

Hans-Bredow-Institut

FÜR RUNDFUNK UND FERNSEHEN

FORSCHUNGSBERICHT

1 9 9 6 / 9 7

Hans-Bredow-Institut für Rundfunk und Fernsehen

Institut für Medienforschung an der Universität Hamburg

Heimhuder Str. 21

D-20148 Hamburg

Tel.: (+49 40) 450 217-0
450 217-12 Verlag
450 217-22 Bibliothek
450 217-41 Redaktion

Fax: (+49 40) 450 217-77

E-Mail: 100022.1611@compuserve.com

April 1997

Druck: ZEITGEMÄSSER DRUCK Calling P.O.D.
Virchowstr. 12-14, 22767 Hamburg

INHALT

ZUM FORSCHUNGSBERICHT 1996/97	5
--------------------------------------	----------

A. FORSCHUNGSPROJEKTE UND -THEMEN	7
--	----------

I. MEDIENPOLITIK UND MEDIENSYSTEM	7
--	----------

1. Medien und Medienpolitik	7
2. Gegenwart und Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks	8
3. Politische Kommunikation und Medientheorie	9
4. „Stiftung Medientest“	10
5. Strukturen der Rundfunkaufsicht	11
6. Kommunikationsordnungen im Überblick	12
7. Rundfunkkonzentrationskontrolle	13
8. Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen	13
9. Entwicklung des Rundfunks in Mittel- und Osteuropa	14
10. Europäisches Bildungsfernsehen	15
11. Öffentliche Kommunikation in Computernetzen	16

II. MEDIENRECHT	18
------------------------	-----------

12. Rechtliche Regulierung von „Multimedia“	18
13. Die Medienordnung an der Schnittstelle zwischen Rundfunkrecht und Telekommunikationsrecht	18
14. Hamburgisches Medienrecht	19
15. Information und Kommunikation im Bundesstaat	19
16. Rechtliche Grenzen von Werbung	20
17. Fernsehwerbung und Kinder	21
18. Gewährleistung chancengleicher Kommunikation als Freiheitsverwirklichung	22

III. MEDIENWIRTSCHAFT UND MEDIENPRODUKTION	22
---	-----------

19. Das Zwei-Säulen-Modell im nordrhein-westfälischen Lokalfunk	23
20. Struktur und Entwicklung der Programmindustrie	23
21. Beschäftigte und wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland	24
22. Übersicht über den deutschen Fernsehmarkt	24
23. Medienplatz Hamburg	25
24. Journalistische Qualifikation im privaten Rundfunk: Bedarf und Angebot	25
25. Aus- und Weiterbildung für Medienberufe	26
26. Cross-Ownership, Cross-Promotion und publizistische Vielfalt	26
27. Film- und Fernsehwirtschaft in Brasilien zwischen Markt und Staat	27

IV. MEDIENINHALTE	27
28. Qualität von Medienangeboten	28
29. Die Beurteilung von Spielfilmen durch die Programmpresse	29
30. Medien, Rechtsextremismus und Ausländerfeindlichkeit	29
31. Fernsehen kultursoziologisch betrachtet	30
32. Das publizistische Profil regionaler Abonnementszeitungen in Schleswig-Holstein	31
V. MEDIENNUTZUNG UND MEDIENWIRKUNG	31
33. Individuelle Fernsehnutzung	31
34. Analyse kommunikativer Milieus	33
35. Fern-Sehen als kulturelles Handeln	34
36. Kinder und Jugendliche in Europa und ihr Umgang mit den neuen Bildschirmmedien	35
37. Computernutzung im Rahmen des COMENIUS-Projekts	36
38. Fernsehen an öffentlichen Plätzen	36
39. Nutzung und Bedeutung fremdsprachiger Medien in Deutschland	37
40. Mediennutzung in Europa	38
41. Die englische Sprache im Rahmen der Medienwelten Jugendlicher	38
42. Technische Medienkompetenz	39
B. WISSENSCHAFTLICHE VERANSTALTUNGEN	40
Öffentlichkeit unter „Viel-Kanal-Bedingungen“	40
Anwälte der Qualität? Medienkritik und Medienjournalismus im Wandel	41
Frisierte Bilder, getrübler Augenschein: Kann man den Fernsehbildern Glauben schenken?	41
Perspektiven unabhängiger Medienforschung in der Informationsgesellschaft	42
Workshop: Forschungsfragen im Zusammenhang mit der Einführung digitalen Fernsehens	43
Medienforschung - Wissenschaft für die Informationsgesellschaft	44
Kompaktseminar: Einführung in Angebot, Nutzung und Problematik von Internet und elektronischen Datendiensten	44
Medienwissenschaftliche Kolloquien	45
C. VERÖFFENTLICHUNGEN 1996 UND 1997	46
D. SEMINARE, LEHRAUFTRÄGE, VORTRÄGE	52
E. BIBLIOTHEK	58
F. MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER DES INSTITUTS	60
Forschungsschwerpunkte und -interessen der wissenschaftlichen Mitarbeiter	60
Übersicht über die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	63

ZUM FORSCHUNGSBERICHT 1996/97

Die gesellschaftlichen und ökonomischen Rahmenbedingungen verändern sich zur Zeit tiefgreifend. Dies betrifft nicht zuletzt den Medienbereich: Denn zum einen kommt den Medien gerade in Zeiten der Um- und Neuorientierung eine wichtige Rolle für die öffentliche Verständigung über die gesellschaftliche Entwicklung zu. Zum anderen stehen die Medien selbst im Zentrum der aktuellen Visionen einer kommenden „Informationsgesellschaft“.

Diese Entwicklung bringt für die Medienforschung neue Herausforderungen mit sich, die die Arbeit des Hans-Bredow-Instituts in den vergangenen Monaten geprägt haben.

Wissenstransfer

Als unabhängige Forschungs- und Serviceeinrichtung beobachtet das Institut kontinuierlich die Medienentwicklung. Durch eigene Forschung sowie durch Serviceleistungen gegenüber der Öffentlichkeit, der Medienpolitik und der Medienpraxis soll ein Beitrag zu einem verbesserten Verständnis von Tendenzen und Optionen der Medienentwicklung geleistet werden. Gerade in Zeiten raschen Wandels ist eine solche Transferfunktion von besonderer Bedeutung. Das Institut versucht daher, neben der üblichen Projektforschung insbesondere die „kleinen Formen“ zur raschen und flexiblen Verfügbarmachung wissenschaftlichen Expertenwissens zu pflegen und weiterzuentwickeln. Dazu gehören Workshops, verständliche und problemorientierte Synopsen wissenschaftlicher Literatur sowie Formen der kontinuierlichen Zusammenarbeit mit Medienakteuren, etwa als Beratung, Monitoring oder Konzeptentwicklung. Aktuelle Beispiele für entsprechende Aktivitäten beziehen sich auf die Einführung digitalen Fernsehens, auf die Diskussion um Perspektiven der Medienkritik im allgemeinen und um „gefälschte Bilder“ im besonderen sowie auf Optionen zur Entwicklung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Europa.

Darüber hinaus bietet das Institut weiterhin seine gewohnten Transfer- und Serviceleistungen: Es ist Ansprechpartner für alle Fragen, die kommunikationswissenschaftliche oder medienkundliche Bereiche betreffen; es stellt der Öffentlichkeit eine Bibliothek mit umfangreicher inländischer und internationaler Literatur zur Verfügung; und es gibt Fachpublikationen heraus, allen voran das „Internationale Handbuch für Hörfunk und Fernsehen“ und die medien- und kommunikationswissenschaftliche Zeitschrift „Rundfunk und Fernsehen“.

Forschungsschwerpunkte

Medienforschung im Sinne der genannten Aufgaben erfordert Interdisziplinarität; die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler des Instituts vertreten deshalb unterschiedliche Wissenschaftsdisziplinen. Die sich daraus ergebende Breite und Vielfalt der am Institut behandelten Themen wird in dem vorliegenden Forschungsbericht im einzelnen dokumentiert. Um trotz dieser Fülle an Aktivitäten ein nach innen wie nach außen erkennbares Profil entwickeln und tatsächlich interdisziplinär arbeiten zu können, definiert das Institut „Forschungsschwerpunkte“, die für einen bestimmten Zeitraum - solange das Thema relevant und ergiebig ist - mit verschiedenen Aktivitäten (z.B. Projekten, Tagungen, Publikationen) vorrangig bearbeitet werden. Derzeit hat das Institut folgende Schwerpunkte formuliert:

- Leitideen und Steuerungskonzepte für die Informationsgesellschaft,
- Qualität von Medienangeboten,
- Sozial- und rechtswissenschaftliche Aspekte des „elektronisch mediatisierten Kommunikationsraums“,
- innovative Konzepte für die Mediennutzungsforschung,
- länder- und sprachraumübergreifende Kommunikation.

Diese Liste ist nicht abschließend gemeint. Das Institut prüft regelmäßig, ob einer der bisherigen Themenbereiche nicht weiter verfolgt bzw. ob neue Fragestellungen aufgenommen werden sollten.

Kooperation und Vernetzung

Um der zunehmenden Komplexität und Internationalisierung des Medienbereichs gerecht zu werden, pflegt das Hans-Bredow-Institut vielfältige interdisziplinäre und internationale Kooperationsbeziehungen. So ist es Mitglied in einem europäischen Forschungsnetzwerk zum Umgang von Kindern und Jugendlichen mit den neuen Medien. Formelle Kooperationsbeziehungen bestehen mit dem Institut Balkanmedia in Sofia und dem Institut für Journalistik in St. Petersburg. Hinzu kommen laufende Forschungsprojekte mit Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern aus den USA, den Niederlanden, Belgien und Frankreich.

Auch im Hinblick auf die an Gewicht gewinnende Drittmittel- und Auftragsforschung strebt das Institut eine größtmögliche Breite der Kooperationspartner an. Die Liste der Institutionen, von denen das Institut in den Jahren 1996 und 1997 Mittel einwerben können, zeugt davon: die Bertelsmann Stiftung, das Bildungswerk Medien, das Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft, Forschung und Technologie, das Bundesministerium des Innern, die Deutsche Forschungsgemeinschaft, das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung (DIW), die EU-Kommission, die Europäische Rundfunkunion (EBU), das Institut für Film und Bild in Wissenschaft und Unterricht (FWU), die Kulturbehörde Hamburg, verschiedene Landesmedienanstalten (Bremische Landesmedienanstalt, HAM, LfR, NLM, LRZ, ULR) sowie die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM), der Norddeutsche Rundfunk, Premiere, ProSieben, der Schleswig-Holsteinische Zeitungsverlag sowie die Schweizerische Radio- und Fernsehgesell-

schaft (SRG) und die Werbegesellschaft des Schweizer Fernsehens publisuisse.

Unabhängige Medienforschung als öffentliche Aufgabe

Die Leistungen des Instituts im Bereich des Wissenstransfers und der Grundlagenforschung setzen aber eine Grundsicherung der Infrastruktur und die Möglichkeit zu kontinuierlicher Arbeit voraus, die über punktuelle projektbezogene Forschung hinausgeht. Diese Grundsicherung wurde 1996 und 1997 wie in den Vorjahren durch Zuwendungen der Freien und Hansestadt Hamburg, der NDR-Werbung GmbH, der Westdeutschen Rundfunkwerbung, der ARD-Werbung, des Zweiten Deutschen Fernsehens, der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten sowie der Medienstiftung Hamburg gedeckt, denen auch an dieser Stelle gedankt sei.

Angesichts der allgemein schwierigen finanziellen Situation der öffentlichen Hand und der potentiellen Fördereinrichtungen für unabhängige Forschung werden derzeit - wie auch im Sozial- und Kulturbereich - solche Förderbeiträge zunehmend in Frage gestellt. Dies wird mit der Erwartung verbunden, die entsprechenden Einrichtungen mögen sich auf dem jeweiligen Markt finanzieren. Um für die schwierige Frage, welche Funktionen unabhängiger Medienforschung über Auftragsprojekte erfüllt werden können und welche Funktionen demgegenüber als öffentliche Aufgabe mit einer Grundfinanzierung durch Zuwendungen gesichert werden sollte, eine begründete Argumentationsbasis zu schaffen, hat das Institut eine Evaluation seiner Tätigkeit mit externer Supervision eingeleitet, in der die primären Ziele der Institutsarbeit herausgearbeitet und im Hinblick auf mögliche Strukturveränderungen und Finanzierungsmöglichkeiten geprüft werden.

Hamburg, im April 1997

A. FORSCHUNGSPROJEKTE UND -THEMEN

I. MEDIENPOLITIK UND MEDIENSYSTEM

1. Medien und Medienpolitik

Im Mittelpunkt dieses mehrjährig angelegten Forschungsvorhabens steht eine Politikfeldanalyse (Normen, Institutionen, Akteure, Arenen) zum Wandel der Medienpolitik auf dem Weg in die „Informationsgesellschaft“. Aus sozialwissenschaftlicher Perspektive werden ordnungspolitisch relevante Aspekte zur Weiterentwicklung der Kommunikations- und Medienordnung (z. B. „Leitideen“) und insbesondere Steuerungs- und Regulierungsfragen - auch in vergleichender Perspektive - untersucht. Im Rahmen des Forschungsvorhabens sollen verschiedene Teilstudien, Lehrveranstaltungen sowie Lehrforschungsprojekte durchgeführt werden. Im laufenden Sommersemester führt das Institut das Lehrforschungsprojekt „Leitideen und Steuerungskonzepte für die Informationsgesellschaft“ mit Studierenden aus unterschiedlichen Disziplinen der Universität Hamburg durch. Für dieses Projekt konnten Drittmittel von der Adam Opel AG und Unilever eingebracht werden.

In einer Teilstudie werden die Formen von Öffentlichkeit im Politikfeld Medienpolitik analysiert: Welche Akteure stellen welche Öffentlichkeit her? Wie ist es um den Einfluß der Medien auf die Herstellung von Öffentlichkeit über medienrelevante Angelegenheiten bestellt (u.a. Problem der Cross-Ownership)? Wie können insbesondere ressourcen-schwache Akteure auf medienpolitische Willensbildungs- und Entscheidungsprozesse Einfluß nehmen? Dazu liegen zwei Arbeitspapiere vor. Noch in diesem Jahr wird ein Sammelband zum Thema „Perspektiven der Medienkritik“ erscheinen.

Im Rahmen der laufenden Forschungsarbeiten wurde zudem mit der Erstellung eines einführenden Textes (Lehrtext/Lehrbuch) zur „Medienpolitik“ - entwickelt für die Fernuniversität Hagen - begonnen („Politikfeld Medienpolitik. Die politische Strukturierung öffentlicher Kommunikation“) (Kooperation mit Gerhard Vowe, Freie Universität Berlin).

Für das Frühjahr 1998 ist eine Fachtagung des Arbeitskreises „Kommunikation und Politik“ der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft sowie der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft in Hamburg in Vorbereitung.

Bearbeiter: O. Jarren

Publikationen:

- Jarren, O. (1994): Medien- und Kommunikationspolitik in Deutschland. Eine Einführung anhand ausgewählter Problembereiche. In: Jarren, O. (Hrsg.), Medien und Journalismus 1. Opladen, S. 108-146.
- Jarren, O. (Hrsg.) (1994): Medienwandel - Gesellschaftswandel? Zehn Jahre dualer Rundfunk in Deutschland. Eine Bilanz. Berlin.
- Jarren, O.; Holgersson, S.; Schatz, H. (Hrsg.) (1994): Dualer Rundfunk in Deutschland. Beiträge zu einer Theorie der Rundfunkentwicklung. Münster/ Hamburg.
- Jarren, O.; Vowe, G. (1995): Medienkritische Öffentlichkeit als rundfunkpolitischer Akteur? Analyse und Bewertung der „Weizsäcker-Kommission“. In: Rundfunk und Fernsehen, 43 Jg. Heft 1, S. 5-25.
- Jarren, O. (1996): Auf dem Weg in die „Mediengesellschaft“? In: Haus Rissen, Rissener Rundbrief, 6/7, 1996, S. 45-58.
- Jarren, O. (1996): Das duale Rundfunksystem - politiktheoretisch betrachtet. In: Hömberg, W.; Pürer, H. (Hrsg.), Medien-Transformation - Zehn Jahre dualer Rundfunk in Deutschland. (Schriftenreihe der DGPK; Bd. 22). München, S. 69-80.

- Jarren, O. (1996): Publizistische Märkte und Kommunikationspolitik. Öffentliche Regulierung statt politisch-administrativer Steuerung? In: Altmeppen, K.-D. (Hrsg.), Ökonomie der Medien und des Mediensystems. Ergebnisse und Perspektiven medienökonomischer Forschung. Opladen, S. 203-219.
- Jarren, O.; Schatz, H.; Weßler, H. (Hrsg.) (1996): Medien und politischer Prozeß. Politische Öffentlichkeit und massenmediale Politikvermittlung im Wandel. Opladen.
- Jarren, O.; Donges, P. (1997): Ende der Massenkommunikation - Ende der Medienpolitik? In: Fünfgeld, H.; Mast, C. (Hrsg.), Kommunikationswissenschaft. Ergebnisse und Perspektiven. (Festschrift für Gerhard Maletzke). Opladen, S. 231-252.
- Jarren, O. (im Druck): Rundfunk und Rundfunkregulierung in Deutschland - Probleme, Defizite und Zukunftsaufgaben. In: Schatz, H.; Jarren, O.; Knaup, B. (Hrsg.), Machtkonzentration in der Multimedia-Gesellschaft? Beiträge zu einer Neubestimmung des Verhältnisses von politischer und medialer Macht. Opladen.
- Jarren, O. (in Vorbereitung): Macht und Ohnmacht der Medienkritik. Oder: Ob Schwache Stärke erlangen können? Medienkritik und medienpolitische Kommunikation als Netzwerk: Von der hierarchischen Machtausübung zu vertikalen Verhandlungssystemen. In: Weßler, H.; Matzen, C.; Jarren, O.; Hasebrink, U. (Hrsg.), Perspektiven der Medienkritik. Die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft. Opladen.
- Jarren, O. (in Vorbereitung): Medienpolitische Kommunikation: Akteure, Arenen und Öffentlichkeit. Manuskript, 15 S.
- Jarren, O.; Krotz, F. (Hrsg.) (in Vorbereitung): Öffentlichkeit unter „Viel-Kanal-Bedingungen“. Baden-Baden.
- Jarren, O.; Sarcinelli, U.; Saxer, U. (Hrsg.) (in Vorbereitung): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikon. Opladen.

2. Gegenwart und Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Die Umbrüche in der Medientechnologie und im Medienmarkt erfordern auch Klärungen über die Rolle des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. An der entsprechenden Diskussion hat sich das Institut in der Vergangenheit kontinuierlich mit Publikationen und Veranstaltungen beteiligt, so auf dem Symposium 1990 zum Thema „Aufgaben und Perspektiven des öffentlich-rechtlichen Fernsehens“ und im Rahmen des 1993 bis 1995 von der

Volkswagenstiftung geförderten Projekts zur „Gemeinwohlbindung des Rundfunks im Zeichen der Veränderung der Telekommunikation“. Auch bei dem im Januar 1997 veranstalteten Symposium „Öffentliche Kommunikation unter Viel-Kanal-Bedingungen“ bildete die Frage nach den Funktionen eines am Public Service-Auftrag orientierten Rundfunks einen Schwerpunkt (s. dazu den Bericht zu diesem Symposium in Teil B des Forschungsberichts).

1996 erschien ein Rechtsgutachten zum „Pay TV im öffentlich-rechtlichen Rundfunk“. Darin hat der frühere Institutsdirektor Wolfgang Hoffmann-Riem die verfassungsrechtlichen Vorgaben konkretisiert und insbesondere mit Blick auf die technischen und ökonomischen Möglichkeiten weiterentwickelt. Die Strukturen der Rundfunkfreiheit im Übergang zur Multimedia-Gesellschaft wurden genauso herausgearbeitet wie die Elemente des Rundfunkbegriffs und die Bestands- und Entwicklungsgarantien für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Darauf aufbauend wurden dann die verfassungsrechtlichen Anforderungen an ein von öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten betriebenes Pay TV behandelt.

Weitere Publikationen zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk dienen insbesondere dazu, die Situation in Deutschland und die hiesigen Erfahrungen auch in die internationale Diskussion einzubringen.

Zur kontinuierlichen Beobachtung der Medienentwicklung und zur frühzeitigen Erkennung von Trends, die für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Europa relevant werden können, hat die Europäische Rundfunkunion in Genf Ende 1996 einen sogenannten „Strategic Information Service“ eingerichtet. Diesem ist ein beratendes Netzwerk von unabhängigen Experten aus verschiedenen Ländern angegliedert, in das auch ein Mitarbeiter des Hans-Bredow-Instituts berufen wurde.

Bearbeiter: U. Hasebrink, W. Hoffmann-Riem, O. Jarren, F. Krotz, W. Schulz

Drittmittelgeber:
Europäische Rundfunkunion (EBU)

Publikationen:

Hoffmann-Riem, W. (1996): Pay TV im öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Eine verfassungsrechtliche Analyse auf der Grundlage der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts. Baden-Baden [Rechtsgutachten, vorgelegt im Auftrag der Landesregierungen von Hessen, Nordrhein-Westfalen, Schleswig-Holstein und Rheinland-Pfalz].

Hoffmann-Riem, W. (1996): Pay TV im öffentlich-rechtlichen Rundfunk. In: Media Perspektiven 2/1996, S. 73-79.

Hoffmann-Riem, W. (1996): The regulation of public service broadcasting in Germany. In: Raboy, M. (ed.), Public service broadcasting. London, S. 64-86.

Hoffmann-Riem, W.; Schulz, W. (1996): La televisión pública en Alemania. In: J. J. González Encinar (Hrsg.) (1996), La televisión pública en la Unión Europea. Madrid, S. 59-88.

3. Politische Kommunikation und Medientheorie

Im Rahmen dieses Forschungsschwerpunkts wurden sowohl theoretische als auch empirische Arbeiten vorgelegt. Zu den theoretischen Arbeiten zählen u.a. die Überlegungen zum Gesellschafts-, Medien- und Öffentlichkeitswandel. Der Schwerpunkt der theoretischen Analysen liegt dabei derzeit auf dem Aspekt der Herausbildung der „Mediengesellschaft“. So interessiert, ob es sich bei Medien um einen eigenen Institutionentypus handelt.

In den empirischen Analysen wurde insbesondere gefragt, ob politische Institutionen sich des Wandels „bewußt“ sind und wie sie auf die sozialen Veränderungen reagiert haben bzw. über welche Reaktionsmöglichkeiten sie verfügen. Es zeigen sich erhebliche Defizite hinsichtlich der Wahrnehmung und der organisatorischen Verarbeitung von Folgen des sozialen Wandels. Dabei wurde auch untersucht, wie politische Öffentlichkeitsarbeit konzeptionell anzulegen ist, um sowohl den normativen Vorgaben als auch den sozialen Erfordernissen gerecht werden zu können. Erkennbar ist, daß die politischen Institutionen sich noch nicht hinreichend insbe-

sondere auf den Öffentlichkeits- und Medienstrukturwandel eingestellt haben, was sich u.a. daran zeigt, daß nur sehr vereinzelt neue Formen der Organisation politischer Prozesse (Willensbildungs- und Entscheidungsprozesse) und der Politikvermittlung (Zielgruppenproblematik) entwickelt und realisiert werden.

In den empirischen Studien standen bislang einzelne Akteursklassen (z. B. politische Parteien; Gewerkschaften) oder politische Prozesse (u.a. innerparteiliche Willensbildungsprozesse; Landespolitik) im Mittelpunkt der Analysen. Anhand von zwei Fallstudien zur innerparteilichen Personalauswahl konnte gezeigt werden, daß die Medien unter bestimmten Bedingungen, aufgrund situativer Faktoren und in bestimmten Prozeßphasen Einfluß auf diese Vorgänge erhalten, insbesondere dann, wenn zwischen politischen Akteuren und Journalisten Kooperationsbeziehungen existieren. Dazu wurde ein Analyseschema entwickelt und im Band „Medien und politischer Prozeß“ publiziert.

In der Studie zur Landespolitik in Hamburg wird der Prozeß der Entstehung landespolitischer Medienberichterstattung als Interaktionsprozeß von Politikern, politischen Öffentlichkeitsarbeitern und (Politik-)Journalisten theoretisch modelliert und entsprechend empirisch analysiert. Dabei wird deutlich, daß dem Interaktionsprozeß für die Politikvermittlung - für die Vermittlung politischer Inhalte generell - eine zentrale Bedeutung zukommt, und zwar umso mehr, wenn sich auf Seiten der Medien die Strukturen (Redaktionen: Redaktionsstrukturen, redaktionelle Ressourcen) und Verarbeitungsroutinen (Journalisten: Zuständigkeit, Kompetenz) von Politik generell verändern. In einer laufenden Studie - von der Hans-Böckler-Stiftung gefördert - wird die gewerkschaftliche Öffentlichkeitsarbeit mittels verschiedener Fallstudien empirisch analysiert.

Die begonnenen theoretischen und empirischen Arbeiten werden fortgeführt, wobei insbesondere der Interaktion zwischen Politikern, politischen Öffentlichkeitsarbeitern und

Politik-Journalisten besondere Aufmerksamkeit geschenkt werden soll.

Im Zusammenhang mit den Forschungsarbeiten wurde zudem mit den Arbeiten für ein größeres Handbuchprojekt begonnen: Otfried Jarren; Ulrich Sarcinelli; Ulrich Saxer (Hrsg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikon (Arbeitstitel). Die Arbeiten am Handbuch sollen 1997 abgeschlossen werden. Vertreter aller Wissenschaftsdisziplinen, die politische Kommunikation untersuchen, arbeiten hier in Überblickstexten heraus, wie ihre Fachrichtung das Thema analysiert. Ein gleichartiger Aufbau der Beiträge macht dabei die unterschiedlichen historischen Wandlungen, Methoden und Befunde der Disziplinen transparent. In der Zusammenchau entsteht so ein interdisziplinäres Bild des Phänomens „Politische Kommunikation“.

Bearbeiter: O. Jarren

Publikationen:

- Jarren, O. (1994): Kann man mit Öffentlichkeitsarbeit die Politik „retten“? Überlegungen zum Öffentlichkeits-, Medien- und Politikwandel in der modernen Gesellschaft. In: Zeitschrift für Parlamentsfragen, H. 4, 1994, S. 653-673.
- Jarren, O. (1994): Politik und politische Kommunikation in der modernen Gesellschaft. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, 30.9.1994, B 39/94, S. 3-10.
- Jarren, O. (Hrsg.) (1994): Politische Kommunikation in Hörfunk und Fernsehen. Elektronische Medien in der Bundesrepublik Deutschland. Sonderheft 8 der Zeitschrift „Gegenwartskunde“. Opladen.
- Jarren, O.; Knaup, B.; Schatz, H. (Hrsg.) (1995): Rundfunk im politischen Kommunikationsprozeß. Jahrbuch 1995 der Arbeitskreise „Politik und Kommunikation“ der DVPW und der DGPK. Münster/Hamburg.
- Arlt, H.-J.; Jarren, O. (1996): Mehr PR wagen? Über Agitation, Öffentlichkeitswandel und Gewerkschaftsreform. In: Gewerkschaftliche Monatshefte, 5, 1996, S. 298-308.
- Jarren, O. (1996): Auf dem Weg in die „Mediengesellschaft“? Medien als Akteure und institutionalisierter Handlungskontext. Theoretische Anmerkungen zum Wandel des intermediären Systems. In: Imhof, K.; Schulz, P. (Hrsg.), Politisches Raisonement in der Informationsgesellschaft. Zürich, S. 79-96.

