

COMDOC

Objekttyp: **BookReview**

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

Band (Jahr): - **(1992)**

Heft 1

PDF erstellt am: **30.06.2024**

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>

COMDOC

Bibliographie • Medienliteratur • Schweiz

Universitäre Medienforschung

Saxer, Ulrich / Rathgeb, Jürg: *Lokalradiowerbung als Innovation*. Der Einführungsprozess eines neuen Werbeträgers in der Schweiz. Eine empirische Studie. Reinhard Fischer Verlag: München 1992, 203 Seiten, ISBN 3-88927-097-2.

Die vorliegende Pilotstudie analysiert einen entsprechenden Innovations- und Integrationsprozess, und zwar am Beispiel der schweizerischen Lokalradiowerbung. Basis der empirischen Untersuchung sind die Resultate einer Befragung bei Wirtschafts-, Werbe- und Radiovertretern einerseits, andererseits eine detaillierte Inhaltsanalyse einer Stichprobe von Lokalradio-Werbespots.

Ulrich Saxer: *Presse - Post - Presseförderung*. Pressedefinitionen und postalische Transporttarifpolitik. Expertise verfasst vom Leiter des Seminars für Publizistikwissenschaft der Universität Zürich. Zürich 1992.

Den Ausgangspunkt der Expertise bilden vorgesehene Änderungen der postalischen Transporttarifpolitik durch die PTT, die den Kreis der von Vergünstigungen profitierenden Titelkategorien einschränken wollen. Ein erster Teil befasst sich darum mit der Definitionsproblematik im Pressebereich gefolgt von Überlegungen zur Fragen der Presseförderung. In einem empirischen Teil wird eine *Struktur- und Inhaltsanalyse* von 15 Schweizer Zeitungen durchgeführt, wobei einerseits die Entwicklung zwischen 1975 und 1991, andererseits die intermediären thematischen Unterschiede interessieren.

Angesichts der komplexen und widersprüchlichen Gesamtkonstellation empfiehlt der Autor, ein erweitertes Gremium mit zusätzlichem Sachverstand und politischer Potenz zu konstituieren, wobei dieses Gremium Leistungserwartungen bezüglich der schweizerischen Presse zu formulieren hätte, aus denen dann ein Leistungsförderungs- bzw. -erhaltungsauftrag zuhanden des Postzeitungsdienstes abzuleiten wäre.

Frank Hänecke / Projektgruppe: *Musikberichterstattung in der Schweizer Presse*. Ergebnisse aus Inhaltsanalysen, Redaktions- und Journalistenbefragungen. Seminar für Publizistikwissenschaft der Universität Zürich, Diskussionspunkt 23, 124 Seiten, SFr. 30.-

Die Studie behandelt ein Teilgebiet des Themas Medien und Kultur in der Schweiz. Ein Projektteam des Seminars für Publizistikwissenschaft der Universität Zürich untersuchte sowohl qualitativ wie quantitativ eine "Schnittmenge", welche durch einen Teil des schweizerischen Mediensystems - vor allem die Zeitungen aus der Deutschschweiz - und durch einen Ausschnitt aus dem Kulturspektrum - Musik - gebildet wird. *Musik* erscheint aus dieser Perspektive daher als Medieninhalt, Gegenstand der Berichterstattung und der Kritik. Die Untersuchung richteten sich auf drei Ebenen:

Mittels *Redaktionsbefragung* wurden die publikationsspezifischen Konzepte und Ressourcen abgeklärt, aber auch die musikredaktionellen Organisationsformen sowie die in der Praxis wahrgenommenen Hauptprobleme. Ergänzt wurde dieser Analyseteil durch *Leitfadengespräche* mit musikjournalistisch tätigen Personen, wobei individuelle Erfahrungen und Arbeitsbedingungen im Mittelpunkt standen.

