Plattform, Bedeutungsgewinn von Bezahlmedien. 3. Welche Rolle spielt Sponsoring als Erlösquelle für Sportmedien? Sponsoring wurde von den interviewten Experten ein steigendes Potenzial zugesprochen. 4. Welche Rolle spielt Club-TV als künftige Erlösquelle für Sportorganisationen und Medienunternehmen? Neue Medien ermöglichen Sportorganisationen zusätzliche Vermarktungskanäle, Kooperation lässt Erlöse von Sport und Medien steigen. *ZEITRAUM:* 2006-2010 *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Bundesrepublik Deutschland, Australien, USA

METHODE: Grounded Theory; strategisches Marketingmanagement und Konsumentenverhalten Expertenbefragungen und Konsumentenbefragungen *DATENGEWINNUNG:* Qualitatives Interview (Stichprobe: 40; Auswahlverfahren: Quota). Standardisierte Befragung, schriftlich (Stichprobe: 300; Auswahlverfahren: Quota). Standardisierte Befragung, online (Stichprobe: 500; Auswahlverfahren: Zufall). Sekundäranalyse von Individualdaten; Sekundäranalyse von Aggregatdaten. Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts.

VERÖFFENTLICHUNGEN: Woratschek, H.; Kunz, R.; Ströbel, T.: Sportmedien Marketing - Rahmenbedingungen und Geschäftsmodelle für Fernsehen und Internet TV. in: Gröppel-Klein, A.; Germelmann, C.C.: Medien im Marketing: Optionen der Unternehmenskommunikation. Wiesbaden: Gabler 2008, S. 529-547.

ART: *BEGINN:* 2006-06 *AUFTRAGGEBER:* nein *FINANZIERER:* Deutscher Akademischer Austauschdienst -DAAD-

INSTITUTION: Universität Bayreuth, Rechts- und Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät, Lehrstuhl für BWL VIII Dienstleistungsmanagement (95440 Bayreuth)

KONTAKT: Kunz, Reinhard (Tel. 0921-55-3497, e-mail: reinhard.kunz@uni-bayreuth.de)

[372-L] Lamla, Jörn:

Markt-Vergemeinschaftung im Internet: das Fallbeispiel einer Shopping- und Meinungsplattform, in: Ronald Hitzler (Hrsg.) ; Anne Honer (Hrsg.) ; Michaela Pfadenhauer (Hrsg.): Posttraditionale Gemeinschaften : theoretische und ethnografische Erkundungen, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2008, S. 170-185

INHALT: Der Verfasser behandelt das Verhältnis von Konsummärkten und Gemeinschaften im Internet am Beispiel einer Shopping- und Meinungsplattform und arbeitet an diesem Beispiel für das Internet charakteristische Strukturmerkmale heraus. Er setzt sich zunächst mit der dynamischen Integration von Märkten und Gemeinschaften im Web 2.0 auseinander. Sodann wird gezeigt, wie die Hybridisierung einer Online-Community mit dem kommerziellen Umfeld eines ausgefeilten Shopping-Portals, der Online-Plattform "ciao.de", vonstatten geht. Beginnend mit der Leitidee der Plattform werden Community-Funktionen beleuchtet, dann die Produkt-Reviews thematisiert und schließlich die kulturellen Schreibpraktiken daraufhin durchleuchtet, welchen Wert sie für die Verbrauchergemeinschaft haben und in wie fern diese Wertschöpfung durch den Marktkontext ökonomisch ausgebeutet wird. Der Verfasser kommt zu dem Schluss, dass die dynamische Markt-Vergesellschaftung im Internet für neue Formen der wechselseitigen Einbettung von Markt und Kultur im Gegenwartskapitalismus paradigmatisch ist. (ICE2)

[373-L] Lange, Bernd-Peter:

Medienwettbewerb, Konzentration und Gesellschaft: interdisziplinäre Analyse von Medienpluralität in regionaler und internationaler Perspektive, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. 2008, 345 S., ISBN: 978-3-531-15115-1 (Standort: UB Bonn(5)-2008/5291)

INHALT: Der Verfasser skizziert zunächst die Medienentwicklung in historischer Perspektive und stellt den transdisziplinären, sozioökonomischen Ansatz seiner Untersuchung vor. Er stellt dann das demokratietheoretische und medienpolitische Konzept zu Medienfreiheit und -pluralität, zu Medienwettbewerb und Konzentration auf der Basis der verfassungsrechtlichen Verankerung und der verfassungsgerichtlichen Interpretation vor. Ein Überblick über vorliegende empirische Befunde zu technischen Infrastrukturen, Medienmärkten (und ihrer Verflechtung) und der Digitalisierung der Medienproduktion schließt sich an. Ansätze der Technikgeneseforschung und der Wirtschaftswissenschaften werden daraufhin befragt, was sie zur Erklärung von Medienwettbewerb und -konzentration beitragen. Ferner wird nach dem kommunikationswissenschaftlichen Leitbild von Medienpluralismus und nach Ansätzen der Medienwirkungsforschung gefragt. Auf diesen Ansätzen aufbauend wird anhand von Fallbeispielen die historische Entwicklung der Wettbewerbs- und Konzentrationsregulierung nachgezeichnet. Aus politikwissenschaftlicher Sicht wird analysiert, welche Akteure mit welchen Konzepten in den Arenen der kommunikationstheoretischen Gestaltung aktiv sind und welche daraus resultierenden staatlichen policies auf die Medienentwicklung Einfluss nehmen, wel-

che Durchschlagskraft die einzelnen policies hinsichtlich Medienwettbewerb und Konzentration entfaltet haben und von welchen ordnungspolitischen Leitbildern sie ausgehen. Im Folgenden wird gefragt, welchen Beitrag die Soziologie zur Analyse medialen Wettbewerbs und der Wirkungen medial vermittelter Macht leisten kann und wie Medienwettbewerb und -konzentration in die Beschreibung gesellschaftlicher Evolution in historischen Zusammenhängen eingeordnet werden. Auf dieser Basis wird die Frage gestellt, wie weit das vorfindliche Mediensystem mit seinen inhaltlichen Angeboten die demokratische und gesellschaftliche Entwicklung in Deutschland fördert und wie die medienpolitischen Perspektiven in diesem Zusammenhang aussehen müssen. Die Untersuchung wird abschließend durch Fallstudien zum Aufstieg und Niedergang einzelner Medienkonzerne, zu deren Unternehmenspolitik und zu den landesspezifischen Regulierungsversuchen illustriert. (ICE2)

[374-F] Mosen, Birthe-Marie, Dipl.-Kff. Dipl.-Medienwirtin (Bearbeitung); Eigler, Joachim, Prof.Dr. (Betreuung):

Internetgestützte Formen des Fernsehens: strategische Herausforderungen für Anbieter und Nutzer, Grenzen und Möglichkeiten neuer Erlös- und Geschäftsmodelle (Arbeitstitel)

INHALT: Untersuchung der neuesten Entwicklungen der TV-Branche und die Nutzung neuer Technologien sowie ihrer Rolle in der weiteren strategischen Ausrichtung der TV-Senderanstalten bzgl. Programmgestaltung, Angebotsvielfalt, Interaktion mit dem Rezipienten. Herausarbeitung von Handlungsempfehlungen für die Formulierung und Implementierung einer konvergenten Strategie für Unternehmen in der Medienbranche. *ZEITRAUM:* 1985-2009 *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Bundesrepublik Deutschland

ART: *BEGINN:* 2007-12 *ENDE:* 2010-12 *AUFTRAGGEBER:* nein *FINANZIERER:* Institution
INSTITUTION: Universität Siegen, FB 05 Wirtschaftswissenschaften, Wirtschaftsinformatik und Wirtschaftsrecht, Fach BWL Lehrstuhl für BWL, insb. Medienmanagement (57068 Siegen)

KONTAKT: Bearbeiterin (Tel. 0271-7402905, e-mail: mosen@uni-siegen.de)

[375-F] Ströbel, Tim, Dipl.-Sportökon.; Kunz, Reinhard, Dipl.-Kfm. (Bearbeitung); Woratschek, Herbert, Prof.Dr. (Leitung):

Co-Branding zwischen Sport und Medien

INHALT: Auf der einen Seite findet in Deutschland kaum ein anderes Programmgenre ähnlich hohe mediale Aufmerksamkeit wie der Fußball. Auf der anderen Seite galt massenattraktiver Sport generell auch immer wieder als Antriebskraft für neue Technologien. Diese Erkenntnisse machen sich auch das Internetportal Maxdome und der Fußball-Bundesligist FC Schalke 04 zunutze. Das Fallbeispiel des klubeigenen Senders Schalke 04 TV stellt hier eine Möglichkeit des Co-Brandings von Dienstleistungsmarken in Sport und Medien dar. Durch die Kooperation gelingen eine Stärkung der eigenen Marke des Klubs und ein Transfer dessen positiver Assoziationen auf den Medienpartner Maxdome. Das Co-Branding zwischen dem Fußballverein FC Schalke 04 und dem Video-On-Demand-Anbieter Maxdome bietet zahlreiche Ansatzmöglichkeiten zur weitergehenden Untersuchung. Die sich generell aus dieser Kooperation ergebenden Chancen und Risiken, ebenso wie die Frage nach den gegenseitigen Wirkungen der einzelnen Marken aufeinander, stellen hier besonders lohnenswerte Untersu-

chungsansätze dar. *ZEITRAUM*: ab 2007 *GEOGRAPHISCHER RAUM*: weltweit, insb. Bundesrepublik Deutschland

METHODE: Fallstudie *DATENGEWINNUNG*: Sekundäranalyse von Individualdaten; Sekundäranalyse von Aggregatdaten (Fachzeitschriften, Fachbücher, Internet, Marktberichte). Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts.

VERÖFFENTLICHUNGEN: Woratschek, H.; Kunz, R.; Ströbel, T.: Co-Branding zwischen Sport und Medien - eine Analyse des Fallbeispiels Schalke 04 TV. in: Bruhn, M.; Stauss, B. (Hrsg.): Forum Dienstleistungsmanagement. Wiesbaden: Gabler 2008, S. 140-161.+++Woratschek, H.; Kunz, R.; Ströbel, T: A brand alliance in the spotlight of sport and the new media - where's the beef? in: Sport Marketing Europe, 2007, Nr. 3, pp. 26-31.

ART: *BEGINN*: 2007-01 *AUFTRAGGEBER*: nein *FINANZIERER*: Institution

INSTITUTION: Universität Bayreuth, Rechts- und Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät, Lehrstuhl für BWL VIII Dienstleistungsmanagement (95440 Bayreuth)

KONTAKT: Ströbel, Tim (Tel. 0921-55-3489, e-mail: tim.stroebel@uni-bayreuth.de); Kunz, Reinhard (Tel. 0921-55-5022, reinhard.kunz@uni-bayreuth.de)

[376-L] Taubert, Niels C.:

Die Wahrheit zwischen Gutenberg-Galaxis und World Wide Web, in: Gegenworte : Hefte für den Disput über Wissen, 2009, H. 21, S. 9-12

INHALT: Mit der grundrechtlich garantierten Meinungsfreiheit und dem Urheberrecht haben sich, so der Verfasser, seit dem 18. Jahrhundert einige Grundpfeiler geändert, und an die Stelle der frühkapitalistischen Geschäftemacherei ist ein wohlgeordnetes System getreten. Vor diesem Hintergrund werden die Ursachen des momentan zu beobachtenden Wandels, der als elektronische Zeitwende bezeichnet wird, analysiert. Es wird gezeigt, dass der Markt für wissenschaftliche Literatur in den vergangenen Jahren gründlich in die Krise geraten ist: Aus Sicht der Wissenschaft stellt sich diese als Versorgungskrise dar, aus Sicht der Bibliotheken und der öffentlichen Hand ist sie eine finanzielle Krise. Von Seiten der Bibliotheken, der Wissenschaftsorganisationen und zumindest zum Teil auch von Seiten der Wissenschaft hat diese Krise in Verbindung mit den neuen Möglichkeiten der Internettechnologie unter dem Label "Open Access" zu bemerkenswerten Reaktionen geführt. Verstärkt sind Anstrengungen zu beobachten, Publikationen auf elektronischem Wege frei zugänglich zu machen. Es wird argumentiert, dass sich mit Open Access die Finanzierung des wissenschaftlichen Kommunikationssystems grundlegend verändert hat. Die Kosten werden von der Seite der Rezipienten (Bibliotheken) auf die der Autoren verlagert. Aus Sicht der Wissenschaft wäre es dabei wünschenswert, wenn dies ohne Ausschlusseffekte geschehen würde - etwa aufseiten der Autoren. In welchem Umfang ein solches System dann von einer Koalition aus Wissenschaft und den großen Verlagen getragen wird und ob dies zu dem von den Verlagen avisierten Preis passiert, ist zum momentanen Zeitpunkt völlig offen. (ICF2)

[377-L] Wentzel, Dirk:

Medienökonomik: theoretische Grundlagen und ordnungspolitische

Gestaltungsalternativen, (Schriften zu Ordnungsfragen der Wirtschaft, Bd. 89), Stuttgart: Lucius u. Lucius 2009, 467 S., ISBN: 978-3-8282-0437-9

INHALT: "Die Medienökonomik etabliert sich zunehmend als interdisziplinäres Forschungsprogramm. Theoretische Fragen über die Wirkungsweise der Medien interessieren ebenso wie ordnungspolitische Gestaltungsentwürfe. Wo aber liegen die Grenzen für wirtschaftspolitisches Handeln in einem Sektor, der für die Verwertung des Wissens und für die öffentliche Meinung in einer Gesellschaft von grundlegender Bedeutung ist? Wie kann die internationale Medienordnung sinnvoll gestaltet werden? Die Diskussion dieser Fragen war Gegenstand des 41. Forschungsseminars Radein, das im Februar 2008 in Südtirol/ Italien stattfand." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Hanno Beck und Dirk Wentzel: Medienökonomik - neuere Entwicklungen und Ordnungsfragen (3-34); Ralf Dewenter und Justus Haucap: Wettbewerb als Aufgabe und Problem auf Medienmärkten: Fallstudien aus Sicht der "Theorie zweiseitiger Märkte" (35-74); Hanno Beck und Andrea Beyer: Brauchen wir eine öffentlich-rechtliche Zeitung? (75-100); Jan Schnellenbach: Die Wettbewerbsintensität auf dem Nachrichtenmarkt und die Offenheit kollektiver Lernprozesse - gibt es einen Zusammenhang? (101-122); Christian Müller: Bildschirm und Bildung: Eine bildungsökonomische Analyse der Wirkungen des Fernsehens (123-150); Thomas Apolte: Bildschirm und Bildung - eine andere Sichtweise (151-156); Nadine Lindstädt: Klassisches Printmedium vs. Online-Zeitung - Substitutionseffekte oder Komplementaritäten? (157-182); Guido Schröder: Öffentlich-rechtliche Anbieter im Dilemma zwischen Massengeschmack und Gemeinwohl (183-202); Bernd Holznagel, Eike Jahn und Isabel Simon: Der öffentlich-rechtliche Rundfunk zwischen Garantieansprüchen und IKT-getriebenem Wettbewerbsdruck (203-220); Jörn Kruse: Premium-Inhalte bei Medien (221-246); Andreas Knorr und Christina Schulz: Filmförderung in Deutschland - zur Problematik eines kulturpolitischen Anspruchs (247-276); Theresia Theurl: Nachrichtenagenturen: Kooperationen in der Medienwirtschaft (277-298); Gisela Färber: Medien und wissenschaftliche Politikberatung - Annäherung an ein Thema (299-318); Lars Tutt: Evangelische Kirchenpresse - Wettbewerb im Biotop (319-336); Oliver Budzinski: Europäische Medienmärkte: Die Rolle der Wettbewerbspolitik (337-362); Nils Otter: Der Pressevertrieb in ausgewählten europäischen Ländern (363-394); Torsten Sundmacher: Regulierung von Telekommunikationsmärkten eine Aufgabe für die EU? (395-430); Paul J. J. Welfens und Michael Vogelsang: Regulierung und Innovationsdynamik in der EU-Telekommunikationswirtschaft (431-456); Karen Horn: Erfahrungen mit der Publikation ordnungspolitischer Erkenntnisse (457-462); Hanno Beck und Michael Vogelsang: Für den medienaffinen Ökonomen: Zehn Tips für den Umgang mit Medien (463-465).

[378-F] Wirth, Carsten, Dr. (Leitung):

Arbeitskräftewirtschaft und Arbeitsregulation in Projektnetzwerken am Beispiel der Fernsehproduktion

INHALT: Die Content- bzw. Inhalteproduktion für das Fernsehen erfolgt dominant in Projektnetzwerken. Sie bestehen aus zeitlich befristeten, auf Projekte bezogene Geschäftsbeziehungen, die die Unternehmungen projektorientiert und projektübergreifend koordinieren. Diese Unternehmungen können auch Konzernen angehören. Man spricht dann von konzerngesteuerten Projektnetzwerken. Kontext/ Problemlage: Arbeit in der Inhalteproduktion für das Fernsehen ist - nicht zuletzt wegen der Dominanz der Organisationsform Projektnetzwerk - grundsätzlich anders organisiert als in Großbetrieben der Industrie oder des Dienstleistungssektors. Die Unternehmungen und Arbeitskräfte werden in der Regel nur auf Projektdauer gebunden bzw. angestellt. Die Arbeitskräfte arbeiten häufig für mehrere Auftraggeber bzw. Arbeitgeber und changieren zwischen abhängiger und selbstständiger Arbeit. Die Produktion ist häufig

nicht in einem Betrieb zentralisiert. Sie erfolgt an wechselnden Locations. Dies ist meist mit einem Wechsel der in der Produktion Tätigen verknüpft. Damit fehlen mit dem Betrieb und einer stabilen Belegschaft zentrale Anknüpfungspunkte für die Mitbestimmungsträger. Die Arbeitsregulation, die sonst Mitbestimmungsträgern vorbehalten ist, muss in dieser Branche auf andere Art und Weise erfolgen. Fragestellung: Die Arbeitsregulation wird vom Zugriff der Unternehmungen auf Personal beeinflusst. Die Redeweise von Personal und - damit verknüpft - Personalmanagement setzt allerdings eine betriebliche Perspektive auf abhängige Beschäftigung voraus, die aufgrund der Dominanz von Projektnetzwerken in der Inhalteproduktion für das Fernsehen nicht gegeben ist. Deshalb ist es sinnvoller, von "Arbeitskräftewirtschaft" zu sprechen. In dieser werden die Funktionen des klassischen Human Resource Managements in anderer Art und Weise wahrgenommen. Am Beispiel der Produktion fiktionaler Inhalte wird untersucht, 1. wie die konkreten sozialen Praktiken der Arbeitskräftewirtschaft aussehen; 2. wer dafür verantwortlich ist; 3. welche Konsequenzen die Arbeitskräftewirtschaft für die Arbeitsregulation hat und 4. welche Herausforderungen für Arbeitskräfte in anderen projektnetzwerkförmig organisierten Branchen wahrscheinlich sind.

METHODE: Diese explorative Studie stützt sich auf die Auswertung der relevanten Literatur und insbesondere auf leitfadengestützte Interviews mit Akteuren aus der Fernsehindustrie. Ergänzend werden Interviews aus früheren Forschungsprojekten, die Fragen der Steuerung, der regionalen Einbettung von Projektnetzwerken und - am Rande - der Arbeitsregulation in der Fernsehproduktion untersuchten, einer Sekundärauswertung unter Berücksichtigung oben genannter Fragestellungen unterzogen.

ART: AUFTRAGGEBER: keine Angabe **FINANZIERER:** Hans-Böckler-Stiftung

INSTITUTION: Wirth, C. (Klostergasse 3/4, 69123 Heidelberg)

KONTAKT: Leiter (e-mail: carsten.wirth@fh-kempton.de)

[379-F] Woratschek, Herbert, Prof.Dr.; Schafmeister, Guido, Dr.; Kunz, Reinhard, Dipl.-Kfm.; Brehm, Patrick, Dipl.-Kfm.; Goh, Seung Chul, Dipl.-Sportmanager (Bearbeitung):

Auslandsvermarktung der Fußball-Bundesliga

INHALT: Die Auslandsvermarktung der Fernsehübertragungsrechte von sportlichen Wettbewerben kann eine attraktive Möglichkeit sein, um zusätzliche Einnahmen aus einem Sportwettbewerb zu erzielen und um die Vermarktungserlöse von der Binnennachfrage abzukoppeln. Aus wissenschaftlicher, aber auch aus praktischer Sicht stellt sich dabei die Frage, von welchen Faktoren die Auslandsvermarktung abhängt. In einem ersten Schritt wurden Manager verschiedener Sportorganisationen als Experten der Auslandsvermarktung befragt. Auf Grundlage dieser Interviews konnten zehn zentrale Einflussfaktoren identifiziert werden: Popularität der Sportart, Kaufkraft der Bevölkerung, Struktur der Fernsehmärkte, Struktur der Sportmärkte, Konsumkapital der Bevölkerung, First Mover Advantage/ Last Mover Disadvantage, kultureller und historischer Hintergrund, Profitabilität der Serie, Stadionatmosphäre sowie Fernsehtechnologie. In einem zweiten Schritt wurde auf die Vermarktung der Bundesliga nach China fokussiert, wobei insbesondere internationale Experten befragt wurden. Top International Stars; Historical Relations; Local Heroes; International Sporting Achievements und Technical Broadcasting Quality wurden als zentrale Attraktivitätsfaktoren europäischer Fußballligen in China identifiziert. In einem weiteren Schritt wird nun die originäre Kundensicht der Fans ausländischer Fußballligen in Korea erhoben. **ZEITRAUM:** seit 2005 **GEOGRAPHISCHER RAUM:** Bundesrepublik Deutschland, China, Korea

METHODE: Grounded Theory; strategisches Marketingmanagement und Konsumentenverhalten
Expertenbefragungen und Konsumentenbefragungen **DATENGEWINNUNG:** Qualitatives Interview (Stichprobe: 25; Auswahlverfahren: Zufall). Standardisierte Befragung, schriftlich (Stichprobe: 500; Auswahlverfahren: Zufall). Sekundäranalyse von Individualdaten; Sekundäranalyse von Aggregatdaten (Fachzeitschriften, Fachbücher, Internet, Marktberichte). Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts.

VERÖFFENTLICHUNGEN: Woratschek, H.; Kunz, R.; Brehm, P.: International marketing of the German Football Bundesliga: exporting a National Sport League to China. *Wirtschaftswissenschaftliche Diskussionspapiere der Univ. Bayreuth*, 2008, Nr. 01.+++Woratschek, H.; Schafmeister, G.: The export of National Sport Leagues. *Wirtschaftswissenschaftliche Diskussionspapiere der Univ. Bayreuth*, 2007, Nr. 03.+++Woratschek, H.; Schafmeister, G.: Selling sport broadcasting rights abroad - theoretical considerations about selling a National Sport League abroad. in: *Sport Marketing Europe*, Nr. 1, 2007, pp. 26-29.+++Woratschek, H.; Schafmeister, G.: Sport marketing around the world - Germany. in: *Sport Management Quarterly*, 2006, Nr. 2, pp. 125-126.+++Woratschek, H.; Schafmeister, G.: Sport marketing around the World - Germany. in: *Sport Management Quarterly*, 2005, Nr. 4, pp. 263-263.

ART: *BEGINN:* 2005-01 *AUFTRAGGEBER:* nein *FINANZIERER:* Institution

INSTITUTION: Universität Bayreuth, Rechts- und Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät, Lehrstuhl für BWL VIII Dienstleistungsmanagement (95440 Bayreuth)

KONTAKT: Kunz, Rinhard (Tel. 0921-55-3497, e-mail: reinhard.kunz@uni-bayreuth.de);
Brehm, Patrick (Tel. 0921-55-3597, e-mail: patrick.brehm@uni-bayreuth.de)

[380-L] Zeckert, Patricia F.:

Die Internationale Leipziger Buchmesse, in: *Aus Politik und Zeitgeschichte* : Beilage zur Wochenzeitung *Das Parlament*, 2009, H. 11, S. 39-46 (www.bpb.de/files/Q7ZIRA.pdf)

INHALT: "Das 'Leseland'-Konstrukt findet man kondensiert auf den Leipziger Buchmessen wieder. Der Beitrag illustriert die Entwicklung der Messe als Schlaraffenland für den Leser, als Handelsplattform und Leistungsschau für die Branche sowie als internationales Podium für die Selbstinszenierung der DDR-Staatsführung." (Autorenreferat)

1.11 Medien und Recht

[381-L] Garbas, Melanie:

Kinderarbeit in den Medien: zwischen Schutzanspruch, Interessenwahrung und Selbstverwirklichung, in: *Diskurs Kindheits- und Jugendforschung*, Jg. 4/2009, H. 1, S. 91-105 (Standort: USB Köln(38)-XG 9053; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "Die Arbeit bzw. die Mitwirkung von Kindern an Foto-, - Film- und Fernsehproduktionen etabliert sich - dem Trend aus den USA folgend - auch in Deutschland immer mehr. Kinder jeder Altersgruppe finden sich zunehmend im Werbemarkt und der Filmbranche. Grundsätzlich wird die Beschäftigung von Kindern durch das Jugendarbeitsschutzgesetz geregelt. Dies wird allerdings der Komplexität der Erfahrungen sowie dem Schutzanspruch und den Interessen der Kinder am expandierenden Markt nicht länger gerecht. Unter Bezug auf neuere rechtliche Regelungen in Nordrhein-Westfalen und Einbeziehung empirischer Erhebungen

wird die Autorin zeigen, dass durch angemessene pädagogische Begleitung und entsprechende rechtliche Regelungen nicht nur den Risiken besser begegnet werden kann, sondern auch neue Beteiligungs- und Bildungschancen sowie Raum für die Persönlichkeitsentwicklung entstehen." (Autorenreferat)

[382-L] Gusy, Christoph; Worms, Christoph:

Grundgesetz und Internet, in: Aus Politik und Zeitgeschichte : Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament, 2009, H. 18/19, S. 26-33 (www.bpb.de/files/RA1CVS.pdf)

INHALT: Am Beispiel des Internets wird der Frage nachgegangen, ob man dem alten Grundgesetz überhaupt Aussagen zu neuen Phänomenen entnehmen darf. Dabei geht es um einen Grundsatzstreit und der Frage nach der Abgrenzung von verfassungsändernder Gewalt einerseits sowie verfassungsauslegender und -anwendender Gewalt andererseits (historische versus dynamische Verfassungsauslegung). Verfassungen haben u.a. die Funktion der politischen Positionierung, und des Gestaltungsanspruches für die Zukunft, Sie setzen damit Grenzen voraus und ziehen ihrerseits Grenzen. Im Bezug auf das Internet bedeutet dies eine Grenzverschiebung und Differenzierung von Öffentlichkeit und Privatheit, da es neue Chancen, Foren und Formen der Öffentlichkeit schafft, aber auch erhebliche Risiken, z. B. Marginalisierung von Gruppen und Kriminalität mit sich bringt. Vor diesem Hintergrund wird die Frage der elektronischen Privatsphäre beleuchtet und abschließend der Konflikt zwischen Globalisierung des Internets und Territorialität von Staatlichkeit und Recht hervorgehoben. (ICH)

[383-F] Henrich-Franke, Christian, Dr. (Bearbeitung):

Transmitting and the receiving Europe - the European broadcasting space as a legal regime

INHALT: Das Forschungsprojekt ist ein integraler Bestandteil eines europäischen Verbundprojekts zum Thema "Transmitting and receiving Europe". Aus der Perspektive unterschiedlicher Disziplinen problematisiert das Verbundprojekt Europa als einen Kommunikationsraum, innerhalb dessen im 20. Jahrhundert unterschiedliche Vorstellungen und Konzeptionen von Europa als politischer und kultureller Einheit gehandelt wurden. Das übergeordnete Ziel besteht darin, die Frage nach der Bedeutung des Rundfunks - und insbesondere von Rundfunktechnologie - für die unterschiedlichen "Erfindungen Europas" als eine integrierte und/ der fragmentierte politische, kulturelle und wirtschaftliche Einheit zu beantworten. Dabei wird von der These ausgegangen, dass Rundfunkübertragungen die wirksamste und einflussreichste Art der nationalen und transnationalen Kommunikation des 20. Jahrhunderts waren. Im Mittelpunkt der gemeinsamen Projektarbeit steht also die mediale Konstruktion Europas - auf der Sendewie auf der Empfangsseite von Rundfunkprogrammen - in einem sich permanent wandelnden politischen, kulturellen und technischen Umfeld. Das Teilprojekt trägt zum übergeordneten Ziel des Verbundprojektes bei, indem es die Verbindung zwischen der Transmission und dem Empfang Europas näher betrachtet, nämlich die Rundfunkfrequenzen, die als ein Vehikel für die Übertragung von Rundfunkprogrammen dienen, in den Blick nimmt. Es analysiert, inwieweit internationale Abkommen zur Regulierung von Rundfunkfrequenzen, in denen immerhin die Sende- und Empfangsgebiete von Rundfunkübertragungen definiert wurden, die mediale Konstruktion Europas beeinflussen. *ZEITRAUM:* 20. Jahrhundert *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Europa

ART: AUFTRAGGEBER: nein *FINANZIERER:* Deutsche Forschungsgemeinschaft

INSTITUTION: Universität Siegen, FB 01 Sozialwissenschaften, Philosophie, Theologie, Geschichte, Geographie, Fach Geschichte Lehrstuhl Wirtschafts- und Sozialgeschichte sowie Didaktik der Geschichte (57068 Siegen)

KONTAKT: Institution, Sekretariat (Tel. 0271-740-3921, Fax: 0271-740-3924,
e-mail: eleonore.althaus@uni-siegen.de)

[384-L] Leisegang, Daniel:

Internetzensur: Missbrauch des Missbrauchs, in: Blätter für deutsche und internationale Politik, Jg. 54/2009, H. 5, S. 18-21 (Standort: UB Bonn(5)-Z59/69; USB Köln(38)-FHM XE00157; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: Bundesfamilienministerin Ursula von der Leyen setzt sich daher seit geraumer Zeit energisch für Internetsperren ein, um die Verbreitung von kinderpornographischen Inhalten zu unterbinden. Die Blockade von Webseiten ist für den Autor jedoch ein denkbar unzumutbarer und vor allem unverhältnismäßiger Ansatz. Nicht nur lässt der Vorstoß der Ministerin eine politische Gesamtstrategie vermissen. Statt auf die verbotenen Inhalte direkt zuzugreifen, ist lediglich vorgesehen, die Zugangsstraße zu sperren. Darüber hinaus bewegt sich die Bundesregierung mit der Einführung einer Zensur-Infrastruktur im Internet außerhalb verfassungsrechtlicher Grenzen. Das Bundeskriminalamt (BKA) operiert fortan - ohne jegliche Kontrolle - als oberster Web-Zensor. Damit aber drohen die derzeitigen Pläne der Zensur beliebiger Onlineinhalte Tür und Tor zu öffnen. Auch der dramatisch klingende Anstieg der Kinderpornographie beruht auf einer falschen Interpretation der Zahlen. Diese Zunahme folgt aus der breit angelegten "Operation Himmel" Ende 2007, in deren Anschluss allein über 12 000 Ermittlungsverfahren eingeleitet wurden. (ICA2)

[385-L] Lewke, Christian:

Der verfassungsrechtliche Kulturauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks: eine funktionsbezogene Betrachtung des Mediums in seiner Bedeutung für Individuum, Gesellschaft, Kunst, Wissenschaft und Religion, (Schriften zum deutschen und europäischen öffentlichen Recht, Bd. 15), Frankfurt am Main: P. Lang 2007, 177 S., ISBN: 978-3-631-57361-7

INHALT: "Die Arbeit untersucht die bisher von der juristischen Literatur weitgehend vernachlässigte Frage, worin der insbesondere vom BVerfG in ständiger Rechtsprechung betonte 'kulturelle Auftrag' des öffentlich-rechtlichen Rundfunks besteht. Vor dem Hintergrund einer Analyse des Phänomens menschlicher Kultur an sich kommt die Arbeit zu dem Ergebnis, dass sich dieser zum einen insbesondere auf Beiträge aus den Bereichen Kunst, Wissenschaft und Religion als für den Menschen besonders bedeutende Erkenntnisdisziplinen bezieht ('Kultur als geistige Leistung'). Zum anderen bezieht der Autor den Kulturauftrag aber auch auf solche Inhalte, in denen spezifischer sozialer Zusammenhalt zum Ausdruck kommt und sich konstituiert ('Kultur als soziales System')." (Autorenreferat)

[386-L] Lilienthal, Volker:

Professionalisierung der Medienaufsicht: neue Aufgaben für Rundfunkräte - die Gremiendebatte in epd medien, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. 2009, 190 S., ISBN: 978-3-531-16278-2

INHALT: "Auf die Rundfunkräte in Deutschland kommen neue Aufgaben zu. Auf Betreiben der EU-Kommission sollen sie künftig digitale Programmvorhaben des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in einem Drei-Stufen-Test auf ihre publizistische Erforderlichkeit und Marktverträglichkeit hin untersuchen. Die Bundesländer werden dies in einem neuen Rundfunkstaatsvertrag festschreiben, der voraussichtlich ab Mai 2009 gilt. In Vorbereitung darauf ließ die renommierte Fachzeitschrift 'epd medien' in ihrer Reihe 'Gremiendebatte' diskutieren: Welchen Nachholbedarf haben die Rundfunk-Gremien, um der neuen Aufgabe gewachsen zu sein? Es antworteten Gremienvorsitzende, Intendanten, Medienpolitiker, Medienjuristen und andere Experten." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Volker Lilienthal: Zwischen Ehrenamt und Profession (11-26); Marc Jan Eumann: Guter Rat: Gremienaufsicht: notwendig, aber auch reformbedürftig (27-31); Thomas Kleist: Klarschiff: Zum Vorschlag eines "ARD-Rates" (23-35); Udo Reiter: Föderales Zusammenspiel: Vorrang für föderale Kontrolle (36-41); Martin Stadelmaier: Streitkultur: Für mehr Konfliktbereitschaft (42-47); Ernst Elitz: Sachverstand: Notwendige Kompetenz aneignen (48-52); Grietje Staffelt: Rundum toll: Aufsicht muss demokratischer werden (53-58); Hans Mathias Kepplinger: Wohlverstandenes Interesse: Wie effektiver werden? (59-64); Joachim Huber: Konsens aus Kontroverse: Aus Laien werden partielle Profis (65-69); Jürgen Doetz: Im Prinzip ganz einfach: Die Sicht des privaten Rundfunks (70-75); Otfried Jarren: Erneuerte Legitimität: Neue Rundfunkräte allein helfen nicht (76-84); Hans-Joachim Otto: Kosmetik oder Korrektur: Aufsicht - einheitlich und extern (85-89); Fritz Raff: Einmischung tut gut: Kompetenzwarrumpel vermeiden (90-96); Christoph Degehart: Rollenkonfusion: Für vereinheitlichte Kontrolle (97-101); Heiko Hilker: Selbstkontrolle stärken: Politiker an ihren Taten messen (102-106); Tino Kunert: Spannungsfeld: Starke Beratung sichert die Zukunft (107-114); Hans J. Kleinsteuber: Alle Macht den Räten? Für mehr Zivilgesellschaft (115-127); Ruprecht Polenz: Tacheles reden: ZDF-Fernsehrat ist gut gerüstet (128-133); Volker Giersch: Ganzheitlich, nicht partikular: Vorschläge des GVK-Vorsitzenden (2007/08) (134-142); Helmuth Frahm: Auf der Höhe der Zeit? Stellenbeschreibung für Rundfunkräte (143-146); Walter Hömberg: Sisyphosarbeit: 13 Thesen zur Kontrolle des Rundfunks (147-152); Rudolph Meyer: Falschmünzerei: Drei-Stufen-Test oder "public value" - was passt für Deutschland? (153-160); Dieter Dörr: Eine Chance: ARD und ZDF sollten den Drei-Stufen-Test ernst nehmen (161-167); Robert Schweizer: Warum die Presse kämpfen muss: Die Länderpläne für ARD/ZDF bedrohen die private Medienwirtschaft (168-173); Carl Eugen Eberle: Vor der Verfassung keinen Bestand: Der öffentlich-rechtliche Funktionsauftrag im Internet (174-182).

[387-L] Lilienthal, Volker:

Integration als Programmauftrag, in: Aus Politik und Zeitgeschichte : Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament, 2009, H. 9/10, S. 6-12 (www.bpb.de/files/ZXV87B.pdf)

INHALT: Der Beitrag zur Rundfunkpolitik in der Bundesrepublik Deutschland erörtert die neueren Auftragsbeschreibungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. So analysiert der erste Schritt zunächst die Auftragsdefinition im neuen, dem 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag vom 01. Juni 2009. Der zweite Schritt befasst sich sodann mit dem Drei-Stufen-Test in den

Rundfunkräten, die bei neuen (und veränderten) Telemedien geprüft werden müssen: (1) Anspruch des Angebots an die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft, (2) Beitrag des qualitativen Angebots zum publizistischen Wettbewerbs sowie (3) die Finanzierung des Angebots. Der dritte Schritt befasst sich schließlich mit der Frage nach der Legitimität der Rundfunkgebühren, während der vierte Schritt empirisches Datenmaterial zur Auftragsbefriedigung für 2006/2007 liefert. Eingedenk der pluralen Angebotsstruktur der audiovisuellen Medien gilt nach Ansicht des Autors grundsätzlich: 'Die' Qualität gibt es nicht, es gibt eine Vielzahl von Qualitäten, die erfüllt sein müssen, um professionellen Standards ebenso zu genügen wie dem Publikum ein Sinnerlebnis zu verschaffen. (ICG2)

[388-L] Mikat, Claudia:

Von Padre Amaro zu PEGI Online: das Themenspektrum bei der Konferenz der europäischen Filmprüfstellen war weit, in: tv diskurs : Verantwortung in audiovisuellen Medien, Jg. 13/2009, H. 1, S. 4-6

INHALT: Die europäischen Filmprüfstellen traten im Oktober 2008 in Lissabon zu ihrer regelmäßigen stattfindenden Konferenz zusammen. Thema der Konferenz war zum einen der Austausch über die Freigabe eines jugendschutzrelevanten Kinofilms und zum anderen ging es um den Umgang mit Fernsehen, Internet und Computerspielen in den verschiedenen Ländern. Es wurden sowohl Filmbeispiele gezeigt, um die Kriterien für die Filmbewertung und die Unterschiede im Ergebnis zu diskutieren. Die Unterschiede in den Bewertungen der Filme der einzelnen Länder sind beim Thema Sex größer als bei der Einschätzung von Gewalt. Aber auch wie mit Darstellungen von Drogenkonsum, mit ethischen Orientierungen oder Angst erzeugenden Inhalten umzugehen ist, wird recht unterschiedlich gesehen. Des Weiteren wurden u.a. die relevanten Maßnahmen und Direktiven der EU skizziert, wie die Audiovisuelle-Medienrichtlinie und das Safer-Internet-Programm sowie die Ergebnisse einer EU-Befragung zu Computerspielen und dem paneuropäischen Klassifikationssystem PEGI diskutiert. Medienkonvergenz, der Umgang mit Onlineinhalten und mögliche Jugendschutzregelungen bleiben weiter auf der Tagesordnung. (RG)

[389-L] Palankova, Evgeniya:

Chancengleicher Zugang zum digitalen Rundfunk: die europäische und deutsche Gesetzgebung als Vorbild für eine neue Medienordnung der Republik Bulgarien, (Schriften zum Medienrecht, Bd. 15), Hamburg: Kovac 2008, XI, 273 S., ISBN: 978-3-8300-3757-6 (Standort: UuStB Köln(38)-13Y5698)

INHALT: Die Verfasserin stellt den komplexen Regulierungsrahmen des digitalen Rundfunks dar, zeigt den Regelungsbedarf auf und formuliert Vorschläge für gesetzliche Lösungen. Sie gibt einen Überblick über die neue Rechtslage in Deutschland nach der Anpassung des Telekommunikationsgesetzes und des Rundfunk-Staatsvertrages an die Vorschriften des europäischen Infrastrukturrichtlinienpakets und beschreibt, wie der Zugang zum digitalen Fernsehen im bulgarischen Rundfunkrecht geregelt ist. Die Medienlandschaft, so wird eingangs gezeigt, hat sich in Folge der Digitalisierung des Rundfunks gewandelt, vor allem was die Konvergenz der Medien und den freien Zugang zum digitalen Rundfunk angeht. Verfassungsrecht und europäisches Recht formulieren allgemeine Regelungsprinzipien für die gesetzliche Ordnung des digitalen Fernsehens. Das Rundfunk- und Telekommunikationsrecht

nimmt eine spezifische Zugangsregulierung hinsichtlich der einzelnen Zugangsdienste der digitalen Fernsehverbreitung vor. (ICE2)

[390-L] Pöttker, Horst:

Diskriminierungsverbote und Beschwerdepraxis des Deutschen Presserats: eine quantitative und qualitative Analyse, in: Rainer Geißler (Hrsg.) ; Horst Pöttker (Hrsg.): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland : Problemaufriss - Forschungsstand - Bibliographie, Bielefeld: transcript Verl., 2005, S. 185-221

INHALT: Anhand einer Analyse der einschlägigen Fälle des Deutschen Presserats zeigt der Verfasser, dass bei Beschwerden über Diskriminierungen von Minderheiten schwächere Sanktionen ergriffen werden als etwa bei Beschwerden über Verletzungen des Persönlichkeitsschutzes oder der professionellen Sorgfaltspflicht. Er geht auf die Vorschriften des Deutschen Pressekodex ein und argumentiert, dass die relevanten Richtlinien weder durch die im Grundgesetz genannten Gründe für legitime Einschränkungen der Äußerungsfreiheit (Gesetzgebung, Persönlichkeitsschutz, Jugendschutz) noch durch die professionelle Pflicht zur Wahrheit gedeckt sind. Es wird die These vertreten, dass diese Richtlinien nicht geeignet sind, regulierend auf die journalistische Produktion einzuwirken. Das nährt Zweifel auch an der integrationsfördernden Wirksamkeit dieser Vorschriften auf die Einstellungen von Rezipienten sowie generell an der Wirksamkeit von Bemühungen, nicht-fiktionale Medieninhalte zu regulieren, bezüglich der interkulturellen Integration von ethnischen Minderheiten. (ICF2)

[391-F] Puppis, Manuel (Bearbeitung); Jarren, Otfried, Prof.Dr. (Betreuung):

Organisationen der Medienregulierung. Eine Analyse von Selbstregulierungsorganisationen am Beispiel europäischer Presseräte

INHALT: Problemstellung: Massenmedien besitzen eine herausragende soziale, kulturelle und politische Bedeutung für die Gesellschaft: Sie beeinflussen das soziale wie kulturelle Leben, kreieren eine gemeinsame Identität und tragen zur Integration der Gesellschaft bei. Medienpolitik und Medienregulierung haben mitunter den Zweck sicherzustellen, dass Medien dieser gesellschaftlich-politischen Rolle entsprechen. Doch Medienpolitik steht in demokratischen Ländern vor einem grundlegenden Zielkonflikt: Medienfreiheit sieht sich durch Medienregulierung potenziell bedroht. Selbstregulierung - also eine Regulierung der Medien durch die Medien - stellt einen möglichen Ausweg dar. Ob nun staatliche Regulierung oder Selbstregulierung: Regulierung ist an eine regulierende Organisation gebunden, welche Regeln setzt, durchsetzt und Regelverstöße sanktioniert. Der Organisationsaspekt von Regulierung wurde in der Forschung bisher nur am Rande thematisiert. Um jedoch zu verstehen, wie Medienregulierung funktioniert und welche potenziellen Auswirkungen sie hat, bedarf es einer eingehenden Auseinandersetzung mit Organisation der Medienregulierung. Ziel dieser Arbeit ist es, eine organisationale Perspektive auf Medienregulierung zu entwickeln. Strukturen, Prozesse und Ressourcen von Organisationen der Medienregulierung prägen die Art möglicher Problemlösungen. Der Fokus auf Organisationen leistet folglich einen Beitrag zur Beschreibung und Analyse von Medienpolitik. Gegenstand: Um Mediensektor existiert eine Reihe von Regulierungsorganisationen. Während staatliche Regulierungsbehörden in Europa mit der Dualisierung des Rundfunksektors Verbreitung fanden, haben Selbstregulierungsorganisationen bereits eine längere Tradition. Letztere sind denn auch Gegenstand der Studie. Konkret

werden Presse- und Medienräte in Europa betrachtet. Fragestellungen: In dieser Studie steht der Organisationsaspekt von Medienregulierung im Zentrum. Dabei interessieren einerseits die formalen Strukturen und Prozesse von Presse- und Medienräten als ein Beispiel für Selbstregulierungsorganisationen im Mediensektor: Wie sind formale Strukturen und Prozesse von Selbstregulierungsorganisationen wie Presse- und Medienräten in Europa ausgestaltet? Andererseits werden organisationale Begründungen für die implementierten Strukturen und Prozesse und insofern der Umgang von Organisationen mit perzipierten Umweltaanforderungen betrachtet: Wie reagieren Selbstregulierungsorganisationen wie Presse- und Medienräte auf institutionelle Anforderungen ihrer Umwelten und wie lässt sich die Implementierung bestimmter formaler Strukturen und Prozesse erklären? *GEOGRAPHISCHER RAUM*: Europa

METHODE: Fallauswahl: Zur Untersuchung der ersten Fragestellung, wie die formalen Strukturen und Prozesse von Presse- und Medienräten in Europa ausgestaltet sind, werden sämtliche Presseräte in EU- und EFTA-Mitgliedstaaten einem einfachen synchronen Vergleich unterzogen. Zur Untersuchung der zweiten Fragestellung, wie Presse- und Medienräte mit ihren Strukturen und Prozessen auf institutionelle Anforderungen ihrer Umwelt reagieren, wird eine vergleichende Fallstudie einer kleineren Zahl von Presseräten durchgeführt. Hierzu wurden mit dem britischen, dem deutschen, dem irischen und dem schweizerischen Presserat Selbstregulierungsorganisationen ausgewählt, welche mit unterschiedlichen institutionellen Umwelten konfrontiert sind. Methoden der Datenerhebung: In der Studie kommt die qualitative Dokumentenanalyse in beiden empirischen Schritten zum Zuge. Für den ersten Schritt, die deskriptive Untersuchung der formalen Strukturen und Prozesse von Presseräten, wurden wissenschaftliche Traditionsdokumente (in Form von Sekundärliteratur über den Untersuchungsgegenstand), unwissenschaftliche Traditionsdokumente (Jahresberichte), systematische Überreste (Rechtsdokumente wie Gesetze) und zufällige Überreste (Geschäfts- und Beschwerdeordnungen, Satzungen sowie Selbstdarstellungen in Form von Broschüren oder Websites) berücksichtigt. Die Analyse der Reaktionen auf institutionelle Anforderungen stützt sich auf zusätzliche Dokumente. Zum einen sind dies wiederum wissenschaftliche Traditionsdokumente, d.h. weitere Sekundärliteratur, die sich explizit mit den untersuchten Organisationen beschäftigt. Zum anderen stützt sich die Analyse hauptsächlich auf unwissenschaftliche Traditionsdokumente (wie Chroniken und ältere Jahresberichte, die in publizierter Form vorliegen) und systematische Überreste. Bei Letzteren handelt es sich um Dokumente aus den organisations-eigenen Archiven (Sitzungsprotokolle, Korrespondenz u. Ä.), welche über Gründung, Reorganisationen und Entscheidungsprozesse, die zur Implementation bestimmter Strukturen und Prozesse geführt haben, Auskunft geben oder den Umgang mit institutionellen Umweltaanforderungen zum Thema haben. In der Studie kommen qualitative Interviews mit Experten zusätzlich zu einer Dokumentenanalyse für die Untersuchung der Reaktionen von Presseräten auf institutionelle Anforderungen zum Einsatz. Konkret ausgewählt wurden die Geschäftsführer (respektive deren Stellvertreter) und die Vorsitzenden der vier Presseräte. Die Interviews für diese Studie wurden zwischen Anfang März und Ende April 2008 durchgeführt und dauerten zwischen 90 und 120 Minuten. Methoden der Datenauswertung: Sämtliche analysierten Dokumente wurden zuerst einer Quellenkritik unterzogen. Für den ersten Untersuchungsschritt, den Vergleich der formalen Strukturen und Prozesse von Presseräten, wurden die Dokumente einer deduktiven inhaltlichen Kategorisierung im Sinne eines "literal readings" ausgewertet. Dazu wurde aus der Theorie ein Analyseraster erstellt. Für die Dokumentenauswertung hinsichtlich der Analyse organisationaler Reaktionen auf institutionelle Anforderungen wurde mit dem Ziel einer interpretativen Analyse eine induktive inhaltliche Kategorisierung gewählt. Die Auswertung der Interviews stützte sich nach der Transkription auf eine induktive inhaltliche Kategorisierung nach Meuser und Nagel. Diese erfordert erst eine Setzung von

Überschriften (textnahe Überschriften setzen; Passagen von der Chronologie des Interviews und von den einzelnen Personen lösen), bevor eine Interpretation (u. a. Herausarbeitung von Unterschieden und Gemeinsamkeiten; soziologische Konzeptualisierung) vorgenommen wird. Die Auswertung wurde mit Hilfe der Software MaxQDA durchgeführt. Untersuchungsdesign: Querschnitt *DATENGEWINNUNG*: Akten- und Dokumentenanalyse, offen; Qualitatives Interview.

ART: *BEGINN*: 2004-01 *ENDE*: 2008-07 *AUFTRAGGEBER*: keine Angabe *FINANZIERER*: Institution; Wissenschaftler

INSTITUTION: Universität Zürich, Philosophische Fakultät, Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung -IPMZ- (Andreasstr. 15, 8050 Zürich, Schweiz)

[392-L] Reffken, Hendrik:

Politische Parteien und ihre Beteiligungen an Medienunternehmen: eine Untersuchung aus verfassungsrechtlicher Sicht, (Studien und Materialien zur Verfassungsgerichtsbarkeit, 103), Baden-Baden: Nomos Verl.-Ges. 2007, 455 S., ISBN: 978-3-8329-3107-0

INHALT: Reffken befasst sich mit den verfassungsrechtlichen Fragen, die sich bei einer Beteiligung politischer Parteien an Presse-, Rundfunk- und Telemedienunternehmen stellen. Im Mittelpunkt steht die Frage nach der verfassungsrechtlichen Zulässigkeit solcher Beteiligungen. Daneben untersucht der Autor u. a. auch, ob der Bundes- oder der Landesgesetzgeber Parteienbeteiligungen an Medienunternehmen verbieten, beschränken oder zumindest durch Offenlegungspflichten publik machen darf. Eine solche Analyse der verfassungsrechtlichen Rahmenbedingungen bedarf solider empirischer Grundlagen. Die verfassungsrechtlichen Ausführungen werden daher durch eine Bestandsaufnahme der gegenwärtig bestehenden Medienbeteiligungen politischer Parteien, die Darstellung ihrer Geschichte sowie durch einen Überblick über das einfachgesetzliche 'Parteien-Medienbeteiligungsrecht' ergänzt. Von den fünf großen politischen Parteien in Deutschland verfügen lediglich die SPD und Die Linke über Beteiligungen an der für den Meinungsbildungsprozess 'besonders relevanten' (75) Tagespresse. Allein die der SPD - über die Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft - erreichten einen Umfang, der eine verfassungsrechtliche Diskussion nahelege, schreibt der Autor. Aus dem Grundgesetz lasse sich ein absolutes verfassungsrechtliches Verbot der Beteiligung politischer Parteien an Medienunternehmen nicht ableiten, jedoch dürften die Medienunternehmen mit Parteienbeteiligung nicht die Schwelle zur Meinungsmarktbeherrschung überschreiten. Verfassungsrechtlich zulässig seien allein Marktanteils- und Auflagenanteilsbegrenzungen, die jeden zum Adressaten haben können, der im Pressebereich tätig ist. Das unternehmerische Engagement werde ausschließlich durch das Kartellrecht, das für alle Marktteilnehmer gelte, beschränkt, so Reffken. (ZPol, NOMOS)

[393-L] Reisewitz, Perry (Hrsg.):

Pressefreiheit unter Druck: Gefahren, Fälle, Hintergründe, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. 2008, 144 S., ISBN: 978-3-531-15771-9

INHALT: "Der Fall Cicero, die CIA-Fax-Affäre des Schweizer Sonntagsblick oder die Festnahme eines Journalisten in Russland - Pressefreiheit existiert nicht einfach von selbst. Sie muss immer wieder eingefordert werden - in totalitären Staaten, aber auch in Ländern mit demokratischen Strukturen. Das Recht auf den freien Zugang zu Informationen und auf Meinungsfrei-

heit gehört zu den wichtigsten Errungenschaften moderner Demokratien. Wie prekär die Lage war und ist, zeigen die Beiträge dieses Buches. Markus Hurek, stellvertretender Chefredakteur des Cicero, Beat Jost und Sandro Brost vom Sonntagsblick, Boris Reitschuster, Moskau-Korrespondent des Focus, Kim Otto und Sascha Adamek von der Redaktion Monitor sowie Hans Leyendecker und Heribert Prantl von der Süddeutschen Zeitung - sie alle dokumentieren, welche Risiken Journalisten immer wieder auf sich nehmen, um die Freiheit der Presse zu verteidigen." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Perry Reisewitz: Pressefreiheit - die Konsequenz der Denkfreiheit (9-16); Dieter Offenhäuser: Pressefreiheit ist das Barometer für Demokratie! Der von der UNESCO ausgerufene Internationale Tag der Pressefreiheit (17-24); Hans Leyendecker: Der unheimliche Zerfall der Pressefreiheit (25-30); Heribert Prantl: Über den Hochverrat. Sind wir Journalisten oder Trommelaffen? Früher war die Pressefreiheit vom Staat bedroht. Heute besorgen die Medien das selbst (31-36); Markus Hurek: Pressefreiheit hat immer mit Öffentlichkeit zu tun (37-42); Sascha Adamek, Kim Otto: Das Auskunftsrecht der Journalisten. Ein Praxisbericht (43-60); Sandro Brotz, Beat Jost: Die CIA-Fax-Affäre. Wie die Schweizer Regierung und ihre Militärjustiz die Wahrheit vertuschen und stattdessen Journalisten und unschuldige Bürger verfolgen und vor Gericht zerren (61-78); Boris Reitschuster: Voll von Propaganda. In Russlands Demokratie regieren Machtinteressen die Medien (79-110); Horst Avenarius: Meinungsfreiheit für PR (111-118); Gabriele Goderbauer-Marchner: Die Gedanken sind frei. Die Geschichte prägt die Gegenwart, sie prägt die Zukunft - sie ist allgegenwärtig (119-144).

