

LUMIS -SCHRIFTEN
aus dem
Institut für Empirische
Literatur- und Medienforschung
der
Universität-Gesamthochschule
Siegen

LUMIS – TÄTIGKEITSBERICHT	1991
---------------------------	------

LUMIS – Schriften 31	1991
----------------------	------

LUMIS - Publications
from the
Institute for Empirical
Literature and Media Research
Siegen University

Herausgeber: LUMIS
Institut für Empirische Literatur- und Medienforschung

Zentrale wissenschaftliche Einrichtung der
Universität-Gesamthochschule-Siegen
Postfach 10 12 40
D-5900 Siegen

Tel.: 0271/740-4440

Redaktion: Raimund Klauser

Als Typoskript gedruckt

© LUMIS-Universität-Gesamthochschule-Siegen
und bei den Autoren

Alle Rechte vorbehalten

ISSN 0932 - 6103 (LUMIS-Tätigkeitsbericht)

LUMIS – TÄTIGKEITSBERICHT	1991
---------------------------	------

LUMIS – Schriften 31	1991
----------------------	------

Siegen 1991

INHALTSVERZEICHNIS

1.	Sieben Jahre LUMIS	5
2.	LUMIS – Mitglieder und ihre Funktionen.....	12
3.	Projekte	15
3.1	Abgeschlossene Vorhaben	15
	Projekt Schriftsteller und Rundfunk – Am Beispiel Ludwig Harig	15
	Projekt Kommunikatbildungsprozeß. Empirische Untersuchungen zur Struktur und prozeduralen Funktion von konventionsorientiertem literarischem Wissen.....	15
3.2	Laufende Vorhaben	16
	sfb – Projekt Mediengattungstheorie Fernsehen.....	16
	sfb – Projekt Wissenschaftstransfer durch Fernsehen	18
	sfb – Projekt Der kommerzielle deutsche TV – Werbespot als Indikator sozialen Wandels.....	25
	Projekt Auswertung der Leserzuschriften zum "Autor des Jahres" (Bertelsmann Buchclub).....	33
	Projekt Kultur – und Literaturgeschichte durch Hörfunkprogramme des Rundfunks. Die Sendereihe ZEITZEICHEN des West – deutschen Rundfunks	41
	Projekt Kultur als Wirklichkeitskonstruktion: zur Konzeptualisierung und Modellierung der "dritten Ebene"	42
3.3	Geplante Vorhaben.....	50
	Projekt BTX – Nutzung im WDR – Computerclub.....	50
	Projekt Produktion, Vermittlung und Rezeption von Hefromanen in Ost – und Westdeutschland.....	50
	Projekt Handwörterbuch der Empirischen Literaturwissenschaft.....	55
4.	Gastvorträge und Kolloquien	57
5.	Vorträge der LUMIS – Mitarbeiter.....	58
6.	Lehrangebote	62
7.	Publikationen	64
	Anhang: LUMIS – Satzung.....	69
	Verzeichnis der LUMIS – Schriften.....	72

1. SIEBEN JAHRE LUMIS

Das Institut für Empirische Literatur- und Medienforschung (Kurzbezeichnung LUMIS = Literatur- und Medienforschung in Siegen) wurde 1984 als Zentrale Wissenschaftliche Einrichtung (lt. §31 WissHG NW) der Universität – Gesamthochschule Siegen eingerichtet. Auf Initiative des Fachbereichs 3 (Sprach- und Literaturwissenschaften) beschloß der Senat am 5. März 1984 die Gründung des Instituts. Am 25. Mai 1984 erteilte der Minister für Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein – Westfalen die Genehmigung, am 10. Juli 1984 erließ der Rektor die Satzung (vgl. Anhang). Am 18. September 1984 fand die konstituierende Sitzung des LUMIS – Vorstands statt. Als geschäftsführender Leiter wurde Professor Dr. Siegfried J. Schmidt gewählt, als sein Stellvertreter Priv. – Doz. Dr. Wolfram K. Köck. Am 6. Dezember 1984 wurde LUMIS offiziell eröffnet.

Das Institut legt jetzt seinen *siebenten Tätigkeitsbericht* vor, mit dem die Arbeit des Jahres 1991 dargestellt wird.

Allgemein ist für den Berichtszeitraum vorweg festzustellen:

Forschungstätigkeiten und Forschungskontakte sowie Lehr-, Beratungs- und Servicetätigkeit des Instituts sind im Umfang gegenüber 1990 etwa gleichgeblieben. Allerdings ist 1991 das Förderungsvolumen für Projekte um fast DM 120.000 zurückgegangen, es wird 1992 voraussichtlich nur noch DM 460.000 betragen. Die Gründe hierfür sind in den bisherigen Tätigkeitsberichten immer wieder dargestellt worden; vor allem kein Sekretariat; wertvolle Wissenschaftler können nicht längerfristig gehalten werden; die finanzielle Grundausstattung ist zu gering. Erfreulicherweise gibt es aber Anzeichen, daß sich zumindest die personelle Situation des Instituts verbessern könnte.

Bevor die Forschungsprojekte im einzelnen dargestellt werden (vgl. Kap. 3), sei kurz auf einige der wichtigsten LUMIS – Aktivitäten des Jahres 1991 hingewiesen.

1.1 *Mitwirkung an Forschungsprojekten*

- (a) Mitarbeit im DFG – Sonderforschungsbereich 240 "Ästhetik, Pragmatik und Geschichte der Bildschirmmedien. Schwerpunkt: Fernsehen in der Bundesrepublik Deutschland". LUMIS betreute hier drei Teilprojekte (A 1: "Mediengattungstheorie Fernsehen"; A 3: "Wissenschaftstransfer durch Fernsehen";

C 3: "Der kommerzielle deutsche TV – Werbespot als Indikator sozialen Wandels") und leistete Service und Beratung für andere Teilprojekte.

Reinhold Viehoff hat bei der "Begehung" durch die DFG – Gutachter am 23./24. Mai 1991 den Fortsetzungsantrag für das Teilprojekt "Mediengattungstheorie Fernsehen" erfolgreich vertreten und wird von Januar 1992 an das Projekt leiten.

- (b) Auf der Jahrestagung der von R. Viehoff seit 1986 geleiteten Fachgruppe "Rundfunk und Literatur" innerhalb des Studienkreises »Rundfunk und Geschichte e.V.« wurde im Rahmen des Projektes "Schriftsteller und Rundfunk" die Autorin Barbara König zu ihren Rundfunkarbeiten befragt. Bei der öffentlichen Veranstaltung in München am 27. September 1991 hatte Frau Dr. Sabine Schiller – Lerg die Gesprächsleitung. Wie zuvor bei Ludwig Harig wird auch dieses Gespräch mit Barbara König einschließlich einer Radio – Bio – Bibliographie der Autorin publiziert. Mit Helmut Heißenbüttel ist für Anfang 1992 ebenfalls ein Gespräch vereinbart, in dem die Wechselbeziehungen zwischen Heißenbüttels Radioarbeiten und seinen literarischen Buchproduktionen eruiert und erörtert werden sollen. Als nächstes sind für 1992 entsprechende Gespräche mit Martin Walser, Jurek Becker und Gabriele Wohmann in Aussicht genommen.
- (c) Mit dem Institut für Germanistik der Martin – Luther – Universität Halle – Wittenberg wurde ein Forschungsvorhaben zum "Literatursystem der DDR – Autonomisierung und Fremdbestimmung" erarbeitet.
- (d) Mit der Forschungsstelle Leipzig des Kulturwissenschaftlichen Instituts NRW in Essen wurde ein Forschungsvorhaben zur "Ausdifferenzierung des Literaturbegriffs am Beispiel von Produzenten und Rezipienten von Hefromanen in Ost – und Westdeutschland" ausgearbeitet.

1.2 Kongresse und Publikationen

- (a) Auf der "21. Grünberger Tagung" (02. – 05. Mai 1991) des Studienkreises »Rundfunk und Geschichte« war Reinhold Viehoff eingeladen, als fachwissenschaftlicher Berater gemeinsam mit Dr. Edgar Lersch, Archivleiter des Süddeutschen Rundfunks Stuttgart, eine Doktorandengruppe zu leiten.
- (b) Mit Unterstützung durch die Fritz – Thyssen – Stiftung veranstaltete LUMIS vom 26. – 29. Juni 1991 eine Tagung zum Thema "Sozialsystem – Symbolsystem Literatur", die in der Gustav – Heinemann – Akademie der Friedrich – Ebert – Stiftung in Freudenberg stattfand. Außer den LUMIS – Mitgliedern

nahmen folgende externe Wissenschaftler teil: Dr. J. Fohrmann (Bielefeld), Prof. Dr. G. Jäger (München), Dr. F. Meyer (München), U. Meyszies (Halle/Saale), Prof. Dr. H. Müller (Bielefeld), Dr. C.-M. Ort (Kiel), B. Ott (München), Prof. Dr. G. Plumpe (Bochum), T. Rathnow (München), G. Scheid – Hug (Cambridge/Mass.), Prof. Dr. J. Schönert (Hamburg), PD Dr. L. Stockinger (Kiel), Dr. P. Strohschneider (München) und Dr. F. Vollhardt (Hamburg).

- (c) Wolfram Karl Köck und Siegfried J. Schmidt wirkten an einer vom 17.–20. Juli 1991 von der Werner – Reimers – Stiftung in Bad Homburg v.d.H. veranstalteten Tagung zum Thema "Ideengeschichte der Neurobiologie" mit.
- (d) Bärbel Freund und Brigitte Spieß bereiteten gemeinsam mit der Bundeszentrale für politische Bildung (Bonn) und der Hessischen Landeszentrale für politische Bildung (Wiesbaden) eine Tagung zum Thema "Frauenbilder im Fernsehen" vor, die vom 25.–27. September 1991 in Augsburg stattfand. Sie leiteten Arbeitsgruppen und hielten Vorträge zu den Themen "Frauenbilder in Frauenmagazinen" und "Frauenbilder in der Werbung".
- (e) Reinhold Viehoff ist von Prof. Dr. Martin Krampen, dem Organisator der XXII. IAEA – KOnferenz im Juli 1992 in Berlin, eingeladen worden, die Sektion "Psychology of Literature" zu organisieren und zu leiten.

1.3 Überregionale Lehrtätigkeit

- (a) S.J. Schmidt war Gastprofessor an der Katholieken Universiteit (Faculteit van de Wijsbegierde en de Letteren) in Leuven (Februar, März und November) sowie am Institut für Komparatistik der Universität Innsbruck (April).
- (b) Auf der 1. Internationalen Tagung "Art and Emotions" an der Hochschule für Kunst und Kultur in Perm (USSR) vom 16.– 20. September 1991 leitete Reinhold Viehoff die Sektion "Information and Emotions in Art".
- (c) Auf einer von der DFG geförderten Vortrags – und Informationsreise durch Ungarn und die Sowjetunion (Rußland) besuchte Reinhold Viehoff im September die Ungarische Akademie der Wissenschaften in Budapest, die Universität Pecs, die Lomonossow – Universität in Moskau, das Forschungsinstitut für Sprache und Literatur der Sowjetischen Akademie der Wissenschaften in Moskau, das Institut für Kunst und Kultur der Akademie der Wissenschaften in Moskau und die Hochschule für Kunst und Kultur in Perm. Er hielt dort Vorträge und führte Gespräche, auch um die Möglichkeiten der Zusammenarbeit sowjetischer Forschungsgruppen mit LUMIS zu prüfen.

- (d) Im Sommersemester 1991 hielt W.K. Köck eine zweistündige Lehrveranstaltung an der LiLi-Fakultät der Universität Bielefeld mit dem Titel "The Language of British Law".

1.4 Gastprofessoren

- (a) Als DAAD-Stipendiat ist seit Oktober 1990 Herr Motoki Natori von der Universität Hokkaido in Sapporo, Japan, am Institut. Er wird betreut von S.J. Schmidt und G. Rusch und beschäftigt sich mit dem Projekt "Komparative Studien zu Literaturpreisen". Zu diesem Thema führt G. Rusch mit ihm im Wintersemester 1991/92 ein Seminar durch.
- (b) Auf Antrag von R. Viehoff hält sich als Stipendiat der Heinrich-Hertz-Stiftung seit dem 20. Oktober 1991 für sieben Monate Dr. Janos Laszlo, Professor für Sozialpsychologie an der Ungarischen Akademie der Wissenschaften, am LUMIS-Institut auf. Er führt gemeinsam mit R. Viehoff experimentelle Studien durch, die sich aus der Zusammenarbeit von Sozialpsychologie und Literaturwissenschaft ergeben haben. Prof. Laszlo bereitet zudem ein Buch in deutscher Sprache vor, das die wesentlichen Ergebnisse seiner Forschungsarbeiten zum Bereich "Sozialpsychologie und Literatur" zusammenfaßt. Gemeinsam mit R. Viehoff bereitet Prof. Laszlo für 1992 ein kleines Symposium zum Thema "Sozialpsychologie und Literatur" vor, an dem u.a. der Nestor der deutschen Sozialpsychologie, C.F. Graumann (Heidelberg) teilnehmen wird.
- (c) Für 1992/93 hat R. Viehoff bei der Heinrich-Hertz-Stiftung den Antrag eingereicht, Prof. Dr. Vladimir Petrov von der Russischen Akademie der Wissenschaften, Moskau, der dort die Forschungsabteilung "Prognose sozial-kultureller Entwicklungen" im Institut für Kunstwesen des Kulturministeriums der Russischen Republik leitet, für sechs Monate als Stipendiaten an das LUMIS-Institut zu holen. Prof. Petrov hat Elektrotechnik und Physikalische Energetik studiert und in Physik und Mathematik promoviert, bevor er sich mit Kunst und Literaturwissenschaft zu beschäftigen begann. Er hat zahlreiche Arbeiten zum Themenbereich Information, Kreativität, Soziologie und Methodologie der ästhetischen Kultur und ihrer Analyse geschrieben.
- (d) Für 1992/93 hat R. Viehoff beantragte, Dr. Dmitri Leontiev von der Psychologischen Fakultät der Lomonossow-Universität Moskau ein Humboldt-Stipendium zur Mitarbeit am LUMIS-Institut zu genehmigen. Dr. Leontiev hat zahlreiche Arbeiten zum Zusammenhang von Persönlichkeitstheorie, Motivationstheorie und ästhetischen Prozessen der Wahrnehmung und Be-

wertung veröffentlicht. Weitere Schwerpunkte seiner Arbeiten liegen im Bereich der Kognitions- und Informationstheorie. Er will in Zusammenarbeit mit R. Viehoff seine psychologischen Studien zur Literatur- und Medienrezeption weiterführen und einige seiner Hauptarbeiten aus dem Russischen ins Deutsche übertragen.

1.5 Kooperationen

Neuer Kooperationspartner:

Sowjetische Akademie der Wissenschaften, Institut für Russische Sprache (Department of the Russian Language Computerized Thesaurus), Ul. Bolchaya Tuskaya 2 – 802, Moscow 113191, Russia.

1.6 Archiv für deutschsprachige Literaturzeitschriften (ADEL)

Mit der Schaffung von zwei Planstellen für wissenschaftliche Mitarbeiter am Institut (ab 1.7.91) ist erstmals seit Gründung des Instituts eine wesentliche Voraussetzung für die Pflege und Nutzung des Archivs ADEL gegeben. Hierfür ist ab 1.1.1992 auch die Zuordnung einer halben studentischen Hilfskraftstelle vorgesehen. Mit dieser personellen Ausstattung wird das Archiv im nächsten Jahr an einer Neuauflage des Jahrbuches Deutschsprachiger Literaturzeitschriften arbeiten.

Die im Berichtszeitraum erneut unternommenen Versuche, die Archivdaten durch Neubefragung von Zeitschriften-Machern zu aktualisieren, haben nicht den gewünschten Erfolg gehabt. Es wird also eine neue, auf breiter Basis angelegte Erhebung durchgeführt werden müssen.

Gleichzeitig ist für das nächste Jahr die Entwicklung von Projektkonzepten z.B. zur medien- und literaturwissenschaftlichen Erschließung der Archivbestände geplant.

1.7 Zur Situation des LUMIS-Instituts

Die personelle Situation des Instituts hat sich erfreulicherweise durch die Zuweisung von zwei Planstellen für wissenschaftliche Mitarbeiter wesentlich verbessert. Die beiden Stellen wurden mit Dr. Gebhard Rusch und Dr. Helmut Hauptmeier besetzt.

Besonders bedeutsam aber ist die in Aussicht gestellte Beschäftigung einer Sekretärin (zum 1. März 1992). Damit wird eine ganz entscheidende Behinderung der LUMIS-Arbeit beseitigt. Das bedeutet auch, daß nicht nur neue For-

schungsschwerpunkte gebildet, sondern auch die satzungsgemäßen Daueraufgaben (Literaturzeitschriftenarchiv, Methoden- und Instrumentenbank der Medienwirkungsforschung) intensiver verfolgt werden können.

In den letzten Jahren hat sich ein starkes und anwachsendes Interesse ausländischer Wissenschaftler entwickelt, für einige Monate oder länger als Gast am LUMIS-Institut zu arbeiten. Entsprechende Gastprofessuren wurden in der Vergangenheit und werden in der Zukunft mit Hilfe der Heinrich-Hertz-Stiftung (NRW), der Humboldt-Stiftung und des DAAD ermöglicht. Ungeachtet der Kosten dieser praktischen wissenschaftlichen Zusammenarbeit, die in ihrer Produktivität durch keine andere Form wissenschaftlicher Kommunikation ersetzbar ist, berücksichtigt der Etat des LUMIS-Instituts keinerlei Aufwendungen, die im Zusammenhang mit diesen Gastprofessuren stehen. Es ist daher im Sinne des internationalen Renommeés der Universität Siegen und ihrer Zentralen Wissenschaftlichen Einrichtung LUMIS in Zukunft unbedingt erforderlich, den wissenschaftlichen Gästen eigene Arbeitsräume mit entsprechend eingerichteten PC-Arbeitsplätzen zur Verfügung zu stellen und die Finanzausstattung des Instituts angemessen zu erhöhen. Das gilt auch für die Zuweisung von Hilfskraftstunden zur Unterstützung der Gastprofessoren.

LUMIS – FINANZÜBERSICHT 1991 und 1992

1991	Sach – mittel	Personal mittel	insgesamt
<i>UNIVERSITÄTSMITTEL</i>			
Grundausstattung	9309, –	12700, –	22009, –
<i>DRITTMITTEL</i>			
"Mediengattungstheorie Fernsehen" (DFG/sfb 240)	12000, –	187200, –	199200, –
"Wissenschaftstransfer durch Fernsehen" (DFG/sfb 240)	15400, –	144800, –	160200, –
"TV – Werbespots" (DFG/sfb 240)	3000, –	84000, –	87000, –
"Autor des Jahres" (Bertelsmann/WiMi)		7200, –	7200, –
<i>DRITTMITTEL INSGESAMT</i>	30400, –	423200, –	453600, –
1992	Sach – mittel	Personal mittel	insgesamt
<i>UNIVERSITÄTSMITTEL</i>			
Grundausstattung ¹	16000, –	27000, –	4300, –
<i>DRITTMITTEL</i>			
"Mediengattungstheorie Fernsehen" ² (DFG/sfb 240)	40000, –	198400, –	238400, –
"Wissenschaftstransfer durch Fernsehen" (DFG/sfb 240)	Projektförderung ausgelaufen		
"TV – Werbespots" (DFG/sfb 240) ²	3000, –	180800, –	183800, –
"Autor des Jahres" (Bertelsmann/WiMi)	8000, –	36000, –	44000, –
<i>DRITTMITTEL INSGESAMT</i>	51000, –	415200, –	466200, –

¹Beantragt für 1992: Geschäftsbedarf, Vortragsmittel, Personalmittel (2 Studentische Hilfskräfte).

²Beantragt bei der DFG für 3. Förderungsphase des sfb 240.

2. LUMIS – MITGLIEDER UND IHRE FUNKTIONEN

<i>Geschäftsführender Leiter:</i>	Universitätsprofessor Dr. Siegfried J. Schmidt
<i>Stellvertreter:</i>	Priv. – Doz. Dr. Wolfram K. Köck
<i>Vorstand:</i>	Universitätsprofessor Dr. Gerhard Augst, FB 3, Germanistik/Linguistik
	Universitätsprofessor Dr. Rolf Depner, FB 1, Soziologie (insbes. empirische Sozialforschung und Mediensoziologie)
	Universitätsprofessor Dr. Rainer Geißler, FB 1, Soziologie
	Dr. Hansjochen Hancke, Ltd. Bibliotheksdirektor
	Priv. – Doz. Dr. Wolfram K. Köck, LUMIS
	Universitätsprofessor Dr. Siegfried J. Schmidt, FB 3, Germanistik/Literaturwissenschaft
	Universitätsprofessor Dr. Christian W. Thomsen, FB 3, Anglistik/Literaturwissenschaft
	Priv. – Doz. Dr. Reinhold Viehoff, FB 3 (gewähltes Mitglied)
	Universitätsprofessor Dr. Jörg Wills, FB 6, Mathematik
	Universitätsprofessor Dr. Harald Witthöft, FB 1, Wirtschafts- und Sozialgeschichte, Westfälische Landesgeschichte und Didaktik der Geschichte
<i>Ständige Mitarbeiter:</i>	Dr. Helmut Hauptmeier, Anglistik/empirische Literaturwissenschaft
	Dr. Peter M. Hejl, Politologie, Soziologie/empirische Sozialforschung
	Dipl. – Soz. Raimund Klauser, Soziologie/empirische Sozialforschung
	Priv. – Doz. Dr. Wolfram K. Köck, Allgemeine und Angewandte Linguistik/Kommunikationswissenschaft
	Dr. Gebhard Rusch, Literaturwissenschaft/ Kommunikationswissenschaft

Weitere Mitarbeiter (1991): Priv.-Doz. Dr. Achim Barsch, FB 3, Germanistik/
empirische Literaturwissenschaft
Sosan Amid, M.A., sfb 240
Ingrid Brück, M.A., sfb 240, Germanistik, Allgemeine
Literaturwissenschaft
Ronny Csallner, M.A., sfb 240, Soziologie
Bärbel Freund, sfb 240, Germanistik, Me –
dienwissenschaft, Erziehungswissenschaft
Dipl. – Psych. Dietmar Haase, sfb 240
Elisabeth Heuel, LUMIS, Germanistik
Brigitte Kaczerowski, M.A., sfb 240, Germanistik
Lutz Kramaschki, M.A., FB 3, Germanistik, Soziologie
Dr. Claudia Krülls – Hepermann, FB 3, Romanistik/
Allgemeine Literaturwissenschaft
Andrea Menn, M.A., sfb 240, Anglistik, Linguistik
Dr. Peter Spangenberg, Romanistik/Allgemeine Lite –
raturwissenschaft
Dr. Brigitte Spieß, M.A., sfb 240, Wirtschaftswissen –
schaft, Germanistik, Medienwissenschaft
Priv.-Doz. Dr. Reinhold Viehoff, FB 3, Allgemeine
Literaturwissenschaft/Neuere Deutsche Literaturwis –
senschaft

Studentische Hilfskräfte (1991):

des Instituts:

Heike Büdenbender, FB 1; Kristina Unverricht, FB 3.

im sfb – Projekt "Mediengattungstheorie":

Andrea Guder, FB 3; Katja Brombach, FB 3; Karin Wehn, FB 3.

im sfb – Projekt "Wissenschaftstransfer":

Ronny Csallner, FB 1; Heike Diederichs, FB 3; Bernd Klose, FB 12; Shirin
Kaikhosrowi – Klose, FB 1; Eva Scheunert, FB 3.

im sfb – Projekt "TV – Werbespots":

Andrea Wertz, FB 3, Ute Holdenried, FB 3.

