

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

LUMIS-TÄTIGKEITSBERICHT 1993

LUMIS-Schriften 37 1993

**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  
57068 Siegen

Tel.: 0271/740-4440  
Fax: 0271/740-2533

Redaktion: Raimund Klauser

Als Typoskript gedruckt

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

Alle Rechte vorbehalten

ISSN 0932 - 6103 (LUMIS-Tätigkeitsbericht)

LUMIS-TÄTIGKEITSBERICHT 1993

LUMIS-Schriften 37 1993

Siegen 1993



## Inhaltsverzeichnis

1.	Neun Jahre LUMIS	5
2.	LUMIS-Mitglieder und ihre Funktionen	10
3.	Projekte	12
3.1	Abgeschlossene Vorhaben	12
	Projekt Auswertung der Leserzuschriften zum "Autor des Jahres"	12
3.2	Laufende Vorhaben	12
	sfb-Projekt Mediengattungstheorie Fernsehen. Theoretische und empirische Untersuchungen zu Medienhandlungsbedingungen	12
	sfb-Projekt Der kommerzielle deutsche TV-Werbespot als Indikator sozialen Wandels	16
	Projekt Kultur als Wirklichkeitskonstruktion: zur Konzeptualisierung und Modellierung der "dritten Ebene"	22
	Projekt Wahrnehmung und Kommunikation im Leitmedium Fernsehen. Kommunikationssoziologische Untersuchung zur Konstruktion von Wirklichkeit in audiovisuellen Medien	23
	Projekt Hermann Hesse: Leserbriefe 1900 - 1960	25
	Projekt Produktion, Vermittlung und Rezeption von Hefromanen in Ostdeutschland	26
	Projekt Jugendliche Leser von Hefromanen	28
	Projekt Literaturvorstellungen von Studierenden	29
3.3	Geplante Vorhaben	30
	Projekt BTX-Nutzung im WDR-Computerclub	30
	Projekt Eine Explorationsstudie zur Wissenschaftsdynamik - "Innovationsmuster in den Sozial- und Kulturwissenschaften"	30
4.	Gastvorträge und Kolloquien	32
5.	Vorträge der LUMIS-Mitarbeiter	33
6.	Lehrangebote	37
7.	Publikationen	39
	Anhang: LUMIS-Satzung	44
	Verzeichnis der LUMIS-Schriften	47



## 1. Neun Jahre LUMIS

Das Institut für Empirische Literatur- und Medienforschung (Kurzbezeichnung LUMIS = **L**iteratur- und **M**edienforschung **i**n **S**iegen) 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 Universitätsprofessor 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 neunten Tätigkeitsbericht vor, mit dem die Arbeit des Jahres 1993 dargestellt wird.

Allgemein ist für den Berichtszeitraum vorweg festzustellen:

Forschungstätigkeiten und Forschungskontakte sowie Lehr-, Beratungs- und Servicetätigkeit des Instituts sind im Vergleich mit 1992 etwa gleichgeblieben, das Fördervolumen ist leicht gestiegen (vgl. die Finanzübersicht S. 7).

Andere Hemmnisse für eine Expansion der LUMIS-Aktivitäten und eine entsprechend höhere Drittmittelquote sind leider nach wie vor wirksam, so vor allem die zu geringe finanzielle Grundausstattung. Besonders nachteilig hat sich ausgewirkt, daß die Mittel für studentische Hilfskräfte erheblich gekürzt worden sind.

Bevor die Forschungsprojekte im einzelnen dargestellt werden (vgl. Kap. 3), sei kurz auf einige der wichtigsten LUMIS-Aktivitäten des Jahres 1993 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 zwei Teilprojekte (A 8, früher A 1: "Mediengattungstheorie Fernsehen"; C 3: "Der kommerzielle deutsche TV-Werbespot als Indikator sozialen Wandels") und leistete Service und Beratung für andere Teilprojekte.
- (b) Im Rahmen des Projektes "Schriftsteller und Rundfunk" der von R. Viehoff geleiteten Fachgruppe "Rundfunk und Literatur" im "Studienkreis Rundfunk und Geschichte e.V." wurde ein Workshop zum Thema "Literatur und Rundfunk in der DDR: am Beispiel des Hörspiels" durchgeführt (Leipzig, 21-22. September 1993). Frau Dr. S. Bolik (Köln) hielt einen einleitenden Vortrag, an einer Podiumsdiskussion unter der Leitung von R. Viehoff nahmen neben Frau Dr. Bolik der Schriftsteller Joachim Walther (Berlin) und der Hörspielregisseur und -dramaturg Hans Bräunlich (Berlin) teil, die beide im DDR-Hörfunk Hörspiele produziert hatten.