[394-L] Schröder, Rainer:

Globalisierung des Internetrechts, in: Rechtstheorie : Zeitschrift für Logik und Juristische Methodenlehre, Rechtsinformatik, Kommunikationsforschung, Normen- und Handlungstheorie, Soziologie und Philosophie des Rechts, Bd. 39/2009, H. 2/3, S. 231-253
(dx.doi.org/10.3790/rth.39.2-3.231)

INHALT: Ausgangspunkt des Beitrags ist die allgemeine Theorie sozialer Systeme in der "klassischen" Gestalt, die ihr Niklas Luhmann gegeben hat. Insofern verstehen sich die Überlegungen als Teil einer soziologischen Theorie des Rechts. Sie gehen davon aus, dass das Rechtssystem der modernen Gesellschaft, wie alle sozialen Systeme, ausschließlich aus Kommunikationen besteht, die aneinander anschließen. Die basalen Operationen, in denen sich das Recht der modernen Gesellschaft reproduziert, stellen damit in temporaler Hinsicht Ereignisse dar, die sofort wieder zerfallen, um von nachfolgenden Ereignissen gleicher Art abgelöst zu werden. Das Recht der modernen Gesellschaft bildet also ein historisches System, in dem jede Einzelkommunikation als Einzelkommunikation nur in dem mit ihrer Hilfe reproduzierten Gesamtzusammenhang beobachtet werden kann. Das Recht der modernen Gesellschaft stellt aus dieser makrosoziologischen Perspektive ein Funktionssystem des umgebenden Gesellschaftssystems dar, das, indem es sich mittels einer binären Codierung nach dem Schema Recht/ Unrecht von außerrechtlichen Kommunikationen abgrenzt, der Sicherung spezifischer sozialer Erwartungen dient. Der vorliegende Beitrag demonstriert die Leistungsfähigkeit dieses Ansatzes anhand von Fragen der Globalisierung des Internetrechts in folgenden Schritten: Der systemtheoretische Ansatz und Ausgangspunkt, sodann wird ein Blick auf die Rechtspraxis geworfen, und abschließend die Rechtsdogmatik und die Rechtsphilosophie des Internetrechts thematisiert. (ICA2)

[395-L] Zagouras, Georgios:

Pluralismus in Europa: zur Sicherung der Meinungsvielfalt durch die Europäische Gemeinschaft, Baden-Baden: Nomos Verl.-Ges. 2009, 96 S., ISBN: 978-3-8329-4103-1

INHALT: Die Diversität der Informationen ist in den meisten Mitgliedstaaten der Europäischen Union durch spezielle Regelungen zur Vielfaltsicherung geschützt. Diese beschränken sich allerdings regelmäßig auf die Verhinderung inländischer Meinungsmacht, während transnational vermitteltes Potenzial zur Einflussnahme auf die öffentliche Meinungsbildung nicht erfasst wird. Vor diesem Hintergrund geht die Untersuchung der Frage nach, ob und in welcher Weise sich die Europäische Gemeinschaft der Sicherung des Pluralismus in den Medien und damit der Verhinderung uniformer Berichterstattung widmen soll. Es wird gezeigt, dass Maßnahmen zur gemeinschaftsweiten Vielfaltsicherung kompetenzrechtlich nicht nur möglich, sondern medienpolitisch erforderlich sind. Der zunehmenden Konzentration von Meinungsmacht kann angesichts der internationalen Dimension der Materie und ihrer essenziellen Bedeutung für die Gesellschaftsform der Demokratie in der Informationsgesellschaft effizient nur durch gemeinschaftsweite Regulierung und Harmonisierung begegnet werden. (ICE2)

1.12 Werbung, Öffentlichkeitsarbeit, Unternehmenskommunikation

[396-L] Acker, Frank-Holger:

Werbung als postmoderne Sozialisationsinstanz, in: Christian Dietrich (Hrsg.) ; Maria Hofmann (Hrsg.) ; Elisabeth Pönisch (Hrsg.) ; Christian Schladitz (Hrsg.) ; Christoph Schubert (Hrsg.): *Perspektiven der Soziologie : Beiträge zum Ersten Studentischen Soziologiekongress*, Hamburg: Kovac, 2008, S. 149-163, ISBN: 978-3-8300-3841-2 (Standort: UuStB Köln(38)-36A836)

INHALT: Im Gegensatz zu den Kastensystemen der klassischen Sozialisation ist, so der Verfasser, die Kommunikation der postmodernen Instanzen immer einseitig und ermöglicht keine unmittelbare direkte Reaktion auf den Sender. Werbung musste, wie auch die restlichen postmodernen Sozialisationsinstanzen, einen Weg finden, die Botschaft, die sie sendet, möglichst allgemein zu kodieren, damit eine möglichst ausschöpfende Masse die Botschaft richtig deutet. Dies gelingt durch die Nutzung von Stereotypen, die mit den postmodernen Sozialisationsinstanzen eine enorme Bedeutung gewonnen haben. Es wird argumentiert, dass Konsum inzwischen zu einem Statussymbol geworden ist. Diese Tatsache bildete letztendlich die ausschlaggebende Grundlage dafür, dass Werbung zu einer postmodernen Sozialisationsinstanz werden konnte. Durch das Denken in Kategorien und Verinnerlichen von Stereotypen schreibt das Individuum Objekten weitere, den Kategorien entsprechende, latente Eigenschaften zu. Gleichzeitig übt diese Zuschreibung aber auch einen Handlungszwang auf den Einzelnen aus, der versucht, bestimmten Kategorisierungen gerecht zu werden oder durch den Konsum seine Zugehörigkeit zu Gruppen zu verdeutlichen und zu verstärken. Statussymbole sind die wichtigsten Bedeutungsträger für die Zugehörigkeit zu Gruppen geworden und Werbung teilt uns durch das Nutzen von Stereotypen mit, was wir konsumieren müssen, damit wir dieser oder jener Gruppe angehören und dadurch einen Bezugsrahmen für unser Verhalten und unser Alltagswissen erlangen. Gleichzeitig dringt Werbung in das Rollensystem der Gesellschaft ein und löst bisherige Lehrer-Schüler-Systeme, wie sie für das Erlernen von Rollen nötig waren, ab und ermöglicht eine Sozialisation über die Distanz. Es ist somit an den Entwick-

lungen der letzten Jahre zu erkennen, dass bisherige Sozialisationsinstanzen zwar nicht abgelöst wurden, aber ihren monopolistischen Status eingebüßt haben. Postmoderne Sozialisationsinstanzen bildeten sich heraus, um den Anforderungen unserer Zeit gerecht zu werden und den gesellschaftlichen Sozialisationsprozess, der essentiell für die Erhaltung des menschlichen Seins ist, weiter aufrecht zu erhalten. (ICF2)

[397-F] Amschler, Harald (Bearbeitung); Gürtler, Lukas (Leitung):

MACH Radar

INHALT: MACH Radar vereinigt zwei erfolgreiche Markt- und Medienforschungstraditionen - die MACH-Welt der WEMF und die MarketRadar-Welt von DemoScope. MACH Radar ist eine Single-Source Studie mit direkter Verknüpfung von Titelreichweiten, Soziodemografie, Konsumdate und Radar-Psychographie. Im Datenbestand des MACH Radars 2008-2 sind enthalten: ca. 12 Titelreichweiten (LpA) und soziodemografische Daten aus der MACH Basic 2008-2, nahezu alle Konsum- und Einstellungsdaten aus der MACH Consumer 2008-2 sowie die vollständige Radar-Psychografie und deren Visualisierungen. MACH Radar ist konzipiert als ein Analyse- und Strategietool für Marketing-, Media- und Verlagsfachleute, in dem sich soziodemografische, psychografische (Werthaltungen), Konsum- und Leserschaftsdaten miteinander verbinden lassen. Die Nutzer erhalten so Informationen über die Positionierung von Produkten, Marken, Dienstleistungen, Einkaufskanälen und Printmedien. *ZEITRAUM:* periodisch (halbjährlich/ erste Publikation: November 2007) *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Schweiz und Liechtenstein

METHODE: Die Studie MACH Radar baut methodisch auf den Studien MACH Basic und MACH Consumer auf. Der Psychografie-Test vom Marktforschungsinstitut DemoSCOPE, der zur Berechnung des Psychografischen Raums der Schweiz dient, wird im Rahmen der CATI-Interviews für die MACH Basic erhoben. Die soziodemografischen, geografischen, Medien- und Konsuminformationen werden aus der MACH Consumer übernommen. Vereinfacht dargestellt, handelt es sich beim MACH Radar in Bezug auf die Zielgruppenangaben um eine MACH Consumer, die um die Radar-Psychografie von DemoSCOPE ergänzt ist. Im Vergleich zur parallel publizierten MACH Consumer ist die Liste der teilnehmenden Titel etwas verkürzt. Die Methodik von MACH Basic und MACH Consumer ist in den jeweiligen Forschungsbeschreibungen in der FORS-Datenbank ausführlich dokumentiert. Grundgesamtheit: Wohnbevölkerung der Schweiz und des Fürstentums Liechtenstein ab 14 Jahren in Privathaushalten (mit eigenem eingetragenen Telefonfestnetzanschluss) sprachlich ausreichend an die Amtssprache(n) des Wohnbezirks assimiliert (im Sprachgrenzgebiet Wahlmöglichkeit zwischen Hauptsprache und erster Minderheitssprache); Grundgesamtheit Total CH und FL: 5 901 000 Personen (100.0%)(Hochrechnung). Deutsche Sprachgruppe: 4 251 000 Personen (72.0%); Französische Sprachgruppe: 1 377 000 Personen (23.3%); Italienische Sprachgruppe: 273 000 Personen (4.6%). Stichprobe: Stichprobenbildung MACH Basic: Zweistufige Zufallsauswahl mit Quotakontrolle: 1. Stufe: zufällige Auswahl der Telefonnummern von Privathaushalten aus dem elektronischen Telefonbuch, proportional zur Anzahl Zielpersonen pro Gemeinde. 2. Stufe: pro Haushalt zufällige Auswahl einer oder mehrerer Zielpersonen gemäß der Haushaltsgröße. Nicht erreichte Personen oder Verweigerer werden innerhalb desselben Postleitzahlgebietes durch Personen derselben Altersgruppe und desselben Geschlechts ersetzt. Stichprobenbildung MACH Consumer: Die MACH Consumer-Stichprobe ist eine Teilstichprobe der MACH Basic-Stichprobe. Am Ende des MACH Interviews werden die Personen gefragt, ob sie bereit wären, den Consumer-Fragebogen auszufüllen. Anpassung der

Stichprobe und der Mediendaten der MACH Consumer an die MACH Basic. Stichproben-
grösse: MACH Basic 2008-2: Die Stichprobe umfasst insgesamt 23'530 Interviews (gewich-
tet). Verteilt auf die Sprachgruppen: Deutsch: 16'951 Interviews; Französisch: 5'489 Inter-
views; Italienisch: 1'089 Interviews. MACH Consumer 2008-2: Die Stichprobe umfasst ins-
gesamt 11'236 Interviews (gewichtet). Verteilt auf die Sprachgruppen: Deutsch: 8'105 Inter-
views; Französisch: 2'612 Interviews; Italienisch: 519. Untersuchungsdesign: Studie wird
halbjährlich durchgeführt. Durchführung der Feldarbeit: Durch Befragungsinstitute Demosco-
pe, Link und Erasm. Feldkontrolle durch Supervising im Institut und eigenen Feldkontrolleur.
DATENGEWINNUNG: Standardisierte Befragung, telefonisch. Feldarbeit durch ein kommer-
zielles Umfrageinstitut.

VERÖFFENTLICHUNGEN: Halbjährliche Publikation der Ergebnisse: Berichtsband zu bezie-
hen bei WEMF AG für Werbemedienforschung, Bachmattstrasse 53, 8048 Zürich. Möglich-
keit zur Online-Auswertung unter: www.wemf.ch.

ART: *BEGINN*: 2007-01 *AUFTRAGGEBER:* Teilnehmende Verlage *FINANZIERER:* Auftragge-
ber

INSTITUTION: WEMF AG für Werbemedienforschung (Bachmattstr. 53, 8048 Zürich,
Schweiz)

KONTAKT: Institution (e-mail: wemf@wemf.ch)

[398-F] Blum, Rolf; Wild, Peter; Bracher, Nadine; Pozzi, Pamela (Bearbeitung); Gürtler, Lukas
(Leitung):

**MA Strategy: Markt und Medienstudie zu den Themen Internet, E-Commerce und Tele-
kommunikation. Intermedia-Studie Schweiz**

INHALT: Die MA Strategy liefert vergleichbare Daten zu den Mediengattungen Print, Kino, TV,
Radio und Internet. Dies ermöglicht den intermediären Vergleich. Gemeinsame Messeinheit
für alle Mediengattungen ist der "Engere Nutzerkreis" (ENK), der diejenigen Personen um-
fasst, die ein Medium in einer festgelegten Häufigkeit nutzen. Die Verknüpfung der MA Stra-
tegy mit der MACH Consumer erlaubt die Beschreibung der Zielgruppen nach kauf- und kon-
sumentscheidenden Merkmalen. (Zwischen)ergebnisse: Quantifizierung und Beschreibung
des "Engeren Nutzerkreises" der verschiedenen Mediengattungen Print, Radio, TV, Kino und
Internet in der Schweiz und Liechtenstein. **ZEITRAUM:** ab 1999 **GEOGRAPHISCHER
RAUM:** Schweiz, Liechtenstein

METHODE: Standardisierte Befragung, telefonisch (CATI-Interviews). Erhebungseinheiten:
Grundgesamtheit: 5,846 Mio. Personen in der Schweiz und im Fürstentum Liechtenstein, da-
von: 4,217 Mio. Personen in der deutschen Sprachgruppe, 1,359 Mio. Personen in der fran-
zösischen Sprachgruppe, 0,270 Mio. in der italienischen Sprachgruppe; Grundgesamtheit ist wie
folgt definiert: Personen ab 14 Jahren, die ausreichend Kenntnisse der im Bezirk gesproche-
nen Amtssprache(n) besitzen und in einem Privathaushalt mit (Festnetz-)Telefonanschluss
wohnen. Auswahlverfahren: Stichprobenbildung MACH Basic: zweistufige Zufallsauswahl
mit Quotakontrolle: 1. Stufe: zufällige Auswahl der Telefonnummern von Privathaushalten
aus dem elektronischen Telefonbuch, proportional zur Anzahl Zielpersonen pro Gemeinde; 2.
Stufe: pro Haushalt zufällige Auswahl einer oder mehrerer Zielpersonen gemäß der Haus-
haltsgröße; nicht erreichte Personen oder Verweigerer werden innerhalb desselben Postleit-
zahlgebietes durch Personen derselben Altersgruppe und desselben Geschlechts ersetzt. Stich-
probenbildung MACH Consumer: Die MACH Consumer-Stichprobe ist eine Teilstichprobe
der MACH Basic-Stichprobe; am Ende des MACH Interviews werden die Personen gefragt,

ob sie bereit wären, den Consumer-Fragebogen auszufüllen; Anpassung der Stichprobe und der Mediendaten der MACH Consumer an die MACH Basic. Stichprobengröße: MACH Basic 2007: Stichprobe umfasst insgesamt 23.960 Interviews (gewichtet); verteilt auf die Sprachgruppen: Deutsch: 17.283 Interviews, Französisch: 5.569 Interviews, Italienisch: 1.107 Interviews. MACH Consumer 2007: Stichprobe umfasst insgesamt 11.236 Interviews (gewichtet); verteilt auf die Sprachgruppen: Deutsch: 8.105 Interviews, Französisch: 2.612 Interviews, Italienisch: 519. Untersuchungsdesign: Studie wird jährlich durchgeführt. Durchführung der Feldarbeit: Durch Befragungsinstitute Demoscope, Link und Erasm; Feldkontrolle durch Supervising im Institut und eigenen Feldkontrolleur. *DATENGEWINNUNG*: Standardisierte Befragung, telefonisch (CATI-Interviews). Feldarbeit durch ein kommerzielles Umfrageinstitut (Demoscope, Link und Erasm).

VERÖFFENTLICHUNGEN: Jährliche Publikation der Ergebnisse: CD-Rom (zu beziehen bei WEMF AG für Werbemedienforschung Zürich).

ART: *BEGINN*: 1998-01 *AUFTRAGGEBER*: teilnehmende Verlage *FINANZIERER*: Auftraggeber

INSTITUTION: WEMF AG für Werbemedienforschung (Bachmattstr. 53, 8048 Zürich, Schweiz)

KONTAKT: Institution (e-mail: wemf@wemf.ch)

[399-F] Derra, Julia, M.A.; Eck, Cornelia, M.A. (Bearbeitung); Jäckel, Michael, Prof.Dr. (Leitung):

"Männlich" und "Weiblich" im Spiegel der Werbung

INHALT: Forschungsfragen: 1. Welche Geschlechterbilder werden heute von der Werbung präsentiert und welche Mittel kommen dabei zum Einsatz? Schwerpunkt auf dem Vergleich der Generationen 14-19 und 40-49. 2. Wie beurteilen unterschiedliche Generationen die aktuellen werblichen Geschlechterdarstellungen? Entspricht das werbliche Schönheitsideal den gesellschaftlichen Attraktivitätsvorstellungen? Ergebnisse: tendenzieller Aufbruch traditioneller Darstellungsformen in der Jugendgeneration, kontroverse Aufnahme der unterschiedlichen werblichen Inszenierungsarten bei den Rezipienten. *ZEITRAUM*: 2004-2006 (Inhaltsanalyse), 2007 (Befragung) *GEOGRAPHISCHER RAUM*: Bundesrepublik Deutschland

METHODE: Untersuchungsdesign: Querschnitt *DATENGEWINNUNG*: Inhaltsanalyse, standardisiert (Stichprobe: 1.406 -Werbeanzeigen-; 99 deutsche Publikumszeitschriften aus den Jahren 2004-2006 -11 Zeitschriftentitel à 3 Ausgaben pro Jahrgang-; Auswahlverfahren: Zufall). Standardisierte Befragung, schriftlich (Stichprobe: 268; 138 SchülerInnen, 130 Eltern). Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts.

VERÖFFENTLICHUNGEN: Jäckel, M.; Derra, J.; Eck, C.: SchönheitsAnsichten - Geschlechterbilder in Werbeanzeigen und ihre Bewertung. Baden-Baden: Nomos Verl.-Ges. 2009. ISBN 978-3-8329-4317-2.+++Dies.: Der Apfel fällt nicht weit vom Stamm? Die werbliche Darstellung von Jugend- und Elterngeneration im Vergleich. in: MedienPädagogik - Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung, 2008. Download unter: www.medienpaed.-com/2008/derra_eck_jaekel0812.pdf .

ART: *BEGINN*: 2006-07 *ENDE*: 2008-10 *AUFTRAGGEBER*: nein *FINANZIERER*: Nikolaus Koch Stiftung

INSTITUTION: Universität Trier, FB IV Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Mathematik, Informatik und Wirtschaftsinformatik, Fach Soziologie Teilfach Absatz, Markt, Konsum (Universitätsring 15, 54286 Trier)

KONTAKT: Bearbeiterinnen (Tel. 0651-2013-223, e-mail: julia.derra@uni-trier.de, eck@uni-trier.de)

[400-L] Drefke, Hauke:

Politiker als Marke?: Inszenierung durch Markenkommunikation - Potentiale und Grenzen, Saarbrücken: VDM Verl. Dr. Müller 2008, VII, 52, X S., ISBN: 978-3-8364-3937-4

INHALT: Gemeinsam mit anderen Marketingstrategien findet in jüngerer Zeit auch der Markenbegriff Eingang in die politische Kommunikation. Daher wird in der vorliegenden Arbeit überprüft, ob und unter welchen Umständen Politiker als Marke verstanden werden können. Im ersten Teil werden grundsätzliche Überlegungen zum Markenkonzepthin gestellt und ein Konzept vorgelegt, auf dem eine Politikermarke aufgebaut werden kann. Im zweiten Teil werden Bedingungen, Potenziale und Grenzen der Markenführung im politischen Umfeld beleuchtet und dass Markenkonzepthin auf politische Entscheider übertragen. Als Fazit ergibt sich die prinzipielle Übertragbarkeit des Markenbegriffshin auf Politiker, wobei im Vergleich zur klassischen Marke den Medien hier eine entscheidendere Rolle zukommt. Im dritten Teil wird die Inszenierung des Ex-Bundeskanzlers Gerhard Schröder auf Markenstrategien hin überprüft, um das theoretische Konzept an der Praxis zu messen. (ICE2)

[401-L] Dubbratz, Sabrina:

Die Social Marketing Kampagne "Du bist Deutschland": ein inhaltsanalytischer Vergleich überregionaler Tageszeitungen, Saarbrücken: VDM Verl. Dr. Müller 2007, III, 107 S., ISBN: 978-3-8364-5020-1

INHALT: "Das vorliegende Buch hat die Analyse der Wahrnehmung und Repräsentation der Social Marketing Kampagne 'Du bist Deutschland' in der deutschen Medienlandschaft zum Inhalt. Mittels der Methode der Inhaltsanalyse werden repräsentative Aussagen zum Thema 'Du bist Deutschland' in fünf ausgewählten überregionalen Tageszeitungen Deutschlands analysiert. Einleitend zum Gegenstand des Buches erfolgt eine Darstellung der Ideologie von Social Marketing Kampagnen. Neben einer Begriffbestimmung und dem Aufzeigen der Merkmale von Kampagnen im Rahmen des Social Marketings wird die Bedeutung der Medien als Grundlage solcher Strategien dargelegt. Nachfolgend steht die Social Marketing Kampagne 'Du bist Deutschland' im Mittelpunkt. Eingangs werden die Fakten der Medienkampagne sowie dessen Struktur vorgestellt. Darauf folgt die Darlegung der genutzten Medien, mit denen die Kampagne in der Öffentlichkeit präsentiert wurde. Das Kapitel endet mit einem Überblick zur Resonanz von 'Du bist Deutschland' - sowohl aus Sicht der Initiatoren als auch von Unternehmen, die nicht an der Aktion beteiligt waren, dem gemäß eine neutrale Positionierung einnehmen. Das Kapitel Untersuchungsdesign beschäftigt sich zunächst mit dem Gegenstand und dem Ziel der Inhaltsanalyse. Sie dient als Erhebungsinstrument für die Analyse der Wahrnehmung und Repräsentation der 'Du bist Deutschland'- Kampagne in den deutschen, überregionalen Tageszeitungen. Neben der Darlegung des Erkenntnisinteresses der Untersuchung sowie der Definition und Beschreibung der Auswahl- und Analyseeinheit wird das Codebuch und dessen Kategoriensystem vorgestellt. Die Auswertung der Qualität der vorliegenden Inhaltsanalyse erfolgt am Ende dieses Kapitels. Auf Grundlage der Kategorien des Codebuches werden darauffolgend die Ergebnisse der Inhaltsanalyse vorgestellt. Es erfolgt sowohl eine formale und inhaltliche Betrachtung der Ergebnisse als auch eine Auswertung der Aussa-

gen innerhalb des Untersuchungsmaterials. Auf Grundlage dieser Ergebnisse wird abschließend eine zusammenfassende Hypothesenprüfung, die sich auf das Erkenntnisinteresse der Untersuchung stützen, vorgenommen." (Textauszug)

[402-F] Fechner, Ronny, M.A.; et alii (Bearbeitung); Liebert, Tobias, Dr.rer.pol. (Leitung):

Mehrere Medienresonanzanalysen für einen globalen Chemie-Konzern

INHALT: 1. Ermittlung des quantitativen und qualitativen Erfolgs der Pressearbeit des Auftraggebers; 2. Analyse der Medienberichtserstattung über den Auftraggeber und für ihn relevante Themen. *ZEITRAUM:* 2007 und 1. Quartal 2008 *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Bundesrepublik Deutschland, weltweit (Medienberichtserstattung)

METHODE: Input-Output (Inhaltsanalyse der PR-Pressemitteilungen und der journalistischen Medienberichtserstattung); quantitative und qualitative Kategorien, Fokussierung der Medienleistung in bestimmten Key Performance Indicators (KPI's). Untersuchungsdesign: Trend, Zeitreihe -durch Vergleich der verschiedenen Quartale- *DATENGEWINNUNG:* Inhaltsanalyse, standardisiert (alle Pressemitteilungen des Auftraggebers, gesamte nachgewiesene Medienberichtserstattung weltweit, zusätzlich spezielle Betrachtung bestimmter definierter "PR-Projekte", zusätzlich methodischer Vergleich der Ergebnisse je nach Zeitungsausschnittdienst in Abhängigkeit von nachgewiesenen Clippings -Lieferung durch Auftraggeber bzw. kommerzielle Zeitungsausschnittdienste-; Auswahlverfahren: total). Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts.

VERÖFFENTLICHUNGEN: keine Angaben *ARBEITSPAPIERE:* Quartals-Medienresonanzanalyse für Bayer MaterialScience (BMS) in Leverkusen (laufende Berichterstattung drittes Quartal 2007 einschließlich Resonanz bis November 2007, jeweils Zwischen- und Endbericht). November/ Dezember 2007.+++Quartals-Medienresonanzanalyse für Bayer MaterialScience (BMS) in Leverkusen (laufende Berichterstattung viertes Quartal 2007 einschließlich Resonanz bis Februar 2008, jeweils Zwischen- und Endbericht. Januar bis März 2008.+++ Jahres-Medienresonanzanalyse für Bayer MaterialScience (BMS) in Leverkusen (Jahresbericht 2007). März bis Mai 2008.

ART: *BEGINN:* 2007-01 *ENDE:* 2008-04 *AUFTRAGGEBER:* Bayer MaterialScience AG, Abt. Corp. Policies, PR - Leverkusen *FINANZIERER:* Auftraggeber

INSTITUTION: Leipziger Initiative Studenten-Agentur GmbH -LISA- (Postfach 101761, 04016 Leipzig)

KONTAKT: Leiter (Tel. 0341-9735-733, e-mail: liebert@lisa-pr.de)

[403-F] Fleck, Mathes, M.A.; Kirchhoff, Lars, Dipl.-Ing.Inf. (Bearbeitung); Meckel, Miriam, Prof.Dr.phil.; Stanoevska-Slabeva, Katarina, Prof.Dr. (Leitung):

Corporate blogging

INHALT: Die Unternehmenskommunikation muss auf die Herausforderungen neuer Kommunikationsmöglichkeiten und -formen der Peer-to-Peer-Kommunikation durch die Veränderung ihrer Kommunikationsstrategien, -konzepte und -instrumente reagieren, um den neu entstehenden und höheren kommunikativen Risiken für Unternehmen zu begegnen. Fehler oder Mängel in der Leistung des Unternehmens auf Produkt- und Unternehmensebene können unmittelbar von jedem Interessierten aufgegriffen werden und über Weblogs zum Thema gemacht werden. Durch den hohen Vernetzungsgrad dieser Foren und die damit verbundene ex-

ponentielle Informationsdiffusion verbreitet sich Kritik in kürzester Zeit und wird in Folge der zunehmenden Vernetzung von Online- und Offline-Medien auch durch traditionelle Medien aufgegriffen. Reagieren Unternehmen auf diesen Prozess nicht ebenso schnell und mit adäquaten Mitteln, so können aus individuellen kritischen Anmerkungen zu einer Produkt- oder Unternehmensmarke weit reichende Gefährdungen für die Unternehmensreputation oder die Markenintegrität entstehen. Auf der anderen Seite macht die kommunikative Vernetzung der Teilnehmer die "Mundpropaganda" zu einem wichtigen Multiplikations- und Verstärkungsinstrument für das Agendasetting im Netz und ermöglicht neue Formen des Viralen Marketings. Kommunikationsplattformen der 'Netzwerkgesellschaft' sind vor allem Weblogs, welche ein eigenständiges Format in der neuen Kommunikationsmatrix der Netzwerkgesellschaft darstellen. Ihre Inhalte sind in chronologischer Form geordnet und in dialogorientierter Weise auf einer Website dargestellt. Die Teilnehmer (Blogger) schreiben in ihrem eigenen Kommunikationsstil über persönliche Einstellungen, Bewertungen und Erfahrungen. Blogs sind damit hochgradig subjektiv, können sich aber durch ihre quantitativen Wachstumspotentiale ebenso wie durch ihre neuen qualitativen Möglichkeiten transparenter, partizipativer und nicht-hierarchischer Kommunikation zu einer nachhaltigen kommunikativen (und ökonomischen) Einflussgröße entwickeln.

METHODE: Folgende Fragen stehen im Zentrum des Forschungsvorhabens: 1. Zum einen soll empirisch nachvollzogen und geprüft werden, wie und in welchen Netzwerken sich die Diffusionsprozesse von Informationen im Internet vollziehen. 2. Zum zweiten soll eine Analyse der Prozesse und Standards in der Unternehmenskommunikation Erkenntnisse darüber bringen, wie Unternehmen die neuen Kommunikationsformen - insbesondere Weblogs - in ihr Kommunikationsmanagement proaktiv (und reaktiv) integrieren. 3. Schließlich soll in einem dritten Untersuchungsansatz aus der Verbindung der ersten beiden Schritte abgeleitet werden, welche Reputationsrisiken sich aus den Verbreitungs- und Verarbeitungsprozessen kritischer Informationen im Internet für Unternehmen ergeben, wie diese Reputationsrisiken zu bewerten sind und wie sie durch Kommunikationsverantwortliche im Unternehmen selbst bewertet und durch neue Kommunikationskonzepte und -instrumente im Kommunikationsmanagement aufgegriffen werden. *DATENGEWINNUNG:* Internet Data Crawling.

VERÖFFENTLICHUNGEN: Fleck, Matthes; Kirchhoff, Lars: Folksonomy und Tags oder warum es im Web keine Regale gibt. in: Meckel, Miriam; Stanoevska-Slabeva, Katarina (eds.): Web 2.0: die nächste Generation Internet. Baden-Baden: Nomos 2008, pp. 189-200. ISBN 978-3-8329-3243-5.+++Fieseler, Christian; Fleck, Matthes; Stanoevska-Slabeva, Katarina: Corporate Blogs als Instrumente einer nachhaltigen Markenführung online. Kundendialog im Netz mit hohem Anspruch. in: Marketing Review St. Gallen. Die neue Thexis - Fachzeitschrift für Marketing, 2008, 4.+++Fieseler, Christian; Fleck, Matthes; Stanoevska-Slabeva, Katarina: An examination of the corporate social responsibility discourse in the blogosphere. Paper presented at the 13th International Conference on Corporate and Marketing Communications.+++Fleck, Matthes; Kirchhoff, Lars; Stanoevska-Slabeva, Katarina: Why do corporations favour special interest topics for their blog experiments? Paper presented at the 11th International Conference on Corporate Reputation, Brand, Identity and Competitiveness, Oslo, Norway, 2007, May 31st - Jun 3rd.+++Fleck, Matthes; Kirchhoff, Lars; Meckel, Miriam; Stanoevska-Slabeva, Katarina: Typologien von Blogs in der Unternehmenskommunikation. Paper präsentiert an der Jahrestagung der Schweizer Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaften, 30.-31. März 2007, St. Gallen, Switzerland.+++Fleck, Matthes; Kirchhoff, Lars; Meckel, Miriam; Stanoevska-Slabeva, Katarina: Einsatzmöglichkeiten von Blogs in der Unternehmenskommunikation. in: Bauer, Hans H.; Grosse-Seege, Dirk; Rösger, Jürgen (Hrsg.): Interactive Marketing im Web 2.0+. München: Vahlen

2007, S. 235-250.+++Fleck, Matthes; Kirchhoff, Lars, Meckel, Miriam; Stanoevska-Slabeva, Katarina: Applications of blogs in corporate communication. in: Studies in Communication Sciences, Vol. 7, 2007, No. 2, pp. 227-246.

ART: *BEGINN:* 2006-10 *ENDE:* 2008-03 *AUFTRAGGEBER:* keine Angabe *FINANZIERER:* Institution

INSTITUTION: Universität St. Gallen, Institut für Medien- und Kommunikationsmanagement - MCM- (Blumenbergplatz 9, 9000 St. Gallen, Schweiz)

[404-F] Friemel, Thomas, Dr.des. (Bearbeitung); Bonfadelli, Heinz, Prof.Dr. (Leitung):

Kommunikationskampagnen im Bereich Verkehrssicherheit. Theoretische Grundlagen, Evaluationsbefunde und Toolbox zur Optimierung der Kampagnenpraxis

INHALT: Ziele: die theoretischen Grundlagen von Kommunikationskampagnen, aber auch empirische Evaluationsbefunde insbesondere im Bereich der Verkehrssicherheit aufzuarbeiten, eine Toolbox als Arbeits- und Entscheidungshilfe für die involvierten Gremien und Organisation zu entwickeln und die genannten Produkte in einem Workshop den betroffenen Instanzen zu vermitteln und auf ihre Praxistauglichkeit zu überprüfen. Der Projektbericht und die Toolbox richten sich an ein heterogenes Publikum (Verwaltungskommission und Expertenrat des FVS), das neben der Expertise im Bereich "Verkehrssicherheit" teilweise nur über wenig Hintergrundwissen im Bereich "Kommunikationskampagnen" verfügt. Aus diesem Grund werden in einem ersten Teil relevante Grundlagen für erfolgreiche Kommunikationskampagnen zusammengefasst, und zwar auf folgender Basis: Heinz Bonfadelli, Thomas Friemel: Kommunikationskampagnen im Gesundheitsbereich. Grundlagen und Anwendungen. Konstanz: UVK Verl. 2006. Ergebnisse: Das konzipierte Prozessmodell für kooperative Kommunikationskampagnen berücksichtigt den Umstand, dass die unterschiedlichen Aktivitäten und Kompetenzbereiche wie Finanzierung und Ressourcen (A), Forschung (B), Kampagnenmanagement (C), Kreation (D) und Evaluation (E) bei größeren nationalen Kommunikationskampagnen nicht in einer einzigen Organisation integriert sein können. Dies führt zwar zu einem erhöhten Koordinations- und Kontrollaufwand zwischen den einzelnen Kompetenzbereichen, sollte im Idealfall - verstanden als Spezialisierung und Professionalisierung - aber sogar zu besseren Ergebnissen im Sinne von wirksamen Kampagnen führen. Das Prozessmodell für kooperative Kommunikationskampagnen stellt somit keinen nachteiligen Spezialfall dar. Im Gegenteil, bei einer personellen oder organisatorischen Überschneidung der fünf Kompetenzbereiche (A-E) sollten diese bestmöglich getrennt oder zumindest durch geeignete Kontrollmechanismen versehen werden. *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Schweiz

METHODE: Literaturrecherche; Experteninterviews

VERÖFFENTLICHUNGEN: Bonfadelli, H.; Friemel, T.: Planung und Durchführung von Verkehrssicherheitskampagnen. Forschungsbericht zuhanden des Fonds für Verkehrssicherheit Schweiz (FVS). Zürich: Univ., IPMZ 2008, 61 S. Download unter: www.fvs.ch/uploads/tx_userdownloads/pub_080229_FB_Toolbox_d.pdf.

ART: *BEGINN:* 2007-03 *ENDE:* 2007-08 *AUFTRAGGEBER:* Fonds für Verkehrssicherheit -FVS- *FINANZIERER:* Auftraggeber

INSTITUTION: Universität Zürich, Philosophische Fakultät, Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung -IPMZ- (Andreasstr. 15, 8050 Zürich, Schweiz)

[405-F] Friemel, Thomas, Dr.des. (Bearbeitung); Bonfadelli, Heinz, Prof.Dr. (Leitung):
Konzeption und Einsatz von Kommunikationskampagnen im Gesundheitsbereich

INHALT: Das Projekt befasst sich mit der Planung, Durchführung und Evaluation sowie der Beurteilung der Effektivität und Effizienz von öffentlichen Informations-, Kommunikations- und Präventionskampagnen im Gesundheitsbereich und der damit zusammenhängenden Kommunikationsaktivitäten, insbesondere unter Berücksichtigung der Bereiche Alkohol, Tabak, AIDS. Im Zentrum stehen massenmediale Kampagnen und nicht Präventionsprogramme überhaupt. Der Studie unterliegt daher schwerpunktmäßig eine kommunikationswissenschaftlichen Perspektive; sie ist ergebnisorientiert und praxisbezogen. Die Zielsetzung der Studie ist eine zweifache, d.h. sowohl grundlagentheoretischer als auch angewandter praxisorientierter Art: Zum einen wurden aufgrund einer systematischen Meta-Analyse der öffentlich zugänglichen wissenschaftlichen Literatur einerseits die aktuellen theoretischen Perspektiven im Kampagnenbereich aufgearbeitet, andererseits aber auch der empirische Forschungsstand aufgrund von vorliegenden empirischen Evaluationsstudien von öffentlichen Informations-, Kommunikations- und Präventionskampagnen im Gesundheitsbereich zusammengetragen, dokumentiert und systematisiert. Auf der Basis sowohl des theoretischen Wissens über die Grundlagen von massenmedial vermittelten Kampagnen als auch der empirischen Befunde aus der Evaluationsforschung zur Effektivität von Kampagnen wurde in einem zweiten Schritt ein Instrumentarium - die sog. "Tool Box" - erarbeitet, das die wirkungsorientierte Optimierung des Planungs- und Realisierungsprozesses und die Bewertung von Kampagnenkonzepten für die Entscheidungsfindung erlaubt. Dadurch soll die Planung von effektiven Kampagnen optimiert, und nicht zuletzt auch die Allokation von finanziellen Ressourcen - Effizienz von Kampagnen - verbessert werden. Dieses Instrumentarium versteht sich als praxisorientierte Handlungsanleitung auf wissenschaftlicher Basis für Organisationen im Gesundheitsbereich wie das Bundesamt für Gesundheit (BAG) in der Schweiz, welche öffentliche Informations-, Kommunikations- und Präventionskampagnen planen und realisieren. *ZEITRAUM:* 1990-2004 *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Schweiz

METHODE: Die im Forschungsbericht zusammengetragenen kommunikationswissenschaftlichen Erkenntnisse basieren einerseits auf einer umfangreichen Literaturrecherche ab 1990 von empirischen Evaluationen von Gesundheitskampagnen, speziell in den Bereichen AIDS, Tabak und Alkohol, und andererseits auf der Auswertung von zentralen Übersichtstexten und Synthesen zur Kampagnentheorie und Kampagnenforschung.

ART: *BEGINN:* 2004-08 *ENDE:* 2005-06 *AUFTRAGGEBER:* Bundesamt für Gesundheit -BAG- *FINANZIERER:* Auftraggeber

INSTITUTION: Universität, Philosophische Fakultät, Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung -IPMZ- (Andreasstr. 15, 8050 Zürich, Schweiz)

[406-L] Frisch, Nora:

Nationalismus im Sonderangebot: Coca-Cola-Werbung zwischen Lifestyle-Kreation und politischer Mythenbildung, in: Journal of Current Chinese Affairs, Vol. 38/2009, No. 2, S. 85-120 (<http://sub.uni-hamburg.de/giga/jcca/article/view/46/46>)

INHALT: Nationalismus im Sinne von Symbolen oder Handlungen, die das Vaterland glorifizieren, findet sich in vielen chinesischen Werbesendungen. Verschiedene Aspekte eines idealisierten Chinabildes werden als mythische Narration kommuniziert, ein Bild, das allen Chinesen eine Identität vermitteln soll. Obwohl sie in erster Linie den Präferenzen der Konsumenten

ten dienen, können diese emotional aufgeladenen Konstruktionen einer "Supernation" auch im ideologischen Sinne interpretiert werden. Vor dem Hintergrund des seit 1989 geführten öffentlichen Diskurses über Patriotismus ist diese Sinisierung der Werbung Ausdruck eines mehr oder minder subtilen Einflusses parteistaatlicher Propaganda. Bei der Analyse von Fernsehwerbung muss jedoch die ambivalente Position und der allgemeine Hintergrund der Werenden berücksichtigt werden. Auch wenn sie Trends ansprechen und ausnutzen, bleiben sie doch Teil der Gemeinschaft, die das Weltbild und die - teilweise ideologischen - Wertorientierungen geformt hat, die sich in der Werbung widerspiegeln. (ICEÜbers)

[407-F] Holenstein, Matthias (Leitung):

Risikokommunikation Bundesamt für Verkehr (BAV)

INHALT: Wie wird das BAV in seiner Risikokommunikation zu "Sicherheit im öffentlichen Verkehr" von den Medienschaffenden wahrgenommen und bewertet? Welche Erwartungen bestehen, ganz allgemein und in der alltäglichen Arbeit? Diesen Fragen ging die vorliegende Studie in acht Interviews mit Medienschaffenden im Sommer 2008 nach. Der Fokus der Studie lag dabei auf den Tätigkeiten des BAV im Bereich "Sicherheit im öffentlichen Verkehr". Ergebnisse: Außensicht der Medien auf das BAV; Medienarbeit in der heutigen Medienrealität; Vertrauen. *ZEITRAUM:* Sommer 2008 *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Schweiz

METHODE: keine Angaben *DATENGEWINNUNG:* Experteninterview, leitfadengestützt und halbstrukturiert (Medienschaffende). Inhaltsanalyse, qualitativ.

ART: *BEGINN:* 2008-05 *ENDE:* 2008-09 *AUFTRAGGEBER:* Bundesamt für Verkehr -BAV- *FINANZIERER:* Auftraggeber

INSTITUTION: Stiftung Risiko-Dialog (Zürcherstr. 12, 8400 Winterthur, Schweiz)

KONTAKT: Leiter (e-mail: matthias.holenstein@risiko-dialog.ch)

[408-L] Linssen, Ruth:

Polizei: Außendarstellung in Öffentlichkeit und Medien, Frankfurt am Main: Verl. für Polizeiwiss. 2009, 145 S., ISBN: 978-3-86676-073-8

INHALT: Inhaltsverzeichnis: Selbstverständnis und alltägliche Aufgabenwahrnehmung von Polizeibeamten - wie "wirkt" Handeln allgemein auf den Bürger? (10-24); Corporate identity und corporate design als Faktoren von Selbstbild und Fremdbild der Polizei in Deutschland (25-37); Bürger im Ehrenamt für die Innere Sicherheit - Der Freiwillige Polizeidienst in Hessen (38-50); ...und es geht doch. Wie durch bewusste erzeugte Sympathie und professionelle Kommunikation die Zusammenarbeit von Polizei und Medien gelingen kann (51-68); Der Kampf um Wahrnehmung: Bedingungen erfolgreicher Öffentlichkeitsarbeit von Präventionseinrichtungen (69-92); Kriminalitätsberichterstattung in den Medien: Wann dürfen Ross und Reiter genannt werden? (93-123); Das Medienprojekt "Toto & Harry" (124-134); Aufklärung am Sonntagabend: Der ARD Tatort (135-143).

[409-F] Lins-Sonderegger, Carine; Marrone, Mirco; Gaughhofer, Roland (Bearbeitung); Amschler, Harald; Bracher, Nadine (Leitung):

MA Leader - Media-Analyse Führungskräfte

INHALT: Die MA Leader ist die gemeinschaftliche Medienstudie, die das Mediennutzungs- und Konsumverhalten wie die betrieblichen Entscheidungskompetenzen der Führungskräfte in Wirtschaft und Verwaltung in der Deutsch- und in der Westschweiz untersucht. Im einzelnen finden sich Angaben über diese Zielgruppe für die Bereiche: die Leader im beruflichen Umfeld; Beschreibung der Firma, in der die Führungskräfte arbeiten; Beschreibung der Position, Entscheidungskompetenzen und Tätigkeiten der Führungskräfte; Bereich Geschäftsreisen; die Leader im privaten Umfeld; soziodemografische Angaben, Haushaltangaben, Besitz und Anschaffungsabsicht von Gütern des gehobenen persönlichen Bedarfs, Konsumenten- und Anlertypologie, persönliche Interessensgebiete, Freizeit- und gesellschaftliche Aktivitäten; die Leader und die Medien - a) Medien generell: Funktionen der versch. Mediengattungen, Perzeption der Werbung in den versch. Medien, b) Printmedien: Mediennutzung (weitester Leserkreis, Reichweite -LpA-), Kontaktqualitäten (Pick-ups, Lesedauer, Lesemenge, Leserblattbindung, Important Business Reading), c) Internet: Nutzung und Nutzungsfrequenz am Arbeitsplatz und daheim, Nutzung von Internet-Angeboten, E-Commerce, Websites (weitester Nutzerkreis -WNK-, Engerer Nutzerkreis -ENK-). *ZEITRAUM:* Durchführung und Veröffentlichung alle 2 Jahre; Leader 2007: basiert auf dem Befragungszeitraum 23.9.2006 - 26.11.2006 *GEOGRAPHISCHER RAUM:* deutsche und französische Schweiz

METHODE: Grundgesamtheiten: a) Leader - Führungskräfte mit folgenden Qualifikationen: Hauptwohnsitz in der deutsche oder französische Schweiz, Hauptwohnsitz in einem privaten Haushalt mit separatem Telefonanschluss, 20 Jahre und älter, sprachlich assimiliert, voll oder teilzeitlich erwerbstätig, persönliches Bruttoeinkommen pro Jahr mindestens Fr. 100.000, Entscheidungskompetenz in mind. einem Unternehmensbereich; Selbständige: Inhaber bzw. Mitinhaber einer Firma mit mindestens 4 Beschäftigten; Freiberufliche: Unternehmensführung als Allein- bzw. Mitgesellschafter und Abschluss einer höheren Ausbildung; Leitende Angestellte/ Leitende Beamte: leitende Funktion in Linie oder Stab. b) Top Leader - Führungskräfte mit folgenden zusätzlichen Qualifikationen: persönliches Bruttoeinkommen pro Jahr mindestens Fr. 140.000, Arbeitgeber(in) von mind. 1 Mitarbeiter(in); Leitende Angestellte/ Leitende Beamte: mindestens 1 unterstellter Mitarbeiter. Disproportionale Aufteilung der Stichprobe auf die deutsche und die französische Sprachgruppe. *DATENGEWINNUNG:* Zweiteilige telefonische Befragung anhand eines vollstrukturierten Fragebogens -CATI-System- unter Verwendung der im Anschluss an das erste Kontaktinterview per Post zugestellten Unterlagen -Listen- (Stichprobe -Leader 2007-: 3.108 Leader, 1.517 Top Leader; Auswahlverfahren: Selektion von potentiellen Leadern aus großen, für die erwachsene Wohnbevölkerung der Schweiz repräsentativen Zufallsstichproben, wie z.B. jener der MACH Basic). Screening-Interview (Überprüfung der selektionierten Personen in Bezug auf ihre tatsächliche Qualifikation als Leader). Feldarbeit: Link AG, Institut für Markt- und Sozialforschung in Luzern und Lausanne.

VERÖFFENTLICHUNGEN: Berichtsband und CD-Rom zu beziehen bei: WEMF AG für Werbemedienforschung, Zürich (online unter: www.wemf.ch/de/order/bestellung_studien_statistiken.php).

ART: *BEGINN:* 1998-01 *AUFTRAGGEBER:* Arbeitsgemeinschaft der teilnehmenden Titel *FINANZIERER:* Auftraggeber

INSTITUTION: WEMF AG für Werbemedienforschung (Bachmattstr. 53, 8048 Zürich, Schweiz)

KONTAKT: Institution (e-mail: wemf@wemf.ch)

[410-L] Noviani, Ratna:

Identity politics in Indonesian advertising: gender, ethnicity, race, class and nationality in TV advertisements during the New Order and the Post New Order Era, Bochum 2009, X, 228 S. (Graue Literatur; nbn-resolving.de/urn:nbn:de:hbz:294-24634)

INHALT: "Diese Arbeit konzentriert sich auf die indonesische Fernsehwerbungen, die während der Neuen Ordnung (1993-1998) und der Nach-Neuen Ordnung (1999-2005) produziert und ausgestrahlt wurde. Ziel der Arbeit ist es, die Tatsache zu untersuchen, dass es ein Wechselspiel gibt zwischen dem Werbetext und dem sozio-politischen Kontext, in dem der Text steht. Die genaue Untersuchung dieser Fernsehwerbungen hat dargelegt, dass die sozio-politische Transition in Indonesien einen Spalt geöffnet hat, in dem dominante und hegemoniale Diskurse in Bezug auf Geschlecht, Ethik/ Rasse, Klasse und Nationalität wiederholt, verhandelt und herausgefordert werden." (Autorenreferat)

[411-L] Ohr, Dieter:

Sprechende Bilder: die Werbemittel der Parteien und ihre Wahrnehmung, in: Manfred Güllner (Hrsg.) ; Hermann Dülmer (Hrsg.) ; Markus Klein (Hrsg.) ; Dieter Ohr (Hrsg.) ; Markus Quandt (Hrsg.) ; Ulrich Rosar (Hrsg.) ; Hans-Dieter Klingemann (Hrsg.): Die Bundestagswahl 2002 : eine Untersuchung im Zeichen hoher politischer Dynamik, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2005, S. 123-141

INHALT: Der Autor richtet seine Analyse auf zwei der wichtigsten direkten Werbemittel der politischen Parteien: auf Wahlplakate und auf TV-Spots. Er geht der Frage nach, inwiefern es den Parteien im Bundestagswahlkampf 2002 gelungen ist, ihre inhaltlichen Positionen und das von ihnen angestrebte Image mittels dieser beiden Werbemittel zu transportieren und welche kommunikative Wirkung sich damit erzielen ließ. Der Autor nimmt die ersten Stufen eines möglichen Wirkungsprozesses von Wahlplakate und TV-Spots in den Blick und untersucht in einem ersten Analyseschritt folgende Fragen: Welche Reichweite ließ sich mit einzelnen Wahlplakaten erzielen? Von wie vielen Bürgern wurde ein Fernsehspot gesehen? In welchem Maße hat ein Plakat oder ein TV-Spot den Wahlberechtigten gefallen? Gelang es den Parteien, mit Plakaten und Spots nicht nur bei den eigenen Anhängern, sondern auch bei den politisch Ungebundenen und vielleicht sogar bei den Anhängern anderer Parteien Anklang zu finden? In einem zweiten Schritt wird die Perspektive von einzelnen Werbemitteln zum gesamten Wahlkampf hin verallgemeinert und untersucht, wie gut die Wahlkampf-führung der einzelnen Parteien insgesamt bewertet wurde und inwieweit sich diese Bewertung in der Wahlentscheidung bei der Bundestagswahl 2002 niederschlug. Der Autor analysiert insgesamt sechs Wahlplakate und zwei TV-Spots, die im Rahmen des forsa.omninet den Befragten bildlich präsentiert wurden. (ICI2)

[412-F] Schade, Sigrid, Prof.Dr.; Bignens, Christoph; Junod, Barbara; Zimmermann, Yvonne (Bearbeitung); Janser, Andres (Leitung):

Geigy Design - eine Einzelfallstudie zu Grafik, Werbung und Corporate Design der J.R. Geigy AG 1950-1970

INHALT: Das Atelier der ehemaligen J.R. Geigy AG, die so genannte "Geigy-Propaganda", war ein exemplarisches Beispiel einer firmeninternen Werbeabteilung, deren Produkte durch ihre

Konsequenz, Eigenständigkeit und durch ihr hohes grafisches Niveau weltberühmt geworden sind. Diese Arbeiten hatten auch eine starke katalysatorische Wirkung für die internationale Verbreitung des Swiss Style in der Grafik nach dem zweiten Weltkrieg, namentlich in den USA. Und sie trugen zur weiteren Entwicklung des Konzeptes von Corporate Identity bei. Im Blickfeld ist der Zeitraum von ca. 1950 bis 1965. Das Forschungsprojekt wird in eine Ausstellung und eine Ausstellungspublikation des Museums für Gestaltung Zürich münden.

ZEITRAUM: 1950-1970 GEOGRAPHISCHER RAUM: Schweiz, USA, Großbritannien

ART: *BEGINN: 2006-03 ENDE: 2008-02 AUFTRAGGEBER:* nein *FINANZIERER:* Schweizerischer Nationalfonds zur Förderung der Wissenschaftlichen Forschung

INSTITUTION: Zürcher Fachhochschule Zürcher Hochschule der Künste -ZHdK-, Institute for Cultural Studies in the Arts -ICS- (Hafnerstr. 31, 8005 Zürich, Schweiz)

[413-F] Schreiber, Pia, Dipl.-Journ. (Bearbeitung); Dernbach, Beatrice, Prof.Dr. (Leitung):

Wissenschaft kommuniziert - Evaluation öffentlicher Aufmerksamkeitsstrategien

INHALT: Seit vielen Jahren gibt es eine steigende Zahl von Initiativen, Kampagnen und Projekten, um Wissenschaft publik und populär zu machen. Unter dem Motto: Public Understanding of Science and Humanities (PUSH) sind auf vielen Ebenen vielfältige Formen entwickelt worden, um wissenschaftliche Studien, Methoden und Ergebnisse an die Öffentlichkeit zu vermitteln: die Wissenschaftsjahre, "Stadt der Wissenschaft", Hands-on-Science-Projekte wie im Freizeitpark Rust, Kinder-Unis bzw. Kids Colleges usw. Aber nicht nur auf dieser Metaebene des Gesamtsystems Wissenschaft ist Kommunikation elementar, sondern auch auf der Ebene der wissenschaftlichen Einrichtungen und der Ebene des einzelnen Wissenschaftlers. Institutionen wie Hochschulen und Forschungseinrichtungen organisieren Tage der offenen Tür für Jung und Alt, nicht zuletzt um die staatlichen und damit aus Steuern finanzierten Investitionen zu rechtfertigen. Wissenschaftler publizieren oder treten vermehrt in populären Massenmedien auf, um sich und ihre Forschung darzustellen. Es gibt Wissenschaftspreise, die nicht nur die eigentliche wissenschaftliche Arbeit, sondern inzwischen auch deren öffentliche Darstellung belohnen. Die Ergebnisse dieser Studie sollen auf den Ebenen des Wissenschaftssystems, der wissenschaftlichen Einrichtungen und der einzelnen wissenschaftlichen Disziplinen bzw. deren Vertreter zeigen, welche Kommunikationsstrategien zur Generierung von öffentlicher Aufmerksamkeit entwickelt und welche Ergebnisse damit erzielt worden sind. Diese Analyse wird zudem die Stärken und Schwächen des Gesamtkatalogs an Maßnahmen bzw. einzelner Maßnahmen zeigen. Auf dieser Basis kann ein idealtypisches Modell für Wissenschaftskommunikation entwickelt werden, das - gemessen an Chancen und Risiken - umsetzbare Kommunikationsstrategien für das Gesamtsystem Wissenschaft und einzelne Institutionen aufzeigt. *ZEITRAUM: 2007-2009 GEOGRAPHISCHER RAUM: Bundesrepublik Deutschland*

METHODE: In dem Forschungsprojekt sollen diese Aufmerksamkeitsstrategien dargestellt und evaluiert werden. Es gilt zunächst, die vorhandenen Daten zu sammeln und auszuwerten. Ziel ist einerseits, eine Übersicht über einen Großteil der Projekte zu gewinnen, und andererseits die Initiativen zu typologisieren, auf der Basis der Kriterien Zielgruppe, erreichtes Publikum, Botschaften, Instrumente u.ä. Auf der Metaebene der wissenschaftlichen Institutionen (wie Hochschulen und Forschungseinrichtungen) soll zunächst gezeigt werden, ob und wie sich die Öffentlichkeitsarbeit verändert hat. So ist anzunehmen, dass sich v.a. die Außendarstellung über eigene Maßnahmen (z.B. Kids College, Tag der offenen Tür etc.) sowie über die Berichterstattung in Medien (interne wie externe) professionalisiert hat. Eine Inhaltsanalyse

populärer Leitmedien soll herausarbeiten, dass einzelne Wissenschaftler sich selbst und ihre Wissenschaft über die internen Medien der Scientific Community hinaus öffentlich darstellen. Durch Befragungen sollen diese inhaltsanalytischen Ergebnisse differenziert betrachtet werden.

ART: *BEGINN:* 2008-06 *ENDE:* 2011-05 *AUFTRAGGEBER:* nein *FINANZIERER:* FuE-Projekt der HS Bremen

INSTITUTION: Hochschule Bremen, Fak. Gesellschaftswissenschaften (Neustadtswall 30, 28199 Bremen)

KONTAKT: Leiterin (Tel. 0421-5905-3187, e-mail: beatrice.dernbach@hs-bremen.de)

[414-F] Ullrich, Sebastian, Dipl.-Kfm. (Bearbeitung); Esch, Franz-Rudolf, Univ.-Prof.Dr. (Betreuung):

Markenbindung durch personalisierte Internetauftritte

INHALT: Personalisierte Internetauftritte erfreuen sich in der Praxis auf Unternehmenseite an immer größerer Beliebtheit. Auf der anderen Seite zeigen sich Konsumenten zunächst skeptisch und lehnen häufig eine Personalisierung ab. Mögliche Ursache dafür können z.B. die negative Berichterstattung in den Medien, die Wahrnehmung eines erhöhten Risikos im Internet, die Angst vor dem Verlust der Privatsphäre oder die Unsicherheit, was Personalisierung eigentlich bedeutet, sein. Es ist jedoch festzustellen, dass gerade die Marken, die mit personalisierten Internetauftritten arbeiten, besonders erfolgreich und beliebt bei den Konsumenten sind. Beispiele sind hier Amazon und Google mit ihren personalisierten Kontext-Anzeigen. In dieser Arbeit soll festgestellt werden, unter welchen Bedingungen der Einsatz von personalisierten Internetauftritten zweckmäßig ist.

METHODE: Bei der Untersuchung der Wirkungszusammenhänge sollen sowohl emotionale als auch kognitive Prozesse betrachtet werden. Untersuchungsdesign: Trend, Zeitreihe; Querschnitt *DATENGEWINNUNG:* Experiment (Stichprobe: 540; Studenten; Auswahlverfahren: Zufall). Qualitatives Interview (Stichprobe: 30; Studenten; Auswahlverfahren: Zufall). Standardisierte Befragung, schriftlich (Stichprobe: 2x30; Studenten; Auswahlverfahren: Zufall). Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts.

ART: *BEGINN:* 2003-07 *ENDE:* 2009-01 *AUFTRAGGEBER:* nein *FINANZIERER:* Wissenschaftler

INSTITUTION: Universität Gießen, FB 02 Wirtschaftswissenschaften, Professur für Marketing (Licher Str. 66, 35394 Gießen)

KONTAKT: Bearbeiter (e-mail: sebastian.ullrich@wirtschaft.uni-giessen.de)

[415-F] Wiesel, Jochen H., Dipl.-Kfm. (Bearbeitung); Freter, Hermann, Univ.-Prof.Dr. (Betreuung):

Einsatz interaktiver Medien im Rahmen der Neuproduktentwicklung und -einführung

INHALT: Im Rahmen der Neuproduktentwicklung lassen sich interaktive Medien insbesondere zur Erlangung von Informationen über Kundenwünsche einsetzen. Dies wirft jedoch eine Reihe von Problemen und Fragen auf, z.B.: a) Akzeptanz der Multimedia-Applikationen durch die Probanden, b) Einflüsse der virtuellen Umgebung auf die Wahrnehmung des Testproduktes durch die Probanden sowie c) Qualität/ Validität der multimedia-gestützten Verfahren im Vergleich zu bisherigen Methoden. Eine grundlegende Frage im Rahmen der Neuproduktein-

führung ist, inwieweit der Einsatz interaktiver Medien die Wahrnehmung des vorgestellten Produktes durch die Konsumenten und damit den Adoptionsprozess (individuelle Ebene) beeinflusst. Auf aggregierter Ebene ist zu prüfen, inwieweit der Einsatz interaktiver Medien den Diffusionsprozess beschleunigen kann, d.h. inwieweit der Einsatz neuer Medien die Ansprache bzw. Aktivierung der Innovatoren, Frühadopter sowie Meinungsführer effizienter gestalten kann.

METHODE: Die zugrundeliegende theoretische Sichtweise basiert auf Theorien der Neuen Institutionenökonomik, insbesondere auf der Informationsökonomie und der Transaktionskostentheorie. Die Fragestellungen hinsichtlich der Neuproduktentwicklung werden eher praxisorientiert bearbeitet. Zur Bearbeitung der Fragestellungen zur Neuprodukteinführung wird auf Erkenntnisse der Adoptions- und Diffusionsforschung sowie auf Theorien zum sozialen Einfluss im Medienvergleich zurückgegriffen.

VERÖFFENTLICHUNGEN: keine Angaben **ARBEITSPAPIERE:** Freter, Hermann; Gaiser, Jens; Kothen, Wolfgang; Sänger, Henrike; Weiche, Gregor; Wiesel, Jochen H.: Theorie virtueller Gemeinschaften - ein dynamisch-transaktionaler Ansatz. Siegen 2000.

ART: *BEGINN:* 1997-01 *ENDE:* 2009-12 *AUFTRAGGEBER:* nein *FINANZIERER:* keine Angabe

INSTITUTION: Universität Siegen, FB 05 Wirtschaftswissenschaften, Wirtschaftsinformatik und Wirtschaftsrecht, Fach BWL Lehrstuhl für Marketing (57068 Siegen)

KONTAKT: Institution (Tel. 0271-740-4380, Fax: 0271-740-2724, e-mail: info@marketing.uni-siegen.de)

1.13 Medienpädagogik, Medienarbeit

[416-F] Brüggem, Niels, M.A. (Bearbeitung); Theunert, Helga, Prof.Dr. (Leitung):

Wissenschaftliche Begleitung und Evaluation des Jugendportals "www.netzcheckers.de"

INHALT: Zum Evaluationsgegenstand: Das 2004 gestartete Jugendportal www.netzcheckers.de erfährt in einer neuen Projektphase einen kompletten konzeptionellen und technischen Umbau. Das bisher zentrale Jugendportal wird zu einem Netzwerk lokaler und thematischer Jugendinformation, das in einem Contentsharing-Verbund (www.netzcheckers.net) Inhalte transportiert. Im Mittelpunkt stehen die Partizipation der NutzerInnen an der Gestaltung der Inhalte und die Kommunikation der NutzerInnen in begleiteten Online-Räumen. Netzcheckers versteht sich als Werkzeug für die Jugendarbeit und bietet Zugänge zur Stärkung von Medienkompetenz Jugendlicher und JugendarbeiterInnen. In der neuen Projektphase wird das Projekt vom JFF wissenschaftlich begleitet und evaluiert. Schwerpunkte der wissenschaftlichen Begleitung ist die Beratung bei dem Relaunch des Jugendportals mit Blick auf die Ziel- und Zielgruppenangemessenheit, die Evaluation des sich im Aufbau befindlichen Partnerportal-Netzwerkes und der im Netzwerk stattfindenden pädagogischen Aktivitäten sowie die Begleitung von zwei thematischen Kampagnen. Hier wird das JFF beratend bei der Konzeption der Kampagnen Hinweise für die zielgruppenadäquate Gestaltung geben. Die Umsetzung der Kampagnen wird vom JFF evaluativ begleitet.

METHODE: Grundlage der wissenschaftlichen Begleitung und Evaluation ist ein offenes und responsives Evaluationsvorgehen, bei dem vorwiegend qualitative Methoden zum Einsatz kommen. **DATENGEWINNUNG:** Aktenanalyse, offen; Beobachtung, teilnehmend; Gruppendis-

kussion; Qualitatives Interview; Standardisierte Befragung, online. Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts.

ART: *BEGINN: 2006-12 ENDE: 2011-06 AUFTRAGGEBER:* Fachstelle für Internationale Jugendarbeit der Bundesrepublik Deutschland e.V. -IJAB- *FINANZIERER:* Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend

INSTITUTION: JFF - Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis (Pfälzer-Wald-Str. 64, 81539 München)

KONTAKT: Bearbeiter (Tel. 089-68989-146, e-mail: niels.brueggen@jff.de)

[417-L] Eble, Karin; Schumacher, Irene (Hrsg.):

Netzwerke in der Bildung: Multiline das Netzwerk für Bildung, Chancengleichheit und Medienkompetenz, München: KoPaed 2008, 263 S., ISBN: 978-3-86736-042-5

INHALT: Inhaltsverzeichnis: Karin Eble, Margitta Freund, Irene Schumacher: Netzwerken gehört die Zukunft (8-11); Karin Eble: Das virtuelle Netzwerk Multiline: Chancen für eine neue Bildungsarbeit (12-35); Bettina Duval: Exzellenz durch Vielfalt - Die virtuelle Community als Bildungsraum (36-52); Claudia Fahrenwald: Lernen in sozialen Netzwerken (53-69); Angela Tillmann: Informelle Lernprozesse im Internet: Chancen und Grenzen eines virtuellen Bildungsangebotes (70-101); Julia Willmann, Evelyn Schmidt: X-pressive - Schreiben und Fotografie (104-114); Julia Willmann: Klappe 150: Nichts ist aus nichts entstanden - ein Dokumentarfilmprojekt (115-122); Irene Schumacher: Virtuelle Vernetzungsinstrumente (130-136); Gudrun Haas: Forum - Herzstück der Multilineplattform (137-138); Verena Platte: Chat - Plaudern über brisante Themen (139-141); Weblog - Onlinetagebücher im Netz (142-145); Frisbee - Von Pädagogin zu Pädagogin (146-207); Wolfgang Tischer: Erfolgreich im Web: Zugriffsauswertungen und Suchmaschinenoptimierung für das Portal Multiline (216-153); Gabriele Winker: Zur Sichtbarkeit geschlechterreflektierender Medienarbeit im Internet (160-176); Friederike Tilemann, Tobias Tilemann: Personenbezogene Netzwerke (180-194); Melanie Groß: Stichwort: Queer Theory (200-203); Astrid Suerkemper: Netzwerke als Innovationsschmieden Streetdance (206-225); Margitta Freund: Globale Vernetzung - Hallo - Ni hao: Interkulturelles Lernen und Medienkompetenz (228-247); Irene Schumacher: Spiele programmieren Gamebau (248-250); Michael Lange: Erkundung virtueller Welten Multiline in Second Life (251-253); Daniela Reimann Die 3D-Internet-Gemeinschaft Second Life in der medienpädagogischen Bildungsarbeit (254-257).