Archiv für deutschsprachige Literaturzeitschriften (im Aufbau):

Betreuung: Gebhard Rusch

Methoden- und Instrumentenbank der empirisch-experimentellen Medienwirkungsforschung (im Aufbau):

Betreuung: Raimund Klauser

LUMIS – Schriften:

Redaktion: Raimund Klauser

3. PROJEKTE

3.1 Abgeschlossene Vorhaben

Projekt: Schriftsteller und Rundfunk – Am Beispiel Ludwig Harig.

Bearbeiter: Reinhold Viehoff

Ludwig Harig ist im Rahmen dieses Projektes zweimal – gemeinsam mit Weggefährten seiner Rundfunkarbeiten, also Regisseuren, Dramaturgen und Redakteuren – ausführlich befragt worden. Ziel des Projektes war es, die Wechselwirkungen zwischen Harigs experimentellen Literaturproduktionen der fünfziger und sechziger Jahre und seinen Rundfunkarbeiten (besonders seinen Hörspielen) aufzuklären und diese produktive Wechselbeziehung bis heute nachzuzeichnen. An Harigs literarischen Buch- und seinen auditiven Radioarbeiten läßt sich exemplarisch die "Intermedialität" gegenwärtiger literarischer Autorschaft zeigen. Ein erster Bericht ist dazu erschienen (R. Viehoff: Ludwig Harig. Schrift – Hör – Steller oder: Über die Bedingungen der Hörspielarbeit in den sechziger Jahren. In: Mitteilungen des Studienkreises Rundfunk und Geschichte, 1990, 16. Jhrg., Nr. 4, S. 280–314), ebenso ein einstündiges Rundfunkfeature (R. Viehoff: Der Schriftsteller als Radiosteller – am Beispiel des saarländischen Schriftstellers Ludwig Harig, Sendung vom 10.06.1991, Saarländischer Rundfunk). Eine Auswertung des zweiten Interviews sowie die Publikation der Radiobibliographie ist in Vorbereitung.

Projekt: Kommunikatbildungsprozeß. Empirische Untersuchungen zur Struktur und prozeduralen Funktion von konventionsorientiertem literarischem Wissen.

Bearbeiter: Martin Burgert, Reinhold Viehoff

Das Projekt ist Ende 1990 ausgelaufen, die Ergebnisse der zweiten Hauptphase der Untersuchung (Lautes Denken während der Lektüre genretypischer Texte, Auswertung vor dem Hintergrund der zuvor erfaßten und beschriebenen Daten zum genretypischen literarischen Wissen der Versuchspartner) liegen mit der LUMIS – Schrift Nr. 29/91 vor.

3.2 Laufende Vorhaben

sfb – Projekt: Mediengattungstheorie Fernsehen

Bearbeiter: Helmut Hauptmeier, Gebhard Rusch, Siegfried J. Schmidt, Reinhold Viehoff

Dieses Projekt wird als Teilprojekt A 1 des Sonderforschungsbereiches 240 "Ästhetik, Pragmatik und Geschichte der Bildschirmmedien. Schwerpunkt: Fernsehen in der Bundesrepublik Deutschland" seit dem 1. Januar 1986 bearbeitet. Seit dem 1.1.1989 befindet sich das Projekt in der zweiten Bewilligungsphase, die nunmehr abgeschlossen wird. Danach wird das Projekt unter Leitung von Priv.-Doz. Dr. Reinhold Viehoff mit spezieller Aufgabenstellung zur Problematik des Realitätsbezuges (Fiction/Non – Fiction) weitergeführt.

Durchführung und Stand der Arbeit

1 Gattungsbezeichnungen in der Programmpresse

Die Erhebungen sind abgeschlossen; insgesamt wurden (für die Jahre 1986 – 1991) ca. 2200 verschiedene Gattungsbezeichnungen gefunden.

2 Exploration von Gattungsschemata

2.1 Mediensozialisation

Die Erhebungen mit Kindergartenkindern sowie mit Grund- und Hauptschülern wurden abgeschlossen. Zur Kindergartenuntersuchung liegt ein erster zusammenfassender Bericht vor (G. Rusch, Zur Genese kognitiver Fernsehnutzungsschemata. Entwicklung und Struktur von Gattungsschemata im Vorschulalter. Projektpapier). Die Erhebungen mit Grund- und Hauptschülern befinden sich in der Auswertung.

2.2 Fernseh – 'Macher'

Nach der Entwicklung und Erprobung eines – an die Zuschauerbefragung unmittelbar anknüpfenden – Interview – Leitfadens für Fernseh – 'Macher' wurden im Berichtszeitraum die geplanten 30 Interviews mit Fernseh – 'Machern' aus den

Sparten 'Nachrichten', 'Sport', 'Unterhaltung', 'Musik', 'Spielfilm' durchgeführt. Wegen der in diesem Bereich schwierigen Terminplanung verteilten sich die Erhebungstermine praktisch über das ganze Jahr. Es wurden Interviews mit Mitarbeitern folgender Fernsehanstalten durchgeführt: WDR, HR, BR, RB, SFB, SdF, ZDF. Die Interviews befinden sich in der Auswertung.

3 Exploration von Konzeptstrukturen/Konzepthierarchien

Einhundert nach Zufall bestimmte Items aus der Liste der aus der Presse und aus der Zuschauerbefragung gewonnenen Gattungsbezeichnungen wurde einzeln auf Karten ausgedruckt und 20 Versuchspartnern mit der Aufgabe vorgelegt, diese nach selbstgewählten Kriterien zu sortieren bzw. zu ordnen.

Auf diese Weise sind Listen von Gattungskonzepten erzeugt worden.

Diese Listen und die von den Versuchspartnern angegebenen Relationen zwischen Listen werden analysiert und auf Homogenität geprüft.

Die Arbeitshypothese ist, daß Makro-Konzepte wie z.B. "Realitätsbezug" bzw. "Fiction/Non-Fiction" und Makro-Gattungskonzepte wie z.B. "Information", "Unterhaltung", "Spiel" die Clusterbildung organisieren. (Für die erwarteten Makro-Kategorien cf. Schmidt 1987. POETICS – Sonderheft "Media Genre"; Kreuzer, H. "sfb – Arbeitspapier Gattungstheorie").

Im Vergleich mit den unter 4 und 5 beschriebenen weiteren Versuchen, soll diese Erhebung feststellen, ob es empirische Plausibilität für die Annahme eines bestimmten Sets (cf. sfb – Arbeitspapier Gattungstheorie von H. Kreuzer) von Gattungsklassen oder Makrogattungen gibt.

4 Exploration zur semantischen Interpretation von Gattungskonzepten

Dieselben 100 Gattungsbezeichnungen, die im Hierarchisierungsversuch eingesetzt wurden, fanden auch in einer Zusatzuntersuchung Verwendung. In dieser Untersuchung wurden 12 Makro-Gattungsbegriffe bzw. Makro-Konzepte zur Evaluation der 100 Bezeichnungen vorgegeben. Die Versuchspartner hatten die Aufgabe, anhand der Gattungsbezeichnungen zu entscheiden, ob die so bezeichneten Sendungen unter die Makro-Kategorien fallen oder nicht.

Die Arbeitshypothese ist, daß die Versuchspartner die Gattungsbezeichnungen mit großer Übereinstimmung unter die gleichen Makro-Kategorien ordnen.

Das Ziel des Versuchs ist einerseits eine Validierung der Ergebnisse aus 3, andererseits die Beantwortung der Frage, ob die Liste der Gattungsbezeichnungen

mit dem vorgegebenen Set von Makro – Kategorien vollständig beschrieben werden kann.

5 Persönliche Repertoires von Gattungsbezeichnungen

In einem weiteren Versuch wurden 20 Personen gebeten, alle ihnen bekannten Gattungsbezeichnungen aufzuschreiben. Die so entstandenen Assoziationslisten, deren Umfänge bei ca. 50 Elementen liegen, werden auf Übereinstimmungen und Unterschiede hin untersucht. Dabei ist von besonderem Interesse, welche Bezeichnungen zuerst und welche in der Nähe welcher anderen Bezeichnungen genannt werden. Während die erste Frage (zur weiteren Überprüfung unserer Behauptung, Nachrichten, Spielfilm, Sport, Musik – und Unterhaltungssendungen seien für Zuschauer von besonderer Prominenz) auf ein Primär – Set von TV – Gattungsbezeichnungen abzielt, richtet sich die zweite Fragestellung wiederum auf Hierarchien und Cluster von Gattungskonzepten.

sfb – Projekt: Wissenschaftstransfer durch Fernsehen

Bearbeiter: Sosan Amid, Bärbel Freund, Dietmar Haase, Brigitte Kaczerowski, Raimund Klauser, Wolfram Karl Köck

Dieses Projekt wurde als Teilprojekt A 3 des Sonderforschungsbereiches 240 "Ästhetik, Pragmatik und Geschichte der Bildschirmmedien. Schwerpunkt: Fernsehen in der Bundesrepublik Deutschland" seit dem 1. Januar 1986 bearbeitet (2. Bewilligungsphase vom 1.1.1989 – 31.12.1991). Es wird, wie bereits im Zwischenbericht und im LUMIS – Tätigkeitsbericht 1990 ausführlich begründet, zum 31.12.1991 abgeschlossen.

Problemstellung:

Das Forschungsprojekt will mit den Mitteln der empirisch – experimentellen Forschung zur Erfüllung der folgenden Aufgabe beitragen: Wissenschaft und Technik sind von überlebenswichtiger Bedeutung für die moderne Welt und ihre Zukunft. Die audiovisuellen Massenmedien sind daher verpflichtet, sie so verständlich und interessant zu vermitteln, daß sie für möglichst viele Menschen nachvollziehbar und produktiv werden. Zur Bringschuld der institutionellen Wissenschaft gehört daher auch, nicht nur ihre Arbeit und ihre Erkenntnisse über den Kreis der

Fachleute hinaus möglichst breit verständlich und im besten Sinne des Wortes "populär" zu machen, sondern mit ihren Mitteln dazu beizutragen, daß diese Popularisierung effektiv ist. Beides hat sich in erster Linie an die Journalisten zu richten, denen ja weder das eine noch das andere überlassen oder zugemutet werden kann. (Im übrigen liegt das ja auch im Interesse der Wissenschaften selbst.)

Das Projekt zielt darauf, die Bedingungen und Faktoren "optimaler" Fernsehinformation über wissenschaftliche Themen – Erkenntnisse, Methoden und Theorien – empirisch zu ermitteln. Hierfür werden die aktuellen Ansätze der linguistischen Verständlichkeitsforschung, der kognitionswissenschaftlichen Verstehensforschung sowie der empirischen Ästhetik und Literaturwissenschaft zum Arbeitsprogramm einer "Psychosemiotik des Fernsehens" zusammengeführt. Diese Integration interdisziplinärer Theorien, Methoden und Ergebnisse ermöglicht erstmals eine angemessene differenzierte Abbildung und Untersuchung der für alles Fernseh-Verstehen relevanten Parameter: der Gestaltungsmerkmale der audiovisuellen Fernsehsendung – die auf "subjektive Optimalitätstheorien" der Sendungsmacher zurückgeführt werden müssen –, der kognitiven, emotiven und motivationalen Persönlichkeitsstruktur der Fernsehrezipienten, und der situativen Bedingungen der Fernsehrezeption.

Im Gegensatz zur subjektiv-intuitiv begründeten und rezipientenfernen Fernsehkritik sucht das Projekt die Wechselbeziehungen zwischen diesen für jede Fernseh-Handlung konstitutiven Parametern empirisch-experimentell zu ermitteln. An unterschiedlichen Sendungsformen bzw. Rezipientengruppen soll eine möglichst breit fundierte Produktions- und Rezeptionstheorie der Wissenschaftsvermittlung mithilfe des Fernsehens entwickelt werden.

Die Forschungsarbeit wird in enger Kooperation mit den Rundfunkanstalten bzw. mit Medienpraktikern betrieben, um möglichst realitätsnahe Ergebnisse zu erzielen. Diese sollen in praktikable Aus- und Weiterbildungsangebote umgesetzt werden. Von besonderer Bedeutung ist dabei der Aspekt der "Attraktivität" der Sendungsgestaltung durch i.w.S. "unterhaltsame" Elemente – z.B. Zuschauereinbindung, erfahrungsnahe Demonstrationen, alltagsbezogene Problemlösungswettbewerbe, fiktionale Darstellungen (auch historischer Art) –, also das Verhältnis zwischen "Information" und "Unterhaltung", zwischen zwei Größen, die hierzulande meist als unvereinbar angesehen werden, und von denen jedenfalls Produzenten, Rezipienten und Kritiker aller Art recht divergierende Vorstellungen pflegen.

Durchführung und Stand der Arbeit

Im Berichtszeitraum wurde das für die zweite Bewilligungsphase 1989 bis 1991 konzipierte Arbeitsprogramm fortgesetzt.

Personelle Veränderungen ergaben sich durch das Ausscheiden des Diplompsychologen Dietmar Haase, der auf eine Assistentenstelle an der Universität Bonn wechselte. Bärbel Freund übernahm zum 2. April 1991 mit einer Sondergenehmigung der DFG die volle BAT IIa-Mitarbeiterstelle und auch die stellvertretende Projektleitung.

Forschungskontakte wurden u.a. gepflegt mit der Bundeszentrale für politische Bildung (Bonn), der Hessischen Landeszentrale für politische Bildung, dem Psychologischen Institut der Freien Universität Berlin (Prof. Issing). Weiterhin wurden regelmäßig NachwuchswissenschaftlerInnen im Bereich der Medienforschung beraten und zwei Magisterarbeiten betreut.

Die Kontakte zu den Rundfunkanstalten und deren Fort- und Weiterbildungseinrichtungen wurden aufrechterhalten und weiter ausgebaut. B. Freund führte eine Fachberatung der RedakteurInnen des Programmbereiches Kultur, Bildung und Gesellschaft im WDR zum Thema "(Un-)Verständlichkeit von Informationssendungen" durch.

Im Berichtszeitraum wurden die folgenden Arbeiten durchgeführt:

1. Auswertung einer "Lautes – Denken" – Untersuchung mit fünf verschiedenen Wissenschaftssendungen und 73 Versuchspersonen mit folgenden Auswertungsschritten:
 - Produktanalysen (besonders Texttranskriptionen und Imagebeschreibungen),
 - formale Sendungsanalysen,
 - Inhalts-, Struktur- und Sequenzanalysen der Sendungen,
 - Verständlichkeitsanalysen der Sendungen (Argumentationsanalysen, Textverständlichkeitsmessungen),
 - Inhaltsanalysen der Lautes – Denken – Protokolle (nach Text- und Bildverständlichkeit),
 - Auswertung von Fragebögen.
2. Erarbeitung einer Soziodemographie der Zuschauerschaft von Wissenschaftssendungen auf der Grundlage von Daten der GfK – Fernsehforschung zu

ausgewählten, im Sendezeitraum Oktober 1987 bis Dezember 1988 ausgestrahlten Sendungen.

3. Durchführung einer repräsentativen Fragebogenerhebung aller festangestellten und freien WissenschaftsjournalistInnen der bundesdeutschen Fernsehanstalten.
4. Fertigstellung einer historisch orientierten Publikation zum Thema "Wissenschaftsvermittlung durch Fernsehen zwischen Information und Unterhaltung".
5. Betreuung zweier Masterarbeiten im Rahmen des Projekts zu den Themen "Die soziologischen Bedingungen der Produktion und Rezeption von Wissenschaftssendungen im Fernsehen." (Ronny Csallner) und "Die Darstellung moderner Risiken in Informationssendungen des Fernsehens" (Shirin Kaikhosrowi – Klose).
6. Erstellung einer umfangreichen Bibliographie zur Informationsvermittlung mit dem Medium Fernsehen.
7. Anfertigung des ausführlichen Abschlußberichts über die Projektarbeit.
8. Vorbereitung einer Buchpublikation zum Thema Wissenschaftsvermittlung durch Fernsehen.

Ergebnisse der empirischen Arbeiten 1991:

Einige der wichtigsten Ergebnisse der Projektarbeit sind:

1. Zusammensetzung des Publikums und Motive der ZuschauerInnen
 - Das Stammpublikum von Wissenschaftssendungen hat insgesamt ein niedrigeres Bildungsniveau, als wir angenommen haben. Eine Sekundärauswertung der GfK – Daten über den Zeitraum eines Jahres hat ergeben, daß 65 % der ZuschauerInnen von Wissenschaftssendungen lediglich über einen Volksschul – und/oder Lehrabschluß verfügen. Personen über 50 Jahre sind zudem weit überrepräsentiert.
- Diese Ergebnisse unterstreichen nochmals, daß als Maßstab für die Verständlichkeit von Wissenschaftssendungen nicht etwa der naturwissenschaftlich gebildete Gymnasiallehrer, seine SchülerInnen oder die sich weiterbildenden höheren Angestellten angesetzt werden dürfen.

- Der Hauptgrund, eine Wissenschaftssendung einzuschalten, ist das persönliche Interesse am Thema (97,9 %), gefolgt vom Interesse an aktuellen wissenschaftlichen Ergebnissen (75,9 %) und an praktischen Ratschlägen (65,5 %). Aber auch die gute Machart und eine ansprechende Moderation früherer Sendungen bewegen ZuschauerInnen, sich weitere Sendungen derselben Sendereihe anzusehen.
- Überraschenderweise interessieren sich fast 30 % der Stammzuschauerschaft von Wissenschaftssendungen am meisten für geistes- und sozialwissenschaftliche Themen, die in den üblichen Wissenschaftssendungen zumeist vernachlässigt werden. 44,1 % der StammzuschauerInnen haben für diese Themen allerdings kein Interesse.

2. Bildrezeption und Verstehen

Die Erhebungen im Bereich der Bildrezeption bestätigen im wesentlichen bereits aus früheren medienwissenschaftlichen Untersuchungen bekannte Ergebnisse:

- Eine Sendung wird bei stark ästhetisierten bzw. emotionalisierenden Bildern im Nachhinein von den ZuschauerInnen als positiv bewertet; die tatsächlichen Verstehensleistungen sind aber umso geringer, je positiver die Bewertung ausfällt ("Salomon-Effekt"). Wird daher bei der Produktion von Wissenschaftssendungen primär auf die Visualisierung gesetzt, wirkt sich diese vermeintliche Verstehenshilfe kontraproduktiv auf das Verstehen aus.
- Auch Bilderteppiche lenken vom Verstehen einer Sendung ab. Die Überfrachtung einer Sendung mit Bildern überfordert oftmals die menschliche Verarbeitungskapazität, so daß die gesprochenen Texte nicht mehr aufgenommen werden ("Selektions- oder Einkanaltheorie").
- Daß man die schon legendäre Wembersche Text-Bild-Schere vermeiden sollte, lernen FernsehjournalistInnen von Beginn ihrer Produktionstätigkeit an. Trotzdem sind wir bei der Analyse von Wissenschaftssendungen viel zu oft auf Bilder gestoßen, die inhaltlich nicht zum Text passen (und umgekehrt).

3. Texte/Sprache

- In vielen Wissenschaftssendungen kommen zu viele Fremdwörter und Fachbegriffe vor. Erklärungen von Fachbegriffen werden selten nochmals aufgegriffen und häufig nicht klar genug vorgenommen. Zudem werden zu viele lange, abstrakte und ungeläufige Wörter verwendet.
- Oft ist das Sprechtempo zu schnell. Dies führt dazu, daß die Informationen nicht mehr verarbeitet werden können. In der Alltagssprache werden durch-

schnittlich 150–200 Silben pro Minute, in den von uns untersuchten Wissenschaftssendungen bis zu 270 Silben pro Minute gesprochen.

- Die Sätze sind oft zu lang und zu verschachtelt, Nominalstil und häufige Passivkonstruktionen behindern das Verstehen ebenso wie die oftmals künstliche und nicht sinngerechte Vortragsweise der SprecherInnen.