Drittens nahm das Projektteam eine aufwendige *Inhaltsanalyse* der Musikberichterstattung von 31 schweizerischen Publikationen vor. Annähernd 6000 Artikel, die in einem Zeitraum von zwei Monaten erschienen sind, wurden nach thematischen und formalen Kriterien untersucht, aber auch nach Stilbezug, Platzierung oder Ereignisort.

Alexander Theobald: *Blick und Bild*. Zwei Boulevardzeitungen im Vergleich. Lizentiatsarbeit am Seminar für Publizistikwissenschaft der Universität Zürich, März 1992.

Im Zentrum dieser Untersuchung steht das Handwerk des Boulevardjournalismus. Den Autor interessierte, wie zwei gattungsgleiche Zeitungen dasselbe Thema verschieden aufbereiteten. Untersucht wurde die Berichterstattung während und über die Golfkrise: 2. August 1990 - 16. Januar 1991. Neben einer *quantitativen Analyse der Texte*, Bilder und Schlagzeilen (auch bezüglich Verständlichkeit und Wortfelder), wurden auch die Journalisten befragt. Von den *Befunden* her kann die Studie ein Vorturteil wi-

derlegen: "Boulevardpresse ist eben nicht gleich Boulevardpresse." Die Meinung, dass sich Zeitungen mit grossen Schlagzeilen und vielen Bildern nur wenig voneinander unterscheiden, ist falsch.

Priska Spörri: *Von der Filmkritik zur Fernsehkritik.* Entwicklung und Etablierung dieser Kritikformen in drei Tageszeitungen: Neue Zürcher Zeitung, Tages-Anzeiger, Volksrecht. Lizentiatsarbeit am Seminar für Publizistikwissenschaft der Universität Zürich, November 1991.

Die Grundlage der Untersuchung bildet die quantitative formale und *inhaltliche Analyse der Film- und Fernsehkritiken* in drei Zürcher Tageszeitungen, wobei jeweils alle im Monat März erschienenen Kritiken alle zehn Jahre von 1920 bis 1990 codiert wurden. Insgesamt wurden so 1284 Untersuchungseinheiten analysiert. Die *Befunde* erlauben Rückschlüsse auf die Etablierung und Institutionalisierung von Medienkritik, insbesondere auch bezüglich Aspekten wie Bewertung und Argumentation.

Jens Stark: *Radio- und Fernsehnachrichten im Vergleich.* Inhaltsanalyse der Hauptausgabe der Tagesschau des Fernsehens der deutschen und rätoromanischen Schweiz (DRS) und des Abendjournals des Radios der deutschen und rätoromanischen Schweiz (DRS). Lizentiatsarbeit am Seminar für Publizistikwissenschaft der Universität Zürich, März 1992.

Es handelt sich um eine quantitative Inhaltsanalyse der Nachrichten von je einer Woche zu sechs verschiedenen Zeitpunkten während des Jahres 1990. Codiert wurden 1664 Untersuchungseinheiten von je 42 Tagesschauen und Abendjournalen.

Gefragt wurde insbesondere nach den Kriterien der Nachrichtenselektion und im intermedialen Vergleich nach der Übereinstimmung bzw. den Divergenzen: So stimmten 55% der Beiträge des Abendjournals nicht mit denen der Tagesschau überein, und umgekehrt stimmten etwa 60% der Beiträge der Tagesschau nicht mit denen des Abendjournals überein, wobei das je unterschiedliche Verhältnis zwischen Inland- und Auslandbeiträgen eine wichtige Rolle spielt. Neben solchen inhaltlichen Aspekten wurde auch die Verständlichkeit der beiden Sendungen untersucht, wobei das Abendjournal schwerer verständlich ist als die Tagesschau.

Robert Stark: *Braucht es eine Agrarpresse in der Schweiz?* Entwicklung, Struktur und Inhalt der landwirtschaftlichen Zeitungen. Diplomarbeit am Institut für Agrarwirtschaft der ETH. Zürich 1990/91.