[418-F] Gimmler, Roland, Dr. (Bearbeitung); Six, Ulrike, Prof.Dr. (Leitung):

Medienerziehung im Kindergarten - Entwicklung der medienbezogenen Problemwahrnehmungen und -bewältigungsstrategien von Erzieherinnen und Erziehern

INHALT: Zentrale Ziele: (1) Analyse des in NRW vorliegenden Status Quo der (a) medienpädagogischen Ausbildung von Erzieherinnen und (b) der Medienerziehung im Kindergarten, einschließlich der Voraussetzungen und Bedingungen aufseiten der Einrichtungen und beteiligten Personen. (2) Vergleich des Status Quo mit der vor knapp zehn Jahren von uns ermittelten Sachlage. Fragestellungen: Inwieweit und wie haben sich curriculare Vorgaben, institutionelle Rahmenbedingungen und Inhalte der Erzieherinnenausbildung gegenüber 1997 verändert? Haben sich die medienpädagogische Praxis im Kindergarten und die hierfür grund-

genden Kenntnisse, Einstellungen und Problemwahrnehmungen der Erzieherinnen bezüglich Medien, kindlicher Mediennutzung und Medienerziehung im Vergleich zu 1997 verändert? Und ist Medienerziehung in den nordrhein-westfälischen Kindergärten inzwischen zum Standard geworden? Um dabei auch die Auswirkungen der seither umgesetzten medienpädagogischen Initiativen in NRW berücksichtigen zu können, galt es ebenfalls zu klären, inwieweit Fortbildungsmaßnahmen von den Zielgruppen zur Kenntnis genommen und tatsächlich auch genutzt wurden bzw. werden und welche Informations- und Praxismaterialien überhaupt rezipiert und in welchem Umfang in der Praxis verwendet werden. *GEOGRAPHISCHER RAUM*: Nordrhein-Westfalen

METHODE: Theoretischer Ansatz: Medienkompetenz und medienpädagogische Kompetenz; methodischer Ansatz: Erhebung durch verschiedene Teilstudien: schriftliche und mündliche, qualitative und quantitative Befragungen, Dokumentanalysen. Untersuchungsdesign: Trend, Zeitreihe; Querschnitt *DATENGEWINNUNG*: Dokumentenanalyse, offen (Stichprobe: 2; Lehrpläne der Erzieherinnen-Ausbildung in NRW von 1996 und 2004; Auswahlverfahren: total). Teilstandardisierte Befragung, telefonisch (Stichprobe: 101 -geplant-, 43 -realisiert-; Lehrkräfte an Institutionen der Erzieherinnenausbildung, die einen staatlich anerkannten Abschluss anbieten; Auswahlverfahren: total. Stichprobe: 10; Erzieherinnen, die bereits 1997 an der Untersuchung teilnahmen; Auswahlverfahren: Zufall). Themenzentriertes persönliches Interview, teilstandardisiert (Stichprobe: 45; Erzieherinnen an Kindergärten in NRW; Auswahlverfahren: Zufall). Standardisierte Befragung, telefonisch (Stichprobe: 550; Erzieherinnen an Kindergärten in NRW; Auswahlverfahren: repräsentativ). Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts; Feldarbeit durch ein kommerzielles Umfrageinstitut.

VERÖFFENTLICHUNGEN: Six, Ulrike; Gimmler, Roland: Die Förderung von Medienkompetenz im Kindergarten. Eine empirische Studie zu Bedingungen und Handlungsformen der Medienerziehung. Schriftenreihe Medienforschung, Bd. 57. Berlin: Vistas 2007. ISBN 978-3-89158-459-0. Eine Kurzzusammenfassung der Studie ist unter www.lfm-nrw.de/downloads/medienkom-kiga-zusamm.pdf abrufbar. 6 S.

ART: *BEGINN*: 2005-11 *ENDE*: 2006-10 *AUFTRAGGEBER*: Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen -LfM- *FINANZIERER*: Auftraggeber

INSTITUTION: Universität Koblenz-Landau Campus Landau, FB 08 Psychologie, IKMS - Institut für Kommunikationspsychologie, Medienpädagogik und Sprechwissenschaft, Abt. Kommunikationspsychologie, Medienpädagogik -IKM- (Xylanderstr. 1, 76829 Landau)

KONTAKT: Leiterin (Tel. 06341-9217-14, e-mail: six@ikms-uni-landau.de)

[419-L] Goll, Michaela:

Schule in der Mediengesellschaft: Medienerfahrungen und Medienwirkungen in Bildungseinrichtungen, in: Herbert Willems (Hrsg.): Lehr(er)buch Soziologie : für die pädagogischen und soziologischen Studiengänge. Bd. 2, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2008, S. 983-999, ISBN: 978-3-531-14976-9

INHALT: "Das Leben der allermeisten Jugendlichen ist heute wesentlich von Medien bestimmt. Sie spielen in der Lebenswelt, in der Identitätsbildung und überhaupt im Prozess der Sozialisation eine große Rolle und sind als eigene Sozialisationsinstanz - oft konkurrierend - neben die traditionellen Instanzen Familie, Peer-Group und Schule getreten. Die Medienerziehung von Kindern und Jugendlichen ist daher als eine relevante und zunehmend relevante Aufgabe anzusehen. Sie ruft alle Instanzen und Institutionen der Sozialisation, Erziehung und Bildung auf den Plan. Als verpflichtender Bildungseinrichtung kommt der Schule natürlich eine be-

sondere Bedeutung als Rahmen und Basis medialer Erziehung zu. Der Artikel soll diese Bedeutung und einige ihrer Voraussetzungen aufzeigen. Er fragt, welchen Stellenwert Medien in der Sozialisation von Kindern und Jugendlichen haben, welche Inhalte und Ziele die Erziehung zu Medienkompetenz umfassen könnte und welches Medienwissen (zukünftige) Lehrerinnen brauchen, um ihrer Aufgabe in der ‚Mediengesellschaft‘ gerecht zu werden.“ (Autorenreferat)

[420-F] Keilhauer, Jan, M.A.; Weißflog, Gregor, Dipl.-Psych. (Bearbeitung); Schorb, Bernd, Univ.-Prof.Dr.; Schwarz, Reinhold, Prof.Dr. (Leitung):

PID - Perspektiven im Diskurs. Tschechische und deutsche Jugendliche mit Medien aktiv im Diskurs zur Präimplantationsdiagnostik

INHALT: In diesem transnationalen medienpädagogischen Praxisprojekt wurden Jugendliche aus Tschechien und Deutschland mit Hilfe der aktiven themenzentrierten Medienarbeit dazu befähigt, sich die komplexen Sachverhalte der Präimplantationsdiagnostik anzueignen: in schulischen Praxisprojekten und gemeinsamen Workshops, durch Expertenvorträge und Onlinediskussionen. Aufbauend auf diesem Wissen haben sie sich kritisch mit den Fakten auseinandergesetzt und einen eigenen Standpunkt zum Thema PID entwickelt. Diesen haben sie in selbstgestalteten Filmen zum Ausdruck gebracht und in verschiedenen Öffentlichkeiten präsentiert. Damit tragen sie aktiv zum gesellschaftlichen Diskurs über die Präimplantationsdiagnostik bei und fördern die kritische Auseinandersetzung mit der Problematik. Die im Projekt gesammelten Erfahrungen werden im Sinne der Nachhaltigkeit pädagogisch Tätigen zugänglich gemacht. Am Beispiel der Präimplantationsdiagnostik werden Pädagogen Wege aufgezeigt, wie Jugendliche in Projekten aktiver Medienarbeit gesellschaftlich relevante und ethisch komplexe Themen bearbeiten können. *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Bundesrepublik Deutschland, Tschechien

ART: *BEGINN:* 2008-07 *ENDE:* 2010-08 *AUFTRAGGEBER:* nein *FINANZIERER:* Bundesministerium für Bildung und Forschung

INSTITUTION: Universität Leipzig, Fak. für Sozialwissenschaften und Philosophie, Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft Professur für Medienpädagogik und Weiterbildung (Postfach 100920, 04009 Leipzig); Universität Leipzig, Medizinische Fakultät, Institut für Arbeitsmedizin und Sozialmedizin -IfAS- Selbständige Abt. Sozialmedizin (Riemannstr. 32, 04107 Leipzig)

KONTAKT: Keilhauer, Jan (Tel. 0341-9735888, e-mail: keilhau@uni-leipzig.de)

[421-L] Kübler, Hans-Dieter:

Mediensozialisation: ein Desiderat zur Erforschung von Medienwelten ; Versuch einer Standortbestimmung und Perspektivik, in: Diskurs Kindheits- und Jugendforschung, Jg. 4/2009, H. 1, S. 7-26 (Standort: USB Köln(38)-XG 9053; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "Dass Kindheit und Jugend weitgehend von Medien bestimmte Phasen sind, gilt zumindest in der medienpädagogischen Diskussion als selbstverständlich. Mithin müssten auch Entwicklung und Sozialisation von Medien nachhaltig beeinflusst werden. Von dieser These ausgehend, fragt der Beitrag zunächst bei den dafür verantwortlichen Disziplinen, der Entwicklungspsychologie und der Sozialisationsforschung, stellvertretend in deren renommierten

Handbüchern, ob und wie weit sie diesen Zusammenhang theoretisch-analytisch berücksichtigen und stößt auf gravierende Defizite bzw. verkürzte theoretische Ansätze, die vornehmlich dem klassischen Paradigma der Medienwirkungsforschung geschuldet sind und die Medien primär für abweichende oder schädigende Entwicklung und Sozialisation verantwortlich machen. Ähnliche ungenügende oder verzerrende Befunde liefert die empirische Kindheits- und Jugendforschung. Deshalb sucht der Beitrag in seinem konstruktiven Teil zu begründen, warum eine interdisziplinäre Mediensozialisationsforschung erforderlich ist und ergiebig sein könnte, skizziert dafür paradigmatisch Koordinaten und Verläufe von Mediensozialisation und sucht sie in der Weiterentwicklung des sozialökologischen Modells zu veranschaulichen." (Autorenreferat)

[422-L] Niesyto, Horst; Holzwarth, Peter; Maurer, Björn (Hrsg.):

Interkulturelle Kommunikation mit Foto und Video: Ergebnisse des EU-Projekts (CHICAM) "Children in communication about migration", (Medienpädagogische Praxisforschung, Bd. 2), München: KoPaed 2007, 135 S., ISBN: 978-3-86736-050-0

INHALT: "Die aktive Gestaltung mit Medien ist für Kinder und Jugendliche aus Migrationskontexten eine Chance, intensiv in Gruppen zu kommunizieren, Kontakte mit Menschen im sozialen Nahraum herzustellen und dabei Medien- und Sprachkompetenzen weiter auszubilden. Medien können in vielfältiger Form Integrations- und Partizipationsprozesse unterstützen. Der Band fasst wesentliche Ergebnisse aus dem EU-Praxisforschungsprojekt CHICAM (Children in Communication about Migration) zusammen. Im Mittelpunkt stehen die Erfahrungswerte aus der medienpädagogischen Praxis mit Kindern und Jugendlichen aus sechs europäischen Ländern (UK, Schweden, Italien, Griechenland, Niederlande und Deutschland)." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Horst Niesyto: Interkulturelle Kommunikation und Medienbildung (13-20); Peter Holzwarth, Horst Niesyto: Idee, Konzeption und Verlauf des EU-Projekts CHICAM (21-28); Björn Maurer: Projektaktivitäten des CHICAM-Clubs in Deutschland (29-48); Peter Holzwarth: Projektergebnisse und Empfehlungen zu den Bereichen Mediennutzung, Schule, Familie und Peergroup im Überblick (49-56); Horst Niesyto: Medienpädagogische Erfahrungen im EU-Projekt CHICAM (57-80); Peter Holzwarth, Horst Niesyto: Hinweise zur Gestaltung mediengestützter Forschungsprojekte von Studierenden (81-100); Peter Holzwarth: Rezeptive und produktive Formen interkultureller Medienpädagogik (101-116).

[423-L] Nungäßer, Ralf-Peter:

Fernsehen in der Familie: vom sinnvollen Umgang mit einem Massenmedium, Hamburg: Diplomica Verl. 2008, 231 S., ISBN: 978-3-8366-6500-1

INHALT: Die Untersuchung geht von der These aus, dass es bei der Betrachtung kontextbezogener Fernsehsozialisation auf eine Verbindung medienabhängiger, personenabhängiger und umweltabhängiger Wirkfaktoren ankommt. Die Studie beginnt mit einer Darstellung der Familie aus interaktionistischer Sicht, des Fernsehens und seiner Funktionen sowie der Mediensozialisation. Es folgen ein kulturhistorischer Abriss des Mediums Fernsehen, ein Bild der historischen Entwicklung des Fernsehens im soziokulturellen Kontext der vorbundesrepublikanischen Geschichte und eine Darstellung des soziokulturellen Strukturwandels Deutschlands durch die Medienevolution. Der Zusammenhang zwischen Milieuzugehörigkeit und

Verhaltensprozessen von Menschen wird verdeutlicht und entwicklungspsychologische Ansätze zur Kindheit und Adoleszenz sowie kognitive und emotionale Wahrnehmungs- und Entwicklungsaufgaben werden aufgezeigt. Sozialisationsrelevante Wirkungstheorien werden vorgestellt. Dann wird nach den Auswirkungen des Fernsehgebrauchs und nach den Fernsehrou-tinen der einzelnen Familienmitglieder sowie nach den Wirkmechanismen der sozialen Funktionen des Fernsehens im Familiensystem hinsichtlich der Integrations- und Isolationsfunktion des Fernsehens sowie der Rollenbildung durch das Fernsehen gefragt. Dies dient als Grundlage für die Erarbeitung eines medienpädagogischen Ansatzes ("Familienorientierte Medienpädagogik"), der ein Curriculum zur Fernseherziehung und medienbezogenen Elternarbeit umfasst. (ICE2)

[424-L] Paus-Hasebrink, Ingrid; Bichler, Michelle:

Mediensozialisationsforschung: theoretische Fundierung und Fallbeispiel sozial benachteiligte Kinder, (Beiträge zur Medien- und Kommunikationsgesellschaft), Innsbruck: Studien-Verl. 2008, 394 S., ISBN: 978-3-7065-4628-7

INHALT: "Die Publikation hat sich die Aufgabe gestellt, die mit dem medialen Wandel einhergehenden sozialisatorischen Veränderungen speziell für Kinder in sozial schwächeren bzw. anregungsärmeren Milieus zu beschreiben und Veränderungen für den Prozess der Sozialisation aufzuzeigen. Dabei geht es in der Untersuchung vor allem darum, das Verhältnis der Medien zu anderen Sozialisationsagenten (vorrangig der Familie) ins Visier zu nehmen und zu eruieren, welche Bedeutung Medien bei der Identitätskonstruktion, dem Aufbau von Wissen und in der Wertevermittlung zukommt. Dies bedeutet zum einen, die durch den Medienwandel mitbestimmten Veränderungen von Sozialisation bei sozial schwächeren Heranwachsenden zu rekonstruieren; zum anderen muss, um auch die Dynamik der Kindheitsentwicklung mitberücksichtigen zu können, vor allem auf die veränderte Rolle der Sozialisationsagenten selbst im Laufe des Sozialisationsprozesses eingegangen werden." (Autorenreferat)

[425-L] Paus-Hasebrink, Ingrid:

Mediensozialisation von Kindern aus sozial benachteiligten Familien, in: Aus Politik und Zeitgeschichte : Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament, 2009, H. 17, S. 20-25
(www.bpb.de/files/54JFER.pdf)

INHALT: "Der Beitrag beschäftigt sich mit der Mediensozialisation sozial benachteiligter Kinder. Basis ist eine Panelstudie über drei Jahre in Österreich zur Bedeutung von Medien für die Identitätsentwicklung und Wertevermittlung von Kindergarten- und Grundschulkindern." (Autorenreferat)

[426-F] Schreiber, Pia, Dipl.-Journ. (Bearbeitung); Dernbach, Beatrice, Prof.Dr.; Scholl, Armin, Priv.-Doz. Dr. (Betreuung):

Wissenschaftskommunikation für Kinder

INHALT: Die Dissertation soll sich mit dieser Fragestellung beschäftigen. Wie kann Wissenschaftskommunikation funktionieren? Inwieweit muss man die aktuellen Projekte hinterfragen? These soll hierbei sein: Wissenschaftskommunikation für Kinder geschieht viel zu oft

"aus dem Bauch heraus" und nicht auf Grundlage von wissenschaftlichen Untersuchungen. Dadurch wird eine große Chance vertan. Doch wie sieht kindgerechte Wissenschaftskommunikation aus? Es gibt nur einige Untersuchungen zur Effizienz der aktuellen Wissenschaftskommunikation für Kinder. Der Großteil der Publikationen ist jedoch rein deskriptiv und stellt rückblickend dar, wie eine Veranstaltung gelaufen ist, wie viel Spaß die Kinder hatten und welche Professoren gesprochen haben. Diese Berichte erregen zwar Interesse, bewegen aber selten zur Optimierung der Praxis. Mittlerweile gibt es zudem Befragungen von Kindern, die zum Beispiel eine Kinder-Uni besucht haben. Kaum ein Bericht befragt allerdings die Kommunikatoren nach ihrer Methode. Wie bereiten sie sich auf die jungen Lernwilligen vor? Wie passen sie Stoff, Sprache, Unterrichtsablauf an den Kinderkopf an? Gibt es eine einheitliche Methode? Gibt es gar Kommunikatoren, die sich aus der Pädagogik bedienen und sich mit der Psychologie von Kindern auseinandersetzen? Oder gibt es doch vorwiegend die Aus-dem-Bauch-heraus-Wissenschaftskommunikation. Hands-on-Science ganz ohne wirkliches Understanding also? Ziel der Dissertation ist es, ein idealtypisches Konzept für Wissenschaftskommunikation für Kinder aufzustellen, an Hand dessen bestehende Projekte optimiert und zukünftige entwickelt werden können. *ZEITRAUM: 2007-2009 GEOGRAPHISCHER RAUM: Bundesrepublik Deutschland*

METHODE: An Hand von Untersuchungen unterschiedlicher Projekte, in denen Wissenschaft Kindern einer noch festzulegenden Altersgruppe näher gebracht werden soll, werden unter Einbeziehung pädagogischer Forschungsergebnisse Prozesse und Methoden gelungener Wissenschaftskommunikation für Kinder heraus gearbeitet. Dazu beitragen können bei Bedarf Befragungen von einer repräsentativen Gruppe an Kommunikatoren.

ART: *BEGINN:* 2008-10 *ENDE:* 2011-05 *AUFTRAGGEBER:* nein *FINANZIERER:* FuE-Projekt der HS Bremen

INSTITUTION: Hochschule Bremen, Fak. Gesellschaftswissenschaften (Neustadtswall 30, 28199 Bremen); Universität Münster, FB 06 Erziehungswissenschaft und Sozialwissenschaften, Institut für Kommunikationswissenschaft (Bispinghof 9-14, 48143 Münster)

KONTAKT: Bearbeiterin (Tel. 0421-5905-3536, e-mail: pia.schreiber@hs-bremen.de)

[427-F] Wagner, Ulrike, Mag.phil.; Eggert, Susanne, M.A.; Brüggem, Niels, M.A. (Bearbeitung); Theunert, Helga, Prof.Dr. (Leitung):

Begutachtung des Informationsportals "www.loveline.de" aus medienpädagogischer Perspektive

INHALT: Das Informationsportal www.loveline.de der BZgA bietet Heranwachsenden ab dem Alter von ca. zwölf Jahren, die sich mit dem Thema Sexualität auseinandersetzen oder konkrete Fragen dazu haben, Informationen zu allen Aspekten des Themas. Ziel der medienpädagogischen Analyse des Portals [loveline.de](http://www.loveline.de) war es, das Angebot mit Blick auf die Attraktivität für bildungsbenachteiligte Jugendliche, Jugendliche mit Migrationshintergrund sowie die Gruppe der Jungen zu begutachten. Die Ergebnisse sollen deutlich machen, worin aus medienpädagogischer Perspektive Stärken und Schwächen der Website liegen und durch welche Maßnahmen die Attraktivität des Angebots für die genannten Zielgruppen erhöht werden kann.

METHODE: Die Analyse wurde auf der Grundlage aktuellen Wissens aus der medienpädagogischen Forschung und Praxis über die Medienaneignungsweisen von Jugendlichen durchgeführt. Zentral für die Analyserichtung waren dabei zum einen wissenschaftliche Erkenntnisse sowie Erfahrungen aus der medienpädagogischen Fachpraxis zum Umgang Heranwachsender

mit Onlineangeboten. *DATENGEWINNUNG*: Inhaltsanalyse, offen (Analyse des Online-Informationsangebotes loveline.de). Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts.

VERÖFFENTLICHUNGEN: keine Angaben *ARBEITSPAPIERE*: JFF - Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis (Hrsg.): Begutachtung des Informationsportals loveline.de aus medienpädagogischer Perspektive. Ergebnisbericht. Unveröff. Forschungsbericht. München 2008.

ART: *BEGINN*: 2008-07 *ENDE*: 2008-11 *AUFTRAGGEBER*: Bundeszentrale für Gesundheitliche Aufklärung -BZgA- *FINANZIERER*: Institution; Auftraggeber

INSTITUTION: JFF - Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis (Pfälzer-Wald-Str. 64, 81539 München)

KONTAKT: Wagner, Ulrike (Tel. 089-68989-131, e-mail: ulrike.wagner@jff.de)

[428-F] Wolf, Eberhard, M.A. (Bearbeitung); Barthel, Henner, Prof.Dr. (Betreuung):

Bedingungen und Möglichkeiten kommunikationspädagogischer Interventionen in technisch vermittelten audiovisuellen Kommunikationen

INHALT: Hypothese: Den Beteiligten an audiovisuellen Kommunikationen (technisch vermittelten) dienen die Annahmen, Erfahrungen und Modellierungen der face to face Kommunikation als Metapher. Diese Metapher löst Probleme bezogen auf: mitgeteilte Inhalte/ flexible Form-Funktions-Gewichtungen/ unklare Unterscheidung von Handlung und Inhalt bzw. Objekt und Zeichen/ unklare Identifizierung von Akteuren. *ZEITRAUM*: 2007-2008

METHODE: funktionale Beschreibung kommunikativer Ereignisse und Kommunikationen als multimodales sprachbezogenes Handeln *DATENGEWINNUNG*: Beobachtung, teilnehmend. Kombination: Dokumente/ Videoaufzeichnungen/ gesendete TV Beiträge/ Gesprächs- und Schreibprozesse und Produkte. Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts.

ART: *BEGINN*: 2006-01 *ENDE*: 2009-06 *AUFTRAGGEBER*: nein *FINANZIERER*: Wissenschaftler

INSTITUTION: Universität Koblenz-Landau Campus Landau, FB 08 Psychologie, IKMS - Institut für Kommunikationspsychologie, Medienpädagogik und Sprechwissenschaft, Abt. Sprechwissenschaft -ISW- (Marktstr. 40, 76829 Landau)

KONTAKT: Bearbeiter (Tel. 07021-978580)

1.14 Öffentliche Meinung, Meinungsforschung

[429-F] Bösch, Stefan, Dr.; Schneider, Michael, Priv.Do. Dr.; Wastian, Monika, Dipl.-Psych.; Viehöver, Willy, Dr.; Huchel, Petra, Dipl.-Soz. (Bearbeitung); Dressel, Kerstin, Dr.; Hopp, Mario, Dipl.-Soz. (Leitung):

Repräsentative Bevölkerungsbefragung "REACH"

INHALT: Relevanz- und Wahrnehmungsstrukturen von chemischen Produkten in der deutschen Bevölkerung; Risikowahrnehmung und Risikokommunikation im Bereich chemische und verbrauchernahe Produkte; Wissen, Umgang mit und Informationsverhalten der deutschen Bevölkerung zu chemischen Produkten. *GEOGRAPHISCHER RAUM*: Bundesrepublik Deutschland

METHODE: Untersuchungsdesign: Querschnitt *DATENGEWINNUNG:* Standardisierte Befragung, telefonisch (Stichprobe: 1.000; Auswahlverfahren: Zufall). Gruppendiskussion (Stichprobe: 40; Auswahlverfahren: Quota). Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts.

VERÖFFENTLICHUNGEN: keine Angaben *ARBEITSPAPIERE:* Süddeutsches Institut für empirische Sozialforschung e.V.; Hopp & Partner Kommunikationsforschung: Zwischenbericht Repräsentative Bevölkerungsbefragung REACH. München 2008, 78 S.

ART: *BEGINN:* 2008-05 *ENDE:* 2009-02 *AUFTRAGGEBER:* Bundesinstitut für Risikobewertung -BfR- *FINANZIERER:* Auftraggeber

INSTITUTION: Süddeutsches Institut für empirische Sozialforschung -sine- e.V. (Orleansstr. 34, 81667 München); Hopp & Partner Kommunikationsforschung (Torstr. 25, 10119 Berlin)

KONTAKT: Dressel, Kerstin (Dr. Tel. 089-6937-2177, e-mail: kerstin.dressel@sine-institut.de)

[430-L] Digol, Diana:

Right or wrong: debate in Russia on conflict in Georgia, in: Sicherheit und Frieden : S + F, Jg. 27/2009, H. 2, S. 112-120

INHALT: "The article presents a comprehensive overview of opinions in Russia on the August 2008 military conflict with Georgia. The positions presented include not only those of the political elite and political opinion-makers but also those of the cultural and social elite and of representatives of various ethnic groups involved in the conflict. The overview concludes by presenting results of public opinion polls. The period covered is between the commencement of hostilities on 8 August 2008 and the end of that year. The article is limited to Russia and does not cover the debates of neighbouring countries." (author's abstract)

[431-F] Erb Egli, Daniela; Longchamp, Claude; Spichiger-Carlsson, Peter; Raselli, Gianreto; Wehrli, Hans Peter; Ruloff, Dieter; Ackermann, Walter; Linder, Wolf; Hirter, Hans; Klöti, Ulrich; Sommer, Jürg H.; Knoepfel, Peter; Bonfadelli, Heinz; Abel, Thomas; Favarger, Philippe; Axhausen, Kay W.; Hutmacher, Walo; Müller, Hansruedi; Höpflinger, Francois; Meier, Alfred; Rieder, Peter; Killias, Martin; Angelini, Terenzio; Raymann, Ursula; Meyer Schweizer, Ruth (Bearbeitung); Martinovits, Alex (Leitung):

UNIVOX Sozialforschungsprogramm und Datenbank

INHALT: Kontinuierliche, zweijährlich wiederholte Erhebungen von Basisdaten seit 1986. 22 verschiedene Themenbereiche mit mehreren Befragungswellen a je 700 Befragten. Kommentatoren in 20 schweizerischen Hochschulinstituten kommentieren die Resultate. Das GfS-Forschungsinstitut ist verantwortlich für Planung, Organisation, Koordination, Feldarbeit, Datenauswertung und Mittelbeschaffung. Bei UNIVOX-Datenbank werden Wissen, Einstellungen und Verhalten in den Bereichen: Gesellschaft, Wohnen, Gesundheit, Ausbildung, Freizeit Kommunikation, Kultur, Verkehr, Umwelt, Staat, Politik, Recht, Staatsfinanzen, Sozialversicherungen, Arbeit, Wirtschaft, Landwirtschaft, Markt, Geld, Versicherungen, Verteidigung und Aussenpolitik erhoben. (Zwischen)ergebnisse: In Form von je 22 Trendberichten (Hauptresultate) und 22 Vertiefungsberichten (Detailanalysen und Queranalysen zu anderen Themen) je 2 Jahre. *ZEITRAUM:* seit 1986 *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Schweiz (meist ohne ital. Schweiz)

METHODE: Repräsentative Befragung in der ganzen Schweiz (ohne Tessin); persönliche standardisierte Interviews bei den Befragten vor Ort. Die Ortschaften werden at random ausge-

wählt, innerhalb der Ortschaften bestehen Quotenvorgaben bezüglich Geschlecht, Alter, Beruf.

VERÖFFENTLICHUNGEN: GFS-Forschungsinstitut (Hrsg.): UNIVOX-Analysen. UNIVOX-Analysen mit 22 Publikationen pro Jahr in Zusammenarbeit mit 19 Kooperationspartnern und 3 GfS-AutorInnen. Publication periodique. Zürich, Bern 1986ff.

ART: *BEGINN*: 1986-01 *AUFTRAGGEBER*: nein *FINANZIERER*: Institution

INSTITUTION: gfs-zürich Markt- und Sozialforschung (Riedtlistr. 9, 8006 Zürich, Schweiz)

KONTAKT: Institution (Tel. 044-361-5100, e-mail: gfs@gfs-zh.ch)

[432-L] Europäische Kommission, Generaldirektion Kommunikation (Hrsg.):

Eurobarometer 69: die öffentliche Meinung in der Europäischen Union ; Frühjahr 2008 ; nationaler Bericht Deutschland, Brüssel 2008, 106 S. (Graue Literatur;
ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb69/eb69_de_nat.pdf)

INHALT: Das Eurobarometer liefert eine Dauerbeobachtung der öffentlichen Meinung in der Europäischen Union. Im Jahr 2008 hat sich die allgemeine Stimmung angesichts hoher Preissteigerungen, vor allem für Energie, Transport und Nahrungsmittel und einem allgemein unsicheren wirtschaftlichen Umfeld, eingetrübt. Auch was die Erwartung an die Entwicklung der persönlichen wirtschaftlichen Lage angeht, ist die Aufbruchstimmung des Frühjahrs 2007 vorbei. Dabei bleiben die Deutschen der EU gegenüber positiv eingestellt. Vor allem die jüngste Altersgruppe unter den befragten Deutschen äußert sich positiv über die Europäische Union und die Mitgliedschaft Deutschlands in der EU. Dieser Report befasst sich schwerpunktmäßig mit dieser besonderen Beziehung der Jugend zu Europa. Es wird deutlich, dass die Mehrheit der Deutschen der Meinung sind, dass die meisten der dringlichsten Probleme, vor denen Deutschland steht, auf europäischer Ebene gelöst werden. Das gilt für den Kampf gegen die Inflation genauso wie für die Frage, wie es mit der Energieversorgung weitergeht. Umweltschutz ist für die Deutschen sowieso ein globales Unterfangen. Die EU soll nach dem Willen der Befragten eine wichtige Rolle auf diesem Gebiet spielen. Selbst beim Thema Arbeitslosigkeit wächst die Zahl jener, die auch dieses Politikfeld gerne europäisch koordiniert sähen, auf vierzig Prozent an. Es wird aber auch deutlich, dass die Politik der Europäischen Union und insbesondere auch deren Erfolge dem Bürger häufig nicht richtig vermittelt werden. (ICD2)

[433-L] Filzmaier, Peter:

Wie wir politisch ticken ...: öffentliche und veröffentlichte Meinung in Österreich, Wien: Ueberreuter 2007, 189 S., ISBN: 978-3-8000-7297-2

INHALT: Der Politikwissenschaftler Filzmaier stellt sich der Herausforderung, seriös und lesbar über das Verhältnis zwischen Medien und Politik zu schreiben. Im ersten Kapitel behandelt er den sogenannten Umfragejournalismus. Für ihn ist dabei unklar, 'ob eine so veröffentlichte Meinung etwas mit der öffentlichen Meinung zu tun hat' (10). Er erörtert daher die Frage, wie Meinung zu messen ist. Das nächste Kapitel sensibilisiert den Leser für das breite Feld der politischen Inszenierung. Dieser Bereich wird ausgehend von dem US-amerikanischen Kinofilm 'Wag the Dog - Wenn der Schwanz mit dem Hund wedelt' (29), einer Persiflage über den Fernsehjournalismus, geschildert. Dem Exkurs über die Inszenierungspolitik folgt eine Analyse des Wahlverhaltens der österreichischen Bevölkerung. Behandelt wird dabei unter ande-

rem das Phänomen der Nichtwähler. Danach beklagt der Autor die politische Kulturlosigkeit, erklärt die politische Sozialisation und wendet sich schließlich dem Nationalstolz der Österreicher zu - eine geeignete Überleitung zum nächsten Kapitel, in dem die in der österreichischen Gesellschaft vorherrschenden Tabuthemen und Ängste beschrieben werden. Filzmaier wechselt nun von der nationalen auf die internationale Ebene, indem er auf die anti-europäischen und die anti-amerikanischen Tendenzen in der österreichischen Öffentlichkeit eingeht. Den Anschluss daran bilden die Kapitel über die politische Instrumentalisierung des Sports und ein Blick auf die österreichische Mediendemokratie (Stichwort: Natascha Kampusch). Abschließend plädiert Filzmaier für mehr politische Bildung. (ZPol, NOMOS)

[434-L] Fuchs, Dieter; Magni-Berton, Raul; Roger, Antoine (Hrsg.):

Euroscepticism: images of Europe among mass publics and political elites, Opladen: B. Budrich 2009, 299 S., ISBN: 978-3-86649-145-8

INHALT: "What is the overall attitude of Europeans towards Europe? Who is in favour, who is against Europe? Does Euroscepticism prevail? And what are its main ingredients? International experts look into the different national attitudes among mass publics and political elites of various European countries. The analyses address four main issues. The first issue focuses on the question of a European identity and the relation between European and national identities. The second issue analyses euroscepticism among European citizens. The third issue refers to the construction of euroscepticism in the mass media and the fourth issue draws the connection between euroscepticism and the party systems of different European countries. As a result of these four perspectives, a differentiated view of euroscepticism can be attained and the extent and possible sources for euroscepticism can be established. In the light of this, a concluding discussion on the perspectives for the development of the European Union finalizes the book." (author's abstract). Contents: Dieter Fuchs, Antoine Roger, Raul Magni-Berton: European Cleavage, Euroscepticism and Support of the EU: A Conceptual Discussion (9-34); Astrid Kufer: Images of Europe - the meaning and perception of 'Europe' by citizens of EU member states (35-54); Felix Heidenreich: The Intellectual Discourse on European Identity - Conclusions from a German-French Comparison (55-72); Sébastien Dubé, Raul Magni-Berton: How Does Income Influence National and European Identity? (73-90); Dieter Fuchs, Isabelle Guinaudeau, Sophia Schubert: National Identity, European Identity and Euroscepticism (91-114); Pascal Siegers: EU Performance and Euroscepticism (115-134); Eva-Maria Trüdinger: Have they gone too far? Attitudes towards the transfer of politics on the EU-level (135-156); Alexandra Mößner: Cognitive Mobilization, Knowledge and Efficacy as Determinants of Euroscepticism (157-174); Olga Gille-Belova: Perceptions of the European Union and Euroscepticism in Russia (175-192); Silke Adam: Euroscepticism and the Mass Media - An analysis of the form of contention in the German and French debates on a European constitution (193-214); Katja Neller, Isabell S. Thaidigsmann: Right Wing Parties and Euroscepticism in France and Germany (215-234); Mariya Nedelcheva: Euroscepticism and Party System Change: Bulgaria, Romania and the Czech Republic (235-252); Oliver Costa, Nathalie Brack: The Role(s) of the Eurosceptic MEPs (253-272); Antoine Roger: The Impact of European Policies on National Political Parties: a theoretical outlook (273-290); Raul Magni-Berton, Dieter Fuchs, Antoine Roger: Summary of the results (291-296).|

[435-L] Hilmer, Richard:

Vorwahlumfragen 2005 - ein Debakel?: ist der Ausgang von Wahlen noch vorhersagbar?, in: Oscar W. Gabriel (Hrsg.) ; Bernhard Weßels (Hrsg.) ; Jürgen W. Falter (Hrsg.): Wahlen und Wähler : Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 2005, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2009, S. 103-116

INHALT: Die Vorwählerhebungen zur Bundestagswahl 2005 standen unter schwierigen Vorzeichen. Die Abweichungen zwischen den in den Befragungen ermittelten Parteipräferenzen und dem Wahlergebnis waren, wie die vorgestellten Befunde zeigen, kein Methoden-, sondern ein Instrumentenproblem. Die Grundstimmung einer ausgeprägten Verunsicherung wurde zwar korrekt wiedergegeben, sie fand aber in der Ergebnisdarstellung der Sonntagsfrage keinen adäquaten Ausdruck. Weder für den bei der Bundestagswahl 2005 extrem spät einsetzenden finalen Entscheidungsprozess bei den unentschiedenen Wählern noch für das ausgeprägte taktischen Überlegungen folgende Stimmensplitting standen belastbare Erhebungsinstrumente zur Verfügung. (ICE2)

[436-L] King, Gary; Murray, Christopher J. L.; Salomon, Joshua; Tandon, Ajay:

Enhancing the validity and cross-cultural comparability of measurement in survey research, in: Susanne Pickel (Hrsg.) ; Gert Pickel (Hrsg.) ; Hans-Joachim Lauth (Hrsg.) ; Detlef Jahn (Hrsg.): Methoden der vergleichenden Politik- und Sozialwissenschaft : neue Entwicklungen und Anwendungen, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2009, S. 317-346

INHALT: Die Verfasser schlagen mit den "Anchoring Vignettes" eine Vorgehensweise vor, die helfen soll, bereits lange in der vergleichenden Umfrageforschung existierende Probleme zur interkulturellen Vergleichbarkeit zu lösen. Sie gehen auf das Problem der Äquivalenz von Fragestellungen im Kulturvergleich ein und entwickeln für das Beispielkonzept der "Political Efficacy" in Mexiko und China Vignetten, die es ermöglichen sollen, das Antwortverhalten über unterschiedliche kulturelle Kontexte so zu korrigieren, dass direkte Vergleiche möglich sind. Ein unkorrigierter Vergleich würde möglicherweise falsche Relationen der Bewertung zwischen der Ländern und Kulturen erzeugen. Auf diesem Wege ist es möglich, komplizierte Befragungskonzepte Kulturen vergleichend zu erheben. (ICE)

[437-L] Lütterfelds, Johanna:

Das Konzept der Sicherheit als Mittel und Zweck der Konstruktion öffentlicher Meinung: die Bushdoktrin und der Irakkrieg in den USA, Hamburg: Diplomica Verl. 2008, 158 S., ISBN: 978-3-8366-6667-1

INHALT: In einem ersten, theoretischen Teil gibt die Verfasserin einen Überblick über das theoretische Fundament ihrer Untersuchung, die Ansätze von G. Almond, W. Lippmann, H. Maslow, S. Freud und C. Schmitt. Er schließt sich eine empirische Analyse an, die zwischen der Situation vor und nach den Anschlägen vom 11. September differenziert. Sie behandelt öffentliche Meinung, die amerikanische Außenpolitik und die amerikanische Medienlandschaft. Dann werden die Auswirkungen des 11. September auf psychologischer, gesellschaftlicher, politischer und medialer Ebene analysiert. Es schließt sich eine Analyse der politischen Rhetorik bezüglich der Agenda eines möglichen Irakkrieges an, wobei auch die Reaktionen der amerikanischen Öffentlichkeit und der amerikanischen Medien berücksichtigt wer-

den. Die Verfasserin zeigt, dass für die erfolgreiche Legitimation des Irak-Krieges gegen den mehrheitlichen Wunsch der Bevölkerung durch Bush auf den in der amerikanischen Öffentlichkeit etablierten rally-Effekt zurückzuführen ist sowie auf die durch 9/11 ausgelöste traumatische Situation. (ICE2)

[438-L] Maier, Jürgen; Brettschneider, Frank:

Wirkungen von Umfrageberichterstattung auf Wählerverhalten: Ein Online-Experiment zu den Landtagswahlen in Baden-Württemberg 2006, Rheinland-Pfalz 2006 und Hessen 2008, in: Nikolaus Jakob (Hrsg.) ; Harald Schoen (Hrsg.) ; Thomas Zerback (Hrsg.): Sozialforschung im Internet : Methodologie und Praxis der Online-Befragung, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2009, S. 321-337

INHALT: Die vorliegende Studie beschäftigt sich mit den direkten Effekten von veröffentlichten Umfrageergebnissen auf die Wahlbeteiligung und das Wählerverhalten bei drei Landtagswahlen. Ein Online-Experiment, zwei Wochen vor den Landtagswahlen durchgeführt, dient zur Untersuchung der Umfrage-Effekte. In einer Online-Befragung wurden den Probanden manipulierte Wahlumfrageergebnisse, ausgestattet mit unterschiedlichen Stimuli, vorgelegt und Fragen zu Wahlkampf, Wahlbeteiligung und Wahlverhalten gestellt. Anschließend wurden die Rezeption von Meinungsumfragen zur Landtagswahl und der subjektiv wahrgenommene Einfluss dieser Umfragen auf das eigene Wahlverhalten erfasst. Die Verfasser überprüfen ihre Befunde, indem sie verschiedene Hypothesen zur Wirkung von Umfragen auf die Wahlbeteiligungsabsicht und auf die Wahlabsicht auf diese anwenden. Sie kommen zu dem Schluss, dass sich kein belastbarer Hinweis für einen Einfluss von veröffentlichten Umfrageergebnissen auf das Wählerverhalten finden lässt. (ICC2)

[439-L] Plücker, Werner:

Propaganda und öffentliche Meinung im Dritten Reich: Erfolg und Mißerfolg der nationalsozialistischen Meinungssteuerung, Saarbrücken: VDM Verl. Dr. Müller 2007, 82 S., ISBN: 978-3-8364-1628-3

INHALT: "Das Dritte Reich gilt als Musterbeispiel für den exzessiven Gebrauch von politischer Propaganda zur Steuerung und Manipulation der öffentlichen Meinung in totalitären Regimen. Ziel der NS-Propaganda unter Joseph Goebbels war die Kreation eines allgemeinen Konsenses zwischen Herrschenden und Beherrschten, also die Übereinstimmung von Propaganda und öffentlicher Meinung. Agierte das Propagandaministerium dabei als autonomer Komplex, der ohne Rücksicht auf heterogene Meinungsströmungen seine Botschaften der Bevölkerung aufzuzwingen versuchte? Oder wurde sehr wohl auf gegenläufige Stimmungen im Volk reagiert? Und dies mangels demoskopischer Erhebungen, ohne die heutzutage keine Meinungsmessung vorstellbar ist. Der Autor Werner Plücker überblickt einleitend Theorien und Definitionen der Untersuchungsgegenstände. Im weiteren Verlauf werden Mittel, Motive und Medien der NS-Propaganda analysiert, die schließlich anhand der historischen Ereignisse 'Stalingrad', Attentat auf Hitler und 'Vergeltungswaffen' auf ihre angestrebte Wirkung auf die öffentliche Meinung geprüft werden. Auf diese Weise soll ein pointierter Überblick über ein historisches Phänomen verschafft werden, welches noch heute in Hinsicht auf die modernen Mediengesellschaften eine beachtliche kommunikations- und sozialwissenschaftliche Relevanz hat." (Autorenreferat)

[440-L] Roth, Dieter:

Demoskopie und Politik: zum Verhältnis und den Missverständnissen zwischen zwei stark kritisierten Professionen, in: Hanna Kaspar (Hrsg.) ; Harald Schoen (Hrsg.) ; Siegfried Schumann (Hrsg.) ; Jürgen R. Winkler (Hrsg.) ; Jürgen W. Falter (Adressat): Politik - Wissenschaft - Medien : Festschrift für Jürgen W. Falter zum 65. Geburtstag, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2009, S. 241-256

INHALT: In der Öffentlichkeit und zu einem großen Teil auch in der einschlägigen Literatur wird der Begriff der Demoskopie und der Umfrageforschung synonym verwendet. Im Bereich der Politik werden Umfragen von Regierungen auf allen Ebenen, von Parteien, Interessengruppen, Verwaltungen, unabhängigen Organisationen, Stiftungen und vielen mehr zur Informationsbeschaffung über ihre Klientel herangezogen und zur Planung, Überprüfung und möglicherweise zur Anpassung oder Verbesserung eingeschlagener Strategien und Entwicklungen genutzt. Aber sie werden auch von Medien nachgefragt, um ihrer Aufgabe der Kontrolle oder auch nur einem vermeintlichen öffentlichen Bedürfnis nach Daten aus Umfragen nachzukommen und um im Konkurrenzkampf mit anderen Medien zu bestehen. Im vorliegende Beitrag sind deshalb "Demoskopie und Politik" und "Demoskopie und Medien" die beiden schwerpunktmäßig behandelten Themenbereiche, sowie die gemeinsamen Probleme einer sauberen methodischen Erfassung der Daten, die vielfach Ursache von Problemen und Missverständnissen sind. Die Grenzen der Demoskopie liegen zum einen in den wenig bekannten Grenzen des Erhebungsinstruments, der Befragung selbst. Zum zweiten werden die Grenzen durch die verantwortungsvolle Interpretation der erhobenen Daten durch die Analytiker gezogen. Meistens, aber nicht immer, tun das die Umfrageforscher selbst. Am wichtigsten ist hier das Selbstverständnis der Demoskopien, dass sie eine Dienstleistung erbringen und nicht als politische Akteure auftreten: "Dienstleister sollten sie sein, nicht Mitspieler". (ICA2)

[441-L] Rukavishnikov, Vladimir:

Disillusionment and hope: a brief reminiscence about perceptions of the Russian-American relationship in the second term of Putin's presidency, in: Gerhard Kümmel (Hrsg.) ; Giuseppe Caforio (Hrsg.) ; Christopher Dandeker (Hrsg.) ; Jürgen Kuhlmann (Adressat): Armed forces, soldiers and civil-military relations : essays in honor of Jürgen Kuhlmann, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2009, S. 245-259, ISBN: 978-3-531-16324-6

INHALT: Der Autor beschreibt in seinem Aufsatz die öffentliche Meinungen zum russisch-amerikanischen Verhältnis in der zweiten Amtsperiode von Präsident Vladimir Putin. Er zeigt anhand von Berichterstattungen und Kommentaren in den Medien, dass im Frühjahr 2006 zunehmend Zweifel daran geäußert wurden, ob Russland ein Verbündeter der Vereinigten Staaten im weltweiten Kampf gegen den internationalen Terrorismus und ein verlässlicher Lieferant von Erdöl und Gas für Europa sei. Die Ausführungen des Autors beziehen sich u.a. auf die zunehmende Unzufriedenheit mit Putins außenpolitischem Konfrontationskurs, auf die verschiedenen Vorstellungen von Kooperation zwischen den USA und Russland in Putins zweiter Legislaturperiode, auf die Entwicklung der Öl-Preise als Hauptquelle des Wiedererstarkens des russischen Selbstbewusstsein sowie auf die Lehren aus der Vergangenheit. (ICI)

[442-L] Wänke, Michaela; Bless, Herbert:

Einstellungsmessung in der Marktforschung, in: Dieter Frey (Hrsg.) ; Lutz von Rosenstiel (Hrsg.) ; Carl Graf Hoyos (Hrsg.): *Wirtschaftspsychologie*, Weinheim: Beltz, 2005, S. 60-64

INHALT: Die Einstellungsmessung in der Marktforschung gliedert sich in Befragung und indirekte Verfahren. Bei der Befragung sind Frageverständnis, der Abruf relevanter Informationen aus dem Gedächtnis, Assimilations- und Kontrasteffekt und die Formatierung des Urteils relevant für das Antwortverhalten. Hinzu kommen qualitative Verfahren wie etwa die Gruppendiskussion. Unter indirekte Verfahren fallen projektive Verfahren und physiologische Verfahren. (ICE2)

[443-L] Zetterberg, Hans L.:

Opinion polling on international political accords, in: Helena Flam (Hrsg.) ; Marcus Carson (Hrsg.) ; Tom R. Burns (Adressat): *Rule systems theory : applications and explorations*, Frankfurt am Main: P. Lang, 2008, S. 229-241, ISBN: 978-3-631-57596-3 (Standort: UB Duisburg(464)-01OCT9190)

INHALT: Der Beitrag rekapituliert die Geschichte der Meinungs- und Umfrageforschung zu internationalen Abkommen und Verträgen. Der Schwerpunkt der Ausführungen liegt dabei nicht auf der Forschungsmethodologie, sondern auf den historischen, politischen und infrastrukturellen Umständen der Umfrageforschung. Als eine der entscheidenden Rahmenbedingungen erweist sich die politische Kultur eines Landes, insbesondere der Einfluss der Massenmedien auf das Klima für die internationalen Beziehungen. In Anlehnung an die Social Rule System Theory (SRST) von Tom S. Burns und Helena Flam (1987) untersucht der Autor dann detaillierter die Regelstrukturen der nationalstaatlichen politischen Willensbildung, die Transparenz der institutionellen Arrangements, die Rechte und Pflichten der betroffenen und beteiligten Akteure und die letztendliche Implementation der politischen Programme in ihren Auswirkungen auf die öffentliche Meinung bzw. deren empirische Erfassung. (ICA)

1.15 Sonstiges

[444-L] Bauer, Bruno:

Das virtuelle Archiv: Open Access aus der Perspektive der Bibliotheken, in: *Gegenworte : Hefte für den Disput über Wissen*, 2009, H. 21, S. 13-15

INHALT: Eine komplette Ablösung des etablierten Publikationssystems durch Open Access Publishing ist, so der Verfasser, nach wie vor bloße Utopie. Während manche Bibliotheken und deren Unterhaltsträger schon kurzfristig Einsparungen durch Open Access Publishing erwartet haben, sind zusätzliche Kosten entstanden, weil in der Regel sämtliche subscriptions- und lizenzbasierten Zeitschriften weitergeführt werden müssen. Nur für den - eher fiktiven - Fall eines kompletten Paradigmenwechsels im wissenschaftlichen Publikationssystem könnten Einsparungen erzielt werden. Dass ein Paradigmenwechsel im wissenschaftlichen Publikationswesen zu tendenziell deutlich höheren Kosten für den universitären Bereich führen würde, ist in jüngster Zeit auch in Studien von US-amerikanischen und österreichischen Universitätsbibliotheken bestätigt worden. Klarheit über Open Access Publishing und dessen Auswirkungen

gen auf wissenschaftliche Fachpublikationen soll das von der Europäischen Kommission initiierte Projekt Publishing and the Ecology of European Research (PEER) schaffen. Es wäre nicht verwunderlich, würde als Ergebnis dieser Studie ein Mehrwert an Nutzung und Rezeption ermittelt werden, während sich die Hoffnung von Bibliotheken auf einen ökonomischen Ausweg aus der Zeitschriftenkrise - wieder einmal- nicht erfüllen wird. (ICF2)

[445-L] Elter, Andreas:

Propaganda der Tat: die RAF und die Medien, (Edition Suhrkamp, 2514), Frankfurt am Main: Suhrkamp 2008, 287 S., ISBN: 978-3-518-12514-4

INHALT: Terrorismus ist immer auch eine Kommunikationsstrategie, lautet die zentrale These dieser außerordentlich aufschlussreichen Analyse. Elter, Journalistik-Professor in Köln, verknüpft deshalb die Aspekte Terrorismus, Kommunikation und Medien miteinander und befasst sich mit dem 'Theater des Schreckens' (11) im 20. Jahrhundert, bei dem die Öffentlichkeit der eigentliche Adressat der terroristischen Kommunikationsstrategie war (und ist). Im Mittelpunkt steht die RAF, weil sie die erste Gruppe war, die sich der elektronischen Massenmedien bediente - eingebunden in das Dilemma, zur Sicherung der eigenen Existenz geheim bleiben zu müssen, gleichzeitig aber spektakuläre oder grausame Taten zu verüben, um in der Öffentlichkeit den Effekt des Schreckens zu erzielen. Elters beginnt mit einem ideengeschichtlichen Überblick vom politischen Mord in der Antike bis zu den Nationalisten, Sozialisten und Anarchisten des Vormärz. Im Anschluss identifiziert er den Begriff der Propaganda der Tat als in der anarchistischen Tradition stehend, ausgehend von Bakunin und Kropotkin - für die Entstehung dieses Konzepts waren 'die Erfindung des Dynamits und die Verbreitung der Massenpresse entscheidend' (64). Propaganda der Tat meint das Zusammenwirken von Gewalt und Kommunikation, verbunden mit einer Eskalationsstrategie. Elter beschreibt dann detailliert die Geschichte der RAF aus dem Blickwinkel ihrer kommunikativen Strategie: das von ihr erzeugte Klima der Angst, auch durch das Zusammenwirken von Eigen- und Fremdwahrnehmung, die 'Symbiose' (103) vor allem mit der Bild-Zeitung, die mit RAF-Themen ihre Auflage steigerte, die programmatischen Schriften, in denen Elter die klassische marxistische Gesellschaftsanalyse wiederfindet. Das Gesamtbild der verschiedenen Kommunikationselemente (u. a. Bekennerschreiben, das Video vom Entführungsoffer Schleyer) offenbart eine sinnlose und unmenschliche Strategie der Terroristen - deren Motive von einem großen Teil der Bevölkerung nie nachvollzogen wurden - und den Stammheim-Mythos als vor allem der Selbstlegitimierung der Gruppe dienend. (ZPol, NOMOS)

[446-L] Fischer, Joachim:

Architektur als Kommunikationsmedium der Gesellschaft, in: Aus Politik und Zeitgeschichte : Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament, 2009, H. 25, S. 6-10 (www.bpb.de/files/T6NZNZ.pdf)

INHALT: Hat man die Architektur als "Baukörpergrenze" bestimmt, so der Verfasser, hält man den Schlüssel zur Raumsoziologie in der Hand, indem man von einem kulturtheoretischen Begriff (Ernst Cassirer) zu einem soziologischen Begriff des "Kommunikationsmediums" (Niklas Luhmann) "umschaltet". Es wird argumentiert, dass Architektur ein Kommunikationsmedium ist: sie bahnt die "Verkehrsformen" zwischen den Menschen. Was wird im Medium Architektur kommuniziert? Was wird mitgeteilt und zur Akzeptanz nahegelegt? In jedem Fall die Differenzierung von Funktionen, das Auseinanderhalten spezialisierter Teilsysteme

der Gesellschaft: von Profan- und Sakralsphäre, privater und öffentlicher, Ernst-, Produktions-, Spiel- und Konsumsphäre. In jedem Fall werden soziale Gleichheit oder Ungleichheit, das heißt, Machtverhältnisse, kommuniziert: in der Aneignung von Boden, der Beletage, den Wohnlagen zwischen Zentrum/Peripherie. Ebenso kommunizieren in der Architektur die Generationen. Man kann schließlich verstehen, warum es in der "virtuellen" Moderne Architekturstreite gibt, den Kampf um die Baukörper, warum die Frage des Baustils gesellschaftlich gravierend ist: Alle Baustile sind in der Moderne identifizierbar. Wie nirgend sonst macht die moderne Gesellschaft in den städtischen Räumen die Erfahrung der systemischen Unvollendbarkeit der Moderne. Architekturdebatten können, so die These, keine Nebendebatten der Moderne sein - so wie Architektursoziologie keine nur periphere Disziplin sein kann, nicht in der Sozialtheorie, nicht in der Raum- und Stadtsoziologie und auch nicht in der Gesellschaftstheorie der Moderne. (ICF2)

[447-L] Flicker, Eva:

Visualisierung von Geschlechterwissen im öffentlichen Raum, in: Angelika Wetterer (Hrsg.): *Geschlechterwissen und soziale Praxis : theoretische Zugänge - empirische Erträge*, Frankfurt am Main: Helmer, 2008, S. 96-121

INHALT: Der Beitrag geht der Frage nach, wie Geschlechterwissen im öffentlichen Raum visualisiert wird. Bildmaterial - vorwiegend Werbeplakate - werden drei Spielarten oder Typen von Geschlechterwissen gegenübergestellt, die Angelika Wetterer unterschieden hat (im vorliegenden Band), um diese Wissenstypen erstmals auch auf Bildmedien zu beziehen. Dabei werden Plakate als bildliche Formen der Vergegenständlichung, Vermittlung und/oder Aufbewahrung von Geschlechterwissen kritisch betrachtet und analysiert. Öffentliche Bilder eignen sich gut für die Analyse der Visualisierung von Geschlechterwissen, da sie wesentliche Kulturspeicher sind und als kollektives Gedächtnis dienen. Die Wechselbeziehung zwischen "Bildern im Kopf" (visuelles Wissen), ihrer bildförmigen Darstellung (visualisiertes Wissen) und ihrer Wirkung bei den BetrachterInnen ist ein komplexer Prozess, der hier in seinen Umrissen diskutiert wird. Die aktive Aneignung von geschlechterbezogenen Medieninhalten baut auf einer großen Vielfalt von Geschlechterdarstellungen, also visualisiertem Geschlechterwissen auf. Beim medialen Spiel mit der Anschlussfähigkeit des Publikums wird auf unterschiedliches Geschlechterwissen im Sinn von visuellem oder bildhaftem Wissen des Publikums zurückgegriffen, das als Visualisierungswissen bei der Medien- bzw. Werbungsproduktion in Plakaten umgesetzt wird. (ICA2)

[448-L] Gebhard, Gunther; Geisler, Oliver; Schröter, Steffen (Hrsg.):

StreitKulturen: polemische und antagonistische Konstellationen in Geschichte und Gegenwart, (Kultur- und Medientheorie), Bielefeld: transcript Verl. 2008, 233 S., ISBN: 978-3-89942-919-0

INHALT: "Gestritten wird oft, viel, an unterschiedlichen Orten, in verschiedensten Kontexten. Der Präsenz des Phänomens 'Streit' steht allerdings seine negative Bewertung gegenüber. Sie speist sich aus seinem dissozzierenden Charakter, dessen Faktizität die Harmonie- und Stabilitätsorientierung normativer symbolischer Ordnungen immer wieder herausfordert. Das vergesellschaftende Moment des Streits, seine Funktionalität und nicht zuletzt seine Produktivität bleiben oft unbeachtet. Streitkulturen zu analysieren bedeutet, den Streit als eine spezifische

Form der Auseinandersetzung in den Blick zu nehmen, seine Regelmäßigkeit, seine jeweils historisch wie sozial variablen Erscheinungsweisen aufzuzeigen. In der interdisziplinären Perspektive der Beiträge zeigt sich der Streit als kulturelle Form der Austragung antagonistischer Positionen in Geschichte und Gegenwart. Es wird eine Annäherung an eine eigenständige kultur- und sozialtheoretische Figur ermöglicht, die mehr ist als lediglich ein Epiphänomen des Konflikts." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Gunther Gebhard, Oliver Geisler, Steffen Schröter: Streitkulturen - Eine Einleitung (11-34); Florian Hartmann: Zur Kunst des Schreibens im Investiturenstreit (35-56); Daniel Schläppi: Der Kompromiss - Überlegungen zur politischen Streitkultur der Schweiz vor 1800 (57-76); Janina Fuge: Vom Nutzen und Nachteil des Streits für die Erinnerung - Hamburgs Gedenken an die Unterzeichnung des Versailler Vertrages (77-96); Max Orlich: "Don't be nice - it's the kiss of death" Streitlust und Streitkultur der Avantgarden (97-124); Sonja Würtemberger: Sängerstreit als Streit der Form (125-140); Silvan Wagner: "Guck dich doch mal an!" - Ein Streitargument zwischen dem mittelalterlichen Märe 'Der Gürtel' und der postmodernen Talkshow (141-162); Alexandra Ludewig: Leitkulturen - Streitkulturen (163-184); Nico Koppo: Kontrollierte Pluralität - Zur "Reform" der Gemeinschaftsdiagnose (185-208); Youssef Dennaoui, Daniel Witte: Streit und Kultur: Vorüberlegungen zu einer Soziologie des Streits (209-230).