## 1.2 Kongresse und Publikationen

- (a) S.J. Schmidt war Sektionsleiter der Sektion "Bildgedächtnis" der Interface II, Musikhochschule Hamburg, 05.-07.02.1993.
- (b) S.J. Schmidt organisierte und moderierte zusammen mit L. Kramaschki das Symposium "Literaturpräsentation im Fernsehen", das im Rahmen der Mediale am 22.03.1993 im Literaturhaus Hamburg stattfand.
- (c) S.J. Schmidt organisierte und moderierte das Abendprogramm "Lauter Laute. Akustische Poesie" in der Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland im Rahmen des Kongresses "Welt auf tönernen Füßen. Die Töne und das Hören", 12.-15.05.1993.
- (d) Am 21.-22.10.1993 fand im LUMIS-Institut ein Symposium zum Thema "Interdisziplinäre Kritik und Weiterentwicklung des Konstruktivismus" mit den Gästen Prof. Dr. Eve-Marie Engels (Kassel), Priv.-Doz. Dr. Arno Ros (Saarbrücken) und Prof. Dr. Helmut Schwegler (Bremen) statt.
- (e) S.J. Schmidt leitete das Symposium "Chimäre Neurophilosophie" im Rahmen des Jahreskongresses des Wissenschaftszentrums NRW "Neuroworlds/Zukunftswege der Hirnforschung", 03.-04.11.1993 in Düsseldorf.
- (f) Zusammen mit dem Fachbereich 3 und dem DFG-Sonderforschungsbereich 240 veranstaltete LUMIS vom 09.-10.12.1993 einen öffentlichen Workshop "Probleme der Interpretation am Beispiel Georg Trakls." Auswärtige Teilnehmer waren Dr. Karl-Heinz Auckenthaler, Prof. Dr. Árpád Bernáth, Prof. Dr. Károly Csúri, Endre Hárs und Dr. Ferenc Odorics von der Universität Szeged (Ungarn) sowie Prof. Dr. Lutz Danneberg (Hamburg/Bern), der den Eröffnungsvortrag hielt. Mittel für den Workshop wurden aus dem DAAD-Programm MOE (Institutspartnerschaften mit Mittel- und Osteuropa) zur Verfügung gestellt.

## 1.3 Überregionale Lehr- und Vortragstätigkeit

- (a) Im April 1993 war R. Viehoff Gastdozent des DAAD in Perm, Rußland. Auf Einladung der Hochschule für Kunst und Kultur, der Maxim-Gorkij-Universität und der Pädagogischen Hochschule hielt er dort eine Vorlesungsreihe zum Thema "Literaturpsychologie - Medienpsychologie". Er war zudem in die Jury des 5. Internationalen Permer Theaterfestivals "Theater Experiment" eingeladen.
- (b) Im Sommersemester 1993 vertrat R. Viehoff an der Martin-Luther-Universität, Halle-Wittenberg, den Lehrstuhl für "Literaturtheorie, Neuere Deutsche Literaturwissenschaft".
- (c) Im Rahmen einer Kurz-Gastprofessur am Institut für Höhere Studien, Abteilung Soziologie, Wien, hielt S.J. Schmidt vom 10.-12. Mai 1993 eine Vorlesungsreihe zum Thema "Kognition - Kommunikation - Kultur - Medien".
- (d) Im Sommersemester 1993 hielt W.K. Köck eine zweistündige Lehrveranstaltung zum Thema "Gender: the language of nature and the nature of language" an der LiLi-Fakultät der Universität Bielefeld.
- (e) Von November 1993 bis Februar 1994 war S. Penkert Gastdozentin an der Russischen Staatlichen Geisteswissenschaftlichen Universität in Moskau, Rußland.