4. Aufbau der Sendungen

- Große Probleme bereitet vielen ZuschauerInnen die unklare Strukturierung der Sendungen. Das bedeutet, daß der Sendungsaufbau zwar durchdacht konzipiert wurde, die Abfolge aber für die ZuschauerInnen nicht durchschaubar ist. Sie klagen dann häufig über den fehlenden "roten Faden", können einzelne Beiträge nicht in den Gesamtzusammenhang einordnen, verlieren buchstäblich die Orientierung und können und wollen deshalb den aktiven Verstehensprozeß nicht weiter fortsetzen.
- Aus der Textverstehens- und Textverständlichkeitsforschung bekannte Strukturierungshilfen wie ausführliche Einleitungen in das Thema oder die Erklärung zum Aufbau der Sendung, rekapitulierende und überleitende Zwischenzusammenfassungen, ausführliche Schlußresümees, die den Gesamtzusammenhang, die wichtigsten Fragen und Ergebnisse nochmals deutlich machen, werden in vielen Wissenschaftssendungen zu selten eingesetzt.
- Ein weiteres Merkmal vieler Wissenschaftssendungen ist die inhaltliche Überfrachtung. Gibt es aber zu wenige Denkpausen, zu wenige Wiederholungen, zu wenig Redundanz, dann führt eine zu kompakte Sendung zu Konzentrationschwächen und schließlich zum Abbruch des Zuschauens.
- Andererseits führen auch überpädagogische Langatmigkeit, Abschweifungen und das Ausbreiten von Unwesentlichem zu Langeweile und zu geistigem Abschalten.

5. Moderation

- Die Rolle der Moderation kann gar nicht hoch genug eingeschätzt werden: Nicht nur die Sprache, sondern besonders die Persönlichkeit (Interessantheit, Glaubwürdigkeit, Engagement) des Moderators ist wichtig für den Verstehensprozeß. Als besonders unangenehm wird eine monotone Moderation empfunden.

6. Attraktivität

Die Frage, wie eine Informationssendung "attraktiv" gestaltet werden kann, ist unter InformationsjournalistInnen eine strittige Frage. Die Grenzen von der

interessanten Sendung zum Infotainment sind fließend, und die Positionen der BefürworterInnen und GegnerInnen von Unterhaltungselementen in Informations-sendungen scheinen oftmals unversöhnlich. Nach unseren Untersuchungen betrachtet die wissenschaftsinteressierte Zuschauerschaft Information und Unterhaltung nicht als Gegensätze. Höher Gebildete mit geringem Fernsehkonsum lehnen tendenziell die Unterhaltung eher ab als Menschen mit formal niedrigeren Bildungsabschlüssen und hohem Fernsehkonsum. Der Einsatz von Unterhaltung bleibt solange eine Gratwanderung zwischen interessanter Gestaltung und bloßem Ulk, zwischen Informationsförderung und Informationsbehinderung, als nicht wissenschaftlich erforscht worden ist, welche Rolle die Unterhaltung beim Wissensaufbau spielt. Die Medienforschung steht hier erst in den Anfängen. Eine ausführlichere Zusammenfassung der Projektergebnisse findet sich im Abschlußbericht des Projekts.

Ausblick

Nach Abschluß des Projekts ist eine Buchpublikation geplant, die die Problematik des Wissenschaftstransfers durch Fernsehen aus *wissenschaftlicher* Sicht verständlich darstellt und die zentralen Verständlichkeitshindernisse benennt und erläutert.

Der Frage des Zusammenhangs von Unterhaltung und Information in Wissenschaftssendungen wird B. Freund in ihrer Dissertation zum Thema "Verständlichkeit und Attraktivität von Wissenschaftssendungen. Empirische Studien zur Produktion und Rezeption" nachgehen.

Es ist weiterhin verabredet, die Zusammenarbeit mit den Wissenschaftsredaktionen des WDR fortzusetzen und zukünftig Untersuchungen in Kooperation mit dem WDR – Medienreferat durchzuführen.

Die technisch – apparative Ausstattung des Projekts wird im Institut LUMIS bzw. vor allem in den sfb – Projekten A 1 und C 3 weiterhin verwendet. Dies gilt besonders für die interaktive Apparatur MEMFIS, die im Rahmen des weiterbewilligten Projekts "Mediengattungstheorie" in modifizierter Form eingesetzt werden soll.

sfb – Projekt: Der kommerzielle deutsche TV – Werbespot als Indikator sozialen Wandels

Bearbeiter: Achim Barsch, Peter M. Hejl, Siegfried J. Schmidt, Brigitte Spieß, Reinhold Viehoff

Dieses Projekt wird als Teilprojekt C 3 des Sonderforschungsbereichs 240 "Ästhetik, Pragmatik und Geschichte der Bildschirmmedien. Schwerpunkt: Fernsehen in der Bundesrepublik Deutschland" seit dem 2. Januar 1989 bearbeitet. Ab dem 1.1.1992 befindet sich das Projekt in der 2. Bewilligungsphase.

Die Internationalisierung der Fernsehanbieter, die Öffnung des Fernsehmarktes für private Stationen und die Einführung neuer Übertragungstechniken (Kabel, Satellit, Frequenzerweiterung) haben eine Umorganisation "des Fernsehens" eingeleitet, deren Ende noch nicht absehbar ist. Im wirtschaftlichen Konkurrenzkampf der Fernsehstationen spielt die Fernsehwerbung eine wachsende Rolle, die auch die Existenz der öffentlich – rechtlichen Fernsehanstalten in zunehmenden Maß bestimmt. Immer neue nationale und internationale Privatsender finanzieren sich – wie etwa TVE I u. II in Spanien sogar bis zu 95% – fast ausschließlich über Fernsehwerbung, aber auch ARD (30%) und ZDF (40%) sind zunehmend auf Werbeeinnahmen angewiesen. Die Strategie vieler privater Fernsehanbieter beschränkt sich in vielen Fällen darauf, attraktive Rahmenprogramme für lukrative Werbeaufträge zu schaffen. Entsprechend kann auch die Entwicklung des Gesamtwerbesystems immer weniger von der Entwicklung speziell der audiovisuellen Medien getrennt werden; denn mit der Ausbreitung des privaten Fernsehens wird der TV – Markt für die Werbebranche zunehmend wichtiger.

Infolge dieser technischen und ökonomischen Entwicklungen gewinnt Werbung ökonomisch, aber auch kulturell an Bedeutung. Werbung als Kommunikationsform hat ihren Status verändert. Als Thema wird sie zunehmend – vor allem bei Jugendlichen – positiv besetzt. Über sie wird positiv kommuniziert, was sich auf allen Ebenen der Kultur nachweisen läßt.¹ Nach dem Vorbild des Werbefilms bemüht sich auch der Fernsehspot in Deutschland um Qualitätsverbesserung und um Anschluß an das internationale Niveau. (Die Spots werden humorvoller – bis selbstreflexiv – schneller, überraschender, schalten um von Reklame auf 'feeling generation'.)

¹Von Werbefilmern werden Erfolgsfilme, wie z.B. Flashdance, 9 1/2 Wochen (Adrian Lyne) gemacht; Werbetreibende werden Filmhelden ('Männer' von Dörrie); Fernsehen, Radio, Zeitschriften und Zeitungen berichten immer häufiger über Vielfalt, Einfluß, Ausweitung und Macht der Werbung etc.

Das Projekt konzipiert das Werbesystem als eigenes Sozialsystem im Rahmen des Wirtschaftssystems mit ausdifferenzierten Handlungsrollen, Institutionen und Aufgabenstellungen. Das Werbesystem liefert für Geld Kreativität. Es produziert Medienangebote, die ihrerseits ein von vielen Konkurrenten umworbenes Gut produzieren sollen, nämlich Aufmerksamkeit. Die Produktion von Aufmerksamkeit wird in der Werbewirtschaft mit einer ganz spezifischen Zielsetzung gekoppelt. Aufmerksamkeit soll ein Bedürfnis wecken bzw. wachhalten, also gewinnrelevante Zahlungswilligkeit mobilisieren. Konkurrenzdruck führt im Werbesystem zu Innovationszwang.² Das Werbesystem antwortet darauf mit zunehmend freierer Kreativitätsentfaltung, die sich an gesellschaftliche Entwicklungen rasch adaptiert und historische wie aktuelle Formen-, Themen- und Personenrepertoires "plündert". In diesem Sinne ist Werbung Bestandteil und gleichzeitig Spiegelbild des gesellschaftlichen und kulturellen Wandels.

Durchführung und Stand der Arbeit:

Im Berichtszeitraum wurde das für die erste Bewilligungsphase 1989 – 1991 konzipierte Arbeitsprogramm fortgesetzt.

Arbeitsschritte:

- (1) Qualitative Inhaltsanalyse und statistische Auswertung der erhobenen Daten aus den Interviews und den rekonstruktiven Befragungen zur Planung und Realisierung von TV – Werbekampagnen.
- (2) Interpretation und Darstellung der Ergebnisse im Hinblick auf die theoretische Zielsetzung des Projekts.
- (3) Fertigstellung eines Arbeitspapiers zur idealtypischen Organisationsstruktur in einer Werbeagentur.
- (4) Fertigstellung einer Dokumentation zum Video – Datenbanksystem (Werbespot – Archiv).
- (5) Auswertung der Bibliographie zur sozialen und kulturellen Indikatorenforschung und benachbarter Disziplinen.
- (6) Ermittlung statistischer Daten zur kulturellen, sozialen und ökonomischen Entwicklung der Bundesrepublik Deutschland seit den Anfängen der Fernsehwerbung. Die Aufarbeitung der Kulturgeschichte dient der Erfassung signifikanter Entwicklungen in den für die Werbung relevanten gesellschaftlichen Systemen Kunst, Psychologie, Ökonomie und Fernsehen.

²Innovation/Kreativität wird im Werbesystem allein durch das Ziel begrenzt, eine positive "Produktpersönlichkeit" aufzubauen.

- (7) Ermittlung statistischer Daten zur Geschichte der deutschen Fernsehwerbung.
- (8) Vorbereitung und Planung einer systematischen Erfassung und Dokumentation von Archivmaterial (TV – Werbespots) seit den Anfängen der Fernsehwerbung.
- (9) Vorbereitung und Entwicklung eines Beschreibungssystems zur Produktanalyse von TV – Werbespots.
- (10) Erstellung eines Arbeitspapiers und einer Videokassette zu dem Thema 'Frauenbilder in der TV – Werbung' (cf. Vorträge).
- (11) Erstellung eines Arbeitspapiers und einer Videokassette zu dem Thema 'Medienarbeit am Beispiel von Werbesendungen' (cf. Vorträge).

Die erste Phase der Projektarbeit zielte ab auf die Ermittlung handlungsleitender Konzepte bei Werbespotproduzenten in unterschiedlichen Agenturtypen.³ Dabei konzentrierte sich die Konzepterhebung auf die Dimensionen Ökonomie, Psychologie, Kunst, Fernsehen und Werbung. Insgesamt wurden in einem Zeitraum von 1 1/2 Jahren (März 1990 bis August 1991) 30 qualitative Interviews mit Werbespotproduzenten in 16 deutschen Werbeagenturen durchgeführt. Die Auswertungsergebnisse der empirischen Erhebungen lassen deutliche Tendenzen erkennen, die im folgenden kurz zusammengefaßt werden sollen (cf. S.J. Schmidt und B. Spieß, Die Geburt der schönen Bilder. Fernsehwerbung aus der Sicht der Kreativen. Auswertung der Interviews. Arbeitspapier C 3, 1. Fassung August 1991).

Ökonomie ("Schulterblick statt Vollzugserlaß")

Im Kundenbereich vollziehen sich seit Jahrten wichtige Entwicklungen, die neue Werbemöglichkeiten für die "Kreativen" (Creative Directors) eröffnen:

- gemeinsame Projektentwicklung tritt bei einem Teil der Kunden neben oder an die Stelle dirigistischer Agenturbeauftragung (bis – gängelung);
- neben hierarchisch organisierten (und entsprechend unflexiblen) Großfirmen treten flexible neue Kunden auf ("die 68er werden Chefs"), die den Agenturen vor allem in kreativen Bereich größere Freiheiten lassen (bis hin zum Verzicht auf story boards);
- während große Firmen mit Marketinghierarchien noch sehr auf Testergebnisse fixiert sind und daher auf unkreative Werbung setzen ("Tests fördern Mittelmäßigkeit"), wagen Kunden mit kooperativer Einstellung mehr und bevorzugen ästhetisch anspruchsvolle und einfallsreiche Werbung;

³Zu den Zielen und Methoden der ersten Phase des Projekts cf. die LUMIS – Tätigkeitsberichte 1989 und 1990.

- Eurokampagnen oder weltweite Werbung haben zu kämpfen mit Mentalitätsdifferenzen und Sprachproblemen einerseits, mit erhöhtem Gremienaufwand, hohem Testeinsatz und politisch bedingten Kompromissen andererseits;
- insgesamt nimmt das Werbeaufkommen zu, wobei vor allem das Fernsehen zum wichtigsten Werbeträger der 90er Jahre geworden ist.

Psychologie ("Der Bauch ist das Testinstitut der Kreativen")

Übereinstimmend räumen die Kreativen ein, daß sie psychologische Forschungsergebnisse so gut wie gar nicht zur Kenntnis nehmen (sei es aus Zeitmangel, sei es aus Mißtrauen gegenüber Wissenschaft im allgemeinen). Auch Ergebnisse der Markt- und Wirkungsforschung werden bestenfalls als Korrektur der eigenen Annahmen bzw. als Vorgaben des Kunden ernstgenommen. Die Vorbehalte gegen Testinstitute gründen sich auf:

- die Unzuverlässigkeit der Ergebnisse (Aufmerksamkeitsweckung und Kaufmotivation lassen sich kaum voneinander unterscheiden);
- eklatante Fehleinschätzungen (wie im Falle der West oder des Fiat Panda);
- die Nivellierungstendenz ("Tests und Gruppendiskussionen fördern nur Durchschnitt zutage");
- die Veränderung der Testpersonen durch die Testsituation;
- den Opportunismus vieler Institute, die Daten positiv interpretieren, um ihre Kunden zu halten.

Akzeptiert werden bestenfalls Studien zur Marktpenetration eines Produkts oder objektivierbare Erfolgskontrollen abgeschlossener Kampagnen.

Kreative beziehen ihre Zielgruppenkenntnisse aus Erfahrung, die sich speist aus

- früheren Kampagnen und Agentur Erfahrungen;
- "Zeitgeistgefühl" durch informelle Gespräche, Kinobesuche, Zeitungs- und Zeitschriftenlektüre (vor allem auch der Boulevardpresse), Fernsehen, Beobachtung von Menschen an öffentlichen Plätzen usw.;
- Intuition ("Kreative lassen zu 70% den Bauch sprechen").

Einhellig wächst bei den Kreativen die Tendenz, ihre Zielgruppe ernstzunehmen ("es gibt keine dummen Zielgruppen mehr"), ihr ebenfalls Kreativität und Humor zuzutrauen und von social-pressure-Kampagnen (im Stile von Procter & Gamble) wegzukommen. Die Tendenz weist in Richtung pseudo-persönliches Gespräch ("erklär' das Produkt einem guten Freund"), da die Werber davon ausgehen, daß man

- schlechte Produkte auf dem heutigen Markt nicht mehr absetzen kann;
- die Zuschauer nicht manipulieren, sondern nur bestehende Bedürfnisse artikulieren bzw. zentrieren kann;

- Trends nur nutzen und verstärken, aber nicht lancieren kann.

Kunst ("Die Werbung hat ein Ziel, Kunst hat keines")

Die Beziehung der Werbung zu verschiedenen Kunstsparten wird eindeutig unter Funktionalisierungsaspekten gesehen ("Wir plündern die Künste"). Kunst ist verwertbar, weil sie (gleichsam als Frühwarnsystem) Trends erkennbar macht und anschließbare Formen von Kreativität entwickelt. Die Differenz zwischen Kunst und Werbung wird in der Zwecklosigkeit und Subjektivität der Kunst einerseits, in der eindeutig ökonomisch bestimmten Zweckbindung der Werbung andererseits gesehen. Darum kann es wohl "Flirts" zwischen dem Kunst- und dem Werbesystem geben, aber keine Systemfusion. Allerdings weisen einige Kreative darauf hin, daß sich die Grenzen verwischen:

- der (ästhetische) Qualitätsabstand zwischen heutiger Kunst und qualitativ guten Werbespots ist geringer geworden;
- Kunst und Werbung beeinflussen sich gegenseitig;
- Kunst und Werbung setzen hohe Kreativität voraus und laufen weithin regellos ab;
- beide sind relativ frei interpretierbar;
- beide unterliegen heute offen Marktmechanismen.

Einflüsse der Kunst auf die Werbung vollziehen sich nur selten in Form intentionaler Umsetzung; statt dessen handelt es sich meist um intuitive Selektionen bzw. um unmerkliche Beeinflussungen ("es fließt mit ein"). Kunstsparten, die als "Impulsgeber" genannt werden, sind dominant Film, Video(clip) und Musik, erst danach Theater, Architektur, Innenarchitektur, Grafik und Design, Mode und selten Literatur. Dabei ist der Film wegen des gleichen Mediums besonders affin. Musik ist vor allem wegen ihrer Emotionalität wichtig; Theater liefert Anregung bezüglich verschiedener Möglichkeiten von Dramaturgie, Darstellung von Charakteren, Spannungsbögen und Pointeneinsatz.

Auffallend ist, daß Kreative im Werbesystem selten selbst künstlerisch tätig sind (wenn, dann als Maler oder Musiker). Übereinstimmend betrachten sie die Spotgestaltung (primär die Phase der Ideenfindung) als kreative, nicht aber als künstlerische Tätigkeit ("Werbung, das ist Gebrauchskunst"). M. Schirners Kunstanspruch wird von den Kollegen als gezielte Provokation eingeschätzt.

Die gegenwärtige Tendenz der Interaktion zwischen Kunst und Werbung hat einer der interviewten Creative Directors auf die prägnante Formel gebracht: "Wichtig an der Kunst ist nur, was dem Werbespot nutzt. Darum sind zu starke Orientierungen gefährlich."

Fernsehen (Der Spot als ungewollte Zugabe)

"Früher war die Doppelseite im Stern das Größte. Heute ist das Fernsehen nach allgemeiner Meinung der Werbebranche das wichtigste Werbemedium." Diese allgemein geteilte Einschätzung der Kreativen basiert auf folgenden Gründen:

- schon heute investieren die Kunden 55 – 60% ihrer Werbeetats in Fernsehwerbung (mit steigender Tendenz);
- durch die Integration von Bild, Ton, Text und Musik ist das Fernsehen suggestiv, emotional und schnell; es kommt dem pseudo – persönlichen Verkaufsgespräch am nächsten;
- steigende Sendezeiten und eine breite Palette von Werbemöglichkeiten zwischen Spot und Sponsoring machen das (Privat)Fernsehen zunehmend attraktiv.

Fernsehen ist – wegen der Spotkürze in den öffentlich – rechtlichen Anstalten – schwierig für erklärungsbedürftige Produkte und zu enge Zielgruppen; bei der Werbung für Massenprodukte tendiert das Fernsehen zu eher platten Durchschnittslösungen ("TV will keinem wehe tun").

Nach Meinung der Kreativen hat Deutschland – bisher führend in der Qualität der Printwerbung – im TV – Sektor spürbar (und an internationalen Preisen ablesbar) aufgeholt, wobei dem Art Directors Club eine bedeutsame Rolle zugeschrieben wird. Verbesserungen erhofft man sich in Zukunft von der Medienroutine ("die jungen Werber denken schon kameramäßig"), von einer steigenden Akzeptanz von Humor und sogar Ironie in der deutschen Werbung, vom Ernstnehmen des Verbrauchers, von schwindender Testgläubigkeit der Kunden und schließlich von einem Mentalitätswandel der Deutschen. Dabei führen die Kreativen die steigende Spotqualität in Deutschland auch auf eine in den 80er Jahren entstandene neue Agenturphilosophie zurück, die gekennzeichnet ist vom Abbau von Hierarchien, Verbesserung der Kooperation von Verwaltung, Technik und kreativen Abteilungen in den Agenturen, Ablösung der Spezialisten durch Generalisten und die Entwicklung von "Markenpersönlichkeiten" bei zunehmender Produktivität. Von einem Kreativen auf den Punkt gebracht lautet die neue Formel: "Problemlösung für den Kunden, Respekt vor dem Menschen, alle Kreativität der Marke."

Immer mehr Kreative bemühen sich um Auszeichnungen, weil diese den eigenen Marktwert und das Ansehen der Agentur steigern, und inzwischen auch die Kunden Auszeichnungen der Agentur positiv einschätzen. Immer mehr Kreative lehnen es ab, für gefährliche Produkte, Botschaften oder Personen zu werben.

Von der Propaganda über die Reklame zur Kulturform

Am deutlichsten wird der Mentalitätswandel der Kreativen im Werbesystem bei der Einschätzung der gesellschaftlichen Funktion von Werbung. Seit den Verdikten von Sombart und Schmoller, die in den 20er Jahren Werbung als Lüge und Publikumsverdummung verwarfen, leidet Werbung in Deutschland unter dem Negativeimage von politischer Propaganda und ideologischer Indoktrination (= Gleichsetzung von Werbung und Propaganda). Seit 1968 wurde Werbung dann im Zuge marxistischer Kritik am Spätkapitalismus als "Kapitalistenknecht" verdammt, der Reklame für entfremdeten Konsum treibt. Heute – angesichts einer absehbaren weltweiten Ausbreitung der kapitalistischen Marktwirtschaft – gehen die "Kapitalistenknechte" argumentativ in die Offensive.