[449-L] Gerhardt, Volker:

"Dann gehen wir eben ins Netz": Gegenwort in Gegenworte, in: Gegenworte : Hefte für den Disput über Wissen, 2009, H. 21, S. 22-25

INHALT: Der Verfasser analysiert die Risiken, die mit dem offenen Zugang zu den wissenschaftlichen Informationen verbunden sind. Grundsätzlich stellt er die Idee nicht in Frage. Es wird argumentiert, dass man die Öffnung nicht derart betreiben darf, dass die Wissenschaft - und die Öffentlichkeit selber - dabei Schaden nimmt. Ginge es nur um das Angebot, wäre an Open Access nichts auszusetzen. Dann könnte sich jeder nach seinen Bedürfnissen darauf einstellen und nach seiner eigenen Entscheidung damit verfahren. Doch für den Forscher, der nicht bloß sucht, sondern auch findet, bedeutet Open Access weniger eine Offerte als eine unverzüglich zu vollstreckende Norm. Durch das Gebot des offenen Zugangs wird der moderne Fluch des Publish or Perish, unter dem der wissenschaftliche Nachwuchs heranwächst, auf alle ausgeweitet. Das mag man für ausgleichende Gerechtigkeit und außerdem für nicht erwähnenswert halten, weil inzwischen alle unter dem unbedingten Publikationsdiktat angetreten sind. Gleichwohl darf man sich nicht einbilden, mit dem Publikationsdiktat des Open Access der Wissenschaft etwas Gutes zu tun. Sie leidet schon lange genug unter der Verwechslung von Quantität mit Qualität, mit der das Rating an die Stelle der Urteilskraft tritt und die im Übrigen ein sicheres Indiz dafür ist, dass die Wissenschaft sich nicht mehr nach ihren eigenen Kriterien bewertet. Darüber hinaus: Die institutionalisierte Qualitätssicherung wird abgeschafft. Jeder ist sein eigener Lektor, der dem Autor großzügig jede Eitelkeit durchgehen lässt. Mit der Verständlichkeit der Ausführungen hat er jedenfalls keine Probleme, schließlich hat er den Text selber verfasst. Von der Illusion umfassen, die Ablagerung im Netz sei schon die Aufnahme durch die wissenschaftliche Welt, verwechselt er die Produktion des Textes mit dessen Rezeption. Wenn wir den elektronischen Medien das Monopol zugestehen, so die These, kann eine technische oder politische Verwerfung Schäden nach sich ziehen, gegen die der Zusammenbruch des Finanzsystems Peanuts sind. (ICF2)

[450-F] Kosow, Hannah, Dipl.-Soz.Wiss.; Köster, Christian, M.A.; Mickler, Tobias, Dipl.-Umweltwiss. (Bearbeitung); Oertel, Britta, M.A. (Leitung):

Effekte staatlicher Risikokommunikation auf Risikowahrnehmung und Risikoverständnis

INHALT: Die öffentliche Aufmerksamkeit für potentielle Gesundheitsrisiken v.a. durch Lebensmittel ist in den letzten Jahren deutlich gestiegen. Das Bundesinstitut für Risikobewertung veröffentlicht im Rahmen seiner Arbeit Stellungnahmen, um Verbraucherinnen und Verbraucher, aber auch Nutzer in Wirtschaft, Politik und Verwaltung verlässlich zu informieren. Sie hat dabei das Ziel, dass die bereitgestellten Informationen wahrgenommen sowie ihrem Stellenwert angemessen interpretiert und umgesetzt werden. Die Informationen zu diesem wichtigen Thema müssen verständlich sein und transparent beispielsweise mit Informationsquellen oder Unsicherheiten umgehen, damit sie für Verbraucherinnen und Verbraucher sowie für weitere Zielgruppen nützlich und nutzbar sind. Somit besteht effektive Risikokommunikation erstens in der Erfüllung der drei Kommunikationsziele: Verständlichkeit, Transparenz und Nutzbarkeit. Zweitens muss eine effektive Risikokommunikation auf die jeweilige Zielgruppe ausgerichtet sein. Drittens müssen unterschiedliche Risiken entsprechend ihrer jeweiligen Risikoklassen auch kommuniziert werden. Vor diesem Hintergrund wird im Rahmen dieses Forschungsvorhabens die Kommunikation des Bundesinstituts für Risikobewertung vertiefend untersucht. Als Ergebnis sollen wissenschaftlich fundierte und praxisnahe Handlungsempfehlungen für die zielgruppenspezifische staatliche Risikokommunikation erarbeitet werden.

METHODE: Auf Basis von Verbraucherbefragungen in Bürgerämtern und im Internet wird im Rahmen des Forschungsvorhabens untersucht, welche gesundheitlichen Risiken bei Verbraucherinnen und Verbrauchern bekannt sind. Im Anschluss erfolgen vertiefende Untersuchungen, ob die Kommunikationskriterien Verständlichkeit, Transparenz und Nutzbarkeit bei der Erarbeitung und Verbreitung von gesundheitlichen Bewertungen durch das Bundesinstitut für Risikobewertung erreicht werden. Dieser Untersuchungsschritt wird nicht nur bei Verbraucherinnen und Verbrauchern, sondern ergänzend auch bei Vertreterinnen und Vertretern aus Unternehmen, Verwaltungen, Verbänden und Medien durchgeführt. **DATENGEWINNUNG:** Experiment (Stichprobe: 200; Verbraucherinnen und Verbraucher). Standardisierte Befragung, online (Stichprobe: 120; Vertreterinnen und Vertretern aus Unternehmen, Verwaltungen/ Politik, Medien sowie Verbraucherzentralen/ NGOs). Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts.

ART: *BEGINN:* 2008-04 *ENDE:* 2009-01 *AUFTRAGGEBER:* Bundesinstitut für Risikobewertung -BfR- *FINANZIERER:* Auftraggeber

INSTITUTION: Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung gGmbH -IZT- (Schoenhauerstr. 26, 14129 Berlin)

KONTAKT: Leiterin (Tel. 030-803088-48, e-mail: b.oertel@izt.de)

[451-L] Pfeiffer, Ludwig K.; Schnell, Ralf (Hrsg.):

Schwellen der Medialisierung: Medienanthropologische Perspektiven - Deutschland und Japan, (Medienumbrüche, Bd. 28), Bielefeld: transcript Verl. 2008, 223 S., ISBN: 978-3-8376-1024-6

INHALT: "Der Band bietet kulturvergleichende Perspektiven auf Medialisierung als Schwellenphänomen: 'Medialisierung' bezeichnet Prozesse des Medien-Werdens, das heißt der mal stabilen, mal flüchtigen Konkretion in sich geschichteter, immer schon technisierter und vermit-

telter Dispositive der Wahrnehmung, Affektmodellierung und Kognition. Situative Aktualisierungen und Verdichtungen z. T. älterer kulturanthropologischer Dispositionen am Beispiel von Videoüberwachung, Anime oder japanischer Gegenwartsliteratur fallen ebenso in das Spektrum der Beiträge von deutschen und japanischen Forschern wie die unterschiedlichen Strategien der diskursiven Konstitution von Medialisierungsphänomenen - von Mediengeschichten über Figuren der Automation bis hin zu kulturgeschichtlichen und literarischen Perspektiven." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: K. Ludwig Pfeiffer, Ralf Schnell: Schwellen der Medialisierung - Zur Einleitung in diesen Band (7-14); K. Ludwig Pfeiffer: Schwellen der Medialisierung zwischen Erfindung und Tatsächlichkeit: Vergleichende Skizzen zu Deutschland und Japan um 1900 und 2000 (15-40); Andreas Käuser: Epochenschwelle 1800 - Medienumbruch 2000: Referenzen und Differenzen (41-62); Nicola Glaubitz: Verstärker der Imagination, Bilder der Reflexion - Zu Geschichte und Medialität des (computer-)animierten Films in den USA und in Japan (63-98); Yuko Mitsuishi: Densha Otoko und die ‚Wa(h)re Liebe‘ (99-112); Ralf Schnell: Empedokles: Legende - Trauerspiel - Film (113-128); Kanichiro Omiya: Ein Ende der Mediengeschichte - Carl Schmitts: Die Buribunken (129-152); Kentaro Kawashima: Digitale Videokameras als neue Strategie der Überwachung - Drei Szenen aus Japan (153-170); Mario Kumekawa: Medialisierung des biologischen Lebens - Künstliche Lebewesen auf dem Computerbildschirm (171-180); Josef Fürnkäs: Automation und die Metamorphosen des Zuschauers (181-222).

[452-L] Schlott, René:

Der Papst als Medienstar, in: Aus Politik und Zeitgeschichte : Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament, 2008, H. 52, S. 16-21 (www.bpb.de/files/7MY0UM.pdf)

INHALT: Papst Johannes Paul II. besuchte bei 250 Pastoralreisen insgesamt 128 Länder der Erde, er legte dabei schätzungsweise 1,3 Millionen Kilometer zurück und umrundete die Erde mehr als 30 Mal. Er war wahrscheinlich der meistfotografierte und -gefilmte Mensch der Geschichte und vermutlich ist nie zuvor ein Einzelner mit so vielen Menschen in Kontakt getreten: unmittelbar durch die Begegnung auf Audienzen oder Reisen, mittelbar über die Massenmedien. Johannes Paul II., welcher fast 27 Jahre lang an der Spitze der Katholischen Kirche stand, war nach Meinung des Autors ein Papst der Superlative und ein medialer Superstar. Doch bereits seine Vorgänger wussten durch ihr grundlegendes Amtsscharisma die massenmedialen Möglichkeiten ihrer Zeit für sich zu nutzen, wie der Autor in einem kurzen historischen Rückblick zeigt. (ICI2)

[453-L] Steffensen, Bernd; Below, Nicola; Merenyi, Stefanie:

Neue Ansätze zur Risikokommunikation vor dem Hintergrund von REACH, GHS und Nanotechnologie, (sofia-Studien zur interdisziplinären Institutionenanalyse, Nr. 09-1), Darmstadt 2009, 219 S., ISBN: 978-3-933795-93-1 (Graue Literatur; www.sofia-darmstadt.de/fileadmin/Dokumente/Studien/2009/RiKoReNa_Netzversion.pdf)

INHALT: Chemikalien oder chemische Produkte machen einen immer größeren Teil unseres täglichen Lebens aus. Mit der am 01. Juni 2007 in Kraft getretenen europäischen Chemikalienverordnung REACH wird Herstellern und Importeuren von chemischen Stoffen und Erzeugnissen die Verpflichtung auferlegt, Risikoinformationen zusammenzutragen und an die nachgeschalteten Anwender und Weiterverarbeiter weiterzugeben. Das Ziel der vorliegenden Stu-

die ist es, Vorschläge zu erarbeiten, wie zukünftig neue Ansätze zur Risikokommunikation gestaltet sein könnten. Diese neuen Ansätze sollten zum einen die Informationen enthalten, die einen sicheren Umgang mit den Produkten erlauben. Zum anderen sollten die Informationen in einer Form aufbereitet sein, dass Laien oder semiprofessionelle Anwender sie verstehen und einen einfachen Zugang zu ihnen finden. Hieraus leiten sich die folgenden Fragen ab, die die empirische Untersuchung anleitet: (1) Gibt es seitens der Kund(inn)en und Anwender(innen) überhaupt ein Interesse an risikobezogenen Produktinformationen? (2) Gibt es Möglichkeiten, ein solches Interesse zu wecken bzw. das bestehende Interesse zu verstärken? (3) Verfügen Kund(inn)en und Anwender(innen) über Erfahrungen mit entsprechenden Produktinformationen bzw. mit der erfolgreichen/vergeblichen Suche nach solchen Informationen? (4) Welche Medien werden zu entsprechenden Recherchen genutzt? (5) Lassen sich soziodemografische Unterschiede ausmachen, die sich in unterschiedlichen Risikoeinschätzungen, Formen der Mediennutzung oder Interesse an Produktinformationen niederschlagen (Geschlecht, Alter, Bildung, Einkommen, technischer-/nicht-technischer Beruf)? Mit der Klärung dieser Fragen ist es am Ende möglich, Empfehlungen auszusprechen, in welche Hinsicht Produktinformationsangebote lohnend weiter entwickelt werden könnten. Die Ergebnisse machen deutlich, dass die meisten Befragten und vor allem die Teilnehmer(innen) an den Fokusgruppen-Diskussionen eine gewisse Vorstellung davon haben, dass auch Alltagsprodukte, mit denen sie täglich in Kontakt kommen, stoffbedingte Risiken bergen und dass aktuell verfügbaren Informationen zu den Inhaltsstoffen in Produkten als unzureichend empfunden werden. (ICD)

2 Sprache und interpersonelle Kommunikation

[454-L] Ahrenholz, Bernt; Bredel, Ursula; Klein, Wolfgang; Rost-Roth, Martina; Skiba, Romuald (Hrsg.):

Empirische Forschung und Theoriebildung: Beiträge aus Soziolinguistik, Gesprochene-Sprache- und Zweitspracherwerbsforschung ; Festschrift für Norbert Dittmar zum 65. Geburtstag, Frankfurt am Main: P. Lang 2008, 365 S., ISBN: 978-3-631-56930-6

INHALT: "Die Beiträge dieses Bandes fokussieren methodische und theoretische Probleme in sprachwissenschaftlichen Bereichen, in denen Norbert Dittmar in seiner wissenschaftlichen Laufbahn gearbeitet hat. Es werden methodische und korpuslinguistische Fragen diskutiert; in der Soziolinguistik wird der Bogen von Kontaktanzeigen in der DDR über 'Türkendeutsch' bis zur Migrationssituation in Italien gespannt; Fragen des Sprachgebrauchs und der Sprachbeschreibung reichen von Deixis bis zur Mensch-Maschine-Interaktion. Aus der Zweitspracherwerbsforschung werden zentrale Themen wie Lexikerwerb, Wortstellung, Finitheit, Interrogation, Topik oder Aktionalität sowie Befunde zum Altersfaktor diskutiert, wobei neben dem Erwerb anderer europäischer Sprachen insbesondere der Erwerb des Deutschen als Zweit- und Fremdsprache Berücksichtigung findet." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Christiane von Stutterheim: Komplementäre Methoden in der Linguistik (11-20); Romuald Skiba: Korpora in der Zweitspracherwerbsforschung. Internetzugang zu Daten des ungesteuerten Zweitspracherwerbs (21-29); Marita Roth: Das narrative Interview als empirische Basis qualitativer Forschung (31-42); Klaus Zimmermann: Kritische Diskursanalyse: engagierte, voreingenommene oder Angewandte Linguistik? (43-55); Ruth Reiher: Junge Dame aus gutem Hause wünscht charaktervollen, lebensfrohen Akademiker kennenzulernen. Kontaktanzeigen in der DDR (59-69); Harald Weydt: Warum hinterließ die deutsche Teilung so geringe sprachliche Spuren? (71-79); Friederike Kern: Die Darstellung von Kontrast im Türkendeutschen - Merkmal eines Stils oder Eigenschaft einer Varietät? (81-90); Massimo Vedovelli: L'italiano degli altri: lingua di contatto, lingua identitaria (91-103); Roland Terborg, Virna Velazquez: Sprachverdrängung von Indianersprachen in Mexiko. Eine Analyse der negativen Sprachstellungen zum Otomi (105-113); Ursula Bredel: New quotative markers in spoken discourse (117-128); Peter Schlobinski: Deixis in Mündlichkeit und Schriftlichkeit (129-138); Petra Wieler: Mensch-Maschine-Interaktion im Praxistest (139-149); Bernt Ahrenholz: Literaturgespräche im Unterricht als Gegenstand der Deutschdidaktik (151-161); Karin Birkner: Zum Erwerb zentraler Wortstellungsmuster (165-177); Heidi Byrnes: Fremde Wörter lehren und lernen im Gespräch (179-190); Marina Chini: Grammatical metaphor as a marker of evolving L2 advancedness: some conceptual and textual considerations (191-201); Rainer Dietrich, Jürgen Weissenborn: Individuazione del topic in testi di apprendenti, fra teoria e empiria (203-216); Christine Dimroth, Stephanie Haberzettl: Erwerbsprozesse im Erstspracherwerb und Zweitspracherwerb (217-226); Christine Dimroth, Stephanie Haberzettl: Je älter desto besser: der Erwerb der Verbflexion im Kindesalter (227-238); Anna Giacalone Ramat, Stefano Rastelli: Learning actionality: an investigation of L2 Italian data (239-250); Fumiya Hirataka: Verwendung von Nachfragen bei japanischen Deutschlernenden - eine empirische Analyse von Lernervarietäten vor und nach dem Aufenthalt in Deutschland (251-259); Peter Jordens, Ayumi Matsuo, Clive Perdue: Comparing the acquisition of finiteness. A cross-linguistic approach (261-276); Kathrin Kirsch: Baustein ohne grammatikalische Funktion? Zur Bedeutung multifunktionaler Elemente in Lernsprachen anhand des Gebrauchs von *das* ist bei russischen Sprechern des Deutschen (277-285); Wolfgang Klein: The topic situation (287-305); Martina

Rost-Roth: Der zweitsprachliche Erwerb der Interrogation. Theoretische Implikationen und empirische Befunde (307-319); Ulrich Steinmüller: "Die Mutter ist die Schnecke, und die ist hier zur Hälfte aufgeschnitten." Gesprochene Fachsprache im akademischen Unterricht (321-329); Maik Walter, Karin Schmidt: "Und das ist auch gut so!" Der Gebrauch des Satzinitialen und bei fortgeschrittenen Lernern des Deutschen als Fremdsprache (331-342); Heide Wege-ner: "Häsen" und "Hände". Irreguläre Pluralformen beim DaZ-Erwerb (343-352).

[455-L] Allaoui, Raoua:

Dolmetschen im Krankenhaus: Rollenerwartungen und Rollenverständnisse,

(Interdisziplinäre Reihe : Migration - Gesundheit - Kommunikation, Bd. 1), Göttingen: Cuvillier Verl. 2005, 198 S., ISBN: 3-86537-439-5

INHALT: "Medizinisch-soziales Dolmetschen findet in unterschiedlichen Interaktionssituationen statt, in denen sich die Gesprächsparteien durch verschiedene soziale und kulturelle Hintergründe, Sprachen und Sprachniveaus, Interessen, Erwartungshaltungen usw. auszeichnen. In diesen zum Teil sehr unterschiedlichen Situationen verhilft ein Repertoire an Rollenkonzepten dem Dolmetscher zu einem angemessenen Handeln. Die Untersuchungsergebnisse zeigen, dass der Dolmetscher im medizinischen Setting nicht nur während der Interaktion, sondern bereits vor der Arzt-Patient-Kommunikation und auch nach deren Abschluss tätig wird. Seine Aufgaben hängen dabei von vielen Faktoren wie Klinik, Arzt, Patient sowie Dolmetscher ab. Durch diese Faktorenvielfalt ergibt sich für den medizinisch-sozialen Dolmetscher ein nicht eingrenzbare Interaktions- und Aufgabenspektrum. Die Untersuchungsergebnisse belegen auch, dass die Arzt-Patient-Kommunikation den Dolmetschern bekannte, aber auch bisher nicht beschriebene Rollen abverlangen. Um diese Rollen adäquat ausführen zu können, ist eine Sensibilisierung sowohl des Krankenhauspersonals als auch der Dolmetscher erforderlich. Aus den Aussagen der Interviewten ergibt sich ein Anforderungsprofil für ein Dolmetschgebiet, für das es seitens der professionellen Ausbildungsinstitutionen noch keine Qualifizierungsmaßnahmen gibt." (Autorenreferat)

[456-L] Ammon, Ulrich; Dittmar, Norbert; Mattheier, Klaus J.; Trudgill, Peter (Hrsg.):

Soziolinguistik: ein internationales Handbuch zur Wissenschaft von Sprache und

Gesellschaft ; 2. Teilbd., (Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 3.2), Berlin: de Gruyter 2005, XV, 856-1746 S., ISBN: 3-11-017148-1

INHALT: Inhaltsverzeichnis: Christine A. Monnier: Kultursoziologie (855-854); Carl-Friedrich Graumann: Sozialpsychologie (865-869); Volker Heeschen: Ethnologie und Anthropologie (870-878); Hannes Scheutz: Dialektologie (879-891); Rainer Dietrich, Patrick Grommes, Jürgen Weissenborn: Psycholinguistik (892-909); Wilfried Krings: Sozialgeographie (910-916); Hartmut Haberland: Forschungspolitik (917-929); Norbert Dittmar: Möglichkeiten und Grenzen einer soziolinguistischen Theorie (930-945); Hans Goebel: Forschungsethische Probleme (946-954); Matthew J. Gordon: Forschungsziele und Methodologie (955-964); Toni Rietveld, Roeland van Hout: Quantitative Methoden (965-977); Werner Kallmeyer: Qualitative Methoden (978-991); Peter Schlobinski: Phasen des Forschungsprozesses (992-997); David Sankoff: Probleme der Repräsentativität (998-1002); Gillian Sankoff: Querschnitt- und Längsschnittuntersuchungen (1003-1012); Aaron V. Cicourel: Elizitierung als ein Diskursproblem (1013-1022); Heinrich Löffler: Forschungsplanung bei Mikro- und Makrostudien (1023-

1032); Hartmut Lüdtke: Beobachtung (1033-1051); Charles L. Briggs: Soziolinguistisches Interview (1052-1062); Peter Atteslander: Schriftliche Befragung (1063-1075); Manfred Auer: Experiment (1076-1084); Bernard Spolsky: Test (1085-1094); Edward Finegan: Möglichkeiten und Grenzen korpuslinguistischer Beschreibung (1095-1103); John de Vries: Sprachenzensus (1104-1116); Marlis Hellinger: Kontrastive Soziolinguistik (1117-1125); Helmut Richter: Transkriptionssysteme (1126-1133); Roeland van Hout: Statistische Sprachbeschreibung (1134-1139); Roeland van Hout: Linguistische Messverfahren (1140-1149); David Sankoff: Variablenregeln (1150-1162); Wolfgang Klein: Varietätengrammatik (1163-1170); Norbert Dittmar, Peter Schlobinski: Implikationsanalyse (1171-1186); Romuald Skiba: Computeranalyse (1187-1196); Frederick Erickson: Ethnographische Beschreibung (1197-1211); Werner Kallmeyer: Konversationsanalytische Beschreibung (1212-1224); Kristin Bührig, Jan D. ten Thije: Diskurspragmatische Beschreibung (1225-1250); Peter Garrett: Messung von Einstellungen (1251-1260); Eugene Casad; Verständlichkeitsanalyse (1261-1272); Cailin Kulp, Karen M. Cornetto, Mark L. Knapp: Beschreibung nonverbalen Verhaltens (1273-1286); Basil Bernstein: Sozialschicht und soziolinguistische Codes (1287-1303); William F. Mackey: Mehrsprachige Städte (1304-1311); Ulrike Altendorf: Stadtdialektforschung (1312-1317); Sonja Vandermeeren: Spracheinstellungsforschung (1318-1331); Wolfgang Wildgen: Sprachkontaktforschung (1332-1345); Peter Hans Nelde: Sprachkonfliktforschung (1346-1352); Francoise Gadet: Soziolinguistische Stillforschung (1353-1360); Harald Haarmann: Nationalsprachenforschung (1361-1376); Peter Mühlhäusler: Pidgin- und Kreol-Forschung (1377-1384); Lothar Hoffmann: Fachsprachenforschung (1385-1393); Gudrun Held: Ethnographie des Sprechens (1394-1409); Penelope Brown: Sprachliche Höflichkeit (1410-1415); Jürgen Streeck: Ethnomethodologie (1416-1425); Iwar Werlen: Linguistische Relativität (1426-1435); Klaus J Mattheier: Dialektsoziologie (1463-1446); Patrick Renaud: Domänen- und rollenspezifische Forschung (1447-1458); Peter Schlobinski: Netzwerk-Untersuchungen (1459-1468); Jeanine Treffers-Daller: Sprachwechsel (1469-1482); William F Mackey: Bilingualismus und Multilingualismus (1483-1495); Jannis K. Androutsopoulos: Jugendsprachforschung (1496-1505); Guus Extra, Durk Gorter: Sprachliche und ethnische Minderheiten (1506-1520); Harald Haarmann: Sprachbarrieren zwischen Sprachgemeinschaften und Sprachwahl in internationalen Kontakten (1521-1535); Ulrich Ammon: Plurizentrische und geteilte Sprachen (1536-1542); E. Annamalai: Gemeinschaften mit "unentwickelten Sprachen" (1543-1544); Harald Haarmann: Dachlose Dialekte (1545-1551); Jenny Cheshire: Alters- und generationsspezifischer Sprachgebrauch (1552-1563); Gisela Klann-Delius: Geschlecht und Sprache (1564-1581); Monica Heller: Sprache und Identität (1582-1587); Richard Y. Bourhis, Anne Maass: Linguistisches Vorurteil und Stereotyp (1587-1601); Rick Jedema, Ruth Wodak: Kommunikation in Institutionen (1602-1614); Ulrich Schmitz: Sprache und Massenkommunikation (1615-1627); Dieter Nerius: Gesprochene und geschriebene Sprache (1628-1637); Rudolf de Cillia, Ruth Wodak: Politischer Diskurs (1638-1652); Harald Haarmann: Sprachverbreitungspolitik (1653-1666); Florian Coulmas: Ökonomische Aspekte von Sprachen (1667-1673); Karen Risager: (Trans- und interkulturelle Kommunikation 1674-1682); Dennis R. Preston: Perzeptive Dialektologie (1683-1695); Suzanne Romaine: Historische Soziolinguistik (1696-1703); Hannes Scheutz: Aktuell stattfindender Lautwandel (1704-1716); Peter Auer: Lautwandel (1717-1726); Helmut Lüdtke: Grammatischer Wandel (1727-1736); Malgorzata Fabiszak: Bedeutungs- und Wortschatzwandel (1737-1746).

[457-L] Antos, Gerd; Ventola, Eija (Hrsg.):

Handbook of interpersonal communication, (Handbooks of applied linguistics, Vol. 2), Berlin: de Gruyter 2008, XX, 638 S., ISBN: 978-3-11-018830-1

INHALT: "Interpersonal communication is a continuous game between the 'interacting' interactants. It is a continuous, dynamic flow that is linguistically recognised as discourse and developed as an on-going sequence of interactants' moves. Interpersonal communication is produced and interpreted by 'acting linguistically', and this handbook examines how interactants manage to exchange facts, ideas, views, opinions, beliefs, emotions, etc. by using the linguistic systems and the resources they offer." (author's abstract). Contents: Gerd Antos, Eija Ventola, Thilop Weber: Introduction: Interpersonal Communication - linguistic points of view (1-11); Margaret J. Pitts, Howard Giles: Social psychology and personal relationships: accommodation and relational influence across time and contexts (15-31); Dennis Day, Johannes Wagner: Ethnomethodology and Conversation Analysis (33-51); Susanne Günther: Interactional Sociolinguistics (53-76); Dagmar Barth-Weingarten: Interactional Linguistics (77-105); Geoff Thompson, Peter Muntigl: Systemic functional linguistics: an interpersonal perspective (107-132); Angelika Redder: Functional pragmatics (133-178); Arnulf Deppermann, Wilfried Schütte: Data and transcription (179-213); Margret Selting: Linguistic resources for the management of interaction (217-253); Barbara A. Fox: Dynamics of discourse (255-284); Paul J. Thibault: Face-to-face communication and body language (285-330); Caja Thimm: Technically-mediated interpersonal communication (331-354); Louisa J. Ravelli, Maree Stenglin: Feeling space: Interpersonal communication and spatial semiotics (355-393); Thilo Weber: Everyday communication and socializing (397-429); Peter Muntigl: Counseling, diagnostics, and therapy (431-455); Jannis Andoutsopoulos, Alexandra Georgakopoulou: Youth, discourse, and interpersonal management (457-479); Anna-Maija Korpiaakko-Huuhka, Anu Klippi: Language and discourse skills of elderly people (481-505); Miriam A. Locher: Relational work, politeness, and identity construction (509-540); Alexander Brock: Humor, jokes, and irony versus mocking, gossip, and black humor (541-565); Peter R.R. White: Praising and blaming, applauding, and disparaging - solidarity, audience positioning, and the linguistics of evaluative disposition (567-594); Sabine Krajewski, Hartmut Schröder: Silence and taboo (595-621).|

[458-L] Ayaß, Ruth:

Kommunikation und Geschlecht: eine Einführung, (Grundriß der Pädagogik/ Erziehungswissenschaft, Bd. 627), Stuttgart: Kohlhammer 2008, 205 S., ISBN: 978-3-17-016472-7

INHALT: Ein Buch, das Kommunikation und Geschlecht zum Gegenstand hat, so die Verfasserin, hat ein Reflexivitätsproblem, als mit einer fortwährenden Unterscheidung zwischen "Männern" und "Frauen" ein Reifizierungsproblem einhergeht: die ungefragte Fortsetzung alltagsweltlichen Denkens in zweigeschlechtlichen Strukturen und damit eine Fortsetzung von Alltagstheorien im wissenschaftlichen Diskurs. Insbesondere die Beidbenennung, die durch Movierung auf "-in" (sogenannte In-Suffigierung,) erfolgt, scheint im Zusammenhang mit dem Reifizierungsproblem ausgerechnet beim Thema Kommunikation und Geschlecht problematisch. Die Autorin verzichtet auf explizite Beidbenennung und damit auf eine fortwährende Reifizierung von Zweigeschlechtlichkeit durch Sprache. An Stelle der fraglichen Beidbenennung werden immer wieder neutralisierende Formulierungen verwendet. Die im

Zusammenhang mit dem Thema unausweichliche Rede von Männern und Frauen wird in ihrer essentialisierenden Kraft dadurch zu entschärfen versucht, als mitunter von "Männern" und "Frauen" die Rede ist. Es werden unterschiedliche Dimensionen des Ansatzes der "communities of practice" thematisiert. Dieser geht davon aus, dass die Kategorien "Männer" und "Frauen" nicht als gegeben hingenommen werden dürfen. Das Verhältnis Sprache und Geschlecht konstituiert sich vielmehr in den "communities of practice". Darunter werden Ensembles ("communities") verstanden, die sich durch ein gemeinsames Anliegen auszeichnen und die zur Durchführung ihrer Anliegen ein gemeinsames Repertoire an Praktiken entwickelt haben. Die Beobachtung dieser konkreten Mitgliedschaften zu einer "community" und der ihr eigenen "Praktiken" ist Ziel des Ansatzes. Die Gemeinschaften werden nicht als statische Entitäten verstanden, sondern als dynamische Einheiten, die sich in erster Linie über das gemeinsame Repertoire an Praktiken konstituieren. Es wird argumentiert, dass weitere Untersuchungen zeigen müssen, wie Weiblichkeit und Weiblichkeiten resp. Männlichkeit und Männlichkeiten in Interaktionen erzeugt und bestätigt werden, wo und wie Prozesse der Kommunikation von Geschlechtern und Sexualitäten beobachtbar sind - und wie sie mitunter neutralisiert werden. Es geht konsequent darum, nicht die Unterschiede als gegeben voraussetzen, sondern vielmehr von einer Nullhypothese auszugehen und darauf aufbauend erst die Prozesse der Unterscheidung oder eben Nicht-Unterscheidung aufzuzeigen. (ICF2)

[459-F] Barthel, Henner, Univ.-Prof.Dr. (Bearbeitung); Barthel, Henner, Univ.-Prof.Dr. (Leitung):
Rhetorische Kompetenz in Gespräch und Rede

INHALT: Die Arbeit stellt einen (eigenständigen) Teil des Forschungsprojekts "Kommunikations- und Medienkompetenz" im Rahmen des Sonderprogramms "Wissen schafft Zukunft" des Landes Rheinland-Pfalz dar. Mit dem Ziel der Entwicklung von Materialien und Maßnahmen zur Förderung rhetorischer Kompetenzen in ausgewählten Einrichtungen werden hier Gesprächs- und Redekompetenzen analysiert und interpretiert. *ZEITRAUM:* ab 2000 *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Europa und USA

METHODE: sozialwissenschaftlich-rhetorischer Ansatz *DATENGEWINNUNG:* Inhaltsanalyse, offen; Aktenanalyse, offen; Experiment; Beobachtung, teilnehmend; Gruppendiskussion; Standardisierte Befragung, schriftlich; Hermeneutik.

VERÖFFENTLICHUNGEN: Barthel, H.; Schüssler, N.: Kommunikationsprobleme im Wandel der Arbeit. in: Anders, Chr.; Hirschfeld, U. (Hrsg.): Sprechsprachliche Kommunikation. Frankfurt am Main: P. Lang 2003, S. 31-40.+++Vidal, F.: Kommunikation in neuen Welten. in: Vidal, F. (Hrsg.): Philosophie und Arbeit. Mössingen-Talheim: Talheimer 2003, S. 163-181.+++Barthel, H.: Rhetorische Kompetenz heute? in: Bose, I. (Hrsg.): Sprechwissenschaft. Frankfurt a.M. u.a.: P. Lang 2007, S. 225-233. *ARBEITSPAPIERE:* Six, Ulrike u.a.: Kommunikations- und Medienkompetenz: Schwerpunktantrag. Landau: Univ. Koblenz-Landau, Campus Landau 2005.

ART: *BEGINN:* 2005-02 *ENDE:* 2008-03 *AUFTRAGGEBER:* Präsidialamt der Universität Koblenz-Landau, Mainz *FINANZIERER:* Auftraggeber

INSTITUTION: Universität Koblenz-Landau Campus Landau, FB 08 Psychologie, IKMS - Institut für Kommunikationspsychologie, Medienpädagogik und Sprechwissenschaft, Abt. Sprechwissenschaft -ISW- (Marktstr. 40, 76829 Landau)

KONTAKT: Sekretariat (Tel. 06341-146400, e-mail: ruzika@ikms-uni-landau.de)

[460-F] Barth-Weingarten, Dagmar, Dr.phil.; Heidtmann, Daniela, Dr.phil.; Spranz-Fogasy, Thomas, Prof.Dr.phil.; Reitemeyer, Ulrich, Dr.; Schmitt, Reinhold, Dr.sc.hum. (Bearbeitung); Deppermann, Arnulf, Prof.Dr.phil. (Leitung):

Sprachlich-kommunikative Verfahren der Dokumentation von Verstehen in der verbalen Interaktion

INHALT: Wie zeigen Gesprächsteilnehmer einander, ob und wie sie ihre Partner verstanden haben? Mit welchen sprachlich-kommunikativen Verfahren erreichen sie ein gemeinsames Verständnis? Dient die Thematisierung von Verstehen im Gespräch wirklich nur zur Klärung von Verstehensproblemen? In welchem Verhältnis stehen Fragen der Verständigung zu den Handlungsaufgaben und dem sozialen Kontext des Gesprächs? Das Projekt untersucht die sprachlich-kommunikativen Verfahren, mit denen Gesprächsteilnehmer einander in der verbalen Interaktion anzeigen, wie sie Beiträge ihrer Gesprächspartner verstehen und wie ihre eigenen Äußerungen verstanden werden sollen. Das Projekt will am Beispiel der Untersuchung von "Verstehen in der verbalen Interaktion" einen Beitrag zur Klärung des Zusammenhangs von Sprachstruktur (sprachliche Konstruktionen), Interaktionsstruktur (kommunikative Aufgaben und interaktive Organisationsformen) und Sozialstruktur (institutionelle Strukturen und Identitäten) leisten. Dabei wird gefragt, wie sich 'Verstehen' in beobachtbaren Aktivitäten manifestiert und damit als zentrales Konzept einer Theorie der verbalen Interaktion erforscht und konzeptualisiert werden kann. Vier Teilprojekte widmen sich der gesamten Spannweite von sprachlich-kommunikativen Verfahren, mit denen Verstehen in der verbalen Interaktion dokumentiert wird: 1. sprachliche Konstruktionen des Verstehens von Äußerungen; 2. multimodale Praktiken der Dokumentation von Verstehen; 3. sequenzielle und interaktionstypologische Organisation von Verstehen; 4. (Re-)Produktion sozialer Strukturen in Verstehensprozessen. *GEOGRAPHISCHER RAUM:* deutsches Sprachgebiet

METHODE: qualitative Forschung; Konversationsanalyse (sequenzanalytische Einzelfallanalysen und Kollektionsanalysen); multimodale Videoanalyse; ethnographische Gesprächsanalyse; ergänzend: quantitative Korpuslinguistik *DATENGEWINNUNG:* Gesprächs-/ Konversationsanalyse (Stichprobe: 250; Gespräche). Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts.

VERÖFFENTLICHUNGEN: Deppermann, Arnulf; Elstermann, Mechthild: Lexikalische Bedeutung oder Konstruktionsbedeutungen? Eine Untersuchung am Beispiel von Konstruktionen mit verstehen. in: Stefanowitsch, Anatol; Fischer, Kerstin (Hrsg.): Konstruktionsgrammatik II: Von der Konstruktion zur Anwendung. Tübingen: Stauffenburg 2008, S. 103-133.+++ Deppermann, Arnulf: Verstehen im Gespräch. in: Kämper, Heidrun; Eichinger, Ludwig M. (Hrsg.): Sprache - Kognition - Kultur. Sprache zwischen mentaler Struktur und kultureller Prägung. Jahrbücher des Instituts für deutsche Sprache 2007. Berlin: de Gruyter 2008, S. 225-261.+++Deppermann, Arnulf; Schmitt, Reinhold: Koordination. Zur Begründung eines neuen Forschungsgegenstandes. in: Schmitt, Reinhold (Hrsg.): Koordination. Analysen zur multimodalen Interaktion. Studien zur deutschen Sprache, 38. Tübingen: Narr 2007, S. 15-54.++ +Schmitt, Reinhold; Deppermann, Arnulf: Monitoring und Koordination als Voraussetzungen der multimodalen Konstitution von Interaktionsräumen. in: Schmitt, Reinhold (Hrsg.): Koordination. Analysen zur multimodalen Interaktion. Studien zur deutschen Sprache, 38. Tübingen: Narr 2007, S. 95-128.+++Schmitt, Reinhold: Einleitung. in: Schmitt, Reinhold (Hrsg.): Koordination. Analysen zur multimodalen Interaktion. Studien der deutschen Sprache, 38. Tübingen: Narr, 2007, S. 7-14.+++Schmitt, Reinhold; Fiehler, Reinhard; Reitemeyer, Ulrich: Audiovisuelle Datenkonstitution und Koordinationsprozesse. in: Schmitt, Reinhold (Hrsg.): Koordination. Analysen zur multimodalen Interaktion. Studien zur deutschen Sprache, 38. Tübingen: Narr 2007, S. 377-410.

ART: *BEGINN:* 2007-01 *ENDE:* 2012-12 *AUFTRAGGEBER:* nein *FINANZIERER:* Institution
INSTITUTION: Institut für Deutsche Sprache -IDS- (Postfach 101621, 68016 Mannheim)
KONTAKT: Leiter (Tel. 0621-1581-309, e-mail: deppermann@ids-mannheim.de)

[461-L] Bauer, Selket:

The sociolinguistics of English-Hindi code switching: a case study from India, Saarbrücken:
VDM Verl. Dr. Müller 2008, X, 77 S., ISBN: 978-3-8364-7247-0

INHALT: "A major part of the world's population is bi- or multilingual. Since code-switching is common practice in bilinguals' Speech, even various commercial disciplines are becoming increasingly interested in this phenomenon and its underlying mechanisms and effects. Sociolinguistic research, which aims at determining how codeswitching creates social meaning and which discourse functions it serves, represents an important field of code-switching research. While all of South Asia is characterised by bi- or multilingualism, there is probably no multilingual society more complex than the Indian one. Apart from the two national languages English and Hindi, more than 100 distinct languages are spoken in the country, with permanent code-switching between several of these languages being an established and accepted practice. This book discusses the different sociolinguistic code-switching theories and their applicability to the Indian context. It then studies English-Hindi code-switching and analyzes the findings against the background of the different theories." (author's abstract)

[462-L] Baumgarten, Britta; Weihe, Anne C.:

Mikroanalysen zum Einfluss nonverbaler Kommunikationsformen auf Abstimmungspraktiken in politischen Gremien, in: Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft, Jg. 38/2009, H. 1, S. 23-42 (Standort: USB Köln(38)-XE00150; Kopie über den Literaturdienst erhältlich)

INHALT: "Gremien sind ein zentraler Ort zur Vorbereitung und Besiegelung von politischen Entscheidungen. Eine kürzlich veröffentlichte Methode der Gremienanalyse (Nullmeier et al. 2008) ermöglicht es, detaillierte Mikroanalysen solcher üblicherweise unter Anwesenheit der Beteiligten stattfindenden Prozesse der Verbindlichkeitsherstellung durchzuführen. Von dieser Basis ausgehend hinterfragt der vorliegende Beitrag anhand von Fallstudien in Gremien der Kommunal- und Landespolitik und der universitären Selbstverwaltung die Rolle von Abweichungen vom Idealtypus der formalisierten Abstimmung. Hierbei sind insbesondere nonverbale Äußerungen von Bedeutung. Die zugrunde gelegten Leitfragen lauten: Wie kompensieren die Gremiumsmitglieder im Falle unformalisierter Abstimmungen die Transparenz eines Abstimmungsrituals? Und welche Auswirkungen hat das Fehlen einer explizit geregelten Entscheidungsherstellung - etwa die moderierte Abstimmung per Handzeichen - auf die Beteiligungsmöglichkeiten der Gremienmitglieder an der Entscheidung? Anhand der im Beitrag beschriebenen vier Musterfälle für verschiedene Abstimmungspraktiken lässt sich zum einen zeigen, dass solche strukturellen Leerstellen insbesondere durch nonverbale Kommunikationsformen ausgefüllt bzw. gestaltet werden können; zum anderen, dass unformalisierte Beschlussfassungspraktiken auch spezifische Möglichkeiten der Durchsetzung von Einzelinteressen bergen. Die folgenden Ausführungen sollen daher auch dazu beitragen, Methodiken zur Mikroanalyse von Machtbeziehungen in politischen Gremien fortzuentwickeln." (Autorenreferat)

[463-L] Bayraktarli, Ihsan Yilmaz:

Die politische Debatte um eine türkische Schrift- und Sprachrevolution von 1928, Freiburg im Breisgau: Maurer 2008, 347 S., ISBN: 978-3-929345-54-4

INHALT: Im Zuge der Schrift- und Sprachrevolution von 1928 wurde das Osmanisch-Türkische an die lateinische Schrift angepasst und die Sprache türkisiert. Der Verfasser zeigt zunächst, warum die türkische Sprachplanung nicht als Reform, sondern als Revolution zu verstehen ist. Er setzt sich im Folgenden mit der Argumentation auseinander, die arabische Schrift sei ursächlich für die Rückständigkeit des Landes und den Analphabetismus. Ein Überblick über die türkische Sprache und ihre Alphabete schließt sich an. Vor diesem Hintergrund wird die Schrift- und Sprachrevolution von 1928 konkret beschrieben - ihre Vorläufer seit 1908, ihr historischer Verlauf, ihre Rolle als Innovationsfaktor des Kulturwandels und die Diskussionen über Pro und Contra bis heute. Entgegen ihren Bestrebungen brachten auch die kemalistischen Revolutionen der Türkei bis heute keine kulturelle Vereinigung mit Europa. (ICE2)

[464-L] Bister, Milena D.:

"Jemand kommt zu Dir und sagt bitte": eine empirische Studie zur Gewebespende im Krankenhauskontext, in: Österreichische Zeitschrift für Soziologie : Vierteljahresschrift der Österreichischen Gesellschaft für Soziologie, Jg. 34/2009, H. 2, S. 72-78 (Standort: USB Köln(38)-XH2528; Kopie über den Literaturdienst erhältlich; dx.doi.org/10.1007/s11614-009-0014-7)

INHALT: "Biomedizinische Forschung gewann in den letzten Jahrzehnten besonders in westlichen Gesellschaften verstärkt an Bedeutung. Da dieser Forschungszweig vielfach auf Verwendung menschlicher Körpersubstanzen angewiesen ist, finden sich immer mehr Menschen in einer Doppelrolle als Patientin und Spenderin wieder. Dieser Artikel widmet sich der Entscheidungsfindung von Personen, die während der Vorbereitung auf einen plastisch-chirurgischen Eingriff schriftlich im Informed-Consent-(IC-)Gespräch um eine Gewebespende gefragt werden. Während in bioethischen Debatten oft angenommen wird, dass sich Patientinnen aufgrund der dargebotenen Information für oder gegen eine Einwilligung entscheiden, fokussiere ich in der vorliegenden Arbeit auf die Umstände und Überlegungen, die im IC-Gespräch zur Zustimmung der Patientinnen führen. Dabei diskutiere der Autor, wie Patientinnen die Frage nach einer Gewebespende sozial als Bitte erfahren und wie sich diese Auffassung auf ihre Einwilligungsbereitschaft auswirkt. Das Ziel des Beitrags ist, ein Verständnis von IC-Prozessen anzuregen, das über den dominanten bioethischen Diskurs des rationalen Entscheidens hinausgeht." (Autorenreferat)

[465-L] Busch, Dominic:

The notion of culture in linguistic research, in: Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research, Vol. 10/2009, No. 1, 26 S. (nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0901508)

INHALT: "Sprachwissenschaftliche Forschungsarbeiten zur interkulturellen Kommunikation gehen meist davon aus, dass kulturelle Einflüsse auf soziales Handeln im kommunikativen Austausch sichtbar werden. Darauf aufbauend wird meist umgekehrt ebenfalls geschlossen, dass eine wissenschaftliche Untersuchung kommunikativen Austauschs als Grundlage für eine an-

gemessene Erfassung und Beschreibung interkultureller Kommunikation im Allgemeinen ausreicht. Da sprachwissenschaftliche Theorien meist kaum Möglichkeiten der Integration eines Kulturbegriffs offenhalten, sehen sich Autor/innen entsprechender Studien in der Regel gezwungen, Kulturdefinitionen aus benachbarten Disziplinen wie der Psychologie, der Soziologie oder der Anthropologie zu übernehmen. Forschungsarbeiten, die aus diesem transdisziplinären Ansatz heraus entstehen, unterscheiden sich demnach meist erheblich in ihren Annahmen darüber, wie, an welcher Stelle und in welchem Moment eines kommunikativen Prozesses Kultur soziales Handeln mit welchen Auswirkungen beeinflusst. Während Forschungsüberblicke mit dem Ziel einer entsprechenden Systematik meist zwischen primordialen und konstruktivistischen Ansätzen unterscheiden, ermöglicht eine weiterführende Analyse präzisere und detailliertere Differenzierungen angenommener Einflüsse von Kultur auf soziales Handeln. Der vorliegende Beitrag analysiert eine Auswahl unterschiedlicher sprachwissenschaftlicher Herangehensweisen an Themenstellungen interkultureller Kommunikation, wie beispielsweise der interkulturellen und kontrastiven Pragmatik, der interaktionalen Soziolinguistik, der Ethnografie der Kommunikation, der Ethnomethodologie sowie der Diskursanalyse. Dabei werden die jeweils zugrunde gelegten Kulturverständnisse herausgearbeitet und miteinander verglichen. Darüber hinaus deutet die vorliegende Analyse darauf hin, dass die jeweils präferierten und adaptierten Kulturverständnisse einem zeitlichen Wandel unterliegen." (Autorenreferat)

[466-L] Choi, Young-Don:

Die Konsequenzen der Sprachstruktur für die Verfestigung sozialer Ungleichheit in der koreanischen Gesellschaft: unter besonderer Berücksichtigung neokonfuzianischer Einflüsse, Marburg 2008, 209 S. (Graue Literatur; deposit.d-nb.de/cgi-bin/dokserv?idn=992169275&dok_var=d1&dok_ext=pdf&filename=992169275.pdf)

INHALT: "Die Dissertation thematisiert am Beispiel Korea einen kulturellen Aspekt sozialer Ungleichheit, der im Zusammenhang mit Bedingungs- und Wirkungsverhältnissen zwischen Gesellschaftsformationen und Kommunikationsformen in einer Phase des Modernisierungsprozesses steht. In der koreanischen Grammatik gibt es nämlich verschiedene Sprechstufen, die exakte vertikale Rangdifferenzierung jedes Einzelnen auch in großen Gruppen ermöglichen. Dieses Sprachsystem der abgestuften Höflichkeit im Koreanischen ist vor allem durch die sozial geregelte ungleiche Verteilung der Verwendung unterschiedlicher Formen der Verben und weiteren Satzbauelementen, zum Beispiel Selbst- und Fremdbezeichnungen, Adjektive und Nomen etc., charakterisierbar. Vor diesem Hintergrund lässt sich der Inhalt der Dissertation folgendermaßen zusammenfassen: 1. Die Grammatik der koreanischen Sprache hat ihre heutige Form durch die Zeit der neokonfuzianischen Joseon-Dynastie (1392-1910). 2. Die vertikale Rangdifferenzierung in der Sprache konstituiert Über- und Unterordnungsverhältnisse in der Gesellschaft. Die rangbezogene koreanische Sprachstruktur spielt bei der Entwicklung der modernen Demokratie eine hemmende Rolle. 3. Die Entwicklung von der vor-modernen Gesellschaft zur modernen war in Korea rasant. Die Phase der Aufklärung fand nicht statt. 4. Die Sprache und ihre hierarchischen Eigenschaften gelten den meisten Koreanern als unantastbare nationale Institutionen." (Autorenreferat)

[467-L] Dal Negro, Silvia:

Survival strategies of local languages in Italy, in: Alexandra N. Lenz (Hrsg.) ; Klaus J. Mattheier (Hrsg.): Dialektsoziologie: Niemeyer, 2008, S. 127-139

INHALT: Aus einer sprachpolitischen Perspektive lenkt die Autorin den Fokus auf "local languages" in Italien, wobei sie unter diesem Label sowohl Dialekte und Regiolekte als auch Minderheitensprachen fasst. Beschrieben und diskutiert wird, unter welchen Bedingungen und in welcher Art lokale kulturelle Varietäten und Sprachen in Italien "überleben". Im wesentlichen wird auf vier Faktoren eingegangen, die im allgemeinen für Dialektverlust bzw. -erhalt verantwortlich gemacht werden können und zwar der soziale, der geographische, der temporale und der funktionale Faktor. Die Autorin stellt - wie auch für andere europäische Länder - fest, dass in der direkten Umgebung (Familie, Freunde und sogar Schule) und sogar in Situationen, die man gemeinhin als formal betrachtet, in vielen Regionen Italiens noch fast ausschließlich Dialekt gesprochen wird und man davon ausgehen kann, dass viele von ihnen mit den beiden anderen Sprachvarietäten (Zwischenvarietät und Hochsprache) nur sehr selten in Berührung kommen. Der Kontakt zur italienischen Standardsprache ist fast exklusiv passiver Natur (Fernsehen, Radio und Schriftsprache). Für viele Jugendlichen ist sogar in der Schule der Kontakt zur Hochsprache vorwiegend passiv. Darüber hinaus lässt sich feststellen, dass die Standardsprache auch von den Lehrern des Öfteren nicht verwendet wird. (ICA)

[468-L] Dorge, Janina:

Deutsche in Deutschland - Stereotype und interkulturelle Kommunikation: fühlen sich die Ossis fremd?, Saarbrücken: VDM Verl. Dr. Müller 2008, 203 S., ISBN: 978-3-8364-8192-2

INHALT: "Es soll zusammenwachsen, was zusammengehört'... Seit der Wiedervereinigung im Jahre 1990 sind auch die ehemaligen DDR-Bürger im Besitz des bundesdeutschen Passes. Man war wohl davon ausgegangen, dass damit augenblicklich die Identität gewechselt und die kulturelle Prägung der DDR abgestreift werde. Die Autorin geht mit den Hilfsmitteln der Interkulturellen Kommunikation (IKK) der Frage nach, ob sich die 'neuen' Bundesbürger dennoch fremd im eigenen Land fühlen. Sie gibt daher einleitend einen Überblick über die Erkenntnisse der IKK und beleuchtet dann die Kommunikationssituation zwischen Ost- und Westdeutschen, indem sie historische, politisch-ideologische und wirtschaftliche Faktoren sowie kulturelle Aspekte zur Erläuterung der spezifischen Anpassungsprobleme der Ostdeutschen heranzieht, diese mit vorhandenen Studien untermauert und schließlich mit einer eigenen Untersuchung aufwartet, die das Fremdheitsgefühl von in Deutschland lebenden Ausländern und Ostdeutschen vergleicht." (Autorenreferat)

[469-L] Döring, Nicola:

Mediatisierte Beziehungen, in: Karl Lenz (Hrsg.) ; Frank Nestmann (Hrsg.): Handbuch persönliche Beziehungen, Weinheim: Juventa Verl., 2009, S. 651-675

INHALT: Die Forschung zur Mediatisierung persönlicher Beziehungen ist der Autorin zufolge von großer Bedeutung, da es heute kaum noch Beziehungen gibt, die nicht in einem gewissem Maße von Mediatisierungsphänomenen direkt oder indirekt betroffen sind. Auch wenn in der Beziehungsforschung vorrangig die Face-to-Face-Kommunikation betrachtet wird, so besteht das Beziehungsgeschehen empirisch doch zu einem sehr großen Teil aus Medienkontak-

ten. Nicht nur deshalb, weil das Spektrum der verfügbaren Medien sich ständig erweitert, sondern auch, weil durch die Individualisierung sowie die wachsende Berufs- und Freizeitmobilität der Bedarf nach orts- und zeitunabhängiger medialer Kommunikation steigt. Im vorliegenden Beitrag werden zunächst parasoziale Beziehungen zu Medienfiguren betrachtet, z. B. Beziehungen zu Fernsehpersonen, zu Computerprogrammen und zu Robotern. Im Anschluss daran werden die Online-Beziehungen zwischen Internet-Nutzern in den Blick genommen, wobei insbesondere auf die Kontaktsuche eingegangen wird. Ein weiteres Kapitel des Beitrags behandelt die Offline-Beziehungen, welche jeweils für die mediale Binnenkommunikation und die mediale Außenkommunikation gesondert betrachtet werden. (ICI2)

[470-L] Eschbach, Achim; Halawa, Mark A.; Loenhoff, Jens (Hrsg.):

Audiatur et altera pars: Kommunikationswissenschaft zwischen Historiographie, Theorie und empirischer Forschung ; Festschrift für H. Walter Schmitz, Aachen: Shaker 2008, 441 S., ISBN: 978-3-8322-7347-7 (Standort: ULB Münster(6)-3F76373)

INHALT: Inhaltsverzeichnis: Helmut Richter: Bedeutungskonstitution zwischen Emergenz und Konstruktion (44-60); Wilhelm H. Vieregge: "Wovon man nicht sprechen kann, ...": zur Realisierung von Unausprechlichem (61-80); Ulrich Schmitz: Konversation im Überfluss. Gricés Maximen missachten die wirklichen Sprecher (oder umgekehrt?) (81-197); Jens Loenhoff: Zu einem reflexiven Konzept interkultureller Kompetenz (198-117); Claudia Schirrmeyer: Das Schuldbekenntnis - Untergang einer kommunikativen Gattung? (118-146); Ulrike Schröder: Aufbrüche in der kognitiven Metaphernforschung aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht (147-166); Elena Ungeheuer: Der Zuhörer lässt die Musik erklingen. Ein handlungstheoretischer Ansatz kommunikationswissenschaftlicher Musikbetrachtung (167-181); Kjell-Ake Forsgren: Kommunikatives in deutscher Grammatik und Linguistik des 19. Jahrhunderts (182-194); Clemens Knobloch: Auch eine "Ethnographie der Kommunikation"? Kulturmorphologie in Deutschland (195-208); Jan Noordegraaf: Progress in Language and Progress in Communication. The Case of Afrikaans (209-223); Erik Heijerman: Van Eeden and the later Wittgenstein on embodied meaning (224-241); Bastian Willink: Neurath and Mannoury. The clash of significs with logical empiricism (242-254); Achim Eschbach: Ex occidente lux. Zur semiotischen Rekonstruktion der alteuropäischen Schrift (255-263); Rüdiger Brandt: Komplexitätsaufbau, Überkomplexität, Komplexitätsreduktion. Eine heuristische Analyse der Vertrauenserzeugung durch Siegel im Mittelalter (264-277); Karin Kolb: Zum Diskurs über das Selbstverständnis der Kommunikationswissenschaft und zur Relevanz eines kommunikationswissenschaftlichen Problemsystems (278-292); Karl-Dieter Bunting: Verknotungen (293-303); Ernest W.B. Hess-Lüttich: Angeklagte Ausländer Interkulturell-Institutionelle Kommunikation vor Schweizer Gerichten (304-336); Emel Huber: Sprachwahl türkischstämmiger Jugendlicher (337-351); Peter Braun: "Harry Potter und der Stein der Weisen": sprachliche Beobachtungen (352-363); Christina Hahn: Fieldwork totEthnographic Construction of Seattle's Scanhouse (364-381); Andrea Kathage: Am Anfang war der Wille ... oder das Wort? Zur kommunikativen Entwicklung des Kindes (382-400); Robin Kurilla: Extrakommunikative Konfliktschablonen zwischen den Kulturen. Entwurf zur vergleichenden Strukturierung von Erfahrungswelten bei der interkulturellen Kommunikationsforschung (401-425); Thomas Bliesener: Lernen von Videokonferenz durch Simulationen (426-441).