Walter-Alexander Jungmeister: *Das Bildmaterial von Schweizer Tageszeitungen.* Wirklichkeitskonstruktion durch rituelle Redundanz: Eine vergleichende inhaltsanalytische Untersuchung zu Form und Funktion der Presseillustration. Dissertation Universität Zürich. Zentralstelle der Studentenschaft: Zürich 1991, 283 Seiten.

Es handelt sich bei dieser empirischen Forschungsarbeit um eine erste systematische und quantitative *inhaltsanalytische Sondierung* des gegenwärtigen Bildangebots der Schweizer Zeitungen. Untersucht wurde eine repräsentative Auswahl von 17 Zeitungen in den drei Sprachregionen der Schweiz, und zwar an vier Tagen von 1986, was als Datenbasis 1374 codierte Bilder ergab.

Erika Keil: *Hörerbeteiligung am Radio: vom sprachlosen Ich zum eloquenten Du.* P. Lang Verlag: Bern 1991, 191 Seiten, ISBN 3-261-04421-7.

Diese Dissertation untersucht unter linguistischen und kommunikationstheoretischen Gesichtspunkten verschiedene Sendungen mit Hörerbeteiligung von schweizerischen Lokalradios.

Andrea Haefliger / Silvia Böhlen: *Jugend und Werbung.* Abschlussarbeit im Rahmen des Studiums der Medienwissenschaft an der Universität Bern. Bern 1992.

Thema der Abschlussarbeit ist die Werbung, die sich an Jugendliche richtet. Im empirischen Teil wurde die Werbung in verschiedenen Medien (Fernsehen, Radio, Zeitung, Zeitschriften, Plakate, Schaufenster, Kino) nach Kriterien wie Produkt, Raum / Atmosphäre, Werbung für / mit Jugendlichen, Preislage, Identifikation, Sprache, Klischees, Glaubwürdigkeit etc. untersucht, wobei sich zum Teil frappante Unterschiede zeigen. Ein Fazit: "*Jugendwerbung ist voller veralteter Klischees und presst die Jugendlichen in vorgefabrizierte Schablonen.*"

Ergänzt wurden diese inhaltlichen Analysen durch zehn Interviews mit Jugendlichen, wobei diese, im Unterschied zu amerikanischen Befunden, ganz allgemein eine eher positive Einstellung zur Werbung äusserten.

Greber, Toni / Kaufmann, Martin: *Zeitungsmetamorphose in Uri und Schwyz.* Bern 1992, 144 Seiten, SFr. 12.-

Pavel, Walter: *Sind JournalistInnen aus der ehemaligen DDR Wendehälse?* Bern 1992, ca. 106 Seiten, SFr. 11.-

Zu beziehen bei Institut für Medienwissenschaft der Universität Bern, Lerchenweg 36, 3000 Bern 9.

Katharina Brunner: *Determinanten innerbetrieblicher Informationspolitik*. Diplomarbeit am Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Freiburg, 1991.

Rachel Dungar: *Bible Principles for Communication Ethics*. Diplomarbeit am Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Freiburg, 1992.

Johanna Hjaltadóttir: *Zur Berufssituation der isländischen Journalistinnen*. Diplomarbeit am Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Freiburg, 1992.

Eva Nydegger: *Baumi-Post - Leserschaftsbefragung*. Ein Marketinginstrument im Prüfstand. Diplomarbeit am Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Freiburg, 1992.

Barbara Schäfer: *Die Entwicklung der russischen Wochenzeitung MOSKOWSKIE NOWOSTI zwischen 1980 und 1991*. Diplomarbeit am Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Freiburg, 1992.

Ase Vik: *Creation and Management of Press Relations*. Travail de diplôme à l'Institut de Journalisme et des communications sociales de l'Université de Fribourg, 1992.

SRG Forschungsdienst

SRG Forschungsdienst: *Jahresbericht des Forschungsdienstes 1991*. Band I: Allgemeine Daten. Bern Mai 1992.

Der Bericht enthält Befunde aus den Tagesablaufbefragungen sowie aus dem Telecontrol-System zum Medienbesitz und zur Nutzung von Radio und Fernsehen.