Marktwirtschaft, so lautet ihr Argument, braucht Konkurrenz. Konkurrenz setzt Öffentlichkeit und Produkttransparenz voraus. Werbung verschärft diese Konkurrenz, indem sie die Anbieter dazu zwingt, ihre Produkte öffentlich vorzustellen und den Nutzen i.w.S. aufzuzeigen, den ein Konsument davon haben kann. Dadurch wird der Markt transparenter und der "Evolutionswille der Firmen" erhöht. Die verbreitete Ansicht, durch geschickte Werbung lasse sich jedes Produkt verhökern, wird von den Kreativen mit einleuchtenden Argumenten zurückgewiesen. Schlechte Produkte sind nach ihrer Ansicht auch durch die beste Werbung nicht am Markt durchzusetzen, da der Verbraucher – angesichts weitergehender Produktparität vor allem bei Massengütern – wohl durchschaubare Übertreibungen, aber keine gezielten Falschmeldungen hinnimmt. Übereinstimmend waren unsere Interviewpartner der Ansicht, daß Werbung nicht manipulieren kann. Werbung, so die Ansicht, ist weder Betrug noch Manipulation. Sie ist vielmehr gezwungen ehrlich zu sein, um überhaupt etwas bewirken zu können. Entschieden wenden sich die Kreativen gegen die Formel von der Werbung als "geheimer Verführerin". Werbung ist nach ihrer Ansicht ehrlich, sie gibt zu, was sie anstrebt; und sie ist moralischer als viele Teile des Journalismus: Sie läßt keinen Zweifel an ihrer bedingungslosen Parteilichkeit, die am Produkt nur gute Seiten kennt und nennt, und jeder weiß das.

Daß Werbung im Ökonomiesystem erfolgreich ist, bezweifelt kein Kreativer frei nach dem Umkehrschluß: "Werbeabstinenz schafft Umsatzeinbußen". Wie aber Werbung wirkt, darüber geben nach ihrer Ansicht weder Tests noch Umsatzzahlen verläßlich Auskunft ("der Verkaufserfolg hat viele Väter").

Werbung, so die Kreativen, ist ein Spiegelbild der Gesellschaft ("jedes Volk kriegt die Werbung, die es verdient"), der sie heute Trendberichte, Identifikationsangebote und Diskussionsthemen anbietet (Advertainment). Schaden kann Werbung

nach Kreativenansicht in einer entwickelten Mediengesellschaft nur anrichten, wenn sie wieder zur Propaganda für gefährliche Güter, Personen und Ideen (z.B. Waffen, Demagogen und radikale Parteien) umfunktioniert wird.

Dimensionen – Konzepte – Gewichtungen

Hinsichtlich der Gewichtung der verschiedenen Konzeptiondimensionen bei der Spotproduktion steht man als Beobachter vor zwei Problemen:

- kreative Prozesse im Werbesystem laufen erstaunlich intuitiv ab; d.h. ihre Bewußtseinsfähigkeit ist hinsichtlich der interagierenden Komponenten sehr unterschiedlich ausgeprägt;
- der Einfluß von systeminstantiierenden Komponenten muß deutlich gegeneinander differenziert werden.

So spielen ökonomische Faktoren (Auftragsvolumen, Effizienz einer Agentur am Markt) eine systemkonstituierende (also insofern übergeordnete) Rolle, dominieren aber (vor allem nicht in Kreativ-Agenturen) keineswegs die Produktgestaltung, die eher von der Einschätzung des Produkts und der Zielgruppe abhängt. Die Selbst-Einschätzung des Werbesystems steuert sowohl die Interaktion mit dem Ökonomiesystem als auch die Suche nach und die Gewichtung von (überwiegend intuitiv erfaßten) Zielgruppenspezifika. Kunst wird wichtig, sofern und solange sie als Trendbarometer (Frühwarnsystem) und als Ideenlieferant funktionalisiert werden kann. Wissenschaftliche Marktbeobachtung und psychologische Zielgruppenanalyse werden – vor allem in Kreativ-Agenturen – bestenfalls als flankierende Informationslieferungen gesehen, die kreative Spoterfindungen und ihre Durchsetzung beim Kunden aber eher behindern als befördern.

Weiteres Vorgehen

Als Ziel des Projekts für die zweite Bewilligungsphase soll die Hypothese geprüft werden, ob die deutsche Fernsehwerbung als ein sensibler Indikator für Wandlungserscheinungen der modernen Gesellschaft angesehen werden kann. Diese allgemeine Fragestellung wird konkretisiert durch die Bearbeitung der folgenden forschungsthematischen Schwerpunkte:

1. Geschichte der deutschen Fernsehwerbung
2. Wandlungsprozesse des Gesamtwerbesystems
3. Kulturgeschichte der für die Werbung relevanten sozialen Systeme

Bei der Geschichte der deutschen Fernsehwerbung geht es darum zu explorieren, wie sich beispielsweise Stilphänomene, Motive, technische Innovationen, klischee-

hafte Leitbilder und Lebensentwürfe in den TV – Werbespots verändert haben. Als Schwerpunkt bei der Untersuchung der Wandlungsprozesse des Gesamtwerbesystems soll u.a. die Entwicklung der Infrastruktur, der Leitbilder und Personen, des Selbstbildes der Werbebranche, der technischen Bedingungen und Produktionsbedingungen sowie der Interaktion des Werbesystems mit mehreren anderen sozialen Systemen berücksichtigt werden. Die Aufarbeitung der Kulturgeschichte dient der Erfassung signifikanter Entwicklungen in den gesellschaftlichen Teilsystemen Kunst, Fernsehen, Psychologie und Wirtschaft und deren Rolle bei Interaktionen mit dem Fernsehwerbesystem.

Methodisch stehen bei der Analyse der Geschichte der deutschen Fernsehwerbung 1. Produktionsanalysen und 2. Befragungen der älteren Generation bekannter deutscher Werbeproduzenten im Vordergrund.

Projekt: Auswertung der Leserzuschriften zum "Autor des Jahres" (Bertelsmann Buchclub)

Bearbeiter: Elisabeth Heuel, Siegfried J. Schmidt,

Dieses Projekt wird durch Übernahme des größten Teils der Personalkosten vom Bertelsmann Verlag unterstützt. Zusätzlich bewilligte das Wissenschaftsministerium NW die Stelle für eine studentische Hilfskraft bis voraussichtlich 31. Oktober 1992. Die Bereitstellung weiterer finanzieller Mittel zur Anschaffung von Arbeitsgerät und für laufende Kosten durch Bertelsmann ist bewilligt worden. Das Projekt wird voraussichtlich bis November 1992 bearbeitet.

1. Materialbasis

Das Material besteht aus circa 10.000 LeserInnenzuschriften zur Wahl des "Autors des Jahres", die jeweils 1989 und 1990 vom Bertelsmann Buchclub in hauseigenen Magazinen sowie anderen Presseorganen wie Tages-, Wochenzeitungen und Illustrierten ausgeschrieben wurde.⁴

Der Text des Wahlaufufes richtet sich an Buchclub-Mitglieder ebenso wie an Nicht-Mitglieder. Allerdings stammen, nach Angaben von Bertelsmann, etwa 80%

⁴Im Sinne größerer LeserInnenfreundlichkeit wird im Folgenden auf den Zusatz Innen verzichtet, verbunden mit der Bitte, ihn dazuzudenken, vor allem auch bei den AutorInnen, wenn gleich diese offenbar nicht eingeplant waren, siehe Anmerkung 5.

der Zuschriften von Mitgliedern. Der überwiegende Teil der Einsendungen ist aus dem Jahr 1989. Die Zahl der Zuschriften des folgenden Jahres ist deshalb geringer, da, so die Verlagsleitung, die Wahl 1990 mit weniger Werbeaufwand durchgeführt wurde.

Der Wahlauf Ruf wendet sich an alle, die "Lust am Lesen" haben. Jeder Leser ist aufgefordert, einen Autor zu nennen, der seiner Ansicht nach "Dank, Lob und Ermutigung verdient hat".

Eine Beschränkung auf belletristische Autoren geht nicht aus dem Text hervor und ist auch nicht so verstanden worden, wie die bisher durchgesehenen Zuschriften erkennen lassen. Gesucht wird ein Autor, der, so der Wortlaut, dem Leser im Lauf des vergangenen Jahres "aus der Seele, für's Herz oder in den nachdenklichen Kopf" geschrieben hat. Diesem soll die "Goldene Club-Feder" verliehen werden. Als zusätzlicher Anreiz werden 10 Reisen zur "feierlichen Preisverleihung" unter den Wählern des Gewinners sowie "hundert wertvolle Buchpakete" und "tausend unserer schönsten Bücher" unter allen Teilnehmern der Wahl verlost. Neben dem Namen des Autors wird um eine kurze Begründung für die Entscheidung gebeten: "Die 'Goldene Club-Feder' gebührt (Name), weil..." Der Platz für die Begründung ist allerdings sehr knapp bemessen, wobei die an die Club-Mitglieder ausgegebenen Stimmkarten im Postkartenformat noch mehr Raum bieten als die in der Presse veröffentlichten Wahlauf rufe mit integrierten kleinen Antwortcoupons. Dementsprechend kurz sind die meisten Zuschriften, aber die Länge der Antworten ist keineswegs einheitlich. Sie reicht von einem Wort (wie z.B. "weil: 'spannend'") bis zu Begründungen, die aus mehreren Stichworten oder vollständigen Sätzen bestehen.

Außerdem sind auch einige Briefe unterschiedlicher Länge darunter, die zusätzlich zum oder statt des Coupons eingesandt wurden. Andere Einsender dagegen verzichten ganz auf eine Begründung. Da die Durchsicht und Auswertung der Zuschriften gerade erst begonnen hat, können zur jeweiligen Menge der Antworten unterschiedlichen Umfangs noch keine genaueren Angaben gemacht werden. Bisher läßt sich dem Augenschein nach feststellen, daß sich die Mehrheit der Antworten, wie zu erwarten, im Bereich von stichwortartigen bis zu ganzen Sätzen umfassenden Angaben bewegt. Voll beschriebene Postkarten oder längere Briefe sind vergleichsweise selten, ebenso das völlige Fehlen von Begründungen.

Über die Mitgliederkartei des Buchclubs lassen sich anhand der Namen und Postleitzahlen die soziodemographischen Daten eines Teils der Einsender erhalten, bei denen es sich um Club-Mitglieder handelt. Für die anderen liegen keine

über die Anschrift hinausgehenden Angaben zur Person vor. Was die Mitglieder betrifft, sind neben den Wohnorten Geschlecht, Alter, zum Teil die persönlichen Interessenschwerpunkte und für etwa 60% aller Mitglieder des Clubs die Berufe bekannt.

2. Durchführung und Stand der Arbeit

Da die Zuschriften nur teilweise geordnet vorliegen, müssen sie zunächst nach Autorennamen geordnet werden. Dies erleichtert die Handhabbarkeit des umfangreichen Materials und kann, indem vermieden wird, daß die Karten zu einem Autor von verschiedenen Codierern bearbeitet werden, Ungenauigkeiten bei der Eingabe verhindern helfen. Sodann müssen die Karten numeriert werden, damit sie anhand der Nummern eindeutig identifizierbar sind.

Der nächste Arbeitsschritt besteht darin, die für die statistische Auswertung notwendigen Oberflächendaten der Karten in eine Datenbank einzugeben. Das betrifft die Kennziffern, die Autorennamen, Titelnennungen, Angaben zum Umfang der Antwort sowie Namen und Postleitzahlen der Einsender. Letztere beiden werden benötigt, um die in der Mitgliederkartei des Buchclubs gespeicherten soziographischen Daten ausfindig machen zu können. Auf diese Weise lassen sich auch die Mitglieder von den Nicht-Mitgliedern unterscheiden. Außerdem dient dieser Schritt der Sortierung der Karten nach der Länge der Begründungen, was für die Wahl der späteren inhaltsanalytischen Verfahren entscheidend ist. Dabei soll "Länge" nach externen Merkmalen bestimmt werden. Die angeführten Rahmendaten sollen statistisch aufgeschlüsselt werden.

Kernstück des Projekts ist die inhaltsanalytische Auswertung der Leserzuschriften, deren Repräsentativität aufgrund der großen Anzahl von Zuschriften, auch bei einer Stichprobenauswahl, gewährleistet ist. Dafür ist erforderlich, sämtliche Texte der Begründungen in ein Textverarbeitungsprogramm einzugeben. Auf Fragestellungen, Ziele und Probleme der geplanten Inhaltssanalyse soll später noch kurz eingegangen werden.

Parallel dazu läuft die Planung und Entwicklung des geeigneten Verfahrens für die inhaltsanalytische Auswertung der Begründungstexte.

3. Zur statistischen und inhaltsanalytischen Auswertung

3.1 Statistische Auswertung

Geplant ist eine statistische Auswertung der Zuschriften nach folgenden Gesichtspunkten:

- genannte Autoren: Namen und Häufigkeit der Nennung, dazu, soweit vorhanden, Titelangaben (danach war nicht ausdrücklich gefragt);
- Sozialstruktur der Einsender insgesamt, Verteilung auf sozio – demographische Gruppen;
- Verteilung der Einsendungen zu einzelnen Autoren: dabei kann unterschieden werden zwischen Club – Mitgliedern und Nicht – Mitgliedern, Wohnort in Ost – oder Westdeutschland, städtischer und ländlicher Bevölkerung, den Geschlechtern, eventuell können Alter und Berufe berücksichtigt werden.

Zum Entstehungszeitraum: Da die Zahl der Zuschriften des Jahres 1990 sehr viel geringer ist als die des Vorjahres, läßt sich kein statistisch signifikanter Vergleich zwischen beiden Jahren anstellen.

3.2 Zur Inhaltsanalyse

3.2.1 Vor – und Nachteile des Materials

Ein Vorteil des Materials liegt in der Menge der Items (als Einheit soll eine Zuschrift gelten), so daß auch bei einer Stichprobenauswahl statistische Signifikanz gegeben ist.

Wichtig zu bemerken ist, daß es sich um Stellungnahmen handelt, die auf freiwilliger Basis und nicht im Rahmen eines Forschungsprojektes entstanden sind. Geantwortet haben Menschen, in deren Alltag das Lesen von Büchern zumindest eine so große Rolle spielt, daß sie einen Lieblingsautor nennen können und wollen. Natürlich darf nicht vergessen werden, daß die Möglichkeit, etwas zu gewinnen, motivationsfördernd hinzukommt. Aber auch die Preise beziehen sich auf Leserinteressen, es sind keine Geld – oder 'nicht – literarischen' Sachpreise zu gewinnen. Schon nach einer stichprobenartigen Durchsicht des Materials läßt sich erkennen, daß eine mehr oder weniger intensive, zum Teil über das geforderte Maß hinausgehende Auseinandersetzung mit der Fragestellung stattgefunden hat. Die Aufmachung des Wahlaufrufs gestattet einen großen individuellen Spielraum bei der Entscheidung und ihrer Begründung. Eine Einschränkung könnte zwar darin liegen, daß prinzipiell nur zeitgenössischen Autoren die Goldene Feder verliehen werden kann. Das war aber nicht unbedingt ein Hindernis, auch solche

Autoren zu erwähnen, die ihre Auszeichnung nicht mehr lebend in Empfang nehmen könnten. Sicherlich muß bei der Liste der bevorzugt genannten Autoren ohnehin der Anspruch auf Repräsentativität eingeschränkt werden, da die Zuschriften ja zum weitaus größten Teil von Mitgliedern des Buchclubs stammen und ihre Entscheidungen stark von diesem Kontext geprägt sein könnten. Diese Überlegung wird noch anhand der Club-Magazine und des darin präsentierten Angebots im Vergleich zu den genannten Autoren zu überprüfen sein. Es lassen sich also keine Aussagen darüber machen, was "die Deutschen" im angegebenen Zeitraum besonders gern gelesen haben, wohl aber über die literarischen Vorlieben der Mitglieder des Bertelsmann-Buchclubs. Jedoch auch diese können aus einem einerseits relativ breiten Spektrum auswählen, und sind andererseits ja nicht notwendigerweise darauf angewiesen, ihre gesamte Versorgung mit Lesbarem aus der Angebotspalette des Buchclubs zu bestreiten. Zudem entspricht, nach Informationen der Club-Leitung, die Sozialstruktur der Mitglieder in etwa der westdeutschen Bevölkerung. Eine detailliertere Untersuchung dieser Fragestellung ist angestrebt.

Im Zentrum der Analyse soll weniger eine Beliebtheitsskala der Autoren stehen als vielmehr die argumentative Struktur der Begründungstexte – diese natürlich, wo es die Menge zuläßt, in Bezug zu bestimmten Autoren und Einsendergruppen.

Dabei müssen und sollen die Kontextbedingungen Berücksichtigung finden. Da die Äußerungen freiwillig, unbeobachtet und aus persönlichen Motivationen zustande kamen, kann davon ausgegangen werden, daß der Effekt der "social desirability" sehr viel geringer anzusetzen ist als etwa bei im Rahmen von (als solchen erkennbaren) Forschungsprojekten durchgeführten Befragungen. Im vorliegenden Fall trat keine literarische oder wissenschaftliche Instanz auf den Plan, es ging nicht darum, Wissen und Status zu beweisen, sondern gefragt war ausdrücklich die Meinung eines jeden Einzelnen und dessen subjektive Entscheidungskriterien. "Dafür", so fördert der Wahlauf Ruf das literarische Selbstbewußtsein, "brauchen wir keine Jury, die den Lorbeer unter Ausschluß der Öffentlichkeit verteilt". Die Entstehungsgeschichte des Materials berechtigt folglich zu der Annahme, daß sich anhand der vorliegenden Äußerungen ein weniger verzerrter Einblick in die Interessen und Wertstrukturen der naiven, d.h. 'wirklichen' Leser gewinnen läßt als dies möglicherweise bei einer darauf abzielenden Untersuchung der Fall wäre.

Eine solcherart als Zufallsprodukt entstandene Materialbasis birgt neben den Vorteilen natürlich auch andere Nachteile als geplant durchgeführte Erhebungen. So konnte auf Text und Gestaltung des Wahlauf Rufs keinerlei Einfluß genommen

werden.⁵ Auch war nicht möglich, die Bedingungen, unter denen die Antworten entstanden, in irgendeiner Weise zu kontrollieren oder auch nur Kenntnis von ihnen zu erhalten. Gravierendster Nachteil ist das völlige Fehlen von soziographischen Daten bei einem Teil der Einsender und die Knappheit und aufwendige Rekonstruktion derselben bei den Mitglieder-Zuschriften. Alle Aussagen zu schichtspezifischen Phänomenen, zu Wirkungen literarischer Sozialisation oder gar des Voraussetzungssystems einzelner Rezipienten müssen daher in den Bereich der Spekulation verwiesen oder konsequenterweise ganz ausgeklammert werden – es sei denn, die Datenmenge könnte durch weitere empirische Untersuchungen vertieft werden. Der Entfaltung 'soziokultureller' Fragestellungen sind in dieser Richtung also enge Grenzen gesetzt.

Die Analyse wird sich auf die uneingeschränkt verfügbaren Textdokumente konzentrieren müssen. Diese nun sind, wie schon erwähnt, weit davon entfernt, einheitliche Merkmale aufzuweisen. Trotz des leider sehr knapp bemessenen Platzes für die Begründungen sind die Antworten von der Länge bis zur grammatischen und inhaltlichen Struktur der Argumentation sehr unterschiedlich. Dies zwingt zu einem weitgehend induktiven, auf Flexibilität angelegtem Vorgehen bei der Operationalisierung der inhaltsanalytischen Kategorien. Dafür scheint es sinnvoll, die Zuschriften zunächst nach Länge und dann vermehrt nach inhaltlichen Kriterien zu sortieren, um für die dabei entstehenden, möglicherweise sehr unterschiedlichen Antworttypen jeweils adäquate Kategorien, d.h. beantwortbare Fragen entwickeln zu können.

3.2.2 Ziele der Inhaltsanalyse

Aufgrund der oben geschilderten Beschaffenheit des Materials kann die Auswertung nur deskriptiv erfolgen.

Hauptanliegen der inhaltsanalytischen Untersuchung ist, Aussagen über die den Äußerungen zugrundeliegenden Literaturbegriffe der Einsender zu gewinnen. Unser Erkenntnisinteresse läßt sich in Form einiger richtungsweisender Fragen charakterisieren:

- Welche Werte und Bewertungskriterien werden zur Begründung der Entscheidung für einen Autor angeführt? Welche Unterschiede lassen sich fest –

⁵An dieser Stelle sei kritisch angemerkt, daß nur nach dem Autor gefragt wird, und daß Autorinnen dabei nicht eingeschlossen sind, zeigt die zugehörige Illustration, eine farbige Zeichnung von Traxler, die einen sinnierend am Cafétisch sitzenden, durch Halbglatze, Brille und den kontemplativen Blick unschwer als Kopfarbeiter kenntlichen Dichter und Denker darstellt, über dessen Haupt eine rosagewandete Muse kreist, den Lorbeerkranz in Händen haltend, mit dem sie gleich die hohe Stirn des Erwählten umkränzen wird – übrigens wird das Fehlen der weiblichen Form in einigen Zuschriften bemängelt, erwartungsgemäß hauptsächlich von Frauen.

stellen in Bezug auf Autoren, Genres und Einsendergruppen? Welche Attribute kommen besonders häufig vor?

- Welche Interessen und Bedürfnisse, die den Umgang mit Literatur prägen, werden artikuliert? Und welche der genannten Autoren erfüllen sie nach Meinung der Einsender? Wer liest was warum besonders gerne?
- Welche Wirkungen von Literatur werden beschrieben? Wie werden diese bewertet?
- Artikulieren sich Erwartungen im Umgang mit Literatur, die von dem genannten Autor exemplarisch erfüllt werden? Finden sich Aussagen zur persönlichen Lebenssituation und der Rolle, die dem Lesen (von Literatur) darin zukommt?
- Lassen sich Aussagen zu Funktionen von Literatur ermitteln? Lassen sich die drei in der ETL beschriebenen Funktionsebenen nachweisen? Sind Gewichtungen erkennbar? Mit welchen (ästhetischen oder anderen) Werten sind angegebene Funktionen verbunden?
- Gibt es signifikante Unterschiede zwischen den Äußerungen von
Frauen und Männern,
West- und Ostdeutschen,
Club-Mitgliedern und Nicht-Mitgliedern?