[471-L] Felgenhauer, Tilo:

Geographie als Argument: eine Untersuchung regionalisierender Begründungspraxis am Beispiel "Mitteldeutschland", (Sozialgeographische Bibliothek, Bd. 9), Stuttgart: Steiner 2007, 246 S., ISBN: 978-3-515-09078-0 (Standort: USB Köln(38)-35A2017)

INHALT: "Welche argumentative Struktur weisen sprachliche Raumbezüge auf? Wie werden Aussagen über 'Raum' und 'Region' formuliert? Auf welchen Prämissen basieren raumbezogene Argumentationen? In dieser sozialgeographischen Studie werden Räume und Regionen als Produkte sprachlicher Praktiken begriffen. Sie untersucht die soziale Konstruktion der räumlichen Wirklichkeit am Beispiel eines dokumentierten Diskurses um den Begriff 'Mitteldeutschland'. Mit Hilfe der Argumentationstheorie nach Toulmin werden Formen der Containerisierung, Naturalisierung und Historisierung herausgearbeitet. Auf diese Weise wird erkennbar, wie in der Alltagssprache geographische Weltbilder geformt und verbreitet werden." (Autorenreferat)

[472-L] Fine, Elizabeth C.; Schwandt, Berndt (Hrsg.):

Applied communication in organizational and international context, (Sprechen und Verstehen : Schriften zur Kommunikationstheorie und Kommunikationspädagogik, Bd. 27), St. Ingbert: Röhrig 2008, 182 S., ISBN: 978-3-86110-431-5

INHALT: "This book contains papers presented at the Twentieth International Colloquium on Communication, which took place in July 2006 in Erfurt, Germany. Participants addressed questions related to the practical application of communication research, as well as the interrelationships between communication theories and applications in various contexts. Two main foci for these questions were organizations as a major site of communicative practice and international contexts, which have varying communication and cultural patterns that expand the forms of communication we are acquainted with in nation-wide, single-language contexts. The articles included in this volume address five different dimensions of applied communication: visual and spatial communication, intercultural communication, argumentation, organizational communication and health communication." (author's abstract). Contents: Hellmut K. Geissner: Rene Magritte: Thought Pictures of Rhetorical Communication (15-30); Bernd Schwandt: Group Photography as a Means of Communicating With Groups (31-42); Werner Nothdurft: The Conversational Space (43-50); Edith Slembeck: Gender and Courtesy - Traditional Communication under Inquiry (51-64); Eric E. Peterson: Applied Communication Analysis in Diversity Training: A Case Study (65-74); Wulff Bickenbach: The Role of Communication in Enlarging the Scope of Action in the Refugee Policy of St. Gallen, Switzerland, 1938-39 (75-86); Laura Lindenfeld: Permeable Boundaries: Project Opportunity as a Bona Fide Group (87-96); Kristin M. Langellier: Negotiating Somali Identity in Maine (97-106); Susanne Heine: Communicating Reformation - Reforming Communication (107-118); Kati Hannken-Illjes: On the Becoming and Failing of Argument Themes (119-128); Hartwig Eckert: The Role of Linguistics and Philosophy in the Application of Communication Theories in Organizational Contexts (129-138); Timothy Hegstrom, Richard Fox, Robert Barlow: Applied Communication in Customer Support (139-154); Gary W. Selnow: Providing Medical and Healthcare Information to Disenfranchised Populations: An NGO's Efforts to Unite Medical Providers (155-166); Elizabeth Fine: Contributions of Autobiographical Performances by Breast Cancer Survivors to Narrative Medicine (167-181).|

[473-F] Fisch, Stefan, Univ.-Prof.Dr.phil.; Margreiter, Klaus, Dr. (Bearbeitung):

Geschichte der europäischen Verwaltungssprachen und ihrer Reformen, 1750-2000: vergleichende und transnationale Perspektiven

INHALT: Das Projekt untersucht die Bedeutung des Stils von amtlichem Schrifttum für die behördeninterne Kommunikation und zwischen Amt und Bevölkerung. Durch den Vergleich der langfristigen Entwicklung verschiedener europäischer Verwaltungssprachen kann deren Rolle für das Funktionieren eines administrativen Apparates und für die Kommunikation zwischen Staat und Bürgern ebenso beschrieben werden, wie die Einflüsse der politischen Kultur auf die Entwicklung der Administration. Auf der Basis der Analyse öffentlicher Kritik an der Amtssprache und insbesondere von Initiativen zu ihrer Reform sollen Informationen über die Prinzipien des administrativen Sprachgebrauchs sowie seine Rezeption gewonnen werden.
ZEITRAUM: 1750-2000 *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Europa

METHODE: Das Forschungsprojekt ist in den Kontext der Erforschung der Kulturgeschichte der öffentlichen Verwaltung eingebettet. Der methodischen Heterogenität dieser Forschung sowie der äußerst vielfältigen und oft unklaren Quellenlage entsprechend, verfolgt das Projekt einen theoretisch offenen Ansatz, der sich am empirischen Gehalt des vorgefundenen Materials orientiert. *DATENGEWINNUNG:* Inhaltsanalyse, offen; Aktenanalyse, offen.

ART: *BEGINN:* 2007-05 *ENDE:* 2009-04 *AUFTRAGGEBER:* nein *FINANZIERER:* Deutsche Forschungsgemeinschaft

INSTITUTION: Deutsches Forschungsinstitut für öffentliche Verwaltung Sektion 03 Verwaltungshandeln zwischen öffentlichen und privaten Akteuren (Freiherr-vom-Stein-Str. 2, 67346 Speyer)

KONTAKT: Margreiter, Klaus (Dr. Tel. 06232 654-383, Fax: 06232-654-290, e-mail: margreiter@foev-speyer.de); Fisch, Stefan (Prof.Dr. e-mail: sfisch@foev-speyer.de)

[474-L] Gerhards, Jürgen:

Transnationales linguistisches Kapital der Bürger und der Prozess der europäischen

Integration, (BSSE-Arbeitspapier - Berliner Studien zur Soziologie Europas, Nr. 17), Berlin 2008, 28 S. (Graue Literatur;

www.polsoz.fu-berlin.de/soziologie/arbeitsbereiche/makrosoziologie/arbeitspapiere/bsse_17.html)

INHALT: "Der politische Prozess der europäischen Integration hat entscheidend zu einer Europäisierung der Gesellschaften Europas beigetragen. Ob dieser systemische Prozess der Europäisierung von einer lebensweltlichen Europäisierung im Sinne einer Zunahme der Kommunikation zwischen den Bürgern verschiedener Mitgliedsländer begleitet wird, hängt entscheidend von der Mehrsprachigkeit der Bürger ab. In welchem Maße die Bürger der 27 Länder mehrsprachig sind und wie man die Unterschiede in der Ausstattung mit transnationalem, linguistischem Kapital erklären kann, ist das Thema des Artikels. In einem ersten Schritt werde ich die Sprachpolitik der Europäischen Union beschreiben. Diese ist durch zwei Merkmale gekennzeichnet: Die Akzeptanz der sprachlichen Heterogenität der Europäischen Union und der Verzicht auf eine Politik der sprachlichen Homogenisierung einerseits und die Förderung der Mehrsprachigkeit der Bürger Europas zur Verbesserung der Integration Europas andererseits. Im zweiten Schritt analysiere ich auf der Basis einer Auswertung einer Eurobarometerbefragung, über welches transnationale linguistische Kapital die Bürger Europas verfügen, das sie in die Lage versetzt, am Europäisierungsprozess zu partizipieren. Die Ergebnisse werden zeigen, dass die Kompetenzen der Mehrsprachigkeit zwischen den Ländern und innerhalb

der Länder sehr unterschiedlich verteilt sind, es ähnlich wie bei anderen Kapitalien eine Ungleichheit in der Kapitalausstattung der Bürger gibt. Im dritten Schritt gehe ich der Frage nach, wie man diese Ungleichheit erklären kann. Dazu werden zuerst einige Hypothesen formuliert, die dann durch eine multivariate Analyse überprüft werden. Die Mehrsprachigkeit der Bürger kann durch folgende Faktoren relativ gut erklärt werden: den Grad der Modernität und die Größe eines Landes, in dem jemand lebt, die Verfügung über institutionalisiertes kulturelles Kapital und durch die Klassenlage des Befragten. Dieser Befund bestätigt andere Ergebnisse, die gezeigt haben, dass es vor allem die oberen Schichten sind, die vom Prozess der systemischen europäischen Integration profitieren, weil sie in der Lage sind, daran zu partizipieren." (Autorenreferat)

[475-L] Gibson, Will:

Intercultural communication online: conversation analysis and the investigation of asynchronous written discourse, in: Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research, Vol. 10/2009, No. 1, 18 S. (nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0901493)

INHALT: "Der vorliegende Artikel arbeitet methodologische Probleme heraus, die entstehen, wenn bei der Analyse von schriftlichen, asynchronen Online-Diskussionen 'Kultur' und 'Interkulturalität' als interaktiv darstellbare und beobachtbare Phänomene behandelt werden. Insbesondere wird untersucht, wie die Konversationsanalyse mit ihrem Fokus auf Sequenzialität und das Konzept der Zugehörigkeitskategorisierungen die Analyse von Kultur als verschriftlichte, interaktive Leistung unterstützen könnte. Im Beitrag wird dargelegt, dass trotz der offensichtlichen Unterschiede zwischen sequenziellen mündlichen Gesprächen und verschriftlichten Online-Diskussionen durch die Konversationsanalyse interessante Methoden bereitgestellt werden, um Online-Diskussionen zu analysieren. Die beiden Aspekte der Sequenzialität und der Zugehörigkeitskategorien sind dabei hilfreich, um anhand von Verschriftlichungen in Online-Foren die Konstruktion sichtbarer und als solche erkennbare, interkulturelle Diskurspraktiken nachzuzeichnen." (Autorenreferat)

[476-F] Giesel, Christoph (Bearbeitung); Schubert, Gabriella, Prof.Dr. (Betreuung):

Das Verhältnis von Sprache und Identität bei der slawischsprachigen Bevölkerung in der Türkei

INHALT: Ziel der Arbeit ist es, die Problematik einer ausgewählten südosteuropäischen Minderheit unter dem Aspekt der Verbindung von Sprache und nationaler, kultureller sowie ethnischer Identität am Beispiel der slawisch-muslimischen Auswanderer stokavischer Mundart (serbisch/ kroatisch/ bosnisch bzw. bosniakisch/ montenegrinisch) aus dem Raum Ex-Jugoslawien in der heutigen Türkei zu erschließen. Dabei stellt sich in erster Linie die Frage, wie und warum sich diese Slawophonen in der Türkei als Sprach- oder/ und ethnische Minderheit in ethnischer, kultureller und sprachlicher Hinsicht orientieren, welche Rolle der Faktor Sprache dabei spielt und welche Möglichkeiten ihnen dazu seitens des türkischen Staates und der türkischen Gesellschaft gegeben sind. In diesem Rahmen werden ebenfalls die Assimilationsprozesse untersucht, denen die Slawophonen durch das Einwirken der türkischen Sprache, Kultur und Politik ausgesetzt sind. Das vorliegende Thema ist bisher weder in seiner Gesamtheit (Slawophone in der Türkei) noch hinsichtlich des Einzelaspektes des Verhältnisses zwischen Sprache und Identität in monographischer Form bearbeitet worden. Durch die Bearbei-

tung dieses Themas soll eine Forschungslücke im Bereich der Slawistik (südslawistische Sprach- und Kulturwissenschaft) und der Südosteuropaforschung (insbesondere in den Bereichen Minderheiten- und Nationalismusforschung sowie Ethnographie und Sozialanthropologie) geschlossen werden. Neben dem Vorhaben, durch die geplanten Untersuchungen zuverlässige Angaben zur gegenwärtigen Situation bzw. Problematik der türkischen Slawen zu ermitteln und zu analysieren, soll die Arbeit ebenso eine Grundlage für weiterführende komparatistische Untersuchungen im Bereich der allgemeinen aber speziell der südosteuropäischen Minderheitenforschung darstellen. *GEOGRAPHISCHER RAUM*: Südost-Europa, Türkei

METHODE: Der grundlegenden Betrachtungsweise der Gesamtproblematik der Bearbeiterin liegen die auf den Anthropologen Fredrik Barth zurückgehenden Untersuchungsmethoden aus dem Bereich der Ethnizitätsforschung zugrunde, die sich mit dem Konstruktionscharakter bzw. der Wandelbarkeit ethnischer Identitäten auseinandersetzen, wobei Grenzen, Veränderungen und Manipulation ethnischer Identität in Augenschein genommen werden. Im vorliegenden Fall geht es dabei konkret um Identitätsbewahrung und -verlust und der Rolle der slawischen Sprache im Rahmen dieser Prozesse bei einer Gemeinschaft von Auswanderern unter dem Einfluss der (notwendigen und überwiegend freiwilligen wirtschaftlichen, politischen, gesellschaftlichen Integration in eine (ursprünglich) kulturell, politisch und sprachlich fremde Umgebung bzw. Gesellschaft, in der die Akzeptanz von sprachlichen, ethnischen und nationalen Minderheiten i.d.R. sehr gering ist. Da es zu diesem Thema nur sehr wenige schriftliche Quellen gibt, besteht das zu bearbeitende Material hauptsächlich aus im Rahmen von mehreren Feldforschungsreisen selbst aufgenommenen Einzel- und Gruppeninterviews sowie aus Beobachtungen. Da Vertreter der zu untersuchenden Minderheit auch zunehmend das Internet als Präsentationsmedium und Forum zum Gedankenaustausch verwenden, ist es absehbar, dass im Verlaufe der Untersuchungen die Rolle des Internets als Quelle zunehmend an Bedeutung gewinnen wird. *DATENGEWINNUNG*: Beobachtung, teilnehmend; Qualitatives Interview; Standardisierte Befragung, face to face.

ART: *BEGINN*: 2006-10 *ENDE*: 2009-09 *AUFTRAGGEBER*: nein *FINANZIERER*: Deutsche Forschungsgemeinschaft

INSTITUTION: Universität Jena, Graduiertenkolleg 1412 "Kulturelle Orientierungen und gesellschaftliche Ordnungsstrukturen in Südosteuropa" (Fürstengraben 13, 07743 Jena)

KONTAKT: Bearbeiter (e-mail: ch.gi@web.de)

[477-F] Greitemann, Bernhard, Prof.Dr.med.; Hotze, Elke, Prof.Dr. (Bearbeitung); Dibbelt, Susanne, Dr. (Leitung):

Optimierung der pflegerischen Patientenkontakte in der stationären Rehabilitation (OPTIPAR) im Kontext veränderter Bedingungen und Pflegeaufgaben durch neue Versorgungssysteme (z.B. Fallpauschalen, Integrierte Versorgung). Phase I: Problem- und Potentialanalyse

INHALT: Die Studie verfolgt zwei Hauptziele: 1. Erfassung der kommunikativen Aufgaben Pfleger und deren Randbedingungen in Reha-Kliniken; 2. Erfassung der Qualität der Kommunikation der Pflegenden mit Patienten und deren Auswirkung auf den Reha-Erfolg. Insgesamt ist der Anteil der kommunikativen Tätigkeiten Pflegenden in der Rehabilitation höher als im Akutbereich (Hotze, 1997, 2001). Gleichzeitig ist die Aus- und Weiterbildung von Pflegekräften hinsichtlich kommunikativer Fertigkeiten unzureichend. Nachdem im Projekt "P.A.INT" ein deutlicher Zusammenhang zwischen der Qualität der Patienten-Arzt-Interaktion und der Ausprägung und der Nachhaltigkeit von Reha-Ergebnissen dokumentiert werden

konnte (Dibbelt, 2008), zielt die Haupt-Fragestellung des Projektes "Optippar" darauf ab, ob vergleichbare Effekte für die Patienten-Pflege-Interaktion nachgewiesen werden können. Zuvor gilt es jedoch, die Frage zu klären, welche Interaktionen zwischen Pflege und Patient bedeutsam sind und unter welchen (förderlichen oder hinderlichen) Randbedingungen sie stattfinden. Dazu sollen die Arbeitsbedingungen aus Sicht der Pflegenden im Hinblick auf mögliche Optimierungsmaßnahmen bewertet werden.

METHODE: Ziel 1 soll mit einem qualitativen Ansatz verfolgt werden, und zwar durch a) Situationsbeobachtungen und b) qualitativen Interviews mit Pflegenden und Patienten. Ziel 2: Der P.A.INT-Fragebogen zur Kontaktbewertung und das Training wurde auf der Basis des personenzentrierten Ansatzes nach Rogers sowie des Ansatzes von Bensing (1991), nach dem die Qualität eines Gespräches hinsichtlich 1. des affektiven Verhaltens, 2. des strukturellen Vorgehens sowie 3. der Beteiligung und Einbindung des Patienten beschrieben werden kann, entwickelt. Pflegende und Patienten bewerten mittels des Fragebogens die die Aufnahme- und die Entlasssituation; von den Patienten wird außerdem der Gesundheitsstatus zu Aufnahme und Entlassung sowie sechs Monate nach Entlassung erhoben. Untersuchungsdesign: Trend, Zeitreihe; Querschnitt *DATENGEWINNUNG:* Experiment. Qualitatives Interview (Stichprobe: 15/ 15; Pflegende/ Patienten in Reha-Kliniken). Standardisierte Befragung, schriftlich (Stichprobe: 75/ 750; Pflegende/ Patienten in Reha-Kliniken). Feldarbeit durch Mitarbeiter/innen des Projekts.

ART: *BEGINN:* 2009-01 *ENDE:* 2010-12 *AUFTRAGGEBER:* Verein zur Förderung der Rehabilitationsforschung e.V. Norderney *FINANZIERER:* Auftraggeber

INSTITUTION: Institut für Rehabilitationsforschung an der Klinik Münsterland Abt. Bad Rothenfelde (Auf der Stöwwe 11, 49214 Bad Rothenfelde); Fachhochschule Osnabrück, Fak. Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (Postfach 1940, 49009 Osnabrück)

KONTAKT: Leiterin (Tel. 05424-220-470, e-mail: dibbelt.ifr@klinik-muensterland.de)

[478-L] Grünert, Matthias; Picenoni, Mathias; Cathomas, Regula; Gadmer, Thomas (Hrsg.):

Das Funktionieren der Dreisprachigkeit im Kanton Graubünden, (Romanica Helvetica, Vol. 127), Tübingen: Francke 2008, XX, 458 S., ISBN: 978-3-7720-8303-7

INHALT: "Wie leben die drei ungleich starken Sprachen - Deutsch, Rätoromanisch und Italienisch - im einzigen dreisprachigen Schweizer Kanton zusammen? Angesichts der anhaltenden Marginalisierung der beiden Minderheitensprachen Rätoromanisch und Italienisch erhält die Frage nach dem Funktionieren der Bündner Dreisprachigkeit besondere Brisanz. Die soziolinguistische Studie befasst sich mit dem individuellen Sprachgebrauch, mit Sprachkompetenzen und Einstellungen zu den Sprachen sowie mit der Sprachpraxis der Institutionen." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Matthias Grünert: Einleitung (1-24); Matthias Grünert: die drei Sprachen Graubündens aufgrund der Volkszählungsergebnisse (25-56); Regula Cathomas: Orte des traditionellen rätoromanischen Sprachgebietes (57-138); Mathias Picenoni: Regioni del territorio di lingua iatlina (139-200); Mathias Picenoni: Casi particolari dell'italofonia (201-232); Thomas Gadmer: Orte des deutschen Sprachgebietes (233-250); Regula Cathomas, Mathias Picenoni, Matthias Grünert: Chur - Hauptstadt des dreisprachigen Kantons Graubünden (251-262); Matthias Grünert: Die Sprachen auf institutioneller Ebene (263-386); Matthias Grünert: Schluss (387-414).

[479-L] Günther, Susanne:

Projektorkonstruktionen im Gespräch: Pseudoclefts, "die Sache ist"-Konstruktionen und Extrapositionen mit "es", in: Gesprächsforschung : Online-Zeitschrift zur verbalen Interaktion, Jg. 9/2008, S. 86-114 (www.gespraechsforschung-ozs.de/heft2008/ga-guenthner.pdf)

INHALT: "Der vorliegende Beitrag befasst sich mit der Realisierung komplexer Konstruktionen in gesprochenen Interaktionen. Anhand einer empirischen Studie zu Pseudoclefts, Nominalkonstruktionen vom Typ 'die Sache/ das Ding/ das Problem/ der Punkt ist, dass...' und Extrapositionen mit es wird verdeutlicht, dass Formen und Funktionen gesprochensprachlicher Konstruktionen eng mit der zeitlichen Prozessierung und dem dialogischen Aushandeln von Äußerungen in der Interaktion verwoben sind. Die Untersuchung veranschaulicht ferner, dass die traditionelle Zuordnung dieser syntaktischen Konstruktionen als 'bi-klausale Satzmuster' auf schriftsprachlichen Normen basiert. In der mündlichen Interaktion setzen Sprecherinnen diese Muster als 'Projektorkonstruktionen' ein, wobei der erste Teil in der Regel einen komplexen, mehrere Konstruktionseinheiten übergreifenden Folgeteil projiziert. Aufgrund ihrer Projektionskraft, die unterschiedliche Ebenen (die syntaktische, prosodische, semantische und interaktionale) umfasst, sind diese Konstruktionen geradezu prädestiniert, komplexe Argumente über längere Sequenzen hinweg zu expandieren und den Sprecherinnen das Rederecht hierfür zu sichern. Aufgrund der formalen und funktionalen Gemeinsamkeiten der vorliegenden Konstruktionen liegt es nahe, von einer 'Konstruktionsfamilie' - der Familie der 'Projektorkonstruktionen' - zu sprechen." (Autorenreferat)

[480-L] Hausendorf, Heiko:

Interaktion im Klassenzimmer: zur Soziolinguistik einer riskanten Kommunikationspraxis, in: Herbert Willems (Hrsg.): Lehr(er)buch Soziologie : für die pädagogischen und soziologischen Studiengänge. Bd. 2, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2008, S. 931-957, ISBN: 978-3-531-14976-9

INHALT: "Offensichtlich ist das Klassenzimmer ein Raum, der für Unterricht bestimmt ist. Aber findet dort nur Unterricht statt? Und was genau bedeutet es, dass Unterricht stattfindet? Mit Fragen wie diesen möchte der Beitrag Interesse und Neugier wecken für Interaktion im Klassenzimmer als einem Gegenstand soziolinguistischer Forschung. Nicht was im Klassenzimmer als Unterricht passieren sollte, steht dann im Mittelpunkt, sondern was alles passieren muss, damit Unterricht im Klassenzimmer überhaupt möglich und wahrscheinlich wird. Alltäglich erlebtes Unterrichtsgeschehen erweist sich dann als ein problematisches und in mehrfacher Hinsicht riskantes Unterfangen, das auf ganz eigene kommunikative Probleme und Risiken reagiert. Das fängt bei der Interaktion von Angesicht zu Angesicht in einer großen Gruppe in einem nicht vollständig überschaubaren Raum an und hört bei der pädagogisch-didaktischen Intention auf, dass sich 'Schüler' unter diesen Bedingungen und unter der Anleitung und Führung eines 'Lehrers' ein bestimmtes Wissensgebiet erarbeiten. Der Beitrag ist so aufgebaut, dass er die hier anklingenden kommunikativen Probleme und Risiken und die empirischen Möglichkeiten des Umgangs mit diesen Problemen und Risiken beispielhaft erläutert und illustriert. Dazu dient zunächst ein Blick in ein Klassenzimmer mit einer dafür typischen Sitzordnung und im weiteren Verlauf ein Blick auf Details der Eröffnung einer Unterrichtsstunde. Die Argumentation des Beitrags stützt sich auf die empirische Unterrichtsforschung in der Soziolinguistik einerseits und auf die soziologische Systemtheorie Luhmannscher Prägung andererseits. Diese Ansätze werden aber nicht vorausgesetzt, sondern im Bei-

trag selbst in ihren Fragestellungen und Ergebnissen angewendet und vorgeführt." (Autorenreferat)

[481-L] Hellmann, Gunther; Weber, Christian; Sauer, Frank (Hrsg.):

Die Semantik der neuen deutschen Außenpolitik: eine Analyse des außenpolitischen Vokabulars seit Mitte der 1980er Jahre, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. 2008, 215 S., ISBN: 978-3-531-16064-1

INHALT: Der Band rekonstruiert den Gebrauch von Schlüsselbegriffen im außenpolitischen Diskurs in Deutschland seit der Wiedervereinigung. Dabei wird der Forschungsansatz der Vokabularanalyse entwickelt. Veränderungen werden hierdurch erfasst, indem der Gebrauch von Begriffen wie Normalität, Interesse und Verantwortung beschrieben und zahlreiche prominente Redeweisen wie zum Beispiel der Anspruch auf einen ständigen Sitz im UN-Sicherheitsrat analysiert werden. Es zeigt sich im Zeitverlauf eine signifikante Verschiebung im semantischen Netz der deutschen Außenpolitik. (ICB2)

[482-L] Hetzel, Andreas:

Figuren der Selbstantizipation: zur Performativität der Macht, in: Ralf Krause (Hrsg.) ; Marc Rölli (Hrsg.): *Macht : Begriff und Wirkung in der politischen Philosophie der Gegenwart*, Bielefeld: transcript Verl., 2008, S. 135-152

INHALT: Der Beitrag zeigt hinsichtlich der Sprache, dass sich die Performativität von Sprechakten machttheoretisch verstehen lässt und Macht derart strukturbildend in die kommunikativen Prozesse eingelassen ist. So wie performative Sprechhandlungen ihre Äußerungsbedingungen antizipieren, erscheint auch Macht als "Selbstantizipation" (Luhmann) der Sprecher. Indem wir etwas äußern, vollziehen wir nach John Austin zugleich eine Handlung, setzen eine Wirklichkeit. Der Sprechakte behauptet die Existenz von etwas, das erst durch diese Behauptung realisiert wird. Damit richtet sich die Intention des Autors auf eine Rekonstruktion von antiesentialistischen Machtbegriffen, die den modernen Transformationen des Sozialen korrespondieren und Macht am Leitfaden der Performativität explizieren; wie bei Autoren wie Austin, Tarde, Lacan, Kafka, Girard und Luhmann. Abschließend wird in diesem Kontext nach einer "Ethik der Macht" gefragt: Wie und von welchem Ort aus können wir uns zur Macht verhalten, wenn diese die gesamte Welt des Sozialen und Diskursiven durchdringt? (ICA2)

[483-L] Hoffmann, Matthias:

Artifizielle Natürlichkeit, in: Herbert Willems: *Theatralisierung der Gesellschaft : Bd. 1, Soziologische Theorie und Zeitdiagnose*, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2009, S. 549-570

INHALT: Für die hospizuelle Sterbebegleitung wird oftmals gefordert, dass der Umgang mit den Patienten durch Natürlichkeit geprägt ist. Ähnlich dem alltäglichen Umgang von Menschen und dem Umgang von Familienmitgliedern miteinander soll Nähe und Offenheit in der Interaktion zwischen der Hospizkraft und dem Sterbenden herrschen. Im vorliegenden Aufsatz wird die These vertreten, dass es sich bei dieser Natürlichkeit notwendig immer um eine von besonderen Bedingungen abhängende Natürlichkeit handelt. Im Sinne der Unterscheidung von Front- und Backstage (Goffman) geht es dabei um einen offenen Raum auf einer "Vor-

derbühne" (Frontstage), dessen kunstfertige Herstellung sich auf einer "Hinterbühne" (backstage) verbirgt, die vom Patienten nicht einsehbar ist. Dieser Hinterbühne - so die These des Autors - kommt für die Hospizarbeit eine weitaus entscheidendere Bedeutung zu, als allgemein angenommen wird. Die Tätigkeit des Hospizbeistandes als solche ist eine Interaktion mit dem Patienten, aber diese ist nur dann erfolgreich möglich, wenn auf der Hinterbühne kontinuierlich eine ganze Reihe von Voraussetzungen geschaffen wird. Der Autor vergleicht ferner die Selbstbeschreibung/Selbstdarstellung der Hospiztätigkeit, wie sie sich in Lehrbüchern findet, kritisch mit Situationen, die in aktuellen Ethnographien zu stationären Hospizen beschrieben werden. (ICI2)

[484-L] Hölscher, Lucian (Hrsg.):

Political Correctness: der sprachpolitische Streit um die nationalsozialistischen Verbrechen, Göttingen: Wallstein 2008, 227 S., ISBN: 978-3-8353-0344-7 (Standort: UuStB Köln(38)-36A8)

INHALT: "Was heißt 'politisch korrekt?' Was bedeutet der Vorwurf, eine Ausdrucksweise sei 'politisch inkorrekt' - vor allem, wenn es um die nationalsozialistischen Verbrechen geht? Wer legt die Regeln dafür fest, und was droht denen, die sich nicht an sie halten? Die Autoren dieses Bandes gehen der spannenden Geschichte des Vorwurfs politischer Korrektheit und Inkorrektheit in der öffentlichen Diskussion in der Bundesrepublik während der letzten zwanzig Jahre nach. Dabei fragen sie auch nach der Bedeutung, die der Streit um Political Correctness als neues politisches Handlungsfeld mittlerweile gewonnen hat." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Gunnar Sandkühler: Die sprachpolitische und juristische Auseinandersetzung: Historische und politische Grundlagen der Political Correctness in der frühen Bundesrepublik (18-59); Thomas Mittmann: Vom 'Historikerstreit' zum 'Fall Hohmann': Kontroverse Diskussionen um Political Correctness seit Ende der 1980er Jahre (60-105); Tillmann Bendikowski: Erfahrungen und Einschätzungen in Interviews (106-205).

[485-L] Ickes, Andreas:

Parteiprogramme: sprachliche Gestalt und Textgebrauch, Darmstadt: Verl. d. Georg Büchner Buchhdl. 2008, 243 S., ISBN: 978-3-941310-03-2

INHALT: Die linguistische Inhaltsanalyse befasst sich mit allen wichtigen Parteiprogrammen Deutschlands zwischen 1869 und 2003. Primäre Textgrundlage für eine detaillierte Analyse ist das Godesberger Programm von 1959 der SPD in ungekürzter Fassung. Thematisiert werden die pragmatischen Aspekte der Textorganisation unter Berücksichtigung des kommunikativen und situativen Kontextes, die semantische und lexikalische Analyse der Parteiprogramme. In diesem Zusammenhang werden Systemstellen, Wortbildungsprozesse, Steigerungen, Fremdwörter, Lehnwörter, Metaphern und Schlagwörter berücksichtigt. Der Autor stellt als Hauptbefund die deutliche Zweckorientierung der Sprachverwendung in Parteiprogrammen heraus. Darüber hinaus betont er die Orientierung am Rezipienten. (ICC2)

[486-L] Jäckel, Michael; Weiber, Rolf:

Wie sag ich's meinem Chef?: Computervermittelte Kommunikation zwischen Mitarbeitern und Führungskräften, in: Michael Jäckel ; Rolf Weiber: Arbeit im E-Business : Auswirkungen neuer Informationstechnologien auf Kommunikations-, Arbeits- und Geschäftsprozesse: Vahlen, 2005, S. 119-159

INHALT: Der mit der gegenwärtigen Technikentwicklung einhergehende gesellschaftliche Wandel ist insbesondere im Arbeitsleben zu beobachten, da hier aufgrund von Rationalisierungstendenzen technische und gesellschaftliche Zusammenhänge verdichtet auftreten. Die Technisierung des Arbeitslebens hat zu umfassenden Veränderungen von Organisationsstrukturen, Arbeitsabläufen, Qualifikationsanforderungen und Kommunikationsvorgängen geführt. Hauptmotor dieser Veränderungen sind vor allem die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien. Die Autoren diskutieren vor diesem Hintergrund empirische Ergebnisse zur computervermittelten Kommunikation in Unternehmen und ihren potenziellen Auswirkungen, zu den organisatorischen Bedingungen des Computereinsatzes, zur Nutzung und Bewertung von Computertechnologien sowie zu den Auswirkungen der computervermittelten Kommunikation. (ICI2)

[487-L] Kalthoff, Herbert; Falkenberg, Monika:

Kommunikation unter Anwesenden: Lehrer - Schüler - Medien, in: Herbert Willems (Hrsg.): Lehr(er)buch Soziologie : für die pädagogischen und soziologischen Studiengänge. Bd. 2, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2008, S. 909-930, ISBN: 978-3-531-14976-9

INHALT: "Die Darstellung von Wissen ('Stoff') ist ein wesentliches Merkmal des schulischen Unterrichts; umgesetzt wird die Darstellung in mündlicher und in visueller Form. Am Beispiel des Unterrichtsgesprächs und der Tafelanschrift geht dieser Aufsatz beiden Formen nach. Das Unterrichtsgespräch basiert auf der Umstellung zentraler Regeln der Alltagskonversation und führt eine Asymmetrie in das Unterrichtsgespräch ein, deren zentrale Elemente die Lehrerfrage und der Lehrerkommentar sind. Sie steuern das Unterrichtsgespräch, ordnen Wissen und Schüler einander zu, korrigieren und klassifizieren Äußerungen und Schüler. Das Unterrichtsgespräch ist ein akustisches System: Es organisiert die Darstellung des 'Stoffes' über die Stimme und macht die Äußerungen hörbar und damit öffentlich. Die Tafelanschrift ist dagegen ein optisches System: Sie visualisiert den schulischen Stoff durch Schrift, Symbole oder Zeichnungen; die Wahrnehmung erfolgt durch das Auge. Die Tafel sorgt dafür, dass Schüler ihre Augen auf die Tafel richten, das heißt ihren Körper ausrichten, denn das Wissen, dass an der Tafel sichtbar wird, ist autorisiertes Wissen. Die Tafel kombiniert die mündliche und schriftliche Form der Wissensdarstellung und koordiniert damit das Auge, die Hand und die Stimme. Der Beitrag analysiert am Beispiel des Mathematikunterrichts, wie Tafelanschriften mündlich-schriftlich umgesetzt werden. Dabei konzentriert er sich auf die Aufführung und den Vollzug der Tafelanschrift (Performanz), auf die Kraft und die Wirkung der Tafelanschrift (Performativität) sowie auf die Frage, wie das Medium selbst den Gegenstand zur Darstellung bringt (Medialität)." (Autorenreferat)

[488-F] Karl, Ute, Dr.; Böhringer, Daniela, Dr.; Müller, Hermann, Dr.; Schröder, Julia, Dipl.-Päd. (Bearbeitung):

Gesprächspraktiken in Job Centern - Übergänge junger Menschen in Erwerbsarbeit

INHALT: Im beantragten Projekt werden Gespräche mit jungen Menschen unter 25 Jahren in Job-Centern (Rechtskreis des SGB II) untersucht. Das Forschungsvorhaben leistet einen Beitrag zur Forschung über institutionelle Kommunikation und Beratungshandeln in administrativen Kontexten. Konkret sollen Gespräche in den Jobcentern hinsichtlich der dort von den Beteiligten zu lösenden kommunikativen Aufgaben, der dabei eingesetzten Gesprächspraktiken, hinsichtlich des praktischen Wissens, das dabei Geltung erlangt, der vorgenommenen Kategorisierungen, Zuschreibungen und moralischen Bewertungen, sowie hinsichtlich des Umgangs mit für diese Arbeitskontexte relevanten Technologien und Artefakten (Computer, Telefon, Formulare etc.) analysiert werden. Bei der konversationsanalytischen Rekonstruktion von Gesprächspraktiken wird das sequenzanalytische Vorgehen durch eine Kategorisierungsanalyse ergänzt. Die Untersuchung der Gesprächspraktiken soll - zusammen mit den Erkenntnissen aus Interviews mit Beraterinnen/-n und Leitungspersonen - zeigen, wie sich der gesetzlich vorgesehene Anspruch junger Menschen unter 25 Jahren auf unverzügliche Vermittlung in Arbeit, Ausbildung oder Arbeitsgelegenheit - gerade angesichts der verstärkten Sanktionen für diese Gruppe - in der Beratungskommunikation niederschlägt und welche Handlungsoptionen und Handlungseinschränkungen sich für die Beteiligten daraus ergeben. Aus den Ergebnissen werden sich Hinweise für die Gestaltung organisatorischer Reform- und personalbezogener Qualifizierungsmaßnahmen ableiten lassen.

METHODE: Konversationsanalyse; Membership Categorization Analysis *DATENGEWINNUNG:* Beobachtung, nicht teilnehmend; Qualitatives Interview. Aufzeichnung von Beratungsgesprächen (Stichprobe: ca. 50; unterschiedliche Bauorte der Jobcenter; Auswahlverfahren: Zufall, theoretisches Sampling). Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts.

ART: *BEGINN:* 2008-04 *ENDE:* 2010-05 *AUFTRAGGEBER:* nein *FINANZIERER:* Deutsche Forschungsgemeinschaft

INSTITUTION: Universität Hildesheim, FB I Erziehungs- und Sozialwissenschaften, Institut für Sozial- und Organisationspädagogik (Marienburger Platz 22, 31141 Hildesheim)

KONTAKT: Karl, Ute (Dr. Tel. 05121-883-556)

[489-L] Kästner, Tanja:

Interkulturelle nonverbale Kommunikation: die Geste des Handschlags, Saarbrücken: VDM Verl. Dr. Müller 2007, 51 S., ISBN: 978-3-8364-2479-0

INHALT: "Im Zuge der voranschreitenden Globalisierung wird der Aspekt der interkulturellen Kompetenz als Erfolgsfaktor für international agierende Unternehmen immer bedeutender. Wie begegne ich, speziell im Geschäftsleben, Menschen, die über einen unterschiedlichen kulturellen Hintergrund verfügen? Was muss ich beachten bei der Interpretation bestimmter Verhaltensweisen und wie können Missverständnisse in der Kommunikation entstehen? Die Autorin gibt einleitend einen Überblick über die Symbolik des Handschlags. Überdies stellt sie, Bezug nehmend zum Handschlag, die durch Rudolf von Laban geprägte Theorie der Bewegungsstudien dar. Die Publikation erläutert den Kommunikationsbegriff und geht im Besonderen auf die nonverbale Kommunikation ein, zu der die Geste des Handschlags zu zählen ist. Ferner wird der Kulturbegriff im Hinblick auf die Funktion in der Kommunikation und im Geschäftsleben erklärt." (Autorenreferat)

[490-L] Kegyes, Erika; Huszar, Agnes (Hrsg.):

Genderbilder aus Ungarn: Ergebnisse der ungarischen Genderforschung, (Gender Studies : Interdisziplinäre Schriftenreihe zur Geschlechterforschung, Bd. 10), Hamburg: Kovac 2008, 295 S., ISBN: 978-3-8300-3775-0 (Standort: UuStB Köln(38)-36A823)

INHALT: "Dieser Band präsentiert 21 Beiträge aus der aktuellen ungarischen Genderforschung, fokussiert auf Sprache und Sprachgebrauch. Die Interpretation des Begriffs Gender erfolgt im besonderen Kontext der ungarischen Sprache. Die Arbeiten behandeln systemlinguistische und medienpolitische Fragen sowie eine ganz besondere Komponente der ungarischen Genderforschung: Gender in Minderheitenpositionen. Ein Ausblick auf Übersetzungs- und Literaturwissenschaft rundet den Überblick der Genderbilder ab." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Judit Acsady: Der Mythos der geantantemanzipation (9-28); Andrea Peto: Gender im Unterricht in Ungarn (29-40); Ildiko Veres: Freundschaft und Liebe in der Philosophie in Ungarn (41-52); Anna Urban: Generationskonflikte im Spiegel der Genderfragen (53-62); Akos Gocsal - Agnes Huszar: "Die etwas andere Stimme". Unterschiede in der Aussprache von Männern und Frauen (63-72); Erika Kegyes: Sexusgrammatik und Gendersemantik. Ausdrucksformen des Geschlechts im Ungarischen (73-90); Eva Dede: "Wie verwandelt sich die Frau in Dame?" Selbstbezeichnung der Frauen in ungarischen Partnerschaftsanzeigen (91-106); Csaba Galambos: Die Geschlechter im Spiegel der Kontaktanzeigen (107-116); Judit Raatz: Geschlechtsstereotype im ungarischen Vornamenschatz (117-130); Erzsebet Fercsik: Frauennamen in Ungarn (131-150); Anna Orsos: Sprachgebrauch der Beasch-Roma in Ungarn (151-160); Hajnalka Kolompar: Sprachliche Tabus und die Unterordnung der Frauen in einer traditionellen Gemeinschaft der wlachischen Roma (161-174); Anna Borbely: Sprachliche Attitüden zweisprachiger Frauen und Männer (175-184); Klara Sandor: Die Hausfrauen des Landes (185-200); Kata Eklics: Das politische Interview unter genderlinguistischem Aspekt (201-214); Levente Batar, Agnes Huszar: "Verzerrtes Spiegelbild". Die Frauen in den ungarischen Medien (215-222); Agnes Huszar: Der weibliche Körper als Projektionsfläche im politischen Raum (223-236); Agnes Salanki: Werbung für Männer - Werbung für Frauen (237-248); Erzsdbet Barat: Die Logik der Hassrede und die Methode der Ausgrenzung (249-264); Sarolta Fenyö: Übersetzung und Gender Studies (265-276); Tünde Paksy: Die Grenzen der Ersetzbarkeit. Über Magda Szabo: 'Die Tür/ Hinter der Tür' (277-293).

[491-L] Klemm, Matthias:

Kommunikation im multikulturellen Unternehmen: der Fall Skoda, in: Gert Schmidt (Hrsg.) ; Holger Bungsche (Hrsg.) ; Thilo Heyder (Hrsg.) ; Matthias Klemm (Hrsg.): Und es fährt und fährt ... : Automobilindustrie und Automobilkultur am Beginn des 21. Jahrhunderts, Berlin: Ed. Sigma, 2005, S. 155-171

INHALT: Nachhaltiger Unternehmenserfolg, so die Ausgangsthese der Untersuchung, ist auch bedingt durch Kommunikation und Verständigung und somit davon abhängig, dass kontroverse Inhalte durch Formen der Kommunikation innerhalb der Organisation abgearbeitet werden können. Vor diesem Hintergrund ist es das Ziel der Untersuchung zu sehen, welche Kommunikations- und Übersetzungsprozesse sich vor diesem Hintergrund etabliert haben. Die Untersuchung stützt sich auf Dokumentenanalysen, Sekundäranalysen, Experteninterviews und teilnehmende Beobachtung. Sie zeigt, dass sich die Skoda-Kultur in Verlauf der Zeit als stark und adaptiv erweist. Sie ist in sozialer Hinsicht offen und bietet unterschiedlichen Personen eine gemeinsame Basis. Die gemeinsame Kultur ist auf sachlicher Ebene in der ge-

meinsamen starken Identifikation mit dem Produkt und dem hohen Qualitätsziel verankert. Die Elemente der kommunikativen Überwindung interkultureller Differenzen münden in einen working-consensus, der als Hybridkultur verstanden werden kann. (ICE2)

[492-L] Knoblauch, Hubert; Leuenberger, Christine; Schnettler, Bernt:

Erving Goffmans Rede-Weisen, in: Erving Goffmann ; Hubert Knoblauch (Hrsg.) ; Christine Leuenberger (Hrsg.) ; Bernt Schnettler (Hrsg.): Rede-Weisen : Formen der Kommunikation in sozialen Situationen, Konstanz: UVK Verl.-Ges., 2005, S. 9-28

INHALT: Erving Goffman ist ein soziologischer Klassiker der zweiten Generation. Dieser Band versammelt Aufsätze, in denen Goffman sich mit verschiedenen Aspekten der Kommunikation auseinandersetzt. Goffman wendet sich hier dem Sprechen in alltäglichen Situationen zu. Seine besondere Beachtung nonverbaler Aspekte macht deutlich, dass Sprechen immer Teil einer sozialen Situation ist, was bei der Analyse von Kommunikation nicht außer Acht gelassen werden darf. Es vermutete sogar, dass Gespräche weniger der Informationsvermittlung als vielmehr der Darbietung dienen - also der Performance - und ihrer Wertschätzung. Im Gespräch finde sich der letzte Ort einer Dramatisierung, wie wir sie aus dem Theater kennen. Darüber hinaus können in den Äußerungen selbst die vielfältigsten Figuren auftreten: Neben natürlichen, mit den Sprechenden identischen Figuren kann es sich um gespielte Figuren handeln, um gedruckte, zitierte oder in Sprache und Gesten nachgeahmte. Neben den Produktionsweisen der Rede werden auch die verschiedenen Positionen, in denen die Sprecher erscheinen, diskutiert. Dazu gehört das Text-Selbst, das moduliert werden kann, und das "Rauschen" als eine Art der Modulation, die den technischen Kommunikationskanal, die uns als "Sprechmaschine" betrifft, behandelt. (ICB2)

[493-L] Köber, Esther:

Dialekt als Integrationsmittel: Bedeutungen und Funktionen des Schwäbischen im Integrationsprozess, Saarbrücken: VDM Verl. Dr. Müller 2007, 123 S., ISBN: 978-3-8364-1117-2

INHALT: "Die Integration der deutsch-türkischen Mitbürger bestimmt seit einigen Jahren die Diskussionen in der politischen wie gesellschaftlichen Öffentlichkeit in Deutschland. Das meist geforderte Integrationsmittel ist hierbei die Kenntnis und Umsetzung der deutschen Hochsprache, die den MigrantInnen Chancengleichheit ermöglichen soll. Wie verhält es sich jedoch mit der Integration durch die bisher wenig beachtete Sprachkompetenz der Alltagssprache, allem voran dem Dialekt? Die Autorin Esther Köber erörtert diese Funktion der Alltagssprache anhand einer Mikrostudie, die einem Querschnitt in die Denk- und Lebenswelt der MigrantInnen gleicht. Sie führt mitten hinein ins sprachliche Geschehen verschiedener Berufsalltage und verknüpft gehörte Gespräche interpretatorisch mit den persönlichen Aussagen der MigrantInnen. Dadurch findet sie differenzierte Antworten mit individuellen Zwischentönen auf die Integrationsmöglichkeiten durch den Dialekt." (Autorenreferat)

[494-F] Koch, Gertraud, Prof.Dr.phil.; Priebus, Valentin; Koch, Lisa; Franke, Amelie; Hoser, Nadine (Bearbeitung); Koch, Gertraud, Prof.Dr.phil. (Leitung):

Praktiken der Transkulturalisierung

INHALT: In globalen Zeiten nimmt der Kontakt zwischen Menschen mit unterschiedlichen kulturellen Hintergründen stetig zu. Massenmedien liefern uns Bilder fremder Kulturen frei Haus, ermöglichen uns Einblicke in unbekannte Welten, die wir anderweitig nie erleben würden. Das Internet ist mehr noch Medium für unbegrenzte Konnektivität und den weltweiten Fluss von Informationen, die noch dazu eigenständig selektiert werden können. Begegnungen in Arbeit, Alltag oder auf Reisen ermöglichen persönliche, interkulturelle Erfahrungen. So gesehen, scheinen wir in einem globalen Dorf zu leben, in dem unbegrenzt Austausch und Interaktion stattfindet und kulturelle Unterschiede zwischen Nationen, Minderheiten und Mehrheiten, zwischen Männern und Frauen, zwischen Alten und Jungen oder verschiedenen sozialen Lagen bedeutungslos sind. Andererseits erleben wir interkulturelle Begegnungen als schwierig, scheinen kulturelle Unterschiede unüberbrückbar zu sein und werden zum Ausgangspunkt für Krisen und Konflikte. Die Verständigung über kulturelle Unterschiede hinweg ist mühevoll, wenn nicht aussichtslos.

VERÖFFENTLICHUNGEN: Koch, Gertraud (Hrsg.): *Transkulturelle Praktiken. Empirische Studien zu Innovationsprozessen. Wissen, Kultur, Kommunikation*, Bd. 3. St. Ingbert: Röhrig 2008, 177 S. ISBN 978-3-86110-442-1.

ART: *BEGINN:* 2007-01 *ENDE:* 2010-12 *AUFTRAGGEBER:* keine Angabe *FINANZIERER:* keine Angabe

INSTITUTION: Zeppelin University Hochschule zwischen Wirtschaft, Kultur und Politik, Department communication & cultural management, Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft & Wissensanthropologie (Am Seemooser Horn 20, 88045 Friedrichshafen)

KONTAKT: Institution (Tel. 07541-6009-1300, Fax: 07541-6009-1399, e-mail: manuela.eittinger@zeppelin-university.de)

[495-L] Koch, Michaela:

Language and gender research from a queer linguistic perspective: a critical evaluation, Saarbrücken: VDM Verl. Dr. Müller 2008, 90 S., ISBN: 978-3-8364-4950-2

INHALT: "Michaela Koch explains the development of a new line of research in sociolinguistics called queer linguistics. Rooted in poststructuralist approaches to gender as a social construction, queer linguistics offers a critical framework for sociolinguistic analysis that values diversity and avoids over-generalization and stereotyping. Koch describes the history of language and gender research from the - 1920's up to today and analyzes different shifts of perspectives of research. Critically, she reflects the concept of performativity, which was originally introduced by J. L. Austin and reframed by Judith Butler into the concept of gender performativity in the 1990's. In addition to theoretical basics and methodology, this book introduces several model analyses and Shows insistently the advantages of the queer linguistic framework. With its comprehensive overview of the development of language and gender research and its critical introduction to queer linguistics the book addresses linguistic scholars and students as well as scholars an. students interested in gender studies." (author's abstract)

[496-L] Kohlscheen, Jörg:

"Die feinen Unterschiede" in der Sprache: zum Verhältnis von Spracheinstellung und Habitus am Beispiel von Studierenden der Ruhr-Universität Bochum, Saarbrücken: VDM Verl. Dr. Müller 2007, 101 S., ISBN: 978-3-8364-5592-3

INHALT: "Spracheinstellungen werden oft als ein Verhältnis zwischen Individuum und Sprache behandelt. Die vorliegende Studie versucht die ästhetische Wahrnehmung von Sprache als Mittel der Distinktion sozial zu verorten. Dafür wird auf Bourdieusche Kategorien zurückgegriffen und diese für soziolinguistische Fragestellungen produktiv gemacht." (Autorenrefrat)

[497-F] Krause, Toni, M.A. (Bearbeitung); Holly, Werner, Prof.Dr.Dr. (Betreuung):

Die akademische Vorlesung: Transkriptionsmuster

INHALT: Wie werden komplexe Bedeutungen in der akademischen Vorlesung generiert? Welche Rolle spielen dabei die Modalität und Kodalität verschiedener Kommunikate? Welche transkriptiven Muster lassen sich speziell für die Kommunikationsform "Vorlesung" beschreiben?
GEOGRAPHISCHER RAUM: Bundesrepublik Deutschland

METHODE: Transkriptivität: intra- und intermediale Verfahren der Bedeutungskonstitution *DATENGEWINNUNG:* Videoaufzeichnung; Transkript.

ART: *BEGINN:* 2008-04 *ENDE:* 2011-03 *AUFTRAGGEBER:* nein *FINANZIERER:* Institution

INSTITUTION: Technische Universität Chemnitz, Philosophische Fakultät, Institut für Germanistik, Medien-, Technik- und Interkulturelle Kommunikation -IfGK- Professur für Germanistische Sprachwissenschaft (09107 Chemnitz)

KONTAKT: Bearbeiter (Tel. 0371-531-37315, e-mail: toni.krause@phil.tu-chemnitz.de)

[498-L] Krotz, Friedrich:

Posttraditionale Vergemeinschaftung und mediatisierte Kommunikation: zum

Zusammenhang von sozialem, medialem und kommunikativem Wandel, in: Ronald Hitzler (Hrsg.) ; Anne Honer (Hrsg.) ; Michaela Pfadenhauer (Hrsg.): Posttraditionale Gemeinschaften : theoretische und ethnografische Erkundungen, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2008, S. 151-169

INHALT: Mit Bezug auf den Metaprozess "Mediatisierung von Alltag und sozialem Handeln, Kultur und Gesellschaft" begründet der Verfasser seine These, dass die Sozialwissenschaft eine Soziologie mediatisierter Formen des Zusammenlebens der Menschen braucht und soziologische Grundlagentheorien neu bedacht werden müssen. Aus kommunikationssoziologischer Sicht müssen insbesondere posttraditionale Lebensformen in Zusammenhang mit medialen und anderen Vernetzungen im Prozess der Mediatisierung des Alltags diskutiert werden. Posttraditionale Beziehungsformen sind, so der Verfasser, als Netzwerke zu begreifen, die nicht nur durch, sondern auch in Medien zustande kommen und aufrecht erhalten werden. Die Mediatisierung ist für Vergesellschaftung wie für Vergemeinschaftung von grundlegender Bedeutung. (ICE2)

[499-L] Kruse, Jan:

Qualitative Sozialforschung: interkulturell gelesen ; die Reflexion der Selbstausslegung im Akt des Fremdverstehens, in: Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research, Vol. 10/2009, No. 1, 19 S. (nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0901162)

INHALT: "In diesem Beitrag sollen die beiden Thesen begründet werden, dass interkulturelle Kommunikation im Grunde genommen das kommunikative Paradigma qualitativer Interview-

forschung ist und vice versa die qualitative Interviewforschung das methodische Paradigma interkultureller Kommunikation: Denn auf der einen Seite vermag aus linguistischer Perspektive das qualitative Paradigma mit seinen methodischen Grundprinzipien der Kommunikativität und Kontextsensitivität zwar das Problem der Indexikalität menschlicher Sprache und Kommunikation nicht zu lösen, aber doch fruchtbar aufzuarbeiten. Die 'Be-' bzw. 'Abarbeitung' von Indexikalität ist dabei auch eine Kernaufgabe von interkultureller Kommunikation. Auf der anderen Seite steht die Aufarbeitung des linguistischen Problems der Indexikalität menschlicher Sprache und Kommunikation selbst wiederum im Schatten des erkenntnistheoretischen Problems des Fremdverstehens. So wie Fremdverstehen der zentrale Modus von interkultureller Kommunikation ist, stellt die im Paradigma der rekonstruktiven Forschung entwickelte methodische Kontrolle des Fremdverstehens den Verfahrenskern qualitativer Interviewforschung dar. Qualitative Interviewforschung und interkulturelle Kommunikation konvergieren also deutlich in zweifacher Hinsicht. Im Anschluss an diese theoretischen Überlegungen sollen die Ausführungen anhand eines Praxisbeispiels veranschaulicht werden." (Autorenreferat)

[500-L] Kühl, Karoline H.:

Bilingualer Sprachgebrauch bei Jugendlichen im deutsch-dänischen Grenzland, (Philologia, Bd. 127), Hamburg: Kovac 2008, 311 S., ISBN: 978-3-8300-3934-1

INHALT: Die vorliegende Untersuchung stellt eine Auswertung der Daten dar, die im Zuge eines DFG-Projekts zu deutsch-dänischen Sprachkontaktphänomenen bei 44 Informanten aus der dänischen Minderheit erhoben wurden. Dabei werden sowohl die Ebene des Sprechers als auch die Ebene des Sprachkontakts einbezogen, wobei erstere als Fundament der letzteren angesehen wird. In Übereinstimmung hiermit zeigt sich in der Evaluierung des code-switching der Informanten (Ebene des Sprechers) eine übergeordnete Konvergenzbewegung zwischen dem deutschen und dem dänischen Sprachsystem. Diese Konvergenzbewegung kommt zustande, indem sich überscheidende sprachliche Strukturen bevorzugt und divergierende Formen vermieden werden. Die Analyse des bilingualen Sprachhandelns der Informanten zeigt, dass diese ihre bilingualen Ressourcen nicht willkürlich oder durch Defizite gelenkt einsetzen, sondern mit einer hohen pragmatisch-funktionalen Kompetenz. Die Informanten kreieren bemerkenswert unterschiedliche sprachliche lines, kohärente übersituative sprachliche Handlungsmuster, durch die sie sich in Bezug auf die geltenden Normen und auf ihre eigene Mehrsprachigkeit verorten. (ICE2)

[501-L] Lakoff, George; Wehling, Elisabeth:

Auf leisen Sohlen ins Gehirn: politische Sprache und ihre heimliche Macht, (Kommunikation, Gesellschaft), Heidelberg: Carl-Auer-Systeme Verl. 2009, 185 S., ISBN: 978-3-89670-695-9 (Standort: Fulda HLB(66)-20082088)

INHALT: Die Verfasser thematisieren in Form eines Gesprächs das Phänomen des politischen Framings durch Sprache. Eine wichtige Rolle spielt dabei das Denken in Metaphern ("der Terrorist"), die unbewusst das Denken kolonisieren und lenken. Aus dieser Perspektive sprechen die Verfasser über Familienwerte und das konservative Familienmodell, Autorität und Empathie, Rationalismus, die Entstehung von Frames und die Wirkung von Framing, die Außenpolitik der USA, die Frames der konservativen US-Außenpolitik ("Achse des Bösen"),

Idealismus und Terrorismus, die Metapher vom "Krieg gegen den Terror", Demokratie im Irak, den Stellenwert der Religion in der amerikanischen Politik und das "Märchen vom objektiven Journalismus". (ICE2)

[502-F] Lauenstein, Oliver, Dipl.-Psych.; Reicher, Stephen, Prof.Dr. (Bearbeitung); Boos, Margarete, Prof.Dr. (Leitung); Boos, Margarete, Prof.Dr. (Betreuung):

The use of family language in processes of social identification

INHALT: Das Forschungsprojekt untersucht das Vorkommen und die Wirkung von Verwandtschaftsmetaphern in nationalistischen Diskuren (z.B. "Vaterland"). H1: Es liegen Verwandtschaftsmetaphern in einer hinreichend großen Häufigkeit vor und diese sind an bestimmte Nutzen (z.B. Naturalisierung von Nationalem) geknüpft. Ergebnisse: In über 50% aller derzeit verwendeten Nationalhymnen finden sich Verwandtschaftsmetaphern. Diese werden je nach Begriff sehr homogen verwandt, bspw. Bevölkerung = Kinder. H2: Diese Metaphern wirken sich auf nationale Identität und Verhalten aus. *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Bundesrepublik Deutschland, Schottland

METHODE: Das Forschungsprojekt basiert primär auf den Theorien der Sozialen Identität und der Selbstkategorisierung (Tajfel und Turner). Die Methodik basiert auf Romneys Cognitive Mapping (Müller, Jonas, Boos 2002). Untersuchungsdesign: Querschnitt *DATENGEWINNUNG:* Inhaltsanalyse, standardisiert (Stichprobe: 193; Texte aller derzeit verwendeten Nationalhymnen; Auswahlverfahren: total). Standardisierte Befragung, schriftlich (Stichprobe: 150; Rekrutierung auf/ aus dem Campus - Studierende; Auswahlverfahren: Zufall). Standardisierte Befragung, online (Stichprobe: 328; Online-Erhebung über Mailverteiler). Freelistung/Triadentest (Stichprobe: 200/ 100; Zufallssample aus der Bevölkerung -geplant-). Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts.

VERÖFFENTLICHUNGEN: keine Angaben *ARBEITSPAPIERE:* Lauenstein, O.: National identity and kinship language. First year report (Erstjahresbericht im Rahmen des PhD-Programms der University of St. Andrews). St. Andrews, May 2008, ca. 37 p.

ART: *BEGINN:* 2009-04 *ENDE:* 2011-04 *AUFTRAGGEBER:* nein *FINANZIERER:* Institution

INSTITUTION: Universität Göttingen, Biologische Fakultät, Georg-Elias-Müller-Institut für Psychologie Abt. 6 Sozial- und Kommunikationspsychologie (Göfßerstr. 14, 37073 Göttingen)

KONTAKT: Lauenstein, Oliver (Tel. 0551-39-6171, e-mail: olauens1@gwdg.de)

[503-L] Lenz, Alexandra N.; Mattheier, Klaus J. (Hrsg.):

Dialektsoziologie, (Sociolinguistica, 22), Tübingen: Niemeyer 2008, XVII, 308 S., ISBN: 978-3-484-60528-2

INHALT: "Das Ziel des hier vorgelegten Bandes zur europäischen Soziolinguistik ist es, Dialektvarietäten europäischer Sprachen in der Vielfalt ihrer Kontakte mit anderen (diatopischen, diastratischen und diaphasischen) Varietäten und Sprachen darzustellen und zu analysieren. Es geht um die soziale Brisanz zentraler dialektsoziologischer Themen. Solche Themenfelder sind etwa die funktionalen Umformungen von dialektalen Merkmalen in "Lifestyle"-Varietäten oder die Rolle von Dialektvarianten in neuen Medien. Andere Brennpunkte der dialektsoziologischen Entwicklung, die auch in diesem Band zur Sprache kommen, sind (immer noch) das Problem "Dialekt und Schule" und der Rollenwechsel der Dialekte in sich ausdehnenden

urbanen Regionen. Allen diesen Erscheinungen gemeinsam ist das Phänomen des strukturalen Dialektwandels bzw. des soziofunktionalen Dialektabbaus. Dieser fast überall in Europa zu beobachtende Entdialektalisierungsprozess steht im Vordergrund aller dialektsoziologischen Entwicklungen. In den hier vorgelegten Forschungsbeiträgen zeigt sich jedoch zugleich, dass man die gegenwärtigen Entwicklungen im dialektsoziologischen Raum nur teilweise durch pauschale Modelle eines Dialektabbaus erfassen kann. Überall sind neben Abbauprozessen auch Erhaltungstendenzen, mitunter sogar Dialektausbau und häufiger Umfunktionalisierungen und Umbewertungsprozesse zu beobachten. An die Stelle der Kommunikationsfunktion des Dialekts tritt in der urbanisierten europäischen Dialektgesellschaft vermehrt die Identifikationsfunktion von Dialekten." (Autorenreferat). Inhaltsverzeichnis: Jenny Cheshire, Sue Fox, Paul Kerswill, Eivind Torgersen: Ethnicity, friendship network and social practices as the motor of dialect change: Linguistic innovation in London (1-23); Helen Christen: "...wü me das vilich nid i dr ganze schwiz verschteit" - Empirische Erkundungen zur sozialen Praxis des polydialektalen Dialogs (24-47); Roland Willemyns, Wim Vandenbussche: Diglossie versus Kontinuum? Der Einfluss von Dialektverlust (48-65); Michael Elmentaler: Varietätendynamik in Norddeutschland (66-86); Raphael Berthele: Dialekt-Standard Situationen als embryonale Mehrsprachigkeit. Erkenntnisse zum interlingualen Potenzial des Provinzlerdaseins (87-107); Melanie M. Wagner: Teachers' and pupils' perceptions of linguistic variation: a study conducted in the Moselle-Franconian dialect area (108-126); Silvia dal Negro: Survival strategies of local languages in Italy (127-139); Kathryn Priest: Oc-lite: Why aren't the Occitans more like the Catalans? (140-156); Ernst Hakon Jahr: On the reasons for dialect maintenance in Norway (157-170); Anne-Claude Berthoud: Le Projet DYLAN "Dynamiques des langues et gestion de la diversité". Un aperçu (171-185).