- Jarren, O.; Bode, M. (1996): Politische PR und Kommunikationsstrategien politischer Parteien im „Superwahljahr“ 1994. In: Bertelsmann Stiftung (Hrsg.), Politik überzeugend vermitteln. Wahlkampfstrategien in Deutschland und den USA. Gütersloh, S. 65-114.
- Jarren, O.; Donges, P. (1996): Keine Zeit für Politik? Die Entstehung landespolitischer Berichterstattung im Rundfunk. Journalisten, Öffentlichkeitsarbeiter und Politiker in der Interaktion. Berlin.
- Jarren, O.; Weßler, H. (1996): Gesellschaftswissenschaften in der Medienöffentlichkeit. Darmstadt (Schader-Stiftung).
- Jarren, O.; Schatz, H.; Weßler, H. (Hrsg.) (1996): Medien und politischer Prozeß. Politische Öffentlichkeit und massenmediale Politikvermittlung im Wandel. Opladen.
- Jarren, O. (im Druck): Medienwandel, Institutionenwandel und gewerkschaftliche Kommunikation. In: Arlt, H.-J.; Gatzmaga, D. (Hrsg.), Wenn die Dinosaurier lernen. Perspektiven der Gewerkschafts-PR. Marburg.
- Jarren, O. (im Druck): Politik und Medien: ein notwendig schwieriges Verhältnis? Über Öffentlichkeitswandel, politische Prozesse und politische PR. In: Bentele, G.; Haller, M. (Hrsg.), Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure, Strukturen, Veränderungen. Konstanz.
- Arlt, H.-J.; Jarren, O. (in Vorbereitung): Abwehrkünstler am Werk. Über die Kampagnefähigkeit des Deutschen Gewerkschaftsbundes. In: Röttger, U. (Hrsg.), PR-Kampagnen (Arbeitstitel). Opladen.
- Jarren, O. (in Vorbereitung): Legitimität und politische Kommunikation in der „Mediengesellschaft“. In: Bonfadelli, H.; Rathgeb, J. (Hrsg.), Probleme der Publizistikwissenschaft (Arbeitstitel). Zürich.
- Jarren, O. (in Vorbereitung): Macht und Ohnmacht der Medienkritik. Oder: Ob Schwache Stärke erlangen können? Medienkritik und medienpolitische Kommunikation als Netzwerk: Von der hierarchischen Machtausübung zu vertikalen Verhandlungssystemen. In: Weßler, H.; Matzen, C.; Jarren, O.; Hassebrink, U. (Hrsg.), Perspektiven der Medienkritik. Die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft. Opladen.
- Jarren, O.; Sarcinelli, U.; Saxer, U. (Hrsg.) (in Vorbereitung): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikon. Opladen.

4. „Stiftung Medientest“

Eines der immer wieder in der Öffentlichkeit diskutierten Medienthemen war und ist die Frage, in welcher Weise die Gesellschaft sich vergewissern kann, daß die im Alltag immer

mächtiger werdenden audiovisuellen Medien ihre gesellschaftlichen Aufgaben hinreichend erfüllen. Dementsprechend findet die Berichterstattung bezüglich besonderer politischer und gesellschaftlicher Ereignisse in Presse und Rundfunk und die Inszenierung und Ausgestaltung spezifischer medialer Ereignisse große Aufmerksamkeit in der öffentlichen Meinung. Aber auch die Formen der Fernsehunterhaltung, die die neuen und alten Medien anbieten, werden diskutiert und oft auch kritisiert, ebenso die in Internet und elektronischen Datendiensten angebotenen Dienstleistungen und Inhalte. Immer wieder wird die Frage gestellt, ob es neuer Institutionen bedarf, die sich der damit verbundenen Problematik widmen, so etwa eines Medienrats oder einer Medienstiftung.

Das Institut hat sich mehrfach mit diesen Fragen auseinandergesetzt. Während für einen Medienrat als eine Art Sachverständigenkommission bereits von der Mahrenholz-Kommission konkrete Vorstellungen entwickelt wurden, ist eine Stiftung Medientest mit einer verbraucherorientierten Zielsetzung bisher zwar gefordert, ein Konzept dafür aber noch nicht entwickelt worden. Deswegen wurde versucht, die verstreuten Überlegungen zu einer derartigen Einrichtung zusammenzutragen und sie konzeptionell zusammenzubinden. Mit dem Ziel, die öffentliche Diskussion darüber qualifiziert voranzutreiben, wurden ferner zahlreiche Akteure aus der Medienszene - Politiker, Wissenschaftler und Praktiker aller Art - um Statements zu diesem Thema gebeten. Heft 2/1996 von „Rundfunk und Fernsehen“ dokumentiert diese Diskussion. In der Konsequenz ergaben sich bisher eine Reihe von weiterführenden Diskussionen, beispielsweise mit dem Arbeitskreis der Medienreferenten der Verbraucherverbände.

Bearbeiter: S. Engels, F. Krotz, W. Schulz

Publikationen:

Krotz, F. (1996): Zur Idee einer Stiftung Medientest - was kann und was soll eine solche Stiftung leisten? In: Mast, C. (Hrsg.), Mark-Macht-Medien: Publizistik zwischen gesellschaftlicher Verantwortung und ökonomischen Zielen, Konstanz, S. 325-336.

Krotz, F. (1996): Zur Konzeption einer Stiftung Medientest. In: Rundfunk und Fernsehen, 44. Jg., Heft 2, S. 214-229.

Krotz, F. (in Vorbereitung): Verbraucherkompetenz und Medienkompetenz. Die „Stiftung Medientest“ als Antwort auf strukturelle Probleme der Entwicklung der Medien. In: Weßler, H.; Matzen, C.; Jarren, O.; Hasebrink, U. (Hrsg.), Perspektiven der Medienkritik. Die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft. Opladen.

5. Strukturen der Rundfunkaufsicht

Aufbauend auf dem verfassungsrechtlichen Ausgestaltungsauftrag müssen angemessene Konzepte der Rundfunkregulierung entwickelt werden. In den vergangenen Jahren hatte ein Schwerpunkt der Institutsarbeit in der Analyse der Möglichkeiten und Grenzen der Rundfunkaufsicht mit dem Blick auf Erfahrungen im Ausland gelegen. Die Ergebnisse eines Vergleichs von sechs Industrieländern sind in einer englischsprachigen Monographie aufbereitet worden, die im Berichtszeitraum noch einmal gründlich überarbeitet und aktualisiert worden ist. In diesem Bericht werden einerseits die politischen, rechtlichen und administrativen Rahmenbedingungen der Rundfunkaufsicht in Australien, Kanada, Deutschland, Frankreich, Großbritannien und den Vereinigten Staaten vorgestellt, und andererseits wird versucht, übergreifende („allgemeine“) Lehren zu entwickeln. Insbesondere werden zwanzig verschiedene Felder beschrieben, in denen rundfunkaufsichtliche Tätigkeiten beobachtbar sind. Auch wird versucht, gewisse Handlungsmuster der Aufsichtsträger herauszuarbeiten.

Aufbauend auf diesen Vorarbeiten sowie einer langjährigen Beschäftigung mit der Rundfunkregulierung in Deutschland sind Einzelfragen weiterbearbeitet worden. Dabei galt ein wichtiges Anliegen dem Bemühen, die technologischen Veränderungen und die damit einhergehenden neuen Marktstrukturen daraufhin zu besehen, wie weit der Regulierungsbedarf oder die Regulierungsmöglich-

keiten sich ändern. Anknüpfend auch an Recherchen in den USA ist insbesondere gefragt worden, wie weit die zunehmende Verknüpfung von Individual- und Massenkommunikation Regulierungen entbehrlich macht, bzw. ob sich neue Regulierungsfelder auftun.

In der Zukunft wird vermutlich die Sicherung eines chancengerechten Zugangs großer und kleiner Unternehmen zu den Märkten der Produktion, des Rechteerwerbs, der Werbung, der Weiterverwertung und der technischen Verbreitung immer wichtiger werden. Zugangsfiler gibt es aber auch an anderen Stellen, so z.B. bei der Gestaltung und im Verbund verschiedener Netze, bei Entscheidungen über die Kompatibilität von Hardware und Software, bei den Servern und den Endgeräten oder bei der rechtlichen und politischen Gestaltung des internationalen Kommunikationsflusses. Es bestehen Risiken, daß ökonomische und gesellschaftliche Machtungleichgewichte sich an solchen Stellen potenzieren. Medienregulierung wird sich daher vor allem mit der Wirkungsweise solcher Zugangsfiler befassen müssen und insbesondere den Aufbau unzuträglicher publizistischer und ökonomischer Macht verhindern müssen.

Es gibt wenig Anlaß für die Annahme, daß der Verbund von Technologie, Ökonomie und Publizistik aus sich heraus eine hinreichende Chancengerechtigkeit in den Entfaltungsmöglichkeiten absichert. Daher wird auch in Zukunft nicht auf eine staatliche Regulierung verzichtet werden können, die durch ihre Struktursetzung für kommunikative Chancengerechtigkeit sorgt. Offen ist allerdings, welche Art der Regulierung dafür am besten taugt. Angesichts der Unzulänglichkeiten der traditionellen Regulierung wird nach neuen Formen zu suchen sein, darunter auch nach Formen „regulierter Selbstregulierung“. Die Sicherung der Funktionsfähigkeit des Marktes ist eine wichtige, aber keine hinreichende Vorkehrung zur Verhinderung unzuträglicher Machtpositionen.

Bearbeiter: W. Hoffmann-Riem, S. Engels

Publikationen:

- Hoffmann-Riem, W. (1995): Von der Rundfunk- zur Multimedien-Kommunikation. Änderungen im Regulierungsbedarf. In: Kubicek, H. u.a. (Hrsg.), Jahrbuch Telekommunikation und Gesellschaft. Heidelberg, S. 101-111.
- Hoffmann-Riem, W.; Engels, S. (1995): Gegenwart und Zukunft der plural-organisierten Rundfunkaufsicht in Schleswig-Holstein. In: ULR (Hrsg.), Die Anstaltsversammlung der ULR, 2. Amtszeit 1990-1995. Kiel, S. 12-23.
- Hoffmann-Riem, W. (1996): Regulating for cultural standards. A Legal Perspective. In: Dyson, K. (ed.), Putting culture first: Alternative strategies for the age of New media. Oxford.
- Hoffmann-Riem, W. (1996): Regulating Media. The Licensing and Supervision of Broadcasting in Six Countries. New York.
- Hoffmann-Riem, W. (1996): Regulation of Broadcasting in Germany - Current State and Prospects. In: European Review of Public Law, Vol. 8, Heft 3, S. 799-833.

6. Kommunikationsordnungen im Überblick

In allen Industriestaaten steht das Medien- und Kommunikationsrecht vor allem durch die Verbindung von ehemals getrennten Präsentations- und Nutzungsformen besonders durch Multimedia-Angebote (On- und Offline) vor Veränderungen. Daher sind in zahlreichen Ländern Gesetzesnovellen verabschiedet worden oder in Vorbereitung, die die Kommunikationsordnungen massiv umbauen. Dies war Anlaß für eine Untersuchung, die den Stand dieser Entwicklungen in sieben Ländern betrachtet, nämlich Deutschland, Großbritannien, Frankreich, USA, Australien, Neuseeland und Japan. Die Studie versucht, möglichst aktuell ein Schlaglicht auf die jeweilige Situation zu werfen; eine systematische Analyse war nicht das Ziel. Um diese Aktualität zu erreichen, wurde das Material fast ausschließlich durch Recherchen im Internet gesammelt. Durch das Projekt bot sich die Gelegenheit, die Vor- und Nachteile dieser Rechercheform für die wissenschaftliche Arbeit auszumachen.

Bearbeiter: W. Schulz

Drittmittelgeber: Bertelsmann Stiftung

Publikation:

Schulz, W.; Grünewald, A.; Jürgens, U. (im Druck):
Kommunikationsordnungen im Überblick. Reihe
Arbeitsberichte und Dokumentationen des Hans-
Bredow-Instituts. Hamburg.

7. Rundfunkkonzentrationskontrolle

In der Untersuchung werden die normativen Grundlagen der Konzentrationskontrolle in der Verfassung aufgezeigt. Von diesem Ansatzpunkt aus werden die Vorschläge analysiert, die im Zusammenhang mit der Novellierung des Rundfunkstaatsvertrages 1996 diskutiert wurden. Die Ausrichtung der Konzentrationskontrolle an der Zuschauernutzung ist grundsätzlich nicht zu beanstanden, wenn neben der Zuschauernutzung an zusätzliche Kriterien (Werbemarktanteile o.ä.) angeknüpft wird. Die Aufhebung der Regelungen zur Mehrfachprogrammträgerschaft ist bei der angestrebten Gesamtmarkt Betrachtung eher skeptisch zu beurteilen, während die konzentrationsrechtliche Kontrolle durch die Landesmedienanstalten mit der neu geschaffenden „Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich“ (KEK) effektiver gestaltet werden könnte. Die Einrichtung der KEK wirft aber auch eine Reihe von Fragen auf. So ist beispielsweise eine Einbindung in das Konzept föderaler und pluraler Rundfunkaufsicht zu gewährleisten. Weitere Überlegungen sind schließlich zu der Frage nötig, wie neue Kommunikationsangebote und -dienstleistungen (Online-Dienste, Navigationssysteme, Betriebsgesellschaften zur Abwicklung digitaler Rundfunkangebote o.ä.) in das System der Konzentrationskontrolle einzubeziehen sind, um auch dort Konzentrationsentwicklungen aufzuhalten.

Bearbeiter: S. Engels

Publikation:

Engels, S. (1996): Verfassungsrechtliche Strukturvorgaben für Rundfunkkonzentrationsregeln. Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht (ZUM) 40, S. 44-59.

8. Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen

Weltweit differenzieren sich die Rundfunksysteme immer mehr aus. So steigt die Zahl der Anbieter und der Hörfunk- und Fernsehangebote auf nationaler wie auf internationaler Ebene laufend. Zugleich nimmt die ökonomische Orientierung im Rundfunk zu, was sich auch am steigenden Grad der nationalen und internationalen Medienverflechtungen und Konzentrationsvorgänge zeigt.

Das in der 23. Ausgabe vorliegende „Internationale Handbuch für Hörfunk und Fernsehen 1996/97“, reflektiert diese Veränderungen in seinem neuen großen Teil A: Hierin finden sich länderübergreifende und allgemeine Darstellungen zur Medienentwicklung. So werden wichtige internationale Entwicklungslinien aufgezeigt, der Kommunikationsraum Europa beschrieben und die Situation des Rundfunks in Deutschland in all ihren wichtigen Facetten dargestellt.

In Überblicksartikeln wird die aktuelle Entwicklung des Rundfunks unter rechtlichen und wirtschaftlichen Aspekten dokumentiert und analysiert. Ergänzt werden diese Darstellungen durch Beiträge zur Rundfunkversorgung und Rundfunknutzung, zur Situation des Auslandsrundfunks und der Medienausbildung sowie durch eine Chronik der Rundfunkentwicklung in Deutschland.

Die besondere Entwicklung des Rundfunks in den Ländern Europas und vielen Ländern der Welt ist Thema der Länderberichte, die von Experten aus den jeweiligen Ländern bzw. Kennern des dortigen Rundfunksystems verfaßt wurden. Erstmals aufgenommen werden konnten Berichte zur Rundfunkentwicklung in Island, Saudi-Arabien, Kuwait, Pakistan,

Korea sowie in Südafrika und den Ländern Westafrikas.

Sämtliche Serviceteile sind umfassend aktualisiert und zum Teil erheblich erweitert worden. So bietet das Handbuch detaillierte Angaben zu Organisation, Personal, Programm und Technik der öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkveranstalter sowie - erstmalig - Übersichten über die Programmschemata der großen in Deutschland empfangbaren Fernsehprogramme.

Darüber hinaus werden Institutionen, Verbände und Unternehmen beschrieben, die im Medienbereich tätig sind, und aktuelle Daten über internationale Medieninstitutionen sowie Übersichten über die Lang- und Mittelwellensender in Europa und die Frequenzen für Kurzwellenamateure aufgeführt. Nicht fehlen dürfen selbstverständlich die Auswahlbibliographie und das Medienlexikon, das nun unter dem Namen „Medienglossar“ um Stichworte aus dem Bereich Multimedia ergänzt wurde.

Das Handbuch bildet so das rund 1500 Seiten starke Standardwerk für alle diejenigen, die im Bereich Medien tätig sind und sich für die internationale Medienentwicklung interessieren.

Bearbeiter/innen: C. Matzen, I. Mester,
J. Schmidt, A. Herzog,
C. Egberdt, Th. Riedel

Publikation:

Hans-Bredow-Institut (Hrsg.) (1996): Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen 1996/97. Baden-Baden/Hamburg.

9. Entwicklung des Rundfunks in Mittel- und Osteuropa

Mit dem Jahr 1989 begann für die Staaten Mittel- und Osteuropas eine Umbruchphase, die bis heute nicht abgeschlossen ist. Die erheblichen Herausforderungen, die sich aus dem Übergang von staatlich-zentralistisch geprägten zu in der Regel dualen Rundfunk-

systemen mit einem Nebeneinander von öffentlich-rechtlichen und privaten Veranstaltern für die Medienpolitik ergeben, werden nun noch verkompliziert durch die nachhaltigen Folgen, die sich durch die technische Entwicklung, insbesondere die Digitalisierung, für den gesamten Medien- und Telekommunikationsbereich ergeben.

In dieser Situation erweist es sich u.a. als Problem, daß es in vielen der betroffenen Staaten keine Tradition einer kontinuierlichen und systematischen Beobachtung der Medien gibt, auf deren Grundlage Konzepte für die künftige Entwicklung entworfen werden könnten. Angesichts der weiter voranschreitenden Annäherung dieser Staaten an „Europa“ besteht aber in Deutschland und der Europäischen Union insgesamt großer Informationsbedarf über deren gesellschaftliche und kulturelle Entwicklung.

Das Institut bemüht sich daher bei verschiedenen Anlässen darum, in engem Austausch mit Institutionen aus den betreffenden Ländern den gegenseitigen Informationsstand zu verbessern. So erschien 1994 der zweisprachige (deutsch-russische) Band „Rundfunkrecht in Rußland“, der auf das im Vorjahr in St. Petersburg veranstaltete Symposium des Instituts zurückgeht.

Außerdem hat das Institut die Zusammenarbeit mit dem Medienforschungsinstitut Balkanmedia in Sofia fortgesetzt. Nachdem 1995 eine Publikation über die Situation des Hörfunks in den Balkanländern erschienen ist, haben die beiden Institute Ende 1996 eine weitere gemeinsame Studie veröffentlicht. Diese bietet eine aktuelle Bestandsaufnahme und Analyse des Fernsehens in den Ländern des Balkans.

Im Hinblick auf eine möglichst kontinuierliche Förderung der Infrastruktur für unabhängige Medienforschung und der internationalen Vernetzung entsprechender Einrichtungen arbeitet das Institut derzeit gemeinsam mit dem Institut Balkanmedia und dem Institut für Journalistik der Universität St. Petersburg an einem Konzept für den Aufbau eines in-

ternationalen Netzwerks für unabhängige Medienforschung.

Bearbeiter/in: U. Hasebrink, C. Matzen,
H. D. Schröder

Publikationen:

Hoffmann-Riem, W.; Monachow, V. (Hrsg.) (1994): Rundfunkrecht in Rußland. Auf dem Wege zu einer neuen Medienordnung. Baden-Baden/Hamburg/St. Petersburg (deutsch/russisch).

Milev, R. (Hrsg.) (1995): Radio auf dem Balkan. Zur Entwicklung des Hörfunks in Südosteuropa. Hamburg.

Hans-Bredow-Institut (Hrsg.) (1996): Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen 1996/97. Baden-Baden/Hamburg (enthält u.a. aktuelle Darstellungen der Rundfunksysteme der mittel- und osteuropäischen Staaten).

Milev, R. (Hrsg.) (1996): TV auf dem Balkan/TV in the Balcans. Zur Entwicklung des Fernsehens in Südosteuropa/TV Development in South-Eastern Europe. Hamburg (deutsch/englisch).

10. Europäisches Bildungfernsehen

Europa braucht Bildung, aus der europäischen Integration erwächst ein Bedarf an Bildungsmaßnahmen in europäischem Maßstab. Zur Deckung dieses Bedarfs könnten auch verschiedene länderübergreifende Initiativen zur Förderung bildungsrelevanter Angebote im Fernsehen einen Beitrag leisten. Dies war eines der Ergebnisse einer 1993 publizierten Studie, in der das Hans-Bredow-Institut im Auftrag des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft, Forschung und Technologie die Rahmenbedingungen für Bildungfernsehen in Europa untersucht hatte.

Im Anschluß an diese Studie veranstaltete das Institut im Juni 1994 in Hamburg ein Internationales Werkstattgespräch, bei dem konkrete Ansatzpunkte für die Realisierung europäischer Bildungsfernsehangebote diskutiert wurden. Die Teilnehmer aus insgesamt 13 europäischen Ländern regten u.a. an, in einer weiteren Studie ein detailliertes Konzept für ein europäisches Bildungfernsehen zu entwickeln und konkrete Vorschläge für dessen Umsetzung zu formulieren.

Eine solche Konzeptstudie hat das Institut 1995 im Auftrag des BMBF und der Europäischen Rundfunkunion erarbeitet. Die Studie bestätigte, daß es gleich mehrere Anlässe gibt, die Idee eines europäischen Bildungfernsehens weiterzuverfolgen. Bei der Umsetzung dieser Idee ergeben sich zwar verschiedene Probleme - etwa hinsichtlich der europaweiten Verbreitung, der Programmkonzeption, der erforderlichen Mehrsprachigkeit und der Finanzierung. Wie die Studie jedoch zeigte, erscheinen diese durchaus lösbar: In einem Vier-Phasen-Konzept wurden Wege für einen schrittweisen und flexiblen Aufbau eines europäischen Bildungfernsehens aufgezeigt.

Als erster und damit für die weitere Entwicklung entscheidender Schritt wurde vorgeschlagen, eine Clearing-Stelle für europäische Bildungsprogramme einzurichten. Diese soll die Informationslage über verfügbare audiovisuelle Bildungsangebote, die für einen länderübergreifenden Einsatz geeignet sein könnten, verbessern und damit deren europaweite Verbreitung erleichtern sowie die (Ko-)Produktion entsprechender neuer Angebote fördern. Eine weitere wichtige Aufgabe sollte darin bestehen, den europäischen Veranstaltern von Bildungfernsehen Zugänge zum Multimedia-Bereich zu erleichtern.

Die Europäische Rundfunkunion hat diesen Vorschlag aufgegriffen und beschlossen, die Einrichtung der Stelle zu unterstützen und dieser dazu für zwei Jahre Räume in Genf zur Verfügung zu stellen. Zur Unterstützung der Anlaufphase hat das Hans-Bredow-Institut im Rahmen des „Europäischen Jahres des lebensbegleitenden Lernens“ einen Förderantrag gestellt, der von der EU-Kommission und vom BMBF bewilligt wurde. Weiter erklärten sich fünfzehn Bildungsfernsehveranstalter aus dreizehn europäischen Ländern bereit, mit einer solchen Stelle zusammenzuarbeiten und sie zu unterstützen. Auf dieser Basis konnte die Stelle am 1. Oktober 1996 in Genf ihre Arbeit aufnehmen.

In den ersten vier Monaten ihrer Tätigkeit konnte die Stelle bereits vielfältige Kontakte

mit europäischen Bildungseinrichtungen aufbauen und mehrere Projekte beginnen. Die ersten Erfahrungen bestätigen, daß der Clearingstelle bei der Entwicklung europäischer Bildungsinhalte für Fernsehen und Multimedia wichtige Funktionen zukommen.

Eine besondere Aufgabe sieht die Clearingstelle darin, bei den beteiligten Bildungsfernsehveranstaltern das Interesse an den und das Engagement für die neuen Technologien zu fördern und so deren Kompetenz in der Umsetzung audiovisueller Bildungsinhalte auch für die künftigen multimedialen Lernumgebungen fruchtbar zu machen. Weitere Informationen sind unter „www.edutv.org“ zu erhalten.

Bearbeiter/innen: U. Hasebrink, A. Herzog,
F. Krotz

Drittmittelgeber:
EU-Kommission (GD XXII),
Bundesministerium für Bildung, Wissen-
schaft, Forschung und Technologie (BMBF)

Tagungsdokumentation:

Hasebrink, U. (1994): Ansätze für ein europäisches Bildungsfernsehen. Synopse eines Internationalen Werkstattgesprächs. 34 S. + Anhang, vervielf. Manuskript (auch in englischer und französischer Übersetzung verfügbar).

Publikationen:

Hasebrink, U.; Krotz, F.; Matzen, C.; Schröder, H. D.; Simon, J. (1993): Europäisches Bildungsfernsehen. Strukturen, Konzepte, Perspektiven. Hamburg. (Forschungsberichte und Materialien des Hans-Bredow-Instituts, Bd. 15).

Hasebrink, U. (1994): Völlig neue Herausforderungen. Gibt es Chancen für ein Europäisches Bildungsfernsehen? In: agenda, 14, Mai/Juni, S. 46-48.

Krotz, F. (1994): Eine Schule am Marktplatz des globalen Dorfes? Globalisierung und Europäisches Bildungsfernsehen. In: Publizistik 4/1994, S. 409-427.

Hasebrink, U.; Jones, E. G. (1995): Konzeptstudie „Europäisches Bildungsfernsehen“. Bericht an das Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft, Forschung und Technologie (BMBF) und an die Europäische Rundfunkunion (EBU). Hamburg/Hampton, verv. Manusk., 81 S.

Krotz, F. (1995): Globalisierung und europäisches Bildungsfernsehen. In: Langer, J.; Pollauer, W. (Hrsg.), Kleine Staaten in großer Gesellschaft. Eisenstadt, S. 315-333.

Hasebrink, U. (1996): Auf dem Weg zu einem europäischen Bildungsfernsehen. In: Nationale Schweizerische UNESCO-Kommission (Hrsg.), Fernstudium in der Schweiz - Perspektiven. Lernen in einer vernetzten Gesellschaft. Bern: UNESCO-Kommission, S. 105-112.

11. Öffentliche Kommunikation in Computernetzen

Mit der zunehmenden Verbreitung der Personalcomputer in privaten Haushalten und an Büroarbeitsplätzen und ihrer telekommunikativen Vernetzung, aber auch mit neuen Endgeräten, neuer Software und neuen Diensten gewinnt die computergestützte Kommunikation zunehmend an Bedeutung. Telekommunikation, Computer und audiovisuelle Medien wachsen zusammen. Auch die 'klassischen' Medien wie Zeitungen, Zeitschriften, Radio und Fernsehen sind mittlerweile mit eigenen Angeboten im Internet vertreten, zudem werden dort auch neue 'Sender' und 'Programme' angeboten. Unter den Stichworten „Multimedia“ und „Datenautobahn“ entstehen dort die Kommunikationsmöglichkeiten der Zukunft, die die heutigen Massenmedien nachhaltig verändern werden, teilweise sogar ersetzen sollen.

Als Prototyp für die Kommunikation der Zukunft gilt heute insbesondere das Internet, das weltweit bereits Millionen von Nutzern verbindet und außerordentliche Wachstumsraten aufzuweisen hat, aber nur einen Teil des per Computer erreichbaren Kommunikationsangebots ausmacht. Das Internet, das ohne übergeordnete Planung in einem Prozeß der Selbstorganisation entstanden ist, wird nach wie vor von der Selbstregulierung der Teilnehmer bestimmt, wenn es auch zunehmend wirtschaftlichen und institutionellen Zwecken dient und so neuen Einflüssen auf seine Struktur sowie auf die Entscheidungsprozesse und Nutzungsbedingungen unterliegt. So versuchen kommerzielle Datendienste wie AOL oder T-Online und Datenbanken wie GENIOS, aber auch Kaufhäuser, Versandhändler, Parteien und Behörden und alle Arten sonstiger Anbieter derzeit, sich im Netz

zu positionieren. Nicht zu übersehen ist schließlich die Bedeutung, die elektronische Kommunikation für die Beziehung zwischen Kunden, Lieferanten und Konkurrenten hat. Sie dient andererseits auch als Intranet für die firmeninterne Kommunikation.

In den bestehenden Computernetzen haben sich verschiedenartige Kommunikationsformen ausdifferenziert, beispielsweise online-Konferenzen, „Schwarze Bretter“, „mailing lists“ oder die als Hypertext organisierten Informationen des „World Wide Web“, die den Kommunikationsfluß und die Zugangsbedingungen für aktive und passive Teilnehmer in unterschiedlicher Weise vorstrukturieren. Daneben verlagern sich Formen interpersonaler Kommunikation in die Computernetze, beispielsweise werden immer mehr Nachrichten per e-mail verschickt, es ist auch möglich, über das Internet zu telefonieren. Zudem gibt es eine Vielfalt unterhaltender Angebote, darunter Computerspiele, interaktiv hergestellte Serien und neuartige Spielräume wie Multi-user-dungeons oder Chat- und Spielboxen, in denen man in phantasievollen Figuren auftritt und interagiert.

