Fög : Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Medienwissenschaft Schweiz = Science des mass média Suisse**

Band (Jahr): **- (1999)**

Heft 1

PDF erstellt am: **25.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-790743

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft / Soziologisches Institut der Universität Zürich

Adresse: Wiesenstr. 9, 8008 Zürich
Tel.: 01/634 35 91 Fax: 01/634 35 99
E-mail: foeg@access.unizh.ch Website: http://www.foeg.unizh.ch/

1. Personal

Der «Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft» besteht aus 10 wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, einem freien wissenschaftlichen Mitarbeiter, einer Leiterin Administration und zwei Mitarbeitern in der Medienerfassung sowie 8 studentischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Ergänzt wird der Forschungsbereich mit wechselnden Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auf zwei bis drei Einsatzstellen und einem Erhebungsstab.

Mitarbeiter:

Kurt Imhof, Prof. Dr., imhofk@access.unizh.ch; Mark Eisenegger, lic. phil., meisoz@access.unizh.ch; Patrik Ettinger, lic. phil., ettinger@access.unizh.ch; Petra Frey, lic. phil., freyp@access.unizh.ch; Esther Kamber, lic. phil., kambere@access.unizh.ch; Stephan Meier von Bock, lic. phil., stmeier@access.unizh.ch; Philipp Merkofer, lic. phil., merkofer@access.unizh.ch; Guido Schätti, lic. phil., schaetti@access.unizh.ch; Dani Wintsch, lic. phil., DaniWintsch@access.unizh.ch; N.N.

Freier Mitarbeiter:

Andreas Ernst, Dr. phil., ernsta@mpt.com.mk

Leitung Administration und Medienerfassung:

Ines Walser; Marcel Begert, Michael Humer; foeg@access.unizh.ch

Studentische Mitarbeiter:

Stefan Keller, cand. phil., sakeller@email.ch; Markus Meier, cand. phil., mameier@access.unizh.ch; Dominique Oehler, cand. phil., dodo.oe@access.unizh.ch; Mario Schranz, cand. phil., schranz@access.unizh.ch; Stefan Tobler, cand. phil., StefanTobler@access.unizh.ch; Axel Ulbricht, cand. phil., aulbricht@bluewin.ch; Rene Weber, cand. phil., ReneWeber@access.unizh.ch; N.N.

2. Lehre und Forschung

- **Lehre:** Der Forschungsbereich bietet für 8 – 10 Wochenstunden Lehrveranstaltungen an: Neben Vorlesungen und Seminaren handelt es sich hierbei um die Theoriekolloquien I und II (Einführung in die Öffentlichkeitssoziologie), um ein Methodenkolloquium (Zeitreihen-, Inhaltsanalytik; Datenbankmanagement) und ein Abschlusskolloquium (Lizentianden und Dissertanden). Ausserdem bietet das "fög-Kolloquium" geladenen Gästen ein Forum, um ihre Arbeitsgebiete vorzustellen.
- **Forschung:** Der Forschungsbereich setzt sich aus drei Forschungsschwerpunkten und den Zentralen Diensten zusammen: Das erkenntnisleitende Interesse im Schwerpunkt **«Sozialer Wandel» (SW)** konzentriert sich darauf, die Entwicklung moderner Gesellschaften durch die systematische Erfassung der öffentlichen Kommunikation zu erschliessen. Entsprechend befassen sich die Projekte dieses Schwerpunktes mit der vergleichenden Analyse der Selektion und der Karriere von Kommunikationsereignissen in Medienarenen über grosse Zeiträume. Diese Untersuchungen beziehen sich auf den Ursprung relevanter Themen bei etablierten oder nicht-etablierten politischen Akteuren oder bei den Medien bis hin zum abgeschlossenen Rechtsetzungsprozess im politischen System. Dabei geht es um die Frage, wer die medienvermittelte öffentliche Kommunikation wann beeinflussen kann, welche Selektions-, Diffusions- und Interpretationslogiken beobachtbar sind und welche (Rückkoppelungs-)Effekte Kommunikationsereignisse auf das politische System haben. Im Aggregat lassen sich in dieser Perspektive Regularitäten massenkommunikativer Prozesse und der Wandel dieser Regularitäten analysieren. Die methodische Basis dieser Untersuchungen besteht in der induktiven Erhebung der wichtigsten Kommunikationsereignisse in Medien, welche die Kommunikation in einer bestimmten Arena repräsentieren (Leitmedien), in Organen nicht-etablierter politischer Akteure (Peripheriemedien) und im Parlament.

  Das erkenntnisleitende Interesse im Schwerpunkt **«Öffentlichkeitsmonitoring» (ÖM)** konzentriert sich auf die Selektions-, Diffusions-, Interpretations- und Produktionslogiken medialer Kommunikation und die Resonanz von Akteuren aus Politik und Wirtschaft. Die Projekte dieses Schwerpunktes beschäftigen sich mit den Effekten der Differenzierungs- und Entdifferenzierungsprozesse zwischen den Teilsystemen Politik, Medien und Wirtschaft sowie innerhalb dieser Teilsysteme. Das Forschungsobjekt dieser Untersuchungen sind Medieninhalte, Kommunikationsformate (Beilagen- und Rubrikenstruktur, Sendeformate, Werbeformate und -anteile) und Strukturdaten. Der Schwerpunkt besteht in der Erfassung des Wandels von Aufmerksamkeitsstrukturen, Kommunikationsstilen (kognitiv, normativ, expressiv), Thematisierungsstilen (Privatisierung, Personalisierung der