[504-L] Lermer, Karl:

Beitrag eines mehrsprachigen Schulwesens zur Identitätsbildung in Südtirol, Hagen 2008, 159 S. (Graue Literatur; deposit.d-nb.de/cgi-bin/dokserv?idn=993478107&dok_var=d1&dok_ext=pdf&filename=993478107.pdf)

INHALT: Die vorliegende Arbeit setzt sich zum Ziel, unter der Perspektive "Interkulturalität" die überaus komplexe kulturelle Kommunikationssituation Südtirols zu analysieren. Ein wesentlicher Aspekt ist dabei der Beitrag des Schulwesens zur Bereitstellung einer interkulturell geprägten Atmosphäre. Ein weiteres Ziel ist es, Entwürfe für die flächendeckende Standardisierung eines differenzierten interkulturellen Codes via Schule zu entwickeln. Die forschungsleitende Frage lautet: Welche Strukturveränderung hinsichtlich Sprachbeherrschung und der Praxis interkulturellen Austauschs haben die Veränderungen im Schulwesen hervorgerufen und wie wirken die Veränderungen im Sprachgebrauch auf die Schule zurück? Im einführenden ersten Kapitel werden folgende Aspekte behandelt: Systemtheorie des Unterrichts unter Südtiroler Bedingungen, Entfaltung von Sprachmobilität und Sprachbewusstsein, Einübung von Fähigkeiten und Fertigkeiten im Umgang mit mehreren Sprachen sowie selbständige Aneignung von Sprachenkompetenz als soziale Existenzbedingung. Das zweite Kapitel analysiert ausführlich die Schulentwicklung in der kulturellen und sozialen Konfiguration Südtirols. Im dritten Kapitel wird die Rolle von sprachlicher Identität und Interkulturalität in den Blick genommen, um im vierten Kapitel die sprachpolitischen Entwicklungslinien für die deutsche Sprachgruppe in Südtirol von 1923 bis zur Gegenwart nachzuzeichnen. Gegenstand des fünften und sechsten Kapitels sind die praktische Sprachenpolitik sowie der Spracherwerb von Kindern und Jugendlichen in Südtirol. (ICG2)

[505-F] Lindner, Diana, Dipl.-Soz.; Tesch, Sviatlana, M.A.; Brandes, Oxana, M.A.; Rotman, David R., Prof.Dr.; Zaprudski, S., Dr.; Veremejeva, Natalija, Dr. (Bearbeitung); Kittel, Bernhard, Prof.Dr.; Hentschel, Gerd, Prof.Dr. (Leitung):

Die Trasjanka in Weißrussland - eine "Mischvarietät" als Produkt des weißrussisch-russischen Sprachkontakts. Sprachliche Strukturierung, soziologische Identifikationsmechanismen und Sprachökonomie

INHALT: Hypothesen für den soziologischen Teil der Studie: 1. Dass Trasjanka identitätsstiftende Funktion hat, ist aufgrund des seit drei Generationen andauernden Vorkommens, zu erwarten. Aufgrund der das Weißrussische immer wieder verdrängenden Sprachenpolitik, kann sie einerseits den Verlust des Weißrussischen als Sprache einleiten und trotzdem als Identitätsmechanismus dem Weißrussischen in anderer Hinsicht verhaftet bleiben. Sie kann sich aber auch als Beharrungskraft gegen Russifizierungswellen erweisen und innerhalb der nächsten Generationen die Hinwendung zum Weißrussischen ermöglichen. 2. Aussagen über die Wahrscheinlichkeit des Überlebens von Trasjanka können nach der Auswertung und Berechnung des Q-Wertes und der Bestimmung der identitätsstiftenden Funktion getroffen werden. Je nach Art der Referenzgruppe, die für das Erlernen von Trasjanka ausschlaggebend ist und ja nach Form von Identität, die mit dem Sprechen von Trasjanka verbunden ist, kann eine Prognose darüber abgegeben werden, welche Überlebenschancen Trasjanka in Zukunft haben wird. Ausblick: Wenn sich die spezifischen sprachlichen Strukturbildungen und des Identitätsfunktion der Trasjanka in der weiteren Untersuchung bestätigen, so heißt das verallgemeinert für die Sprachsituation in Weißrussland: Während in der Vergangenheit eine Form der Zweisprachigkeit, die - linguistisch gesprochen - sowohl Züge der Diglossie als auch des Bilingualismus (sozial asymmetrische vs. symmetrische Zweisprachigkeit) zwischen Russisch und Weißrussisch zeigt, könnte ein weiterer Verfall der weißrussischen Dialekte (auf dem Hintergrund des europaweiten Schwundes von Dialekten) sowie eine weitere Schwächung, wenn nicht gar der Schwund des Weißrussischen als Hochsprache (was als Gefahr realistisch ist) dazu führen, dass zukünftig eine Diglossie zwischen Russisch und der Trasjanka die Sprachsituation in Weißrussland kennzeichnen würde, wobei sich die weißrussische Identität in der Trasjanka ausdrücken würde.

METHODE: Theoretischer Ansatz: Sprachsoziologie; Identitätstheorie; Ökonomie der Sprache. Methodischer Ansatz: Quantitative und qualitative Erhebungs- und Analyseverfahren. Untersuchungsdesign: Querschnitt **DATENGEWINNUNG:** Qualitatives Interview (Stichprobe: 200; weißrussische Bevölkerung; Auswahlverfahren: Quota). Standardisierte Befragung, face to face (Stichprobe: 1.400; weißrussische Bevölkerung; Auswahlverfahren: Zufall).

ART: *BEGINN:* 2008-09 *ENDE:* 2011-09 *AUFTRAGGEBER:* nein *FINANZIERER:* Volkswagen Stiftung

INSTITUTION: Universität Oldenburg, Fak. 01 Bildungs- und Sozialwissenschaften, Institut für Sozialwissenschaften Zentrum für Methoden der Sozialwissenschaften (26111 Oldenburg); Universität Oldenburg, Fak. 03 Sprach- und Kulturwissenschaften, Institut für Fremdsprachenphilologien Seminar für Slavistik (26111 Oldenburg)

KONTAKT: Kittel, Bernhard (Prof.Dr. Tel. 0441-798-4835, e-mail: bernhard.kittel@uni-oldenburg.de)

[506-L] Marcantonio, Daniela:

Italiener in Deutschland und Deutsche in Italien: ihre Gesten im interkulturellen Vergleich, Berlin 2008, 223 S. (Graue Literatur; deposit.d-nb.de/cgi-bin/dokserv?idn=99054608x&dok_var=d1&dok_ext=pdf&filename=99054608x.pdf;nbn-resolving.de/urn:nbn:de:kobv:83-opus-20159)

INHALT: "Das Thema der vorliegenden Arbeit sind Embleme im interkulturellen Spannungsfeld. Der Schwerpunkt liegt dabei auf Gesten und dem individuellen Umgang mit ihnen im interkulturellen Bereich. Ausgangspunkt der Untersuchung ist, dass Gesten häufig als ein Kulturphänomen einem Sprachumfeld zugeordnet werden. Damit stellt sich die Frage, ob die Gestik, bei einem Kulturwechsel neu erlernt wird, lediglich transferiert wird oder ob aus unterschiedlichen Gesten im interkulturellen Bereich neue Gesten entstehen. Diese Frage wird in dieser Arbeit systematisch zuerst auf Grundlage theoretischer Überlegungen diskutiert; weiter wird die Variabilität von Gesten im interkulturellen Spannungsfeld anhand einer umfangreichen empirischen Untersuchung im Übergangsfeld der deutschen und der italienischen Kultur untersucht. Auf Grundlage der durch diese Untersuchungen gewonnenen Resultate wird die zentrale These dieser Arbeit formuliert und begründet, die besagt, dass Gesten zwar in einer Kultur zusammen mit der Sprache erlernt werden, aber nicht ausschließlich Bestandteil dieser Kultur sind. Die Übertragung von Gesten ist möglich und findet im interkulturellen Bereich auch statt. Die vorliegende Untersuchung zeichnet sich dadurch aus, dass die Adaption von Gestik im interkulturellen Bereich anhand von Menschen, die ihre ursprüngliche Kultur verlassen haben und sich in einer für sie neuen Kultur aufhalten, untersucht wird. Sowohl die empirische Untersuchung in diesem interkulturellen Bereich als auch die vorgestellte theoretische Ausarbeitung sind deshalb vom Ansatz und der Umsetzung her neuartig." (Autorenreferat)

[507-L] Nemeth, Cornelia:

Sprachbarrieren in der Diskussion: eine wissenschaftsgeschichtliche Darstellung, (Studien zur Linguistik, Bd. 15), Berlin: Lit Verl. 2008, 134 S., ISBN: 978-3-8258-0945-4

INHALT: Die Untersuchung setzt Positionen zueinander in Beziehung, die die Beschäftigung mit dem Zusammenhang von Sprache und sozialer Herkunft in der deutschen Linguistik während der vergangenen Jahrzehnte bestimmt haben. Der erste Teil bietet einen Überblick über die Konzeption, die Bernstein in über dreißig zum Teil unveröffentlichten Aufsätzen entwickelt hat. Die zeitgenössische, gesellschaftliche und wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Bernsteins Konzeption ist Gegenstand des zweiten Teils. Der dritte Teil bietet eine Bestandsaufnahme der Positionen, die Soziolinguisten und Soziologen gegenwärtig zu einem Einfluss der sozialen Herkunft auf die Sprache vertreten. Weil diese Positionen sehr widersprüchlich ausfallen, wird im vierten Teil dafür plädiert, den Zusammenhang von Sprache und sozialer Herkunft durch eine empirische Überprüfung zu klären. Eine solche Überprüfung sollte an einem möglichst repräsentativen Korpus erfolgen. Abschließend werden Schlussfolgerungen hinsichtlich der Rolle formuliert, die der Zusammenhang von Sprache und sozialer Herkunft vermutlich zukünftig in der Linguistik spielen wird. (ICE2)

[508-L] Niekrenz, Yvonne:

Liebe als Verhandlungssache: Intimbeziehungen aus der Sicht des Symbolischen

Interaktionismus, in: Yvonne Niekrenz (Hrsg.) ; Dirk Villányi (Hrsg.): LiebesErklärungen : Intimbeziehungen aus soziologischer Perspektive, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2008, S. 115-125

INHALT: These des Symbolischen Interaktionismus ist: Auch Liebe wird symbolisch vermittelt und von den Akteuren ausgehandelt. Soziale Phänomene werden von den Akteuren selbst geschaffen, ihre Handlungen sind als Symbole aufzufassen, deren Bedeutung im Sozialisationsprozess erlernt wird. Der Symbolische Interaktionismus greift auf George H. Meads Konzeptionen zurück: Haltung, Geste, Symbol und Sprache. Emotionen beeinflussen die Situationsdefinition und damit die folgenden Handlungen der Akteure. Auch umgekehrt haben soziale Interaktionen Einfluss auf Gefühle. Der Partner ist zudem wichtig für die Bestimmung einer Identität, weil zu ihm eine besonders tiefe Bindung besteht. Wer wir sind, sind wir maßgeblich durch unsere Begegnungen mit anderen. Die Schwäche des Symbolischen Interaktionismus liegt für die Autorin in der Betonung des Interpretationsprozesses: Wenn Situationsdefinitionen und gemeinsame Handlungen erst abgestimmt werden müssen, sind Handlungsverläufe nicht vorhersagbar. Durch die Betonung der Bedeutung, der Situation und des Selbstbewusstseins des Individuums werden zudem die Struktur der sozialen Welt und ihr Wandel vernachlässigt. So ist es nur schwer möglich, mit Hilfe des Symbolischen Interaktionismus übergeordnete Aussagen darüber zu treffen, wie es zu verschiedenen Verständnissen von Intimbeziehungen und Liebe kommt. (ICA2)

[509-F] Pfadenhauer, Michaela, Prof.Dr. (Bearbeitung):

Reklamationskompetenz - Handlungsprobleme infolge von Kommunikationsbarrieren beim Online-Shopping und Voraussetzungen für deren Bewältigung

INHALT: Das Projekt liefert eine typologische Bestandsaufnahme der Kommunikations- und Handlungsprobleme, die bei bzw. nach dem Einkaufen im Internet auftreten können und beim Konsumenten Kommunikationsbedarf mit dem Anbieter evozieren. Derartiger Kommunikationsbedarf, heuristisch als Reklamationsbedarf zusammengefasst, wird aus der Perspektive der Konsumenten erfasst und vor dem Hintergrund der Kommunikationsmöglichkeiten und -hindernisse hinterfragt, die sich durch die Spezifik des Internethandels ergeben. Dabei wird davon ausgegangen, dass die für den Konsumenten prinzipiell durchaus vorteilhaften Spezifika des 'globalen Marktplatzes' World Wide Web multiple Wahlmöglichkeiten, raum-zeitliche Unabhängigkeit, unpersönliche Geschäftsbeziehungen, formalisierte Kommunikation im Reklamationsfall Kommunikationsbarrieren erzeugen, deren Überwindung einen Bedarf des Konsumenten an einer ganz spezifischen Kompetenzausprägung zur Folge hat. Dem Forschungsvorhaben liegt die These zugrunde, dass sich für das Reklamieren beim Online-Shopping eine neue Handlungskonstellation ergibt, für die zumindest Käufer (bislang) noch keine Routinen ausgebildet haben, dass also eine neue Interaktionsordnung gilt, auf die Verbraucher (noch) nicht vorbereitet sind. Der Fokus auf Kompetenz begründet sich theoretisch dadurch, dass unter 'Kompetenz' ein komplexes, weil vielschichtiges Lösungsreservoir für ein spezifisches Handlungsproblem (hier eben das, erfolgreich zu reklamieren) zu verstehen ist, das einem in dieser Hinsicht kompetenten Akteur nicht nur individuell zuhänden, sondern das überdies sozial akzeptiert ist. Mittels einer vergleichenden Analyse von Reklamationsvorgängen beim Online-Shopping mit anderen Vertriebsformen bzw. kommunikativen Rahmenbedin-

gungen (Reklamieren am Verkaufsschalter; am Telefon) sowie mittels auf diese Vorgänge fokussierten Interviews werden im Rekurs auf eine Dokumentenanalyse von Online-Shop-Webauftritten die jeweiligen Handlungsprobleme des Kunden und die zu ihrer Bewältigung bestehenden Anforderungen kontrastiert, um auf dieser Basis Reklamieren analytisch als eine kommunikative Gattung, d.h. als eine Grundform der Vermittlung gesellschaftlichen Wissens, fassen und die Komponenten eines Kompetenzprofils 'Reklamieren beim Online-Shopping' bestimmen zu können.

ART: *BEGINN:* 2006-01 *AUFTRAGGEBER:* nein *FINANZIERER:* Deutsche Forschungsgemeinschaft

INSTITUTION: Universität Karlsruhe, Fak. für Geistes- und Sozialwissenschaften, Institut für Soziologie, Medien- und Kulturwissenschaft -ISMK- Abt. 1 Soziologie Lehrstuhl für Soziologie unter besonderer Berücksichtigung des Kompetenzerwerbs (Schlossbezirk 12, 76131 Karlsruhe)

KONTAKT: Bearbeiterin (Tel. 0721-608-5415, -5413, e-mail: pfaenhauer@soziologie.uka.de)

[510-L] Pitsch, Karola; Ayaß, Ruth:

Gespräche in der Schule: Interaktion im Unterricht als multimodaler Prozess, in: Herbert Willems (Hrsg.): Lehr(er)buch Soziologie : für die pädagogischen und soziologischen Studiengänge. Bd. 2, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2008, S. 959-982, ISBN: 978-3-531-14976-9

INHALT: "Dieser Beitrag verfolgt das Ziel, den Gegenstand 'Interaktion im Unterricht' anhand von Videoaufnahmen aus authentischen Unterrichtssituationen aus einer grundlegend multimodalen Perspektive heraus zu untersuchen. Geht man nämlich über eine - in der Forschung bislang vielfach vorherrschende - Fokussierung auf die sprachlichen Aktivitäten der Teilnehmer hinaus, so kommt eine Reihe neuer Phänomene, Zusammenhänge und Fragestellungen in den Blick: Wie wird der Körper als kommunikative Ressource in der Interaktion genutzt? Welche Auswirkungen hat das Raumverhalten, z.B. des Lehrers, auf die ablaufenden Aktivitäten? Wie werden verschiedene Aktivitätsebenen - z.B. der Unterrichtsdiskurs und das parallele Anfertigen von Mitschriften durch die Schüler - miteinander koordiniert? Wie können unterschiedliche Beteiligungsweisen der Schüler beachtet und zugleich koordiniert werden? Diesen Fragen wollen wir im Folgenden nachgehen, indem wir einen analytischen Einblick in die Vielschichtigkeit von Gesprächen geben sowie die Chancen vorführen, die eine konversationsanalytisch basierte Untersuchung bietet. Wir zeigen dabei auf, welche neuen Anregungen sich - anhand des Beispiels 'Unterricht' - für die Untersuchung von Gesprächen gewinnen lassen." (Autorenreferat)

[511-L] Plitsch, Alexander:

Jenseits von Partei-Ideologien: der Sprachgebrauch im Landtag von Nordrhein-Westfalen, Hamburg: Diplomica Verl. 2008, 121 S., ISBN: 978-3-8366-6113-3 (Standort: Münster ZwB Sozialwiss.(6/A)-MG23550/1)

INHALT: Der Verfasser gibt zunächst einen Überblick über die linguistische Forschung zur Sprache in der Politik und eine Einführung in die Disziplin der Politolinguistik. Ein historischer Abriss über die Geschichte des nordrhein-westfälischen Landtags und seine Aufgaben sowie über die landespolitischen Eckdaten im Zeitraum der Untersuchung, den Jahren 2004

bis 2006, schließt sich an. Im Folgenden werden Ergebnisse einer empirischen Untersuchung vorgelegt, für die Plenarprotokolle des Landtags einer lexikalischen (verwendete Wörter), einer rhetorischen (verwendete Metaphern, Phraseologismen und Pathos) sowie einer pragmatischen Analyse (Argumentation von Regierung und Opposition) unterzogen werden. Zusätzlich werden Äußerungen untersucht, in denen die Abgeordneten direkt Bezug auf ihren eigenen Sprachgebrauch oder den ihrer politischen Gegner nehmen. Die Untersuchung macht zahlreiche Besonderheiten des Sprachgebrauchs von Politikern gegenüber der Alltagssprache deutlich, ebenso wie zahlreiche Unterschiede zwischen Regierung und Opposition. (ICE2)

[512-L] Rakic, Tamara:

Who said what ... and how?: on the influence of pronunciation on social categorization, Jena 2009, VIII, 123 S. (Graue Literatur; nbn-resolving.de/urn:nbn:de:gbv:27-20090608-153352-5)

INHALT: "In the social world, one not only sees people, one also hears them speaking. Features of the language (e.g., the accent) convey important information about the speaker. In the context of this dissertation, three projects were designed to test the impact of accents on the perception, categorisation and evaluation of persons. The first project investigated the influence of accent presence on the job interview outcome. It was found that targets speaking with a German dialect accent were highly discriminated against whereas those speaking with a French accent were evaluated as positively as standard German speakers. The second project investigated social categorization based on ethnicity by varying the presentation modality (i.e., only visual, only auditory or both visual and auditory). The results showed that not only the look (visual cues) but also the accent (auditory cues) of a person plays an important role in how a given person is categorized. Moreover ethnicity seemed to be presented most effectively through auditory cues (i.e., accent). The third project examined the outcome of cross categorization based on gender and ethnicity while varying the presentation modality. More precisely, we varied presentation of gender and ethnicity through either only auditory, or only visual, or auditory and visual cues together. Results suggested that gender, though being a very salient and important category, is not always the determining factor for social categorization. And again, ethnicity was conveyed greatly through auditory presentation whereas gender was equally well presented with visual and auditory cues. Overall, all three projects showed that in psychological processes (e.g., social perception and categorization) as well as in everyday life, accents (i.e., language) play a central role." (author's abstract)

[513-F] Roesler, Patrick, M.A. (Bearbeitung); Kailuweit, Rolf, Prof.Dr. (Betreuung):

Die sprachliche Integration rumänischer Einwanderer in Ostspanien

INHALT: Erwerb von Sprachkenntnissen als Voraussetzung für die Integration in die Gesellschaft des Gastlandes; Beschreibung der besonderen Charakteristika des von Rumänen gesprochenen Spanisch; Darstellung des kommunikativen Alltags rumänischer Einwanderer in Spanien; Untersuchung von Interviews (in spanischer Sprache) als 'Migrantendiskurs' und Zeugnisse der konkreten Anwendung der Sprachkenntnisse, um über die eigene Situation als Einwanderer in Spanien zu referieren. *ZEITRAUM:* 2008 *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Spanien, Comunidad Valenciana, Castellón de la Plana

METHODE: Diese Doktorarbeit untersucht im Rahmen der Migrationslinguistik und Sprachkontaktforschung, inwieweit der in diesem Fall gegebene Kontakt zweier nah verwandter

Schwestersprachen und -kulturen sich positiv auf eine rasche und erfolgreiche Integration der Einwanderer in die Gesellschaft des Gastlandes auswirken mögen. Untersuchungsdesign: Querschnitt *DATENGEWINNUNG*: Qualitatives Interview; Standardisierte Befragung, face to face (Stichprobe: 30; Auswahlverfahren: Zufall). Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts.

ART: *BEGINN*: 2007-10 *ENDE*: 2010-10 *AUFTRAGGEBER*: nein *FINANZIERER*: Stipendium, Landesgraduiertenförderung Baden-Württemberg

INSTITUTION: Universität Freiburg, Philologische Fakultät, Romanisches Seminar (Platz der Universität 3, 79098 Freiburg im Breisgau)

[514-F] Rosenberger, Lukas; Baumgartner, Jachin (Bearbeitung); Werlen, Iwar, Prof.Dr. (Leitung):

Sprachkompetenzen der erwachsenen Bevölkerung in der Schweiz

INHALT: Das Projekt untersucht die individuelle Mehrsprachigkeit der erwachsenen Bevölkerung in der Schweiz. Es wird eine repräsentative Befragung in Zusammenarbeit mit einem Meinungsforschungsinstitut durchgeführt. Für die Rätoromania ist eine Zusatzstudie vorgesehen. Gefragt wird nach einem für die Schweizer Verhältnisse modifizierten Fragebogen von Eurostat, der für das Eurobarometer 54 "Les Européens et les langues" verwendet wurde und fünfzehn Fragen umfasst. Erfragt werden die Muttersprache(n) und bis zu vier Fremdsprachen. Gefragt wird weiter nach der Nützlichkeit dieser Sprachen, nach der Kompetenz bei den gekannten Sprachen (auf einer dreistufigen Skala), nach der Häufigkeit und den Domänen des Gebrauchs der Sprachen. Eine Reihe von Fragen behandeln die Art des Erlernens dieser Sprachen und deren Effizienz, die Sprachlernmotivation, die Gründe, die vom Sprachenlernen abhalten können und den Aufwand, den man für das Sprachenlernen zu treiben bereit ist, resp. welche Anreize das Sprachenlernen fördern könnten. Abschliessend werden Meinungen zu sprachpolitischen Fragen erhoben. Die repräsentative Befragung wird zeigen, wie verbreitet die individuelle Mehrsprachigkeit in der Schweiz ist und welche Bedingungen zu dieser Mehrsprachigkeit führen. Dabei lässt sich auch überprüfen, wie sich der schulische Fremdsprachenunterricht auf die Bevölkerung auswirkt und welche Bedeutung das Bildungsniveau, die berufliche Tätigkeit und die Zugehörigkeit zu den vier Sprachgebieten haben. Weiter soll die Güte der Selbsteinschätzung bei Teilnehmenden an Sprachkursen der Migros-Klubschulen überprüft werden, die Einstufungstests absolvieren. Erwartet wird insgesamt ein deutlicheres Bild der Sprachkompetenzen und der individuellen Mehrsprachigkeit der erwachsenen Bevölkerung in der Schweiz, vor allem auch im Hinblick auf die Kenntnisse der anderen Landessprachen, des Englischen und der Sprachen der Migration. Vergleiche www.linguadult.ch. *ZEITRAUM*: Synchrone Studie, Datenerhebung im März 2006 *GEOGRAPHISCHER RAUM*: Schweiz

METHODE: Repräsentative Erhebung zu den Fremdsprachkompetenzen der erwachsenen Bevölkerung in der Schweiz, in Zusammenarbeit mit dem Meinungsforschungsinstitut DemoSCOPE; quantitative Auswertung der erhobenen Daten (deskriptive und induktive statistische Auswertung. Standardisierte Befragung, face to face; standardisierte Befragung, schriftlich (Stichprobe: 1.428 Personen: 1.215 erwachsene Schweizer Bevölkerung -repräsentativ-, Zusatzstichprobe Rätoromanen: 213 Personen - Auswahlverfahren: Random Quota (1. Schritt: anhand des Master Samples werden pro Sprachregion die Gemeinden festgelegt, und zur Bestimmung der Sampling Points innerhalb der einzelnen Gemeinden wird aus dem Telefonverzeichnis zufällig eine Kernadresse ausgewählt; 2. Schritt: zusammen mit den Informationen

über das Befragungsgebiet erhält jede/r Interviewer/in Quotenvorgaben für die Auswahl der Zielpersonen analog der Struktur der Grundgesamtheit.). Untersuchungsdesign: Erhebungszeitpunkt: März 2006. Durchführung der Feldarbeit: face-to-face Interviews, Erhebung durch das Meinungsforschungsinstitut DemoSCOPE. Die Datenerhebung in der Zusatzstudie in Zusammenarbeit mit den Migros Klubschulen basiert auf einem standardisierten Fragebogen (schriftlich). *DATENGEWINNUNG*: Standardisierte Befragung, face to face; Standardisierte Befragung, schriftlich (Stichprobe: 1.215 -repräsentativ-; erwachsene Schweizer Bevölkerung; Auswahlverfahren: Random, Quota. Stichprobe: 213; Rätoromanen -Zusatzstichprobe; Auswahlverfahren: Random Quota). Feldarbeit durch ein kommerzielles Umfrageinstitut.

VERÖFFENTLICHUNGEN: Werlen, Iwar: Englisch als Fremdsprache bei Erwachsenen in der Schweiz. in: Moraldo, Sandro M. (Hrsg.): Sprachkontakt und Mehrsprachigkeit. Zur Anglizismendiskussion in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Italien. Heidelberg: Winter 2008, S. 193-214. ISBN 978-3-8253-5458-9:+++Werlen, Iwar; Rosenberger, Lukas; Baumgartner, Jachin: Warum welche Sprachen lernen? Erste Ergebnisse des Projektes "Sprachkompetenzen der erwachsenen Bevölkerung in der Schweiz" zu Motivation und Sprachwahl beim Fremdsprachenlernen. in: Abel, Andrea; Stuflesser, Mathias; Putz, Magdalena (Hrsg.): Mehrsprachigkeit in Europa: Erfahrungen, Bedürfnisse, Gute Praxis. Tagungsband. - Plurilinguismo in Europa: esperienze, esigenze, buone pratiche. Atti del convegno. - Multilingualism across Europe: Findings, Needs, Best Practices. Proceedings. 24.-26.08.2006, Bolzano/ Bozen". Bozen: Eurac 2006, S. 219-232. ISBN 88-88906-27-4. *ARBEITSPAPIERE*: Werlen, Iwar: Sprachkompetenzen der erwachsenen Bevölkerung in der Schweiz. Schlussbericht. Bern: Institut für Sprachwissenschaft, Universität Bern 2008, 14 S. Online unter: www.nfp56.ch/d_projekt.cfm?Projects.Command=details&get=13&kati=2.

ART: *BEGINN*: 2006-01 *ENDE*: 2007-12 *AUFTRAGGEBER*: keine Angabe *FINANZIERER*: NFP 56 Sprachenvielfalt und Sprachkompetenz in der Schweiz

INSTITUTION: Universität Bern, Philosophisch-Historische Fakultät, Institut für Sprachwissenschaft (Länggassstr. 49, 3000 Bern, Schweiz)

[515-L] Schmidt, Axel:

Oberaffengeil ist peinlich!: von der Jugendsprache zur Peergroup-Kommunikation, in:

Klaus Neumann-Braun (Hrsg.) ; Birgit Richard (Hrsg.): Coolhunters : Jugendkulturen zwischen Medien und Markt, Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2005, S. 83-100

INHALT: Aus der Erwachsenenperspektive einer zivilisierten Gesprächskultur erscheint die Kommunikation in jugendlichen Peer-Groups als eine defizitäre Form des Sprechens und Kommunizierens, insbesondere, wenn sich die Betrachtung jugendlichen Sprechens in der Aufzählung lexikalischer Exotismen erschöpft. Erweitert man jedoch die Perspektive und berücksichtigt die verschiedenen kommunikationskonstitutiven Ebenen, die alltägliches Sprechen ausmachen, lassen sich jene Prinzipien rekonstruieren, nach denen Jugendliche ihre Kommunikation immanent strukturieren. Die Abweichungen stellen sich in einem neuen Licht dar: Sie erscheinen dann als systematische Resultate einer Orientierung an Unterhaltung und Wettbewerb, die ihre eigenen Gesetze hat. Unter dieser Perspektive wird nun vieles kohärent und folgerichtig, was zuvor nur als Inkohärenz und Abweichung erschien - so etwa auch sprachliche Eigenschaften wie expressive Phonologie, Hyperbolik, Neologismen und Kürze. Die Modalität 'Spaß' und die zumeist kompetitive Selbstdarstellung sind die Kriterien, die bestimmen, ob ein Beitrag angemessen ist und ob er im kommunikativen Spiel von Angebot und Nachfrage bestehen kann. (ICF2)

[516-L] Schmitt, Reinhold:

**Schülerseitiges Interaktionsmanagement: Initiativen zwischen supportiver
Strukturreproduktion und Subversion**, in: Gesprächsforschung : Online-Zeitschrift zur
verbalen Interaktion, Jg. 10/2009, S. 20-69
(www.gespraechsforschung-ozs.de/heft2009/ga-schmitt.pdf)

INHALT: "Der Beitrag geht der Frage nach, welche Möglichkeiten Schüler als organisationsstrukturell Untergebene zur selbstbestimmten und autonomen Mitwirkung und Interaktionsstrukturierung im schulischen Unterricht haben. Auf der Grundlage einer detaillierten Analyse eines Videoausschnitts aus einer Englischstunde in einer Fachberufsschule werden zwei prototypische Formen schülerseitiger Interaktionsstrukturierung analysiert: 'supportive antizipatorische Initiativen' und 'subversive Initiativen' (zur Initiierung offizieller Nebenkommunikation). Der Beitrag rekonstruiert im Detail die interaktionsstrukturellen Bedingungen vor allem der subversiven Initiativen und expliziert die Kompetenzen, die Schüler für den erfolgreichen Vollzug solcher Initiativen besitzen müssen. Aufbauend auf den strukturanalytischen Ergebnissen wird für ein Konzept 'Interaktionsmanagement' plädiert und im Ansatz und zur expliziten Fokussierung schülerseitiger Strukturierungsbeiträge bei der interaktiven Konstitution von Unterricht ein Konzept 'subversives Interaktionsmanagement' skizziert. Der Beitrag stellt insgesamt die Frage, wie viel Subversivität eine Institution bei ihrer alltäglichen interaktiven Reproduktion verträgt und braucht." (Autorenreferat)

[517-F] Schulz, Iren, M.A. (Bearbeitung); Krotz, Friedrich, Prof.Dr. (Betreuung):

Die Bedeutung des Mobiltelefons für Jugendliche und ihre sozialen Beziehungen. Eine Untersuchung kommunikativen Handelns im Prozess der Sozialisation mit Medien

INHALT: keine Angaben

METHODE: keine Angaben *DATENGEWINNUNG:* Beobachtung, teilnehmend; Gruppendiskussion; Qualitatives Interview.

ART: AUFTRAGGEBER: nein **FINANZIERER:** TLM, Stipendium

INSTITUTION: Universität Erfurt, Philosophische Fakultät, Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft, Soziale Kommunikation (Nordhäuser Str. 63, 99089 Erfurt)

KONTAKT: Betreuer (e-mail: friedrich.krotz@uni-erfurt.de)

[518-L] Serdyukova, Oxana:

Unterschiede im Einsatz von Höflichkeitsstrategien im deutschen und russischen Kulturkreis am Beispiel des Kritikverhaltens am Arbeitsplatz: Überprüfung der Reichweite des Höflichkeitsmodells von Brown/ Levinson (1987) anhand der kontrastiven Untersuchung in deutsch- und russischsprachigen Probandengruppen in Rostock, Rostock 2008, 297, XVI S. (Graue Literatur; deposit.d-nb.de/cgi-bin/dokserv?idn=989753298&dok_var=d1&dok_ext=pdf&filename=989753298.pdf;nbn-resolving.de/urn:nbn:de:gbv:28-diss2008-0060-5)

INHALT: "Die Untersuchung befasst sich mit dem Einsatz von Höflichkeitsstrategien am Beispiel des Deutschen und Russischen. Zum Gegenstand wurde Kritik im beruflichen Kontext gewählt. Das Ergebnis, dass es ethniespezifische Unterschiede im Einsatz von Höflichkeitsstrategien gibt, erlaubt die Grenzen des Modells von Brown/ Levinson (1987) zu überprüfen.

Es wurde empirisch nachgewiesen, dass eine Reihe von Annahmen dieses Modells nicht unterstützt werden kann: Universalitätsanspruch; Verständnis eines Sprechakts als einer satzwertigen Äußerung; Sichtweise auf die Indirektheit. Vorschläge für die Höflichkeitsforschung: Bestimmung von Tendenzen im Sprachverhalten in Abhängigkeit von weiteren Variablen." (Autorenreferat)

[519-L] Simo Bobda, Augustin (Hrsg.):

Explorations into language use in Africa, (Duisburger Arbeiten zur Sprach- und Kulturwissenschaft, Bd. 70), Frankfurt am Main: P. Lang 2008, 237 S., ISBN: 978-3-631-56239-0 (Standort: Bayer. SB München(12)-2008.16732)

INHALT: "As the title suggests, this collection explores some of the many facets of the language question as experienced by Africans today. This language question in Africa involves, in one way or another, the various languages used on the continent, namely the exoglossics languages, the indigenous languages, and pidginised languages like Pidgin English. It has to do with status planning, but also the structural forms of the languages considered. It has been examined in a multitude of scientific publications and in different fora, including the 2004 LAUD symposium whose main theme was 'Empowerment through language', of which this book is an emanation and an extension." (author's abstract). Contents: Joshua A. Fishman: Leadership trajectories in the language planning process (3-10); René Dirven, Martin Pütz: Language conflict seen from the viewpoint of the rationalist and romantic models (11-28); Vic Webb: The sustainability of South Africa's pluralist language policy (29-54); Kembo Sure: Promotion and sustenance of multilingualism: Partnership between the private sector and the government (55-70); Pius N. Tamanji: Globalization and African languages: Regression in linguistic diversity (71-94); Ngessimo M. Mutaka: Ecosystem of the Vute-Banyo area and language endangerment (95-110); Michel Kenmogne: Tone assignment on nominal forms in Bakoko (113-124); Douglas Pulleyblank: Yoruba vowel patterns: Asymmetries through phonological competition (125-158); Augustin Simo Bobda: Predictability of word stress in African English: Evidence from Nigerian English and Cameroon English (161-182); Paul Mbangwana: Discourse and self-validation as hallmarks of advertisement (183-196); Kasper Juffermans: Local emplacement and global identities in signboard and billboard literacies in urban Gambia (197-220); Lothar Peter, Hans-Georg Wolf: Compiling an exclusive dictionary of West African English: A report on work in progress (221-234).|

[520-L] Stein-Kanjora, Gardy:

"Parler comme ça, c'est vachement cool!": or how dynamic language loyalty can overcome "resistance from above", in: Sociologus : Zeitschrift für empirische Ethnosoziologie und Ethnopsychologie, Jg. 58/2009, H. 2, S. 117-141 (Standort: USB Köln(38)-BP4430; Kopie über den Literaturdienst erhältlich; dx.doi.org/10.3790/soc.58.2.117)

INHALT: "Dieser Beitrag diskutiert die Herausforderungen und Hindernisse, aber auch die Motivationen und Belohnungen, die Sprecher des 'Camfranglais' in ihrem Alltag erfahren. Um einen Einblick in die soziolinguistische Situation urbaner Jugendlicher in Kamerun zu bekommen, werden die Haltungen der Camfranglais-Sprecher gegenüber dieser Varietät, ihre Reproduktionsweise und ihre Verbreitung untersucht. Mit einem Fokus auf die 'Träger' der Jugendkultur (so wie Rap-Musik und Magazine) beschreibt die Autorin die Rolle, die diese

Varietät in der Entwicklung der kamerunischen Identität für Jugendliche und junge Erwachsene spielt. Das hoffnungslose Unterfangen von Lehrern und Eltern, das Camfranglais aus seinem Gebrauch zu verbannen, erweist sich dabei als dem jugendlichen Trend unterlegen, sich als Teil einer modernen Welt zu präsentieren. Außerdem wird aufgezeigt, welche positive Rolle die Verwendung des Camfranglais z.B. in Musiktexten oder HIV-Kampagnen bei der Veränderung des Verhaltens Jugendlicher spielen kann." (Autorenreferat)

[521-F] Strániková, Jana, M.A.; Leeuwen-Turnovcová, Jirina van, Prof.Dr. (Bearbeitung):

Gender als Faktor der Sprachentwicklung im tschechischsprachigen Böhmen (sprech- und schriftsprachliche Elemente und Normen in Ego-Dokumenten von Frauen der Wiedergeburtzeit)

INHALT: Feststellung der Relationen zwischen der Sozialstruktur der Wiedergesellschaft und dem Literalitätsgrad ihrer Repräsentanten - vor allem der Frauen aus dem Umkreis der tschechischen Intelligenz. Hypothese: aufgrund der Sozialstruktur (sozial unvollständige Gemeinschaft) mit Dominanz der unteren Mittelschicht und einer Genderordnung, in der Frauen wenig Anteil an kultureller und sprachlicher Bildung hatten, zeigen die Ego-Dokumente (v.a. Korrespondenz) Defizite in den stilistischen und orthographischen Kenntnissen. *ZEITRAUM:* 19. Jahrhundert *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Böhmen

METHODE: Analyse von Korrespondenz auf orthographische, sprachliche (normative) und stilistische Eigenschaften

VERÖFFENTLICHUNGEN: Leeuwen-Turnovcová, J.v.; Strániková, J.: Anmerkungen zur Varianz des Usus in der privaten Korrespondenz der tschechischen patriotischen Kreise im 19. Jahrhundert. in: Leeuwen-Turnovcová, J.v.; Rudolf, S.; Röhrborn, U.: Standardisierung und Destandardisierung. (De)Standardisierungsphänomene im Russischen und Tschechischen. Beiträge des gleichnamigen Kolloquiums vom 22. Juni 2007 am Institut für Slawistik der Friedrich-Schiller-Universität Jena. *Specimina Philologiae Slavicae*, Bd. 148. München: Sagner 2008, S. 49-80.+++Leeuwen-Turnovcová, J.v.: Diglossie und Gender im mitteleuropäischen Vergleich. Zu Handicaps der Familiarisierung eines elaborierten Sprachstils in Böhmen. in: Höhen, S.; Ohme, A. (Hrsg.): Prozesse kultureller Integration und Desintegration. Deutsche, Tschechen, Böhmen im 19. Jahrhundert. Veröffentlichungen des Collegium Carolinum, Bd. 103. München: Oldenbourg 2005, S. 275-308. *ARBEITSPAPIERE:* Gender als Faktor der Sprachentwicklung im tschechischsprachigen Böhmen (sprech- und schriftsprachliche Elemente und Normen in Ego-Dokumenten von Frauen der Wiedergeburtzeit). Projekt der DFG.

ART: *BEGINN:* 2004-01 *ENDE:* 2009-12 *AUFTRAGGEBER:* nein *FINANZIERER:* Deutsche Forschungsgemeinschaft

INSTITUTION: Universität Jena, Philosophische Fakultät, Institut für Slawistik (Ernst-Abbe-Platz 8, 07743 Jena)

KONTAKT: Leeuwen-Turnovcová, Jirina van (Prof.Dr. e-mail: Jirina.v.Lee@uni-jena.de)

[522-L] Stubenvoll, Martina:

Kommunikation im Krankenhaus: aus der Sicht der Mitarbeitenden. Saarbrücken: VDM Verl. Dr. Müller 2007, 92 S., ISBN: 978-3-8364-1134-9 (Standort: UB Bielefeld(361)-RT350S932)

INHALT: "Um die durch die Gesundheitsstrukturreform notwendig gewordenen Veränderungen - es handelt sich z.T. um hochkomplexe Abläufe - im Gesundheitswesen umzusetzen, ist eine gute und reibungslose Kommunikation zwischen allen Beteiligten zwingend notwendig. Wegen der historisch gewachsenen Hierarchiestruktur und der Expertenorganisation, ist im Krankenhaus die Umsetzung von Veränderungen eine besonders schwierige Aufgabe. Die vorliegende Arbeit untersucht die interne Kommunikation bei Veränderungsprozessen im Krankenhaus. Es wurde eine Querschnittsuntersuchung bei Mitarbeitenden der verschiedenen Berufsgruppen des Zentrums für Innere Medizin und des Radiologischen Zentrums einer Universitätsklinik durchgeführt. Zur Erfassung der internen Kommunikation wurde die schriftliche Befragung, mittels eines vorhandenen und angepassten Fragebogens eingesetzt. Untersucht wurde die Zufriedenheit der Mitarbeitenden an verschiedenen Skalen. Die Ergebnisse zeigen, dass Unterschiede in der Wahrnehmung der internen Kommunikation stark von der Zugehörigkeit zu einer bestimmten Berufsgruppe abhängen. Ärztinnen sind subjektiv schlechter informiert als die anderen Berufsgruppen. Bemerkenswerterweise gibt es jedoch einerseits keinen signifikanten Unterschied zwischen Mitarbeitenden einer Projektgruppe oder Mitarbeitenden in Leitungsfunktion und andererseits Mitarbeitenden ohne eine solche Funktion. Um den Anforderungen, die an das Gesundheitswesen gestellt werden, gerecht werden zu können, ist in jedem Falle eine verbesserte interne Kommunikation notwendig. Als Schlüsselposition bei Veränderungsprozessen werden die Führungskräfte gesehen (EFQM-Modell). Besonders im Bereich der ärztlichen Führung bestehen jedoch deutliche Qualifikationslücken. Um auch die Berufsgruppen besser zu vernetzen, wäre eine berufsgruppenübergreifende Führungsqualifikation ein sinnvoller Ansatz, um diese Lücken zu schließen. Dies könnte z.B. über die innerbetriebliche Fortbildung in den Krankenhäuser realisiert werden." (Autorenreferat)

[523-L] Temple, Bogusia; Koterba, Katarzyna:

The same but different: researching language and culture in the lives of Polish people in England, in: Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research, Vol. 10/2009, No. 1, 14 S. (nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0901319)

INHALT: "Dieser Beitrag widmet sich der kulturellen Repräsentation im Rahmen der Mehrsprachigkeitsforschung. Es werden Forschungsansätze behandelt, die davon ausgehen, dass Personen sich in unterschiedlichen Sprachen auch unterschiedlich präsentieren. Darüber hinaus wird in diesen Zusammenhang die These vertreten, dass Übersetzer/innen und Forschende im Zuge ihrer Übersetzungsarbeit die lebengeschichtlichen Fälle ihrer Untersuchungen nicht nur beschreiben, sondern auch mit konstruieren. Die Repräsentationsakte seitens der Beforschten wie auch der Forschenden über Sprachgrenzen hinweg haben Konsequenzen für die Forschungsergebnisse. Die Grundüberlegungen werden die Autoren anhand eigener Forschung über polnisch sprechende Personen im Großraum Manchester (England) illustrieren. Es werden Aspekte der Interpretation und Translation in der Erzählforschung beleuchtet, um von dort ausgehend zentrale methodologische Überlegungen für den Forschungsprozess in den Blick zu nehmen. Die Autoren sprechen sich dabei gegen die Behandlung von Sprache als undifferenziertes Medium aus und ebenso gegen die Sichtweise, dass Personen, die eine bestimmte Sprache sprechen, problemlos alle Sprecher/innen dieser Sprache repräsentieren können. Alle Sprachen sind sprachintern differenziert und wer übersetzt, greift in die Ergebnis-konstruktion ein." (Autorenreferat)

[524-F] Trautmann, Matthias, Dr.; Keuffer, Josef, Prof.Dr.; Paul, Ingwer, Prof.Dr.; Ohly, Karl-Peter, Dr.; Günther-Boemke, Gerlinde, Dr.; Loghin, Beatrix; Wischer, Beate, Prof.Dr.phil. (Bearbeitung):

Kommunikation im Unterricht

INHALT: Unterrichtsentwicklung durch Videographie der Lehrer-Schüler Kommunikation? In 3 unterschiedlichen didaktischen Arrangements (So-Wi, Nat.-Wiss., Sprachen) wird untersucht, welche Wahrnehmungsperspektive Schüler, Lehrer und Beobachter auf bestehende Kommunikationssituationen haben. Vermutet wird, dass die Selbstreflexion des Lehrers und Videoanalyse, Schülerfragebogen und kollegiales Gespräch zu einer vom Beteiligten gewünschten Veränderung von Kommunikation führt. *ZEITRAUM:* ca. 2006-2010 *GEOGRAPHISCHER RAUM:* Nordrhein-Westfalen, u.a. Erweiterung geplant

METHODE: LehrerInnenforschung und Evaluationsforschung; Unterrichtskultur und Kommunikation; Kommunikationstheorien; qualitative Inhaltsanalyse; Gesprächsanalyse. Untersuchungsdesign: Querschnitt *DATENGEWINNUNG:* Beobachtung, nicht teilnehmend (Stichprobe: 4 -Personen-; Beobachtung von Videoausschnitten). Gruppendiskussion (Stichprobe: 3 -Gruppen-; Schüler Sek. II; Auswahlverfahren: die von Lehrern unterrichteten Schüler). Standardisierte Befragung, face to face (Stichprobe: 3x20; Schüler Sek. II; Auswahlverfahren: die von Lehrern unterrichteten Schüler). Videographie (Stichprobe: 3; Lehrer Sek. II, Unterrichtsausschnitte; Auswahlverfahren: freiwillige Meldung). Feldarbeit durch Mitarbeiter/-innen des Projekts.

VERÖFFENTLICHUNGEN: keine Angaben *ARBEITSPAPIERE:* Zwischenbericht für den Wissenschaftlichen Rat und den Wissenschaftlichen Beirat des Oberstufen-Kollegs. Internes Arbeitspapier. TRIOS (J. Sacher).

ART: *BEGINN:* 2006-08 *ENDE:* 2010-09 *AUFTRAGGEBER:* nein *FINANZIERER:* Institution

INSTITUTION: Oberstufen-Kolleg an der Universität Bielefeld (Postfach 100131, 33501 Bielefeld); Universität Bielefeld, Fak. für Erziehungswissenschaft, Arbeitsgruppe 04 Didaktik und Curriculumentwicklung (Postfach 100131, 33501 Bielefeld); Universität Bielefeld, Fak. für Linguistik und Literaturwissenschaft (Postfach 100131, 33501 Bielefeld); Universität Osnabrück, FB 03 Erziehungs- und Kulturwissenschaften (Heger-Tor-Wall 9, 49069 Osnabrück)

KONTAKT: Trautmann, Matthias (Dr. Tel. 0521-106-4549, e-mail: matthias.trautmann@uni-bielefeld.de)

[525-L] Urrutia, Inigo; Lasagabaster, Inaki:

Language rights and community law, in: , 2008, 20 S.

(eiop.or.at/eiop/index.php/eiop/article/download/2008_004a/78)

INHALT: "The territory of the European Union is made up of a rich and wide-ranging universe of languages, which is not only circumscribed to the 'state languages'. The existence of multilingualism is one of Europe's defining characteristic and it should remain so in the constantly evolving model of Europe's political structure. Linguistic rights have been dealt with under Community law through various viewpoints. The linguistic regime of the European Union is essentially of a legal nature. As a consequence of the legal regime of the languages there is a graduation between them. The building of political and economic Europe based on the 'state language' concept affects the European linguistic diversity itself. Nevertheless, the express legal recognition to the European linguistic diversity takes place in a new context: the context of the opening of the European Union to fundamental rights. The respect for the linguistic di-

iversity is shaped as an aim of the Union, identifying a sphere of action. A sphere of action that has to materialise itself with specific measures. The authors will see if there is enough legal basis to say that linguistic rights do form part of the general principles of law. If linguistic rights are considered as general principles under Community law, when do they have to apply?" (author's abstract)|

[526-L] Vogel, Dita; Rinke, Berit:

Sprache als 'der' Schlüssel zur Integration?: theoretische Überlegungen und qualitativ-empirische Befunde zu Sprachfunktionen im Integrationsprozess, in: Felicitas Hillmann (Hrsg.) ; Michael Windzio (Hrsg.): Migration und städtischer Raum : Chancen und Risiken der Segregation und Integration, Opladen: Budrich UniPress, 2008, S. 261-277

INHALT: Im Integrationsdiskurs sind 'Integration' und 'Sprache' zu einem untrennbaren Begriffspaar geworden. Für die emotionale Integration im Sinne der Entwicklung eines Zugehörigkeitsgefühls ist eine Bedeutung der Sprache nicht nachgewiesen. Anhand einer qualitativen Analyse wird argumentiert, dass Zuwanderer so lange kein Zugehörigkeitsgefühl über die Sprache entwickeln können, wie ihnen Kommunikationsprobleme zugeschrieben werden. Wer als Erwachsener zuwandert, kann in der Regel die Sprache des Aufnahmelandes nicht mehr akzentfrei lernen, so dass er als Zuwanderer erkennbar bleibt, selbst wenn dies nicht schon durch andere Merkmale wie die Hautfarbe oder den Namen nahezuliegen scheint. Selbst wenn die Deutschkenntnisse gut genug sind, um in allen Alltagssituationen ihre kommunikative Funktion zu erfüllen, reichen sie nicht, um als 'Deutsch' betrachtet zu werden. Wenn Menschen als Fremde wahrgenommen werden, können sie sich nicht leicht als Deutsche identifizieren. Eine einseitige Integrationspolitik, die nur auf Sprachförderung bei MigrantInnen abzielt, läuft somit das Risiko, sich einer Illusion hinzugeben wenn nur alle Zugewanderten gut Deutsch lernen würden, würden Integrationsprobleme verschwinden. Der Blick in andere Länder, in denen es substantielle Minderheiten gibt, die mit erstsprachlichen Kenntnissen eingereist sind, macht deutlich, dass dann Diskriminierungen verstärkt thematisiert werden. Das Bild des Schlüssels suggeriert, so die These, dass der Besitzer des Schlüssels die Macht hat, selbstständig Türen und Tore zu öffnen. Das Bild verspricht damit Zuwanderern Macht und Zugang, wenn sie nur in den Besitz des entscheidenden Schlüssels kommen. Es ist attraktiv, den Schlüssel zu besitzen, um sich selbstständig Bereiche der Gesellschaft erschließen zu können. Muss jedes Tor zur Integration verschlossen sein, so dass Zugewanderte einen Schlüssel benötigen? Könnte nicht manches verschlossene Tor auch von innen geöffnet werden? (ICF2)

[527-L] Weidemann, Arne:

Pragma-semantische Analysen zur Erforschung interkultureller Kommunikation, in: Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research, Vol. 10/2009, No. 1, 49 S. (nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0901373)

INHALT: "Auf Basis von Ernst E. Boesch's 'Symbolic Action Theory' (1991), und der relationalen Hermeneutik von Straub und Shimada (1999) sowie der Grounded-Theory-Methodologie (Glaser & Strauss 1967; Strauss & Corbin 1990) wird ein integrativer Ansatz zur Analyse (inter-) kultureller Handlungs- und Bedeutungszusammenhänge vorgestellt. Das Ziel einer solchen pragma-semantischen Analyse ist die Bestimmung, Differenzierung und Kontextualisie-

rung des interessierenden Phänomens durch die Untersuchung vollzogener wie potenziell möglicher Handlungen und Objektivationen. Die pragma-semantische Analyse verdeutlicht, aus welchen Quellen bzw. welchen Symbolbeständen individuell wie kollektiv verfügbare denotative und konnotative Aspekte von Handlungen stammen und wie dies in (durch die Analyse erst als interkulturell auszuweisende) Interaktionen zum Tragen kommt. Am konkreten empirischen Beispiel des Umgangs einer deutschen Touristin mit Bettler/innen in Indien soll die Vorgehensweise verdeutlicht sowie gezeigt werden, dass das pragma-semantische Netz es im Hinblick auf konkrete Handlungen und Interaktionen auch erlaubt, Handlungsmöglichkeiten und potenzielle Bedeutungszusammenhänge auszuweisen, d.h. den subjektiven wie objektiven Möglichkeitsraum zu bestimmen. Darüber hinaus werden die Implikationen des Ansatzes für die Erforschung interkultureller Kommunikation sowie die Forschungspraxis diskutiert." (Autorenreferat)

[528-L] Zaboura, Nadia:

Das empathische Gehirn: Spiegelneurone als Grundlage menschlicher Kommunikation, (VS research), Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. 2009, 150 S., ISBN: 978-3-531-16390-1

INHALT: "Nadia Zaboura erläutert, wie Spiegelneurone die Grundlage für intersubjektives Verständnis, Empathie und menschliche Kommunikation schaffen. Diese speziellen Nervenzellen machen die inneren Vorgänge des Gegenübers direkt und simultan im eigenen Körper erfahrbar. Zwischenmenschliche Einfühlung und Verständigung sind von Beginn an neuronal in jedem Individuum angelegt. Wie sich diese elementaren Prozesse im Verlauf der stammesgeschichtlichen Entwicklung etablierten und in der Individualentwicklung entfalten, ist ebenso Gegenstand dieser Studie wie die Auswirkungen der Spiegelneurone auf die Theory of Mind. Die Autorin analysiert, wie wir unserem Gegenüber mentale Zustände zuschreiben. Hiermit erweitert sie erstmals den diskursiven Blickwinkel auf menschliche Sprach- und Kulturfähigkeit. Welche Auswirkungen dies auf den Konflikt zwischen Neuro- und Geisteswissenschaften hat und ob damit das Jahrtausende alte Leib-Seele-Problem gelöst ist, diskutiert Nadia Zaboura in dieser interdisziplinär angelegten Untersuchung." (Autorenreferat)

Hinweise zur Registerbenutzung

Sachregister

Grundlage für das Sachregister sind die Schlagwörter, die zur gezielten Suche der Literatur- bzw. Forschungsnachweise in unseren Datenbanken SOFIS und SOLIS vergeben wurden.

Um eine differenzierte Suche zu ermöglichen, werden dabei nicht nur die Haupt-, sondern auch Nebenaspekte der Arbeiten verschlagwortet.

- Bei einem maschinell erstellten Verzeichnis wie dem obigen Sachregister führt das zwangsläufig zu einem Nebeneinander von wesentlichen und eher marginalen Eintragungen.

Manche Begriffe machen erst in Verbindung mit anderen Sinn oder wechseln ihren Sinn in Abhängigkeit vom jeweiligen Zusammenhang.

- Solche Zusammenhänge gehen aber bei einem einstufigen Register typischerweise verloren.

Vermeintliche Fehleintragungen gehen fast immer aufs Konto eines dieser beiden Effekte, die sich bei der maschinellen Registererstellung grundsätzlich nicht vermeiden lassen.

Personenregister

Aufgeführt sind

- bei Literaturnachweisen: alle aktiv an dem Werk beteiligten Personen;
- bei Forschungsnachweisen: alle als Leiter, Betreuer oder wissenschaftliche Mitarbeiter („Autoren“) eines Projekts angegebenen Personen.

Institutionenregister

Aufgeführt sind nur die forschenden Institutionen. Institutionelle Auftraggeber, Finanzierer, Förderer oder dergleichen sind zwar in den Forschungsnachweisen selbst aufgeführt, nicht jedoch im Register.

Sortierung

Die Sortierung folgt den lexikalischen Regeln, d.h. Umlaute werden wie der Grundbuchstabe sortiert. Numerische Angaben (z.B. „19. Jahrhundert“) sind ganz ans Ende sortiert, also hinter Buchstabe Z.

Nummerierung

Alle in den Registern angegebenen Zahlen beziehen sich auf die laufenden Nummern der Literatur- und Forschungsnachweise.