#### *1.4 Gastprofessoren*

Auf Antrag von R. Viehoff hat die Heinrich-Hertz-Stiftung (NRW) Prof. Dr. Rien T. Segers (Groningen, Niederlande) ein Stipendium zuerkannt, um ein halbes Jahr am LUMIS-Institut zu arbeiten. Prof. Segers hielt sich vom 1.1.-30.06.1993 am LUMIS-Institut auf und setzte damit eine Kooperation fort, die mit seinem vom DAAD geförderten dreimonatigen Forschungsaufenthalt am LUMIS-Institut (März bis Mai 1992) begonnen hatte. U.a. bearbeitete er mit R. Viehoff theoretische und empirische Probleme bei der Erforschung "kultureller Identität" in einem sich wandelnden europäischen Kontext.

#### *1.5 Kooperationen*

Die bestehenden Kooperationen (vgl. Tätigkeitsberichte der Vorjahre) wurden fortgeführt. Neue Kooperationen wurden 1993 nicht vereinbart.

#### *1.6 Literaturzeitschriftenarchiv*

1. Die Kooperation mit der Universitätsbibliothek (sowohl im Hinblick auf die Beschaffung als auch im Hinblick auf die Zugänglichkeit/Präsentation der Bestände) ist soweit vorbereitet worden, daß von seiten des Instituts eine Zusammenführung mit den Beständen der UB erfolgen kann. Die genauen Modalitäten sind Anfang des nächsten Jahres mit der UB abzustimmen.

2. Die Erprobung der an der Universität Siegen vorhandenen EDV-Technik zur wissenschaftlichen Erschließung der Archivbestände ist in ihrem ersten Teil abgeschlossen. Mit nicht unerheblichen Einschränkungen ist es möglich, Texte aus Zeitschriften in EDV-Format zu transformieren. Die Gestaltungsvielfalt im Bereich der Literaturzeitschriften setzt hier deutliche Grenzen.

Im nächsten Schritt werden verschiedene computergestützte Verfahren zur Analyse der mit technischen Lesegeräten gewonnenen Dateien erprobt.

3. Die Entwicklung von Forschungsprojekten zu Literaturzeitschriften wird in zwei Richtungen verfolgt: Einerseits soll die Möglichkeit geboten werden, daß Studierende Qualifikationsarbeiten in diesem Bereich wählen können. Dazu liegt eine Themenliste vor.

Andererseits sollen drittmittelfinanzierte Projekte, z.B. bei der DFG oder der Volkswagenstiftung, beantragt werden.

#### *1.7 Zur Situation des LUMIS-Instituts*

Die LUMIS-Situation hat sich 1993 nicht entscheidend verschlechtert, in einer Zeit allgemeiner Finanznot aber sicher nicht verbessert. Angesichts ins Haus stehender personeller Veränderungen und zunehmender Mittelknappheit werden gezielte Anstrengungen unternommen, neue Projektmittel zu gewinnen, obwohl dies mit sinkender Grundausstattung immer schwieriger wird. Besondere Bemühungen gelten Vorhaben, die mit europäischen Kooperationspartnern überregionale Medienentwicklungen beobachten und analysieren sollen (so konkret etwa mit der Universität Leuven, Belgien). Mit dem

Bundesministerium für Bildung und Wissenschaft wird ein Projekt zur Problematik des sogenannten "funktionalen Analphabetismus" in der BRD vorbereitet, das in enger Zusammenarbeit mit dem Hamburger Erziehungswissenschaftler Prof. Dr. Dr. Rainer Lehmann durchgeführt werden soll. Prof. Lehmann hatte für die BRD die internationale Lese- und Rechenstudie der IEA durchgeführt und betreut zur Zeit die laufende internationale IALS-Untersuchung der Lese- und Rechenfertigkeiten von Erwachsenen.