Das Zusammenspiel zwischen den Interessen der Teilnehmer, den sozialen Funktionen der computergestützten Kommunikation und der Strukturierung von Kommunikationsmöglichkeiten mittels der dafür verfügbaren Softwarelösungen wird für die weitere Entwicklung der öffentlichen Kommunikation in Computernetzen wichtig sein. Für die klassischen Medien wird darüber hinaus von Bedeutung sein, für welche individuellen und institutionellen Zwecke sich die computervermittelte Kommunikation durchsetzen wird und in welchem Ergänzungsverhältnis die alten und neuen Medien stehen werden. Es ist offensichtlich, daß Digitales Fernsehen und

digital vermittelte Computerkommunikation sich gegenseitig bedingen und tendenziell ineinander übergehen.

Das Institut beschäftigt sich weiterhin kontinuierlich mit diesem Themenbereich. Im Berichtszeitraum wurde weiter an einer wissenschaftlichen Konzipierung dieses ganzen Feldes gearbeitet, Literatur aufgearbeitet und zu in der Öffentlichkeit und Gesellschaft auftretenden Fragen Stellung bezogen. Daneben versucht das Institut auch, neue Vermittlungsformen wissenschaftlichen Wissens zu entwickeln. So wurde ein Intensivseminar konzipiert, um im Medienbereich tätigen Institutionen und ihren Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen einen qualifizierten Einstieg in die Nutzung, die Hintergründe und auch in die rechtliche und gesellschaftliche Problematik dieser neuen elektronisch vermittelten Kommunikation zu vermitteln. Dieses Seminar wurde an drei Wochenenden jeweils mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Landesmedienanstalten durchgeführt.

Bearbeiter: H. D. Schröder, F. Krotz,
W. Schulz, C. Classen,
A. Grünewald, U. Jürgens

Publikationen:

- Krotz, F. (1995): Elektronisch mediatisierte Kommunikation - Überlegungen zu einer Konzeption einiger zukünftiger Forschungsfelder der Kommunikationswissenschaft. In: Rundfunk und Fernsehen 43, Heft 4, S. 445-462.
- Schröder, H. D. (1996): Mailbox-Systeme und Computernetze als Medien nichtkommerzieller Publizistik. In: Mast, C. (Hrsg.), Markt - Macht - Medien, Konstanz, S. 315-324.
- Krotz, F. (im Druck): Das Internet aus Sicht der Nutzer. In: Beck, K.; Vowe, G. (Hrsg.), Computernetze - Ein Medium öffentlicher Kommunikation? Opladen.
- Schulz, W. (im Druck): Rechtsfragen computervermittelter Kommunikation - Zappelt das Recht im Netz? In: Beck, K.; Vowe, G. (Hrsg.), Computernetze - Ein Medium öffentlicher Kommunikation? Opladen.

II. MEDIENRECHT

12. Rechtliche Regulierung von „Multimedia“

Die Bundesrepublik steht vor einer Ausweitung des Angebots an neuen Kommunikationsmedien, dabei nähern sich die Angebote von schmalbandig verbreiteten Online-Diensten und Modellversuche mit interaktivem Fernsehen inhaltlich an. Auch wenn man die vielfach zu beobachtende Wachstumseuphorie für diesen Sektor nicht teilt, so ergeben sich durch die Entwicklung doch Fragen zur Regulierung von Diensten dieser Art, die von prinzipiell-verfassungsrechtlichen Überlegungen bis zu Fragen der konkreten Anwendbarkeit geltender rundfunkrechtlicher Regelungen auf digitale Hörfunk- und Fernsehangebote (DAB, DVB) reichen.

Prinzipiell stellt sich die Frage, wonach sich die Art und Tiefe der verfassungsrechtlich gebotenen Regulierung richtet. Die Diskussion um den Rundfunkbegriff ist hier nur bedingt hilfreich, da sie um das Schlagwort kreist und eine Entwicklung differenzierter Kriterien verhindern kann. Hierzu muß die Abgrenzung von Individual- und Massenkommunikation und damit auch von Art. 5 Abs. 1 Satz 1 und Satz 2 GG weiter präzisiert werden. Außerdem muß geklärt werden, wovon das Gefährdungspotential elektronisch vermittelter Dienste abhängt. Bestimmt die Art der Interaktivität den Grad der Asymmetrie zwischen den Kommunikationsteilnehmern? Gibt es anstelle von Veranstaltern zukünftig „organisierende Netzteilnehmer“, die vergleichbaren Einfluß ausüben können, wie ein Fernsehveranstalter? Welche Bedeutung hat die Art der Präsentation? Die Klärung dieser Fragen erfordert eine Verbindung von juristischem Wissen und kommunikationswissenschaftlichen Erkenntnissen, die am Hans-Bredow-Institut realisiert wird.

Klärungsbedürftig ist auch, bei wem die Regulierung ansetzen kann; inwieweit sind Ser-

vice-Provider, Mailbox-Betreiber etc. sinnvolle und rechtlich zulässige Anknüpfungspunkte der Regulierung? Dabei gewinnen möglicherweise vor- und nachgelagerte Bereiche der Programmvermittlung mittelbar publizistische Bedeutung und werden damit regulierungsbedürftig (Navigationssysteme, Multiplexer). Inwieweit das bestehende rechtliche Instrumentarium auf die in Kürze zunächst in Modellversuchen getesteten oder on line bereits verfügbaren Vermittlungsformen verfassungsadäquat reagieren kann, wird auf praktischer Ebene in diesem Forschungsvorhaben untersucht.

Bearbeiter: W. Hoffmann-Riem, W. Schulz

Publikationen:

Hoffmann-Riem, W. (1996): Der Rundfunkbegriff in der Differenzierung kommunikativer Dienste, Archiv für Presserecht (AfP), H. 1, S. 9-15.

Schulz, W. (1996): Jenseits der „Meinungsrelevanz“ - Verfassungsrechtliche Überlegungen zu Ausgestaltung und Gesetzgebungskompetenzen bei neuen Kommunikationsformen. In: Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht (ZUM), H. 6, S. 487-497.

Hoffmann-Riem, W. (1997): Rundfunkrecht im Wandel - Überlegungen zur Aufgabe des Rundfunkrechts und zur Rolle des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Multimediazeitalter. In: Fünfgeld, H.; Mast, C. (Hrsg.), Massenkommunikation. Ergebnisse und Perspektiven. Opladen, S. 269-280.

13. Die Medienordnung an der Schnittstelle zwischen Rundfunkrecht und Telekommunikationsrecht

Durch die Liberalisierung der Telekommunikation, die in der Bundesrepublik 1996 durch das Telekommunikationsgesetz vorangetrieben wurde, entstehen im Grenzbereich zwischen Rundfunkrecht und Telekommunikationsrecht neue Problemlagen. Denn die Vorentscheidung über Übertragungskapazitäten

bildet bereits eine entscheidende Weichenstellung für das Rundfunkrecht.

Die „Entdeckung“ neuer Frequenzen für den Rundfunk und die Zuweisung neuer Übertragungskapazitäten an eine der Säulen des Dualen Systems fand früher vielfach im Bereich rechtlicher Grauzonen und ohne gesetzliche Grundlage statt. Die Frequenzoberverwaltung wird nun in allen Bundesländern auf gesetzlicher Grundlage durchgeführt - in Hamburg durch das Frequenzvergabegesetz; weder in Hamburg noch in den anderen Bundesländern wurde aber ein Modell etabliert, das ein problemloses Verfahren anhand eindeutiger Kriterien gewährleistet. Die strukturellen Probleme der Frequenzoberverwaltung zu analysieren und Vorschläge für die Anwendung dieser Normen zu machen, ist ein Anliegen dieser Forschungsaktivitäten.

An der Schnittstelle zum Telekommunikationsrecht hat sich die Situation durch die Liberalisierung noch verschärft: So sieht das Telekommunikationsgesetz nur wenige Regelungen vor, die eine adäquate Berücksichtigung der Belange der Rundfunkversorgung gewährleisten und die Länder und Landesmedienanstalten in die Lage versetzen, auf diese elementaren Voraussetzungen der Rundfunkveranstaltung Einfluß zu nehmen.

Bearbeiter: S. Engels, W. Schulz

Publikationen:

Engels, S. (1997): Regelungen zur rundfunkrechtlichen Frequenzoberverwaltung - Das Beispiel Hamburg. In: Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht (ZUM), H. 2, S. 106-123.

Engels, S.; Schulz, W. (im Druck): Das neue Recht der Kommunikation und der Medien. In: Schulze-Fürstenow, G.; Martini, B.-J. (Hrsg.), Handbuch PR. Neuwied.

14. Hamburgisches Medienrecht

Da die Medienregulierung überwiegend in die Kompetenz der Länder fällt, erhalten deren Rechtsetzungen in diesem Feld eine besondere Bedeutung. Dieses Projekt unter-

nimmt daher den Versuch, die Rechtsgrundlagen der Medienbetätigung in Hamburg im Überblick darzustellen und zu erläutern. Dabei wird nicht jedes Medium für sich behandelt, sondern die Regelungen unter einer allgemeinen Systematik zusammengefaßt dargestellt, um so die dahinterstehenden Konzepte der gesetzlichen Regulierung deutlicher herauszuarbeiten. Dabei wird an Ergebnisse angeknüpft, die im Forschungsfeld „Öffentliches Wirtschaftsrecht der Kommunikation“ entwickelt wurden. Gegenständlich ergibt sich - der Regelungsdichte entsprechend - ein Schwerpunkt beim Rundfunk sowie neuen Kommunikationsformen. Die Änderungen, die sich für die Regulierung durch den voraussichtlich am 1. August 1997 in Kraft tretenden MediendiensteStaatsvertrag und den Dritten RundfunkänderungsStaatsvertrag (seit 1. Januar 1997 in Kraft) ergeben, sind berücksichtigt. Die Publikation soll die Rechtsanwendung in der Praxis erleichtern, aber auch in Ausbildung und Wissenschaft von Nutzen sein. Der Druck der Publikation wird von der Hamburgischen Anstalt für neue Medien (HAM) finanziert.

Bearbeiter: W. Hoffmann-Riem, W. Schulz

Publikation:

Hoffmann-Riem, W.; Schulz, W. (in Vorbereitung): Hamburgisches Medienrecht. Berlin.

15. Information und Kommunikation im Bundesstaat

Die rechtliche Bearbeitung der bundesstaatlichen Problematik von Rundfunk und neuen Medien wurde fortgesetzt und über den Komplex der Rundfunkaufsicht hinaus erweitert.

Bund und Länder ringen zur Zeit um die rechtlichen Grundlagen für Rundfunk und neue Medien. Mit der „Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich“ (KEK) im geänderten Rundfunkstaatsvertrag wurde endlich eine bundesweite Institution geschaffen und der Bereich der strukturellen Vielfaltssicherung auf Länder-

ebene koordiniert. Ob dieses Kontrollsystem die gestellten Anforderungen erfüllt, wird zu beobachten sein.

Die Regelung der Individualkommunikation soll im wesentlichen in einem besonderen Bundesgesetz, dem Individual- und Kommunikationsdienste-Gesetz (IuKDG) erfolgen, das zur Zeit vorbereitet wird. Dienste, die weder dem Rundfunk noch der Individualkommunikation zuzuordnen sind (z.B. Videotext, besondere Formen des Teleshopping), werden im Mediendienste-Staatsvertrag der Länder erfaßt, der an die Stelle des Btx-Staatsvertrages treten soll. Sowohl das IuKDG als auch der Mediendienste-Staatsvertrag sehen Zulassungsfreiheit und gegenüber der Rundfunkveranstaltung gelockerte Anforderungen für die dort erfaßten Kommunikationsdienste vor. Grundfragen der Kompetenzzuordnung zwischen Bund und Ländern sind dennoch offen geblieben. Sie könnten neue Relevanz erhalten bei der schwierigen Subsumption einzelner Dienste unter die jeweiligen Rechtsgrundlagen.

Bearbeiterin: M. Schuler-Harms

Publikationen:

Schuler-Harms, M. (1995): Rundfunkaufsicht im Bundesstaat. Die Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten. Baden-Baden/Hamburg.

Schuler-Harms, M. (1996): Das Rundfunksystem der Bundesrepublik Deutschland, In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.), Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen 1996/97. Baden-Baden/Hamburg, S. A 83-100.

Schuler-Harms, M. (1996): Informationsgesellschaft im Bundesstaat. Der kooperative Föderalismus vor neuen Herausforderungen. In: Haratsch, A.; Kugelmann, D.; Repkewitz, U. (Hrsg.), Herausforderungen an das Recht der Informationsgesellschaft. Stuttgart u.a., S. 97-112.

Schuler-Harms, M. (1997): Staatsferne und Vielfalt des Rundfunks - Das Sächsische Privatrundfunkgesetz auf dem verfassungsrechtlichen Prüfstand. In: Sächsische Verwaltungsblätter, S. 1-9.

von Werbung. Werbetreibende Wirtschaft

16. Rechtliche Grenzen von Werbung

Ein Schwerpunkt der Arbeit im Bereich Recht lag zuletzt bei Fragen der Regulierung

und Werbung entwickeln und nutzen in zunehmendem Maße Formen massenmedialer Werbung, deren systematische Aufarbeitung bislang vernachlässigt wurde. Ob und wie Sonderwerbformen u.ä. von bestehenden Werberegelungen erfaßt werden und welche neuen Instrumente ggfs. notwendig sind, um den Schutz von Verbrauchern und Kommunikationsteilnehmern zu gewährleisten, bedarf der Klärung.

Während für Anzeigen in Printmedien geklärt ist, welchen Schutz Presse- und Meinungsfreiheit gewährleisten und welche Schranken bei Eingriffen zu berücksichtigen sind, sind für Rundfunkwerbung hier noch einige Fragen offen. Rundfunkwerbung bildet die wesentliche Grundlage für die Finanzierung von privatem Rundfunk in Deutschland. Nicht zuletzt deshalb sind staatliche Maßnahmen, die auf die Regulierung von Rundfunkwerbung zielen, in der Regel zwischen Rundfunkgesetzgeber, Aufsichtsinstanzen und Rundfunkveranstaltern hart umkämpft. Vor diesem Hintergrund ist die Frage untersucht worden, inwieweit die Rundfunkwerbung vom verfassungsrechtlichen Schutz der Rundfunkfreiheit umfaßt wird. Inhalt und Umfang des Schutzes bestimmen die Struktur und Grenzen staatlicher Maßnahmen zur Regulierung von Rundfunkwerbung. Auf der einfach-gesetzlichen Ebene spielt das Trennungs- und Kennzeichnungsgebot die wichtigste Rolle, dessen Durchsetzung für die Aufsicht mitunter Probleme aufwirft.

Bearbeiter: S. Engels, W. Hoffmann-Riem

Publikationen:

Hoffmann-Riem, W. (1996): Kommunikationsfreiheit für Werbung. In: Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht (ZUM) 40, S. 1-16.

Engels, S. (1997): Wettbewerbsrechtliche Grenzen der Fernsehwerbung für Kinder. In: Wettbewerb in Recht und Praxis (WRP), H. 1, S. 6-15.

Engels, S. (im Druck): Der Trennungsgrundsatz in der dualen Rundfunkordnung: Rechtlicher Gehalt und tatsächliche Durchsetzung. In: Baerns, B. (Hrsg.), Der Trennungsgrundsatz. Opladen.

17. Fernsehwerbung und Kinder

Das Hans-Bredow-Institut war an diesem Projekt der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen (LfR) als Kooperationspartner des Psychologischen Instituts der Universität Freiburg beteiligt. Prof. Dr. Charlton (Freiburg), Prof. Dr. Neumann-Braun (Frankfurt a.M.) und Prof. Dr. Aufenanger (Universität Hamburg) haben den Problembereich Fernsehwerbung und Kinder aus medienpsychologischer, -soziologischer und -pädagogischer Perspektive, das Institut hat das Thema aus rechtswissenschaftlicher Sicht untersucht.

Inhalt, Umfang und Bedeutung des Kinder- und Jugendschutzes in der Verfassung bildeten den Ausgangspunkt für die juristischen Überlegungen. Mißt man die bestehenden Regelungen zum Kinder- und Jugendschutz an den verfassungsrechtlichen Vorgaben, so werden Defizite deutlich, gerade auch für den Bereich der Fernsehwerbung.

Die Analyse der verfassungsrechtlichen Vorgaben, der gesetzlichen Rundfunkwerberegungen und der Richtlinien der Rundfunkanstalten und Landesmedienanstalten sollte Aufschluß darüber geben, inwieweit die verschiedenen Werbeformen (z.B. „Product-Placement“, „Teleshopping“ o.ä.) hinsichtlich des sozialwissenschaftlich angezeigten Gefährdungspotentials effektiver reguliert werden könnten und sollten. Im Ergebnis hat das Hans-Bredow-Institut Handlungsoptionen formuliert. So wird zur Verbesserung der Trennungs- und Kennzeichnungsregelungen vorgeschlagen, Werbeblöcke auch am Ende zu kennzeichnen, sie durchgehend mit einem Senderwerbesignet zu versehen und um eine verbale Kennzeichnung zu ergänzen. Für Teleshopping, Sponsoring und die zunehmende Verbindung von werbenden Elementen und Programm im Zuge von Produktverbänden sollten neue, kindgerechte Werberegelungen entwickelt werden. Diese Vorschläge sind zwischen Aufsicht und Veranstaltern diskutiert worden. Ihre teilweise Umsetzung durch Selbstverpflichtung der Veranstalter steht in Aussicht.

Anknüpfend an die Ergebnisse der Studie hat sich das Institut weiter mit dieser Fragestellung befaßt und dabei insbesondere die verfassungsrechtliche Dimension des Kinder- und Jugendschutzes stärker herausgearbeitet.

Bearbeiter: W. Hoffmann-Riem, S. Engels,
W. Schulz

Drittmittelgeber: Landesanstalt für Rundfunk
Nordrhein-Westfalen (LfR)

Publikationen:

Charlton, M.; Neumann-Braun, K.; Aufenanger, S.;
Hoffmann-Riem, W. u.a. (1995): Fernsehwerbung
und Kinder. Band 1 und 2. Opladen.

Hoffmann-Riem, W.; Engels, S. (1996): Kinder und
Fernsehwerbung - Im Spannungsfeld von Rund-
funkfreiheit und Kinder- und Jugendschutz. In: Kind
Jugend Gesellschaft (KJuG), H. 1, S. 81-90.

Engels, S. (im Druck): Kinder- und Jugendschutz in der
Verfassung. In: Archiv des Öffentlichen Rechts
(AÖR).

Engels, S. (in Vorbereitung): Das Recht der Fernseh-
werbung für Kinder. Baden-Baden.

18. Gewährleistung chancengleicher Kommunikation als Freiheitsverwirklichung

In der aktuellen Diskussion um staatliche Steuerungsmöglichkeiten werden erhebliche Steuerungsmängel festgestellt. Häufig wird gefordert, darauf mit Deregulierungen zu antworten und stärker auf die Selbstregulierung über den Markt zu vertrauen. Liberale Medienrechtskonzepte nehmen dabei gerne freiheitsrechtliche Philosophie-Entwürfe zur

Stützung ihrer rechtspolitischen Position in Anspruch. Dieser Rückgriff folgt allerdings nicht immer einer systematischen Auseinandersetzung mit der philosophischen Argumentation.

Diese Untersuchung, die als Dissertation betrieben wird, geht mit jenen Konzepten davon aus, daß eine Begründung von Recht auch in der modernen, post-industriellen Gesellschaft nur vom Subjekt her erfolgen kann. Zurückgehend auf die Kantsche Rechtsphilosophie arbeitet sie heraus, welche Anforderungen ein am einzelnen Subjekt anknüpfendes Rechtsverständnis an eine Ordnung öffentlicher Kommunikation stellt.

Dabei zeigt sich, daß eine konsequent subjekt-basierte Betrachtung der Kommunikationsordnung keineswegs eine reine Selbstregulation der Gesellschaft begründet. Vielmehr tragen die im Zuge steuerungstheoretischer Optimierung entwickelten Konzepte der Prozeduralisierung und Reflexivität von Recht auch der Freiheitsverwirklichung im Bereich öffentlicher Kommunikation größtmöglich Rechnung. Rundfunkrechtlich soll die Arbeit damit zur theoretischen Fundierung der Ausgestaltungsdogmatik beitragen.

Bearbeiter: W. Schulz

Publikation:

Schulz, W. (in Vorbereitung): Gewährleistung kommunikativer Chancengleichheit als Freiheitsverwirklichung - Eine Untersuchung objektiver Grundrechtsgelände im Gewährleistungsgefüge von Art. 5 Abs. 1 GG im Lichte der Kantischen Rechtsphilosophie.

III. MEDIENWIRTSCHAFT UND MEDIENPRODUKTION

19. Das Zwei-Säulen-Modell im nordrhein-westfälischen Lokalfunk (aktualisiert/PD)

Mit dem Zwei-Säulen-Modell für den lokalen Hörfunk hat der nordrhein-westfälische Gesetzgeber ein innovatives und anspruchsvolles Steuerungskonzept entwickelt, das eine für den privatrechtlich verfaßten Rundfunk ungewöhnlich hohe Regelungsdichte aufweist. Das Zwei-Säulen-Modell institutionalisiert die für Medienunternehmen offenbar charakteristischen Konflikte zwischen publizistischen und ökonomischen Interessen in einem Aushandlungsprozeß, der nicht unternehmensintern, sondern im Außenverhältnis zwischen den Veranstaltergemeinschaften und den Betriebsgesellschaften, die die beiden Säulen des Lokalfunks bilden, zu führen ist. Seit der Verabschiedung des Rundfunkgesetzes für das Land Nordrhein Westfalen (LRG NW) im Jahre 1987 und dem Sendebeginn des Lokalfunks im Laufe des Jahres 1990 ist die theoretische Konstruktion und praktische Umsetzung des in Deutschland einmaligen Zwei-Säulen-Modells von hohem wissenschaftlichen Interesse.

Die zwischen 1995 und 1997 durchgeführte Studie zur Entwicklung des Zwei-Säulen-Modells analysiert, ob sich die Konzeption des Modells grundsätzlich als funktions-tauglich erwiesen hat, inwieweit es im Verhältnis der Akteure erkennbare Mängel in der Ausgestaltung und Umsetzung gibt und wo mögliche Ansatzpunkte zur Funktionssicherung oder Funktionsverbesserung des Zwei-Säulen-Modells zu sehen sind. Sie basiert methodisch auf einer interdisziplinären Mischung rechtswissenschaftlicher und sozialwissenschaftlicher Vorgehensweisen: a) einer Analyse der relevanten Dokumente wie den Satzungen der Veranstaltergemeinschaften, ihren Kooperationsverträgen mit den Betriebsgesellschaften, den Verträgen mit dem Rahmenprogrammanbieter und den Redakteurstatuten, b) einer Gesamtbefragung aller Vorsitzenden der Veranstaltergemeinschaften, Geschäftsführern der Betriebsgesellschaften und Chefredakteuren sowie c) Fall-

studien in ausgewählten Verbreitungsgebieten.

Die Untersuchung macht im Ergebnis auf einige Problemfelder im Verhältnis der einzelnen Akteure aufmerksam: Motivationsprobleme und fehlende Programmvorgaben der Veranstaltergemeinschaften, fehlende Transparenz der Servicegesellschaften sowie das Nebeneinander einer Lokal- und Systemperspektive. Das Zwei-Säulen-Modell an sich erweist sich jedoch als stabil, wenn es als ein Aushandlungsprozeß zwischen den beteiligten Akteuren verstanden wird. Vielmehr scheinen die Probleme lösbar, wenn eine Standortbestimmung des Lokalfunks und neue Kooperationsformen als Ansatzpunkte für eine Funktionssicherung und -verbesserung des Zwei-Säulen-Modells institutionalisiert werden.

Bearbeiter: P. Donges, Ph. Steinwärder,
H. D. Schröder

Drittmittelgeber: Landesanstalt für Rundfunk
Nordrhein-Westfalen (LfR)

Publikationen:

Donges, P.; Steinwärder, Ph. (1998): Entwicklung des Zwei-Säulen-Modells. Eine interdisziplinäre Untersuchung des lokalen Hörfunks in Nordrhein-Westfalen. Opladen.

Donges, P.; Steinwärder, Ph. (1998): Die Entwicklung des Zwei-Säulen-Modells im nordrhein-westfälischen Lokalfunk. Ergebnisse einer Studie über praktische Probleme eines anspruchsvollen Steuerungskonzeptes. In: Rundfunk und Fernsehen 46 (im Druck).

Schröder, H. D.; Sill, T. (1993): Konstruktion und Realisierung des nordrhein-westfälischen Lokalfunkmodells. Opladen.

20. Struktur und Entwicklung der Programmindustrie

In der Diskussion um die künftige Medienentwicklung gewinnt die wirtschaftliche Perspektive zunehmend an Gewicht. Bei der absehbaren Vermehrung der Übertragungsmöglichkeiten ist mit einer erheblichen Aus-

weitung des Programmbedarfs zu rechnen. Deshalb gilt die „Programmindustrie“ als besonders zukunftsträchtiger Wirtschaftszweig. Ihre wirtschaftliche Dynamik ist ein maßgebender Faktor sowohl für medienpolitische und wirtschaftspolitische Entscheidungen als auch für die publizistische und kulturelle Funktion der Medien.

Mit zunehmendem Wettbewerb stehen öffentlich-rechtliche wie kommerzielle Veranstalter unter besonderem Kosten- und Flexibilisierungsdruck. Outsourcing und lean production kennzeichnen die gegenwärtigen Unternehmensstrategien im Medienbereich im allgemeinen und in der Programmindustrie im besonderen. Dabei stellt sich die Frage, welche Rückwirkungen die veränderten Produktionsstrukturen und -prozesse auf Programminhalte und Programmqualität haben. Auch ist zu fragen, ob und wie diese Entwicklungen politisch und rechtlich steuerbar sind - ein entsprechender Versuch mit begrenzter Wirksamkeit ist etwa die Festlegung von Produktionsquoten in der Fernsehrichtlinie der EG.

Die Entwicklung der Programmindustrie war Thema des vorletzten Symposions des Hans-Bredow-Instituts; ein Sammelband mit den Beiträgen zu dieser Tagung ist in Vorbereitung.

Bearbeiter: W. Hoffmann-Riem,
H. D. Schröder

Publikationen:

Schröder, H. D. (1994): Entwicklungstendenzen und rundfunkrechtliche Regulierung von Programmproduktion und -beschaffung. In: W. Hoffmann-Riem; V. Monachow (Hrsg.), Rundfunkrecht in Rußland. Auf dem Wege zu einer neuen Medienordnung. Baden-Baden/Hamburg/St. Petersburg, S. 259-271.

Schröder, H. D. (1996): Entwicklung und Perspektiven der Programmindustrie. Medienwissenschaftliches Symposium des Hans-Bredow-Instituts. In: Publizistik 41, S. 86-87.

Schröder, H. D. (Hrsg.) (in Vorbereitung): Entwicklung und Perspektiven der Programmindustrie. Baden-Baden/Hamburg (Symposien des Hans-Bredow-Instituts, Bd. 17),

darin:

Hoffmann-Riem, W.: Der Stellenwert der Programmproduktion für die Rundfunkveranstaltung
Schröder, H. D.: Vom Großbetrieb zum Unternehmensnetzwerk: Flexibilisierungsstrategien in der Programmindustrie.

21. Beschäftigte und wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland

Die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) hat das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) und die Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM) im September 1996 beauftragt, einen Bericht über die Beschäftigung und die wirtschaftliche Situation des Rundfunks in Deutschland im Jahre 1995 zu erstellen. Ziel der Untersuchung war es, die vor allem für die privaten Rundfunkveranstalter vorhandenen Datenlücken so weit zu schließen und die für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk veröffentlichten Daten so zu ergänzen, daß für 1995 ein umfassendes Gesamtbild der deutschen Rundfunkwirtschaft gezeichnet werden konnte.