Personenregister**A**

Abel, Thomas 431
Abraztsova, Natallia 58
Acker, Frank-Holger 396
Ackermann, Walter 431
Adam, Silke 102, 103
Ahmadov, Ibrahim 288
Ahrenholz, Bernt 454
Albert, Fruzsina 222
Albrecht, Steffen 1
Al-Jabiri, Ishtar 223
Allaoui, Raoua 455
Altmeyen, Klaus-Dieter 104, 366
Ammon, Ulrich 456
Amschler, Harald 67, 397, 409
Angelini, Terenzio 431
Angermüller, Johannes 105, 143
Antos, Gerd 457
Arnold, Klaus 43
Ates, Selef 106
Axhausen, Kay W. 431
Ayaß, Ruth 458, 510

B

Bach, Annika 107
Badura, Bernhard 132
Baecker, Dirk 2, 3
Baier, Konrad F. 44
Ballensiefen, Moritz 289
Baringhorst, Sigrid 81, 290
Barkow, Benjamin 224
Barthel, Henner 428, 459
Barth-Weingarten, Dagmar 460
Bartsch, Anne 118
Bäsler, Sue-Ann 208
Bastgen, Sarah 291
Bathke, Peter 259
Bauer, Bruno 444
Bauer, Selket 461
Baumgarten, Britta 292, 462
Baumgartner, Jachin 514
Bayraktarli, Ihsan Yilmaz 463
Beck, Daniel 54
Becker, Jörg 106, 170
Behmer, Markus 43

Below, Nicola 453
Bennett, Lance W. 293
Berensmeyer, Ingo 4
Bergener, Philipp 170
Berger, Roger 367
Bernhard, Laurent 329
Bertelmann, Roland 69
Beyrl, Maria 171
Bichler, Michelle 424
Bidlo, Oliver 305
Bieber, Christoph 330
Bieber, Ina Elisabeth 362
Bignens, Christoph 412
Bihr, Peter 260
Bischof, Karin 108
Bishara, Nina 109
Bisky, Lothar 295
Bister, Milena D. 464
Bleeker-Dohmen, Roelf 225
Bless, Herbert 442
Blöbaum, Bernd 261
Blühdorn, Ingolfur 296
Blum, Roger 226
Blum, Rolf 398
Bock, Annekatrin 110
Boes, Andreas 5, 172
Böhn, Andreas 45
Bohnsack, Ralf 6
Böhringer, Daniela 488
Boller, Boris 151
Bonfadelli, Heinz 173, 174, 226, 404, 405,
431
Boos, Margarete 502
Bösch, Frank 262
Böschen, Stefan 429
Bracher, Nadine 398, 409
Brander, Laura 297
Brandes, Oxana 505
Braune, Ines 175
Bredel, Ursula 454
Brehm, Patrick 379
Brem, Stefan 82
Brettschneider, Frank 298, 299, 438
Brosius, Hans-Bernd 63
Brück, Ingrid 118

-
- Brüggemann, Michael 300
Brüggen, Niels 416, 427
Brunhart, Richard 106
Brunn, Inka 76, 77
Bruns, Axel 83
Bucher, Priska 173
Buck, Christian F. 263
Buder, Christian 227
Bulmahn, Thomas 228
Burkart, Günter 84
Burkhardt, Kai 312
Burkhardt, Sophia 301
Busch, Christoph 176
Busch, Dominic 465
Busch, Thorsten 85
Butterwegge, Christoph 264
- C**
Cathomas, Regula 478
Choi, Young-Don 466
Christova, Christiana 59
Chung, Kon Shing Kenneth 177
Cicek, Hüseyin 106
Cihak, Sabine 111
Collins, Richard 302
Cubukcu, Sevgi Ucan 112
- D**
Dal Negro, Silvia 467
Daschmann, Gregor 22
Dávid, Beáta 222
Davis, Howard 105
Davis, Joseph 177
Deiß, Marina 265
Deppermann, Arnulf 460
Dernbach, Beatrice 413, 426
Derra, Julia 399
Deterding, Sebastian 178
Dibbelt, Susanne 477
Diemand, Christine 67
Digol, Diana 430
Dittmar, Norbert 456
Djeridi, Kaltoum 113
Dohle, Marco 360
Donat, Elisabeth 179
Donges, Patrick 303, 318
Donsbach, Wolfgang 60, 202, 280
Dorge, Janina 468
Döring, Jörg 114
Döring, Nicola 469
Drefke, Hauke 400
Dreke, Claudia 115
Dressel, Kerstin 429
Dubbratz, Sabrina 401
Dubey, Magali 70
Dubied, Annik 70
- E**
Eberhardt, Kim 116
Eble, Karin 417
Eck, Cornelia 399
Ecker-Ehrhardt, Matthias 304
Eckold, Daniel 229
Eggert, Susanne 427
Eigler, Joachim 374
Eikmann, Thomas 230
Eilders, Christiane 278
Einwiller, Sabine 287
Ellrich, Lutz 10
Elter, Andreas 445
Engesser, Sven 266
Englert, Carina 305
Erb Egli, Daniela 431
Ertelt, Jürgen 86
Esau, Eugen 117
Esch, Franz-Rudolf 414
Eschbach, Achim 470
Esmark, Anders 318
- F**
Fahlenbrach, Kathrin 118
Fahr, Andreas 22
Falkenberg, Monika 487
Faßler, Manfred 7
Faulstich, Werner 61
Favarger, Philippe 431
Fechner, Ronny 119, 402
Felgenhauer, Tilo 471
Fengler, Susanne 267
Fifka, Matthias S. 306
Filzmaier, Peter 171, 433
Fine, Elizabeth C. 472
Finzsch, Norbert 134
Fisch, Stefan 473
Fischer, Joachim 446
Fleck, Mathes 403
Flicker, Eva 8, 447
Förger, Dirk 59

Förster, Frank 119
Fox, Ragan 180
Fraedrich, Eva 208
Frank, Saskia 231
Franke, Amelie 494
Franqué, Frederike von 307
Franz, Katja 181
Franzen, Axel 120
Freter, Hermann 415
Friemel, Thomas 9, 404, 405
Frisch, Nora 406
Fritzsche, Karl-Peter 124
Früh, Werner 258
Fuchs, Dieter 434
Fuchs, Martina 121
Funke, Hajo 308
Funken, Christiane 10

G

Gadmer, Thomas 478
Galassi, Stefania 46
Garbas, Melanie 381
Gasser, Ursula 204
Gauglhofer, Roland 409
Gebauer, Iris 87
Gebhard, Gunther 448
Gehrau, Volker 182, 258
Geisler, Oliver 448
Geißler, Rainer 11
Gentz, Natascha 309
Geppert, Dominik 262
Gerhards, Jürgen 122, 123, 223, 474
Gerhardt, Volker 449
German, Daniel B. 310
Gersdorf, Hubertus 311
Gibson, Will 475
Giesel, Christoph 476
Gimmler, Roland 418
Giro, Xavier 105
Gitter, Rotraud 369
Gleißner, Kai 124
Glück, Antje 223
Goh, Seung Chul 379
Göhler, Gerhard 368
Goll, Michaela 419
Gorin, Valérie 70
Gossel, Daniel 306
Gotsbachner, Emo 125
Gottberg, Joachim von 12

Götzenbrucker, Gerit 268
Gräf, Beate 126
Grampp, Sven 41
Grauel, Jonas 292
Greitemann, Bernhard 477
Grittmann, Elke 144
Gronau, Jennifer 127
Grosch, Harald 140
Grossklaus, Götz 13
Grünert, Matthias 478
Günther, Susanne 479
Günther-Boemke, Gerlinde 524
Gürtler, Lukas 397, 398
Gusy, Christoph 382
Gyr, Ueli 155

H

Haas, Alexander 183
Haase, Frank 62
Habisch, André 104
Habschick, Marco 369
Hachmeister, Lutz 312
Hagen, Emlyn 184
Hagenah, Jörg 185, 186
Hahne, Michael 88
Hakansson, Nicklas 318
Halawa, Mark A. 470
Haller, Michael 218
Hambücker, Martin 313
Hanetseder, Christa 173, 174
Hänggli, Regula 329
Hartig-Perschke, Rasco 14
Hartmann, Frank 89
Hartmann, Maren 90
Hartmann, Sandra 314
Hartmann-Tews, Ilse 158, 159
Hartung, Anja 187
Hartung, Susanne 132
Hasebrink, Uwe 188, 211
Hausendorf, Heiko 480
Heesen, Jessica 15
Heidtmann, Daniela 460
Hellmann, Gunther 481
Hennefeld, Vera 269, 270
Henrich-Franke, Christian 383
Hentschel, Gerd 505
Hepp, Andreas 16, 189
Heredia, David 128
Hermann, Dieter 232

- Hermann, Michael C. 315
Hermann, Thomas 173, 174
Hermanni, Alfred-Joachim 316
Herr, Caroline E.W. 230
Hestermann, Thomas 271
Hetzel, Andreas 482
Hilgert, Christoph 129
Hillgärtner, Harald 91
Hilmer, Richard 435
Hipeli, Eveline 190
Hirter, Hans 431
Hoff, Tobias 191
Hoffmann, Jochen 317
Hoffmann, Matthias 483
Höflich, Joachim R. 90
Hofmann, Katrin 119
Hofstetter, Brigitte 54
Höhne, Inga 192
Holenstein, Matthias 407
Holly, Werner 497
Hölscher, Lucian 484
Holzwarth, Peter 422
Hömberg, Walter 17
Hoof, Anita M.J. van 323
Höpflinger, Francois 431
Hopp, Mario 429
Horak, Gabi 78
Hoser, Nadine 494
Hossain, Liaquat 177
Hotze, Elke 477
Huber, Claudia 312
Hübner, Andreas 69
Huchel, Petra 429
Hudemann, Rainer 47, 48
Hugger, Kai-Uwe 193
Hurth, Elisabeth 130
Huszar, Agnes 490
Hutmacher, Walo 431
Hutter, Andres 131
- I**
Ibahrine, Mohammed 233
Ickes, Andreas 485
Ideli, Mustafa 173
Imhof, Kurt 226
Ingenhoff, Diana 287
Iseringhausen, Olaf 132
Isermann, Holger 272
Ismer, Sven 133
- Ittel, Angela 208
- J**
Jäckel, Michael 63, 399, 486
Jaenchen, Yvonne 70
Jäger, Jens 134
Jäger, Margarete 18
Jäger, Thomas 288
Jakob, Eric 62
Janser, Andres 412
Jarren, Otfried 226, 317, 318, 355, 358, 391
Jordan, Raul 234
Jucknat, Kim 291
Jun, Uwe 319
Jung, Anne 235
Jung, Corinna 88
Junge, Matthias 194
Junli, Feng 195
Junod, Barbara 412
- K**
Kaeser, Eduard 236
Kailuweit, Rolf 513
Kalthoff, Herbert 487
Kamps, Klaus 320
Karl, Ute 488
Kästner, Tanja 489
Katzenbach, Christian 92
Kaube, Jürgen 135
Kegyes, Erika 490
Keilhauer, Jan 420
Keller, Katrin 196
Kempf, Wilhelm 237
Kepplinger, Hans Mathias 273
Keuffer, Josef 524
Kießling, Daniel 321
Killias, Martin 431
Kim, Jin Hyun 99
King, Gary 436
Kirchhoff, Lars 403
Kittel, Bernhard 505
Klären, Pascal 269
Kleimann, Matthias 244
Klein, Doreen 214
Klein, Gabriele 133
Klein, Markus 322
Klein, Wolfgang 454
Kleinnijenhuis, Jan 323

- Klemm, Matthias 491
Klöppel, Moritz 136
Klöti, Ulrich 431
Knaut, Annette 324, 368
Kneip, Veronika 290
Knieper, Thomas 110, 272
Knoblauch, Hubert 19, 20, 492
Knobloch, Clemens 114
Knoepfel, Peter 431
Köber, Esther 493
Koch, Gertraud 494
Koch, Lisa 494
Koch, Michaela 495
Koch-Baumgarten, Sigrid 325
Kockartz, Fabian 326
Köhler, Benedikt 93
Kohlscheen, Jörg 496
Kopp, Hermann 259
Korte, Karl-Rudolf 289
Kosow, Hannah 450
Köster, Christian 450
Köster, Ingo 64
Koterba, Katarzyna 523
Kramer, Stephan 161
Krasnoboka, Natalya 328
Krause, Toni 497
Kraushaar, Wolfgang 370
Kreimer, Christina 137
Kriese, Konstanze 295
Kriesi, Hanspeter 329
Krotz, Friedrich 21, 498, 517
Kruse, Jan 499
Kübler, Hans-Dieter 421
Küçük, Bülent 138
Kuderna, Michael 47
Kühl, Karoline H. 500
Kunz, Reinhard 371, 375, 379

L

- Lakoff, George 501
Lamla, Jörn 372
Lampert, Claudia 188, 211
Landtsheer, Christ'l de 328
Lange, Andreas 197
Lange, Bernd-Peter 373
Lange, Christiane 238
Langewitz, Oliver 65
Lasagabaster, Inaki 525
Lauenstein, Oliver 502

- Lauermann, Manfred 139
Leenen, Rainer 140
Leeuwen-Turnovcová, Jirina van 521
Leggewie, Claus 330, 331
Lehmann, Dominik 287
Leisegang, Daniel 384
Lengauer, Günther 318, 342, 343
Lenger, Friedrich 141
Lenz, Alexandra N. 503
Lermer, Karl 504
Leuenberger, Christine 492
Lewke, Christian 385
Liebert, Tobias 119, 402
Liebhart, Karin 332
Lilienthal, Volker 386, 387
Linder, Wolf 431
Lindner, Andreas 142
Lindner, Diana 505
Lindner, Livia 66
Linke, Irina 198
Linssen, Ruth 408
Lins-Sonderegger, Carine 67, 409
Loenhoff, Jens 470
Löffelholz, Martin 274
Loghin, Beatrix 524
Lokatis, Siegfried 199
Longchamp, Claude 431
Lovink, Geert 94
Lucht, Jens 333
Ludes, Peter 161
Luley, Torsten 87
Lünenborg, Margreth 107, 144, 334
Lüter, Albrecht 275
Lütterfelds, Johanna 437
Lutze, Peter 239
Luzio, Elena 54

M

- Mackenrodt, Christian 354
Maeße, Jens 143
Magni-Berton, Raul 434
Maier, Jürgen 240, 335, 438
Maier, Tanja 144
Maiwald, Kai-Olaf 145
Marcantonio, Daniela 506
Marci-Boehncke, Gudrun 200
Margreiter, Klaus 473
Marliere, Eric 146
Marrone, Mirco 409

- Marschall, Stefan 336
Martinovits, Alex 431
Martinsen, Renate 337
Mattes, Gudrun 48
Mattheier, Klaus J. 456, 503
Matthes, Jörg 22
Matz, Isabelle 241
Maurer, Björn 422
Maurer, Marcus 338
Maurer, Peter 318
Maurer, Torsten 147
Mayerhöffer, Eva 318
Meckel, Miriam 95, 403
Medrano, Juan Diez 318
Meier, Alfred 431
Meier-Braun, Karl-Heinz 242
Meisel, Timo 96
Menzel, Marcus 349
Merenyi, Stefanie 453
Mersmann, Birgit 23
Mertens, Henning 148
Meulemann, Heiner 185, 186
Meyer, Torsten 96
Meyer Schweizer, Ruth 431
Mickler, Tobias 450
Mikat, Claudia 388
Mikos, Lothar 149
Möckel, Jutta 276
Molnár, Szilárd 222
Moore, Anthony 99
Moos, Carlo 49
Moring, Tom 318
Mosen, Birthe-Marie 374
Moser, Heinz 173
Mößle, Thomas 244
Müller, Hansruedi 431
Müller, Hermann 488
Müller, Kathrin Friederike 144, 201
Müller-Doohm, Stefan 24
Münkel, Daniela 150
Münker, Stefan 25
Münste-Goussar, Stephan 96
Murray, Christopher J. L. 436
Musialowska, Ewa Anna 339
- N**
Nathans, Eli 277
Nemeth, Cornelia 507
Nerad, Michael 243
- Niehaves, Björn 170
Niekrenz, Yvonne 508
Niesyto, Horst 422
Niesyto, Johanna 290
Nitsch, Cordula 278
Nohrstedt, Stig Arne 279
Nonhoff, Martin 127
Nöth, Winfried 109, 161
Noviani, Ratna 410
Nullmeier, Frank 127
Nungäßer, Ralf-Peter 423
Nünning, Ansgar 141
- O**
Oberhofer, Thomas 106
Oberhuber, Florian 108
Obermüller, Anja 202
Oehler Brunnschweiler, Marlen 49
Oertel, Britta 364, 450
Offerhaus, Anke 122, 123
Ohly, Karl-Peter 524
Ohr, Dieter 411
Onay-Ok, Arzu 106
Oppermann, Jan 364
Ose, Dieter 340
Ottinger, Gerda 203
Ottosen, Rune 279
- P**
Paech, Joachim 26
Palankova, Evgeniya 389
Palfrey, John 204
Pallaver, Günther 318, 343
Pampel, Heinz 69
Papilloud, Christian 27
Patterson, Tomas 280
Paul, Ingwer 524
Paus-Hasebrink, Ingrid 211, 424, 425
Peil, Corinna 205, 206
Perlot, Flooh 171, 341
Pfadenhauer, Michaela 509
Pfeiffer, Christian 244
Pfeiffer, Ludwig K. 451
Pfetsch, Barbara 102, 167, 318
Picenoni, Mathias 478
Pitsch, Karola 510
Plasser, Fritz 318, 342, 343
Plitsch, Alexander 511
Plücker, Werner 439

Plüss, Sonja 151
Pointner, Sonja 120
Ponarin, Eduard 105
Pörzgen, Gemma 281
Post, Senja 152
Pöttker, Horst 11, 390
Pozzi, Pamela 67, 398
Preißler, Josef 172
Priebus, Valentin 494
Prommer, Elizabeth 12
Puppis, Manuel 391

Q

Quandt, Markus 344
Quandt, Thorsten 207

R

Räckers, Michael 170
Rais, Cécile 70
Rakic, Tamara 512
Raselli, Gianreto 431
Rath, Matthias 200
Raufelder, Diana 208
Raupach, Tim 28
Rauschelbach, Lisa 209
Raymann, Ursula 431
Rechmann, Annika 153
Reffken, Hendrik 392
Reh, Sabine 50
Rehbein, Florian 244
Reicher, Stephen 502
Reichert, Frank 154
Reichertz, Jo 305
Reisewitz, Perry 393
Reitemeyer, Ulrich 460
Renggli, Cornelia 155
Rennenberg, Christiane 97
Rentsch, Mathias 280
Retter, Ralf 51
Reuband, Karl-Heinz 52
Rhomberg, Markus 345, 346
Richter, Friso 71
Rieder, Peter 431
Rinke, Berit 526
Ritter, Martin 347
Rodriguez, Clara E. 156
Roesler, Alexander 25, 29
Roesler, Patrick 513
Roger, Antonie 434

Röll, Franz Josef 86
Römmele, Andrea 291
Roose, Jochen 122, 123
Rosenberger, Lukas 514
Röser, Jutta 144, 201, 205
Rössler, Patrick 90, 245
Roßmann, Constanze 246
Rost-Roth, Martina 454
Roth, Dieter 440
Roth-Ebner, Caroline E. 247
Rothenberger, Liane 72
Rotman, David R. 505
Röttgers, Kurt 30
Rudigier, Saskya 78
Rueß, Volker 157
Ruhl, Alexander 210
Rühl, Manfred 31
Rukavishnikov, Vladimir 441
Ruloff, Dieter 431
Rulofs, Bettina 158, 159
Ruta, Philipp 348
Rytz, Ruedi 82

S

Saint-Gille, Anne-Marie 48
Salamurovic, Aleksandra 160
Salomon, Joshua 436
Samulia Vahamaa, Miika 318
Santaella, Lucia 161
Sarcinelli, Ulrich 324, 349, 350, 351
Sarnes, Juliane 352
Säther, Elin 282
Sauer, Frank 481
Schade, Sigrid 412
Schäfer, Mike S. 162, 223
Schafmeister, Guido 379
Scharathow, Wiebke 163
Schatz, Heribert 353
Schawe, Julia 96
Scheele, Jürgen 295
Scheermesser, Mandy 364
Scheibel, Michael 96
Scheidel, Hellen 248
Scherfer, Konrad 98
Schlögl, Rudolf 41
Schlott, René 452
Schmalz-Jacobsen, Cornelia 368
Schmidt, Axel 515
Schmidt, Jan-Hinrik 211

-
- Schmidt, Siegfried J. 32
 Schmitt, Reinhold 460, 516
 Schmitt-Beck, Rüdiger 256, 354
 Schmitz, Andreas 214
 Schmitz, Anna Karen 212
 Schneider, Michael 429
 Schneider, Steffen 127
 Schneider, Wolfgang Ludwig 33
 Schnell, Ralf 73, 451
 Schnettler, Bernt 492
 Scholl, Armin 426
 Scholz, Joachim 50
 Schorb, Bernd 420
 Schorr, Angela 34
 Schramm, Holger 74
 Schreiber, Pia 413, 426
 Schröder, Julia 488
 Schröder, Lothar 213
 Schröder, Michael 75, 249
 Schröder, Rainer 394
 Schröter, Steffen 448
 Schübel, Thomas 363
 Schubert, Frank 283
 Schubert, Gabriella 160, 476
 Schulz, Florian 214
 Schulz, Hans-Joachim 213
 Schulz, Iren 517
 Schulz, Winfried 250
 Schulz, Wolfgang 76, 77
 Schumacher, Irene 417
 Schwab, Stephanie 318, 355
 Schwandt, Berndt 472
 Schwanebeck, Axel 249
 Schwarz, Reinhold 420
 Schweizer, Pia-Johanna 251
 Schweizer, Stefan 251
 Seegers, Lu 150
 Seidler, Andreas 45
 Seifert, Uwe 99
 Semrad, Bernd 43
 Seppmann, Werner 259
 Serdyukova, Oxana 518
 Seubert, Rolf 114
 Seufert, Wolfgang 76, 77
 Sielschott, Stephan 164
 Simo Bobda, Augustin 519
 Simon, Fritz B. 35
 Six, Ulrike 418
 Skiba, Romuald 454
 Skopek, Jan 214
 Sommer, Jürg H. 431
 Sommer, Katharina 287
 Sommerhäuser, Julia 284
 Soosten, Joachim von 36
 Spichiger-Carlsson, Peter 431
 Splichal, Slavko 318
 Spranz-Fogasy, Thomas 460
 Staadt, Jochen 356
 Stäheli, Urs 37
 Stammen, Theo 53
 Stämpfli, Regula 357
 Stanitzek, Georg 73
 Stanoevska-Slabeva, Katarina 95, 403
 Stark, Birgit 215
 Stefanovic, Dragan 310
 Steffensen, Bernd 453
 Steiner, Adrian 317, 358
 Stein-Kanjora, Gardy 520
 Stiegler, Bernd 29
 Stockmann, Reinhard 269, 270
 Stögner, Karin 108
 Stölting, Erhard 115
 Strániková, Jana 521
 Strasser, Hermann 225
 Straub, Constanze 54
 Ströbel, Tim 375
 Stubenvoll, Martina 522
 Stuntebeck, Maren 252
 Susemichel, Lea 78
 Süss, Daniel 190
 Szöllösi-Janze, Margit 134
- T**
- Tafreshi, Agnes 109
 Tandang, Sarah 241
 Tandon, Ajay 436
 Taskara, Güsel 106
 Tatur, Melanie 165
 Taubert, Niels C. 376
 Temple, Bogusia 523
 Tenscher, Jens 216, 350
 Tesch, Sviatlana 505
 Theunert, Helga 166, 217, 416, 427
 Thomä, Manuel 218
 Thomas, Tanja 169
 Tippmann, Daniel 100
 Trautmann, Matthias 524
 Trautsch, Jasper M. 359

Trudgill, Peter 456
Tuschl, Ronald H. 101

U

Ullrich, Sebastian 414
Urrutia, Inigo 525

V

Ventola, Eija 457
Veremejeva, Natalija 505
Vermeer, Andréa Eleonore 285
Vestring, Bettina 267
Viehöver, Willy 429
Vogel, Dita 526
Voigt, Tobias 356
Voltmer, Katrin 325
Vowe, Gerhard 360

W

Wagner, Hans 38, 361
Wagner, Hedwig 39
Wagner, Ulrike 166, 427
Wagnermaier, Silvia 40
Waldherr, Annie 167
Walther, Christian 368
Wänke, Michaela 442
Wastian, Monika 429
Weber, Christian 481
Weber, Heike 55
Weber, Thomas 23
Wehling, Elisabeth 501
Wehrli, Hans Peter 431
Weiber, Rolf 486
Weidemann, Arne 527
Weihe, Anne C. 462
Weiß, Ralph 253
Weiss, Volker 286
Weißflog, Gregor 420
Wentzel, Dirk 377
Werlen, Iwar 514
Weßler, Hartmut 300
Westen, Jessika 168
Westle, Bettina 362, 363
Wiebel, Eva 41
Wiesel, Jochen H. 415
Wijnen, Christine W. 211
Wild, Peter 398
Wilhelm-Fischer, Hannah 254
Wilke, Jürgen 56, 57, 79

Wimmer, Jeffrey 207
Winistörfer, Norbert 287
Wirth, Carsten 378
Wirth, Werner 22
Wischer, Beate 524
Wischermann, Ulla 169
Wolf, Eberhard 428
Wolf, Sonja 269
Wölk, Michaela 364
Wolle, Stefan 356
Wolling, Jens 207, 255
Wollscheid, Sabine 219
Wolsing, Ansgar 256
Woratschek, Herbert 371, 375, 379
Worms, Christoph 382
Wörsching, Maike 257
Wulf, Christoph 42
Wünsch, Carsten 258

Y

Yusup, Abduweli 220

Z

Zaboura, Nadia 528
Zagouras, Georgios 395
Zaprudski, S. 505
Zeckert, Patricia F. 380
Zeese, Jan 80
Zetterberg, Hans L. 443
Zhao, Jinqiu 221
Zielinski, Siegfried 40
Zimmermann, Clemens 47
Zimmermann, Julia 367
Zimmermann, Viviane 67
Zimmermann, Yvonne 412
Zirfas, Jörg 42
Zittel, Thomas 365
Zschache, Ulrike 162
Zurstiege, Guido 32

Sachregister
A

- Abgeordneter 273, 324, 355, 359, 365, 511
 abhängig Beschäftigter 378
 Abonnement 202
 Abstimmung 329, 462
 Abstraktion 7
 abweichendes Verhalten 12
 Abwicklung 380
 Adenauer, K. 44
 Adorno, T. 28
 Afghanistan 113, 252
 Afrikaner 134
 agenda setting function 167, 250, 299, 346
 Aggression 244
 Aggressivität 232
 AIDS 405
 Akademie 269
 Akteur 50, 65, 71, 101, 103, 198, 230, 265, 291, 305, 307, 350, 355, 361, 428
 Aktivität 27, 269, 510
 Aktualität 53, 284
 Akzeptanzforschung 276
 Alkohol 405
 allein erziehender Elternteil 424
 Allokation 366
 Alltag 27, 36, 50, 61, 84, 92, 118, 134, 175, 185, 201, 205, 206, 211, 215, 253, 424, 461, 493, 498, 513
 Alltagskultur 192
 Alltagswissen 17
 alte Bundesländer 63, 185, 380
 Alter 185
 alter Mensch 168, 170, 185
 Altersstruktur 218
 Ambivalenz 115
 Amerikanisierung 44, 298, 342, 343
 Amnesty International 304
 Amtssprache 473, 525
 Anarchismus 445
 angewandte Wissenschaft 456
 Angst 223, 231, 232
 Anthropologie 7, 26, 42
 Antiamerikanismus 106, 433
 Antikapitalismus 370
 Antike 57, 445
 Antimilitarismus 370
 Antisemitismus 52, 114, 128, 225
 Antwortverhalten 243, 442
 Arbeiterbewegung 139
 Arbeitsablauf 268
 Arbeitsagentur 488
 Arbeitsbedingungen 266, 280, 455, 477
 Arbeitskräfte 378
 Arbeitsloser 170
 Arbeitsmarkt 172
 Arbeitsmigration 209
 Arbeitsorganisation 5, 486
 Arbeitsvermittlung 488
 Architektur 62, 446
 Architektursoziologie 446
 Archiv 96
 ARD 56, 79, 147, 239, 285, 312, 368, 386, 408
 Argumentation 164, 471
 Arte 72
 Arzt 239, 455, 464, 522
 Arzt-Patient-Beziehung 455, 464
 Assimilation 476
 Ästhetik 3, 89, 94, 258
 Attentat 141, 227, 310, 370, 437
 Attribution 122
 Attributionstheorie 123
 audiovisuelle Medien 57, 198, 276, 283, 428
 auditive Medien 57
 Aufmerksamkeit 226, 413
 Aufsichtsbehörde 386
 Auktion 367
 Ausbildung 431
 Ausland 252, 260, 379
 Ausländer 126, 140, 142, 163, 264, 390, 455
 Ausländerfeindlichkeit 126, 308
 Ausländerpolitik 264
 Auslandseinsatz 228, 252, 340
 Auslandskorrespondent 262, 266, 285
 Außenpolitik 113, 117, 165, 262, 307, 325,

- 340, 349, 437, 441, 443, 481, 501
Austauschtheorie 65
Australien 177, 371
Authentizität 149, 196
Autopoiesis 28
Autor 444
autoritäres System 347
Autorität 9, 36, 304, 501
- B**
Ballungsraumfernsehen 60
Basis-Überbau 259
Bauweise 446
Behinderung 155
Behörde 450, 473
Belgien 168
Benachteiligung 390, 424, 425
Benutzer 83, 91, 204, 212, 398, 444
Berater 317, 488
Beratung 190
Bericht 224
Berichterstattung 11, 25, 47, 70, 75, 102,
103, 104, 106, 108, 113, 122, 126,
127, 128, 129, 133, 135, 139, 141,
142, 147, 151, 152, 153, 154, 157,
158, 159, 164, 165, 167, 173, 216,
223, 224, 227, 228, 230, 231, 237,
242, 245, 251, 256, 259, 260, 262,
263, 264, 265, 267, 270, 271, 272,
274, 276, 277, 279, 281, 282, 284,
285, 286, 287, 289, 293, 295, 298,
299, 304, 323, 332, 338, 339, 340,
342, 343, 344, 347, 349, 354, 357,
362, 390, 402, 408, 413, 441
berufliche Selbständigkeit 378
berufliche Sozialisation 355
berufliches Selbstverständnis 272, 280
berufliche Weiterbildung 418, 488
Berufsberatung 488
Berufsbild 47, 278
Berufsbildung 418
Berufseinmündung 261, 488
Berufserfolg 144
Berufsethos 11
Berufsfeld 317
Berufsgruppe 522
Berufsrolle 280
Berufsverlauf 261
Berufswahl 239
Berufszufriedenheit 261
Beschwerde 390
Bestandsaufnahme 56, 77, 240, 286
Beteiligung 381, 392, 510
Betrieb 486, 518
Betrug 369
Bevölkerung 106, 126, 199, 221, 230, 316,
429, 431, 433, 434, 435, 437, 439,
443
Bewertung 182, 276, 362, 367, 407, 449,
488
Bewusstsein 208, 259
Bewusstseinsbildung 259
Bibliothek 376, 380, 444
bilaterale Beziehungen 441
Bild 4, 6, 13, 40, 42, 45, 73, 89, 134, 161,
283, 289, 360, 447
Bildmaterial 289
Bildung 52, 54, 120, 151, 197, 377, 385,
417, 521
Bildungsangebot 136, 417
Bildungsarbeit 417
Bildungschance 381
Bildungspolitik 151
Bildungsverlauf 24
Bildungswesen 96, 151, 519
Bindung 115
Binnenwanderung 468
Bioethik 464
Biographie 42
biographische Methode 38
Biomedizin 464
Böhmen 521
Bosnien-Herzegowina 307
Boulevardisierung 75, 334
Boulevardpresse 70, 73, 130, 334
Bourdieu, P. 71, 192
Brasilien 109, 161
Brecht, B. 66
Brief 521
Buch 45, 380, 424
Buchhandel 199, 380
Bulgarien 165, 389
Bund der Kommunisten 48
Bundeskriminalamt 384
Bundespolitik 368
Bundesrat 364
Bundesregierung 294
Bundestag 273, 311, 324, 359, 360, 364,

- 365
 Bundestagswahl 245, 256, 289, 298, 322, 335, 342, 344, 354, 362, 363, 411, 435
 Bundesverfassungsgericht 385
 Bundeswehr 228, 252, 340
 Bündnis 90/ Die Grünen 321, 338
 Bürger 52, 216, 240, 250, 255, 291, 320, 323, 329, 330, 361, 408, 439, 473
 Bürgerbeteiligung 330, 364
 Bürgerbewegung 277
 Bürgerinitiative 230
 Bürgerkrieg 235
 bürgerliche Revolution 48, 57
 bürgerschaftliches Engagement 90, 202
- C**
 CDU 142, 308, 316, 392
 Chancengleichheit 203, 363, 417, 466, 493
 Chaos 135
 Charisma 452
 Chat 175, 257, 341, 417
 Chemie 429, 453
 chemische Industrie 402, 412, 453
 China 124, 161, 195, 220, 221, 282, 309, 326, 379, 406, 436
 Christentum 135
 Computer 5, 45, 89, 91, 99, 173, 179, 207, 215, 257, 424, 444, 449
 Computerspiel 91, 207, 244, 248, 249, 257, 388
 computervermittelte Kommunikation 88, 89, 166, 178, 180, 207, 210, 213, 233, 302, 321, 341, 469, 486
 Corporate Citizenship 85, 104
 Corporate Identity 408, 412
 CSU 316, 338
 Cultivation Theory 246
 Cultural Studies Approach 8, 66, 92
- D**
 Däne 500
 Dänemark 318
 Datenaufbereitung 397
 Datenerfassung 362
 Datengewinnung 438
 Datenschutz 384, 394
 Datensicherheit 82
 DDR 115, 118, 199, 356, 380
 deliberative Demokratie 337, 341, 364
 demographische Faktoren 67, 172, 183, 397
 Demokratie 44, 53, 101, 147, 226, 250, 255, 270, 291, 295, 297, 306, 313, 327, 331, 333, 337, 345, 346, 349, 350, 351, 352, 358, 361, 370, 393, 501
 Demokratieverständnis 337, 350, 361, 370
 Demokratisierung 117, 301, 326, 330, 331, 347, 364, 386
 Denken 458
 Deutsch als Fremdsprache 454
 Deutscher 263, 277, 468, 506
 deutsche Sprache 493
 Deutsches Reich 53, 71, 134
 Deutsche Welle 269
 Deutschunterricht 454
 Diagnostik 364, 420, 446
 Dialekt 467, 476, 493, 503, 505, 512
 Dialektik 38, 39
 Diaspora 90, 189
 Didaktik 426, 524
 Die Grünen 392
 Diffusion 205, 221, 222, 403, 415
 Digitalisierung 26, 27, 64, 85, 89, 94, 97, 170, 172, 179, 215, 295, 365, 376, 389
 direkte Demokratie 330
 Diskriminierung 105, 140, 264, 363, 390, 466, 512
 Diskurs 13, 17, 18, 20, 39, 40, 70, 103, 108, 114, 127, 138, 142, 143, 151, 163, 167, 225, 230, 249, 275, 279, 282, 296, 305, 330, 410, 420, 482, 484, 502
 Diskussion 27, 39, 101, 125, 135, 142, 195, 240, 279, 341
 Distinktion 84, 496
 Doing Gender 201, 334
 Dokumentarfilm 238
 Dokumentation 6, 42, 93, 121
 Dolmetscher 455
 Doppelrolle 201
 dritte Generation 193
 Drittes Reich 51, 52, 53, 56, 141, 225, 234, 262, 283, 439, 445
 Druckereigewerbe 376

- Druckmedien 45, 47, 61, 67, 70, 240, 362, 398
 duales System 63, 186, 316
 DVD 215
- E**
 EDV 449
 Ehrenamt 386, 408
 Einfluss 9, 25, 27, 44, 53, 101, 116, 142, 224, 240, 243, 245, 250, 252, 255, 300, 318, 325, 344, 349, 354, 358, 361, 383, 421, 446
 Einnahmen 379
 Einsatz 307
 Einschaltquote 79
 Einstellung 52, 103, 106, 109, 152, 155, 160, 204, 239, 252, 255, 256, 316, 414, 418, 430, 431, 433, 435, 437, 442, 478, 496
 Einstellungsänderung 250, 401
 Einwanderung 513
 Electronic Banking 170
 Electronic Business 213, 369, 414
 Electronic Government 170, 330
 Electronic Learning 369
 Electronic Publishing 369
 Elektronik 55
 elektronische Medien 269, 287
 elektronischer Handel 170, 221, 398, 509
 Elias, N. 7
 Elite 202, 430
 Eltern 249
 E-Mail 177, 181, 210
 Emanzipation 39, 490
 Emergenz 510
 Emigration 175
 Emotionalität 118, 133, 194, 223, 254, 289, 329
 Empathie 232, 501, 528
 empirische Forschung 1, 34, 470, 486
 empirische Sozialforschung 66, 177, 440, 443, 499
 Energiepolitik 441
 Energiewirtschaft 119
 Engagement 53, 235, 390
 englische Sprache 461, 519
 Entscheidungsfindung 164, 320, 350, 464
 Entscheidungsprozess 349
 Entwicklungshilfe 269
 Entwicklungspolitik 184, 269, 297
 Entwicklungspsychologie 421, 425
 Entwicklungssoziologie 425
 Entwicklungstheorie 7
 Erdöl 441
 Erfindung 27, 61
 Erfolg-Misserfolg 122
 Erhebungsmethode 438
 Erinnerung 448
 Erkenntnisinteresse 53
 Erkenntnistheorie 35, 43, 96
 Erleben 253
 erneuerbare Energie 148
 Erster Weltkrieg 56, 231, 262
 Erwachsener 207, 514
 Erwerbsarbeit 100
 Erzählung 148
 Erzieher 418
 Erziehung 419
 Eskalation 445
 Ethik 12, 15, 36, 85, 464
 ethnische Beziehungen 105, 163, 220, 390
 ethnische Gruppe 11, 105, 156, 163, 220, 390, 430, 476, 500, 523
 ethnische Herkunft 163
 ethnischer Konflikt 59
 Ethnizität 107, 156, 410, 476, 503, 512
 Ethnologie 458
 Ethnomethodologie 465, 510
 EU 101, 102, 103, 122, 123, 162, 165, 170, 179, 216, 290, 358, 377, 388, 395, 422, 432, 433, 434, 443, 474, 525
 EU-Beitritt 108, 138, 162, 165
 EU-Erweiterung 162, 432
 EU-Politik 102, 103, 122, 290, 432, 434
 europäische Identität 138, 165, 383, 432, 434
 europäische Integration 102, 103, 112, 383, 432, 434, 474
 Europäische Kommission 122
 Europäischer Gerichtshof 525
 europäische Sozialpolitik 165
 Europäisches Recht 77, 389, 395
 Europäisierung 165, 432, 463
 Europapolitik 216, 357
 EU-Staat 434, 525
 evangelische Kirche 51
 Event 130

- Evolution 13
 Exklusion 170, 203, 205, 264, 490, 526
 Experte 143
- F**
- fachliche Kommunikation 22, 272, 413, 426
 Fachsprache 454, 501
 Fachwissen 143
 familiäre Sozialisation 241, 396
 Familie 173, 197, 245, 422, 423, 424, 425, 501
 Familie-Beruf 261
 Familienarbeit 201
 Faschismus 46
 FDP 338, 392
 Feldtheorie 71
 Feminismus 8, 78, 417
 Fernsehen 6, 12, 22, 26, 39, 44, 45, 47, 56, 58, 63, 64, 72, 75, 76, 77, 78, 97, 112, 115, 118, 120, 121, 124, 125, 136, 140, 145, 146, 147, 149, 150, 156, 168, 169, 171, 173, 182, 185, 186, 191, 198, 215, 216, 220, 221, 239, 240, 241, 244, 246, 247, 248, 253, 256, 258, 265, 271, 276, 285, 311, 313, 316, 319, 326, 331, 335, 338, 342, 343, 344, 347, 353, 354, 356, 368, 374, 377, 379, 386, 387, 388, 389, 398, 406, 410, 411, 423, 424, 430, 433, 448
 Fernsehkonsum 44, 168, 194, 215, 220, 232, 333
 Fernsehproduktion 110, 378
 Fernsehprogramm 54, 72, 168, 182, 311, 313, 333
 Fernsehsendung 56, 118, 120, 145, 161, 182, 234, 246, 247, 248, 256, 287, 313, 322, 408
 Fernsehserie 110, 112, 118, 136, 181, 239
 Film 6, 25, 26, 45, 65, 73, 90, 109, 118, 235, 248, 258, 377, 381, 388, 417, 451
 Filmwirtschaft 65, 235
 Finanzierung 79, 121, 302, 312, 376, 387, 444
 Finanzkrise 127
 Finnland 318
 Föderalismus 386
- Folter 293
 Förderungsmaßnahme 77
 Formatierung 54, 74
 Forschungsansatz 2, 6, 10, 14, 29, 35, 37, 292, 362, 495
 Forschungsbericht 61
 Forschungsdefizit 313, 336, 360
 Forschungsgegenstand 10, 29, 456
 Forschungspraxis 6
 Forschungsprozess 152
 Fotografie 6, 13, 26, 40, 45, 73, 158, 173, 231, 417, 422
 Foucault, M. 18
 Framing-Ansatz 22, 149, 243, 252, 343, 501
 Frankfurter Schule 28
 Frankreich 64, 70, 72, 102, 103, 108, 141, 146, 290, 318, 334, 503
 französische Sprache 520
 französischsprachige Schweiz 70
 Frau 18, 39, 52, 78, 107, 108, 115, 144, 158, 159, 169, 198, 201, 324, 332, 334, 357, 363, 458, 490, 521
 Frauenbewegung 78
 Frauenbild 39, 115, 158, 363, 399
 Frauenforschung 18, 39
 Frauenorganisation 78
 Frauenpolitik 113, 357
 Frauenpresse 78, 201, 334
 Freiheitsrecht 229
 Freizeit 219, 257, 286, 380, 409, 431
 Freizeitbeschäftigung 204
 Freizeitverhalten 257
 Fremdbild 117, 128, 142, 155, 160, 245, 408, 508, 526
 Fremdheit 109, 140, 163, 468
 Fremdsprache 470, 514
 Fremdsprachenunterricht 514
 Freundschaft 204, 493, 503
 Frieden 276, 279
 Friedensbewegung 276
 Friedensforschung 276
 Friedenspolitik 262
 frühe Neuzeit 42
 Führung 522
 Führungskraft 144, 409, 486, 522
 Führungsposition 363
 Fundamentalismus 112, 140
 funktionale Differenzierung 394

- Funktionsfähigkeit 121
 Fusion 359
 Fußball 133, 141, 375, 379
- G**
- Gadamer, H. 33
 Gambia 519
 Gebühr 387
 Gedenktag 139, 448
 Gefahrstoff 453
 Gegenöffentlichkeit 78, 81, 259, 290
 Gegenwart 76, 439
 Gehirn 232
 Geiselnahme 263
 geistiges Eigentum 69, 204
 Geldtheorie 25
 Gemeinschaft 19, 88, 133, 178, 189, 194, 288, 372, 498, 525
 Gender Mainstreaming 39, 78, 458
 Generation 185, 207, 399, 446
 Generationenverhältnis 43, 446, 490
 generatives Verhalten 204
 Genetik 420
 geographische Faktoren 184
 Georgien 281, 430
 Geschichtswissenschaft 43
 Geschlechterforschung 18, 39, 169, 447, 458, 495
 Geschlechterpolitik 363
 Geschlechterverhältnis 112, 158, 159, 334, 447, 458
 Geschlechtsrolle 112, 201, 332, 447
 geschlechtsspezifische Sozialisation 232
 gesellschaftliches Bewusstsein 152
 Gesellschaftsbild 124, 179
 Gesellschaftskritik 139, 235
 Gesellschaftsordnung 410
 Gesellschaftstheorie 32, 373
 Gesetz 525
 Gesetzgebung 46, 77, 251, 312, 387
 Gespräch 125, 354, 458, 459, 460, 464, 470, 479, 510, 516, 524
 Gesprächsanalyse 33, 38, 42, 125, 458, 475, 479, 516, 518
 Gestik 506
 Gesundheit 431, 450, 472
 Gesundheitsversorgung 132
 Gesundheitsvorsorge 132
 Gesundheitswesen 132, 405
- Gesundheitswirtschaft 405
 Gesundheitswissenschaft 34
 Gewalt 33, 157, 232, 244, 248, 249, 276, 300, 445
 Gewaltbereitschaft 244
 Gewaltkriminalität 271
 Gewaltmonopol 340
 Gewerkschaft 213
 Gewerkschaftsbewegung 290
 Gewichtung 428
 Gewinn 120
 Glaubwürdigkeit 75, 171, 284
 Gleichbehandlung 169, 466
 Gleichberechtigung 363
 Gleichheit 169, 446
 Gleichstellung 357
 Globalisierung 16, 81, 161, 219, 288, 382, 383, 394, 432, 494
 Goffman, E. 125, 480, 492, 510
 Governance 101
 Grafik 412
 Grammatik 466, 470, 490, 515
 Grenzgebiet 62, 500
 Griechenland 422
 Großbritannien 64, 77, 102, 121, 122, 127, 129, 141, 164, 168, 262, 280, 290, 302, 412, 422, 502, 503, 523
 Grundgesetz 382, 392
 Grundrecht 525
 Gruppe 472, 522
 Gruppenbildung 88
 Gruppendiskussion 38, 442
 Gruppenzugehörigkeit 194
- H**
- Habermas, J. 24, 33, 36, 153
 Habitus 71, 447, 496
 Handbuch 456
 Handel 235
 Handlung 2, 27, 428, 460, 465, 527
 Handlungsfähigkeit 176, 396, 419
 Handlungsorientierung 177, 224, 291, 396, 508, 515
 Handlungsspielraum 224
 Handlungstheorie 43, 192
 Harmonisierung 395
 Hauptstadt 273, 368
 Hausfrau 490
 Haushaltspolitik 360

- Hegemonialpolitik 115
 Hegemonie 410
 Hermeneutik 33, 38
 Herrschaft 46, 361, 373
 herrschende Klasse 439
 Hilfsorganisation 56, 304
 Historisierung 41
 Hobbes, T. 4
 Hochschule 462
 Höflichkeit 518
 Homosexualität 78, 169, 180, 495
 Hörbehinderung 191
 Hörer 66
 Hörfunk 45, 55, 66, 71, 74, 129, 171, 221, 326, 398
 Hörfunkprogramm 74, 187
 Horkheimer, M. 28
 humanitäre Hilfe 304
 Humanität 528
 Humankapital 120
 Humanwissenschaft 35
 Humor 187
 Hypermedia 45
- I**
- Ideengeschichte 27
 Identifikation 194, 247, 254, 396, 491, 526
 Identität 11, 18, 49, 62, 92, 98, 155, 166, 173, 174, 180, 196, 204, 241, 253, 254, 406, 410, 419, 461, 476, 487, 493, 502, 505, 508
 Identitätsbildung 98, 180, 194, 200, 241, 247, 290, 396, 406, 419, 425, 504, 526
 Ideologie 309, 401
 Image 150, 160, 168, 238, 332
 Imitation 27
 Implementation 69, 307
 Indien 94, 461
 Individualisierung 15
 Individualität 3
 Indonesien 410
 Informationsaufnahme 246
 Informationsaustausch 25
 Informationsfluss 309, 403
 Informationsfreiheit 266, 393
 Informationsgesellschaft 5, 170, 172, 184, 203, 395
 Informationsgewinnung 171, 175, 321
 Informationsmanagement 274
 Informationsökonomik 5
 Informationspolitik 302, 312, 323, 329, 333, 340, 387, 450
 Informationsstand 450
 Informationssystem 212, 233
 Informationstheorie 7
 Informationsverarbeitung 219, 246, 250
 Informationsverhalten 171, 216, 429
 Informationsvermittlung 70, 147, 280, 287, 302, 321, 333, 338, 404, 405, 426
 Informationswissenschaft 7, 34
 Informatisierung 5, 172
 informelle Kommunikation 324
 Infotainment 136
 Infrastruktur 69
 Inklusion 170, 205, 324, 331, 358, 526
 Innenpolitik 164, 260, 325
 innere Führung 340
 innere Sicherheit 140, 305, 314, 408
 innerparteiliche Demokratie 351
 Inserat 490
 Insolvenz 380
 Institution 36, 53, 216, 364
 Institutionalisierung 42, 53
 Institutionalismus 303
 institutionelle Faktoren 64, 303, 325, 327, 343, 364, 391
 Instrumentalisierung 46, 146, 192, 433
 Inszenierung 42, 84, 118, 130, 149, 283, 306, 342, 361, 400, 433, 447, 452, 483, 515
 Integration 102, 115, 140, 142, 172, 173, 217, 220, 226, 243, 333, 474, 493, 513, 526
 Integrationsbereitschaft 474, 526
 Integrationskonzept 422, 526
 Integrationspolitik 142, 264, 526
 Intellektueller 24
 interaktive Medien 15, 58, 96, 166, 190, 364, 384, 394, 415, 416, 475
 interdisziplinäre Forschung 26
 Interessenausgleich 320
 Interessengruppe 44, 80
 Interessenlage 46
 interkulturelle Erziehung 504
 interkulturelle Faktoren 494, 505
 interkulturelle Kommunikation 217, 422,

- 465, 468, 470, 472, 475, 489, 491,
494, 499, 506, 527
- interkulturelle Kompetenz 470
- interkultureller Vergleich 109, 161, 223,
436, 451, 506
- intermediäre Organisation 290, 358
- internationale Beziehungen 113, 262, 430
- internationale Kommunikation 31
- internationale Organisation 304, 307
- internationale Politik 307, 340, 443
- internationales Abkommen 383, 443
- Internationalisierung 394
- Internationalismus 290
- Internet 5, 11, 25, 45, 66, 68, 69, 71, 78,
81, 83, 87, 88, 89, 92, 93, 94, 95, 96,
98, 101, 118, 132, 166, 169, 170,
171, 172, 173, 175, 176, 177, 178,
179, 180, 181, 185, 188, 190, 191,
193, 195, 203, 204, 205, 208, 210,
211, 212, 213, 215, 218, 221, 222,
233, 236, 241, 249, 255, 257, 259,
290, 297, 302, 321, 330, 331, 340,
341, 348, 364, 365, 367, 368, 369,
372, 374, 382, 384, 386, 388, 394,
398, 403, 409, 414, 416, 417, 424,
427, 438, 444, 449, 469, 509
- interpersonelle Kommunikation 2, 9, 14,
35, 211, 428, 457, 459, 469, 477,
483, 489, 517, 524, 528
- Intersubjektivität 33, 528
- Intimität 508
- Irak 106, 141, 153, 157, 164, 165, 283,
284, 285, 293, 344, 437, 441, 501
- Iran 113
- Islam 11, 108, 113, 142, 233, 283
- islamische Gesellschaft 112, 113, 198,
223, 283
- Islamismus 223, 233
- Israel 128, 237, 276
- Italien 46, 64, 102, 280, 301, 313, 342,
343, 422, 467, 503
- Italiener 11, 506
- IT-Branche 85
- J**
- Japan 206, 266, 451
- Jemen 198
- Journalismus 30, 32, 43, 46, 59, 63, 70,
75, 78, 81, 92, 95, 98, 123, 136, 152,
157, 226, 260, 262, 265, 267, 268,
270, 272, 274, 275, 276, 279, 281,
282, 285, 297, 304, 313, 314, 315,
334, 343, 356, 368, 393, 433, 501
- Journalist 11, 46, 51, 260, 261, 262, 266,
268, 271, 272, 273, 277, 278, 279,
280, 281, 282, 285, 286, 293, 318,
355, 356
- journalistischer Beruf 390
- Jude 128
- Judentum 49, 128
- Judenverfolgung 128, 141, 225, 234
- Jugendarbeitsschutzgesetz 381
- Jugendgruppe 249, 515
- Jugendkultur 12, 50, 204, 515, 520
- Jugendlicher 12, 52, 55, 129, 140, 146,
154, 166, 168, 173, 175, 187, 188,
190, 193, 200, 204, 207, 208, 211,
219, 220, 239, 241, 244, 247, 257,
315, 399, 416, 419, 420, 422, 427,
432, 500, 515, 517, 520
- Jugendschutz 188, 241, 249, 388
- Junge 247, 427
- junger Erwachsener 193, 432, 488, 520
- Justiz 265
- K**
- Kalter Krieg 44, 340
- Kambodscha 347
- Kamerun 519, 520
- Kampagne 81, 256, 290, 329, 339, 401,
404, 405
- Kanton Graubünden 478
- Kanton Zürich 190
- Kapitalismus 100, 139
- Karriere 261
- Kasachstan 105
- Katastrophe 56, 135, 141, 152, 231
- katholische Kirche 452
- Kaufkraft 379
- Kaufverhalten 257
- Kaukasusregion 281
- Kind 174, 187, 188, 207, 220, 239, 249,
257, 381, 384, 418, 419, 422, 424,
425, 426, 470
- Kinderarbeit 381
- Kindergarten 418
- Kinderschutz 188
- Kinderwunsch 121

-
- Kinderzahl 424
Kindheit 421, 424, 454, 493
Kino 67, 398
Kirche 33, 142, 249, 448
Klassengesellschaft 139
Klima 296
Klimaschutz 152
Kollektivverhalten 194
Kolonialismus 134
Kommentar 162, 275
Kommerzialisierung 239, 334, 343, 357, 366
kommunale Selbstverwaltung 224
Kommunalpolitik 224, 462
Kommunalverwaltung 224
Kommunikationsbarriere 291, 453, 474, 509
Kommunikationsfähigkeit 31, 294, 474, 518
Kommunikationsforschung 1, 14, 23, 68, 245, 255, 479
Kommunikationsmittel 50, 211, 289, 348, 469
Kommunikationspolitik 23, 294, 373
Kommunikationsraum 92, 288, 383
Kommunikationssystem 23, 31
Kommunikationstechnologie 5, 23, 25, 55, 82, 87, 100, 172, 176, 177, 184, 206, 213, 291, 312, 394, 486
Kommunikationstheorie 1, 2, 10, 14, 23, 31, 33, 35, 37, 40, 45, 457, 472
Kommunikationsverhalten 1, 14, 17, 31, 318, 339, 445, 460, 489, 518
Kommunikationswissenschaft 17, 22, 23, 31, 32, 34, 38, 39, 41, 43, 107, 258, 267, 373, 470
kommunikative Kompetenz 459, 466, 509
kommunikatives Handeln 19, 24, 153, 181, 460, 471, 482, 517
Kommunikator 13
Kommunikatorforschung 286
Kompetenz 208, 249, 386, 478, 482, 504, 514, 526
Konferenz 127
Konfliktverhalten 448
Konsens 114
Konservatismus 112, 308, 501
Konstruktivismus 35
Konsum 208, 235, 244, 249
Konsumforschung 192
Konsumgut 55
Konsumverhalten 65, 219, 397, 414
Kontextanalyse 96, 419, 458, 510, 515
Kontrolle 101, 281, 282, 300, 333, 386
Konvergenz 388
Konzern 366, 370
Körperlichkeit 155
Kosmopolitismus 165
Kosovo 117, 307
Kosten 444
Krankenhaus 455, 464, 483, 522
Krankenpflege 522
Kreativität 4, 91, 190
Krieg 59, 106, 141, 153, 157, 164, 231, 235, 249, 259, 274, 279, 281, 283, 284, 285, 293, 300, 344, 370, 437, 441, 501
Kriegsausbruch 284
Kriegsende 284
Kriegsführung 153
Kriegsopfer 153
Kriegsverbrechen 153
Kriminalfilm 115
Kriminalität 82, 154, 232, 249, 264, 308, 408
Kriminalpolitik 308
Kriminalserie 110, 115
Krisenkommunikation 274
Kriterium 449
Kritiker 282
Kritikfähigkeit 190, 200
Kritische Theorie 8, 28, 66
Kultur 13, 16, 20, 26, 40, 64, 94, 96, 99, 181, 196, 199, 204, 212, 239, 372, 385, 431, 458, 465, 523
Kulturangebot 385
kulturelle Beziehungen 474
kulturelle Identität 162, 193, 476, 505, 506, 520
kulturelle Integration 506
kulturelles Kapital 474
Kulturgeschichte 43
Kulturindustrie 28, 145
Kulturphilosophie 40
Kulturpolitik 113, 463, 505, 519
Kulturrevolution 40
Kulturwandel 54, 198, 229
Kulturwissenschaft 210

- Kunde 414, 509
 Kundenorientierung 414
 Kundenzeitschrift 119
 Kunst 25, 40, 94, 99, 169, 385, 448
 künstliche Befruchtung 121
 künstliche Intelligenz 7
 Kurde 173, 174
- L**
 Landespolitik 462
 ländliche Entwicklung 87, 177, 221
 ländlicher Raum 87, 503
 Landtag 511
 Landtagswahl 438
 Landwirtschaft 221, 431
 Längsschnittuntersuchung 186
 Lateinamerika 109, 161, 269, 297
 Lateinamerikaner 156
 Lebenshilfe 12
 Lebenslauf 24, 201, 261
 Lebensmittel 450
 Lebensqualität 179
 Lebensstil 28, 183, 185, 192, 207, 406
 Lebensweise 197, 204
 Lebenswelt 198, 253
 Legitimität 345, 386, 387
 Lehrer 480, 487, 510, 516, 524
 Lehrer-Schüler-Beziehung 487, 516, 524
 Lehrmethode 96, 426
 Lehrmittel 96
 Leitbild 12, 13, 447
 Lernen 250, 417, 470
 Lesen 199, 219, 236, 254, 380
 Leser 52, 67, 119, 199, 201, 202, 218
 Leseverhalten 191, 219, 236, 380
 Liberalisierung 112, 309
 Liberalismus 337
 Liebe 508
 Liechtenstein 67, 397, 398
 Linksradikalismus 370, 445
 Literatur 26, 62, 199, 219, 278, 490, 521
 Literaturgeschichte 199
 Lobby 80
 Logik 343
 lokale Kommunikation 77
 Luftfahrzeug 231
 Luhmann, N. 30, 346, 480
 Luxemburg, R. 283
- M**
 Macht 9, 17, 18, 25, 30, 101, 293, 300, 309, 361, 363, 368, 373, 446, 462, 482
 Machtkampf 101, 113, 273
 Machtpolitik 316, 361
 Machtwechsel 435
 Mädchen 247
 Magazin 11, 254
 Management 69, 319, 371, 516, 522
 Managementansatz 522
 Manipulation 259, 361, 370, 439, 449
 Mann 52, 115, 144, 180, 458, 490
 Männlichkeit 115, 244, 248, 334, 399
 Markenpolitik 400, 414
 Marketing 259, 321, 375, 396, 400, 401, 414
 Markt 67, 82, 296, 309, 366, 372, 449
 Marktanteil 79
 Marktorientierung 74
 Marktwirtschaft 309
 Marokko 175
 Marx, K. 48
 Marxismus 445
 Masse 309
 Massengesellschaft 304
 Massenkommunikation 9, 57, 68, 331, 345, 452
 Massenkultur 259, 452
 Massenmedien 9, 10, 11, 15, 25, 28, 32, 33, 47, 52, 56, 57, 71, 81, 102, 103, 105, 109, 112, 118, 123, 124, 125, 129, 130, 133, 135, 141, 144, 148, 150, 152, 158, 159, 164, 169, 180, 192, 215, 216, 223, 225, 226, 228, 235, 240, 248, 250, 251, 255, 259, 263, 264, 274, 275, 279, 289, 291, 295, 297, 298, 299, 303, 304, 306, 308, 319, 322, 325, 326, 329, 332, 333, 337, 338, 340, 345, 346, 347, 351, 354, 357, 366, 368, 373, 377, 391, 393, 423, 434, 443, 445
 Mathematikunterricht 487
 Mead, G. 508
 Mediatisierung 20, 23, 27, 28, 93, 118, 136, 200, 226, 275, 305, 324, 339, 342, 352, 353, 360, 361, 451, 469, 487, 498
 Medien 4, 6, 7, 8, 10, 13, 15, 16, 17, 18,

- 21, 23, 25, 26, 29, 30, 32, 34, 39, 40,
41, 43, 45, 54, 57, 59, 61, 62, 65, 67,
68, 72, 73, 75, 78, 81, 90, 91, 92, 95,
102, 104, 107, 108, 109, 114, 116,
118, 122, 126, 127, 128, 129, 134,
139, 140, 141, 143, 146, 147, 149,
150, 152, 155, 157, 163, 165, 173,
174, 182, 183, 189, 198, 200, 206,
208, 209, 215, 216, 217, 227, 229,
230, 231, 232, 239, 241, 242, 243,
244, 245, 247, 248, 249, 250, 252,
253, 256, 259, 262, 263, 265, 267,
270, 272, 273, 274, 279, 281, 282,
283, 286, 288, 295, 297, 300, 301,
304, 305, 307, 309, 310, 311, 313,
315, 318, 319, 320, 323, 325, 327,
328, 329, 331, 337, 338, 339, 342,
343, 345, 347, 349, 350, 351, 352,
353, 355, 356, 358, 360, 361, 365,
366, 368, 371, 375, 376, 377, 381,
383, 386, 391, 397, 398, 400, 402,
407, 408, 409, 411, 418, 419, 421,
422, 423, 424, 425, 433, 437, 439,
440, 441, 445, 451, 452, 458, 469,
487, 490, 517, 520
- Medienarbeit 78, 317, 407, 420
Medienberuf 47, 169, 361, 390
Mediendidaktik 12
Mediendienst 211
Mediengeschichte 13, 23, 26, 43, 57
Mediengesellschaft 8, 12, 15, 23, 25, 81,
122, 147, 150, 196, 216, 240, 295,
300, 304, 306, 309, 319, 323, 329,
331, 334, 336, 337, 338, 343, 345,
351, 352, 353, 358, 360, 366, 419,
439
Medienjournalismus 59, 78, 262, 267, 361
Medienkompetenz 12, 68, 136, 190, 208,
236, 249, 349, 390, 416, 417, 418,
419, 425
Medienkonzentration 357, 373, 395
Medienkritik 23, 32, 136, 169, 236
Medienökonomie 377
Medienpädagogik 34, 219, 248, 418, 419,
421, 422, 423
Medienpolitik 15, 23, 46, 47, 63, 66, 76,
262, 282, 295, 302, 305, 307, 309,
312, 313, 316, 326, 327, 333, 353,
356, 359, 361, 373, 383, 386, 387,
391, 490
Medienrecht 32, 59, 70, 98, 295, 312, 327,
373, 383, 388, 389, 395
Medientechnik 23, 58, 90, 236, 365, 374
Medientheorie 4, 8, 23, 26, 29, 39, 40, 66,
91, 94, 99, 236, 250, 310
Medienverbund 266
Medienverhalten 22, 63, 65, 67, 147, 166,
169, 191, 197, 200, 205, 209, 212,
218, 219, 236, 295, 327, 339, 361,
425
Medienwirtschaft 32, 209, 295, 313, 373,
374, 377, 392
Medizin 98, 464
Medizintechnik 121
Mehrebenenanalyse 350
Mehrebenensystem 122, 165, 325, 358
Mehrsprachigkeit 62, 461, 474, 478, 490,
500, 503, 504, 514, 519
Meinung 230, 314, 430, 439
Meinungsbildung 60, 70, 128, 136, 147,
230, 245, 265, 273, 291, 311, 314,
420, 439
Meinungsforschung 363, 433, 438, 440,
443
Meinungsfreiheit 309, 314, 327, 393
Meinungsführer 9, 273, 415, 439
Meinungsvielfalt 60, 153, 314, 395
Menschenrechte 101, 266, 270, 304, 326
Menschenrechtsverletzung 304
Mensch-Maschine-System 99, 454
Mentalität 510
Messe 380
Messinstrument 442
Metatheorie 39
Meteorologie 152
Methodik 185, 454
Metropole 503
Mexiko 436
Migrant 11, 107, 140, 163, 169, 193, 200,
209, 427, 455, 493, 513
Migration 126, 163, 173, 174, 217, 242,
295, 422, 493
Migrationsforschung 174
Migrationspolitik 163, 242
Mikroebene 64, 250, 462
Militär 274, 283
militärische Intervention 157, 164, 223,
281, 430