LUMIS-FINANZÜBERSICHT 1993 und 1994

<b>1993</b>	Sach- mittel	Personal mittel	insgesamt
<i>UNIVERSITÄTSMITTEL</i>			
Grundausstattung	11420,-	13500,-	24920,-
"Jugendliche Leser von Hefromanen"	950,-	14050,-	15000,-
<i>DRITTMITTEL</i>			
"Mediengattungstheorie Fernsehen" (DFG/sfb 240)	4500,-	121600,-	126100,-
"TV-Werbespots" (DFG/sfb 240)	3000,-	180800,-	183800,-
"Autor des Jahres" (Bertelsmann/WiMi)		Projektförderung ausgelaufen	
"Wahrnehmung und Kommunikation" (Rudolf-Siederslebensch Otto Wolff Stiftung)		75000,- <sup>1</sup>	75000,-
<i>DRITTMITTEL INSGESAMT</i>	7500,-	377400,-	384900,-
<b>1994</b>	Sach- mittel	Personal mittel	insgesamt
<i>UNIVERSITÄTSMITTEL</i>			
Grundausstattung <sup>2</sup>	16500,-	27000,-	43500,-
<i>DRITTMITTEL</i>			
"Mediengattungstheorie Fernsehen" (DFG/sfb 240)	4500,-	121600,-	126100,-
"TV-Werbespots" (DFG/sfb 240)	2000,-	180800,-	182800,-
"Wahrnehmung und Kommunikation" (Rudolf-Siederslebensch Otto Wolff Stiftung)		56250,- <sup>1</sup>	56250,-
"Innovationsmuster in den Sozial- und Naturwissenschaften" (Internationales Forschungszentrum Kulturwissenschaften)		30000,-	30000,-
<i>DRITTMITTEL INSGESAMT</i>	6500,-	388650,-	395150,-

1 Im Rahmen des Personaletats stehen auch Sachmittel zur Verfügung.

2 Beantragt für 1994: Geschäftsbedarf, Vortragsmittel, Personalmittel (2 Studentische Hilfskräfte).

## 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 (ins- bes. empirische Sozialforschung und Medizinsoziologie)
	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, Ger- manistik/Literaturwissenschaft
	Universitätsprofessor Dr. Christian W. Thomsen, FB 3, An- glistik/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 Literaturwis- senschaft
	Dr. Peter M. Hejl, Politologie, Soziologie/empirische Sozial- forschung
	Dipl.-Soz. Raimund Klauser, Soziologie/empirische Sozial- forschung
	Priv.-Doz. Dr. Wolfram Karl Köck, Allgemeine und Ange- wandte Linguistik/Kommunikationswissenschaft
	Dr. Gebhard Rusch, Empirische Literaturwissenschaft/ Kommunikationswissenschaft
<i>Sekretärin:</i>	Anita Stahl

*Weitere Mitarbeiter (1993):* Priv.-Doz. Dr. Achim Barsch, FB 3, Germanistik/empirische Literaturwissenschaft

Ingrid Brück, M.A., sfb 240, Germanistik, Allgemeine Literaturwissenschaft

Elisabeth Heuel, LUMIS, Germanistik

Ute Holdenried, M.A., FB 3, Germanistik

Brigitte Kaczerowski, M.A., FB 3, 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. Sibylle Penkert, LUMIS, Literatur- und Medienwissenschaft

Dr. Peter Spangenberg, Romanistik/Allgemeine Literaturwissenschaft

Dr. Brigitte Spieß, sfb 240, Wirtschaftswissenschaft, Germanistik, Medienwissenschaft

Priv.-Doz. Dr. Reinhold Viehoff, FB 3, Allgemeine Literaturwissenschaft/Neuere Deutsche Literaturwissenschaft

*Studentische Hilfskräfte (1993):*

*des Instituts:* Britta Böhme, FB 3; Kordula Krause, FB 3; Kristina Unverricht, FB 3.

*im sfb-Projekt "Mediengattungstheorie":*

Katja Brombach, FB 3; Andrea Guder, FB 3;

Claudia Sawitzki, FB 3; Karin Wehn, FB 3.

*im sfb-Projekt "TV-Werbespots":*

Kai Peter Keusen, FB 3, Anke Steck, FB 3; Andrea Wertz, FB 3.

*Werkvertragsnehmer im Projekt "JUHERO":*

Christina Beer, Kristina Dönch, Anke Lug, Norbert Schmidt.

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:* Auswertung der Leserzuschriften zum "Autor des Jahres"

*Bearbeiter:* Elisabeth Heuel, Siegfried J. Schmidt

Dieses Projekt wurde durch Übernahme des größten Teils der Personalkosten vom Bertelsmann Verlag unterstützt. Zusätzlich bewilligte das Wissenschaftsministerium NW die Stelle für eine studentische Hilfskraft bis 31. Oktober 1992.