Das Hans-Bredow-Institut trug zu dieser Untersuchung im Unterauftrag des DIW die Recherchen über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk bei.

Bearbeiter: Th. Kirsch, M. Czygan

Drittmittelgeber: Deutsches Institut für
Wirtschaftsforschung (DIW)

Publikation:

DIW (im Druck): Beschäftigte und wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 1995.

22. Übersicht über den deutschen Fernsehmarkt

Die Fernsehlandschaft in Deutschland wird unübersichtlicher: Zusätzliche Programme, häufige Veränderungen der Programmstruk-

turen, laufend neue oder vermeintlich neue Angebotsformate sowie rasch wechselnde Trends im Zuschauerverhalten erschweren die Orientierung. Vor diesem Hintergrund hatte das Hans-Bredow-Institut im Auftrag von Premiere Ende 1994 erstmals eine Übersicht über den deutschen Fernsehmarkt zusammengestellt. Auf der Basis öffentlich verfügbarer oder recherchierbarer Informationen wurden die bestehenden Fernsehveranstalter im Hinblick auf ihre Organisationsform und ihre Gesellschafter, die Programm- und Produktionsstruktur, die technische Verbreitung sowie die Größe und Zusammensetzung der Zuschauerschaft beschrieben. Im Januar 1996 hat das Institut eine aktualisierte Fassung des Berichts vorgelegt.

Bearbeiter/innen: U. Hasebrink, A. Herzog,
C. Lampert

Drittmittelgeber:
Premiere Medien GmbH & Co. KG

Bericht:

Hasebrink, U.; Herzog, A.; Lampert, C. (1996): Überblick über den deutschen Fernsehmarkt. Unv. Manuskript, 121 S., Januar 1996

23. Medienplatz Hamburg

Die Struktur und Entwicklung des Medienplatzes Hamburg ist seit langem ein Thema in der Forschungstätigkeit des Hans-Bredow-Instituts. In Ergänzung zu früheren Projekten, die vorwiegend die jeweils aktuelle Situation beschrieben und analysiert haben, sollen nun in einer kleineren Studie die historischen Entwicklungslinien der Medien in Hamburg aufgezeigt werden.

Bearbeiter: H. D. Schröder

Publikationen:

Kirsch, Th.; Schröder, H. D. (1994): Medienplatz Hamburg. Struktur und Entwicklung der Medienwirtschaft in Hamburg. Hamburg.

Hoffmann-Riem, W. (1995): Medienstadt Hamburg im Wettbewerb. In: Medienhandbuch Hamburg '95, Hamburg.

Kirsch, Th. (1995): Medienplatz Hamburg. In: AIESEC (Hrsg.), Medienforum Hamburg 95. Medien der Zukunft - Zukunft der Medien. S. 10-11.

24. Journalistische Qualifikation im privaten Rundfunk: Bedarf und Angebot (aktualisiert/PD)

Das Hauptziel der Studie ist es, die Bedingungen und die konkrete Ausgestaltung journalistischer Arbeit bei privaten Rundfunkveranstaltern in Norddeutschland in der aktuellen politischen wie auch der unterhaltenden Berichterstattung zu ermitteln. Ihr Gegenstand sind die Journalistinnen und Journalisten bei zwölf privaten Hörfunk- und drei Fernsehveranstaltern in Bremen, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen und Schleswig-Holstein. Dabei werden sowohl die objektiven wie subjektiven Faktoren erfaßt und auch das redaktionelle Umfeld in die Untersuchung einbezogen. Aus diesen Ergebnissen können Schlußfolgerungen für den Qualifikationsbedarf und die Qualifikationsmöglichkeiten für Journalistinnen und Journalisten privater Rundfunkveranstalter gezogen werden.

Für die Fragestellung wurde ein mehrgliedriges Untersuchungsdesign ausgewählt. Erhoben wurden die Anforderungen der Medienbetriebe (mittels Leitfadengesprächen mit den Programmverantwortlichen), die Qualifikationen der Journalistinnen und Journalisten (mittels Befragung) und die journalistische Arbeit und ihre Bedingungen (mittels Beobachtung in ausgewählten Redaktionen). Ermittelt werden sollten (1.) der Bedarf an journalistischen Qualifikationen, wie ihn die Programmverantwortlichen und die Journalistinnen und Journalisten formulieren; (2.) die Merkmale der Journalistinnen und Journalisten, neben den soziodemographischen Daten vor allem die tatsächlichen Qualifikationen, ihr Ausbildungs- und Berufsweg und schließlich (3.) die realen Arbeitsanforderungen und -bedingungen in ihrer zeitlichen Gewichtung.

Bearbeiter/innen: P. Donges, K.-D. Altmeyen,
K. Engels

Bericht:

Altmeyen, K.-D.; Donges, P.; Engels, K. (1998): Journalistische Qualifikationen im privaten Rundfunk: Bedarf und Angebot. Unv. Manuskript.

Publikation:

Donges, P.; Jarren, O. (1997): Redaktionelle Strukturen und publizistische Qualität. Ergebnisse einer Fallstudie zum Entstehungsprozeß landespolitischer Berichterstattung im Rundfunk. In: Media Perspektiven, H.4, S. 198-205

Drittmittelgeber:

Bremische Landesmedienanstalt, Hamburgische Anstalt für neue Medien (HAM), Landesrundfunkzentrale Mecklenburg-Vorpommern (LRZ), Niedersächsische Landesmedienanstalt für privaten Rundfunk (NLM), Unabhängige Landesanstalt für das Rundfunkwesen Schleswig-Holstein (ULR)

25. Aus- und Weiterbildung für Medienberufe

In Zusammenarbeit mit dem Bildungswerk Medien e.V. hat sich das Institut im Jahr 1996 verschiedentlich mit Möglichkeiten zur Förderung der Aus- und Weiterbildung in dem von raschem Wandel geprägten Medienbereich beschäftigt. Unter anderem übernahm das Institut die redaktionelle Betreuung einer dritten, überarbeiteten und ergänzten Auflage der vom Bildungswerk Medien herausgegebenen Broschüre „Medienberufe“.

Diese Broschüre soll Antworten auf folgende Fragen geben: Welche Berufsbilder gibt es überhaupt im Medienbereich? Welche Qualifikationen sind erforderlich? Wo können diese Qualifikationen erworben werden? Und wo sind weitere Informationen über Medienberufe zu bekommen?

Zielgruppe sind einerseits diejenigen, die sich zunächst einmal ein Bild über mögliche Berufsbilder im Medienbereich und über die jeweiligen Ausbildungswege machen wollen. Andererseits soll die Broschüre auch der Tat-

sache Rechnung tragen, daß in der Medienbranche ein besonders hoher Weiterbildungs- und Umschulungsbedarf besteht; sie wendet sich daher auch an Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Medienunternehmen sowie an die Unternehmen selbst, um diesen Informationen und Orientierung über die in Hamburg verfügbaren Bildungsangebote zu bieten.

Bearbeiter/in: U. Hasebrink, I. Mester,
H. D. Schröder

Drittmittelgeber: Senatskanzlei Hamburg,
Medienstiftung Hamburg

Publikation:

Hans-Bredow-Institut (1997): Medienberufe. Ein Führer zu Aus- und Weiterbildung in Hamburg. Im Auftrag des Bildungswerks Medien e.V., 3. überarbeitete und ergänzte Auflage. Hamburg.

26. Cross-Ownership, Cross-Promotion und publizistische Vielfalt

Die Entwicklung auf den deutschen Presse- und Rundfunkmärkten ist geprägt durch eine relativ hohe Konzentration und hohe Zutrittsschwellen. Zu den kennzeichnenden Merkmalen der Eigentumsverhältnisse bei den privaten Rundfunkveranstaltern gehört die herausragende Stellung der Presseunternehmen. Insbesondere die Zeitungsverlage haben sich frühzeitig für die Einführung kommerziellen Rundfunks eingesetzt und sich erfolgreich um wirtschaftliche Teilhabe am Rundfunk bemüht. Aber auch andere Verlagshäuser sind an Rundfunkunternehmen prominent beteiligt. Vor diesem Hintergrund wird im Bereich der Medienaufsicht und der Medienpolitik die Besorgnis laut, der Rundfunk könnte in seiner Funktion als Medium und Faktor der Meinungsbildung beeinträchtigt werden und nicht mehr im gewünschten Maße publizistische Vielfalt gewährleisten.

Für die publizistischen Produkte können sich aus Medienkonzentration und -verflechtung verschiedenartige Auswirkungen ergeben, die vor allem von den jeweiligen Unternehmensstrategien abhängen. So sind einerseits bei

der Nutzung wirtschaftlicher Synergieeffekte, etwa im Bereich der Programmbeschaffung, Nebenwirkungen auf die Inhalte zu erwarten. Außerdem kann es zur Instrumentalisierung publizistischer Inhalte für wirtschaftliche Zwecke kommen, beispielsweise in der Programminformation oder durch Cross-Promotion. Unabhängig davon können publizistische Auswirkungen von Kapitalbeteiligungen sich auch aus einer einheitlichen publizistischen Grundhaltung ergeben, und darüber hinaus ist vorstellbar, daß die publizistischen Inhalte gezielt für politische Anliegen instrumentalisiert werden.

Vor diesem Hintergrund wird die Entwicklung von Medienkonzentration, Verflechtungen und Cross-Promotion fortlaufend beobachtet.

Bearbeiter: H. D. Schröder

Publikation:

Schröder, H. D. (1996): Wettbewerbssituation und intermediale Verflechtungen des Hörfunks in Deutschland. In: Koch, U. E.; Schröder, D.; Albert, P.; Ruffel, R. (Hrsg.), Hörfunk in Deutschland und Frankreich. München, S. 281-294.

27. Film- und Fernsehwirtschaft in Brasilien zwischen Markt und Staat

Der brasilianische Kinomarkt ist einer der wichtigsten Exportmärkte für die US-Filmindustrie. Auch der brasilianische Fernsehmarkt gehört zu den wichtigsten der Welt. Während die nationale Filmproduktion selbst sich nach Auflösung des staatlichen Filmunternehmens Embrafilme in einer tiefen Krise

befindet, agieren einheimische Unternehmer im Fernsehmarkt sehr erfolgreich. Der inhabergeführte „Rede Globo“ ist der viertgrößte Fernsehkonzern der Welt. Viele seiner eigenproduzierten Serien und Formate werden in der ganzen Welt ausgestrahlt.

In diesem Dissertationsprojekt wurde die Film- und Fernsehlandschaft Brasiliens als ein Subsystem der Medienwirtschaft untersucht. Eine zentrale Prämisse war dabei, daß auch der Staat in Brasilien einen entscheidenden Einfluß auf die Entwicklung sowohl der Film- als auch der Fernsehwirtschaft ausgeübt hat und noch ausübt. Entsprechend wurde herausgearbeitet, inwieweit der brasilianische Staat unterschiedliche Haltungen zur Film- und Fernsehwirtschaft im allgemeinen und speziell in verschiedenen historischen Phasen entwickelte, worauf dies zurückzuführen ist, welche Aspekte des Mediums Film die staatliche Politik gegenüber der Film- und Fernsehwirtschaft jeweils dominierten und zu welchen Ergebnissen der jeweilige Policy-Mix führte. Abschließend wurden daraus Perspektiven für die lateinamerikanische Film- und Fernsehindustrie und eine zukünftige staatliche Medienpolitik entwickelt.

Bearbeiter: Th. Kirsch

Publikationen:

Kirsch, Th. (1995): Von Sozialkritik zu Sexfilmchen. Filmproduktion und Filmpolitik in Brasilien. In: ILA (Zeitschrift der Informationsstelle Lateinamerika), Oktober, S. 28-30.

Kirsch, Th. (1996) Das Rundfunksystem Brasiliens. In: Internationales Handbuch für Rundfunk und Fernsehen 1996/97. Baden-Baden/Hamburg, S. D 31-37.

Kirsch, Th. (1996): Fernsehen in Brasilien. In: ILA (Zeitschrift der Informationsstelle Lateinamerika), April, S. 6-8.

IV. MEDIENINHALTE

28. Qualität von Medienangeboten

Über die Qualität von Programmen wird lebhaft debattiert. Anbieter sind bemüht, den Qualitätsbegriff zur Auszeichnung ihres Produktes in Anspruch zu nehmen. Die Programmpresse operiert bei ihren Empfehlungen zu einem immer unübersichtlicher werdenden Angebotsspektrum mit Qualitätskriterien. Die gesellschaftspolitische Diskussion problematisiert die Qualität von Programmleistungen in Hinsicht auf ihre Bedeutung für die politische Kultur. Was unter der Qualität von Programmen verstanden wird, ist dabei durchaus vieldeutig.

Programmqualität bezeichnet in einem ersten gebräuchlichen Sinn das, was den Bedürfnissen und Erwartungen von Zuschauern gerecht wird. Für diese Konsumentenperspektive gelten Programmleistungen als Produkte, die mit der Zufriedenheit der Abnehmer ihre verbraucherfreundlichen Qualitäten beweisen. Aber in welchen Dimensionen nehmen Zuschauer die Qualität von Programmleistungen wahr? Welche Qualitätskriterien sind bei welchen Programmgattungen für welche Zuschauergruppen wichtig? Spielen Qualitätskriterien für die Zuwendung zu einem Programm überhaupt eine Rolle? Sind sie für das Verbleiben bei einem Programm von Belang? Sind die Qualitätskriterien der Zuschauer dieselben wie diejenigen, die die Programmanbieter bei ihrer Selbstdarstellung oder die Programmpresse bei ihren Empfehlungen benutzen?

Im Rahmen der Analysen zur Mediennutzung arbeitet das Institut an Klärungen, wie sich die *Programmqualität aus Nutzersicht* darstellt. Dazu wird zum einen untersucht, inwieweit qualitative Unterschiede im Nutzungsverhalten auch Kriterien für die Qualität der Angebote darstellen können, die die in Reichweiten und Marktanteilen ausdrückbaren Erfolgskriterien sinnvoll ergänzen. Zum

anderen arbeitet das Institut derzeit an einem theoretischen Rahmen, der es erlauben soll, die vielfältigen Befunde aus der Nutzungs- und Rezeptionsforschung auch für die Qualitätsdebatte fruchtbar zu machen.

Die Debatte um die „Qualität“ kennt allerdings nicht nur die Perspektive der Konsumenten. Sie wird auch um die Frage geführt, was Medien für eine wünschenswerte Entwicklung der gesellschaftlichen Beziehungen tun oder doch wenigstens unterlassen sollten. Mit dem Hinweis, daß Medien eine höchst bedingte Wirkungsmacht über Einstellungen und Verhalten ihrer Kundschaft haben, läßt sich die bequeme Ernennung der Medien zu Sündenböcken für gesellschaftliche Fehlentwicklungen zurückweisen. Dessen ungeachtet macht ein kommunikativer Prozeß Sinn, in dem sich eine Gesellschaft darüber auseinandersetzt, ob zu ihr paßt, wie sie sich informiert, bildet und vergnügt. In einer kulturell pluralisierten Gesellschaft hat eine solche kommunikative Evaluation allerdings keinen Katalog von Werten zur Hand, an dem sich unwidersprochen Maß nehmen ließe. Jede Berufung auf Normen wird selbst begründungspflichtig.

Gleichwohl kann darüber nachgedacht werden, was dafür nötig ist, daß die Gesellschaft ihre bürgerschaftliche und demokratische Verfassung bewahrt. Wenn die Medienkunden als Bürger am Prozeß politischer Willensbildung teilhaben können sollen, dann ist es nötig, daß Informationen über die Politik in hinlänglicher Breite, Pluralität und Tiefenschärfe für die verschiedensten Milieus und unterschiedlichsten Nutzungsgewohnheiten verfügbar sind. Wenn Anschauungsweisen und Haltungen sich auch im Konsum der „Medienkost“ erhalten und erneuern, dann kann die auch daraufhin befragt werden, inwieweit sie die Anschauung vom Sinn ziviler Verkehrsformen lebendig hält.

In diesem Sinn beteiligt sich das Institut an der Aufgabe, die *Dimensionen der Programmqualität* zu untersuchen - in dem doppelten Sinn, sie theoretisch zu klären und empirisch aufzudecken.

Bearbeiter: U. Hasebrink, F. Krotz, R. Weiß

Publikationen:

Weiß, R.; Rudolph, W. (1993): Die lokale Welt im Radio. Information und Unterhaltung im Lokalradio als Beiträge zur kommunalen Kommunikation. Opladen.

Weiß, R. (1994): Die „Verdruß-Spirale“. Zur Kritik der öffentlichen Urteilskraft. In: P. Ch. Hall (Hrsg.), *Aktualität und Erkenntnis*. Mainz, S. 57-76.

Weiß, R. (in Vorbereitung): Läßt sich über „Qualität“ streiten? Versuche in der Kommunikationswissenschaft zur Objektivierung des Qualitätsbegriffs. In: Weßler, H.; Matzen, C.; Jarren, O.; Hasebrink, U. (Hrsg.), *Perspektiven der Medienkritik. Die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft*. Opladen.

Hasebrink, U. (in Vorbereitung): Die Zuschauer als Fernsehkritiker? Zur Qualität von Fernsehprogrammen aus Rezipientenperspektive. In: Weßler, H.; Matzen, C.; Jarren, O.; Hasebrink, U. (Hrsg.): *Perspektiven der Medienkritik. Die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft*. Opladen.

29. Die Beurteilung von Spielfilmen durch die Programmresse

Anlaß für dieses Projekt ist die bei den Programmzeitschriften zu beobachtende Tendenz, sich nicht auf die bloße mehr oder weniger ausführliche Ankündigung von Sendungen zu beschränken, sondern auch explizite Empfehlungen zu formulieren. Dies geschieht insbesondere bei Spielfilmen. Wichtige Mittel sind dabei einerseits Hervorhebungen durch Rubriken wie „Tagestip“ oder „Spielfilm der Woche“. Darüber hinaus kommen bei Spielfilmen mehrdimensionale Qualitätsbeurteilungen zur Anwendung: Neben einem allgemeinen Urteil werden etwa Punkte für „Spannung“, „Action“, „Humor“, „Anspruch“ und „Erotik“ vergeben.

Serviceleistungen dieser Art werden angesichts des zunehmend unüberschaubarer werdenden Fernsehangebots weiter an Bedeutung gewinnen. Diese Leistungen sind in verschie-

dener Hinsicht von Interesse: Inwieweit stimmen die Zeitschriften ihre Bewertungsmaßstäbe auf ihre jeweiligen Zielgruppen ab? Welche Genres, Akteure oder auch Kanäle werden eher positiv oder negativ bewertet? Welche Beurteilungsdimensionen sind bei der Spielfilmbeurteilung zu beobachten, wie wird also das, was für „wichtig“ und „gut“ gehalten wird, vorgeprägt? Und schließlich: Wie hängen die Bewertungen von Spielfilmen mit dem Publikumserfolg zusammen?

Trotz der Bedeutung der genannten Fragen liegen zu diesem Themenbereich bisher kaum empirisch gesicherte Erkenntnisse vor; dies gilt insbesondere für die Kernfrage, ob die in den Programmzeitschriften gegebenen Empfehlungen für oder gegen bestimmte Filme tatsächlich mit dem Publikumsverhalten zusammenhängen.

Vor diesem Hintergrund führt das Hans-Bredow-Institut im Auftrag von ProSieben eine Untersuchung durch, die folgende Erhebungsschritte umfaßt: a) eine Inhaltsanalyse der Spielfilmankündigungen und -bewertungen in Programmzeitschriften und -supplements; b) eine Befragung von Redaktionen der Programmzeitschriften über die Kriterien und Quellen für die Spielfilmbeurteilung; c) Reichweiten und Marktanteile der Spielfilme im Untersuchungszeitraum laut GfK-Messung; d) Befragungen bei Zuschauern von Spielfilmen im Fernsehen über ihre Programmzeitschriften-Nutzung.

Bearbeiter/in: H. Bube, U. Hasebrink

Drittmittelgeber: ProSieben Media AG

30. Medien, Rechtsextremismus und Ausländerfeindlichkeit

„Rechtsextremismus“ und „Ausländerfeindlichkeit“ sind zu anhaltenden Problemen für das zivile Zusammenleben geworden. Der Prozeß der gesellschaftlichen Klärung und Auseinandersetzung scheint unabgeschlossen. Die Medien spielen eine Schlüsselrolle

für diesen Prozeß der gesellschaftlichen Selbstverständigung resp. für seine Blockade. Mit dem Entsetzen über die pogromartige Gewalt gegen Ausländer in den Jahren '92 und '93 ist unter Journalisten neben viel gutem Willen auch die selbstkritische Frage wachgerufen worden, welche *Rolle der Journalismus für die Ausbreitung von Gewalt und Rechtsextremismus* spielt und was er zu einer Eindämmung dieser Tendenzen beitragen kann. Dazu sind mehrere Studien in Gang gesetzt worden, deren Ergebnisse nun vorliegen. Mit der Virulenz des Rechtsextremismus und der Ausländerfeindlichkeit bleibt auch der Bedarf nach einer Klärung der Rolle des Journalismus akut.

Das Institut hat dazu eigene empirische Studien vorgelegt. Es beteiligt sich darüber hinaus an der *Vermittlung kommunikationswissenschaftlicher Erkenntnisse* an journalistische Praktiker und andere Interessierte durch die Aufarbeitung und Zusammenfassung der jüngeren Forschungsliteratur sowie durch Vorträge.

Bearbeiter: R. Weiß

Drittmittelgeber: Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen (LfR)

Publikationen:

Weiß, R.; Nebel, B. (1993): Lokalradio und Rechtsextremismus. Aufklärung im Hörfunk? Opladen.

Weiß, R. (1994): Von „Lichterketten“ zum „Bürgerkrieg“. Wie Lokalradios den kommunalen Unfrieden öffentlich machen. In: Rundfunk und Fernsehen, 42. Jg., H. 2, S. 149-170.

Weiß, R. (1994): Rechtsextremismus und vierte Gewalt. In: Soziale Welt, Jg. 45, H. 4, S. 480-504.

Weiß, R. (1996): Zwischen Anstiftung und Aufklärung. Zur Rolle des Journalismus gegenüber dem Rechtsextremismus - ein Forschungsüberblick. In: Jungk, S. (Hrsg.): Zwischen Skandal und Routine? Rechtsextremismus in Film und Fernsehen. Marburg 1996, S. 176-198.

31. Fernsehen kultursoziologisch betrachtet

Fernsehen und allgemeiner audiovisuelle Medien nehmen im Hinblick auf meßbare gesellschaftliche Größen wie individuelle Le-

benszeit und Anteil am Bruttosozialprodukt einen immer größeren Anteil ein. Gleichzeitig bleibt aber sehr viel undurchsichtiger, welche Bedeutung diese Entwicklung für nicht oder nur grob meßbare Bereiche hat. Die Entwicklung weltweiter Programm- und Sendungsmärkte, die unter dem Konzept der Globalisierung gefaßt sind, weisen auf die Notwendigkeit einer verstärkten Untersuchung des Fernsehens als kultureller Akteur im Machtgeflecht der Gesellschaft hin. Fragen dieser Art sind deshalb von Bedeutung, weil über Kultur Sinn für die darin involvierten Menschen entsteht. Eine in der Öffentlichkeit immer wieder diskutierte Frage ist in diesem Zusammenhang beispielsweise die nach dem Einfluß des Fernsehens auf die Kultur, verstanden als symbolische Lebenswelt der Menschen.

Damit zusammenhängende Fragen lassen sich kultursoziologisch untersuchen. In dieser Hinsicht wurden bisher Globalisierungsprozesse analysiert sowie beispielhaft Sendungen untersucht, die explizit kulturelle Handlungsmuster präsentieren. Ferner wurden kultursoziologische Theorien, insbesondere die Cultural Studies und der Symbolische Interaktionismus aufgearbeitet und auf die Medienkommunikation angewandt. In einem weiteren Schritt wurden diese beiden Ansätze nun einander gegenübergestellt und gezeigt, daß sie das Forschungsfeld komplementär zueinander einmal auf die Frage der Gesellschaftsstruktur und der darin angelegten Macht und Hegemonie, zum anderen auf situatives Erleben und persönliche Identität hin konzipieren. Diese Arbeit soll im Hinblick auf eine Kommunikations- und Medientheorie auch weiterhin fortgesetzt werden.

Bearbeiter: F. Krotz

Publikationen:

Krotz, F. (1994): Eine Schule am Marktplatz des globalen Dorfes? Globalisierung und Europäisches Bildungsfernsehen. In: Publizistik 4/1994, S. 409-427.

Krotz, F. (1995): Fernsehen kultursoziologisch betrachtet. Der Beitrag der cultural Studies zur Konzeption und Erforschung der Mediennutzung. In: Soziale Welt 46, Heft 3, S. 245-265.

- Krotz, F. (1995): Globalisierung und europäisches Bildungsfernsehen. In: Langer, J.; Pollauer, W. (Hrsg.), *Kleine Staaten in großer Gesellschaft*. Eisenstadt, S. 315-333.
- Krotz, F. (1995): ...oh Mann. Wie eine erotisch gemeinte Gameshow Männerrolle und Geschlechterverhältnis konstituiert. In: *Montage/AV*, 4, Heft 2, S. 63-84.
- Krotz, F. (1996): Parasoziale Interaktion als symbolisch-interaktionistisches Modell von Medienkommunikation. In: Vorderer, P. (Hrsg.), *Fernsehen als „Beziehungskiste“*. Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen. Opladen, S. 73-90.
- Krotz, F. (1997): Kontexte des Verstehens audiovisueller Kommunikate: Das sozial positionierte Subjekt der Cultural Studies und die kommunikativ konstruierte Identität des Symbolischen Interaktionismus. In: Charlton, M.; Schneider, S. (Hrsg.), *Rezeptionsforschung*. Opladen, S. 73-89.
- Krotz, F. (im Druck): Gesellschaftliches Subjekt und kommunikative Identität. Zum Menschenbild der cultural studies. In: Göttlich, U. (Hrsg.), *Cultural Studies und Kulturosoziologie*.
- Krotz, F. (im Druck): Das Wohnzimmer als unsicherer Ort. Anmerkungen zu Morley: wo das Globale auf das Lokale trifft. In: *Montage/AV*.
- Krotz, F. (in Vorbereitung): Kultur, Kommunikation und der Mensch. In: Langenbacher, W.; Saxer, U. (Hrsg.), *Schwerpunktheft Medienkulturkommunikation der Publizistik*.

32. Das publizistische Profil regionaler Abonnementszeitungen in Schleswig-Holstein

Wie unterscheiden sich die Mantelteile verschiedener regionaler Abonnementszeitungen in ihrem publizistischen Profil? Diese Frage untersuchte das Institut in einer Inhaltsanalyse verschiedener Zeitungen aus Schleswig-Holstein. Neben den jeweils behandelten Themen und der Art der journalistischen Aufbereitung galt das Hauptaugenmerk der Frage, inwieweit die Zeitungen in ihren Mantelteilen „regionales Profil“ zeigen und wie diese Profile sich geographisch überschneiden.

Bearbeiter: K.-D. Altmeppen, U. Hasebrink

Drittmittelgeber:

Schleswig-Holsteinischer Zeitungsverlag

V. MEDIENNUTZUNG UND MEDIENWIRKUNG

33. Individuelle Fernsehnutzung

Reichweiten und Marktanteile bzw. die sogenannten „Quoten“ bestimmen den Diskurs über das Fernsehen und sein Publikum. Jedoch wächst in den letzten Jahren das Unbehagen an dieser Form der quantitativen Zuschauerforschung. Dieses macht sich nicht nur an methodischen Details und vorübergehenden technischen Fehlern bei den telemetrischen Messungen fest. Es erwächst vielmehr aus der Einsicht, daß verschiedene Menschen in verschiedenen Situationen mit dem Fernsehangebot gänzlich unterschiedlich umgehen (können). Dies ist keineswegs neu, tritt aber im Zuge der Vervielfachung und Ausdiffe-

renzierung des Angebots und der damit einhergehenden Fragmentierung der Publika deutlicher in Erscheinung. Die anstehende weitere Ausweitung der Übertragungsmöglichkeiten durch Digitalisierung und die damit möglich werdenden sehr spezifischen Angebote incl. verschiedener Formen der Interaktivität unterstreichen zusätzlich die Relevanz der Frage, wie einzelne Zuschauer und Zuschauergruppen mit dem Fernsehangebot umgehen.