- militärische Präsenz 157
 militärischer Konflikt 281, 430
 Minderheit 11, 156, 163, 169, 220, 390,
 476, 490, 500, 523
 Minderheitenpolitik 390
 Ministerium 199
 Ministerium für Staatssicherheit 356
 Ministerpräsident 308
 Mitbestimmung 378
 Mittelalter 57, 96, 448, 470
 Mitteldeutscher Rundfunk 471
 Mobilfunk 84, 230
 Mobilisierung 55, 81, 165, 256, 290, 296,
 329, 354
 Mobilität 27, 84, 90
 Mobiltelefon 55, 90, 206, 215, 221, 241,
 517
 Modell 1, 14, 77, 95, 250, 300, 337, 444
 Modellentwicklung 258
 Modellvergleich 337
 Moderne 36, 135, 141, 446
 Modernisierung 112, 170, 296, 342, 351,
 463
 Monopol 309, 370
 Moral 12, 115, 273, 396
 moralische Erziehung 12
 multikulturelle Gesellschaft 156, 264
 Multimedia 45, 89, 161
 Multimodalität 510
 multinationales Unternehmen 402, 491
 Musik 12, 74, 99, 118, 470
 Muslim 142, 264
 Muttersprache 514
 Mystik 4
 Mythos 4, 406
- N**
- Nachhaltigkeit 85, 94, 235, 296, 350
 Nachkriegszeit 44, 50, 53, 128, 262, 312
 Nachrichten 7, 25, 116, 146, 147, 218,
 237, 256, 258, 280, 282, 287, 293,
 300, 323, 325, 329, 343, 344, 349,
 352, 354
 Nachrichtenagentur 260, 293, 370
 Nachrichtenwesen 116, 293
 Nahost 153, 237, 476, 501
 Name 490
 narratives Interview 454
 Nation 238
- Nationalbewusstsein 133
 nationale Identität 138, 225, 434, 476, 502
 nationales Stereotyp 160, 238
 Nationalismus 59, 406
 Nationalität 410
 Nationalrat 171, 342
 Nationalsozialismus 51, 52, 128, 231, 234,
 283, 439, 445, 484
 Nationalstaat 122
 NATO 340
 Natur 25
 Naturalismus 528
 Naturkatastrophe 344
 Neoliberalismus 295
 Netzgemeinschaft 88, 204, 469
 Netzwerk 7, 35, 81, 95, 179, 235, 266,
 270, 281, 331, 378, 403, 416, 417
 Netzwerkanalyse 1, 65, 177
 Netzwerkgesellschaft 21
 neue Bundesländer 63, 76, 77, 185, 224,
 380, 468
 neue Medien 10, 43, 44, 68, 87, 88, 89, 94,
 96, 99, 118, 185, 233, 306, 331, 369,
 375, 382, 415
 neue Technologie 55, 62, 88, 100, 167,
 365, 374, 486
 Neurologie 232, 528
 Neuzeit 41, 57
 nichtstaatliche Organisation 81, 235, 291,
 304, 327
 Niederlande 94, 102, 163, 323, 422
 Niederländer 163
 Nietzsche, F. 4
 Nigeria 519
 nonverbale Kommunikation 462, 489, 492
 Norm 363, 449
 Normalität 115, 155, 169, 449
 Normativität 36, 390
 Norwegen 503
 NPĐ 224
- O**
- Objekt 428
 Objektivität 270
 Observation 356
 öffentliche Aufgaben 287, 333, 385
 öffentliche Ausgaben 376
 öffentliche Kommunikation 92, 102, 105,
 151, 167, 211, 226, 228, 270, 297,

320, 413, 450, 484
 öffentliche Meinung 44, 78, 103, 123,
 126, 128, 142, 150, 153, 160, 226,
 228, 251, 273, 320, 322, 323, 325,
 330, 344, 411, 430, 432, 433, 437,
 439, 440, 441, 443
 öffentlicher Raum 84, 229, 446, 447
 öffentlicher Sektor 333, 376, 519
 öffentliches Interesse 376
 Öffentlichkeit 9, 12, 15, 30, 45, 48, 49,
 62, 78, 81, 92, 98, 102, 125, 126,
 129, 143, 150, 151, 165, 198, 225,
 226, 227, 228, 229, 230, 234, 235,
 245, 274, 275, 282, 290, 300, 302,
 308, 311, 319, 329, 330, 331, 333,
 336, 337, 340, 345, 356, 382, 393,
 408, 434, 437, 440, 445
 Öffentlichkeitsarbeit 32, 261, 281, 299,
 311, 336, 345, 350, 402, 404, 405,
 408, 412, 413
 öffentlich-rechtliche Einrichtung 64, 66,
 71, 79, 168, 285, 302, 316, 333, 343,
 354, 377, 385, 386, 387
 Ökonomie 143
 ökonomischer Wandel 226
 Ökonomisierung 366
 Olympische Spiele 141, 158
 Online-Befragung 98, 438
 Online-Dienst 132, 170, 218, 364, 367,
 369, 372
 Online-Medien 81, 94, 188, 193, 195,
 207, 210, 255, 330, 469, 475
 Oper 26
 Opfer 225, 281
 Opposition 511
 Oral History 43
 Ordnungspolitik 377
 ORF 125, 247
 Organisationen 391, 450, 472
 Organisationshandeln 213
 Organisationskultur 522
 organisatorischer Wandel 522
 Österreich 66, 78, 108, 119, 125, 171,
 179, 215, 247, 268, 315, 318, 332,
 342, 343, 424, 425, 433, 444, 464
 Osteuropa 327
 Ost-West-Konflikt 44

P

Pädagogik 34, 381
 pädagogische Förderung 504
 Pakistan 113
 Palästina 237, 276
 palästinensisch-israelischer Konflikt 237,
 276
 Panel 258
 Papst 130, 452
 Paradigma 7, 17, 29, 35, 36, 39, 337
 Parlament 224, 336, 360
 Parlamentswahl 171, 301
 Parsons, T. 30
 Partei 46, 113, 216, 256, 275, 291, 301,
 319, 323, 339, 344, 352, 354, 358,
 392, 434, 485
 Parteienstaat 282
 Parteiensystem 301, 351
 Parteipolitik 316, 359, 511
 Partizipation 27, 170, 172, 331, 337, 422
 Partnerschaft 82, 490, 508
 Partnerwahl 469, 493
 Patient 455, 464, 477, 483
 Patriarchat 112
 Patriotismus 502
 Pazifischer Raum 371
 PDS 392
 Peer Group 173, 241
 Persischer Golf 113
 Personal 522
 Personalisierung 298, 322, 329, 343, 411,
 414
 Personalwirtschaft 378
 Persönlichkeitsentwicklung 381
 Petition 290
 Pflegepersonal 477, 483, 522
 Phänomenologie 38, 528
 pharmazeutische Industrie 412
 Philippinen 263
 Philosophie 15, 25, 29, 490
 physiologische Faktoren 232, 442
 PISA-Studie 249
 Plakat 411
 Pluralismus 373, 395, 519
 Pole 11, 209, 523
 Polen 339
 Political Correctness 484
 Politik 40, 53, 75, 80, 136, 147, 195, 231,
 237, 251, 260, 267, 272, 273, 282,

- 288, 296, 300, 306, 313, 314, 319,
323, 332, 334, 342, 343, 346, 350,
351, 352, 353, 363, 364, 368, 410,
433, 436, 440, 501
- Politikberatung 317, 440
- Politiker 125, 179, 273, 291, 318, 322,
332, 338, 355, 360, 361, 362, 363,
365, 400, 411, 511
- Politikfeld 325, 484
- Politikumsetzung 124
- Politikverdrossenheit 168, 294
- Politikvermittlung 150, 171, 240, 255,
289, 294, 299, 303, 311, 324, 334,
345, 350, 351, 354, 356
- politische Aktivität 202, 409
- politische Bewegung 81, 139, 176, 233
- politische Bildung 433
- politische Einstellung 114, 216, 234, 245,
255, 256, 275, 315, 354, 370, 431,
434
- politische Elite 430, 434
- politische Entwicklung 46, 297, 319, 353
- politische Ethik 114
- politische Folgen 250
- politische Funktion 176
- politische Ideologie 176
- politische Institution 250
- politische Justiz 117
- politische Kommunikation 80, 114, 125,
150, 153, 176, 216, 233, 245, 255,
270, 272, 289, 290, 291, 292, 295,
298, 299, 303, 305, 306, 315, 317,
318, 319, 320, 321, 323, 324, 328,
334, 336, 339, 340, 342, 345, 346,
348, 350, 351, 353, 354, 355, 358,
360, 365, 368, 400, 481, 501
- politische Kontrolle 273, 356, 384
- politische Krise 328, 352
- politische Kultur 44, 133, 233, 234, 295,
308, 313, 318, 321, 350, 443, 473
- politische Linke 259
- politische Macht 48, 295, 313
- politische Meinung 48, 153, 321
- politische Ökonomie 296
- politische Partizipation 295, 306, 330, 345
- politischer Akteur 102, 122, 262, 275,
288, 292, 303, 313, 318, 319, 325,
329, 336, 337, 338, 358, 365
- politische Reform 294
- politischer Einfluss 46, 48, 80, 250, 299,
300, 313, 327
- politischer Konflikt 445
- politischer Wandel 54, 328, 347, 358, 410
- politisches Handeln 122, 294, 353
- politisches Interesse 143, 358
- politische Sozialisation 310
- politische Soziologie 291
- politisches Programm 321, 338, 485
- politisches System 272, 293, 301, 309,
314, 318, 323, 347, 350, 353
- politische Steuerung 46, 124, 311, 401,
519
- politische Strategie 48, 316
- politisches Verhalten 240
- politische Theorie 250, 310, 323, 337, 346
- politische Willensbildung 245, 306, 321,
351
- Polizei 115, 239, 408
- Polizeibeamter 408
- Popkultur 112, 150, 189, 196
- Popmusik 520
- Popularisierung 70, 334
- Popularität 452
- Populismus 308
- Pornographie 241, 384
- Portal 132, 416, 427
- Postmoderne 84, 396
- postsozialistisches Land 58, 105, 117, 270,
315, 327, 420, 476, 490, 505, 521
- Präferenz 168, 192, 256, 362, 363
- Pragmatik 465, 518
- Präsidentschaftswahl 117, 298, 310, 328,
342
- Presse 11, 46, 48, 49, 56, 57, 70, 105, 106,
116, 126, 128, 148, 154, 160, 167,
185, 228, 293, 308, 314, 326, 359,
368, 370, 390, 391, 392, 402, 409
- Pressefreiheit 46, 266, 314, 393
- Priorität 179
- privater Rundfunk 64, 66, 71, 79, 168,
316, 333, 343, 387
- privater Sektor 519
- Privathaushalt 205, 215
- Privatsphäre 204, 205, 229, 332, 362, 382
- PRO 7 79
- Problembewusstsein 296, 420
- Produktionsverhältnisse 100
- Produktkennzeichnung 453

- Produzent 65, 271
Professionalisierung 98, 270, 291, 319, 342, 350, 386
Programmangebot 47, 54, 74, 374
Projektgruppe 378
projektiver Test 442
Promotion 93
Propaganda 44, 46, 51, 56, 106, 150, 176, 309, 356, 439, 445
Protestbewegung 81, 127, 139, 358
Prozess 1, 14
prozessproduzierte Daten 292
Psychiatrie 35
Psychologie 34
Public Health 132
Publikation 30, 40, 69, 92, 376, 390, 444, 449
Publikum 136, 182, 226, 258, 300, 329
Publizistik 51, 128, 368
publizistische Vielfalt 60
Publizität 30
- Q**
Qualifikation 269, 522
Qualität 75, 98, 120, 182, 265, 269, 287, 360, 377, 449, 491, 515
qualitative Methode 6, 16, 38, 442, 499
qualitatives Interview 38, 499
Qualitätskontrolle 449
Qualitätssicherung 449
Quantifizierung 43, 398, 440
quantitative Methode 43, 442
Quiz 120
- R**
Rasse 410
Rassismus 105, 128, 142, 163, 277
Rationalismus 501
Realität 13, 235, 246, 278, 325, 482
Reality-TV 229
rechtliche Faktoren 46
Rechtsdogmatik 394
rechtsextreme Partei 176
Rechtsgeltung 382
Rechtsgrundlage 241
Rechtsphilosophie 394
Rechtsprechung 312, 385, 394
Rechtsradikalismus 176
Rechtstheorie 394
Redakteur 53, 202, 260, 271
Redaktion 11, 260
Rede 148, 338, 360, 459, 492
Regierbarkeit 101
Regierung 122, 216, 293, 349, 353, 519
Regierungspartei 511
Regierungspolitik 263, 293, 323
regionale Entwicklung 224, 467
Regionalfernsehen 76, 77
Regionalisierung 47, 54, 471
Regionalpresse 218
Regionalprogramm 77
Regisseur 65
Regulierung 305, 326, 368, 377, 383, 384, 391, 395, 446
Rehabilitationseinrichtung 477
Reichweite 397
Religion 33, 36, 108, 130, 162, 195, 385, 396, 452, 493, 501
Religionszugehörigkeit 52, 163
Rentabilität 77
Repräsentation 107, 109, 144, 198, 345, 350, 361, 385, 452
repräsentative Demokratie 44, 291
Reproduktionsmedizin 121, 420
Republikanische Partei 310
Republik Südafrika 519
Reputation 403
Ressourcen 177, 222, 376
Revolution 118, 141, 165, 281, 283, 328, 463
Rezeption 10, 29, 68, 110, 146, 201, 232, 246, 256, 458, 485, 507
Rezipient 91, 218, 243, 252, 253, 258, 286, 287, 335, 371, 374
Rhetorik 309, 329, 459, 472, 511
Richtlinie 390
Risiko 82, 95, 208, 247, 249, 279, 291, 296, 369, 376, 403, 429, 444, 450, 453, 480
Risikoabschätzung 82, 166, 453
Risikogesellschaft 279
Risikokommunikation 407, 429, 450, 453
Risikoverhalten 82
Ritual 42, 118, 480
Rolle 95, 168, 230, 282, 386, 455
Rollenbild 115, 144, 332
Rollenspiel 178
Rollenverständnis 53

- Roman 278
 Rotes Kreuz 304
 RTL 79, 147
 Rückkopplung 166
 Ruhrgebiet 209
 Rumäne 513
 Rundfunk 15, 47, 56, 63, 66, 71, 75, 78, 79, 97, 168, 185, 192, 215, 216, 262, 295, 302, 311, 312, 331, 333, 356, 383, 385, 386, 387, 389
 Rundfunkanstalt 54, 71, 285, 302, 316, 368, 374, 392
 Rundfunkprogramm 79, 302, 312, 333, 387
 Rundfunkrat 386, 387
 Rundfunksendung 287, 311
 russische Sprache 518
 Russland 105, 117, 281, 315, 393, 430, 441
- S**
 Sachsen 60
 SAT 1 79, 147
 Satellit 173, 198
 Saudi-Arabien 113
 schichtspezifische Faktoren 521
 Schlüsselqualifikation 526
 Schreiben 40, 448
 Schrift 45, 463, 487
 Schriftsprache 463, 521
 Schriftsteller 199
 Schröder, G. 322, 400
 Schulart 243
 Schulbildung 243
 Schule 151, 241, 419, 422, 467, 480, 503, 504, 510, 516
 Schüler 50, 96, 168, 243, 247, 480, 487, 503, 504, 510, 516, 524
 Schülerpresse 50
 Schulklima 50
 Schulleistung 244
 Schweden 318, 422
 Schwellenland 327
 Scientific Community 413
 SED 199, 356
 Segregation 146
 Selbstbeobachtung 174
 Selbstbewusstsein 253
 Selbstbild 49, 150, 155, 272, 399, 408, 508, 526
 Selbstdarstellung 84, 166, 174, 322, 332, 342, 350, 408, 411, 452, 482
 Selbstkontrolle 386, 391
 Selbstmord 227
 Selbstorganisation 7
 Selbstreferenz 2
 Selbstverwaltung 462
 selektive Wahrnehmung 9
 Semantik 36, 479, 481, 485
 semantisches Differential 493
 Semiotik 37, 45, 109, 470
 Sensationsjournalismus 152, 231
 Serbien 59, 160
 Sexualität 115, 241, 257, 390
 Show 6, 120, 247
 Sicherheitsbeauftragter 82
 Sicherheitspolitik 82, 165, 274, 281, 296, 305, 307, 340
 Sierra Leone 235
 Skandal 114, 118
 Skandinavien 334
 Slawe 476
 Slowenien 318
 SMS 90
 Sozialarbeit 203
 soziale Anerkennung 105, 193
 soziale Bewegung 189, 358
 soziale Beziehungen 27, 65, 98, 177, 178, 194, 222, 257, 268, 466, 469, 483, 508, 517
 soziale Dienste 483
 soziale Differenzierung 43, 466
 soziale Distanz 526
 soziale Folgen 229
 soziale Herkunft 173, 241, 424, 466, 507
 soziale Integration 11, 209, 220, 264, 346, 476, 513
 soziale Isolation 222
 soziale Konstruktion 129, 158, 159, 163, 325, 383, 471, 482, 508
 soziale Mobilität 469
 soziale Norm 12, 280
 soziale Partizipation 166
 soziale Position 53
 sozialer Brennpunkt 146
 sozialer Konflikt 163
 sozialer Prozess 35, 502
 sozialer Raum 185, 198, 446

-
- sozialer Status 144
sozialer Wandel 5, 54, 84, 90, 157, 159,
185, 198, 241, 376, 424, 498
soziales Dilemma 263
soziale Sicherung 431
soziales Milieu 183
soziales Netzwerk 9, 88, 90, 95, 120, 177,
178, 222, 266, 268, 321, 330, 417,
503
soziales Problem 257
soziales Verhalten 163, 204
soziale Ungleichheit 179, 203, 424, 446,
466
soziale Unterstützung 483
soziale Verantwortung 104
soziale Wirklichkeit 10, 163
Sozialgeographie 471
Sozialisation 15, 197, 217, 232, 239, 241,
261, 396, 421, 423, 424, 425, 508,
517
Sozialisationsforschung 421
Sozialisationsinstanz 396, 423, 424
Sozialismus 139, 199, 445
Sozialkapital 90, 120, 177, 222
Sozialpsychologie 258
Sozialwissenschaft 35, 93, 210, 439
Sozialwissenschaftler 33
soziotechnisches System 99
Spanien 64, 102, 318, 503, 513
SPD 316, 338, 392, 485
Spende 56
Spezialklinik 483
Spiel 120, 207
Spielfilm 248
Spionage 356
Sport 54, 133, 136, 149, 158, 159, 207,
286, 371, 375, 379, 385, 433
Sportpresse 286
Sportverein 375
Sprachbarriere 455, 467, 474, 512
Sprachcode 466
Sprache 3, 36, 37, 43, 45, 73, 173, 419,
456, 460, 461, 463, 466, 470, 471,
474, 476, 479, 481, 482, 484, 487,
490, 493, 495, 496, 499, 501, 502,
505, 506, 507, 508, 512, 513, 515,
519, 521, 523, 525, 526
Sprachförderung 526
Sprachgebrauch 36, 43, 328, 454, 461,
467, 471, 473, 478, 479, 481, 482,
485, 490, 500, 502, 503, 507, 511,
512, 513, 519, 520
Sprachkenntnisse 474, 493, 512, 513, 514,
526
Sprachunterricht 504
Sprachvariante 454, 505, 512
Sprachverhalten 454, 461, 478, 496, 504,
505, 518, 526
Sprachwandel 456, 463, 505
Sprechakt 482, 492
Sprechen 458, 461, 479, 490, 512
Staat 82, 326, 330, 382, 385, 448
staatliche Einflussnahme 309, 326, 327
staatliche Lenkung 46
Staatsfunktion 82
Stabilitätspolitik 165
Stadt 446
Stadttrand 146
Star 150, 196
Sterben 483
Stereotyp 128, 134, 140, 156, 160, 278,
334, 362, 447, 468, 490
Stigmatisierung 146, 264
Strafe 154
Strafentlassung 265
Strafgefangener 265
strategische Planung 374
strategisches Management 69
Stress 219
Strukturalismus 37
strukturelle Kopplung 272
Strukturförderung 87
Strukturpolitik 87
Studentenbewegung 24, 139
Studium 65, 261
Subjekt 18
Subkultur 12, 222
Substitution 444
Subversion 516
Suchmaschine 95, 98, 236
Sucht 257
Südamerika 109, 161, 269
Südkorea 379, 466
Südostasien 263, 269
Südosteuropa 476
Südtirol 504
Symbol 13, 36, 37, 41, 361, 370, 396, 497
symbolische Politik 150, 345, 356

- symbolischer Interaktionismus 508
 symbolisches Kapital 71
 Syntax 479, 515
 Systemtheorie 1, 2, 8, 14, 25, 28, 30, 33,
 35, 37, 43, 315, 346, 352, 358, 394
- T**
- Tabak 405
 Tageszeitung 11, 102, 103, 106, 116, 117,
 122, 126, 138, 157, 158, 162, 163,
 164, 167, 202, 215, 216, 231, 240,
 251, 260, 265, 275, 284, 286, 289,
 293, 295, 323, 325, 326, 338, 347,
 354, 360, 401, 445
 Taiwan 212
 Talkshow 338, 448
 Tansania 269
 Tanz 26
 Täter 225, 227
 Technik 13, 40, 55, 99, 231, 267, 383, 444
 Technikfolgen 55, 95, 100
 Technikgenese 55, 373
 technische Entwicklung 58, 88, 95, 97,
 444
 technischer Fortschritt 231
 technischer Wandel 5, 54, 73, 172
 Technokratie 351
 Technologie 383
 teilnehmende Beobachtung 38
 Telefon 173, 184, 215, 331
 Telekommunikation 84, 184, 191, 331,
 377, 398
 Teleshopping 509
 Theater 26
 Therapieerfolg 477
 Tierschutz 239
 Tod 231, 483
 Toleranz 105, 142, 264
 Tonträger 55
 Tötungsdelikt 141, 227
 Tradition 36, 115, 363, 385, 467, 490
 Transaktionskosten 367
 Transformation 27, 327, 328, 347
 Transkulturalität 16, 161, 494
 transnationale Beziehungen 129, 383
 Transparenz 364, 450, 462
 Trauma 227
 Treuhandanstalt 380
 Tschechische Republik 420, 521
- Türkei 169, 173, 174, 193, 209, 454, 476,
 493
 Türkei 106, 108, 112, 138, 162, 165, 463,
 476
- U**
- Übersetzer 523
 Übersetzung 490, 523
 Überwachung 229, 384
 UdSSR-Nachfolgestaat 58, 105, 270, 505
 Ukraine 165, 270, 328
 Umfrageforschung 186, 433, 436, 438,
 440, 443
 Umgangssprache 471
 Umweltbelastung 123
 Umweltbewusstsein 296
 Umweltpolitik 296
 Ungarn 222, 490
 Ungleichheit 169, 170, 297
 UNHCR 304
 UNO 101, 304
 Unterhaltung 12, 54, 55, 130, 135, 136,
 147, 207
 Unterhaltungsindustrie 97, 259
 Unternehmen 85, 95, 309, 366, 371, 374,
 403, 412, 486
 Unternehmenskultur 491
 Unterricht 480, 487, 490, 510, 516, 524
 Unterrichtsmaterial 399
 Unterschicht 169
 Urbanität 520
 Urheberrecht 295, 364
 USA 35, 101, 106, 110, 127, 141, 150,
 153, 156, 157, 161, 168, 171, 195,
 238, 239, 240, 277, 278, 280, 283,
 290, 293, 306, 310, 321, 336, 342,
 343, 371, 412, 437, 441, 444, 459,
 501
 Usbekistan 105
- V**
- ver.di 213
 Veranstaltung 413
 Verantwortung 75, 85, 101, 122, 123, 279
 Verantwortungsbewusstsein 202
 Verbot 199, 249
 Verbraucher 65, 369, 372, 409, 415, 450
 Verbraucherpolitik 369
 Verbraucherschutz 369, 450

- Verbrechensbekämpfung 115
Verfassungsmäßigkeit 311
Vergangenheitsbewältigung 128, 234, 283, 484
vergleichende Politikwissenschaft 337
Verhaltensänderung 229
Verhandlung 350, 508
Verkehrssicherheit 404
Verlag 199, 359, 376, 380, 444, 449
Verleger 370
Vermarktung 371, 379
Vernetzung 36, 81, 82, 101, 179, 331
Vernunft 24, 36
Versailler Vertrag 448
Verständnis 105, 460
Verstehen 33, 36, 460, 499, 528
Verteidigungspolitik 340
Vertragsbedingungen 369
Vertrauen 216, 239, 255, 294, 304, 323, 414, 470, 515
Vertrieb 64
Verwaltung 33, 353, 409, 473
Video 6, 90, 422
Vietnam 269
Virtualisierung 178, 417
virtuelle Gemeinschaft 81, 178, 193, 204, 207, 372, 417
virtuelle Realität 7, 40, 98, 180, 204
Visualisierung 42, 447, 487
visuelle Wahrnehmung 289
Volk 127
Völkerrecht 101
Vorbild 239
Vormärz 57
Vorurteil 52, 72, 160, 264, 362, 363, 468
- W**
Wachstum 296
Wahl 118, 291, 301, 338
Wahlbeteiligung 354, 438
Wähler 150, 256, 301, 321, 322, 338, 344, 354, 365, 411, 438
Wahlforschung 291, 435
Wahlkampf 150, 171, 242, 245, 256, 258, 289, 290, 291, 299, 301, 308, 315, 319, 321, 322, 323, 328, 329, 335, 338, 342, 343, 344, 348, 362, 411, 435
Wahlrecht 357
Wahlverhalten 245, 256, 299, 354, 357, 433, 435, 438
Wahlwerbung 150, 321, 339
Wahrnehmung 25, 49, 73, 135, 228, 232, 243, 245, 256, 335, 362, 363, 408, 411, 415, 429, 450, 522
Website 83, 88, 95, 180, 195, 233, 259, 292, 367, 414, 427
Weiblichkeit 334, 399
Weimarer Republik 53, 57, 231, 262
Weißrussland 58, 505
Weltanschauung 162
Weltbild 135, 315, 360, 501
Weltgesellschaft 5, 31, 304, 331
Weltpolitik 127
Weltwirtschaft 127
Werbefachmann 261
Werbespot 406
Werbung 32, 67, 74, 79, 109, 118, 169, 241, 258, 381, 396, 399, 406, 410, 411, 412, 414, 447, 458, 490
Werkzeug 91
Wertorientierung 12, 162, 200, 202, 401, 424, 468, 501
Wertsystem 313
Wertwandel 12, 239
Westdeutscher Rundfunk 234
Westeuropa 64
westliche Welt 223
Wettbewerb 207, 296, 302, 373, 377, 379, 515
Wettbewerbsbedingungen 79
Wettkampf 133, 298
Widerstandsbewegung 113
Wiedervereinigung 340, 380, 468
Willensbildung 350
Wirtschaft 5, 25, 98, 272, 287, 409, 431
wirtschaftliche Integration 162
wirtschaftliche Lage 77
wirtschaftliches Handeln 366
Wirtschaftsethik 85
Wirtschaftspolitik 335, 357, 373
Wirtschaftsstruktur 79
Wissen 5, 7, 17, 19, 85, 143, 240, 267, 419, 424, 429, 431, 447, 487
Wissenschaft 4, 7, 8, 29, 39, 40, 69, 96, 134, 210, 230, 270, 272, 351, 376, 385, 413, 426, 444, 449
Wissenschaftler 152

wissenschaftliche Institution 376, 413,
444, 449
wissenschaftlicher Fortschritt 444
Wissenschaftlichkeit 449
Wissenschaftsgeschichte 26
Wissenschaftspolitik 69
Wissensgesellschaft 6, 17, 43, 177
Wissenskluft 17, 218
Wissensmanagement 93, 213, 268
Wissenstransfer 93, 163, 413, 426
Wochezeitung 113, 117, 167
Wohnen 431, 446
Wortschatz 511

Z

ZDF 44, 56, 79, 147, 239, 285, 312, 386
Zeichen 13, 428
Zeitgeschichte 231
Zeitschrift 45, 51, 52, 53, 78, 80, 128,
151, 160, 185, 201, 254, 360, 376
Zeitung 45, 49, 50, 77, 108, 127, 142,
148, 151, 153, 154, 167, 169, 171,
185, 202, 218, 224, 230, 265, 292,
293, 359, 362, 377, 520
Zeitverwendung 192, 197
Zensur 51, 199, 309, 384
Zentralasien 105
Zielgruppe 74, 166, 416, 427
Zigeuner 490
Zionismus 370
Zivilgesellschaft 101, 327, 330, 340
Zivilisation 7
Zufriedenheit 255, 323
Zugangsvoraussetzung 376, 449
Zukunft 65, 68, 76, 95, 97, 326, 439
Zukunftsperspektive 77, 79
Zuschauer 44, 67, 110, 147, 234, 322, 335
Zuwanderung 526
Zwang 449
zweite Generation 193, 493
Zweiter Weltkrieg 56

18. Jahrhundert 57, 473
19. Jahrhundert 48, 57, 134, 473, 485, 521
20. Jahrhundert 49, 51, 55, 57, 129, 134,
473, 485

Institutionenregister

- Deutsches Forschungsinstitut für öffentliche Verwaltung Sektion 03 Verwaltungshandeln zwischen öffentlichen und privaten Akteuren 473
- Deutsche Sporthochschule Köln, Institut für Sportsoziologie Abt. Geschlechterforschung 158, 159
- Fachhochschule Nordwestschweiz Hochschule für Wirtschaft -HSW-, Institute for Competitiveness and Communication -ICC- 287
- Fachhochschule Osnabrück, Fak. Wirtschafts- und Sozialwissenschaften 477
- Frank-Loeb-Institut Landau an der Universität - Forschungsstelle für Politikvermittlung und internationale Verständigung 324
- Freie Universität Berlin, FB Politik- und Sozialwissenschaften, Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft Arbeitsstelle Forschungsmethoden, Angewandte Kommunikationsforschung 318
- Freie Universität Berlin, FB Politik- und Sozialwissenschaften, Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft Arbeitsstelle Journalistik 144
- Freie Universität Berlin, FB Politik- und Sozialwissenschaften, Institut für Soziologie Arbeitsbereich Makrosoziologie 223
- gfs-zürich Markt- und Sozialforschung 431
- Halmstad University 318
- Hans-Bredow-Institut für Medienforschung an der Universität Hamburg 76, 211
- Hochschule Bremen, Fak. Gesellschaftswissenschaften 413, 426
- Hopp & Partner Kommunikationsforschung 429
- Institut für Deutsche Sprache -IDS- 460
- Institut für Praktische Journalismusforschung 218
- Institut für Rehabilitationsforschung an der Klinik Münsterland Abt. Bad Rothenfelde 477
- Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung gGmbH -IZT- 450
- Jacobs University Bremen gGmbH, School of Humanities and Social Sciences, Professorship Mass Communication Prof.Dr. Ludes 161
- JFF - Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis 166, 416, 427
- Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt, Sprach- und Literaturwissenschaftliche Fakultät, Lehrstuhl für Journalistik II 104
- Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt, Theologische Fakultät, Fachgebiet Systematische Theologie Professur für Christliche Sozialethik und Gesellschaftspolitik 104
- Kriminologisches Forschungsinstitut Niedersachsen e.V. 271
- Leipziger Initiative Studenten-Agentur GmbH -LISA- 119, 402

-
- Oberstufen-Kolleg an der Universität Bielefeld 524
- Pädagogische Hochschule Bern, Zentrum für Forschung und Entwicklung 151
- Pädagogische Hochschule Ludwigsburg, Forschungsstelle Jugend - Medien - Bildung 200
- Roskilde University 318
- Schweizerisches Institut für Kinder- und Jugendmedien -SIKJM- 190
- Stiftung Risiko-Dialog 407
- Süddeutsches Institut für empirische Sozialforschung -sine- e.V. 429
- Technische Universität Berlin, Fak. I Geisteswissenschaften, Institut für Erziehungswissenschaft
Fachgebiet Allgemeine und Historische Erziehungswissenschaft 50
- Technische Universität Braunschweig, Carl-Friedrich-Gauß-Fakultät, Institut für Sozialwissen-
schaften Lehrstuhl für Kommunikations- und Medienwissenschaften 110, 272
- Technische Universität Chemnitz, Philosophische Fakultät, Institut für Germanistik, Medien-,
Technik- und Interkulturelle Kommunikation -IfGK- Professur für Germanistische Sprach-
wissenschaft 497
- Technische Universität Dresden, Philosophische Fakultät, Institut für Kommunikationswissen-
schaft Professur für Kommunikationswissenschaft I 60, 202, 280
- Universität Augsburg, Philosophisch-Sozialwissenschaftliche Fakultät, Institut für Medien und
Bildungstechnologie -imb- Professur für Kommunikationswissenschaft, Öffentliche Kom-
munikation 278
- Universität Bayreuth, Rechts- und Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät, Lehrstuhl für BWL VIII
Dienstleistungsmanagement 371, 375, 379
- Universität Bern, Philosophisch-Historische Fakultät, Institut für Sprachwissenschaft 514
- Universität Bielefeld, Fak. für Erziehungswissenschaft, Arbeitsgruppe 04 Didaktik und Curriculu-
mentwicklung 524
- Universität Bielefeld, Fak. für Linguistik und Literaturwissenschaft 524
- Universität des Saarlandes, Fak. 03 Geschichts- und Kulturwissenschaften, Historisches Institut
Lehrstuhl für Kultur- und Mediengeschichte 47
- Universität des Saarlandes, Fak. 03 Geschichts- und Kulturwissenschaften, Historisches Institut
Lehrstuhl für Neuere und Neueste Geschichte 47, 48
- Universität des Saarlandes, Fak. 05 Empirische Humanwissenschaften, CEval - Centrum für Eva-
luation 269, 270
- Universität Duisburg-Essen Campus Duisburg, FB Gesellschaftswissenschaften, Institut für Poli-
tikwissenschaft NRW School of Governance 289
- Universität Duisburg-Essen Campus Essen, FB Geisteswissenschaften, Institut für Kommunikati-
onswissenschaft 305
- Universität Düsseldorf, Philosophische Fakultät, Sozialwissenschaftliches Institut Lehrstuhl für
Kommunikations- und Medienwissenschaft II 253

-
- Universität Erfurt, Philosophische Fakultät, Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft, Soziale Kommunikation 21, 517
- Universität Freiburg, Philologische Fakultät, Romanisches Seminar 513
- Universität Fribourg, Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät, Fachbereich Medien- und Kommunikationswissenschaft 54, 287
- Universität Gießen, FB 02 Wirtschaftswissenschaften, Professur für Marketing 414
- Universität Gießen, FB 04 Geschichts- und Kulturwissenschaften, Historisches Institut Professur für Fachjournalistik Geschichte 129
- Universität Gießen, Graduiertenkolleg "Transnationale Medienereignisse von der Frühen Neuzeit bis zur Gegenwart" 129
- Universität Göttingen, Biologische Fakultät, Georg-Elias-Müller-Institut für Psychologie Abt. 6 Sozial- und Kommunikationspsychologie 502
- Universität Hamburg, Fak. für Erziehungswissenschaft, Psychologie und Bewegungswissenschaft, FB Bewegungswissenschaft Abt. Kultur, Medien und Gesellschaft 133
- Universität Heidelberg, Fak. für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Institut für Soziologie 232
- Universität Heidelberg, Juristische Fakultät, Institut für Kriminologie 232
- Universität Hildesheim, FB I Erziehungs- und Sozialwissenschaften, Institut für Sozial- und Organisationspädagogik 488
- Universität Hohenheim, Fak. Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Institut für Sozialwissenschaften Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft, insb. Medienpolitik 167
- Universität Innsbruck, Fak. für Politikwissenschaft und Soziologie, Institut für Politikwissenschaft 318
- Universität Jena, Fak. für Sozial- und Verhaltenswissenschaften, Institut für Kommunikationswissenschaft Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft, insb. Ökonomie und Organisation der Medien 76
- Universität Jena, Graduiertenkolleg 1412 "Kulturelle Orientierungen und gesellschaftliche Ordnungsstrukturen in Südosteuropa" 160, 476
- Universität Jena, Philosophische Fakultät, Institut für Slawistik 521
- Universität Karlsruhe, Fak. für Geistes- und Sozialwissenschaften, Institut für Soziologie, Medien- und Kulturwissenschaft -ISMK- Abt. 1 Soziologie Lehrstuhl für Soziologie unter besonderer Berücksichtigung des Kompetenzerwerbs 509
- Universität Kassel, Interdisziplinäre Arbeitsgruppe Kulturforschung 109, 161
- Universität Koblenz-Landau Campus Landau, FB 08 Psychologie, IKMS - Institut für Kommunikationspsychologie, Medienpädagogik und Sprechwissenschaft, Abt. Kommunikationspsychologie, Medienpädagogik -IKM- 418
- Universität Koblenz-Landau Campus Landau, FB 08 Psychologie, IKMS - Institut für Kommunikationspsychologie, Medienpädagogik und Sprechwissenschaft, Abt. Sprechwissenschaft -ISW- 428, 459

-
- Universität Köln, Philosophische Fakultät, Historisches Seminar Abt. Neuere Geschichte 134
- Universität Köln, Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät, Forschungsinstitut für Politische Wissenschaft und Europäische Fragen Lehrstuhl für Internationale Politik und Außenpolitik 288
- Universität Konstanz, Geisteswissenschaftliche Sektion, FB Geschichte und Soziologie Fach Geschichte 41
- Universität Konstanz, Geisteswissenschaftliche Sektion, Kulturwissenschaftliches Forschungskolleg - SFB 485 "Norm und Symbol - die kulturelle Dimension sozialer und politischer Integration" 41
- Universität Leipzig, Fak. für Sozialwissenschaften und Philosophie, Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft Professur für Medienpädagogik und Weiterbildung 420
- Universität Leipzig, Medizinische Fakultät, Institut für Arbeitsmedizin und Sozialmedizin -IfAS-Selbständige Abt. Sozialmedizin 420
- Universität Lüneburg, Fak. I Bildungs-, Kultur- und Sozialwissenschaften, Forschungszentrum für Medienkultur und Mediensozialisation -ZMM- 205
- Universität Lüneburg, Fak. I Bildungs-, Kultur- und Sozialwissenschaften, Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienkultur -IfKM- 144, 201, 206
- Universität Magdeburg, Fak. für Geistes-, Sozial- und Erziehungswissenschaften, Institut für Berufs- und Betriebspädagogik 124
- Universität Magdeburg, Fak. für Geistes-, Sozial- und Erziehungswissenschaften, Institut für Soziologie Bereich Makrosoziologie 105, 143
- Universität Mannheim, Mannheimer Zentrum für Europäische Sozialforschung -MZES- Arbeitsbereich B Die politischen Systeme Europas und ihre Integration 256
- Universität Münster, FB 06 Erziehungswissenschaft und Sozialwissenschaften, Institut für Kommunikationswissenschaft 426
- Universität Oldenburg, Fak. 01 Bildungs- und Sozialwissenschaften, Institut für Sozialwissenschaften Zentrum für Methoden der Sozialwissenschaften 505
- Universität Oldenburg, Fak. 03 Sprach- und Kulturwissenschaften, Institut für Fremdsprachenphilologien Seminar für Slavistik 505
- Universität Osnabrück, FB 03 Erziehungs- und Kulturwissenschaften 524
- Universität Salzburg, Kultur- und Gesellschaftswissenschaftliche Fakultät, FB Kommunikationswissenschaft Abteilung Audiovisuelle Kommunikation -AV- 211
- Universität Siegen, FB 01 Sozialwissenschaften, Philosophie, Theologie, Geschichte, Geographie, Fach Geschichte Lehrstuhl Wirtschafts- und Sozialgeschichte sowie Didaktik der Geschichte 383
- Universität Siegen, FB 03 Sprach-, Literatur- und Medienwissenschaften, Professur für Medien und Kommunikation 107
- Universität Siegen, FB 05 Wirtschaftswissenschaften, Wirtschaftsinformatik und Wirtschaftsrecht, Fach BWL Lehrstuhl für BWL, insb. Medienmanagement 374

-
- Universität Siegen, FB 05 Wirtschaftswissenschaften, Wirtschaftsinformatik und Wirtschaftsrecht,
Fach BWL Lehrstuhl für Marketing 415
- Universität St. Gallen, Institut für Medien- und Kommunikationsmanagement -MCM- 403
- Universität Trier, FB IV Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Mathematik, Informatik und
Wirtschaftsinformatik, Fach Soziologie Teilfach Absatz, Markt, Konsum 399
- Universität Zürich, Philosophische Fakultät, Historisches Seminar 49
- Universität Zürich, Philosophische Fakultät, Institut für Populäre Kulturen 155
- Universität Zürich, Philosophische Fakultät, Institut für Publizistikwissenschaft und Medienfor-
schung -IPMZ- 317, 318, 355, 391, 404, 405
- Universität Zürich, Philosophische Fakultät, Soziologisches Institut Forschungsbereich Öffentlich-
keit und Gesellschaft 190
- Université de Genève, Faculté des sciences économiques et sociales, Département de Sociologie
70
- University of Barcelona 318
- University of Helsinki 318
- University of Ljubljana 318
- WEMF AG für Werbemedienforschung 67, 397, 398, 409
- Zeppelin University Hochschule zwischen Wirtschaft, Kultur und Politik, Department communi-
cation & cultural management, Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft & Wissensan-
thropologie 494
- Zürcher Fachhochschule Zürcher Hochschule der Künste -ZHdK-, Institute for Cultural Studies in
the Arts -ICS- 412

ANHANG

Hinweise zur Originalbeschaffung von Literatur

Die in der Datenbank SOLIS nachgewiesene Graue Literatur enthält nahezu vollständig einen Bibliotheksstandort zur Erleichterung der Ausleihe; dies gilt auch für einen Teil (40%) der nachgewiesenen Verlagsliteratur. In SOLIS nachgewiesene Zeitschriftenaufsätze sind zu über 60% mit einem Standortvermerk versehen.

Beschaffung von Literatur über den Deutschen Leihverkehr

Die Standortvermerke in SOLIS (Kürzel, Ort und Sigel der besitzenden Bibliothek sowie Signatur der Arbeit) beziehen sich auf Bibliotheken, die dem normalen Fernleihverkehr angeschlossen sind. Sollte die gewünschte Arbeit bei Ihrer örtlichen Bibliothek nicht vorhanden sein, ersparen Ihnen die Standortvermerke für die Fernleihe („Direktbestellung“) den u.U. sehr zeitraubenden Weg über das Bibliothekenleitsystem.

Elektronische Bestellungen sind ebenfalls möglich, z.B. über subito - einen bundesweiten Dokumentlieferdienst der deutschen Bibliotheken für Aufsätze und Bücher.

Literaturdienst der Universitäts- und Stadtbibliothek Köln

Aufsätze aus Zeitschriften, die für SOLIS ausgewertet werden und in der Universitäts- und Stadtbibliothek Köln vorhanden sind, können über den Kölner Literaturdienst (KÖLI) als Kopie bestellt werden. Diese Aufsätze enthalten den Standortvermerk „UuStB Koeln(38) - Signatur der Zeitschrift“ sowie einen Hinweis auf den Kopierdienst. Die Bestellung kann mit gelber Post, per Fax oder elektronisch erfolgen

Kosten für den Postversand bis zu je 20 Kopien pro Aufsatz betragen 8,- Euro, für Hochschulangehörige 4,- Euro (bei „Normalbestellung“ mit einer Lieferzeit von i.d.R. sieben Tagen); gegen Aufpreis ist eine „Eilbestellung“ (Bearbeitungszeit: ein Arbeitstag) oder auch eine Lieferung per Fax möglich.

Zur Benutzung der Forschungsnachweise

Die Inhalte der Forschungsnachweise beruhen auf den Angaben der Forscher selbst.

Richten Sie deshalb bitte Anfragen jeglicher Art direkt an die genannte Forschungseinrichtung oder an den/die Wissenschaftler(in).

Das gilt auch für Anfragen wegen veröffentlichter oder unveröffentlichter Literatur, die im Forschungsnachweis genannt ist.

Dienstleistungsangebot der Abteilung „Fachinformation für die Sozialwissenschaften“

Das Dienstleistungsangebot der Abteilung Fachinformation dient der Verbreitung, Förderung und Fundierung sozialwissenschaftlicher Forschungsergebnisse sowie dem Wissensaustausch auf nationaler wie internationaler Ebene. Gleichzeitig macht die Fachinformation die sozialwissenschaftliche Forschung des deutschsprachigen Raumes international sichtbar.

Zentrale Aktivitäten sind Aufbereitung, Bereitstellung und Transfer von Wissen durch:

- Konzeption, Aufbau und Pflege von Datenbanken und Serviceangeboten zu Forschungsstrukturen, -aktivitäten und -ergebnissen in den Sozialwissenschaften im deutschsprachigen und östlichen europäischen Forschungsraum und zu wissenschaftsbezogenen chancengleichheitsrelevanten Themen im deutschsprachigen, europäischen und internationalen Rahmen
- Aufbau von und Beteiligung an kooperativen Informationssystemen (Portalen, Themenschwerpunkten, Kommunikationsplattformen und Netzwerken) zur Unterstützung der Wissenschaftskommunikation, insbesondere auf ost-westeuropäischer Ebene und zu wissenschaftsbezogenen chancengleichheitsrelevanten Themen
- Kontinuierlicher Ausbau der Vernetzung von Informationsangeboten und Services durch Erweiterung und Einbeziehung kompetenter Partner auf nationaler wie internationaler Ebene
- Erstellung servicebasierter Publikationen und Informationsdienste zu ausgewählten Themen in Kooperation mit der Wissenschaft
- Nationales Referenzzentrum für das Politikfeld „Gleichstellung in der Wissenschaft“ gegenüber Wissenschaftsorganisationen, Bundes- und Landesministerien, Politik und Medien in Bezug auf Konzept- und Programmentwicklung, Monitoring und Evaluation von Politiken und Maßnahmen

Basisprodukte der Abteilung sind Informationen über Forschungsstrukturen, -aktivitäten und -ergebnisse, die in Datenbanken aufbereitet und zur Verfügung gestellt werden. Neben den nachfolgend skizzierten Datenbanken zu sozialwissenschaftlichen Forschungsprojekten und Publikationen werden Datenbanken mit Informationen zu nationalen und internationalen sozialwissenschaftlichen Forschungseinrichtungen, Zeitschriften, Netzwerken, Veranstaltungen und Internetquellen aufgebaut und gepflegt. Sie sind Bestandteil einer von GESIS entwickelten und zur Verfügung gestellten integrierten Suche, die weitere internationale Informationssammlungen und solche externer Partner mit einbezieht.

Datenbanken

Die von der Abteilung Fachinformation produzierten Datenbanken SOLIS und SOFIS bilden die Grundlage für den sozialwissenschaftlichen Fachinformationsdienst soFid.

SOFIS (Forschungsinformationssystem Sozialwissenschaften)

Inhalt: SOFIS informiert über laufende, geplante und abgeschlossene Forschungsarbeiten der letzten zehn Jahre aus der Bundesrepublik Deutschland, aus Österreich und der Schweiz. Die

Datenbank enthält Angaben zum Inhalt, zum methodischen Vorgehen und zu Datengewinnungsverfahren sowie zu ersten Berichten und Veröffentlichungen. Die Namen der am Projekt beteiligten Forscher und die Institutsadresse erleichtern die Kontaktaufnahme.

Fachgebiete: Soziologie, Politikwissenschaft, Sozialpolitik, Sozialpsychologie, Psychologie, Bildungsforschung, Erziehungswissenschaft, Kommunikationswissenschaften, Wirtschaftswissenschaften, Demographie, Ethnologie, historische Sozialforschung, Sozialgeschichte, Methoden der Sozialforschung, Arbeitsmarkt- und Berufsforschung sowie weitere interdisziplinäre Gebiete der Sozialwissenschaften wie Frauenforschung, Freizeitforschung, Gerontologie, Sozialwesen oder Kriminologie.

Bestand der letzten 10 Jahre: rund 47.000 Forschungsprojektbeschreibungen

Quellen: Erhebungen bei Institutionen, die sozialwissenschaftliche Forschung betreiben. In Deutschland wird die Erhebung von GESIS durchgeführt, in der Schweiz von FORS - der Schweizer Stiftung für die Forschung in den Sozialwissenschaften. Für Österreich hatte bis 2001 die Universitätsbibliothek der Wirtschaftsuniversität Wien diese Aufgabe inne; ab 2006/07 wurde diese vom Wiener Institut für Sozialwissenschaftliche Dokumentation und Methodik - WISDOM - übernommen.

Die Ergebnisse der GESIS-Erhebung werden ergänzt durch sozialwissenschaftliche Informationen fachlich spezialisierter IuD-Einrichtungen sowie von Forschungsförderern; ein nicht unerheblicher Teil an Ergänzungen wird schließlich durch Auswertung von Internetquellen sozialwissenschaftlicher Forschungsinstitute gewonnen.

SOLIS (Sozialwissenschaftliches Literaturinformationssystem)

Inhalt: SOLIS informiert über die deutschsprachige fachwissenschaftliche Literatur ab 1945, d.h. Aufsätze in Zeitschriften, Beiträge in Sammelwerken, Monographien und Graue Literatur (Forschungsberichte, Kongressberichte), die in der Bundesrepublik Deutschland, Österreich oder der Schweiz erscheinen. Bei Aufsätzen aus Online-Zeitschriften und bei Grauer Literatur ist im Standortvermerk zunehmend ein Link zum Volltext im Internet vorhanden.

Fachgebiete: Soziologie, Politikwissenschaft, Sozialpolitik, Sozialpsychologie, Bildungsforschung, Kommunikationswissenschaften, Demographie, Ethnologie, historische Sozialforschung, Methoden der Sozialforschung, Arbeitsmarkt- und Berufsforschung sowie weitere interdisziplinäre Gebiete der Sozialwissenschaften wie Frauenforschung, Freizeitforschung, Gerontologie oder Sozialwesen.

Bestand: Anfang 2009 ca. 385.000 Literaturnachweise

Jährlicher Zuwachs: zwischen 16.000 und 18.000 Dokumente

Quellen: Zeitschriften, Monographien einschließlich Beiträgen in Sammelwerken sowie Graue Literatur. SOLIS wird von GESIS in Kooperation mit dem Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung der Bundesagentur für Arbeit in Nürnberg, den Herausgebern der Zeitschrift für Politikwissenschaft und dem Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung hergestellt. Absprachen über einen regelmäßigen Datenaustausch bestehen darüber hinaus mit dem Zentrum für Psychologische Information und Dokumentation in Trier und mit dem Deutschen Institut für Internationale Pädagogische Forschung in Frankfurt/Main.

Zugang zu den Datenbanken

An nahezu allen Hochschulstandorten sowohl in Deutschland als auch in Österreich und der Schweiz sind SOLIS und SOFIS in der Bibliothek oder über Institutsrechner für die Hochschulangehörigen frei zugänglich. Des Weiteren stehen SOLIS und SOFIS über von GESIS betriebene Portale für Recherchen zur Verfügung:

www.sowiport.de

SOLIS und SOFIS können im sozialwissenschaftlichen Fachportal sowiport einzeln oder gemeinsam mit 13 weiteren Datenbanken durchsucht werden. sowiport enthält zurzeit folgende Datenbanken:

- Sozialwissenschaftliches Literaturinformationssystem SOLIS
- Sozialwissenschaftliches Forschungsinformationssystem SOFIS
- Literaturdatenbank DZI SoLit des Deutschen Zentralinstituts für soziale Fragen
- Katalog der Bibliothek der Friedrich-Ebert-Stiftung
- Katalog des Sondersammelgebietes Sozialwissenschaften der Universitäts- und Stadtbibliothek Köln
- Katalog der Bibliothek des Wissenschaftszentrums Berlin für Sozialforschung
- Datenbank GeroLit des Deutschen Zentrums für Altersfragen
- Publikationen der Bertelsmann Stiftung
- ProQuest-CSA-Datenbanken (im Rahmen von DFG-Nationallizenzen): Sociological Abstracts, Social Services Abstracts, Applied Social Sciences Index and Abstracts, PAIS International, Worldwide Political Science Abstracts, Physical Education Index
- Fachinformationsführer SocioGuide mit Informationen zu Institutionen, Fachzeitschriften, Sammlungen, Netzwerken und Veranstaltungen

Insgesamt sind in und über sowiport mehr als 2,5 Millionen Quellen zu Literatur, Forschungsprojekten, Institutionen, Zeitschriften, Veranstaltungen sowie Themenschwerpunkte und Links zu Portalen erreichbar.

www.infoconnex.de

Der interdisziplinäre Informationsdienst infoconnex bietet Individualkunden günstige Jahrespauschalen für den Zugang zur Datenbank SOLIS – singular oder im Verbund mit den Literaturdatenbanken zu Pädagogik (FIS Bildung) und Psychologie (Psyndex). Im infoconnex-Bereich „Sozialwissenschaften“ kann darüber hinaus in der Forschungsdatenbank SOFIS und in der Literaturdatenbank DZI SoLit recherchiert werden; zudem stehen auch hier im Rahmen von DFG-Nationallizenzen die sechs Datenbanken des Herstellers ProQuest/CSA zur Recherche an Hochschulen und wissenschaftlichen Einrichtungen zur Verfügung.

Auftragsrecherchen und Beratung bei der Datenbank-Nutzung

In Ihrem Auftrag und nach Ihren Wünschen führt GESIS kostengünstig Recherchen in den Datenbanken SOFIS und SOLIS durch. Darüber hinaus werden Informationen aus weiteren nationalen und internationalen Datenbanken zu sozialwissenschaftlichen und/oder fachübergreifenden Themengebieten zusammengestellt.

Zur Unterstützung Ihrer eigenen Suche beraten wir Sie selbstverständlich jederzeit bei der Umsetzung sozialwissenschaftlicher Fragestellungen in effektive Suchstrategien in unseren Datenbanken.

Sozialwissenschaftlicher Fachinformationsdienst – soFid

Regelmäßige Informationen zu neuer Literatur und aktueller sozialwissenschaftlicher Forschung bietet GESIS mit diesem Abonnementdienst, der sowohl in gedruckter Form als auch auf CD-ROM bezogen werden kann. Ältere Jahrgänge stehen unter www.gesis.org/sofid zum kostenfreien Download zur Verfügung. Der Dienst ist vor allem konzipiert für diejenigen, die sich kontinuierlich und längerfristig zu einem Themenbereich informieren wollen.

soFid ist zu folgenden Themenbereichen erhältlich:

- Allgemeine Soziologie
- Berufssoziologie
- Bevölkerungsforschung
- Bildungsforschung
- Familienforschung
- Frauen- und Geschlechterforschung
- Freizeit - Sport – Tourismus
- Gesellschaftlicher Wandel in den neuen Bundesländern
- Gesundheitsforschung
- Industrie- und Betriebssoziologie
- Internationale Beziehungen / Friedens- und Konfliktforschung
- Jugendforschung
- Kommunikationswissenschaft: Massenkommunikation – Medien – Sprache
- Kriminalsoziologie + Rechtssoziologie
- Kulturosoziologie + Kunstsoziologie
- Methoden und Instrumente der Sozialwissenschaften
- Migration und ethnische Minderheiten
- Organisations- und Verwaltungsforschung
- Osteuropaforschung
- Politische Soziologie
- Religionsforschung
- Soziale Probleme
- Sozialpolitik
- Sozialpsychologie
- Stadt- und Regionalforschung
- Umweltforschung
- Wissenschafts- und Technikforschung

Recherche Spezial und sowiport-dossiers: aktuelle Themen im Internet

Zu gesellschaftlich relevanten Themen in der aktuellen Diskussion werden in der Reihe „Recherche Spezial“ Informationen über sozialwissenschaftliche Forschungsprojekte und Veröffentlichungen zusammengestellt. In den Dossiers in sowiport (hervorgegangen aus der Reihe sowiPlus bzw. den thematischen Dokumentationen der Virtuellen Fachbibliothek Sozialwissenschaften) werden solche Informationen darüber hinaus mit Internetquellen unterschiedlichster Art (aktuelle Meldungen, Dokumente, Analysen, Hintergrundmaterialien u.a.m.) angereichert. Alle Themen sind inhaltlich gruppiert zu finden unter www.sowiport.de/themen.

Informationstransfer von und nach Osteuropa

Der Bereich Informationstransfer Osteuropa fördert die Ost-West-Kommunikation in den Sozialwissenschaften. Er unterstützt die internationale Wissenschaftskooperation mit einer Vielzahl von Informationsdiensten.

Eine wichtige Informationsquelle für Kontakte, Publikationen oder Forschung bietet in diesem Zusammenhang auch der Newsletter „Sozialwissenschaften in Osteuropa“, der viermal jährlich in englischer Sprache erscheint.

Kompetenzzentrum Frauen in Wissenschaft und Forschung – CEWS

Als integraler Bestandteil der Fachinformation bietet CEWS disziplinenübergreifend Zugänge zu Themen, Informationen und aktuellen Fragen der Gleichstellung in der Wissenschaft. Durch das Sichtbarmachen des Potentials hoch qualifizierter Wissenschaftlerinnen unterstützt die Datenbank FemConsult die Erhöhung des Frauenanteils bei der Neubesetzung von Professuren und Führungspositionen in Wissenschaft und Forschung und die Förderung von Nachwuchswissenschaftlerinnen. Das CEWS-Themenportal integriert Informationen zu allen gleichstellungsrelevanten Themen im Bereich Wissenschaft und Forschung (z.B. Chancengleichheit im Hochschul- und Wissenschaftsprogramm HWP, Statistik und Gleichstellungsrecht an Hochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen).

Internet-Service der GESIS

Umfassende Informationen zu GESIS und zum Angebot an Dienstleistungen finden Sie unter

www.gesis.org

GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

Abteilung Fachinformation für die Sozialwissenschaften

Lennéstraße 30

53113 Bonn

Tel.:+49 (0)228-2281-0

E-mail:info@gesis.org

GESIS-Servicestelle Osteuropa

Schiffbauerdamm 19 • 10117 Berlin

Tel.:+49 (0)30-23 36 11-0

E-mail:servicestelle@gesis.org