SRG Forschungsdienst: *Jahresbericht des Forschungsdienstes 1991*. Band II: Zuschauerdaten (TELECONTROL-Ergebnisse).

Der Bericht enthält die Befunde zur Zusammensetzung der angebotenen Fernsehprogramme der SRG und zu deren Publikumsresonanz.

SRG Forschungsdienst: SRG-Medienstudie 1991 / Jahresbericht. Deutschschweiz: *Die Beachtung der SRG-Programme und der Lokalradios 1991*. Bern, April 1992. - SSR Service de la recherche: Étude médias SSR 1991 / rapport annuel. Suisse romande: *Impact des programmes de la SSR et des radios locales*. Berne, Avril 1992. - SSR Servizio di ricerca: Indagine sui media SSR 1991 / rapporto annuale. Svizzera italiana: *Tasso d'ascolto dei programmi radiofonici SSR e delle radio locali*. Berna, Aprile 1992.

Matthias F. Steinmann / Heinrich Anker: *Musik-Erleben und Musik-Präferenzen*. Ergebnisse einer qualitativen und einer bevölkerungsrepräsentativen Studie in der Deutschen Schweiz 1991. April 1991.

SRG Forschungsdienst: *Musik am Radio: Ansprüche, Funktionen und Präferenzen*. Ergebnisse einer repräsentativen Publikums-Befragung vom Oktober 1991. Januar 1992.

SRG Forschungsdienst: *Die Publikumsresonanz der TV-Berichterstattung von den Olympischen Winterspielen in Albertville* (8. - 23.2.1992). Februar 1992.

Markus Jedele / Matthias F. Steinmann: *Die Publikumsresonanz der TV-Berichterstattung von den Olympischen Sommerspielen in Barcelona* (25.7. - 9.8.1992). August 1992.

SRG Forschungsdienst: *Die Publikumsresonanz der SRG-Programme zu den National- und Ständeratswahlen 1991*. April 1992.

SRG Forschungsdienst: *Die Informationssendungen des Schweizer Fernsehens in den Augen ihres Publikums*. Bern, Mai 1992.

SRG Forschungsdienst: *Die Publikumsresonanz der SRG-Berichterstattung zum "Concours Eurovision"*. Finale in Malmö (9.5.92), CH-Vorauscheidungen in Lugano (23.2.92). Bern, Mai 1992.

SRG Forschungsdienst: *Die Publikumsresonanz der SRG-Fernsehbeiträge im Rahmen des 700-Jahr Jubiläums*. Bern, Mai 1992.

Aeschbacher, Catherine / Steinmann, Matthias: *Video in der Schweiz 1991*. SRG Forschungsdienst: Bern 1992.

Alle Berichte sind zu beziehen bei: SRG Forschungsdienst, Giacomettistr. 3, Postfach, 3000 Bern 15

Publikationen und Bücher

Willy Bretscher: *Spannungsfeld kalter Krieg*. Neue Zürcher Zeitung 1945 - 1967. Verlag Neue Zürcher Zeitung: Zürich 1991, 347 Seiten, ISBN 3-85823-333-1, SFr. 45.--

Der Band umfasst 63 Beiträge von Willy Bretscher, Chefredaktor der Neuen Zürcher Zeitung, ausgewählt und kommentiert von Katharina Bretscher-Spindler.

Paul Schaffroth: *Sturm und Drang*. Aus der Vergangenheit der stadtbarnischen Presse (1500 - 1900). Benteli Verlag: Wabern-Bern 1991, 297 Seiten, ISBN 3-7165-0784-9, SFr. 56.--

Reich bebilderte Aufzeichnungen des Pressealltags zu jener Zeit. Teil I: Verleger, Journalisten, Drucker und ihre Zeitungen und Zeitschriften im Alten Bern; Teil II: Die Presse wird eine politische Macht; Teil III: Die Geburt der öffentlichen Meinung.