Diese Frage ist der Ausgangspunkt eines längerfristig angelegten Forschungsschwerpunktes des Hans-Bredow-Instituts: In einer Reihe von theoretischen und empirischen - qualitativen wie quantitativen - Teiluntersu-

chungen soll ein theoretisch wie methodisch innovativer Beitrag zu der Frage geleistet werden, welche Bedeutung dem Fernsehen unter den veränderten Angebotsbedingungen im Rahmen individueller Lebenswelten zukommt und in welchen individuellen Nutzungs- und Rezeptionsweisen sich dies ausdrückt.

Als empirischen Zugang zu diesen Fragen hat das Institut in Zusammenarbeit mit der ARD/ZDF-Medienkommission ein Vorgehen zur individuenbezogenen Auswertung der GfK-Messungen entwickelt. Auf diesem Wege lassen sich individuelle Nutzungsmuster von Fernsehzuschauern beschreiben; diese wiederum ermöglichen die Untersuchung des Stellenwerts bestimmter Programme, Genres oder Sendungen für einzelne Zuschauergruppen. Entsprechende Analysen wurden für action-orientierte Fictionprogramme sowie für Informationsangebote vorgenommen.

Die entsprechenden Auswertungsmethoden hat das Institut im Auftrag der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG) und der Werbegesellschaft publisuisse weiterentwickelt. Dabei wurden Datensätze aus der kontinuierlichen Schweizer Fernsehforschung analysiert, die sich auf die verschiedenen Sprachräume der Schweiz und auf Untersuchungszeiträume zwischen 1993 und 1996 bezogen. Neben den bereits für die GfK-Daten analysierten Fragestellungen wurden diese Daten u.a. auf folgende Fragen hin untersucht:

- Welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede hinsichtlich individueller Muster der Fernsehnutzung zeigen sich zwischen verschiedenen Kulturräumen?
- Wie verändern sich individuelle Nutzungsmuster im Laufe von drei Jahren?
- Wie gehen die Zuschauer speziell mit der Werbung um bzw. welche Typen von Werbenutzern lassen sich unterscheiden?

Ebenfalls diesem Forschungsschwerpunkt ist eine explorative Analyse zuzurechnen, die auf der Basis der in einem früheren Projekt-

schrift untersuchten Daten durchgeführt wurde. Ziel war es, aus individuenbezogenen Nutzungsdaten vertiefte Einsichten zu gewinnen, indem mit Hilfe einer Verschränkung quantitativer und qualitativer Verfahren individuelle Nutzungsverläufe beschrieben und interpretiert wurden. Dazu wurde explorativ die Fernsehnutzung der Gameshow 'Mann-o-Mann' untersucht, die dafür auch im Detail beschrieben und analysiert wurde.

Bearbeiter/in: U. Hasebrink, F. Krotz, H. Bube

Drittmittelgeber:

Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG), publisuisse

Projektberichte:

Hasebrink, U.; Krotz, F.; Bube, H. (1996): Muster individueller Fernsehnutzung. Sekundäranalysen telemetrischer Zuschauerdaten aus der Schweiz im Jahre 1995. Hamburg/Zürich, 20 S. + Tabellenanhang.

Hasebrink, U.; Krotz, F.; Bube, H. (1996): Muster der Werbenutzung. Sekundäranalysen telemetrischer Zuschauerdaten für die Schweiz aus dem Frühjahr 1995. Hamburg/Zürich, 30 S. + Tabellenanhang.

Publikationen:

Hasebrink, U.; Krotz, F. (1993): Wie nutzen Zuschauer das Fernsehen? Konzept zur Analyse individuellen Nutzungsverhaltens anhand telemetrischer Daten. In: Media Perspektiven, Heft 11/12, S. 515-527.

Krotz, F. (1994): Alleinseher im „Fernsehfluß“: Rezeptionsmuster aus dem Blickwinkel individueller Fernsehforschung. In: Media Perspektiven, Heft 10, S. 505-516.

Hasebrink, U. (1995): Zur Nutzung action- und gewaltorientierter Fernsehangebote. In: Friedrichsen, M.; Vowe, G. (Hrsg.), *Gewaltdarstellungen in den Medien. Theorien, Fakten und Analysen*. Opladen, S. 194-227.

Krotz, F. (1995): ...oh Mann. Wie eine erotisch gemeinte Gameshow Männerrolle und Geschlechterverhältnis konstituiert. In: *Montage/AV*, 4, Heft 2, S. 63-84.

Krotz, F. (1995): Was machen die Menschen mit dem Fernsehen? Individuenbezogene Nutzungsforschung als Ergänzung zur Bestimmung von Quoten. In: Niesel, M. (Hrsg.), *Tendenzen der Medienforschung*. Offenbach, S. 39-46. (Ausschnittsweiser Nachdruck in: *Werben und Verkaufen*, Nr. 49, 1995, S. 148-154.)

Hasebrink, U. (1996): Informationsfragmente in individuellen Fernsehmenüs. In: Schorb, B.; Stiehler, H.-J. (Hrsg.), *Medienlust und Medienlast. Was bringt die Rezipientenforschung den Rezipienten?* München, S. 109-124.

- Hasebrink, U.; Krotz, F. (1996): Fernsehnutzung im dualen System: duales Publikum und duales Nutzungsverhalten. In: Pürer, H.; Hömberg, W. (Hrsg.), Medien-Transformation - Zehn Jahre dualer Rundfunk in Deutschland. München (Schriftenreihe der DGPK; Bd. 22), S. 359-373.
- Hasebrink, U.; Krotz, F. (Hrsg.) (1996): Die Zuschauer als Fernsehregisseure? Zum Verständnis individueller Zuwendungs- und Rezeptionsmuster. Baden-Baden/Hamburg (Symposien des Hans-Bredow-Instituts; Bd. 14),
 darin:
 Hasebrink, U.; Krotz, F.: Individuelle Nutzungsmuster von Fernsehzuschauern, S. 116-137.
 Krotz, F.: Der Beitrag des Symbolischen Interaktionismus für die Kommunikationsforschung, S. 52-75.
- Hasebrink, U. (1997): Individuelle Muster der Actionnutzung. In: Charlton, M.; Schneider, S. (Hrsg.), Rezeptionsforschung: Theorien und Untersuchungen zum Umgang mit Massenmedien. Opladen, S. 105-121.
- Hasebrink, U. (1997): In Search of Patterns of Individual Media Use. In: Carlsson, U. (ed.), Beyond Media Uses and Effects. Göteborg: NORDICOM, S. 99-111.
- Krotz, F. (in Vorbereitung): Individualization, the Media and the Social Construction of Reality. In: Giesen, H. W. (ed.), Long Term Consequences On Social Structures Through Mass Media Impact. Saarbrücken.
- Krotz, F. (in Vorbereitung): Öffentlichkeit aus Sicht des Publikums. In: Jarren, O.; Krotz, F. (Hrsg.), Öffentlichkeit unter „Viel-Kanal-Bedingungen“. Baden-Baden/Hamburg.

34. Analyse kommunikativer Milieus

Die Differenzierung von Lebensstilen in der Gesellschaft geht mit der Herausbildung einer Vielzahl von „Medienwelten“ einher. Sie sind programmlich unterschiedlich zusammengesetzt und ihre „Bewohner“ bewegen sich darin auf ihre je eigene Art. Mit ihren Bildern, Vorstellungen und Einschätzungen, mit denen von ihnen gelieferten Eindrücken, Stimmungen und Anregungen durchdringen die Medien den Alltag, besorgen dabei Orientierung und Unterhaltung gleichermaßen. Für die Analyse der Medienwelten ergeben sich Aufgaben, die im Rahmen mehrerer Institutsprojekte von verschiedenen Perspektiven her angegangen werden:

- Aus dem Blickwinkel einer gesellschaftlichen Gesamtschau ergibt sich die Frage, wo

die Grenzen der Medienwelten verlaufen. Welche Medien und welche Angebote gehören in den „Bestand“ einer distinkten Medienwelt? Gelingt die Beschreibung distinkter Medienwelten, so kann sie besser als die gebräuchliche, aber vergrößernde Unterscheidung von Altersgruppen und umfassender als eine produktbezogene Akzeptanz- und Zielgruppenforschung deutlich machen, wie verschieden die Publika sind, an die sich Medienanbieter wenden. Mit der Entwicklung nutzerzentrierter Verfahren der Analyse von Zuschauer- und Hörerdaten leistet das Institut einen innovativen Beitrag zur „Entdeckung“ der Medienwelten.

- Wie funktionieren die verschiedenen Medienwelten? Welche Vorstellungen, Bilder, dramatischen Szenen beleben die je spezifische Medienwelt? In welcher Weise werden sie erlebt? Gibt es spezifische medienkulturelle Erlebnisstile? Welche Rolle spielt das Medienerleben für die Alltagserfahrung? Entsprechende Analysen bringen zum Vorschein, welche „kultivierende“ Kraft die spezifische Medienumwelt auf die Entwicklung sozialer Charaktere ausübt. Speziell bei Jugendlichen kann dabei ggf. ein spannungsvolles Verhältnis zur intentionalen Bildung durch das Schul- und Erziehungswesen deutlich werden. Die vom Institut konzipierten und teilweise bereits umgesetzten Konzepte zur Erkundung des Wandels in jugendlichen Medienwelten setzten sich mit deren „Binnenansicht“ auseinander.

- Aus gesellschaftspolitischer Perspektive ist relevant, inwieweit es zwischen den verschiedenen Medienwelten eine Schnittmenge von gleichermaßen wahrgenommenen Informationen über die Situation der Gesellschaft und von gemeinsam geteilten Vorstellungen über das allgemein Richtige und Vernünftige gibt. Finden Bewohner unterschiedener Medienwelten noch eine gemeinsame Basis der Verständigung? Von der Antwort auf diese Fragen hängt es ab, inwieweit die kulturellen Grundlagen für den Zusammenhalt der Gesellschaft und eine politische Kommunikation nach demokratischem Maß intakt sind.

Kommunikationswissenschaftlichen Analysen mangelt es bisher oft an einer hinreichend komplexen Differenzierung der verschiedenen medienkulturellen Segmente der Gesellschaft. Insofern ist auch theoretisch-konzeptionelle Arbeit nötig, um Grundlagen für eine aussagekräftige empirische Forschungsarbeit zu schaffen. Von neueren Ansätzen der Sozialstrukturanalyse läßt sich lernen, wie Orientierungen und Anschauungsweisen in ihrem Zusammenhang zu sozialstrukturell geprägten Lebensumständen begriffen und unterschieden werden können. Die *Theorie sozialer Milieus* hat bislang allerdings ihrerseits die Rolle der Medien für Anschauungsweisen und Lebensorientierungen nicht zufriedenstellend berücksichtigt. Die Aufgabe liegt darin, *kommunikative Milieus* sozial abgrenzen zu können, ihr Funktionieren zu begreifen und ihren Bezug aufeinander zu rekonstruieren. Arbeiten aus dem Institut diskutieren, wie diese theoretische Rahmenorientierung ausgefüllt werden könnte, und erproben Wege für die empirische Abgrenzung und soziale Verortung kommunikativer Milieus.

Bearbeiter: R. Weiß, U. Hasebrink, F. Krotz

Publikationen:

Weiß, R.; Hasebrink, U. (1995): Hörertypen und ihr Medienalltag. Eine Sekundärauswertung der Media-Analyse '94 zur Radiokultur in Hamburg. Berlin.

Weiß, R. (1996): Soziographie kommunikativer Milieus. Wege zur empirischen Rekonstruktion der sozialstrukturellen Grundlagen alltagskultureller Handlungsmuster. In: Rundfunk und Fernsehen, 44. Jg., H. 3, S. 325-345.

Weiß, R.; Hasebrink, U. (im Druck): Hörertypen und ihr Medienalltag. Plädoyer für eine hörerzentrierte Nutzungsanalyse. In: Publizistik.

Weiß, R. (in Vorbereitung): Auf der Suche nach kommunikativen Milieus. Plädoyer für eine sozialstrukturell interessierte Fragehaltung der Nutzungsforschung.

35. Fern-Sehen als kulturelles Handeln

Verschiedene Versuche, eine Bilanz der bisher entwickelten Ansätze und Theoreme der Kommunikationswissenschaft zu erstellen, diagnostizieren ein Theoriedefizit. Eine *theo-*

riebildende Arbeit, die von der Deutschen Forschungsgemeinschaft als Habilitationsprojekt gefördert wird, will dazu beitragen, diesem Mangel abzuweichen. Das Vorhaben zielt auf eine systematische theoretische Vermittlung von Ansätzen aus der Kulturosoziologie und der analytischen Sozialpsychologie. Diese Vermittlung soll eine Theorie des Fernsehens begründen helfen, die in einem konsistenten System von Begriffen zu erfassen erlaubt, was bisher zumeist unabhängig voneinander und in inkommensurablen Weisen beschrieben wird, nämlich:

- das Fern-Sehen als spezifische Form sozialen Handelns im Alltag,
- das Fernsehen als Universum von symbolisierten Interaktionsformularen, Regelwissen, Persönlichkeitsidolen und damit als Medium der symbolischen „Artikulation“ von „Praxisformen“; das Fern-Sehen als subjektive Aneignung von Momenten aus diesem symbolischen Inventar,
- das Fern-Sehen als Wahrnehmen und Vorstellen, aber auch als Wahrnehmen der Wahrnehmung und darin Ich-Erleben.

Die Studie setzt bei den „cultural studies“ an. Sie konzeptualisieren die Schnittstelle der Auseinandersetzung zwischen subjektiver Struktur und symbolischer Ordnung. Darin können sie ein „Scharnier“ für die Vermittlung der kulturosoziologischen mit der psychoanalytischen Perspektive bilden.

Als Soziologie der Kultur, welche deren Rolle im Gesamtaufbau einer gesellschaftlichen Lebensweise bestimmbar macht, wird die Theorie Bourdieus herangezogen. Im Rahmen dieser Theorie gilt der „Habitus“ als inkorporierter Abkömmling und Operandum der Position des Einzelnen im „sozialen Raum“. Im „Habitus“ liegt zugleich das Prinzip aller Formen alltagskulturellen Handelns beschlossen. Die Psycho-Logik dieser „Transformation“ objektiver in subjektive Struktur ist bei Bourdieu allerdings noch nicht zufriedenstellend theoretisch entfaltet. Daher der Bedarf nach einer Anschlußtheorie, die die psychische Gestalt und die eigen-

sinnige Dynamik der zum subjektiven Dasein transformierten Position im sozialen Raum beschreibbar macht.

Hierfür bietet sich Lorenzers psychoanalytische Theorie an. Deren zentrale Kategorie der „Interaktionsform“ bezieht psychische Struktur und Bewegung auf das Handeln in sozialen Kontexten. Eine überzeugende Ausdehnung des Aussagebereichs des Lorenzerschen Kategorienapparates auf das Fernsehen als Form kulturellen Handelns steht allerdings noch aus.

Die Arbeit will mit den „cultural studies“, Bourdieus Kultursoziologie und Lorenzers Psychoanalyse drei bisher geschiedene Theorielinien aufeinander beziehen, die implizit aufeinander verweisen, um sie für die Theorie des Fern-Sehens fruchtbarer zu machen.

Bearbeiter: R. Weiß

Drittmittelgeber:

Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG)

36. Kinder und Jugendliche in Europa und ihr Umgang mit den neuen Bildschirmmedien

Viele Anzeichen weisen darauf hin, daß das Aufkommen der Computer und der Telekommunikation und die darüber möglich gewordenen neuen Medien und Dienstleistungen die Medienumgebungen grundlegend verändern, in denen sich die Menschen zu rechtfinden wollen und müssen. Das Wort von der Medien- oder Informationsgesellschaft steht dabei für die Bedeutung, die diese Entwicklung für das Zusammenleben der Menschen hat. Bücher, Zeitung, Radio, Fernsehen, sie alle haben einmal als neue Medien begonnen. Im Unterschied zu ihrer Entwicklung zu Massenmedien läßt sich konstatieren, daß sich die neuen telematischen, computervermittelten Medien heute wesentlich schneller in der Gesellschaft durchsetzen, daß dies gleichzeitig weltweit geschieht und daß sie, sieht man von wenigen Spezialisten ab,

zuerst und vor allem von den Kindern und Jugendlichen akzeptiert werden, die sie zum Teil bereits in ihren Alltag integriert haben.

In diesem längerfristig angelegten Arbeitsschwerpunkt will das Hans-Bredow-Institut sich mit der Herausforderung durch die ‘neuen’ Medien und die Telekommunikationsdienste beschäftigen. Neben der Aufarbeitung theoretischer Konzepte und empirischer Untersuchungen wurden bisher einige explorative Analysen unternommen, ferner wurden konzeptionelle Vorstellungen zur wissenschaftlichen Analyse dieses Bereichs entwickelt. Ziel war es dabei vor allem herauszufinden, welchen Stellenwert die computervermittelten Medien für Kinder und Jugendliche haben und gewinnen können und wie sie angesichts ihrer Praxis mit den ‘neuen’ Medien mit den ‘alten’ umgehen. Diese Fragestellung reicht über die Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen hinaus, weil Mediengewohnheiten nach aller Erfahrung im Laufe der Sozialisation entstehen und die heutigen Kinder und Jugendlichen die erste Generation sind, bei denen die neuen Medien wenigstens teilweise schon zum Alltag gehören. Dabei ist natürlich zu berücksichtigen, daß die neuen Medien neue Wissens- und Kompetenzklüfte aufreißen und aufreißen werden, zudem ist danach zu fragen, welche Bedeutung dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk insgesamt in Zukunft zukommen wird.

Im Rahmen dieser Zielsetzung hat sich das Institut einem internationalen Forschungszusammenhang angeschlossen, der von Prof. Dr. Sonia Livingstone und Prof. Dr. George Gaskell von der London School of Economics im letzten Jahr initiiert wurde. Ziel dieser Zusammenarbeit ist es, in verschiedenen Ländern vergleichbar angelegte Untersuchungen zu unternehmen, die die Nutzung der neuen und alten audiovisuellen Medien von Kindern und Jugendlichen und die Bedeutung dieser Medien in ihrem Alltag zum Thema haben. Erstaunlicherweise existiert zwar eine Vielzahl von im deutschen und in anderen Kulturräumen durchgeführten Untersuchungen zur Mediennutzung der ‘alten’

Medien durch diese Gruppen, aber bis heute keine international vergleichende. Auch in dieser Hinsicht betritt dieses Projekt Neuland. Die Anerkennung dieser Zusammenarbeit als EU-Netz ist in Brüssel bereits bewilligt.

Die meisten anderen Teams haben mit dem explorativen Teil ihrer Arbeit bereits begonnen. Vorgesehen ist, daß die einzelnen nationalen Teams ihre eigenen Forschungskonzepte entwickeln, die aber in ihrem quantitativen Teil genau aufeinander abgestimmt sein sollen, um einen Vergleich der Ergebnisse zu ermöglichen. Beteiligt sind neben dem Hans-Bredow-Institut für die Bundesrepublik und der britischen Gruppe, deren Mentor Jay Blumler ist, namhafte Forscher und Forscherinnen aus Dänemark, Frankreich, Israel, Italien, den Niederlanden, Schweden und Spanien sowie der Schweiz.

Auch für Deutschland ist die Durchführung der vergleichend angelegten quantitativen empirischen Erhebung geplant. Für die Einrichtung eines begleitenden Expertengremiums aus renommierten Kinder- und Jugendmedienforschern bzw. -forscherinnen sowie Spezialisten für international vergleichende empirische Erhebungen sind die ersten Schritte unternommen worden. Über die Finanzierung besteht aber bisher noch keine Klarheit.

Bearbeiter: U. Hasebrink, F. Krotz, R. Weiß

Publikation:

Krotz, F. (1995): Elektronisch mediatisierte Kommunikation - Überlegungen zu einer Konzeption einiger zukünftiger Forschungsfelder der Kommunikationswissenschaft. In: Rundfunk und Fernsehen 43, Heft 4, S. 445-462.

37. Computernutzung im Rahmen des COMENIUS-Projekts

Im Berichtszeitraum hat das Institut zur Begleitforschung des COMENIUS-Projekts beigetragen, indem es die elektronisch protokollierte Nutzung des Computernetzes geplant

und ausgewertet hat. Bei dem COMENIUS-Projekt handelt es sich um ein von dem Münchner Institut für Film und Wissenschaft im Unterricht (FWU) und der Telekom betriebenes Modellvorhaben, in dessen Rahmen die Berliner Landesbildstelle und fünf Schulen unterschiedlicher Art mit Computern ausgerüstet und vernetzt wurden und so den Klassengemeinschaften der Zugriff auf eine Vielzahl neuer Dienste eröffnet wurde. Die - in Absprache mit dem Berliner Datenschutzbeauftragten - erhobenen Daten wurden sowohl aggregiert als auch individuenbezogen analysiert.

Das COMENIUS-Projekt hat vor kurzem mit einer zweiten Phase begonnen, in deren Verlauf weitere Schulen und Dienste hinzukommen sollen und auch der bisher noch nicht realisierte Internet-Anschluß zur Verfügung stehen soll. Das Institut soll weiterhin die Analyse der elektronisch erstellten Nutzungsprotokolle vornehmen.

Bearbeiter: F. Krotz

Drittmittelgeber:

Institut für Film und Bild in Wissenschaft im Unterricht (FWU)

Publikation:

F. Krotz (1996): Nutzung und Akzeptanz des Berliner Comenius-Systems. Bericht über die Auswertung der Nutzungsdaten. In: COMENIUS. Abschlußbericht der wissenschaftlichen Begleitung, Berlin, S. 30-47. Erhältlich beim FWU.

38. Fernsehen an öffentlichen Plätzen

In den letzten Jahren hat das Institut durch seine Arbeit dazu beigetragen, die sich entwickelnde kommunikationswissenschaftliche Teildisziplin einer Mediennutzungsforschung zu etablieren und zu befördern. Dabei haben sich die in diesem Rahmen verfolgten Fragestellungen bisher ganz generell auf die Fernsehnutzung in den Haushalten konzentriert. Empirische Untersuchungen darüber, wie Fernsehen außerhalb der eigenen vier Wände

genutzt wird, liegen für Deutschland nicht vor, allenfalls gibt es einige Befragungsergebnisse, die das Wieviel berichtet haben. In anderen Ländern sieht der Wissensstand ähnlich karg aus, nur in den USA gibt es einige Studien, die diese beobachtbare Form der Fernsehnutzung zu ihrem Thema gemacht haben.

Um diese Forschungslücke zu schließen, wurde ein exploratives und vergleichendes Beobachtungsprojekt in Gang gebracht. Ziel war es dabei erstens festzustellen, wo und an welchen Typen von Lokationen in einer Stadt wie Hamburg überhaupt öffentlich nutzbare Fernsehgeräte stehen und welche Nutzungsbedingungen sich daraus ergeben. In einem zweiten Schritt wurde diese Fernsehnutzung nach ihrer Art und ihrem Umfang beobachtet und analysiert. Dabei kann man sich auf die Untersuchungen Erving Goffmans beziehen, der das Verhalten auf öffentlichen Plätzen und die Regeln, die dafür gelten, differenziert untersucht und beschrieben hat. In einem weiteren Analyseschritt sollen die Ergebnisse dieser Analyse auf das Wissen bezogen werden, das die Kommunikationswissenschaft über die Fernsehnutzung in den Haushalten gewonnen hat.

Zudem steht dieses explorative Forschungsprojekt in einem internationalen Zusammenhang, die Ergebnisse sollen mit denen eines gleichzeitig durchgeführten Projekts in Bezug gesetzt werden, das Prof. Dr. Susan K. Eastman von der Indiana University, der Partner-Universität der Universität Hamburg, in Indianapolis durchführt. Die Frage wird dabei sein, in welcher Weise die getrennt voneinander durchgeführten, aber in ihrer Anlage gleichartig und gemeinsam geplanten Analysen zu ähnlichen Ergebnissen kommen und inwiefern nicht, und was sich daraus als Hintergrundwissen erschließen läßt.

Bearbeiter/in: F. Krotz, A. Herzog,
C. Dammann, R. Langer

Drittmittelgeber:
Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG)

Bericht:

Krotz, F. unter Mitarbeit von A. Herzog, C. Dammann und R. Langer (1996): Fernsehen an öffentlichen Plätzen in Deutschland. MS, 70 Seiten plus tabellarischer und kartographischer Anhang.

39. Nutzung und Bedeutung fremdsprachiger Medien in Deutschland

Seit einigen Jahren bilden Fragen der europäischen Medienlandschaft und der Möglichkeiten für länderübergreifende Medienangebote einen der Forschungsschwerpunkte des Instituts. In diesem Zusammenhang untersucht das Institut nun im Auftrag des Bundesministeriums des Innern, welche Bedeutung ausländische und fremdsprachige Medien bei verschiedenen Bevölkerungsgruppen in Deutschland haben.

Diese Untersuchung schließt alle Medien ein: Fernsehen und Hörfunk, Printmedien, Video und CD-ROM bis hin zu Online-Diensten. Dabei geht es nicht darum, die Marktposition einzelner Angebote zu ermitteln, sondern um eine möglichst systematische und umfassende Bestandsaufnahme der Verbreitung und Nutzung fremdsprachiger Medien überhaupt. Dazu werden in einem ersten Projektschritt möglichst viele vorliegende Daten und Informationen recherchiert, um diese zu einem Gesamtbild zusammensetzen zu können. Ein zweiter Projektschritt besteht in einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung, mit der ermittelt werden soll, welche Bevölkerungsgruppen überhaupt fremdsprachige Medien in welcher Sprache nutzen. Bei der Durchführung dieser Befragung hat das Institut mit dem sogenannten „Sozialwissenschaften-Bus“ von ZUMA/GFM-Getas zusammengearbeitet.

Diese Bestandsaufnahmen werden dann im dritten Projektschritt durch vertiefende Untersuchungen bestimmter Bevölkerungsgruppen ergänzt, für die fremdsprachige Medien eine besondere Rolle spielen, so z.B. die in

Deutschland lebenden Ausländer, Jugendliche, Fachkreise aus Wirtschaft und Wissenschaft sowie die sogenannten „Pioniere der Informationsgesellschaft“, die Nutzerinnen und Nutzer von Online-Diensten und Internet. Insgesamt soll die Studie, die im Sommer 1997 vorliegen wird, somit ein umfassendes Bild von der Bedeutung fremdsprachiger Medien in Deutschland liefern.

Bearbeiter/innen: U. Hasebrink, A. Herzog,
C. Lampert, E. Rischkau

Drittmittelgeber:
Bundesministerium des Innern (BMI)

40. Mediennutzung in Europa

Welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede zeigen die Europäer im Hinblick auf ihren Umgang mit den Medien? Inwieweit können Medien zur europäischen Integration und zu einer verbesserten interkulturellen Verständigung beitragen? Um Antworten auf diese Fragen geben zu können, werden am Institut kontinuierlich Informationen und Materialien über die Medienangebote und die Mediennutzung in Europa gesammelt und aufbereitet.

Auf den ersten Blick fällt dabei insbesondere eine Gemeinsamkeit der Europäer ins Auge, die allerdings gerade nicht integrativ wirkt: Mediennutzung konzentriert sich weit überwiegend auf die jeweiligen inländischen Angebote. Auch im Zeitalter des Satellitenfernsehens spielen länderübergreifende oder gar paneuropäische Angebote quantitativ kaum eine Rolle. Insbesondere die Sprache erweist sich als schwer zu nehmende Hürde für solche Angebote.

Auf den zweiten Blick zeigen sich aber Anhaltspunkte auch für Trends, die zu einer zunehmenden Bedeutung länderübergreifender Angebote führen werden - verbesserte Sprachkenntnisse bei der Bevölkerung, ein im Zuge der europäischen Integration steigendes Interesse an den anderen Ländern und

Kulturen, eine weiter wachsende Zahl von Angeboten, die von vornherein auf ein internationales Publikum zugeschnitten werden, sowie die Herausbildung länderübergreifender kultureller Milieus, bei denen Zielgruppenprogramme wie MTV Europe eine große Bedeutung bekommen können.