Einzelheiten der Materialbeschaffenheit sowie die Grundlagen der inhaltlichen Konzeption des Projekts sind in den Tätigkeitsberichten 1991 und 1992 ausführlich dargestellt worden.

Das Projekt ist abgeschlossen. Der Ergebnisbericht ist als Band III/93 der Sonderreihe der LUMIS-Schriften veröffentlicht.

#### 3.2 Laufende Vorhaben

*sfb-Projekt:* Mediengattungstheorie Fernsehen. Theoretische und empirische Untersuchungen zu Medienhandlungsbedingungen.

*Bearbeiter:* Ingrid Brück, Peter M. Hejl, Andrea Menn, Gebhard Rusch, Reinhold Viehoff

##### *Stand und Weiterentwicklung des Projektes*

Das Projekt wird als Teilprojekt A 8 (früher A 1) des Sonderforschungsbereiches 240 "Ästhetik, Pragmatik und Geschichte der Bildschirmmedien. Schwerpunkt: Fernsehen in der Bundesrepublik Deutschland" seit dem 1. Januar 1986 bearbeitet. Mit dem 1. 1. 1992 ging das Projekt in die dritte Bewilligungsphase, die Ende Dezember 1994 endet. Gleichzeitig übergab der bisherige Projektleiter, Prof. Dr. Siegfried J. Schmidt, die Leitung an Priv.-Doz. Dr. Reinhold Viehoff.

Neben dieser personellen Veränderung hat sich auch der inhaltliche Schwerpunkt des Forschungsvorhabens verlagert: Auf der Basis der bisherigen theoretischen und empirischen Arbeiten, die die Aufgabe hatten, das Untersuchungsfeld zunächst heuristisch abzustecken, wird in diesem Forschungs-Zeitraum eine exemplarische Vertiefung der bisherigen Erkenntnisse angestrebt.

In diesem Projekt wird der Versuch gemacht, eine Gattungstheorie zum Fernsehen zu entwickeln.

Bekanntlich bedeutet Entwickeln einer Theorie mindestens zweierlei: einmal, daß ein theoretisches Modell entwickelt wird, und zum anderen, daß dieses theoretische Modell auf seine Adäquatheit hin geprüft wird, wodurch dann wieder Modifikationen der theoretischen Ausgangslage (in der Regel) notwendig und begründet werden können usw. Die Entwicklung einer Gattungstheorie zum Fernsehen schließt also notwendig - zumindest auf einer Ebene "mittlerer Reichweite" - Prozesse der gegenseitigen Beeinflussung von Entwurf und Relevanzprüfung ein.

Vorweg soll zudem noch einmal in Erinnerung gebracht werden, welche sogenannte "Menschenbildannahme" hier zugrundeliegt, was also als anthropologische Invariante über das aktive, konstruktive und selbstreflexive Wahrnehmen, Denken und Tun von Menschen angenommen wird. Die Konsequenzen, die eine kognitiv-konstruktive Grundannahme hat, sind schon häufig genug diskutiert worden, die wesentlichsten Folgerungen sind: wenn wir den Gegenstandsbereich einer literaturwissenschaftlichen Medienforschung mit selbstreflexiven Subjekten konzipieren, untersuchen wir Handlungen von Subjekten und alle reflexionsrelevanten Bedingungen solcher Handlungen in Bezug auf das Fernsehen. Das wiederum bedeutet, daß wir Gattungen nicht sinnvoll als Merkmale von Medienangeboten beschreiben können, sondern beschreiben müssen, wie Menschen - auf der pragmatischen, kommunikativen und kognitiven Ebene - Medienhandlungen psychisch befriedigend und sozial erfolgreich organisieren.

Die gegenwärtige Forschungsphase des Projektes (1992 - 1997) zielt darauf, an bedeutsamen Beispielen des Handlungsfeldes "Fernsehen" diese generellen strukturellen Annahmen zu vertiefen und zu präzisieren. Unter Vertiefen und Präzisieren wird der Versuch verstanden, die psychologische Handlungsrelevanz von "Gattungen in Funktion" zu prüfen.