Michael Haller / Helmuth Holzhey (Hg.): *Medien-Ethik*. Beschreibungen, Analysen, Konzepte für den deutschsprachigen Journalismus. Westdeutscher Verlag: Opladen 1992, 331 Seiten, ISBN 3-531-12305-X, SFr. 63.20

Auf der Basis einer internationalen Fachtagung zum Thema "*Massenmedien - Geschäft oder Moral*" stellt der Band die Frage: Wieviel Ethik brauchen die Massenmedien. Journalisten, Medienforscher, Philosophen, Juristen und Historiker aus Deutschland, der Schweiz (Ulrich Saxer, Roger Blum, Jörg P. Müller, Ludwig Hasler, Peter Nobel u.a.) und Österreich erörtern die Möglichkeiten und Grenzen einer Berufsmoral für Medienmacher.

Stephan Portmann: *Der neue Schweizerfilm (1965 - 1985)*. Ein Studienbericht zur Analyse ausgewählter Spiel- und Dokumentarfilme. Arbeiten aus dem Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Freiburg. Band 26. Universitätsverlag Freiburg, Schweiz 1992, 364 Seiten, ISBN 3-7278-0791-1.

Die vorliegende Arbeit ist im Rahmen des Nationalen Forschungsprogramms NFP 21, "*Kulturelle Vielfalt und Nationale Identität*" entstanden. Es handelt sich um eine Inhaltsanalyse von 60 neuen Schweizer Filmen; sie gibt auf folgende Fragen empirisch geprüfte Antwort: 1. Welche politischen, sozialen und gesellschaftlichen Themen greifen die neuen Schweizer Filme auf? Welches Bild der Schweiz zeichnen sie? 2. Welche Funktionen erfüllen die neuen Schweizer Filme in der Schweizer Gesellschaft? Sind sie ein Zeitspiegel oder bringen sie neue Ideen ein und kurbeln sie sozialen Wandel an? 3. Ist der neue Schweizer Film eine "helvetische Kunstform"? Oder sind die inhaltlichen und/oder formalen Unterschiede in den Filmen aus den einzelnen Sprachregionen zu gross, als dass von einer solchen Kulturform gesprochen werden könnte?

Nikolaus Wyss (Hg.): *21 Jahre TAM*. Vom Nährwert einer Beilage. Bockler Press: Zürich 1991, 198 S., ISBN 3-9520140-0-1.

Der Reader vermittelt mit seinen Beiträgen, Essays und Reportagen ein interessantes und fazettenreiches Bild der publizistischen Entwicklung und des intellektuellen und politischen Einflusses der Beilage "TagiMagi" des Tagesanzeigers, das im Herbst 1991 mit anderem Konzept und Titel neulanciert wurde.

Biscioni, Renato: *Fernsehkinder*. Vom Umgang mit einem beherrschenden Medium. Orell Füssli: Zürich / Wiesbaden 1991, 80 S., ISBN 3-280-02050-6.

Dieses Buch untersucht aus einer medienpädagogischen Perspektive das Fernsehen und seine Auswirkungen auf das kindliche Befinden und Verhalten. Eltern, Lehrer/innen und Erzieher/innen finden hier Hilfe und Anregung bei Problemen und Fragen rund ums Medium Fernsehen.

Aaken, Anne van: *Eine ökonomische Theorie der öffentlichen Meinung*. Reihe: Arbeiten aus dem Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Freiburg, Band 28. Universitätsverlag Freiburg 1992, 230 S., ISBN 3-7278-0832-2, ca. SFr. 37.-

auf der Maur, Rolf: *Das Urheberrecht des Produzenten*: schweizerische Lehre und Gesetzgebung im Zuge der europäischen Rechtsharmonisierung. Helbing & Lichtenhahn: Frankfurt/M. 1991, 115 S., ISBN 3-7190-1176-3.