Bearbeiter: U. Hasebrink

Publikationen:

Hasebrink, U. (1995): Vergleichende Betrachtungen zur Fernsehnutzung in Europa. In: Erbring, L. (Hrsg.), Kommunikationsraum Europa. Schriftenreihe der DGPK; Bd. 21, Konstanz, S. 190-202.

Hasebrink, U. (1996): Das Ende der Couch-Potatoes? Europas Zuschauer am Vorabend einer neuen Fernsehära. In: Das Bulletin des Europäischen Medieninstituts 1/96, S. 9-11 (Nachdruck in französischer Sprache: Les téléspectateurs européens à l'aube d'une ère nouvelle. In: communication et langages, No. 109, 3. trimestre 1996, 4-9).

Hasebrink, U. (1996): Fernsehen und Hörfunk in Europa: Angebote und Nutzung. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.), Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen 1996/97. Baden-Baden/Hamburg, S. A 64-82.

41. Die englische Sprache im Rahmen der Medienwelten Jugendlicher

Jugendliche haben heute laufend Kontakt mit der englischen Sprache: Der eigentliche Englischunterricht wird ergänzt um Sprachreisen, um Urlaube in Ländern, in denen man sich am ehesten auf Englisch verständigen kann, um direkte Begegnungen mit Ausländern und nicht zuletzt um englischsprachige Anteile in den Medien - hier steht insbesondere die von Jugendlichen präferierte meist englischsprachige Musik im Vordergrund.

Hier liegt der Ausgangspunkt eines interdisziplinären Projekts, das das Institut in Zusammenarbeit mit Wissenschaftlern der Purdue University und der University of Bowling Green bearbeitet. Aus sprachwissenschaftlicher und pädagogischer Sicht stellt sich dabei die Frage, welche Rolle die Medien beim Erwerb der englischen Sprache spielen und wie sie die Art der erworbenen Sprachkompetenz beeinflussen. Für das

Hans-Bredow-Institut berührt dieses Projekt mehrere medien- und kommunikationswissenschaftlich relevante Fragen: Welche Bedeutung werden künftig fremdsprachige Medienangebote haben? Welchen Beitrag leisten Medien zur interkulturellen Kommunikation? Und wie sind die spezifischen Medienwelten beschaffen, mit denen sich Jugendliche bzw. Jugendliche aus verschiedenen kulturellen Milieus umgeben?

Eine Pilotstudie bei Jugendlichen aus Hamburg, in der Zusammenhänge zwischen dem kulturellen Milieu, der Art des Umgangs mit Medien und der Haltung gegenüber bzw. der Fähigkeiten in der englischen Sprache aufgezeigt werden konnten, wurde mittlerweile von Kooperationspartnern in den Niederlanden und Belgien wiederholt. Auf dieser Basis wurde der Fragebogen weiterentwickelt; diese neue Version soll im Laufe des Jahres 1997 in Deutschland (West und Ost), Belgien, den Niederlanden und in Frankreich eingesetzt werden, um so auch vergleichende Auswertungen im Hinblick auf kulturelle Unterschiede möglich zu machen.

Bearbeiter: U. Hasebrink

Publikation:

Hasebrink, U.; Berns, M.; Skinner, E. (1997): The English language within the media worlds of European Youth. In: Winterhoff-Spurk, P.; van der Voort, T. (eds.), *New Horizons in Media Psychology. Research Cooperation and Projects in Europe*. Opladen, S. 156-174.

42. Technische Medienkompetenz

Medienkompetenz ist ein derzeit in Politik und Gesellschaft vor allem im Zusammenhang mit den neuen Medien intensiv diskutierter Begriff. Das Konzept ist freilich auch

eines, das mit Erwartungen und Ansprüchen überladen ist, soll doch Medienkompetenz dafür sorgen, daß die immer größer werdende Vielfalt von Medien von den einzelnen adäquat verwendet und verstanden wird. Nicht nur die Politiker, auch die Medienpädagogen sind sich keineswegs einig, was darunter zu verstehen ist.

Bei allen Problemen mit diesem Konzept ist aber klar, daß jede inhaltlich definierte und sozial relevante Kompetenz technische Kompetenz im Sinne von Wissen, Kennen und Umgehen voraussetzt. Das Hans-Bredow-Institut hat deshalb die Anregung der Professoren Hirohisa Suzuki und Yoshiro Kawakami aus Tokio zu einer vergleichenden Studie der technischen Medienkompetenz von Schülern und Schülerinnen aufgenommen und in Kooperation mit Prof. Stefan Aufenanger von der Universität Hamburg eine vergleichende Studie in die Wege geleitet. Vorgesehen ist ein Untersuchungsdesign, das den bereits durchgeführten Untersuchungen in Japan, Taiwan und den USA entspricht: An mehreren Schulen unterschiedlichen Typs soll jeweils eine 7. Klasse - insgesamt ca. 400 Schüler und Schülerinnen - mit Fragebögen befragt werden. Inhaltlich erkundigt sich die Befragung nach der Verfügbarkeit aller Arten audiovisueller Medien, nach dem Wissen um damit zusammenhängende Begriffe und nach der Benutzung und Bedienung der entsprechenden Geräte.

Der in den anderen Ländern verwendete Fragebogen wurde übersetzt und für deutsche Verhältnisse angepaßt. Er befindet sich zur Zeit zur Genehmigung bei der Schulbehörde, mit deren Kooperation auch die entsprechenden Schulen ausgesucht werden sollen.

Bearbeiter: U. Hasebrink, F. Krotz, E. Rischkau

B. WISSENSCHAFTLICHE VERANSTALTUNGEN

Öffentlichkeit unter „Viel-Kanal-Bedingungen“

Das 18. medienwissenschaftliche Symposium des Hans-Bredow-Instituts fand am 17. und 18. Januar 1997 im Warburg-Haus statt. Es war dem Thema „Öffentlichkeit unter Viel-Kanal-Bedingungen“ gewidmet und hatte das Ziel, einen Dialog zwischen Wissenschaftlern, Medienpraktikern und den Verantwortlichen für die Steuerung der Medien und die Weiterentwicklung des Mediensystems anzuregen.

Der erste Tag der Veranstaltung, zu der mehr als 100 Teilnehmer angereist waren, war schwerpunktmäßig der Wissenschaft und Forschung gewidmet. In einem Beitrag zur Einführung skizzierte der Direktor des Hans-Bredow-Instituts, Otfried Jarren, die Entwicklung der Medien in den letzten Jahren und sich hieraus ergebende gesellschaftliche Folgen. Er benannte die dem Symposium zugrunde liegenden Fragestellungen an die Wissenschaft, ob neue Konzepte notwendig werden, sowie an die Praktiker, wie sie mit den erkennbaren Problembereichen umgehen.

Der darauf folgende Block war der Makroperspektive auf das Konzept Öffentlichkeit und ihrer Bedeutung unter den heutigen Medienbedingungen gewidmet. Zunächst charakterisierte der Soziologe Jürgen Gerhards von der Universität Leipzig die verschiedenen sozialwissenschaftlichen Konzeptionen von Öffentlichkeit, stellte sie einander gegenüber und fragte nach ihrer theoretischen, empirischen und anwendungsorientierten Bedeutung. Stefan Müller-Doohm, Soziologe an der Universität Oldenburg, erweiterte in seinem darauf folgenden Beitrag diese Perspektive, indem er versuchte, die traditionell vorhandenen audiovisuellen Medien der computervermittelten Kommunikation gegenüberzustellen und so zu einer systematischen und fundierten Sicht der Entwicklung der Medien und ihrer gesellschaftlichen Folgen

zu kommen. Daran schloß sich der mehr empirisch ausgerichtete Beitrag des Nürnberger Kommunikationswissenschaftlers Winfried Schulz an, der die Veränderung des Medienangebots vor allem im Hinblick auf Informationen mit der Veränderung der Mediennutzung kontrastierte.

In seiner Einführung und Überleitung zu dem zweiten Block der Veranstaltung, der der Frage gewidmet war, wie denn die Rezipienten unter den herrschenden Medienbedingungen mit dem Konzept Öffentlichkeit umgehen, faßte Uwe Hasebrink vom Hans-Bredow-Institut die Einsichten aus dem ersten Block zusammen und entwickelte daraus Fragen. Im folgenden Beitrag von Friedrich Krotz, Hans-Bredow-Institut, ging es dann um den Versuch, aus einer Zusammenschau von gesellschaftlichen Entwicklungen, insbesondere der Individualisierungstendenz, und empirisch beobachteten Veränderungen in der Mediennutzung Thesen über die Bedeutung der Entwicklung für die politische Kommunikation zu entwickeln und sie in Fragen an die Rundfunkveranstalter umzusetzen. Dem schlossen sich empirisch ausgerichtete Beiträge an. Der Studienleiter der Burda-Anzeigen-Marktforschung, Manfred Niesel, stellte die Entwicklung auf dem Printmedien-Sektor vor und analysierte verschiedene empirisch gefundene Mediennutzungstypen im Hinblick auf ihr Verhältnis zu Informationsangeboten. Im Anschluß daran wurde über Untersuchungen der Nutzung von computervermittelter Kommunikation berichtet. Während der Berliner Kommunikationswissenschaftler Klaus Beck sich dabei auf die Begleitforschung des Comenius-Projekts bezog, bei dem fünf Schulen in Berlin mit Computern ausgestattet und vernetzt worden sind, und auch der Wirklichkeit des Programmes „Schulen ans Netz“ nachging, stellte Dieter Storll von FORSA die Ergebnisse einer Internet-Befragung im Auftrag des Berliner Tagesspiegels vor. Der schwierigen Auf-

gabe, diese Vielfalt zusammenfassend zu re-sümieren, widmete sich schließlich die Bam-berger Kommunikationswissenschaftlerin Anna-Maria Theis-Berglmair.

Der zweite Tag der Veranstaltung war prakti-schen Fragen gewidmet. In einer pointierten Einführung umriß Klaus Schrape von der Prognos AG in Basel die bisherige Entwick-lung des digitalen Fernsehens und begründete unter anderem, warum die vor einiger Zeit so optimistischen Prognosen nicht eingetroffen sind. Er machte neben rechtlichen und orga-nisatorischen Unsicherheiten vor allem ver-fehlte Marketingstrategien dafür verantwort-lich. In daran anschließenden Beiträgen stell-ten Markus Schächter vom ZDF und Michael Schacht von Premiere die absehbaren Vorha-ben ihrer jeweiligen Häuser im Hinblick auf digitales Fernsehen und Spezialkanäle dar.

Anschließend hatten die Juristen das Wort. Martin Bullinger von der Universität Frei-burg und der Justizsenator der Freien und Hansestadt Hamburg, Wolfgang Hoffmann-Riem, waren sich von unterschiedlichen Standpunkten aus darin einig, daß die alte rundfunkrechtliche Regulierung und ihre Grundsätze heute nicht mehr greifen, aber auch darin, daß die neuen bisher unzurei-chend sind. Teilnehmer an der abschließen-ten Podiumsdiskussion waren neben Otfried Jarren der Intendant des Bayrischen Rund-funks, Albert Scharf, der Direktor der Me-dienanstalt Berlin-Brandenburg, Hans Hege, die Vertreterin des VPRT, Ursula Adelt, so-wie der Wiener Kommunikationswissen-schaftler Wolfgang Langenbacher.

Anwälte der Qualität? Medienkritik und Medienjournalismus im Wandel

Die Rolle der Medienkritik in der zukünftigen Medienlandschaft stand im Mittelpunkt eines Symposiums, das das Institut für Journalistik der Universität Hamburg zusammen mit dem Hans-Bredow-Institut veranstaltete.

Die Tagung „Anwälte der Qualität? Medien-kritik und Medienjournalismus im Wandel?“ am 1. März 1996 bildete ein Forum für Me-dienkritiker, Medienpraktiker und Wissen-schaftler, sich über die Chancen, Aufgaben und Maßstäbe insbesondere von Fernsehkritik zu verständigen. So schilderten einerseits Praktiker den Einfluß publizistischer Reso-nanz auf ihre Arbeit, auch im Verhältnis zum Einflußfaktor Quote. Aus wissenschaftlicher Sicht wurde die publizistische Kritik der Me-dien im historischen Wandel betrachtet und deren unterschiedliche Funktionen herausge-arbeitet.

Mit dem Symposium ehrten die Veranstalter Dieter Roß, einen ehemaligen Referenten des Hans-Bredow-Instituts, anlässlich seines 60. Geburtstages.

Frisierte Bilder, getrüübter Augenschein: Kann man den Fernsehbildern Glauben schenken?

Tendenzen des Fernsehjournalismus und ihre Auswirkungen auf die politische Kultur wa-ren das Thema einer gemeinsam vom Hans-Bredow-Institut mit dem Arbeitskreis Ju-gendschutz und Programm der Arbeitsge-meinschaft der Landesmedienanstalten (ALM) durchgeführten Veranstaltung. Sie wurde auf Anregung der ALM und in Abstimmung mit dem Arbeitskreis Jugendschutz und Pro-gramm vom Hans-Bredow-Institut inhaltlich und organisatorisch vorbereitet und fand am 17. Juni 1996 im Warburg-Haus in Hamburg statt.

Den Fall des Michael Born im Blick warf Norbert Schneider, der Direktor der Landes-anstalt für Rundfunk NRW, in seiner Begrü-ßung die Frage auf, ob Fälschungen im Fern-sehjournalismus nicht einen Verrat an Hand-werk, Zuschauern und Gesellschaft bilden, welcher die Grundlagen für den Gebrauch, den die Gesellschaft von dem Medium macht, auflöst. Uwe Kammann (epd medien) disku-tierte in seinem Referat über „Das Unbeha-

gen am Augenzwischenbild“ anhand zahlreicher Beispiele, die zu „Ikonen“ des Bild- und Fernsehjournalismus geworden sind, welche Bedeutung der „Schauwert“ der Abbilder einerseits für die Wettbewerber um die Publikumsaufmerksamkeit und andererseits für die Anschauung der Bildbetrachter gewinnt. Christian Doelker vom Pestalozzianum problematisierte, daß die „Referenz: Wirklichkeit“ zugunsten einer gestellten, generierten und am Ende „gefälschten Wirklichkeit“ aus dem Fernsehen verschwinde. Er forderte eine neue „Bild-Ethik“.

Nach dieser Einführung in die Problemstellung gaben Praktiker des Fernsehjournalismus Auskunft darüber, wie sie es mit der „alltäglichen Fabrikation des Augenscheins“ halten. Klaus Ebert (RTL Nord Live), Ulrich Deppendorf (ARD), Michael von Dessauer (Pro 7), Christoph Maria Froehder (CMF-TV), Ekkehardt Gahntz (ZDF) sowie Thomas Schäfer (Spiegel TV) stellten dar, wie die redaktionellen Routinen der Bildbeschaffung aussehen und nach welchen journalistischen Kriterien Bilder eingesetzt werden.

Nachdem das Angebot an Bildern aus Sicht der Wissenschaft und der Praxis beleuchtet worden war, hat sich die Veranstaltung der Wahrnehmung der Bilder durch das Publikum und ihrer denkbaren Konsequenzen zugewandt. Wolfgang Darschin (ARD) berichtete anhand der Befunde der ARD-Zuschauerforschung über Nutzung und Akzeptanz der informierenden Sendungen im Fernsehen. Er machte auf Anhaltspunkte für einen Bedeutungswandel der Fernsehbilder aufmerksam, der darin liegt, daß manche Zuschauer informierende Sendungen anschauen und wertschätzen ohne sie für wahr zu nehmen. Winfried Schulz von der Universität Erlangen-Nürnberg prüfte daran anschließend die möglichen Auswirkungen des „inszenierten Augenscheins für die öffentliche Meinung“. Die besondere emotionale Kraft des bildnahen Anschauens berge Risiken, so führte Schulz aus, da der Trend zur Visualisierung einen „oberflächlichen, episodischen,

fragmentarischen Journalismus“ und eine ebensolche Anschauungsweise bei den Rezipienten begünstige.

Diese gesellschaftlichen Risikopotentiale im Blick diskutierten Joachim von Gottberg (Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen), Hans-Wolfgang Heßler (Programmbeirat RTL), Otfried Jarren (Hans-Bredow-Institut), Ulrike Kaiser („journalist“) und Konrad Kraske (ZDF-Fernsehrat) abschließend, ob Institutionen der Programmbeobachtung und -kritik gleichsam als „Schleusenwärter für den Bilderstrom“ helfen können, daß Redaktionen einen verantwortlichen Gebrauch von der Kraft der Bilder machen.

Perspektiven unabhängiger Medienforschung in der Informationsgesellschaft

Mit Unterstützung Manfred Jenkes hat das Institut einen ausgewählten Kreis namhafter Persönlichkeiten aus Medienpolitik und Medienpraxis eingeladen, um darüber zu beraten, welchen Aufgaben sich eine unabhängige Medienforschung stellen müßte und welche Möglichkeiten einer institutionellen Sicherung unabhängiger Forschung in Zeiten knapper bemessener Ressourcen noch bestehen. Das Kolloquium fand am 13.12.1996 in der Bibliothek des Institutes statt. Das Hans-Bredow-Institut hat diese Beratungen dazu genutzt, um seine eigene Arbeit der kritischen Prüfung aus der Perspektive von Medienmachern auszusetzen und aus dieser Evaluation Anregungen für die Entwicklung der weiteren Perspektiven der Institutsarbeit zu gewinnen.

Das Kolloquium wurde durch ein Referat von Wolfgang R. Langenbacher eingeleitet, der eine der gesellschaftlichen Bedeutung der Massenmedien angemessene Institutionalisierung von Forschung vermißte. Die Aussprache über das Referat machte deutlich, daß Probleme einerseits aus einer zu eng instrumentell geprägten Nachfrage nach wissenschaftlichem Beistand für die rundfunkpoliti-

sche Auseinandersetzung oder für die Konkurrenz um Zuschauer erwachsen, andererseits aber auch aus einer unbefriedigenden Leistungsfähigkeit der Kommunikationswissenschaft für Fragen aus der Rundfunkpraxis oder der Gesellschaftspolitik herrühren. Die Diskussion entwickelte Anregungen für die Ausrichtung unabhängiger Medienforschung:

- So sei insbesondere das Problem der politischen Steuerung der Medienentwicklung bedeutsam, wobei die Möglichkeiten, dem Public-Service-Rundfunk seine Rolle in der Rundfunkordnung zu sichern, besondere Beachtung verdienten.
- Angemahnt wurden ferner Beiträge der Wissenschaft für eine öffentliche Selbstverständigung darüber, welches Bild die Medien der Gesellschaft von ihrem inneren Funktionieren geben und welche Mechanismen innerhalb der Medien sowie in der Interaktion der Medienakteure mit gesellschaftlichen und politischen Akteuren die Art der Portraittierung prägen.
- Kommunikationswissenschaft hätte sich ferner mit dem Problem auseinanderzusetzen, wie im Unterschied zu einem in Quoten bemessenen Erfolg die Qualität von Programmangeboten und der an diese Qualität gebundene „Kommunikationserfolg“ beurteilbar gemacht werden könne.

Vor dem Hintergrund dieser Desiderata ist die Arbeit des Hans-Bredow-Instituts - wie sie in den Forschungsberichten dokumentiert wird - vorgestellt und diskutiert worden.

Ein Referat von Otfried Jarren, dem Direktor des Hans-Bredow-Instituts, über „Institutionen und Orientierungen der Kommunikationswissenschaft in Deutschland“ führte zu dem Schluß, daß die „Grundversorgung“ mit angewandter Kommunikationsforschung in der Bundesrepublik gewährleistet sei. Defizite seien jedoch im Bereich der Grundlagenforschung erkennbar. Die anschließende Beratung führte die Schwierigkeiten für die institutionelle Sicherung unabhängiger Grundlagenforschung vor Augen, die aus dem vorherrschenden Sparzwang, aber auch aus for-

schungsstandortpolitischen Erwägungen erwachsen.

In einem Resümee der Veranstaltung bekräftigt Dieter Roß, daß es - gerade auch für anwendungsorientierte Interessen - einen Bedarf nach der wissenschaftlich unabhängigen Auseinandersetzung mit Grundfragen der Entwicklung der Informationsgesellschaft gibt. Für das Hans-Bredow-Institut war das Kolloquium eine hilfreiche Gelegenheit, die Außenwahrnehmung seiner eigenen Arbeit kennenzulernen und seine Vorstellungen über die aktuellen Aufgaben der Medienforschung mit denjenigen namhafter Experten abzugleichen.

Externe Teilnehmer:

Thomas Alexandersson, Hans Benirschke, Manfred Jenke, Hans Kimmel-Eicke, Claus Kühn, Wolfgang R. Langenbucher, Kurt Meissner, Walter Menningen, Dieter Roß, Klaus Schütz, Marianne Tidick, Paul-Otto Vogel

Workshop: Forschungsfragen im Zusammenhang mit der Einführung digitalen Fernsehens

Durch technische Entwicklungen wie digitale Rundfunkübertragung steigt der Bedarf der Handlungsträger an (auch) wissenschaftlich fundierter Information über diese Prozesse und ihre möglichen Folgen. Die traditionellen Formen der Vermittlungen - Forschungsberichte, Symposien usf. - eignen sich aber für diese wissenschaftliche Beratung immer weniger, die Ergebnisse kommen oft zu spät und treffen nicht - oder nicht mehr - auf den Bedarf der Akteure.

Im Auftrag der DLM hat das Hans-Bredow-Institut am 6. Dezember 1996 einen Workshop durchgeführt, der die für digitales Fernsehen bei den Landesmedienanstalten Verantwortlichen mit Experten aus den Bereichen Recht, Ökonomie, Sozialwissenschaften und Technik ins Gespräch gebracht hat. Ziel

war eine möglichst frühe und koordinierte Planung der Forschungsaktivitäten in diesem Feld. Anhand einer von Institut in Absprache mit den Landesmedienanstalten vorgegeben Themenstruktur wurde in einem konzentrierten Gespräch versucht zu klären, welche Fragestellungen mit Blick auf die Regulierung wissenschaftlich untersucht werden sollten, wie sie bearbeitet werden können und welche Formen des Transfers effektiv erscheinen.

Ergebnis ist ein Katalog von Forschungsfragen unterschiedlicher Priorität, die von kurzfristig zu klärenden Fragen der Anwendung rundfunkrechtlicher Regelungen auf unterschiedliche Dienstleistungen digitalen Fernsehens bis hin zu Auswirkungen von digitalem Fernsehen auf die politische Kommunikation und die kulturelle Selbstverständigung der Gesellschaft reichen. Zur kontinuierlichen Beobachtung und Koordination der Forschungsaktivitäten wurde auf dem Workshop der Vorschlag eines ständigen „Forschungsmonitoring“ entwickelt.

Neben zahlreichen Vertretern der Landesmedienanstalten nahmen an der Veranstaltung folgende externe Wissenschaftler teil: Wolfgang Eichhorn, Universität München, Hubertus Gersdorf, Universität Hamburg, Jürgen Heinrich, Universität Dortmund, Bernd Holznapel, Universität Münster, Hans Kleinsteuber, Universität Hamburg, Jörn Kruse, Universität Hohenheim, Hans Orben, Studio Hamburg, Ulrich Schmid, Universität Bremen, Wolfgang Werres, Infratest Burke Kommunikationsforschung.

Medienforschung - Wissenschaft für die Informationsgesellschaft

Auf Einladung des Senators für Wissenschaft und Forschung der Freien und Hansestadt Hamburg, Leonhard Hajen, veranstaltete die Hamburg-Vertretung beim Bund in Bonn am 5. November 1996 eine Vortragsveranstaltung zum Thema „Medienforschung - Wissenschaft für die Informationsgesellschaft“,

bei der das Hans-Bredow-Institut vor zahlreichen Gästen aus Ministerien, Parteien und Medienunternehmen über seine Arbeit berichtete.

Im Hauptvortrag stellte zunächst Otfried Jaren Überlegungen über „Leitideen und Steuerungskonzepte für die Informationsgesellschaft“ vor. In Kurzvorträgen berichteten Friedrich Krotz, Ralph Weiß und Uwe Hasebrink über weitere Forschungsschwerpunkte des Instituts: die neuen Medien aus der Sicht der Rezipienten, der Einfluß des Fernsehens auf die öffentliche Meinungsbildung sowie die Entwicklung europäischer Medien.

Kompaktseminar: Einführung in Angebot, Nutzung und Problematik von Internet und elektronischen Datendiensten

Mit dem Internet und den elektronisch vermittelten Datendiensten entwickelt sich ein neuer kommunikativer Raum, der die Tätigkeit aller mit Medien befaßten Unternehmen und Institutionen berührt. Deshalb entwickelte das Hans-Bredow-Institut eine praktische und theoretische Einführung in dieses Themenfeld aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive als zweitägiges Kompaktseminar. Das Seminar zielte auf die Vermittlung von Handlungskompetenz und Praxiswissen im Umgang mit audiovisuellen Datendiensten und dem Internet ab. Die praktische Erkundung wurde begleitet von Vorträgen, die den Kenntnisstand der Kommunikations- und Rechtswissenschaften über dieses neue Medium wiedergaben und damit verbundene Fragen behandelten. Mit der Entwicklung dieses Veranstaltungstyps einer intensiven, kompakten und praxisorientierten Vermittlung anwendungsbezogener Fähigkeiten und wissenschaftlicher Einsichten versucht das Institut, neue Formen des Wissenschaftstransfers auszuprobieren.

Dieses Seminar wurde den Landesmedienanstalten für je acht Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter angeboten und fand am 11./12. Ok-

tober, am 29./30. November 1996 sowie am 10./11. Januar 1997 jeweils in der Bibliothek des Hans-Bredow-Instituts statt.

Medienwissenschaftliche Kolloquien

Mit seinen Medienwissenschaftlichen Kolloquien versucht das Hans-Bredow-Institut ein Forum zu schaffen, bei dem die interessierte Öffentlichkeit Gelegenheit hat, mit Experten aus dem In- und Ausland über aktuelle Fragen der Medienentwicklung zu diskutieren. In den Jahren 1996 und 1997 fanden Kolloquien zu den folgenden Themen statt:

- „Transformation des Journalismus? Zum Strukturwandel der journalistischen Profession zwischen virtuellem Betrieb und Organisationskultur“, mit Irene Neverla, Professorin

für Journalistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Hamburg, am 11. Januar 1996

- „Nachrichten. Erzählung. Programmfluß. Teilhabe. Virtualität“, mit Knut Hickethier, Professor für Medienwissenschaft an der Universität Hamburg, am 23. Mai 1996

- „Lernen mit Multimedia? Zur Rezeption der neuen Medienangebote“, mit Stefan Aufenanger, Professor am Institut für Allgemeine Erziehungswissenschaft der Universität Hamburg, am 6. Juni 1996

C. VERÖFFENTLICHUNGEN 1996 UND 1997

- Arlt, H.-J.; Jarren, O. (1996): Mehr PR wagen? Über Agitation, Öffentlichkeitswandel und Gewerkschaftsreform. In: Gewerkschaftliche Monatshefte, 5, S. 298-308.
- Arlt, H.-J.; Jarren, O. (in Vorbereitung): Abwehrkünstler am Werk. Über die Kampagnenfähigkeit des Deutschen Gewerkschaftsbundes. In: Röttger, U. (Hrsg.): PR-Kampagnen (Arbeitstitel). Opladen.
- Dencker, K. P. (Hrsg.) (1997): INTERFACE 3: Labile Ordnungen. Hamburg.
- Donges, P. (1997): Der "Medienkrieg" und seine Ursachen. Rundfunkpolitik im postkommunistischen Ungarn. In: Schatz, Heribert/Jarren, Otfried/Knaup, Bettina (Hrsg.): Machtkonzentration in der Multimediagesellschaft? Beiträge zu einer Neubestimmung des Verhältnisses von politischer und medialer Macht. Opladen, S. 274-287.
- Donges, P.; Jarren, O. (1997): Redaktionelle Strukturen und publizistische Qualität. Ergebnisse einer Fallstudie zum Entstehungsprozeß landespolitischer Berichterstattung im Rundfunk. In: Media Perspektiven, H.4, S. 198-205
- Donges, P.; Steinwärdner, Ph. (1998): Entwicklung des Zwei-Säulen-Modells. Eine interdisziplinäre Untersuchung des lokalen Hörfunks in Nordrhein-Westfalen. Opladen.
- Donges, P.; Steinwärdner, Ph. (1998): Die Entwicklung des Zwei-Säulen-Modells im nordrhein-westfälischen Lokalfunk. Ergebnisse einer Studie über praktische Probleme eines anspruchsvollen Steuerungskonzeptes. In: Rundfunk und Fernsehen 46 (im Druck).
- Engels, S. (1996): Verfassungsrechtliche Strukturvorgaben für Rundfunkkonzentrationsregeln. In: Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht (ZUM) 40, S. 44-59.
- Engels, S. (1997): Regelungen zur rundfunkrechtlichen Frequenzoberverwaltung - Das Beispiel Hamburg. In: Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht (ZUM), H. 2, S. 106-123.
- Engels, S. (1997): Wettbewerbsrechtliche Grenzen der Fernsehwerbung für Kinder. In: Wettbewerb in Recht und Praxis (WRP), H. 1, S. 6-15.
- Engels, S. (im Druck): Kinder- und Jugendschutz in der Verfassung. In: Archiv des Öffentlichen Rechts (AÖR).
- Engels, S. (im Druck): Das Recht der Fernsehwerbung für Kinder. Baden-Baden.
- Engels, S. (im Druck): Der Trennungsgrundsatz in der dualen Rundfunkordnung: Rechtlicher Gehalt und tatsächliche Durchsetzung. In: Baerns, B. (Hrsg.), Der Trennungsgrundsatz. Opladen.
- Engels, S.; Schulz, W. (1997): Presse ohne Öffentlichkeit? Anmerkungen zum Beschluß des Bundesverfassungsgerichts vom 8.10.1996 1 BvR 1183/90. In: Archiv für Presserecht (AfP), H. 1, S. 455-458.
- Hans-Bredow-Institut (Hrsg.) (1996): Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen 1996/97. Baden-Baden/ Hamburg.
- Hasebrink, U. (1996): Auf dem Weg zu einem europäischen Bildungsfernsehen. In: Nationale Schweizerische UNESCO-Kommission (Hrsg.), Fernstudium in der Schweiz - Perspektiven. Lernen in einer vernetzten Gesellschaft. Bern: UNESCO-Kommission, S. 105-112.
- Hasebrink, U. (1996): Das Ende der Couch-Potatoes? Europas Zuschauer am Vorabend einer neuen Fernsehära. In: Das Bulletin des Europäischen Medieninstituts 1/96, S. 9-11 (Nachdruck in französischer Sprache: Les téléspectateurs européens à l'aube d'une ère nouvelle. In: communication et langages, No. 109, 3. trimestre 1996, S. 4-9).