politischen Kommunikation), Resonanzanalysen (Differenzierung von Themenresonanz versus Argumentationsresonanz), Event-Analysen (Skandalogie, Inszenierungsformen) und Diffusionsanalysen (innerhalb der Medienarena sowie zwischen der Medienarena und Arenen des politischen Systems). Diese Arenaforschung ("Issue Monitoring") interessiert sich insbesondere für massenmediale "Zündschnureffekte", thematische Koppelungen, Kommunikationskonvergenzen, Moralisierungswellen, Häufungen spezifischer Ereigniskategorien und für die Etablierung von Moralregimes. Diese Perspektive wird ergänzt durch akteurtheoretische Ansätze wie Positions- und Konfliktfeldanalysen ("virtuelle Vernehmlassungen") und durch die Untersuchung der Positionskohärenz und des Sozialprestiges politischer und ökonomischer Akteure über die Zeit. Sowohl im Forschungsschwerpunkt "Sozialer Wandel" als auch im Schwerpunkt "Öffentlichkeitsmonitoring" wird besonderer Wert auf die theoriegeleitete Forschung und den Aufbau einer methodisch kohärenten Datenbasis zum Zwecke des komparativen Monitorings öffentlicher politischer Kommunikation gelegt.

Das erkenntnisleitende Interesse im Schwerpunkt **«Organisationskommunikation» (OK)** konzentriert sich auf die Beziehungen zwischen Organisationskommunikation und Medienkommunikation. Organisationen sind Kommunikationssysteme mit komplexen Interdependenzbeziehungen zur Organisationsumwelt, die massgeblich über die Beobachtung der Medienkommunikation wahrgenommen wird. Die der Umwelt- wie der Eigenbeobachtung dienende öffentliche Kommunikation selbst ist wiederum das Produkt der Kommunikation in erster Linie spezialisierter Organisationen des Mediensystems, des politischen Systems, des ökonomischen Systems und weiterer Teilsysteme. Dies begründet eine Perspektive, welche die *Effekte* der Autonomisierung des Mediensystems auf die Kommunikationsstrukturen und -formen von Organisationen untersucht (Medialisierung). Die Analyse der Interdependenz von Organisationskommunikation und öffentlicher Kommunikation erfordert in theoretischer wie empirischer Hinsicht die Kommunikationsformen und -strukturen auf der Makroebene wie auf der Meso- und Mikroebene zu verbinden. Damit setzt dieser Forschungsschwerpunkt an der Eigenschaft von Organisationen an, Interaktionskommunikation, Organisationskommunikation und öffentliche Kommunikation zu integrieren. Die Kommunikation von Organisationen wird in drei Dimensionen einer vergleichenden Untersuchung unterzogen:

a) Positionierung der Organisation: Wie werden Unternehmen, Parteien und Behörden seitens ihres Führungspersonals und spezialisierter Kommunikatoren (PR) gegenüber den Mitgliedern und der Umwelt positioniert, wie nimmt die Organisation sich und die Umwelt wahr? Wie erfolgt das Wissensmanagement innerhalb der Organisation? Wie reagieren Organisationen auf den Medialisierungsdruck und wie erfolgt die Krisenkommunikation?

b) Corporate Identity: Die Verortung der Organisation gegenüber der Umwelt schafft gleichzeitig die Voraussetzung für die Corporate Identity. Dieser soziale Kitt von Organisationen bildet die Basis für die emotionale Bindung der Mitglieder (Identifikation) und verkörpert auch die normativen Anforderungen an ihr Handeln (Sozialisation). Bezüglich dieser Organisationsidentität stellen sich der vergleichenden Forschung Fragen nach ihrer Beschaffenheit, ihrem Geltungsbereich und den Bedingungen ihrer Verbindlichkeit bzw. Integrationskraft.

c) Führungsformen: Schliesslich gilt es neben den Aspekten der Form und der Vermittlung der Umweltpositionierung und der Corporate Identity auch die Führungsformen zu analysieren. Hierbei geht es um die Bedingungen der Innovationsfähigkeit und der Mitgestaltungsbereitschaft auf der Basis einer Führungskultur, die Verantwortungsspielräume mit zielorientiertem Handeln verknüpfen kann.

- **Zentrale Dienste:** Diesem Bereich ist neben den EDV-Diensten, die administrativen und die organisatorischen Aufgaben die Archivierung aller Daten, die Methoden- und Datenkontrolle, die Datenbankvernetzung, die Koordination der Erhebungsarbeiten und die Forschungsplanung zugeordnet. Besonderer Wert wird auf die Konzeption und Pflege von vernetzten Datenbankfamilien gelegt, die dank Methodenkohärenz projektübergreifende Sekundäranalysen erlauben.

3. Dienstleistungen

Der «Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft» setzt sich zum Ziel, die angewandte Forschung konsequent auf die Bedürfnisse der universitären Grundlagenforschung abzustimmen, um der aufwendigen und datenintensiven Öffentlichkeitsforschung die notwendigen Mittel zu verschaffen.

4. Aussenbeziehungen

Der «Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft» partizipiert am Kompetenzzentrum «SwissGIS – Swiss Centre for Studies on Global Information Society – University of Zurich», ist Mitveranstalter des jährlichen «Mediensymposiums Luzern» und arbeitet in vielen Forschungsprojekten mit verwandten Forschungsinstitutionen zusammen.

Publikationen: Vgl. http://www.foeg.unizh.ch