Couchepin, Benoît: *La politique d'information du Conseil fédéral de 1945 à 1968*. Collection: Travaux de l'Institut de journalisme et des communications sociales de l'Université de Fribourg, vol. 27. Universitätsverlag Freiburg, Schweiz 1992, 86 pages, ISBN 2-8271-0583-7, SFr. 18.-

Eisner, Manuel: *Politische Sprache und sozialer Wandel*: eine quantitative und semantische Analyse von Neujahrsleitartikeln in der Schweiz von 1840 bis 1987. Seismo Verlag: Zürich 1991, 211 S., ISBN 3-908239-04-4.

Knechtli, Peter (Hrsg.): *Handbuch Freie Journalisten*: ein Wegweiser für Freie Journalisten, Redaktoren und Verleger. Lenos: Basel 1991, 317 Seiten, ISBN 3-85787-123-7.

Kramer, Thomas / Siegrist, Dominik: *Terra: ein Schweizer Filmkonzern im Dritten Reich*. Chronos: Zürich 1991, 128 Seiten, ISBN 3-905278-73-1.

Nationale Schweizerische Unesco-Kommission (Hrsg.): *Abschied von der "Idee SRG"? = La fin de "l'idée SSR"?* Verschiedene Texte des Kolloquiums, organisiert von der Nationalen schweizerischen Unesco-Kommission

(NSUK), Sektion Kommunikation, am 4. Dezember 1990 im Hotel Schweizerhof, Bern. Bern 1991, 48 Seiten

Rüttimann, Jean-Paul: *Die Berichterstattung über den Golfkrieg und ihr Echo in den Medien*: direkt dabei, und doch zensiert: Journalismus zwischen den Fronten. Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Fribourg: Freiburg/Schweiz 1991, 118 S.

SJU und SSM (Hg.) *Der Frauenstreik in den Medien* = Lo sciopero delle donne nei mass media = La grève des femmes dans les mass media. Journalisten-Union / Schweizer Syndikat Medienschaffender: Bern 1992, 75 Seiten.

Zollinger, Konrad: *Frischer Wind oder faschistische Reaktion?* Schweizer Presse zum Frontismus 1933. Chronos-Verlag: Zürich 1991, 437 S., ISBN 3-905278-75-8.

Aufsätze: Zeitschriften / Bücher

Blum, Roger: *Schweizer Medien im Lauf der Geschichte*: ein "Bannwald der Demokratie"? In: S. 87-97.

Bonfadelli, Heinz: *Familie und Medien*. In: Fleiner-Gerster, Thomas / Giliand, Pierre / Lüscher, Kurt (Hg.): Familien in der Schweiz. Universitätsverlag: Freiburg 1991, S. 413-435.

Bonfadelli, Heinz: *Für Junge zu alt?* Ergebnisse der Tageszeitungsforschung in der Schweiz. In: Media Spektrum, 1/1992, S. 38-42.

Bonfadelli, Heinz: *Zeit als Determinante von Medienwirkungen*: Das Beispiel der Diffusions- und Wissenskluftforschung. In: Hömberg, W. / Schmolke, M. (Hg.): Zeit, Raum, Kommunikation. Ölschläger: München 1992, S. 139-155.

Bonfadelli, Heinz: *Switzerland: A modest success in tiny pragmatic steps*. In: Bouwman, Harry / Christoffersen, Mads (Hg.): Relaunching Videotex. Kluwer Academic Publ.: Dordrecht 1992, S. 69-84.

Bonfadelli, Heinz / Schanne, Michael: *Switzerland: Attractive and successful, but not very local*. In: Jankowski, Nick / Prehn, Ole / Stappers, James (Hg.): The people's voice : Local radio and television in Europe. John Libbey: London / Paris / Rome 1992, S. 137-155.

Bonfadelli, Heinz / Saxer, Ulrich: *EG und EWR: Wie steht es um die Information der Öffentlichkeit?* In: Marketing- und Sozialforschung in der Schweiz. Handbuch 1992/93. SMS: Hergiswil 1992, S. 63-70.

Browne, Donald R.: *Local radio in Switzerland: the limits of localism*. In: Journal of broadcasting and electronic media, 35, 4/1991, S. 449-464.