Diese Fragen sollen grob die Perspektive anzeigen, aus der die Operationalisierung der inhaltsanalytischen Kategorien erfolgen soll. Zu welchen der angerissenen Untersuchungsaspekte tatsächlich Äußerungen der Einsender zu finden sind, wird sich noch zeigen müssen.

4. Ausblick

Die Interpretation der Ergebnisse der Inhaltsanalyse soll im Hinblick auf in der ETL vertretene Theoriepositionen erfolgen, deren Bestätigung, Modifikation oder Erweiterung das übergeordnete theoretische Ziel des Projekts ist. Ein Vergleich mit der 1980 von D. Hintzenberg, S.J. Schmidt und R. Zobel durchgeführten Untersuchung zum Literaturbegriff in der Bundesrepublik Deutschland bietet sich an. Hierbei können sowohl einzelne Ergebnisse als auch die unterschiedlichen empirischen Verfahren zueinander in Beziehung gesetzt werden. Zwar ist das vorliegende Material nicht dazu geeignet, gezielt ausgewählte Hypothesen zu testen, doch lassen sich sicherlich weiterführende Einsichten gewinnen über das Funktionieren des 'real existierenden' Literatursystems in Deutschland. Bei den Einsendern handelt es sich um Repräsentanten der vielleicht maßgeblichsten Gruppe von Aktanten im Literatursystem, deren empirische Erforschung gleichwohl

noch einige Defizite aufzuweisen hat: die 'wirklichen' (oder auch naiven) Leser. Im Unterschied zur Buchmarktforschung, die vorwiegend an Marktmechanismen interessiert ist, kommen hier individuelle Vorlieben, Bedürfnisse und Werte einzelner Leser unverstellt zur Sprache. Da diese nicht gezielt abgefragt wurden, tritt wahrscheinlich nur ein kleiner Ausschnitt aus den jeweiligen Literaturbegriffen in Erscheinung. Dieser aber wird, gerade auch wegen der Kürze der Stellungnahmen, dem entsprechen, was den Beteiligten in ihrem (mehr oder weniger) alltäglichen Umgang mit Literatur tatsächlich relevant und erwähnenswert erscheint.

Deshalb ist es lohnend, die hier artikulierten Interessen und Werte mit in der offiziellen Literaturkritik vertretenen Positionen zu vergleichen. Da die Zuschriften zu 80% oder mehr von Mitgliedern des Buchclubs stammen, könnten, sofern diese vorliegen, vergleichbare Untersuchungen zu anderen Clubs oder auch 'unorganisierten' Leserschichten herangezogen werden, um Erkenntnisse über die mögliche geschmacksbildende Wirkung von Buchgemeinschaften zu gewinnen.

Die theoretische Modellierung der ETL ist darauf angelegt, immer wieder durch empirische Untersuchungen legitimiert und, wo nötig, verändert zu werden. Insbesondere die Rolle der Ä- und P-Konventionen bei literaturbezogenen Handlungen und die systemtheoretische Konzeptualisierung des Literatursystems als Sozialsystem sind in jüngerer Zeit kontrovers diskutiert worden. Aus der bislang erstmaligen Analyse einer solchen Menge auf freiwilliger Basis entstandener Meinungsäußerungen von Literaturrezipienten sind gewinnbringende Anregungen für den Fortgang der Diskussion und Anschlußmöglichkeiten für weitere Projekte zu erwarten. So ist die Frage der Außen-Innen-Differenzierung des Literatursystems und seiner Struktur ein Thema, das sich langfristig nur mit Hilfe von 'ins Innere des Systems' zielenden empirischen Studien sinnvoll weiterbearbeiten läßt. Neben unter Umständen möglichen Rückschlüssen auf die Gültigkeit der Modellierung der Makro-Konventionen als 'Grenzpfosten' des Literatursystems ist die Frage nach den Funktionen von Literatur von besonderem Interesse: Läßt sich die Existenz der drei in der ETL angenommenen Funktionsebenen (kognitiv-reflexiv, moralisch-sozial, hedonistisch-individuell) in den Äußerungen nachweisen? In welchem Verhältnis stehen die Funktionen zueinander, lassen sich Dominanzen bestimmter Funktionen insgesamt und in Bezug auf typische Gruppen von Einsendern und deren literarische Vorlieben erkennen? Kann die Annahme, daß es spezifische Funktionen gibt, die nur im Literatursystem erfüllt werden können, empirisch gerechtfertigt werden?

In diesem Zusammenhang wie auch bei der Frage nach der Relevanz der Konventionen könnten auch Überlegungen und empirische Studien zum Bereich der

Populärliteratur eine Rolle spielen; das vorliegende Material wird aller Wahrscheinlichkeit nach Möglichkeiten des Vergleichs und der Vertiefung von Ergebnissen bieten. Da, wie schon erkennbar, auch Autoren gewählt wurden, die nach übereinstimmender Meinung und gängiger Präsentation auf dem Markt nicht dem literarischen Spektrum zugerechnet werden (Sachbücher verschiedener Ausrichtung, Ratgeber, Lebenshilfe etc.), könnten Aufschlüsse über Unterschiede und Gemeinsamkeiten der Rezeptionsweisen, Bedürfnisse und Wertkriterien beim Lesen von literarischen und nicht-literarischen Texten angestrebt werden, wobei diese Unterscheidung selbst zur Disposition steht. Darüberhinaus könnte der Blick auf einen Ausschnitt der gegenwärtigen Wirklichkeit von Literaturrezipienten zu einer Anreicherung der systemtheoretischen Modellbildungen in der ETL führen, so etwa bei der Frage nach dem Stellenwert der Individuen in der Konzeption des Literatursystems, wenn von diesem überhaupt im Singular gesprochen werden kann.

Dies sind nur einige wenige knappe Hinweise auf den theoretischen Rahmen, in dem das Projekt verortet werden kann, aber sie deuten eine Richtung an, die zu verfolgen sich lohnt und wozu diese und noch mehr empirische Anstrengungen nötig sein werden.

Projekt: Kultur- und Literaturgeschichte durch Hörfunkprogramme des Rundfunks. Die Sendereihe ZEITZEICHEN des Westdeutschen Rundfunks/Köln.

Kurzbezeichnung: Zeitzeichen

Bearbeiter: Reinhold Viehoff, Ingrid Brück

Ziele:

Das Projekt analysiert und dokumentiert die kultur- und literaturbezogenen Sendungen der Reihe ZEITZEICHEN von 1972 bis 1987/88. Es beschreibt typische Konstellationen der Literaturvermittlung in einer nicht-literaturspezifischen Sendereihe. Es analysiert anhand eines Samples die literarischen Wertungskriterien der Vermittlung. Das publizistische Konzept von ZEITZEICHEN wird empirisch erhoben (anhand von teilnehmender Beobachtung, Interviews, etc.) und diskutiert unter dem Blickwinkel der Bedeutung solcher Sendetypen für die lebenslange literarische Sozialisation der ZuhörerInnen.

Gegenstandsbereich:

Literaturvermittlung im Hörfunk, Totalerhebung der Manuskripte aller Sendungen seit 1971/72, die Arbeitsweise und Organisationsstruktur der Redaktion.

Stand der Arbeit

Die inhaltsanalytische Bearbeitung der Manuskripte ist noch nicht abgeschlossen. Nach Beendigung dieser letzten empirischen Phase des Projektes wird ein Abschlußbericht vorgelegt.

Projekt: Kultur als Wirklichkeitskonstruktion: zur Konzeptualisierung und Modellierung der "dritten Ebene"

Bearbeiter: Peter M. Hejl

Mit der Aufnahme, Weiterentwicklung und Förderung konstruktivistischer Überlegungen wurden und werden in LUMIS in Übereinstimmung mit dem interdisziplinären Forschungsauftrag Überlegungen u.a. aus der Biologie, der Psychologie, der Soziologie und natürlich der Literaturwissenschaft und Medienforschung zusammengeführt. Dabei werden immer wieder und in verschiedenen Zusammenhängen die Beziehungen diskutiert zwischen der biologischen, der sozialen und der kulturellen Ebene. Diese wird dabei verstanden als die analytische Ebene sozialer Vorstellungen,⁶ überindividueller Realitätskonstrukte⁷ etc. d.h. als die Ebene, die auch als "die dritte Ebene" hervorgehoben wird.^{8,9} In verschiedenen Formen läßt sich diese Dreiteilung mindestens bis zur Ausdifferenzierung jener Vorstellungen über die "Geisteswissenschaften" zurückverfolgen, die diese als mehr oder weniger selbständig konzipieren.

Gewissermaßen "hinter" dieser Dreiteilung unserer wissenschaftlich bearbeiteten phänomenalen Welt steht der ältere und fundamentalere angesetzte Dualismus von

⁶Vgl. dazu FARR/MOSCOVICI (Hg.), 1984.

⁷HEJL, 1992a.

⁸So z.B. bei SCHÖTTLER, 1989.

⁹Vgl. dazu die Konventionen in S.J. SCHMIDT, 1980. Vgl. aber auch die in den LUMIS-Tätigkeitsberichten dokumentierten Projekte, bei denen es fast ausnahmslos um die Ausbildung und/oder die Verwendung bereichs- oder sozialsystemspezifischen Wissens ging.

Geist und Materie, von Körper und Geist und seinen verschiedenen Paraphrasierungen. Während sich in der Wissenschaft traditionell eine starke Tendenz zum Rückzug in die Bereiche zeigen läßt, die durch die verschiedenen Disziplinen ausgegrenzt wurden, gibt es in den letzten Jahren mindestens zwei Gegenteilenden. Auf der einen Seite ist die sowohl innerhalb verschiedener Disziplinen als auch interdisziplinär geführte Diskussion zu Phänomenen der Selbstorganisation zu nennen. Auf der anderen Seite findet man Arbeiten zu einer evolutionären Kulturtheorie,¹⁰ die ebenfalls auf Interdisziplinarität und auf die Verbindung sonst nicht verknüpfter Bereiche angelegt ist. Während die Diskussion zu Themen der Selbstorganisation inzwischen schon fast zu einem "normalen" Topos geworden ist, wird die evolutionäre Kulturtheorie in Deutschland noch wenig beachtet. Da die Selbstorganisationsdiskussion in Grundzügen als bekannt vorausgesetzt werden kann,¹¹ möchte ich mich hier auf einige Erläuterungen zur evolutionären Kulturtheorie beschränken und damit verdeutlichen, warum sie von besonderem Interesse für die Medien- und Kommunikationsproblematik, sowie, allgemeiner, für Kultur- und Sozialtheorie sein kann.

Die verschiedenen Arbeiten zur evolutionären Kulturtheorie lassen sich grob charakterisieren durch das gemeinsame Interesse ihrer Autoren, evolutionsbiologische Überlegungen für die Erklärung von Phänomenen heranzuziehen, die als "kulturell" eingestuft werden. "Heranziehen" reicht dabei von Versuchen, soziale und kulturelle Phänomene durch spieltheoretische Überlegungen zur Maximierung des jeweils eigenen biologischen oder auch sozialen "Reproduktions"erfolges zu erklären – die entscheidenden Anstöße gingen hier von der Soziobiologie¹² aus – bis hin zum eher metaphorischen Gebrauch evolutionsbiologischer Überlegungen.¹³ Dazwischen finden sich Ansätze, wie etwa der von CAVALLI-SFORZA/FELDMAN, 1981 und BOYD/RICHERSON, 1985 oder der von DURHAM, 1991. Diese hier nur beispielhaft genannten Autoren (alle sind Anthropologen) versuchen nicht, die beteiligten Wissenschaften, also Biologie, Psy-

¹⁰S.u. zur genaueren Charakterisierung. Der Singular wird hier nur aus Gründen der Vereinfachung verwendet. Tatsächlich gibt es erhebliche Differenzen zwischen den Autoren, die man "der" evolutionären Kulturtheorie bzw. Kulturanthropologie zuordnen kann, vgl. als Überblick DURHAM, 1990. Den seit Mitte der 80er Jahre wachsenden Einfluß dieser Arbeiten auf die bis dahin eher strukturalistisch orientierte Geschichtswissenschaft und Historische Soziologie hebt z.B. ALEXANDER, 1988: 91 hervor.

¹¹Als Auszug aus der inzwischen kaum noch zu übersehenden Literatur vgl. etwa die Beiträge in KROHN/KÜPPERS/NOWOTNY, (Hg.) 1990 und in KRATKY/WALLNER (Hg.), 1990.

¹²Vgl. als knappe Darstellung und Evaluierung aus soziologischer Sicht VOWINCKEL, 1991, dort auch weitere Literaturverweise. S. zur Kontroverse um die Soziobiologie SEGERSTRALE, 1990:354ff.

¹³Vgl. z.B. GIESEN, 1987.

chologie, Anthropologie und Soziologie, in der einen oder anderen Weise auf eine andere Disziplin zu "reduzieren" oder durch eine andere Disziplin zu ersetzen. Ihre zentrale Frage ist vielmehr: Welche kognitiven Mechanismen und Vorstellungen, welche sozialen Verhaltensweisen und welche Organisationsformen des Soziallebens haben sich in der Evolution herausgebildet und können deshalb als relativ stabil angesehen werden?¹⁴ Hier soll also keine Seite aufgrund a priori getroffener Entscheidungen bevorzugt werden. Insbesondere bei Durham steht so die "Koevolution" von Biologie, Sozialem und Kultur im Mittelpunkt.

Kultur wird in diesen Arbeiten entsprechend den unterschiedlichen Theorieschulen und Metaphoriken durchaus unterschiedlich und auch unterschiedlich scharf gefaßt.¹⁵ In der marxistischen Tradition finden sich so eher auf materielle Gegenstände orientierte Vorstellungen, die außerdem dahin tendieren, kulturellen Phänomenen jede, und zwar selbst eine auch nur analytisch gefaßte, Eigenständigkeit abzusprechen. Auf der anderen Seite finden sich geisteswissenschaftlich orientierte Autoren, die auf eine so weitgehende Eigenständigkeit kultureller Phänomene bestehen, daß sie nicht mehr als bewirkt und damit als erklärbar im Sinne "wissenschaftlicher Erklärungen" gedacht werden können. Die sich angesichts dieser Alternative abzeichnende Position, die zunehmend breitere Unterstützung findet, versteht Kultur als aus "Repräsentationen" bestehend.

Daß die Konzeptualisierung der "Einheiten", aus denen Kultur "besteht", mehr oder weniger eng am biologischen Modell des Gens orientiert ist, sollte nicht die Auseinandersetzung mit den Hintergrundüberlegungen behindern, die bei diesem Konzepttransfer eine Rolle spielen. Wichtig erscheint insbesondere der analytische Gewinn eines Kulturkonzepts, das mit unterscheidbaren Einheiten arbeitet, die mehr oder weniger rekombinierbar sind und die einzeln weitergegeben werden können, und zwar sowohl vertikal als auch horizontal. Ob diese Einheiten nun (mit jeweils herauszuarbeitenden Unterschieden) als "Ideen" (HUXLEY, 1962), "traits" (BOYD/RICHERSON, 1985), "culture genes" (LUMSDEN/WILSON, 1985), "Konzepte" (HILL, 1989), "memes" (DAWKINS, 1982) oder, darauf auf-

¹⁴Im Gegensatz zur Mängelhypothese GEHLENS (1986), hebt denn auch VOWINCKEL, 1991: 522 zutreffend hervor, daß die evolutionäre Kulturanthropologie Kultur nicht als Ausgleich eines Mangels sondern als "natürlich" versteht. Dem entsprechen aus der Primatenforschung kommende Überlegungen wie die "Social Intelligence Hypothesis" (HUMPHREY, 1988; vgl. auch CHENEY/SEYFARTH, 1990). Sie sieht die Ausbildung abstrakterer Denkleistungen höherer Primaten bis zum Menschen als bedingt durch die komplexe Situation des Lebens in strukturierten Sozialverbänden. Dazu wäre freilich hinzuzufügen, daß die Komplexität sozialer Beziehungen von einem bestimmten "Punkt" der Entwicklung an, wiederum von den betreffenden Denkmöglichkeiten abhängt, es sich also um einen selbstorganisierenden Prozeß im Sinne von HEJL, 1988 handelt.

¹⁵Vgl. dazu ARCHER, 1988: 25ff.

bauend, als "holomemes" and "alomemes" (DURHAM, 1991) bezeichnet werden, ist dabei zunächst gleichgültig.

Dieser rationalistisch – mechanistischen Fassung des Kulturverständnisses entspricht, daß der kulturellen Ebene eine analytische Autonomie gegenüber dem sozialen Bereich eingeräumt wird. Nur so kann man nämlich Kultur als in der sozialen Entwicklung erzeugt oder bewirkt begreifen, wobei die soziale Entwicklung wie – derum über die Ausbildung kognitiver Mechanismen und sozialer Strukturen mit der biologischen Ebene verknüpft ist.¹⁶ Umgekehrt wird Kultur gerade wegen ihrer relativen Autonomie aber auch zur Bedingung zahlreicher sozialer Prozesse, indem sie nämlich Denkmöglichkeiten und Handlungsrepertoires "bereitstellt" und damit qua Sozialisation, durch gezieltes Lernen, und/oder unter dem Einfluß der Medien Innovationen, die Verbreitung von Problemlösungen und sozialen Wandel in sehr viel kürzeren Zeiträumen ermöglicht,¹⁷ als dies evolutionär erreichbar wäre.

Obwohl, wie hier kurz skizziert, in der evolutionären Kulturanthropologie eine Reihe von Überlegungen und Konzepten vorliegt, mit denen das Phänomen Kultur schärfer gefaßt werden kann, als das etwa in der traditionellen Kulturosoziologie oder in den Geisteswissenschaften selber möglich war, sind doch eine Reihe von Defiziten zu benennen.¹⁸ So zeigt eine Durchsicht der Literatur, daß es insgesamt vier Problembereiche gibt.

1. Unklar ist der erkenntnistheoretische Status der bereits angesprochenen "Repräsentationen". Wie von GLASERSFELD, 1984, herausgearbeitet hat, konnotiert das englische Wort "representation" so unterschiedliche Konzepte wie "Darstellung", "Abbildung", "Vorstellung" und "Vertretung". Gerade eine theoretischen Konzeption jedoch, deren Erklärung wesentlich mit dem Konzept der Anpassung arbeitet, gerät in Schwierigkeiten, wenn unklar bleibt, worauf sich die "representations" beziehen, die auch durch Anpassungsprozesse verändert werden.

2. Diese Problematik setzt sich fort im Kommunikationsverständnis. Die oft benutzte Informationsterminologie erklärt noch nicht, wie die Bedingungen entstehen, unter denen das Informationskonzept im Sinne der Shannonschen Signalübertragungstheorie verwendet werden kann. Ebenso bleibt unklar, was die Ergebnisse sind, wenn diese Bedingungen nicht erfüllt sind. Das ist aber wichtig in einem Ansatz, der zentral mit Konzepten des Lernens und der Kommunikation

¹⁶Vgl. dazu TOOBY/COSMIDES, 1989 und COSMIDES/TOOBY, 1989.

¹⁷Damit wird natürlich nicht ausgeschlossen, daß im interkulturellen Vergleich, manche Kulturen spezifische Veränderungen auch behindern können.

¹⁸Vgl. dazu HEJL, 1992b.

arbeitet, um Prozesse der Ausbreitung von Kultur zu untersuchen (BOYD/RICHERSON, 1985, RICHERSON/BOYD, 1989a, 1989b).

Die beiden letzten Defizite, das problematische Gesellschafts- und das ebenso problematische Individuenverständnis vieler Arbeiten der hier betrachteten Autorengruppe, hängen ebenfalls eng zusammen. Wissenschaftsgeschichtlich lassen sie sich darauf zurückführen, daß in der Soziologie, und zwar soweit Soziologen sich theoretisch äußern,¹⁹ das Durkheimsche Postulat "Soziales durch Soziales erklären" im Sinne der Vernachlässigung von Individuen gewirkt hat. Mit dem Rückgang der funktionalistischen und der strukturalistischen Anthropologie einerseits und der Ausbreitung evolutionstheoretischer Überlegungen andererseits ist der Einfluß der Soziologie in diesem Bereich der Beschäftigung mit kulturellen Phänomenen freilich zurückgegangen. Man ist also oft nicht begründeterweise "Reduktionist", etwa in dem Sinne, daß man soziale Phänomene durch den Rückgriff auf die Ebene der "Individuen" erklären will. Vielmehr halten einige der Autoren, ohne das freilich immer deutlich zu machen, die Rede von Gesellschaft als einer eigenständigen analytischen Einheit/Ebene²⁰ selber für eine Mystifikation. Die vermeintlich "natürliche Analyseeinheit" scheint demgegenüber "das Individuum" zu sein. Damit ergeben sich die beiden weiteren Defizite:

3. Trotz des als Analyseeinheit gewählten "Individuums" zeigt sich, daß die Autoren des hier diskutierten Segments der Kulturanthropologie nur über einen naiven Individuenbegriff verfügen.
4. Der Undifferenziertheit des Individuenbegriffs entspricht ein Gesellschaftsbegriff, der, wenn überhaupt verwendet, Gesellschaft vor allem als die Summation von Individuen versteht. Durch das Fehlen etwa eines Organisationskonzeptes für soziale Einheiten, durch das deren Verhalten als auf dem überindividuellen Niveau emergierend gedacht werden kann,²¹ fehlt die Basis, um für das Verständnis von Kultur wichtige Ergebnisse sozialer funktionaler Differenzierung und Spezialisierung berücksichtigen zu können. Damit können die Weitergabeprozesse in modernen Gesellschaften nicht befriedigend analysiert werden. Außerdem bleibt aber auch die Differenz zwischen biologischer Evolution und sozialer Entwicklung unklar, werden in menschlichen Gesellschaften doch gerade durch sozialevolutionäre Errungenschaften wie Institutionen, Staat, Recht, Versicherungen etc. gegenüber dem biologischen Bereich veränderte Bedingungen geschaffen.