- Hasebrink, U. (1996): Fernsehen und Hörfunk in Europa: Angebote und Nutzung. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.), Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen 1996/97. Baden-Baden/Hamburg, S. A 64-82.
- Hasebrink, U. (1996): Informationsfragmente in individuellen Fernsehmenüs. In: Schorb, B.; Stiehler, H.-J. (Hrsg.), Medienlust und Medienlast. Was bringt die Rezipientenforschung den Rezipienten? München (FSF Dialog, Bd. 1), S. 109-124.
- Hasebrink, U. (1996): Rundfunk im Ostseeraum - Perspektiven. Tagungszusammenfassung. In: Unabhängige Landesanstalt für das Rundfunkwesen (ULR)/Landesregierung Schleswig-Holstein (Hrsg.), Television Baltica 2. Bestandsaufnahmen und Perspektiven. Kiel: ULR, S. 103-108.
- Hasebrink, U. (1997): Individuelle Muster der Actionnutzung. In: Charlton, M.; Schneider, S. (Hrsg.), Rezeptionsforschung: Theorien und Untersuchungen zum Umgang mit Massenmedien. Opladen, S. 105-121.
- Hasebrink, U. (1997): In Search of Patterns of Individual Media Use. In: U. Carlsson (ed.), Beyond Media Uses and Effects, Göteborg: NORDICOM, S. 99-111.
- Hasebrink, U. (im Druck): As We Like It. Viewer types and their media menus. In: Meyer, M. (ed.), Educational programmes on Television: What do people want? What do they get? Luton.
- Hasebrink, U.; Berns, M.; Skinner, E. (1997): The English Language within the media worlds of European Youth. In: Winterhoff-Spurk, P.; van der Voort, T. (eds.): New Horizons in Media Psychology. Research Cooperation and Projects in Europe. Opladen, S. 156-174.
- Hasebrink, U.; Krotz, F. (1996): Fernsehnutzung im dualen System: duales Publikum und duales Nutzungsverhalten. In: Pürer, H.; Hömberg, W. (Hrsg.), Medien-Transformation - Zehn Jahre dualer Rundfunk in Deutschland. (Schriftenreihe der DGPK; Bd. 22). Konstanz, S. 359-373.
- Hasebrink, U.; Krotz, F. (Hrsg.) (1996): Die Zuschauer als Fernsehregisseure? Zum Verständnis individueller Zuwendungs- und Rezeptionsmuster. Baden-Baden/Hamburg (Symposien des Hans-Bredow-Instituts; Bd. 14), darin: Hasebrink, U.; Krotz, F.: Individuelle Nutzungsmuster von Fernsehzuschauern, S. 116-137.
- Hasebrink, U.; Krotz, F.; Bube, H. (1996): Muster individueller Fernsehnutzung. Sekundäranalysen telemetrischer Zuschauerdaten aus der Schweiz. Hamburg (erhältlich bei der Schweizer Rundfunkgesellschaft, Bern, in deutsch und in französisch).
- Hasebrink, U.; Krotz, F.; Bube, H. (1996): Muster der Werbenutzung. Sekundäranalysen telemetrischer Zuschauerdaten aus der Schweiz. Hamburg (erhältlich bei der Schweizer Rundfunkgesellschaft, Bern, in deutsch und in französisch).
- Hoffmann-Riem, W.; Engels, S. (1996): Kinder und Fernsehwerbung - Im Spannungsfeld von Rundfunkfreiheit und Kinder- und Jugendschutz. In: Kind Jugend Gesellschaft (KJuG), H. 1, S. 81-90.
- Hoffmann-Riem, W.; Schulz, W. (1996): The Regulation of Public Service Broadcasting in Germany. In: Raboy, M. (ed.), Public Broadcasting for the Twenty-First Century. London, S. 64-86.
- Jarren, O. (1996): Auf dem Weg in die „Mediengesellschaft“? Medien als Akteure und institutionalisierter Handlungskontext. Theoretische Anmerkungen zum Wandel des intermediären Systems. In: Imhof, K.; Schulz, P. (Hrsg.), Politisches Raisonement in der Informationsgesellschaft. Zürich, S. 79-96.

- Jarren, O. (1996): Auf dem Weg in die „Mediengesellschaft“? In: Haus Rissen, Rissener Rundbrief, H. 6/7, S. 45-58.
- Jarren, O. (1996): Das duale Rundfunksystem - politiktheoretisch betrachtet. In: Hömberg, W.; Pürer, H. (Hrsg.), Medien-Transformation - Zehn Jahre dualer Rundfunk in Deutschland. (Schriftenreihe der DGPK; Bd. 22). München, S. 69-80.
- Jarren, O. (1996): Publizistische Märkte und Kommunikationspolitik. Öffentliche Regulierung statt politisch-administrativer Steuerung? In: Altmeyden, K.-D. (Hrsg.), Ökonomie der Medien und des Mediensystems. Ergebnisse und Perspektiven medienökonomischer Forschung. Opladen 1996, S. 203-219.
- Jarren, O. (im Druck): Medienwandel, Institutionenwandel und gewerkschaftliche Kommunikation. In: Arlt, H.-J.; Gatzmaga, D. (Hrsg.), Wenn die Dinos tanzen lernen. Perspektiven der Gewerkschafts-PR. Marburg.
- Jarren, O. (im Druck): Politik und Medien: ein notwendig schwieriges Verhältnis? Über Öffentlichkeitswandel, politische Prozesse und politische PR. In: Bentele; G.; Haller, M. (Hrsg.), Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure, Strukturen, Veränderungen. Konstanz.
- Jarren, O. (im Druck): Publizistik- und kommunikationswissenschaftliche Ausbildung: Expansion und Differenzierung. In: Jäger, W.; Schönert, J. (Hrsg.), Medienwissenschaft in Deutschland. Paderborn.
- Jarren, O. (im Druck): Rundfunk und Rundfunkregulierung in Deutschland - Probleme, Defizite und Zukunftsaufgaben. In: Schatz, H.; Jarren, O.; Knaup, B. (Hrsg.), Machtkonzentration in der Multimedia-Gesellschaft? Beiträge zu einer Neubestimmung des Verhältnisses von politischer und medialer Macht. Opladen.
- Jarren, O. (in Vorbereitung): Legitimität und politische Kommunikation in der „Mediengesellschaft“. In: Bonfadelli, H.; Rathgeb, J. (Hrsg.), Probleme der Publizistikwissenschaft (Arbeitstitel). Zürich.
- Jarren, O. (in Vorbereitung): Macht und Ohnmacht der Medienkritik. Oder: Ob Schwache Stärke erlangen können? Medienkritik und medienpolitische Kommunikation als Netzwerk: Von der hierarchischen Machtausübung zu vertikalen Verhandlungssystemen. In: Weßler, H.; Matzen, C.; Jarren, O.; Hasebrink, U. (Hrsg.), Perspektiven der Medienkritik. Die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft. Opladen.
- Jarren, O. (in Vorbereitung): Medienpolitische Kommunikation: Akteure, Arenen und Öffentlichkeit. Manuskript, 15 S.
- Jarren, O.; Bode, M. (1996): Politische PR und Kommunikationsstrategien politischer Parteien im „Superwahljahr“ 1994. In: Bertelsmann Stiftung (Hrsg.), Politik überzeugend vermitteln Wahlkampfstrategien in Deutschland und den USA. Gütersloh, S. 65-114.
- Jarren, O.; Donges, P. (1996): Keine Zeit für Politik? Landespolitische Berichterstattung im Rundfunk: Journalisten, Öffentlichkeitsarbeiter und Politiker in der Interaktion. Das Beispiel Hamburg. Berlin.
- Jarren, O.; Donges, P. (1997): Ende der Massenkommunikation - Ende der Medienpolitik? In: Fünfgeld, H.; Mast, C. (Hrsg.), Kommunikationswissenschaft. Ergebnisse und Perspektiven (Festschrift für Gerhard Maletzke). Opladen, S. 231-252.
- Jarren, O.; Donges, P.; Weßler, H. (1996): Medien und politischer Prozeß. Eine Einleitung. In: Jarren, O.; Schatz, H.; Weßler, H. (Hrsg.), Medien und politischer Prozeß. Politische Öffentlichkeit und massenmediale Politikvermittlung im Wandel. Opladen, S. 9-37.

- Jarren, O.; Krotz, F. (Hrsg.) (in Vorbereitung): Öffentlichkeit unter „Viel-Kanal-Bedingungen“. Baden-Baden.
- Jarren, O.; Sarcinelli, U.; Saxer, U. (Hrsg.) (in Vorbereitung): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikon. Opladen.
- Jarren, O.; Schatz, H.; Weßler, H. (Hrsg.) (1996): Medien und politischer Prozeß. Politische Öffentlichkeit und massenmediale Politikvermittlung im Wandel. Opladen.
- Jarren, O.; Weßler, H. (1996): Gesellschaftswissenschaften in der Medienöffentlichkeit. Darmstadt (Schader-Stiftung).
- Kirsch, Th. (1996): Fernsehen in Brasilien. In: ILA (Zeitschrift der Informationsstelle Lateinamerika), April, S. 6-8.
- Kirsch, Th. (1996): Das Rundfunksystem Brasiliens. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.), Internationales Handbuch für Rundfunk und Fernsehen. Baden-Baden/Hamburg, S. D 31-37.
- Krotz, F. (1996): Der Beitrag des Symbolischen Interaktionismus für die Kommunikationsforschung. In: Hasebrink, U.; Krotz, F. (Hrsg.), Die Zuschauer als Fernsehregisseure? Zum Verständnis individueller Zuwendungs- und Rezeptionsmuster. (Symposien des Hans-Bredow-Instituts; Bd. 14). Baden-Baden/Hamburg.
- Krotz, F. (1996): Parasoziale Interaktion als symbolisch-interaktionistisches Modell von Medienkommunikation. In: Vorderer, P. (Hrsg.), Fernsehen als „Beziehungskiste“: parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Figuren. Opladen, S. 73-90.
- Krotz, F. (1996): Zur Idee einer Stiftung Medientest- was kann und was soll eine solche Stiftung leisten? In: Mast, C. (Hrsg.), Mark-Macht-Medien: Publizistik zwischen gesellschaftlicher Verantwortung und ökonomischen Zielen. Konstanz, S. 325-336.
- Krotz, F. (1996): Zur Konzeption einer Stiftung Medientest. In: Rundfunk und Fernsehen, 44. Jg., Heft 2, S. 214-229.
- Krotz, F. (1997): Kontexte des Verstehens audiovisueller Kommunikate: Das sozial positionierte Subjekt der Cultural Studies und die kommunikativ konstruierte Identität des Symbolischen Interaktionismus. In: Charlton, M. und Schneider, S. (Hrsg.), Rezeptionsforschung. Opladen, S. 73-89.
- F. Krotz (im Druck): Aspekte einer psychodramatischen Gefühlstheorie. In: Buer, F. (Hrsg.): Jahrbuch für Psychodrama, psychosoziale Praxis & Gesellschaftspolitik 96. Opladen.
- Krotz, F. (im Druck): Gesellschaftliches Subjekt und kommunikative Identität. Zum Menschenbild der cultural studies. In: Göttlich, U. (Hrsg.), Cultural Studies und Kulturosoziologie.
- Krotz, F. (im Druck): Individualization, the Media and the Social Construction of Reality. In: Giessen, H. W. (ed.), Long Term Consequences On Social Structures Through Mass Media Impact. Saarbrücken.
- Krotz, F. (im Druck): Das Internet aus Sicht der Nutzer. In: Beck, K.; Vowe, G. (Hrsg.), Computernetze - Ein Medium öffentlicher Kommunikation? Berlin.
- Krotz, F. (im Druck): Kultur, Kommunikation und der Mensch. In: Langenbucher, W.; Saxer, U. (Hrsg.), Schwerpunkttheft „Medienkulturkommunikation“ der Publizistik.
- Krotz, F. (im Druck): Das Wohnzimmer als unsicherer Ort. Anmerkungen zu Morley: wo das Globale auf das Lokale trifft. In: Montage/AV 2, 1997.
- Krotz, F. (in Vorbereitung): Öffentlichkeit aus Sicht des Publikums. In: Jarren, O.; Krotz, F. (Hrsg.), Öffentlichkeit unter „Viel-Kanal-Bedingungen“. Baden-Baden.

- Krotz, F. (in Vorbereitung): Verbraucherkompetenz und Medienkompetenz. Die „Stiftung Medientest“ als Antwort auf strukturelle Probleme der Entwicklung der Medien. In: Weßler, H.; Matzen, C.; Jarren, O.; Hasebrink, U. (Hrsg.): Perspektiven der Medienkritik. Die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft. Opladen.
- Matzen, C. (1996): Chronik des Hörfunks und Fernsehens in Deutschland. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.), Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen 1996/97. Baden-Baden/Hamburg, S. A 183-229.
- Matzen, C. (1996): Chronik der Rundfunkentwicklung 1995. In: Rundfunk und Fernsehen, 44. Jg., H. 1, S. 142-153.
- Matzen, C. (1996): Euromedia News - Deutschland. In: Das Bulletin des Europäischen Medieninstituts, 13. Jg., Nr. 2, S. 21-23.
- Matzen, C. (1996): Euromedia News - Deutschland. In: Das Bulletin des Europäischen Medieninstituts, 13. Jg., Nr. 3, S. 19-20.
- Matzen, C. (1996): Euromedia News - Deutschland. In: Das Bulletin des Europäischen Medieninstituts, 13. Jg., Nr. 4, S. 23-24.
- Matzen, C. (1997): Chronik der Rundfunkentwicklung 1996. In: Rundfunk und Fernsehen, 45. Jg., H. 1, S. 117-128.
- Mester, I. (Red.) (1997): Medienberufe. Ein Führer zu Aus- und Weiterbildung in Hamburg. Im Auftrag des Bildungswerks Medien e.V. Hamburg.
- Milev, R. (Hrsg.) (1996): TV auf dem Balkan/TV in the Balcans. Zur Entwicklung des Fernsehens in Südosteuropa/TV Development in South-Eastern Europe. Hamburg.
- Schröder, H. D. (1996): Entwicklung und Perspektiven der Programmindustrie. Medienwissenschaftliches Symposium des Hans-Bredow-Instituts. In: Publizistik 41, H. 1, S. 86-87.
- Schröder, H. D. (1996): Mailbox-Systeme und Computernetze als Medien nicht-kommerzieller Publizistik. In: C. Mast (Hrsg.), Markt - Macht - Medien. Konstanz, S. 315-324.
- Schröder, H. D. (1996): Wettbewerbssituation und intermediale Verflechtungen des Hörfunks in Deutschland. In: Koch, U. E.; Schröder, D.; Albert, P.; Rieffel, R. (Hrsg.), Hörfunk in Deutschland und Frankreich. München, S. 281-294.
- Schröder, H. D. (im Druck): Euromedia News - Deutschland. In: Das Bulletin des Europäischen Medieninstituts, 14. Jg., Nr. 1.
- Schröder, H. D. (Hrsg.) (in Vorbereitung): Entwicklung und Perspektiven der Programmindustrie. Baden-Baden/Hamburg (Symposien des Hans-Bredow-Instituts, Bd. 17); darin: Ders., Vom Großbetrieb zum Unternehmensnetzwerk: Flexibilisierungsstrategien in der Programmindustrie.
- Schröder, H. D. (in Vorbereitung): Mass Communication Research in Germany. In: European Research on Mass Communication. Barcelona.
- Schuler-Harms, M. (1996): Informationsgesellschaft im Bundesstaat. Der kooperative Föderalismus vor neuen Herausforderungen. In: Haratsch, A.; Kugelmann, D.; Repkewitz, U. (Hrsg.), Herausforderungen an das Recht der Informationsgesellschaft. Stuttgart u.a., S. 97-112.
- Schuler-Harms, M. (1996): Das Rundfunksystem der Bundesrepublik Deutschland, In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.), Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen 1996/97. Baden-Baden/Hamburg, S. A 83-100.

- Schuler-Harms, M. (1997): Staatsferne und Vielfalt des Rundfunks - Das Sächsische Privatrundfunkgesetz auf dem verfassungsrechtlichen Prüfstand. In: Sächsische Verwaltungsblätter, S. 1-9.
- Schulz, W. (1996): Jenseits der „Meinungsrelevanz“ - Verfassungsrechtliche Überlegungen zu Ausgestaltung und Gesetzgebungskompetenzen bei neuen Kommunikationsformen. In: Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht (ZUM), H. 6, S. 487-497.
- Schulz W. (1996): Recht im Widerstreit - Steuerung der Medien durch Wirtschaftsrecht und Medienrecht. In: Altmeppen, K.-D. (Hrsg.), Ökonomie der Medien und des Mediensystems. Opladen, S. 236-267.
- Schulz, W. (im Druck): Rechtsfragen computervermittelter Kommunikation - Zapfelt das Recht im Netz? In: Beck, K.; Vowe, G. (Hrsg.), Computernetze - Ein Medium öffentlicher Kommunikation? Berlin.
- Schulz, W.; Grünewald, A.; Jürgens, U. (im Druck): Kommunikationsordnungen im Überblick. Reihe Arbeitsberichte und Dokumentationen des Hans-Bredow-Instituts. Hamburg.
- Weiß, R. (1996): Soziographie kommunikativer Milieus. Wege zur empirischen Rekonstruktion der sozialstrukturellen Grundlagen alltagskultureller Handlungsmuster. In: Rundfunk und Fernsehen, 44. Jg., H. 3, S. 325-345.
- Weiß, R. (1996): Zwischen Anstiftung und Aufklärung. Zur Rolle des Journalismus gegenüber dem Rechtsextremismus - ein Forschungsüberblick. In: Jungk, S. (Hrsg.), Zwischen Skandal und Routine? Rechtsextremismus in Film und Fernsehen. Marburg, S. 176-198.
- Weiß, R.; Hasebrink, U. (im Druck): Höerertypen und ihr Medienalltag. Plädoyer für eine hörerzentrierte Nutzungsanalyse. In: Publizistik.
- Weiß, R. (in Vorbereitung): Läßt sich über „Qualität“ streiten? Versuche in der Kommunikationswissenschaft zur Objektivierung des Qualitätsbegriffs. In: Weßler, H.; Matzen, C.; Jarren, O.; Hasebrink, U. (Hrsg.), Perspektiven der Medienkritik. Die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft. Opladen.

D. SEMINARE, LEHRAUFTRÄGE, VORTRÄGE

SEMINARE, LEHRAUFTRÄGE

S. Engels

Rechtliche Aspekte der Public Relations. Lehrauftrag im Rahmen der Aufbauqualifikation „Fachreferent/in für Öffentlichkeitsarbeit (DIPR)“, veranstaltet von Weiterbildung für Europa e.V., Januar bis März 1996.

Lehrauftrag „Medienrecht“ an der Fachhochschule Hamburg, Fachbereich Bibliothek und Information im WS 1996/97.

U. Hasebrink

Mediennutzung. Lehrauftrag im Rahmen der Aufbauqualifikation „Fachreferent/in für Öffentlichkeitsarbeit (DIPR)“, veranstaltet von Weiterbildung für Europa e.V., im Januar 1996.

Medien in Europa. Seminar im Rahmen einer Fortbildungsveranstaltung des Europa-Kollegs Hamburg am 7. Februar 1996.

Marktanteile, Reichweiten, Hörertypologien. Beitrag zum Seminar „Programm-Management im lokalen Rundfunk“ der Bertelsmann-Stiftung und der Akademie für Publizistik in Hamburg am 19. März 1996 (gemeinsam mit Ralph Weiß).

O. Jarren

Projektseminar Zeitung: Produktion einer Beilage für das Flensburger Tageblatt, am Institut für Journalistik der Universität Hamburg im SS 1996.

Einführung in die Politische Wissenschaft II, am Institut für Politische Wissenschaft der Universität Hamburg im SS 1996.

Projektseminar Öffentlichkeitsarbeit, am Institut für Journalistik der Universität Hamburg im WS 1996/97.

Lehrforschungsprojekt „Die Planschmiede. Leitideen und Steuerungsansätze für die Informationsgesellschaft“, am Hans-Bredow-Institut, Februar-Juni 1997.

Selbstregulierung und Steuerung im Medienbereich: Theoretische Ansätze und empirische Befunde. Hauptseminar am Institut für Politische Wissenschaft der Universität Hamburg im SS 1997.

Übung: Medienpolitik. Medienpolitik in der „Informationsgesellschaft“, am Institut für Journalistik der Universität Hamburg im SS 1997.

T. Kirsch

Einführung in die Medienökonomie. Lehrauftrag am Fachbereich Bibliothek und Dokumentation der Fachhochschule Hamburg im SS 1996.

F. Krotz

Medienwirkung. Lehrauftrag im Rahmen der Aufbauqualifikation „Fachreferent/in für Öffentlichkeitsarbeit (DIPR)“, veranstaltet von Weiterbildung für Europa, Februar 1996.

Nutzung von Beratungsangeboten im Fernsehen. Lehrauftrag im Rahmen der Journalistenweiterbildung an der FU Berlin, Fachbereich Kommunikationswissenschaften, April 1996.

Mediensozialwissenschaft. Lehrauftrag am Fachbereich Rechtswissenschaft II der Universität Hamburg im SS 1997 (zusammen mit Stefan Engels).

W. Schulz

Rechtsgrundlagen journalistischer Arbeit. Lehrauftrag am Institut für Journalistik, Universität Hamburg, SS 1996 und SS 1997.

Rechtliche Aspekte der Public Relation. Lehrauftrag im Rahmen der Aufbauqualifikation „Fachreferent/in für Öffentlichkeitsarbeit“ (DIPR), veranstaltet von Weiterbildung für Europa e.V., Januar bis März 1996.

R. Weiß

Marktanteile, Reichweiten, Hörertypologien. Beitrag zum Seminar „Programm-Management im lokalen Rundfunk“ der Bertelsmann-

Stiftung und der Akademie für Publizistik in Hamburg am 19. März 1996 (gemeinsam mit Uwe Hasebrink).

Einführung in das Studium von Medien und Medienkultur: Radiokultur. Am Literaturwissenschaftlichen Seminar der Universität Hamburg, WS 1996/97.

Medienforschung: Fernsehen und Hörfunk, an der Fachhochschule Hamburg, FB Bibliothek und Dokumentation, WS 1996/97.

VORTRÄGE U. Ä.

S. Engels

„Rundfunk ohne Kontrolle? Zur Überwachung der Trennung von Werbung und Programm im dualen System“, Vortrag im Rahmen der Ringvorlesung „Probleme der Trennung von Werbung und Programm“ an der FU Berlin am 10. Januar 1996.

U. Hasebrink

„Qualitative Unterschiede in der Nutzung: Kriterien für die Qualität der Angebote?“, Vortrag beim Symposium der DGPuK-Arbeitsgruppe Rezeptionsforschung zum

Thema „Qualität von Fernsehprogrammen aus Rezipientensicht“ in Ludwigshafen am 26./27. Januar 1996.

„Veränderte Berufsbilder der Journalisten, veränderte Hörgewohnheiten: Zur Entwicklung des Hörfunks“, Vortrag bei der Tagung des „Sylter Kreises“ am 28. März 1996 in Wenningstedt, Veranstalter: Radio Schleswig-Holstein.

„Adolescents' views on English in Belgium, Germany, and the Netherlands“, Paper presented to the Annual Conference of the American Association for Applied Linguistics, March 23-26, 1996 (Margie Berns, Marie-Therese Claes, Kees de Bot, Uwe Hasebrink).

„Wie es uns gefällt: Zuschauertypen und ihre Medienmenüs“, Vortrag bei der Internationalen Konferenz „Bildungsprogramme im Fernsehen: Was wollen die Zuschauer? Was wird ihnen geboten?“ am 16. April 1996 in München, Veranstalter: Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI).

Hörertypen und ihr Medienalltag. Vortrag im Rahmen des Aufbaustudiengangs Kulturmanagement der Hochschule für Musik und Theater Hamburg am 26. April 1996 (gemeinsam mit Ralph Weiß).

„Measuring Media Exposure: Problems and Options for Communication Research“, 11th German-Israeli-Foundation Conference „Role of Mass Media in Democracies“, 26-28 June 1996 in Berlin, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialwissenschaft (WZB).

„Muster der Werbenutzung in der Schweiz“, Vortrag bei der Informationstagung „Zapping in der Schweiz“ am 2. Juli 1996 in Zürich, Veranstalter: publisuisse/SRG.

„Wir schalten um. Zur Theorie und Empirie des Umschaltverhaltens von Fernsehzuschauern“, Vortrag beim Kongreß der Deutschen Gesellschaft für Psychologie am 23. September 1996 in München.

„Europäische Medien für ein europäisches Publikum?“, Vortrag im Rahmen der Veranstaltung „Medienforschung - Wissenschaft für die Informationsgesellschaft“ am 5. November 1996 in der Vertretung der Freien und Hansestadt Hamburg in Bonn.

„Kinderfernsehen für die Großmutter? Was erwarten Kinder vom Fernsehen“, Statement beim Forum Kommunikationskultur der GMK und der HFF „Kinder an die Fernbedienung - Kinderprogramme auf dem Prüfstand“ am 23. November 1996 in Potsdam.

„‘Ich bin viele Zielgruppen’ - Zum Verhältnis zwischen den Zielgruppendefinitionen der Anbieter und Werbetreibenden und den Medienmenüs der Fernsehzuschauer“, Vortrag beim Symposium der DGPK-Arbeitsgruppe Rezeptionsforschung zum Thema „Zielgruppen - Publikumssegmente - Nutzergruppen“ am 24./25. Januar 1997 in Ludwigshafen.

O. Jarren

„Der Transfer sozialwissenschaftlichen Wissens in die Massenmedien - Forschungsstand und empirische Ergebnisse einer Inhaltsanalyse“, Vortrag beim Workshop „Sozialwissenschaften und Massenmedien. Empirische Ergebnisse, praktische Erfahrungen und Forschungsperspektiven“ der Schader-Stiftung in Hamburg am 6. März 1996 (zusammen mit Hartmut Weßler).