Custer, Ueli: *Presse im Druck*: die Schweizer Presse ist von allen Seiten bedroht. In: Media Trend Journal, 5/1992, S. 10-13.

Doelker, Christian: *Medienwandel - Wahrnehmungswandel*. Wege zur veränderten (Bild-)Sprache des Fernsehens. In: Haller, Michael / Holzhey, Helmut (Hrsg.): Medien-Ethik. Opladen 1992, S. 316-326.

Doelker, Christian: *Infotainment aus der Sicht der Medienpädagogik*. In: Achtung Sendung, 1/1992, S. 102-104.

Doelker, Christian: *Approche d'analyse psychologique: le médium sur le divan*. In: Oppenheim, R. / Zölch, F. / Steinmann, M.F. (Hg.): La télévision face à son publique. Aarau 1992, S. 62-66.

Doelker, Christian: *Medienpädagogik in der Sekundarstufe* - der integrative Ansatz. In: Schill, W. / Tulodziecki, G. / Wagner, W.-R. (Hg.): Medienpädagogisches Handeln in der Schule. Opladen 1992.

Meier, Werner A. / Saxer, Ulrich: *Switzerland*. In: Ostergaard, Bernt Stubbe (Hg.): The media in Western Europe. The Euromedia Handbook. Sage Publ.: London 1992, S. 223-237.

Rathgeb, Jürg: *Über die Chancen der Architektur als Medienthema*. In: archithese, 23, 1/1992, S. 31-33.

Rathgeb, Jürg: *Haben die Werbe-Agenturen geschlafen?* Die Lokalradiowerbung als Media-Innovation. In: Media Trend Journal 1-2/1992, S. 28-31.

Rathgeb, Jürg: *Lokalradiowerbung als Innovation. Eine empirische Studie über die Einführung eines neuen Werbeträgers in der Schweiz*. In: Media Perspektiven, 6/1992, S. 367-375.

Rathgeb, Jürg: *Local Hero?* Lokalradiowerbung als Innovation - eine Bilanz. In: Media Spektrum, 6/92, S. 36-40.

Saxer, Ulrich: *Kooperation und publizistische Vielfalt*. In: Media Trend Journal, 12/1991, S. 7-8.

Saxer, Ulrich: *Wirtschaftsjournalismus in der Schweiz*. In: Wirtschafts-Journalismus: Handbuch für Ausbildung und Praxis. List 1991, S. 272-277, ISBN 3-471-78546-9.

Saxer, Ulrich: *Das Rundfunksystem der Schweiz*. In: Hans-Bredow-Institut (Hg.): Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen 1992/93. Nomos Verlag: Baden-Baden / Hamburg 1992, D235-242.

Saxer, Ulrich: *Strukturelle Möglichkeiten und Grenzen von Medien- und Journalismusethik*. In: Haller, Michael / Holzhey, Helmut (Hrsg.): *Medien-Ethik: Beschreibungen, Analysen, Konzepte für den deutschsprachigen Journalismus*. Opladen 1992, S. 104-128.

Saxer, Ulrich: *Television in a small multicultural society: the case of Switzerland*. In: Blumler, Jay G. (Hg.): *Television and the public interest*. Sage Publ.: London 1992, S. 131-146.

Saxer, Ulrich: *Systemtheorie und Kommunikationswissenschaft*. In: Burkart, R. / Hömberg, W. (Hg.): *Kommunikationstheorien*. Braumüller: Wien 1992, S. 91-110.

Schanne, Michael / Bonfadelli, Heinz / Meier, Werner A.: *RVO-Begleitforschung zwischen Anspruch und Wirklichkeit*. In: Ross, Dieter / Wilke, Jürgen (Hrsg.): *Umbruch in der Medienlandschaft: Beziehungen zwischen Wissenschaft, Politik und Praxis*. Ölschläger: München 1991, S. 117-133.