¹⁹Auf der Ebene empirischer Forschung hat es sie kaum gestört, daß sie "Individuen" befragen.

²⁰Auf die Problematik kann hier nicht eingegangen werden.

²¹Dabei ist an eine rationale und nicht "irgendwie holistische" Explikation von Emergenz gedacht, vgl. HEJL, 1992c.

Diesen Defiziten, zu deren Verringerung aufgrund der in LUMIS erarbeiteten Überlegungen zur soziologischen Systemtheorie ein Beitrag geleistet werden kann, stehen jedoch potentielle Gewinne aus einer intensiveren Beschäftigung mit Arbeiten aus dem Bereich der Kulturanthropologie und der evolutionären Kulturtheorie gegenüber.

Während insbesondere der deutsche geisteswissenschaftliche Kulturbegriff sich gerade durch die Abgrenzung gegenüber Natur bestimmte, trifft das für das international üblich Kulturverständnis nicht zu. Damit war es insbesondere im angelsächsischen Bereich möglich, in Deutschland aber auch etwa in der Verhaltensbiologie, Kultur als ein natürliches Phänomen aufzufassen. Es wird nicht nur legitim, sondern sogar notwendig, Vor- und Übergangsformen von Kultur etwa bei sozial lebenden Säugetieren und bei nichtmenschlichen Primaten ebenso nachzugehen wie kulturell und sozial wichtigen angeborenen (oder aufgrund angeborener "Dispositionen" sehr schnell ausbildbaren) Verhaltensweisen und Handlungen und schließlich, wenn auch schon weniger überraschend, dem Einfluß der "dritten Ebene", etwa in traditionellen Gesellschaften. Dabei kann es nicht darum gehen, wie manchmal gemeint wird, gewissermaßen den "Anteil" biologischer Vererbung von kulturell Erworbenem unterscheiden zu wollen.

Die forschungsleitenden Fragen sind vielmehr:

- Lassen sich "Tendenzen", "Mechanismen", Verhaltensweisen oder Handlungen finden, die im selbstorganisierend ablaufenden Prozeß der biologischen und sozialen und kulturellen Entwicklung menschlicher Gesellschaften ausgebildet wurden und deshalb in vielerlei unterschiedlichen Formen in unterschiedlichen Sozialsystemen und in ihren synreferentiellen Bereichen auftreten?
- Wie läßt sich die "dritte Ebene" konzipieren?
 - - Was sind die anzunehmenden Einheiten?
 - - Wie sind ihre Beziehungen untereinander?
- Wie sind die Beziehungen der kulturellen Ebene zur sozialen und zur biologischen Ebene?
- Welche Arten und Muster der Diffusion von Kultur bzw. kultureller Einheiten sind anzunehmen?

Das Forschungsvorhaben "Kultur als Wirklichkeitskonstruktion: zur Konzeptualisierung und Modellierung der 'dritten Ebene'" baut auf früheren in der Dokumentation von LUMIS dargestellten Arbeiten auf und setzt sie fort. Sachlich und materiell erfolgt die Bearbeitung der Fragestellungen zur Zeit im Rahmen der Arbeitsgruppe "Biological Foundations of Human Culture" des Zentrums für interdisziplinäre Forschung der Universität Bielefeld.

Literatur

- ALEXANDER, Jeffrey C. 1988. "The New Theoretical Movement". In: *Handbook of Sociology*. Ed. by N.J. SMELSER. Newbury Park: Sage, 77–101.
- ARCHER, Margaret S. 1988. *Culture and Agency. The Place of Culture in Social Theory*. Cambridge: Cambridge Univ. Press.
- BOYD, Robert / RICHERSON, Peter J. 1985. *Culture and the Evolutionary Process*. Chicago, London: Univ. Press of Chicago.
- CAVALLI-SFORZA, L.L. / FELDMAN, M. W. 1981. *Cultural Transmission and Evolution: A Quantitative Approach*. Princeton, N.J.: Princeton Univ. Press.
- CHENEY, Dorothy L. / SEYFARTH, Robert M. 1990. "The representation of social relations by monkeys". *Cognition* 37, 1–2, 167–196.
- COSMIDES, Leda / TOOBY, John 1989. Evolutionary Psychology and the Generation of Culture, Part II. Case Study: A Computational Theory of Social Exchange. *Ethology and Sociobiology* 10, 51–97.
- DAWKINS, Richard 1982. *The Extended Phenotype: The Gene as the Unit of Selection*. San Francisco.
- DURHAM, William H. 1990. "Advances in Evolutionary Culture Theory". *Annual Review of Anthropology* 19, 187–210.
- DURHAM, William H. 1991. *Coevolution. Genes, Culture, and Human Diversity*. Stanford: Stanford Univ. Press.
- FARR, Robert M. / MOSCOVICI, Serge (Hg.) 1984. *Social representations*. Cambridge u.a.: Cambridge Univ. Press, Paris: Ed. de la Maison des Sciences de l'Homme.
- GEHLEN, Arnold 1986. *Der Mensch. Seine Natur und seine Stellung in der Welt*. Wiebaden: Aula, 13. Aufl.
- GIESEN, Bernhard 1987. "Media and Markets". In: SCHMID, Michael / WUKETITS, Franz M. (Hg.) 1987: *Evolutionary Theory in Social Science*. Dordrecht: Reidel, 171–194.
- GLASERSFELD, Ernst von o.J. (1984). *Preliminaries to any Theory of Representation*. Athens, Georgia: Univ. of Georgia. Handout.
- HEJL, Peter M. 1988. *Durkheim und das Thema der Selbstorganisation*. Siegen: Universität – GH Siegen/LUMIS (= LUMIS – Schriften Nr. 18/88).
- HEJL, Peter M. 1992a. "Culture as a Network of Socially Constructed Realities". In: FOKKEMA, Douwe / RIGNEY, Ann (Hg.) 1992. *Trends in Cultural Participation in Europe since the Middle Ages*. Amsterdam, Philadelphia: J. Benjamins (im Druck).
- HEJL, Peter M. 1992b. *Social Systems – the Level between Biology and Culture*. Bielefeld: ZiF – Working Paper (in Print).

- HEJL, Peter M. 1992c. "Selbstorganisation und Emergenz in sozialen Systemen". In: KROHN, Wolfgang / KÜPPERS, Günter (Hg.) 1992. *Emergenz: die Entstehung von Ordnung, Organisation und Bedeutung*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp. 269 – 292.
- HILL, J. 1989. "Concepts as units of cultural replication". *Journal of social and biological structures* 12, 343 – 355.
- HUMPHREY, Nicholas K. 1988. "The social function of intellect". In: BYRNE, Richard W. / WHITEN, Andrew (Hg.) 1988. *Machiavellian Intelligence. Social Expertise and the Evolution of Intellect in Monkeys, Apes, and Humans*. Oxford: Clarendon Press. 13 – 26. Zuerst veröffentl. 1976.
- HUXLEY, J.S. 1962. "Evolution: Biological and human". *Nature* 196, 203 – 204.
- KROHN, Wolfgang / KÜPPERS, Günther / NOWOTNY, Helga (Hg.) 1990. *Selforganization. Portrait of a Scientific Revolution*. Dordrecht: Kluwer.
- KRATKY, Karl W. / WALLNER, Friedrich (Hg.) 1990. *Grundprinzipien der Selbstorganisation*. Darmstadt: Wiss. Buchgesellschaft.
- LUMSDEN, Charles J. / WILSON, Edward O. 1985. "The relation between biological and cultural evolution". *Journal of social and biological structures* 8, 343 – 359.
- RICHERSON, Peter J. / BOYD, Robert 1989a. "The Role of Evolved Predispositions in Cultural Evolution". *Ethology and Sociobiology* 10, 195 – 219.
- RICHERSON, Peter J. / BOYD, Robert 1989b. "A Darwinian Theory for the Evolution of Symbolic Cultural Traits". In: FREILICH, Morris (Hg.) 1989. *The Relevance of Culture*. New York: Bergin & Garvey. 120 – 142.
- SCHÖTTLER, Peter 1989. "Mentalitäten, Ideologien, Diskurse. Zur sozialgeschichtlichen Thematisierung der 'dritten Ebene'". In: LÜDTKE, A. (Hg.) 1989. *Alltagsgeschichte. Zur Rekonstruktion historischer Erfahrungen und Lebensweisen*. Frankfurt/New York: Campus. 85 – 136.
- SCHMIDT, Siegfried J. 1980. *Grundriß der empirischen Literaturwissenschaft*. Bd.1: *Der gesellschaftliche Handlungsbereich Literatur*. Braunschweig, Wiesbaden: Vieweg.
- SEGERSTRALE, Ullica 1990. "Die (Re-)Kolonisierung der Wissenschaft durch die Lebenswelt: Probleme und Aussichten". In: HAFERKAMP, Hans (Hg.) 1990. *Sozialstruktur und Kultur*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp. 347 – 383.
- TOOBY, John / COSMIDES, Leda 1989. "Evolutionary psychology and the generation of culture, Part I. Theoretical considerations", *Ethology and sociobiology* 10, 29 – 49.
- VOWINCKEL, Gerhard 1991. "Homo sapiens sociologicus, oder: Der Egoismus der Gene und die List der Kultur". *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 43, 3, 520 – 541.

3.3 Geplante Vorhaben

Projekt: BTX – Nutzung im WDR – Computerclub

Bearbeiter: Andrea Menn, Gebhard Rusch

Nach Vorgesprächen beim WDR – Computerclub in diesem Jahr, soll Anfang 1992 eine Erhebung zur Nutzung des BTX – Angebotes im WDR – Computerclub (CC) durchgeführt werden. Anlaß der Untersuchung ist die Beobachtung, daß das Interesse an den BTX – Angeboten des CC in den letzten 12 Monaten unerwartet stark zugenommen hat. Es ist das Ziel des Projektes, Gründe für die gesteigerte Nutzung des CC – BTX – Angebotes zu ermitteln. Es ist beabsichtigt, darüberhinaus auch noch Ergebnisse zum BTX – System zu gewinnen, die von allgemeinerem Interesse sind.

Die Bundespost unterstützt das Projekt durch Überlassung eines MULTITEL – BTX – Endgerätes.

Projekt: Produktion, Vermittlung und Rezeption von Heftromanen in Ost – und Westdeutschland

Bearbeiter in Siegen:

Achim Barsch, Brigitte Kaczerowski, Raimund Klauser

Bearbeiter in Leipzig:

C. Günther, D. Wierling

Für dieses Projekt wurde gemeinsam mit dem Kulturwissenschaftlichen Institut NRW ein Antrag auf Einzelförderung bei der DFG gestellt. Der Antrag befindet sich zur Zeit noch in der Begutachtung.

1. Kurzbeschreibung

Das geplante Projekt verfolgt als generelles Ziel die Untersuchung der Literatur – vorstellungen und Voraussetzungssysteme von Verlegern und Rezipienten von

Heftromanen. Dieser bisher noch wenig erforschte Bereich soll im Rahmen der These der Ausdifferenzierung des Literaturbegriffs untersucht werden.

Angesichts der Veränderung des Printmedienmarktes seit der Öffnung der deutsch – deutschen Grenze bietet eine vergleichende Ost – West – Untersuchung darüberhinaus die einmalige Gelegenheit, erwartbare Veränderungen von Literaturvorstellungen im Zuge der politischen, wirtschaftlichen und sozialen Integration von Ost – und Westdeutschland zu erheben. Aufgrund unterschiedlicher literarischer Sozialisationen läßt sich nicht ausschließen, daß in Ostdeutschland die bis dahin kaum bekannte westliche Heftliteratur zu Prozessen der Ausdifferenzierung des Literaturbegriffs führt, die sich von denen in Westdeutschland unterscheiden.

2. Ziele

Das geplante Projekt verfolgt im Rahmen der These der Ausdifferenzierung des Literaturbegriffs als generelles Ziel die vergleichende Untersuchung von Literaturvorstellungen und damit verbundenen Voraussetzungssystemen der Verleger und Rezipienten von Heftromanen in Ost – und Westdeutschland und deren Veränderung im Zuge der politischen, wirtschaftlichen und sozialen Integration von Ost – und Westdeutschland.

Das Projekt gliedert sich in drei Teilziele:

- a) Untersuchung und Vergleich des Medienmarktes in Ost – und Westdeutschland in bezug auf Angebot und Nutzung und im Hinblick auf Entwicklungstendenzen während des Untersuchungszeitraums. Ein Schwerpunkt wird auf den Heftromanmarkt und sein Umfeld gelegt.
- b) Zeitreihenuntersuchung und Vergleich literaturbezogener Voraussetzungssysteme der (heutigen und ehemaligen) Vermittler (Verleger, Redakteure und Lektoren) von Heftromanen in Ost – und Westdeutschland und deren Veränderung. Zu diesen Wissensstrukturen gehören etwa das Leserbild, die Einschätzung des Heftromanmarktes, Begründungen für Marktstrategien, allgemeine Vorstellungen von Literatur und spezielle Vorstellungen von Heftromanen.
- c) Zeitreihenuntersuchung und Vergleich literaturbezogener Voraussetzungssysteme von Heftromanlesern in Ost – und Westdeutschland und deren Veränderung in bezug auf Leserbiographie, Leseinteressen, Lesemotivation, Beschaffungs – und Rezeptionsgewohnheiten, Literaturvorstellungen allgemein

und spezielle bezogen auf Heftromane, literarische Bewertungskriterien sowie auf den Zusammenhang zwischen Lebenssituation und Heftromanlektüre.

zu a)

Als Hintergrund bei der Verfolgung der Teilziele b) und c) sind aktuelle, aber auch ältere Daten zum Medienangebot und dessen Nutzung zusammenzustellen und sekundäranalytisch auszuwerten. Denn seit Öffnung der deutsch-deutschen Grenze hat ein Wandlungsprozeß eingesetzt, der auch den Freizeitbereich der Menschen betrifft. Z.B. haben sich die Medien in der ehemaligen DDR völlig verändert. Während im Bereich der Printmedien Texte der "Hochliteratur", der "klassischen" Abenteuer- und Unterhaltungsliteratur das Belletristikangebot vor der Wende bildeten, stoßen die Leser nun besonders im Bereich der Heft- und Zeitschriftenliteratur auf eine Fülle von neuem Lesestoff, der ihnen in dieser Form bisher weitgehend unbekannt war. Aktuelle Medienstudien von Löffler, Stiehler und Behnken, die seit dem November 1989 durchgeführt worden sind, signalisieren gerade bezogen auf Heft- und Zeitschriftenliteratur massive Veränderungen in bezug auf Leseinteressen. Aber auch das traditionelle Lesemedium Buch und die damit verbundene Kommunikation über Literatur (Literaturgespräch) haben jetzt einen anderen Stellenwert erhalten. Im Rundfunkbereich sind die beiden Sender der ehemaligen DDR aufgelöst und durch die DFF-Länderkette ersetzt worden; ARD und ZDF können jetzt in den neuen Bundesländern empfangen werden, wie über Satellitenempfangsanlagen auch die privaten Anbieter. Aber auch in den alten Bundesländern sind Veränderungen zu verzeichnen. Im Bereich der Printmedien ist es wie in Ostdeutschland zu einer Veränderung des Angebots gekommen: Ostdeutsche Verlage bieten ihre Produkte nun in der gesamten BRD an; westdeutsche Verlage verlieren bisherige Autoren oder Lizenzrechte an ostdeutsche Verlage. Literaturkritiker streiten sich über die Bewertung der DDR-Literatur.

Da dieser Prozeß z.T. erst mit Öffnung der Grenzen eingesetzt hat und Dauer und Entwicklungsrichtung nicht eindeutig prognostizierbar sind, sind entsprechende Untersuchungen zu Veränderungen des Medienangebots und seiner Nutzung zusammenzustellen und auszuwerten, womit das erste Projektziel formuliert ist.

zu b)

Ein zweites Ziel bezieht sich auf die Handlungsrolle der Literatur-Vermittlung. Auf eine generelle Untersuchung von Autoren wird hier verzichtet, da sie aufgrund des Serien- oder Reihencharakters von Heftromanen, fester literarischer

Figuren, fortlaufender Handlungsstränge und nicht zuletzt aufgrund von Autoren – anweisungen der Verlagsredaktion an relativ feste Vorgaben gebunden sind. Erweisen sich einige Autoren unter Gesichtspunkten wie Herkunft, Themen – und Figurenwahl oder Stoffbehandlung als interessant, sind sie natürlich in die Untersuchung einzubeziehen. Für den Anfang sollte es jedoch genügen, literaturbezogene Wissensstrukturen von Verlegern, Redakteuren und/oder Lektoren von Heftromanen in Ost – und Westdeutschland und deren Veränderungen zu ermitteln.

zu c)

Das dritte Ziel bezieht sich auf die Leser von Heftromanen. Dabei geht es um Literaturvorstellungen und literaturbezogene Wissensbestände, also um Faktoren des literarischen Voraussetzungssystems, die die Rezeption solcher Texte prinzipiell mit beeinflussen. Dazu gehören z.B. die Leserbiographie, Beschaffungs – und Rezeptionsgewohnheiten, allgemeines Leseverhalten, Leseinteressen, Lesemotivationen, Leseerwartungen, Literaturvorstellungen allgemein und spezifische bezogen auf Heftromane, literarische Bewertungskriterien und Umgangsweisen, Gespräche über Stoffe von Heftromanen und einzelne Texte. In der textzentrierten literaturwissenschaftlichen Forschung, die auf Klassifizierung und Hierarchisierung von Texten ausgerichtet ist und nicht auf die Differenzierung von Literaturbegriffen, finden solche Fragestellungen keine Berücksichtigung. Aber auch die empirisch arbeitende Literatursoziologie hat sich kaum mit solchen Fragestellungen beschäftigt.

Erst die Klärung der Literaturvorstellungen und des Voraussetzungssystems von Heftromanlesern erlaubt einen Vergleich mit Literaturvorstellungen, die den Lesern von "hoher" Literatur zugesprochen werden, und bildet damit die zentrale Voraussetzung für eine empirische Prüfung der These einer Ausdifferenzierung des Literaturbegriffs.

Aufgrund unterschiedlicher literarischer Sozialisation und unterschiedlicher Lektürekennntnisse und –gewohnheiten ist bei ost – und westdeutschen Rezipienten mit jeweils anders gearteten Literaturvorstellungen zu rechnen, was unter dem Gesichtspunkt der Ausdifferenzierung von besonderer Bedeutung ist: Nur ein Ost – West – Vergleich kann zeigen, ob die sich jetzt schon abzeichnenden Veränderungen des Leseverhaltens in der ehemaligen DDR ein eigenständiges Profil bei Heftromanlesern ausbilden oder sich an das westdeutscher Rezipienten tendenziell angleichen.

Um die Richtung der weiteren Entwicklung in Ostdeutschland vergleichend einschätzen zu können, ist es erforderlich, auch in Westdeutschland eine Zeitreihen –

untersuchung durchzuführen. Überdies ist nicht von vornherein auszuschließen, daß auch bei westdeutschen Lesern Veränderungen eintreten etwa in bezug auf veraltete (Kalter Krieg) oder erwünschte (Ost – West – Romanzen) Stoffe. Neben den literaturwissenschaftlichen Erkenntnissen über Literaturvorstellungen, die mit dieser Untersuchung gewonnen werden können, und über die Neubewertung der Dichotomieproblematik hinaus ergeben sich weitere Perspektiven. Auf der Basis empirischer Ergebnisse über die Leseinteressen von Heftromanlesern, zu denen auch viele Jugendliche gehören, kann eine literaturdidaktische Diskussion über die Einbeziehung populärer Lesestoffe in den Unterricht auf einem höheren Niveau geführt werden. Diese Erkenntnisse könnten auch für die Konzeption von Schulbüchern nutzbar gemacht werden.

3. *Arbeitsprogramm*

1. Projektphase

1. Jahr:

Beginn der Material- und Marktanalyse; Vorbereitung und Durchführung der ersten Erhebungsstufe (qualitative Interviews mit Verlegern und Lesern von Heftromanen in Ost und West; Anlegen von Medientagebüchern von Lesern).

2. Jahr:

Fortführung der Material- und Marktanalyse; Auswertung der ersten empirisch erhobenen Daten (Interviews und Medientagebücher); Vergleich der Marktsituation vor und nach der politischen Wende und erster Ost – West – Vergleich; Fallstudien: Erstellung von Fan – Club – Portraits auf der Basis von Gruppeninterviews; Vorbereitung einer repräsentativen, quantitativen Leserbefragung (Erarbeitung der Erhebungsunterlagen auf der Basis der Erkenntnisse aus den Interviews); Zwischenbericht der ersten Projektphase und Fortsetzungsantrag.

2. Projektphase

3. Jahr:

Fortführung der Material- und Marktanalyse; Durchführung der quantitativen Leserbefragung und deren Auswertung; Replikation der qualitativen Interviews mit Verlegern und Lesern von Heftromanen in Ost und West; Anlegen von Medien –

tagebüchern von Lesern; Auswertung der empirisch erhobenen Daten (Interviews und Medientagebücher).

4. Jahr:

Fortführung der Material- und Marktanalyse; weitere Fallstudien: Fan-Clubs und evtl. Händlerbefragungen; (evtl. Replikation der qualitativen Interviews mit Autoren und Verlegern von Hefromanen); Auswertung der Material- und Marktanalysen im Untersuchungszeitraum; Auswertung der erhobenen Daten in bezug auf Veränderungen; abschließender Ost-West-Vergleich; Abschlußbericht (in Form eines publikationsfähigen Manuskripts).