„Wechselwirkungen zwischen Sozialwissenschaften, Medienöffentlichkeit und Policy-Diskursen - theoretische Überlegungen zur Zukunft eines Forschungsfeldes“, Vortrag beim Workshop „Sozialwissenschaften und Massenmedien. Empirische Ergebnisse, praktische Erfahrungen und Forschungsperspektiven“ der Schader-Stiftung in Hamburg am 7. März 1996 (zusammen mit Hartmut Weßler).

„Multimedia und Cyberspace: Welche Herausforderungen ergeben sich für Politik und Demokratie?“, Vortrag beim Kolloquium „Multimedia und Cyberspace - Was bringen uns die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien?“ der Deutschen Gesellschaft des Club of Rome in Hamburg am 31. März 1996.

„Wieviel Rundfunk braucht das Land? - Die Medien im Ringen um Programmqualität, Marktteilnahme und Grundversorgung“, Moderation auf der Tagung der Katholischen Akademie Hamburg am 13.-14. April 1996 in Hamburg.

„Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit / Akteure - Strukturen - Veränderungen“, Thesen zur Diskussion mit dem sächsischen Ministerpräsidenten, Prof. Dr. Kurt Biedenkopf, und Moderation bei der Jahrestagung der DGPK am 15.-17. Mai 1996 in Leipzig.

„Schleusenwärter für den Bilderstrom?“, Podiumsdiskussion bei „Frisierte Bilder, Getrübler Augenschein - Kann man den Fernsehbildern Glauben schenken?“, einer gemeinsamen Veranstaltung des Arbeitskreises Jugendschutz und Programm der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten und des Hans-Bredow-Instituts am 17. Juni 1996 in Hamburg.

„Keine Zeit für Politik? Ergebnisse eines Forschungsprojektes über Bedingungen landespolitischer Berichterstattung am Beispiel Hamburg“, Vortrag bei der Hamburger Mediendebatte, Veranstaltung der Hamburgischen Anstalt für Neue Medien, Hamburg, am 1. Juli 1996 (zusammen mit Patrick Donges).

„Über die Inszenierung von Aufmerksamkeit durch PR-Kampagnen“, Symposium, Moderation, am 3. Juli 1996, veranstaltet vom Institut für Journalistik, Universität Hamburg und von Weiterbildung für Europa, Projekt Öffentlichkeitsarbeit, Hamburg.

„Telekratie“, Diskussionsleitung während der Tagung „Politische Inszenierung im 20. Jahrhundert“, veranstaltet vom Graduiertenkolleg „Politische Ikonographie“ am Kunstgeschichtlichen Seminar in Hamburg am 6. und 7. Juli 1996.

„Medienwandel, Institutionenwandel und politische Kommunikation“, Vortrag beim Workshop „Gewerkschaft und Öffentlichkeit“ der Hans-Böckler-Stiftung am 27.-28. September 1996 in Köln.

„Free-TV - Fernsehen für Arme?“, Diskussion beim BLM-Rundfunk-Kongress zum Thema „Digitalisierung und Individualisierung der Medien“, 15.-16. Oktober 1996 in München.

„Politische Kommunikation - Das Beispiel Legitimitätstheorien“, Referat beim 1. Zürcher Kolloquium zur Publizistikwissenschaft zum Thema „Publizistik - wissenschaftliche Basistheorien und ihre Praxistauglichkeit“ am 18. Oktober 1996 an der Universität Zürich.

„Leitideen und Steuerungskonzepte für die Informationsgesellschaft“, Vortrag bei der Veranstaltung „Medienforschung - Wissenschaft für die Informationsgesellschaft“ der Vertretung der Freien und Hansestadt Hamburg beim Bund am 5. November 1996 in Bonn.

„Wissenschaft in den Medien als Politisierungsprozeß“, Vortrag bei der Tagung „Von der Hypothese zur Katastrophe - Die Verarbeitung wissenschaftlicher Unsicherheit in den Medien“ an der Universität Bielefeld am 29. November 1996 (zusammen mit Hartmut Weßler).

„Rückendeckung aus der Wissenschaft“, Referat im Modellseminar „Wo die Zeitung lebt - Platz 1 für den Lokalteil“, Bundeszentrale

für politische Bildung, 2.-6. Dezember 1996 in Schmerlenbach.

„Institutionen und Orientierungen der Kommunikationswissenschaft in Deutschland - ist die 'Grundversorgung' mit Wissenschaft gewährleistet?“, Kurzvortrag beim Kolloquium des Hans-Bredow-Instituts „Perspektiven unabhängiger Medienforschung in der Informationsgesellschaft - Aufgaben und Finanzierungsmöglichkeiten“ am 13. Dezember 1996.

„Literaturwissenschaft/Medienwissenschaft - Veränderung eines Faches“, Mitwirkung an der Podiumsdiskussion des Literaturwissenschaftlichen Seminars der Universität Hamburg am 15. Januar 1997.

„Journalistische Ethik heute“, Diskussion, Arbeits- und Gesprächskreis Medien beim Landesvorstand der SPD Hamburg am 23. Januar 1997.

„Leitideen und Steuerungskonzepte für die Informationsgesellschaft“, Vortrag vor der Universitäts-Gesellschaft Hamburg am 12. Februar 1997 in Hamburg.

Th. Kirsch

„Perspektiven für die Medienwirtschaft in Schleswig-Holstein“, Vortrag vor dem Arbeitskreis Medien der schleswig-holsteinischen SPD-Fraktion in Kiel am 25. Januar 1996.

F. Krotz

„Von der parasozialen Interaktion zur parasozialen Identität im elektronisch mediatisierten Kommunikationsraum“, Vortrag auf der Tagung „Parasoziale Interaktionen und Beziehungen mit Medienfiguren“ an der Hochschule für Musik und Theater, Hannover, am 20. Januar 1996.

„Computerkommunikation und Identitätskonstruktion“, Vortrag auf dem Jahrestreffen der Sektion Medien und Kommunikation der Deutschen Gesellschaft für Soziologie zum Thema „Die gesellschaftliche Konstruktion

der Sinnprovinz Computerwelt“ am 17. Februar 1996 in Villigst/Schwerte.

„The Analysis of People Meter Data: Individual Patterns of Viewing Behaviour of People with different Cultural Backgrounds“, Vortrag bei der Annual Conference of the International Association for Mass Communication Research (IAMCR), Section Sociology and Social Psychology am 19. August 1996 in Sydney.

„Mann o Mann. The analysis of a German Gameshow“, Vortrag bei der Annual Conference of the International Association for Mass Communication Research (IAMCR), Gender Section, am 22. August 1996 in Sydney.

„Die Welt im Internet. Zur zukünftigen Entwicklung der Mediengesellschaft“, Vortrag bei der Neuen Gesellschaft am 6. September 1996 in Hamburg.

„Gesellschaftliches Subjekt und kommunikative Identität. Zum Menschenbild der cultural studies“, Vortrag im Rahmen der Adhoc-Gruppe „Cultural Studies und Kultursoziologie“ auf dem Kongreß der Deutschen Gesellschaft für Soziologie am 10. Oktober in Dresden.

„Heuristik in der Kommunikations- und Medienforschung“, Vortrag bei der Konferenz über die Weiterentwicklung qualitativ-heuristischer Methoden am Fachbereich Soziologie der Universität Hamburg am 19. Oktober 1996.

„Zwischen Fernseher und Monitor. Die alten und die neuen Medien aus Sicht der Rezipienten“, Vortrag bei der Informationsveranstaltung „Medienforschung - Wissenschaft für die Informationsgesellschaft“ Vertretung der Freien und Hansestadt Hamburg beim Bund am 5. November 1996 in Bonn.

„Das Internet aus Sicht der Nutzer“, Vortrag beim Workshop der DGPK-Arbeitsgruppe „Öffentliche Kommunikation in Computernetzen“, am 1. Dezember 1996.

„Öffentlichkeit aus Sicht des Publikums“, Vortrag beim Symposium des Hans-Bredow-Instituts „Öffentlichkeit unter Viel-Kanal-Bedingungen“ am 17. Januar 1997.

„Individualization, the Media and the Social Construction of Reality“, Vortrag auf der „Conference on Long Term Consequences On Social Structures Through Mass Media Impact“ in Saarbrücken am 23. Februar 1997.

„Theatralität und ihre Bedeutung“, Statement bei der Abschlußdiskussion des Workshops „Zur Theatralität der Öffentlichkeit und ihrer Medien“ anlässlich des zehnjährigen Bestehens des Rhein-Ruhr-Instituts für Sozialforschung und Politikberatung e.V. an der Gerhard-Mercator-Universität in Bochum am 19. März 1997.

H. D. Schröder

„Strategien für die Medienwirtschaft in Hamburg“, Kurzvortrag vor der Mitgliederversammlung des Vereins „Filmstadt Hamburg e.V.“ am 8. Februar 1996.

W. Schulz

Anhörung vor dem Kulturausschuß der Hamburgischen Bürgerschaft zu Modellversuchsregelungen im Hamburgischen Mediengesetz am 9. April 1996.

„Vom dualen System zum digitalen Netzwerk“, Vorträge im Rahmen des Seminars „Arbeit und Wirtschaft in Hamburg“ der Friedrich-Ebert-Siftung am 9. und 16. September 1996.

„Grundzüge der Rundfunkregulierung in Deutschland“, Vortrag vor polnischen Kabelfernsehbetreibern im Haus Rissen am 20. September 1996.

Anhörung vor dem Landtag Mecklenburg-Vorpommern zum Dritten Rundfunkänderungsstaatsvertrag am 30. Oktober 1996 in Schwerin.

„Zappelt das Recht im Netz? Verfassungsrechtliche Kommunikationsordnung und computervermittelte Kommunikation“, Vortrag auf dem Workshop der AG computervermittelte öffentliche Kommunikation der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPuK) am 1. November 1996 in Berlin.

„Internet und digitales Fernsehen - Das Ende gesellschaftsverantwortlicher Medienregulierung?“ Rotary Club Sangerhausen am 17. Februar 1997.

R. Weiß

„Verzweifelt gesucht: der Hörer. Hörertypologien in der Radionutzungsforschung“, Vortrag im Seminar „Programm-Management im lokalen Rundfunk“ der Akademie für Publizistik am 19. März 1996 in Hamburg.

„Hörertypen und ihr Medienalltag“, Seminarvortrag im Rahmen des Studiengangs „Kulturmanagement“ an der Hochschule für Musik und Theater Hamburg am 26. April 1996.

„Multimedia-Entwicklung - Was bedeutet sie für unsere Arbeits- und Lebenswelt?“ Seminar der Katholischen Akademie Hamburg, 17. September 1996.

„Ergebnisse der Hörerforschung“, Referat im Rahmen des kommunikationswissenschaftli-

chen Seminars „Hörfunk der Zukunft - Zukunft des Hörfunks“ des Instituts für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Studiengang Journalisten-Weiterbildung, an der Freien Universität Berlin am 7. Oktober 1996.

„Fern-Sehen der Sensationen - Der Einfluß des inszenierten Augenscheins auf die öffentliche Meinungsbildung“, Vortrag im Rahmen der Veranstaltung „Medienforschung - Wissenschaft für die Informationsgesellschaft“ in der Vertretung der Freien und Hansestadt Hamburg beim Bund in Bonn am 5. November 1996.

„Der Beitrag der Lokalradios zu einem zivilen Zusammenleben“, Kurzreferat im Rahmen der Tagung „Multikulturell und vielsprachig. Ausländische Mitbürger und Lokalradio II“ der Landesanstalt für Rundfunk NRW am 11. Dezember 1996 in Düsseldorf.

„Die Unterscheidung von kommunikativen Milieus als Aufgabe für die empirische Nutzungsforschung?“, Vortrag im Rahmen der Tagung der AG Rezeptionsforschung der DGPuK am 24./25. Januar 1997 im Medien-Institut in Ludwigshafen.

„Medien der Eskalation? Die Rolle der (lokalen) Medien gegenüber Rassismus und Rechtsextremismus“, Vortrag im Rahmen einer Veranstaltung der IG Medien und der VHS Solingen am 18. Februar 1997 in Solingen.

E. BIBLIOTHEK

Die Bibliothek des Hans-Bredow-Instituts ist eine der wichtigsten Spezialbibliotheken zum Thema Medien/Medienforschung in Norddeutschland. Ihr Bestand weist heute etwa 20.000 Bände aus; darin enthalten ist deutsch- und fremdsprachige Literatur u.a. zu sozialen, rechtlichen, pädagogischen und ökonomischen Aspekten von Hörfunk, Fernsehen sowie den neuen elektronischen Medien. Z. Zt. besonders berücksichtigt werden Veröffentlichungen zur Entwicklung des Telekommunikationsmarktes und zu den Nutzungs- bzw. Einsatzmöglichkeiten von Multimedia.

Ergänzt wird dieser Buchbestand durch eine etwa 145 Titel umfassende Zeitschriftenabteilung, die sowohl deutschsprachige als auch ausländische Fachzeitschriften sowie Presse- und Informationsdienste zu den erwähnten Forschungsgebieten enthält.

Die Bibliothek ist für jedermann zugänglich. Genutzt wird das umfangreiche Literaturangebot einerseits von Studentinnen und Studenten der Hamburger Universitäten und Fachhochschulen. Darüber hinaus gibt es eine steigende Zahl von Nutzern aus dem Hamburger Umland, insbesondere von der Lüneburger und der Oldenburger Universität. Auch ist eine Zunahme der Literatur-Anfragen aus dem journalistischen Bereich zu beobachten; Redaktionen der in Hamburg ansässigen Verlage und Rundfunkveranstalter nutzen den Buchbestand zu Recherche-Zwecken. Ebenso wächst die Zahl der Werbeagenturen bzw. Wirtschaftsunternehmen, die Informationen über die Medienbranche für ihre Arbeit benötigen. So sind allein im Berichtszeitraum ca. 9.000 Ausleihen erfolgt; hinzu kommen die Nutzer, die die gewünschte Literatur in den Räumen der Bibliothek einsehen und bei Bedarf kopieren.

Zur Erschließung des Bibliotheksbestandes dienen den Benutzern z. Zt. noch ein alphabetischer Verfasser- und ein systematischer Katalog. Aufsätze aus den wichtigsten Fachzeitschriften werden in den Katalogen nachgewiesen und darüber hinaus als fortlaufende Bibliographie in der Zeitschrift 'Rundfunk und Fernsehen' angeboten.

Seit Juli 1996 laufen die Arbeiten zur EDV-Erschließung des Bestandes mit der Bibliothekssoftware Allegro. Der erste Schritt - die Überarbeitung der Aufstellungssystematik der Bibliothek sowie das damit verbundene Umstellen des Bestandes - wurde bereits im Herbst 1996 beendet. Der elektronische Katalog OPAC (online public access catalogue) für die Nutzer wird noch im April 1997 eingerichtet sein. Bis zum Herbst 1997 wird in einem dritten und letzten Abschnitt die Umstellung auf die elektronische Ausleihe erfolgen.

Notwendig wurden diese Arbeiten u.a. durch den Start des Göttinger Bibliotheksverbundes für die sieben norddeutschen Länder und die damit verbundene Abschaffung des bisherigen Norddeutschen Katalogs, in dem der Bestand der Bibliothek des Hans-Bredow-Instituts nachgewiesen wurde. Um auch künftig den Spezialbestand der Bibliothek einer großen Öffentlichkeit im schnellen und bequemen Zugriff zur Verfügung stellen zu können, war die Entscheidung für die neue Technik erforderlich. Die Verwendung der Software Allegro beinhaltet langfristig eine Zugangsmöglichkeit zum Göttinger Bibliotheksverbund, so daß der Spezialbibliotheks-Bestand wieder weiträumig in Norddeutschland genutzt werden kann.

F. MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER DES INSTITUTS

Forschungsschwerpunkte und -interessen der wissenschaftlichen Mitarbeiter

Patrick Donges (geb. 1969) studierte Politikwissenschaft und Journalistik an der Universität Hamburg. Nach dem Studium arbeitete er als Mitarbeiter in einem Forschungsprojekt über den Entstehungsprozeß politischer Berichterstattung in Hörfunk und Fernsehen am Institut für Journalistik der Universität Hamburg. Seit April 1996 bearbeitet er im Hans-Bredow-Institut die Forschungsprojekte zum Zwei-Säulen-Modell im nordrhein-westfälischen Lokalfunk und zur journalistischen Qualifikation im privaten Rundfunk. Seine sonstigen Arbeitsschwerpunkte sind Politische Kommunikation und Politische Öffentlichkeitsarbeit.

Stefan Engels (geb. 1966) studierte Rechtswissenschaft in Hamburg. Während des Studiums arbeitete er fünf Jahre für die Nachrichtenredaktion von SAT.1. Von 1992 bis Juli 1996 war er als Wissenschaftlicher Assistent am Hans-Bredow-Institut tätig, daneben Rechtsreferendar beim HansOLG in Hamburg. Er erstellte für das Institut u.a. eine rechtswissenschaftliche Untersuchung zum Thema „Fernsehwerbung und Kinder“. Weitere Arbeitsschwerpunkte: Medienwirtschaftsrecht (insbesondere Rundfunkwerberecht), zivilrechtliche Haftung von Massenmedien und europäisches Medienrecht.

Dr. Uwe Hasebrink (geb. 1958) arbeitete nach dem Studium der Psychologie und der Deutschen Philologie in Hamburg zunächst für drei Jahre als Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Sozialpsychologie der Univer-

sität Hamburg. Seit 1986 ist er als Wissenschaftlicher Referent am Hans-Bredow-Institut tätig, seit 1988 in der Funktion des Geschäftsführenden Referenten. Die Schwerpunkte seiner Forschung am Institut bilden bisher folgende Bereiche: Begleitforschung zu den Kabelpilotprojekten und zur Einführung digitalen Fernsehens, Inhalte lokaler und regionaler Berichterstattung, Nutzung und Akzeptanz von Schulfernsehen, Rahmenbedingungen und Konzepte für Europäisches Bildungsfernsehen, Individuelle Nutzungsmuster von Fernsehzuschauern bzw. Sekundäranalysen von telemetrischen Zuschauerdaten und von Daten aus der Media Analyse, Mediennutzung in Europa sowie die Bedeutung der Sprache für länderübergreifende Medienangebote. Seit 1997 ist er Mitglied im Network of Experts des Strategic Information Service der Europäischen Rundfunkunion.

Prof. Dr. Otfried Jarren (geb. 1953) studierte Publizistik, Politikwissenschaft, Soziologie und Volkskunde an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster. 1979-1987 Wissenschaftlicher Mitarbeiter sowie Hochschulassistent am Institut für Publizistik der Freien Universität Berlin, 1987-1989 Geschäftsführer des Studiengangs Journalisten-Weiterbildung an der FU Berlin. Seit 1989 Professor für Journalistik mit dem Schwerpunkt Kommunikations- und Medienwissenschaft am Institut für Journalistik der Universität Hamburg sowie Hochschullehrer im Bereich „Regierungslehre / Bundesrepublik Deutschland“ des Instituts für Politische Wis-

senschaft der Universität Hamburg; seit Oktober 1995 nebenamtlicher Direktor des Hans-Bredow-Instituts. Koordinator der Arbeitskreise „Kommunikation und Politik“ der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) sowie der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft (DVPW) (gemeinsam mit Prof. Dr. Heribert Schatz, Universität Duisburg); stellv. Vorsitzender „Gemeinsame Kommission Journalistik“ der Universität Hamburg sowie stellv. Geschäftsführender Direktor des Instituts für Journalistik der Universität Hamburg; Vorsitzender des „Vereins zur Förderung der Zeitungsforschung in Dortmund e. V.“ (Institut für Zeitungsforschung, Dortmund); Vorsitzender des Vereins „pro journal e.V. - Verein zur Förderung des Instituts für Journalistik an der Universität Hamburg“. Schwerpunkt in Lehre und Forschung sind lokale Kommunikationsforschung, Kommunikations- und Medienpolitik, Politische Kommunikation, Medien und Politische Kultur sowie Medien und gesellschaftlicher Wandel. Seit 1979 Durchführung von überwiegend empirisch ausgerichteten Forschungsvorhaben. Durchführung des Lehrforschungsprojekts „Planschmiede: Leitideen und Steuerungskonzepte für die Informationsgesellschaft“. Zur Zeit Durchführung eines mehrjährigen Drittmittelforschungsprojekts für die Hans-Böckler-Stiftung. Arbeitsschwerpunkt am Hans-Bredow-Institut: Kommunikationspolitik, sozialwissenschaftliche Steuerungs- und Regulierungstheorie, Politische Kommunikation.

Thomas Kirsch (geb. 1961) studierte Volkswirtschaftslehre und Politische Wissenschaften an der Freien Universität Berlin und der Universidad Nacional in Heredia/Costa Rica. Von 1992 bis 1996 arbeitete er als Wissenschaftlicher Referent am Hans-Bredow-Institut. Dort galt sein Forschungsinteresse vor allem der Medienpolitik und -wirtschaft in Industrie- und Schwellenländern. Zu seinen Institutsprojekten zählen u.a. Untersuchungen über die Film- und Fernsehwirtschaft in Brasilien, die Medienwirtschaft

Hamburgs und Schleswig-Holsteins sowie über Beschäftigung und wirtschaftliche Lage der Rundfunkwirtschaft 1995. Nach Fertigstellung seiner Dissertation wechselte er Anfang 1997 zum Europäischen Medieninstitut in Düsseldorf.

Dr. Friedrich Krotz (geb. 1950) ist Diplommathematiker (Universität Karlsruhe) und Diplomsoziologe (Universität Hamburg). Er war in beiden Berufen unter anderem als Wissenschaftlicher Mitarbeiter an den Universitäten des Saarlandes, der Universität Hamburg, an der Freien Universität Berlin in einem DFG-Projekt sowie der Fachhochschule für öffentliche Verwaltung in Hamburg in Forschung und Lehre tätig. Seit 1989 arbeitet er als Wissenschaftlicher Referent am Hans-Bredow-Institut. Er bearbeitete unter anderem die folgenden Projekte des Instituts: Der 3. Oktober 1990 im Fernsehen und im Erleben der Deutschen, Perspektiven für Europäisches Bildungsfernsehen, Individuelle Nutzungsmuster von Fernsehzuschauern bzw. Sekundäranalysen von telemetrischen Zuschauerdaten, die Gemeinwohlbindung des Rundfunks im Zeichen der Veränderung der Telekommunikation.

Christiane Matzen (geb. 1964) studierte Geschichte, Öffentliches Recht und Soziologie in Hamburg und Marburg. Seit 1991 ist sie Wissenschaftliche Redakteurin am Hans-Bredow-Institut. Zu ihrem Arbeitsbereich gehört vor allem die redaktionelle Betreuung der Zeitschrift „Rundfunk und Fernsehen“, des „Internationalen Handbuchs für Hörfunk und Fernsehen“ sowie der Reihe „Forschungsberichte und Materialien“. Darüberhinaus war bzw. ist sie u.a. in folgenden Themenbereichen des Instituts tätig: Perspektiven für Europäisches Bildungsfernsehen, Rundfunkentwicklung in Deutschland und Entwicklung der Rundfunksysteme international.

Hermann-Dieter Schröder (geb. 1957) studierte Soziologie in Bielefeld. Nach dem Zivildienst

war er zunächst als Projektmitarbeiter am Fachbereich Wirtschaftswissenschaft der Universität Hamburg tätig; seit 1983 ist er Wissenschaftlicher Referent des Hans-Bredow-Instituts. Hier hat er u.a. über folgende Themen gearbeitet: Darstellung von Fernsehprogrammen und Rundfunkveranstaltungen in Programmzeitschriften und Tageszeitungen, Organisation und Finanzierung lokalen Hörfunks, Organisation der Programmproduktion für das Fernsehen und Entwicklung der Medienwirtschaft in Hamburg. Seine gegenwärtigen Forschungsinteressen richten sich besonders auf die organisatorischen und wirtschaftlichen Strukturen des Mediensystems und auf die Entwicklung interaktiver Medien und computergestützter Information und Kommunikation.

Wolfgang Schulz (geb. 1963) studierte in Hamburg Rechtswissenschaft und Journalistik. Nach einem Jahr als Wissenschaftlicher Mitarbeiter an der „Aufbauqualifikation Fachreferent/in für Öffentlichkeitsarbeit (DIPR)“ arbeitet er seit 1993 am Hans-Bredow-Institut. Schwerpunkte seiner Arbeit liegen bei Problemen der rechtlichen Regulierung im Bezug auf Medieninhalte - insb. Gewaltdarstellungen -, Fragen des Rechts neuer Kommunikationsmedien und der Rechtsgrundlagen journalistischer Arbeit, aber auch in den rechtsphilosophischen

Grundlagen der Kommunikationsfreiheiten und der systemtheoretischen Beschreibung des publizistischen Systems.

Dr. Ralph Weiß (geb. 1955) studierte Psychologie in Hamburg. Seit 1983 arbeitet er als Wissenschaftlicher Referent am Hans-Bredow-Institut. Zu seinen bisherigen Institutsprojekten zählen: Die Morgennachrichten im Hörfunk. Themen - Akteure - Nachrichtenstile (1987). Hörfunknachrichten in der DDR - Eine systematische Inhaltsanalyse (1986). Programmstrukturen im dualen Hörfunksystem. Ergebnisbericht über die inhaltsanalytische Untersuchung der Programmstruktur des Hörfunkangebotes in Hamburg (1989). Die lokale Welt im Radio. Information und Unterhaltung im Lokalradio als Beiträge zur kommunalen Kommunikation (1993). Lokalradio und Rechtsextremismus. Aufklärung im Hörfunk? (1993). Hörertypen und ihr Medienalltag (1995). Seine Arbeits- und Forschungsschwerpunkte liegen derzeit in den Bereichen Radioprogramme (Struktur, publizistische Funktion und Begleitfunktion), politische Kommunikation und politische Kultur; Rundfunk als Medium der Alltagskultur sowie einer Sozialpsychologie des Rundfunks. Für die Jahre 1997 und 1998 hat er ein Stipendium der Deutschen Forschungsgemeinschaft erhalten, um seine Habilitationsschrift über „Fern-Sehen als kulturelles Handeln“ fertigzustellen.

Übersicht über die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Direktor:

Prof. Dr. Otfried Jarren

Das Institut beschäftigt ferner Projektmitarbeiterinnen und -mitarbeiter sowie wissenschaftliche Hilfskräfte.

Wiss. Referenten:

Dr. Uwe Hasebrink (geschäftsf.)

Dipl.-Volksw. Thomas Kirsch (bis 12/96)

Dr. Friedrich Krotz

Dipl.-Soz. Hermann-Dieter Schröder

Dr. Ralph Weiß

Projektmitarbeiter:

Klaus-Dieter Altmeppen

Patrick Donges

Kerstin Fricke

Philipp Steinwärdner

Wiss. Assistenten:

Stefan Engels (bis 7/96)

Wolfgang Schulz

Wissenschaftliche Hilfskräfte:

Hannah Bube, Christoph Classen, Marco Czygan, Clas Dammann, Christiane Egberdt, Peter Eingrüber, Cordula Eubel, Tobias Galitzien, Tobias Gostomzyk, Sven Grimm, Andreas Grünewald, Anja Herzog, Uwe Jürgens, Claudia Lampert, Roman Langer, Inez Mester, Klaus Opora, Thomas Riedel, Eva Rischkau, Claudia Roeske, Andrea Rodewald, Anna-Kathrin Warner, Beate Winter, Andrea von Wurmb.

Wiss. Redakteurin:

Christiane Matzen, M.A.

Bibliothekarin:

Dipl.-Bibl. Jutta Simon

Verlag/Buchhaltung:

Margarethe Rieck

Sekretariat:

Hannelore Günther

Elfrun von Schutzbar

Brigitte Saß

Wissenschaftliches Kollegium:

Die Mitglieder des wissenschaftlichen Kollegiums unterstützen das Institut bei der Definition neuer Forschungsthemen und bei der Bearbeitung konkreter Untersuchungen. Derzeit gehören dem Kollegium folgende Mitglieder an:

Stefan Engels

Dr. Margarete Schuler-Harms