Schanne, Michael / Meier, Werner A.: *Risiko-Kommunikation*. Ergebnisse aus kommunikationswissenschaftlichen Analysen journalistischer Umwelt- und Umwelt-Risiken-Berichterstattung. In: *Rundfunk und Fernsehen*, 40, 2/1992, S. 264-290.

Senn, Christian: *Integrierte Aus- und Fortbildung beim Schweizer Fernsehen*. In: *Medienpsychologie*, 3, 3/1991, S. 181-196.

Sidler, Oliver: *Die Programmaufsicht über Radio und Fernsehen in der Schweiz*. In: *Medien und Recht*, 10, 1/1992, S. 10-12.

Siebert, Wilhelm: *Was heisst eigentlich Zeitungslesen? Zeitungen zwischen Opportunismus und Profit*. In: *Media Trend Journal*, 9/1991, S. 34-40.

Steinmann, Matthias: *Sind wir auf dem richtigen Weg? Bemerkungen zum sogenannten "Passive Audience measurement system"*. In: *Communications*, 17, 1/1992, S. 103-107.

Themenheft: *Schweizer Medien - im Zentrum Europas oder nur Provinz?* In: *Media Trend Journal*, 6/1992.

SGKM-Jubiläumsschrift

Aus Anlass des 10. Jahrestages der Gründung der Schweizerischen Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft (SGKM) erschien 1987 im Schulthess Polygraphischer Verlag Zürich eine Jubiläumsschrift mit

dem Titel "*Massenmedien und Kommunikationswissenschaft in der Schweiz*".

Der Band gibt einen breiten Überblick zu Entwicklung und Stand der gegenwärtigen Kommunikationswissenschaft in der Schweiz, gliedert in die Bereiche Kommunikatoren (Beiträge zu Unterhaltungs-, Kultur- und Wirtschaftsjournalismus u.a.), Medien (z.B. Pressekonzentration), Medieninhalte (z.B. Wissenschaftsjournalismus), Rezipienten (Zuschauer- und Hörerforschung, Kinder und Jugendliche u.a.), Mediensystem (neue Medien, Medienrecht, Medienpolitik), internationale Kommunikation und Journalistenausbildung sowie Medienpädagogik. Verfasst sind die einzelnen Beiträge von führenden Medienwissenschaftlern aus der Schweiz.

Da noch *Restexemplare* an Lager sind, bietet sich die Möglichkeit, den Band (gebunden, 394 Seiten) zum reduzierten Preis von SFr. 24.-- bei der SGKM zu beziehen. *Bestellungen* an: Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Freiburg, Miséricorde, CH-1700 Fribourg, Tel. 037'21'93'49

Bücher: aus dem Ausland

Roland Burkart / Walter Hömberg (Hg.): *Kommunikationstheorien*. Ein Textbuch zur Einführung. Studienbücher zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Band 8. Wilhelm Braumüller Universitäts-Verlagsbuchhandlung, Wien 1992, 237 S., ISBN 3-7003-0956-2, DM 40.-

Das Buch will einen Überblick über die Theorien des Fachs vermitteln und erlaubt so wiederum Einblicke in dessen Erkenntnisstand. Ein erster Teil versammelt zum Teil schon ältere, aber auch einige Originalbeiträge zum Erkenntnisobjekt "*Kommunikation*", das aus verschiedenen Perspektiven beleuchtet wird: Kommunikation als Prozess der Signalübertragung, als interaktiver Vorgang und als umweltabhängiges Phänomen; verzichtet wird auf einen Beitrag zur Basistheorie der Semiotik. Der zweite Teil versammelt Aufsätze zu kommunikationswissenschaftlichen Teildisziplinen wie Journalismus, Public Relations, Werbung, Medienpädagogik, Kommunikationspolitik und Kommunikationsgeschichte. Relativierend anzumerken ist, dass diese Gesamtschau sich sehr stark an den Gegebenheiten der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft orientiert, mithin theoretischen Konzepten und Orientierungen aus dem angelsächsischen Raum (z.B. Cultural Studies Approach) zu wenig Rechnung trägt.