Projekt: Handwörterbuch der Empirischen Literaturwissenschaft

Bearbeiter: Helmut Hauptmeier, Gebhard Rusch, Reinhold Viehoff

Das Handbuch der Empirischen Literaturwissenschaft faßt den Forschungs- und Entwicklungsstand der Empirischen Literaturwissenschaft auf allen Ebenen (Epistemologie, Wissenschaftstheorie, Methodologie, Methodik, Forschungspraxis) und unter Einbeziehung aller internationalen Forschungsansätze zur Empirisierung der Literaturwissenschaft zusammen.

Es hat die wissenschaftliche Funktion, paradigmatische Lösungen und Lösungsansätze zu beschreiben, Forschungsergebnisse zu präsentieren, die Begriffssprache des empirischen Forschungsansatzes in der Literaturwissenschaft einheitlich zu formulieren und die Konzeption Empirische Literaturwissenschaft in Theorieentwicklung, Lehre und Forschung für die scientific community transparenter zu machen. Es zielt in erster Linie auf die Literatur- und Medienwissenschaft, ist aber wegen der interdisziplinären Fragestellungen und Probleme auch nützlich für Psychologen, Soziologen, Linguisten und Historiker.

Aufbau:

Formal erhält das Handwörterbuch seine innere Struktur durch die Untergliederung nach Lang- und Kurzartikeln. Während in zahlreichen Kurzartikeln wichtige Begriffe der empirischen Konzeption erklärt werden, stellen die Langartikel zentrale Fragestellungen und Lösungen auf dem gegenwärtigen Stand der Forschung dar, die in repräsentativer Auswahl bibliographisch erfaßt wird.

Zur Vorbereitung des Projektes sind vorgesehen bzw. in Arbeit:

- eine systematische Begriffssammlung zum Themenbereich des Handbuchs, eine zugeordnete vorläufige Bearbeiterliste.
- organisatorische Bedingungen der Mitarbeitereinwerbung und Koordinierung der Beiträge
- Redaktionsleitlinien für die Beiträge, Musterbeiträge, Papierformate, Druck – formate für Lieferungen auf Diskette, etc.
- Einwerbung eines Beratergremiums und Organisation der fachlichen Begutachtung, Gutachterkolloquium
- Verlagsverhandlungen.

Es ist beabsichtigt, die Vorbereitungen bis Mitte 1992 abzuschließen. Der vollständige Produktions – und Bearbeitungszeitraum für die Artikel wird auf drei Jahre angesetzt. Das Handwörterbuch ist auf zwei Bände von ca. je 400 Seiten angelegt.

4. GASTVORTRÄGE UND KOLLOQUIEN

26. – 29.6.1991 Tagung "Sozialsystem – Symbolsystem Literatur" in Freuden-
denberg.
- Auf der Tagung wurden u.a. folgende Positionspapiere
diskutiert, die durch längere Statements der Verfasser
erläutert und ergänzt wurden:
- S.J. Schmidt (Siegen): Sozialsystem – Symbolsystem: Litera-
tur?
- Georg Jäger (München): Medienrealität
- Jörg Schönert (Hamburg): Symbol – /Kultur – System Literatur
und Handlungs – /Sozialsystem – Literatur
- Claus – Michael Ort (Kiel): Literaturwissenschaft als Medien –
wissenschaft
- Gerhard Plumpe (Bochum): Systemtheoretische Literaturge-
schichte
- Harro Müller und Jürgen Fohrmann: Diskurs – und System –
theorie.
- 27.08.1991 Vortrag von Dr. Steven Tötösy de Zepetnek (Universität
Alberta, Canada) zum Thema "Reading Research in Canada".
- 19.11.1991 Vortrag von Professor Dr. Janos Laszlo (Ungarische Akade-
mie der Wissenschaften, Budapest) zum Thema "The social
cognition approach to literary understanding".
- 3.12.1991 Vortrag und Kolloquium Professor Dr. Dietrich Schwanitz
(Universität Hamburg) zum Thema "Die Beobachtung der
Beobachtung".
- 10.12.1991 Vortrag und Kolloquium Professor Dr. Klaus Hempfer (FU
Berlin) zum Thema "Die Systemtheorie Niklas Luhmanns und
ihre Anwendung in der Literaturwissenschaft".

5. VORTRÄGE DER LUMIS – MITARBEITER/INNEN

Achim Barsch: "'Populäre Literatur' als Forschungsproblem". Universität zu Köln, 10.1.1991.

Bärbel Freund: "Frauenbilder im Fernsehen." Tagung "Frauenbilder im Fernsehen" der Friedrich – Ebert – Stiftung (Veranstaltungsreihen: "Forum Gleichstellung" und "Kulturforum Rhein – Main"). Mainz, 3.12.1991.

Bärbel Freund: "Zur (Un –)Verständlichkeit von Informationssendungen im Fernsehen." Fachberatung des Programmbereiches "Kultur, Bildung und Gesellschaft" des WDR, Köln, 3.9.1991.

Bärbel Freund: "Ein Platz für Frauen? Kritische Analyse des Frauenbildes in Frauensendungen des bundesdeutschen Fernsehens." Fachtagung "Frauenbilder im Fernsehen" der Bundeszentrale für politische Bildung (Bonn) und der hessischen Landeszentrale für politische Bildung (Wiesbaden), Augsburg, 25. – 27.9.1991.

Peter M. Hejl: "Culture as a Network of Socially Constructed Realities". Workshop 'Trends in Cultural Evolution in Europe since the Middle Ages', Univ. of Utrecht, Research Institute for History and Culture, 27.2. – 1.3.91.

Peter M. Hejl: "The Origin of French Sociology: The Durkheimian Model of Evolution and its Relation to Biology". 2. Vorbereitungstreffen der interdisziplinären Forschungsgruppe "Biological Foundations of Human Culture", Zentrum für interdisziplinäre Forschung, Universität Bielefeld, 2. – 4.5.91.

Peter M. Hejl: "Die Entwicklung der Organisation von Sozialsystemen und ihr Beitrag zum Systemverhalten". Zweite Freiburger Arbeitstage für Soziologie: 'Der Status der Wirklichkeit in der soziologischen Erkenntnistheorie', Institut für Soziologie der Albert – Ludwigs – Universität, Freiburg, gemeinsam mit der Theorie-sektion der Deutschen Gesellschaft für Soziologie, 3. – 5.10.1991.

Peter M. Hejl: "A Three – Level – Model of Human Social Behavior: Concepts and Problems". Eröffnungstagung der interdisziplinären Forschungsgruppe 'Biological Foundations of Human Culture', Zentrum für interdisziplinäre Forschung, Universität Bielefeld, 6.10. – 11.10.91.

Peter M. Hejl: "Konstruktivismus: eine Einführung". Interdisziplinäres Kolloquium der Fakultät für Biologie, Universität Bielefeld, 14.11.91.

Wolfram K. Köck: "Kognitive Kommunikationstheorie". Universität zu Köln, 27.5.1991.

Wolfram K. Köck: "Geschichte des Instinktbegriffs". Tagung "Ideengeschichte der Neurobiologie", Werner – Reimers – Stiftung, Bad Homburg v.d.H., 17. – 20.7.1991.

Gebhard Rusch: "Das Funk – Kolleg MEDIEN UND KOMMUNIKATION – Erfahrungen mit 30 Unterrichtseinheiten". Volkshochschule Rheda – Wiedenbrück, 20.6.1991

Gebhard Rusch: "Die Geschichte der Erkenntnis im Radikalen Konstruktivismus". Zweite Freiburger Arbeitstage für Soziologie: 'Zur Kritik des Radikalen Konstruktivismus', Freiburg 3. – 5.10.1991

Gebhard Rusch: "Bedeutung und Verstehen aus konstruktivistischer Sicht". Universität zu Köln, 17.12.1991

Siegfried J. Schmidt: "Kommunikation, Kognition, Realität." 36. Jahrestagung der DGPK, Bamberg, 8. – 10.5.1991.

Siegfried J. Schmidt: "Experimentelle Literatur." Norddeutscher Bücherfrühling "Bücherdämmerung – Ende der Avantgarde?", 6. – 11. Mai, Fachhochschule Hannover.

Siegfried J. Schmidt: "Kunst und Sprache: System – Dialoge." Von der Heydt – Museum, Wuppertal, 5.6.1991.

Siegfried J. Schmidt: "Konstruktivismus: Geschichte, Theorie, Praxis." Tagung des Landesverbandes der VHS Niedersachsen, Hannover, 12.6.1991.

Siegfried J. Schmidt: "Konstruktivismus in der Diskussion." Institut für Publizistik, Universität Münster, 17.6.1991.

Siegfried J. Schmidt: "Zur Ideengeschichte des Radikalen Konstruktivismus." Tagung "Ideengeschichte der Neurobiologie", Werner – Reimers – Stiftung, Bad Homburg, 17. – 20.7.1991.

Siegfried J. Schmidt: "Literaturwissenschaft als interdisziplinäres Vorhaben." Plenumsvortrag Germanistentag 1991, Augsburg, 6. – 9.10.1991.

Siegfried J. Schmidt: "Interpretation: The Achilles Heel of Literary Studies." Faculdade de Letras, Instituto de Cultura Francese, Universidade de Lisboa, 21.10.1991.

Siegfried J. Schmidt: "Systems – theoretical Approaches to Literature." Faculdade de Letras, Instituto de Cultura Francese, Universidade de Lisboa, 22.10.1991.

Siegfried J. Schmidt: "State and Future of Literary Studies." Faculdade de Letras, Universidade do Minho, Braga, 24.10.1991.

Siegfried J. Schmidt: "Medien, Kommunikation, Wirkung." Medienpädagogisches Zentrum, Potsdam, 30.10.1991.

Siegfried J. Schmidt: "Radikaler Konstruktivismus und Systemtheorie." Institut für Soziologie und Wissenschaftslehre, Universität Mannheim, 5.11.1991.

Siegfried J. Schmidt: "SWF – Forum 'Radikaler Konstruktivismus'. H. Esser, N. Luhmann, S.J. Schmidt". SWF Baden – Baden, 6.11.1991

Siegfried J. Schmidt: "'Das gemeinsame Haus': Testfall Fernsehwerbung. Aspekte einer systemtheoretischen Medientheorie." Interfakultatives Institut für Angewandte Kulturwissenschaft, Universität Karlsruhe, 3.12.1991.

Brigitte Spieß: "Frauenbilder in der TV – Werbung". Fachtagung "Frauenbilder im Fernsehen" der Bundeszentrale für politische Bildung (Bonn) und der hessischen Landeszentrale für politische Bildung (Wiesbaden), Augsburg, 25. – 27.9.1991.

Brigitte Spieß: "Medienarbeit am Beispiel von Werbesendungen". Arbeitstagung 'Medienpädagogik als politische Bildung' der Bundeszentrale für politische Bildung/Brandenburgische Landeszentrale für politische Bildung. Universität Potsdam, 04.11. – 07.11.1991.

Brigitte Spieß: "Frauenklischees in der TV – Werbung". Kulturforum Rhein – Main 'Frauenbilder im Fernsehen. Dominieren noch die auf Mann und Familie dressierten Wesen?'. Veranstaltungsreihe des Bildungszentrums Mainz der Friedrich – Ebert – Stiftung, 3.12.1991.

Brigitte Spieß: "Die Frau als Objekt in der Werbung". Hessischer Rundfunk 'Tribüne – Gespräch'. Frankfurt, Dezember 1991.

Reinhold Viehoff: Die Verwandlung der »Verwandlung«. Über den wissenschaftlichen Umgang mit literarischen Texten. Habilitationsvortrag, Universität Siegen, 23.1.1991.

Reinhold Viehoff: Literary understanding and emotions. Symposium "Art and Emotions" an der Hochschule für Kunst und Kultur, Perm, USSR, 26.9.1991.

6. LEHRANGEBOTE

Wintersemester 1990/91

Barsch	Literarische Sozialisation und Literaturdidaktik
Barsch	Forschungsfeld Heftroman
Barsch	Zur Geschichte linguistischer Literaturtheorien
Hejl	Zur Ausdifferenzierung sozialer Systeme am Beispiel des Literatur – und des Rechtssystems
Klauser	Lokalkommunikation und Lokalradio
Klauser	Soziologie der Fernsehrezeption am Beispiel von Informations – sendungen des Fernsehens, Teil 2
Schmidt	Phonetische Poesie
Viehoff	Literatur und Schriftsteller im Hörfunk nach 1945
Viehoff/Schmidt	Literaturgeschichte(n) und ihre theoretischen Probleme. Analyse und Kritik von Handbüchern.
Krülls – Hepermann/ Spangenberg/ Schmidt	Mediengeschichte

Sommersemester 1991

Barsch	Konzepte und Richtungen empirischer Literaturwissenschaft
Barsch	Literaturtheorie und Systemtheorie
Barsch	Literarisches Verstehen
Barsch	Vom literarischen Text zum Literatursystem
Hejl	Tendenzen der Entwicklung von Kommunikation und Medien unter den Bedingungen von Individualisierung und Internationalisierung

Klauser	Jugendkultur – Medienkultur?
Menn/Rusch	Elektronische Kommunikation – Fax, Telex, Btx, E – Mail, Mailbox
Natori/Rusch	Wie funktioniert Literatur? Vergleich der Literatur – und Mediensysteme in Japan und Deutschland
Schmidt	Die Entfaltung von Wirklichkeit in den Medien
Schmidt	Einführung in die empirische Literaturwissenschaft
Schmidt	Was ist Literatur?
Viehoff	Ludwig Harig – vom Experiment zum Erzählen. Hörspiele und Texte von 1958 – 1988.

Wintersemester 1991/92

Barsch	Frühe russische Literaturtheorie
Barsch	Empirische Literaturwissenschaft – Theorie und Anwendung
Barsch/Rusch	Literatorsysteme in BRD und DDR vor Wende
Barsch	Lektüre ausgewählter literaturwissenschaftlicher Texte
Klauser	"Die Schere im Kopf". Aspekte von Zensur und Selbstzensur
Köck	Die Verständlichkeit von Fernseh – Informationen
Natori/Rusch	Wie funktioniert Literatur? Vergleich der Literatorsysteme in Japan und Deutschland
Rusch	Studentische Arbeitsgruppe 'Literaturwissenschaftliche Modell – bildung'
Viehoff	Einführung in die Allgemeine Literaturwissenschaft
Viehoff	Alternative Traditionen, Konzeptionen einer nicht – hermeneuti – schen Literaturwissenschaft

7. PUBLIKATIONEN

- BARSCH, Achim, 1991. "'Populäre Literatur' als Forschungsproblem einer empirischen Literaturwissenschaft". In: *Wirkendes Wort*, 1991, H. 1, 101 – 119.
- BARSCH, Achim, 1991. "The empirical theory of literature and systems theory". In: E. Ibsch, D. Schram & G. Steen (eds.) 1991. *Empirical studies of literature. Proceedings of the second IGEL – Conference Amsterdam 1989*. Amsterdam: Rodopi, 355 – 362.
- BARSCH, Achim, 1991. *Metrik, Literatur und Sprache. Generative Metrik zwischen empirischer Literaturwissenschaft und generativer Phonologie*. Braunschweig, Wiesbaden: Vieweg (Konzeption Empirische Literaturwissenschaft Bd. 12).
- FREUND, Bärbel, KÖCK, Wolfram K., 1991. "Wissenschaftsvermittlung im Fernsehen zwischen Information und Unterhaltung." Erscheint in: Helmut Kreuzer & Christian W. Thomsen (Hg.) 1991. *Geschichte und Ästhetik des bundesdeutschen Fernsehens*. Bd. 2: Dokumentarsendungen, Magazine, Nachrichten.
- FREUND, Bärbel, 1991. "Ein Platz für Frauen? Kritische Analyse von Frauensendungen im bundesdeutschen Fernsehen." Erscheint in: Bundeszentrale für Politische Bildung (Hg.) 1991. *Frauenbilder im Fernsehen*.
- HEJL, Peter M., 1991. "Wie Gesellschaften Erfahrungen machen, oder: Was Gesellschaftstheorie zum Verständnis des Gedächtnisproblems beitragen kann." In: S.J. Schmidt (Hg.) 1991. *Gedächtnis. Probleme und Perspektiven der interdisziplinären Gedächtnisforschung*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 293 – 336.
- HEJL, Peter M., 1991. "Fiktion und Wirklichkeitskonstruktion. Zum Unterschied zwischen Fiktionen im Recht und in der Literatur". In: P. Watzlawick / P. Krieg (Hg.) 1991. *Das Auge des Betrachters. Beiträge zum Konstruktivismus*. Festschrift für Heinz von Foerster. München, Zürich: Piper, 101 – 115.
- HEJL, Peter M., 1991. "Die zwei Seiten der Eigengesetzlichkeit. Zur Konstruktion natürlicher Sozialsysteme und dem Problem ihrer Regelung." In: S.J. Schmidt (Hg.) 1991. *Gesellschaft und Kommunikation. Neue Wege des Konstruktivismus*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 166 – 212.
- HEJL, Peter M., 1991. "Selbstorganisation und Emergenz in sozialen Systemen." In: W. Krohn / G. Küppers (Hg.) 1991. *Emergenz: die Entstehung von Ordnung, Organisation und Bedeutung*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 269 – 292.
- HEJL, Peter M., SCHMIDT, S.J., 1991. "Bibliographie". In: *Einführung in den Konstruktivismus*. Hg. v. H. Gumin / A. Mohler. München, Zürich: Piper, 2. Aufl. (überarbeiteter und ergänzter Wiederabdruck des Beitrages der 1. Aufl., im Druck (für 1991 angekündigt)).
- KLAUSER, Raimund, 1991. "'Computer – Kids' und ihre fragwürdigen Spiele. Einige Überlegungen zu Computer – Spielen, Legenden und Handlungsbe –

- darf". In: Landschaftsverband Westfalen-Lippe – Landesjugendamt (Hg.) 1991. Mitteilungen des Landesjugendamtes Nr. 105/91, 77 – 81.
- KLAUSER, Raimund, 1991. "Mitten in den Lichtschacht. Medien, Wirkungen und Golfkrieg". In: Sozial Extra 4 – 1991, April 1991, 17 – 18.
- KLAUSER, Raimund, 1991. "Jugendschutz und Computer: Abschalten allein genügt nicht!" In: Schulpraxis/Computerbildung 1/91, April 1991, 48 – 51.
- RUSCH, Gebhard, 1990. "Warum so radikal? Funkkolleg Medien und Kommunikation" In: FUNK – Korrespondenz Nr. 12, 21. März, S. 8 – 9.
- RUSCH, Gebhard, 1991. Zur Genese kognitiver Fernsehnutzungs-Schemata. Entwicklung und Struktur von Gattungsschemata im Vorschulalter (Arbeitshefte Bildschirmmedien, in Vorbereitung).
- RUSCH, Gebhard, 1991. "Genres – Kognitive Strukturen im Handeln mit Medien" In: Hickethier et al. (Hg.) Programmgeschichte des Fernsehens in der Bundesrepublik Deutschland Bd. 1 (in Vorbereitung).
- RUSCH, Gebhard, 1991. Geschichte als Wirklichkeit. Erkenntnistheoretische Überlegungen zur Geschichte und Geschichtswissenschaft. Siegen: LUMIS. (=LUMIS – Schriften Nr. 28/91).
- RUSCH, Gebhard, 1991. "Erinnerungen aus der Gegenwart" In: S.J. Schmidt (Hg.) 1991. Gedächtnis. Probleme und Perspektiven der interdisziplinären Gedächtnisforschung. Frankfurt/M.: Suhrkamp (stw 900), S. 267 – 292.
- RUSCH, Gebhard, 1991. "Zur Systemtheorie und Phänomenologie von Literatur. Eine holistische Perspektive" In: SPIEL 10 (1991, H.2) (im Erscheinen).
- RUSCH, Gebhard, 1991. "Phänomeme, Systeme, Episteme – Bemerkungen zur aktuellen Diskussion systemtheoretischer Ansätze in der Literaturwissenschaft" In: H. de Berg & M. Prangel (Hg.) Zur Theorie und Praxis einer systemtheoretisch geleiteten Literaturwissenschaft, Kunstwissenschaft, Musikwissenschaft. Amsterdam: Rodopi (in Vorbereitung).
- SCHMIDT, Siegfried J. zus. mit S. Weischenberg, 1991. Die Münzen der Kommunikation. Gattungen, Berichterstattungsmuster. Darstellungsformen. Studieneinheit 13 im Funkkolleg Medien und Kommunikation – Konstruktionen von Wirklichkeit. Weinheim – Basel: Beltz, 11 – 48.
- SCHMIDT, Siegfried J. zus. mit S. Weischenberg 1991. Die Münzen der Kommunikation. Gattungen, Berichterstattungsmuster. Darstellungsformen. 13. Kollegstunde, Funkkolleg Medien und Kommunikation, Hessischer Rundfunk Frankfurt/M., 1 – 45.
- SCHMIDT, Siegfried J., 1991. "Between the devil and the deep blue sea, or: what advertising can teach scholars of empirical aesthetics." In: Proceedings of the XIth International Conference of Empirical Aesthetics. Budapest (in press).
- SCHMIDT, Siegfried J., 1991. mit D. Sinofzik & B. Spieß, "Wo lassen Sie leben? Kulturfaktor Werbung – Entwicklungen und Trends der 80er Jahre." In: Chr. W. Thomsen (Hg.) 1991. Aufbruch in die Neunziger. Köln: DuMont, 142 – 170.