Im Vorläufer-Projekt unter S.J.Schmidt (1985 - 1991) hat die theoretische Reflexion dieses Sachverhaltes zu der Auffassung geführt, daß bei und durch Medienhandlungen für die und von den handelnden Subjekte(n) kognitive Grundorientierungen geleistet werden. Eine der wichtigsten dieser Grundleistungen ist die Entscheidung darüber, in welcher Beziehung die Medienhandlung zur "Realität" steht.

Wie Untersuchungen der ersten Hauptphase gezeigt haben, wird über diese Referenzfrage nicht im deklarativen Wissen (d.h. Wissen, was ist), sondern vor allem im prozeduralen Wissen (d.h. Wissen, wie, wozu und wofür) entschieden. "Gattungen in Funktion" können deshalb auch nicht allein aus Wissenserhebungen abgeleitet werden, sondern müssen durch eine praktische "Handlungsvalidierung" des gattungstypischen Wissens überprüft werden.

Im Hinblick auf die Medienspezifik des Fernsehens gibt es die gut gesicherte Annahme, daß die Frage der Beziehung auf "Realität" ein dominierender "Vektor" des Gattungswissens ist. Erst wenn diese Frage entschieden ist, so geht die Vermutung weiter, können zusätzliche, d.h. vor allem: "ästhetische" Spielräume eröffnet und ausgestaltet werden. Diesen Sachverhalt am Beispiel des "Krimis im Fernsehen" zu untersuchen und anhand dieser Untersuchung die theoretische Modellierung der produktiven und rezeptiven Handlungszusammenhänge zu prüfen, ist im engeren Sinn das Projektziel der laufenden Phase.

Um dieses Ziel zu erreichen, d.h. im besonderen die "Handlungsrelevanz" von "Gattungs"-Orientierungen bei aktuellem Medienhandeln zu erfassen, wird im Rahmen des gegebenen resp. im Projekt selbst erarbeiteten Methodenspektrums der empirischen Kognitionsforschung wie folgt vorgegangen.

Es werden entsprechend hier drei Schritte skizziert, von denen der erste ganz und der zweite partiell in die laufende Bewilligungsphase fällt, partiell der zweite und der dritte in die im folgenden Jahr neu zu bewilligende.

- (1) Die (deklarative, prozedurale) Wissensstruktur des jeweiligen Gattungsschemas wird genau beschrieben, und zwar
  - (a) idealtypisch: als gesichertes Wissen der historisch-kritischen und der analytischen Forschung zu diesen "Genres", und
  - (b) handlungstypisch: als gesichertes Wissen ausgewählter Fernsehproduzenten und "naiver" Fernsehrezipienten.

Dabei gilt als gut gesicherte soziale Verbindungshypothese, daß das Wissen von Experten in einem spezifischen (kulturellen) Bereich die anerkannten (sozial dominierenden) Standards setzt, wie zu verfahren ist, warum und zu welchem Ergebnis. Wenn wir also das Wissen von Experten rekonstruieren, rekonstruieren wir einen Faktor in einem sozialen Netz, dem bedeutende Einflüsse auch im Kontext von Alltagshandlungen zugeschrieben werden können. Dazu ist im Projekt folgendes Arbeitsverfahren eingesetzt worden:

- zum Thema "Kriminalfilm im Fernsehen" ist eine vollständige Durchsicht der publizierten wissenschaftlichen und essayistischen Literatur vorgenommen worden. Ergebnis dieser Durchsicht ist eine räsonnierende Auswahlbibliographie, in der rund sechshundert thematische Behandlungen des "Krimi im Fernsehen" als gesonderte Titel erfaßt sind;
- anhand dieser "state-of-the-art"-Beschreibung des "wissenschaftlichen" Diskurses über den "Krimi im Fernsehen" sind die wesentlichen Strukturmerkmale, die von Experten benutzt werden, um dieses Thema zu beschreiben und zu analysieren, zugänglich gemacht und in einem ausführlichen Forschungskommentar beschrieben.
- auf der Grundlage der Auswahlbibliographie sind 50 Texte - als Stichprobe - ausgewählt worden, die unter angebbaren Kriterien repräsentativ für die gesamte Auswahl sind. Diese 50 Texte sind anhand einer systematischen qualitativen Inhaltsanalyse daraufhin untersucht worden, welches Wissen über "Krimi im Fernsehen" aktuell vorhanden ist und - zumindest - Expertenhandlungen steuert;
- unter Verwendung der Forschungslogik, die Karl Erik Rosengren seinem Verfahren der "mentions technique" zugrundelegt, sind aus dieser Stichprobe auch jene "Referenten" herausgefunden und beschrieben worden, die im wesentlichen den "Fixsternhimmel" des gegenwärtigen Expertengesprächs über den "Krimi im Fernsehen" ausmachen. Damit sind jene "Medienangebote" gemeint, auf die Experten immer zurückgreifen, wenn sie über den "Krimi im Fernsehen" sprechen, also von "Stahlnetz" bis "Tatort", oder von "Kressin" bis "Schimanski".