- SCHMIDT, Siegfried J., 1991. Die Welt, der Kopf, die Kunst. Konstruktivismus als Theorie und Praxis. Wien: Böhlau (im Druck).
- SCHMIDT, Siegfried J. (Hg.) 1991. Gedächtnis. Probleme und Perspektiven der interdisziplinären Gedächtnisforschung. Frankfurt/M.: Suhrkamp (stw 900).
- SCHMIDT, Siegfried J., 1991. "Gedächtnisforschungen: Positionen, Probleme, Perspektiven." In: Schmidt (Hg.) 1991, 9 – 55.
- SCHMIDT, Siegfried J., 1991. "Beyond reality and fiction? The fate of dualism in the age of mass media." In: Festschrift for L. Dolezel. Toronto (in press).
- SCHMIDT, Siegfried J., 1991. "Why literature is not enough, or: literary studies as media studies." In: G. Cupchik & J. Laszlo (eds.) 1991. Emerging Visions. New York (in press).
- SCHMIDT, Siegfried J., 1991. "Borderlines. Conventions in literary systems." In: M. Hjort (ed.) 1991. Conventions. (in press).
- SCHMIDT, Siegfried J., 1991. "Gedächtnis – Erzählen – Identität." In: A. Assmann & D. Harth (Hg.) 1991. MNEMOSYNE. Formen und Funktionen der kulturellen Erinnerung. Frankfurt/M.: Fischer Taschenbuch Verlag, (im Druck).
- SCHMIDT, Siegfried J., 1991. Das "Wahre, Schöne, Gute"? Literatur als soziales System. 17. Kollegstunde, Funkkolleg Medien und Kommunikation. Konstruktionen von Wirklichkeit. Hessischer Rundfunk: Frankfurt/M.
- SCHMIDT, Siegfried J., 1991. Das "Wahre, Schöne, Gute"? Literatur als soziales System. Funkkolleg Medien und Kommunikation. Konstruktionen von Wirklichkeit. Studienbrief 8. Weinheim u. Basel; Beltz, 11 – 43.
- SCHMIDT, Siegfried J., 1991. "Anmerkungen zu einer Mediengattungstheorie." in: Peter Strittmatter & Günter Dörr (Hg.) 1991. Neuere Aspekte der Medienforschung. Arbeitsbericht 4, Medienzentrum der Universität des Saarlandes, Saarbrücken, 1 – 14.
- SCHMIDT, Siegfried J., 1991. "Weisheit, oder < >." In: A. Assmann (Hg.) 1991. Weisheit. Archäologie der literarischen Kommunikation III. München: Fink, 555 – 563.
- SCHMIDT, Siegfried J., 1991. "Vom Nutzen und Nachteil". In: P. Gendolla & K. Riha (Hg.) 1991. Schriftstellerwissenschaftler. Erfahrungen und Konzepte. Heidelberg: Winter, 23 – 26.
- SCHMIDT, Siegfried J., 1991. "Werbewirtschaft als soziales System". Arbeitshefte Bildschirmmedien, H. Nr. 27, 1991, Universität – GH – Siegen.
- SCHMIDT, Siegfried J. (Hg.) 1991. Kognition und Gesellschaft. Der Diskurs des Radikalen Konstruktivismus Bd. 2, Suhrkamp.
- SCHMIDT, Siegfried J., 1991. Grundriß der Empirischen Literaturwissenschaft. Mit einem Nachwort zur Taschenbuchausgabe. Frankfurt/M.: Suhrkamp (stw 915).
- SCHMIDT, Siegfried J., 1991. "unsere sinnfabrik. zehn miniaturen zum 'Konkretismus'." In: Schreibheft. Zeitschrift für Literatur. H. 38, 1991, 153 – 158.

- SCHMIDT, Siegfried J., 1991. »es ist alles ganz einfach«. hör – spiel. In: P. Watzlawick & P. Krieger (Hg.) 1991. Das Auge des Betrachters. Beiträge zum Konstruktivismus. (Festschrift für Heinz von Foerster). München – Zürich: Piper, 117 – 128.
- SCHMIDT, Siegfried J., 1991. "Empirische Literaturwissenschaft in der Kritik". In: R. Viehoff (Hg.) 1991. Alternative Traditionen. Dokumente zur Entwicklung einer empirischen Literaturwissenschaft. Braunschweig – Wiesbaden: Vieweg (KEL Bd. X), 309 – 339.
- SCHMIDT, Siegfried J., SPIESS, Brigitte, 1991. "Werbung heute: Aufmerksamkeit durch Produktpersönlichkeit." In: H. Kreuzer & H. Schanze (Hg.) 1991. Bausteine II. Neue Beiträge zur Ästhetik, Pragmatik und Geschichte der Bildschirmmedien. Arbeitsheft Bildschirmmedien H. Nr. 30, 1991, Universität – GH Siegen, 93 – 97.
- SCHMIDT, Siegfried J., 1991. Fundamentos de la ciencia empírica de la literatura. (Version castellana de Francisco Chico Rico). Madrid: Taurus Humanidades.
- SCHMIDT, Siegfried J., 1991. "mechanika nomáda". In: Novy Zivot, Marec – apríl 1991, 109 – 114.
- SCHMIDT, Siegfried J., 1991. "revealed landscape". In: H. Bäcker (Hg.) 1991. Kolloquium Neue Texte, T. 2. Linz – Wien: edition neue texte, S. 52.
- SCHMIDT, Siegfried J., 1991. "Literary systems as self – organizing systems." In: E. Ibsch, D. Schram & G. Steen (eds.) 1991. Empirical studies of literature. Proceedings of the second IGEL – Conference Amsterdam 1989. Amsterdam: Rodopi, 413 – 424.
- SCHMIDT, Siegfried J., 1991. "Empirical studies in literature and the media: Perspectives for the nineties." In: E. Ibsch et al. (eds.) 1991, 9 – 17.
- SCHMIDT, Siegfried J., 1991. "The structure of the literary field and the homogeneity of cultural choices." Panel Discussion: P. Bourdieu, C. van Rees, S.J. Schmidt & H. Verdaasdonk. In: E. Ibsch et al. (eds.) 1991, 427 – 443.
- SCHMIDT, Siegfried J., 1991. "From literary discourses to the social system of literature". In: Thesis Eleven, No. 29, 1991, 95 – 104.
- SCHMIDT, Siegfried J., 1991. "Erzählen ohne Geschichte. F. Mayröcker oder ein Exempel einer konstruktivistischen Narratologie." In: H. – G. Werner u. E. Mücke (Hg.), Strukturuntersuchung und Interpretation künstlerischer Texte. M. – Luther – Universität, Wissenschaftliche Beiträge 1991/14, Halle, 74 – 87.
- SCHMIDT, Siegfried J., 1991. Radikaler Konstruktivismus. Fernsehdiskussion mit G. Roth, H. Schwegler, M. Stadler und S.J. Schmidt. Hessischer Rundfunk, 3. Programm, 8.3.1991, 20.45 bis 21 Uhr.
- SCHMIDT, Siegfried J., 1991. Südwest – Forum "Radikaler Konstruktivismus": H. Esser, N. Luhmann, S.J. Schmidt im Gespräch. Südwestfunk Baden – Baden. Sendetermin: November.
- SCHMIDT, Siegfried J., 1991. "Jenseits von Realität und Fiktion?" In: Florian Rötzer & Peter Weibel (Hg.) 1991. Strategien des Scheins. Kunst Computer Medien. München: Boer, 83 – 92.

- SCHMIDT, Siegfried J., 1991. Literaturwissenschaft als interdisziplinäres Vorhaben. Siegen: LUMIS (=LUMIS – Schrift Nr. 30/91)
- SCHMIDT, Siegfried J., 1991. "Més enllà de la realitat i la ficció? El destí del dualisme en l'era dels mitjans de comunicació de masses". In: Periodística Número 4, Revista acadèmica. Barcelona, Societat Catalana de Comunicació des masses." In: Periodística No. 4, Barcelona 1991, 9 – 22.
- SCHMIDT, Siegfried J., 1991. "Text understanding – A self – organizing cognition process." In: POETICS 20 (1991), 273 – 301.
- VIEHOFF, Reinhold, BURGERT, Martin, 1991. Kommunikatbildungsprozess 2. Strukturen und Funktionen deklarativen und prozeduralen Wissens beim Verstehen von Literatur – Untersuchungen an »Märchen« und »Krimi«. Siegen: LUMIS. (=LUMIS – Schrift Nr. 29/91)
- VIEHOFF, Reinhold, 1991. Einführung: Annotationen zur empirischen Literatur – wissenschaft. In: Viehoff, R. (Hg.) 1991. Alternative Traditionen. Dokumente zur Entwicklung einer Empirischen Literaturwissenschaft. Braunschweig – Wiesbaden: Vieweg, 7 – 20. (=Konzeption Empirische Literaturwissenschaft, Bd. X).
- VIEHOFF, Reinhold, Hg., 1991. Alternative Traditionen. Dokumente zur Entwicklung einer Empirischen Literaturwissenschaft. Braunschweig – Wiesbaden: Vieweg. (=Konzeption Empirische Literaturwissenschaft, Bd. X).
- VIEHOFF, Reinhold, 1991. Conditions of the critical assessment of literature. On the interplay of social contexts, actions, and values: some theses and empirical data. In: E. Ibsch, D. Schram & G. Steen (eds.) 1991. Empirical studies of literature. Proceedings of the second IGEL – Conference Amsterdam 1989. Amsterdam: Rodopi, 247 – 252.
- VIEHOFF, Reinhold, 1991. Der Schrift – Steller als Radio – Steller – am Beispiel des Schriftstellers Ludwig Harig. Sendung "Der weiße Fleck", Saarländischer Rundfunk, Sendung vom 10.06.1991, 11.00 – 12.00.
- VIEHOFF, Reinhold, 1991. "Literary understanding and emotions". In: Emotions and Art. Proceedings of the International Symposium, Perm 1991, Ed. by L.Y. Dorfman, D.A. Leontiev, V.M. Petrov & V.A. Sozinov, Perm: The Perm State Institute of Culture.
- VIEHOFF, Reinhold, 1991. "Konferenz Über 'Art And Emotions' In Perm, USSR, vom 15. – 23. September 1991". In: SPIEL 10 (1991), H. 2, 341 – 343.

SATZUNG
des Instituts für Empirische Literatur – und Medienforschung
als zentrale wissenschaftliche Einrichtung
der Universität – Gesamthochschule – Siegen

vom 10. Juli 1984

Aufgrund des § 2 Abs. 4 und § 31 des Gesetzes über die wissenschaftlichen Hochschulen des Landes Nordrhein – Westfalen (WissHG) vom 20.11.1979 (GV.NW. S. 926), zuletzt geändert durch Gesetz vom 17.5.1983 (GV.NW. S. 165), hat die Universität – Gesamthochschule – Siegen das Institut für Empirische Literatur – und Medienforschung als zentrale wissenschaftliche Einrichtung errichtet und hierfür folgende Satzung erlassen:

§ 1

Zentrale wissenschaftliche Einrichtung

Das Institut für Empirische Literatur – und Medienforschung ist eine zentrale wissenschaftliche Einrichtung der Universität – Gesamthochschule – Siegen, die Aufgaben der wissenschaftlichen Forschung, der wissenschaftlichen Lehre sowie Dienstleistungen übernimmt, die die gesamte Hochschule oder mehrere Fachbereiche berühren.

§ 2

Aufgaben des Instituts in Forschung und Lehre

- (1) Die wissenschaftliche Tätigkeit des Instituts konzentriert sich auf die interdisziplinäre Beschäftigung mit allen individuellen und sozialen Phänomenen und Problemen der Produktion, Vermittlung, Rezeption und Verarbeitung von literarischen und nichtliterarischen Kommunikaten in verschiedenen Medien. Damit sollen gesellschaftliche Kommunikationssysteme, unter ihnen das System Literatur, empirisch erforscht und auf der Grundlage der gewonnenen Erkenntnisse Vorschläge zur Verbesserung gemacht werden.
- (2) In der Forschung bildet einen Schwerpunkt die Grundlagenforschung, und zwar speziell auf dem Gebiet der empirischen Literaturwissenschaft, der Kognitions – und Kommunikationstheorie, sowie der medienwissenschaftlichen Methodologie und Methodenentwicklung. Ein weiterer Schwerpunkt liegt in der Durchführung von empirischen Forschungsprojekten.
- (3) In der Lehre kann das Institut von sich aus oder in Abstimmung mit den Fachbereichen Lehrveranstaltungen, Projekt – und Kontaktstudien anbieten. Das Angebot umfaßt vornehmlich die Bereiche der kognitions –, kommunikations – und literaturtheoretischen Grundlagenforschung, der Methodologie und Methodenlehre, der Medienästhetik, der Medienpsychologie und Mediensoziologie.
- (4) Zur Förderung der internationalen wissenschaftlichen Kommunikation veranstaltet das Institut Tagungen, lädt Gastwissenschaftler ein und gibt Forschungsberichte, Periodica und Buchreihen heraus.

- (5) Das Institut errichtet langfristig in Zusammenarbeit mit der Universitätsbibliothek
1. ein Archiv für deutschsprachige Literaturzeitschriften, das die Grundlage für die empirische Erforschung von Literatursystemen abgeben kann,
 2. eine Methoden- und Instrumentenbank der empirisch-experimentellen Medienwirkungsforschung.

§ 3

Angehörige des Instituts

- (1) Dem Institut gehören an:
- Ständige Mitarbeiter, die auf Planstellen des Instituts beschäftigt werden sowie Hochschulangehörige, die längerfristig im Institut an der Erfüllung seiner Aufgaben mitwirken.
- (2) Über die Mitgliedschaft im Institut entscheidet der Vorstand.

§ 4

Organe des Instituts

Organe des Instituts sind:

1. der Vorstand
2. der geschäftsführende Leiter

§ 5

Der Vorstand

- (1) Dem Vorstand gehören alle an der wissenschaftlichen Einrichtung tätigen Professoren sowie auf je vier Professoren ein Vertreter der wissenschaftlichen, ein Vertreter der anderen Mitarbeiter und ein Student als Mitglied mit vollem Stimmrecht gemäß § 14 Abs. 1 WissHG an. Ist eine solche Zusammensetzung nicht möglich, so muß sichergestellt sein, daß die Gruppe der Professoren über eine Stimme mehr verfügt als die Vertreter der anderen Gruppen. Mitglieder des Vorstandes können nur Angehörige des Instituts nach § 3 Nr. 1 sein.

Die wissenschaftlichen Mitarbeiter, die anderen Mitarbeiter und die Studenten entsenden ihre Vertreter aufgrund von gruppeninternen Wahlen. Die Amtszeit der wissenschaftlichen und der anderen Mitarbeiter beträgt 2 Jahre, die der Studentenvertreter 1 Jahr.

- (2) Der Vorstand leitet das Institut. Er hat insbesondere folgende Aufgaben:
1. Der Vorstand wählt aus seiner Mitte einen Professor für eine Amtszeit von 5 Jahren zum geschäftsführenden Leiter sowie einen Stellvertreter. Wiederwahl ist zulässig,
 2. er genehmigt Haushalt und Arbeitsplan des Instituts,

3. er nimmt den Rechenschaftsbericht des geschäftsführenden Leiters entgegen,
 4. er wirkt bei den Verfahren zur Besetzung der dem Institut zugewiesenen Stellen mit.
- (3) Der Vorstand tritt mindestens einmal jährlich zusammen. Auf Antrag von zwei Mitgliedern des Vorstandes ist eine außerplanmäßige Vorstandssitzung abzuhalten.

§ 6

Der geschäftsführende Leiter

Der geschäftsführende Leiter hat insbesondere folgende Aufgaben:

- (1) Er führt die Geschäfte des Instituts und vertritt das Institut innerhalb und außerhalb der Hochschule,
- (2) er organisiert die Arbeits- und Finanzplanung des Instituts und überwacht deren Durchführung,
- (3) er hat dafür Sorge zu tragen, daß die ständigen Mitarbeiter des Instituts angemessen informiert und an den sie betreffenden Entscheidungen beteiligt werden,
- (4) er ist den Mitgliedern des Vorstandes gegenüber auskunfts- und rechnungspflichtig und legt dem Vorstand jährlich einen Rechenschaftsbericht vor.

§ 7

Zusammenarbeit mit den Fachbereichen und anderen Einrichtungen

Das Institut für Empirische Literatur- und Medienforschung pflegt die Zusammenarbeit mit den Fachbereichen in Forschung und Lehre und den übrigen Einrichtungen der Hochschule. Das Institut strebt im Rahmen seiner Aufgaben die notwendige interdisziplinäre Zusammenarbeit mit anderen Hochschulen, Forschungs- und Bildungseinrichtungen an.

§ 8

Inkrafttreten

Diese Ordnung tritt am Tage nach der Veröffentlichung in den Amtlichen Mitteilungen der Universität – Gesamthochschule – Siegen in Kraft.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Fachbereichsrates vom 14.12.1983 und des Beschlusses des Senats vom 5. März 1984 sowie der Genehmigung des Ministers für Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein – Westfalen vom 25. Mai 1984 – III C 3 – 6222/120.

Siegen, den 10. Juli 1984

Der Rektor

Verzeichnis der LUMIS – Schriften

- 1/84 *Siegfried J. Schmidt:*
Vom Text zum Literatursystem.
Skizze einer konstruktivistischen empirischen Literaturwissenschaft.
2. unveränderte Auflage 1985
- 2/84 *Ernst von Glasersfeld (im LUMIS – Institut):*
Konstruktivistische Diskurse
2. unveränderte Auflage 1985
- 3/84 *Frank Eckgold & Dietrich Meutsch:*
GIS: Die Gruppen – innerhalb – Stufen Varianzanalyse zur Reduktion
von Fehlerkomponenten. Anwendungsmöglichkeiten, Theorie und die
Designs bis zum 3faktoriellen Fall
2. unveränderte Auflage 1985
- 4/84 *Helmut Hauptmeier & Gebhard Rusch:*
Erfahrung und Wissenschaft. Überlegungen zu einer konstruktivistischen
Theorie der Erfahrung
2. unveränderte Auflage 1985
- 5/85 *Jörg Schönert:*
Empirische Literaturwissenschaft: Verschllossene wissenschaftliche Anstalt
oder Bastion mit offenen Toren? Überlegungen zur Organisation
literaturwissenschaftlicher Theorie und Praxis.
- 6/85 *Peter M. Hejl:*
Konstruktion der sozialen Konstruktion: Grundlagen einer
konstruktivistischen Sozialtheorie.
2. unveränderte Auflage 1986
- 7/85 *Dietrich Meutsch & Reinhold Viehoff:*
Inferenz – und Elaborationstypen beim literarischen Verstehen von
Texten: Zum Einfluß von Lese – und Äußerungssituationen auf
ästhetische und polyvalente Verstehenshandlungen
- 8/85 LUMIS – Tätigkeitsbericht 1985
- 9/86 *Siegfried J. Schmidt:*
Selbstorganisation – Wirklichkeit – Verantwortung.
Der wissenschaftliche Konstruktivismus als Erkenntnistheorie und
Lebensentwurf
- 10/86 *Achim Barsch:*
Trends in Rhythmics – Language, Literature, and Music
- 11/86 *Gebhard Rusch:*
Theorie der Geschichte, Historiographie und Diachronologie
- 12/86 LUMIS – Tätigkeitsbericht 1986
- 13/87 *Achim Barsch:*
Literatur und Recht aus literaturtheoretischer Sicht

- 14/87 *Helmut Hauptmeier, Dietrich Meutsch & Reinhold Viehoff:*
Literary Understanding from an Empirical Point of View
- 15/87 *Dietrich Meutsch:*
Der Einfluß von dispositionellen Merkmalen auf die Erfassung
kognitiver Prozesse beim Textverstehen mit den Methoden des
'Lauten – und Stillen Denkens'
- 16/87 LUMIS – Tätigkeitsbericht 1987
- 17/88 *Achim Barsch:*
Jugendmedienschutz und Literatur
- 18/88 *Peter M. Hejl:*
Durkheim und das Thema der Selbstorganisation
- 19/88 *Russell A. Hunt:*
Pragmatic Aspects of Literary Reading
- 20/88 LUMIS – Tätigkeitsbericht 1988
- 21/89 *Peter M. Hejl:*
Self – Regulation in Social Systems: Explaining the Process of Research
- 22/89 *Reinhold Viehoff:*
Literaturkritik 1973 und 1988. Aspekte des literaturkritischen
Wertwandels.
- 23/89 *Martin Burgert, Michael Kavsek, Bernd Kreuzer & Reinhold Viehoff:*
Strukturen deklarativen Wissens – Untersuchungen zu "Märchen" und
"Krimi".
- 24/89 LUMIS – Tätigkeitsbericht 1989
- 25/90 *Siegfried J. Schmidt:*
Why literature is not enough, or: Literary studies as media studies
- 26/90 *Georg Jäger:*
Buchhandel und Wissenschaft. Zur Ausdifferenzierung des
wissenschaftlichen Buchhandels
- 27/90 LUMIS – Tätigkeitsbericht 1990
- 28/91 *Gebhard Rusch:*
Geschichte als Wirklichkeit. Erkenntnistheoretische Überlegungen zur
Geschichte und zur Geschichtswissenschaft
- 29/91 *Reinhold Viehoff & Martin Burgert:*
Kommunikationsbildungsprozeß 2. Strukturen und Funktionen deklarativen
und prozeduralen Wissens beim Verstehen von Literatur –
Untersuchungen zu "Märchen" und "Krimi"
- 30/91 *Siegfried J. Schmidt*
Literaturwissenschaft als interdisziplinäres Vorhaben
- 31/91 LUMIS – Tätigkeitsbericht 1991

Sonderreihe

- I/88 *Peter M. Hejl, Raimund Klauser, Wolfram K. Köck:*
"Computer Kids": Telematik und sozialer Wandel. Ergebnisse einer
Pilotstudie in Nordrhein – Westfalen
- II/89 LUMIS (Hrsg.):
Jahrbuch deutschsprachiger Literaturzeitschriften 1986/87

ISSN 0177 – 1388 (LUMIS – Schriften)
ISSN 0932 – 6103 (LUMIS – Tätigkeitsbericht)
ISSN 0934 – 8697 (LUMIS – Schriften Sonderreihe)