Als Ergebnis dieser Forschungsphase haben wir gegenwärtig eine relativ genaue Beschreibung des "gesellschaftlich relevanten Wissens- und Kommunikationsbereichs" über den "Krimi im Fernsehen" erstellt, der uns erlaubt, sozusagen die erste Dimension in dem von uns aufgespannten interaktiven Forschungsparadigma zur Hälfte zu präzisieren: nämlich die Seite der rezeptiven Aufnahme von "Krimis im Fernsehen".

(2) Die unterschiedlichen Dimensionen der Wissensbeschreibung werden in ihrer internen Ordnungslogik miteinander verglichen, um zu prüfen, ob und in welchem Maße "wissenschaftliche" Klassifikationen und Beschreibungen deckungsgleich (im Sinne von: psychisch und sozial kommunikabel) mit den Ordnungsprinzipien des praktischen Handlungswissens der Macher von "Krimis im Fernsehen" sind.

Die Gattung "Krimi im Fernsehen", die wir als spezifische Medienhandlung beschreiben und analysieren, schließt auf der Seite der Rezipienten ein, daß diese den von ihnen rezipierten "Krimis" - im Rahmen ihrer medienästhetischen Erfahrungen - spezifische Intentionen unterschieben: sei es die Intention der "bloßen" Unterhaltung oder die einer ("bloßen" oder zusätzlichen) sozialkritisch-aufklärerischen Idee oder beides zugleich. Medienhandlungen können also aus der Perspektive der Handelnden nur dann angemessen rekonstruiert (und verstanden) werden, wenn die je angenommene (und als "Normalfall" anzunehmende) intentionale Strukturierung dieses Medienangebots mitbedacht wird. Aus dieser Grundstrukturierung ergeben sich drei Fragen:



- (a) Welche tatsächlichen Intentionen bilden die motivationale und pragmatische Grundlage der Produktion von (typischen) Krimis im Fernsehen? Welche Autoren arbeiten an der Realisierung dieser Intention dominant mit? usw.
- (b) Welche "Medienangebotsstruktur" - etwa thematisches Setting oder Schnittfolge - resultiert als beabsichtigtes Muster des "Krimi im Fernsehen" aus dieser Produktionsidee?
- (c) Welche dieser Struktursignale "passen" in das (wahrscheinliche, d.h. auf einem elaborierten Erfahrungskontext gebildete) Rezeptionswissen der zeitgenössischen Publika?

Zur Prüfung einer entsprechenden theoretischen Modellierung dieses Produktionsprozesses sind folgende Arbeitsschritte konkret unternommen bzw. im nächsten Bewilligungszeitraum zu unternehmen:

- Sekundärauswertung einschlägiger Untersuchungen des Produktionsbereichs (wobei auch auf das Wissen der anderen SFB-Projekte produktiv zurückgegriffen werden kann) mit dem Ziel, die Strukturmerkmale der Produktionsintentionen zeitgenössischer Krimi-Produzenten zu erfassen. Dieser Arbeitsschritt ist bis zum Ende der ersten Bewilligungsphase (1994) abgeschlossen;
- eigene teilnehmende Beobachtung einer Krimi-Produktion (dafür gilt gleiches)
- persönliche Interviews mit Autoren, die im Rahmen der o.g. Analyse als "Fixsterne" am zeitgenössischen Diskurshimmel blinken. Solche Gespräche sind begonnen worden (Jürgen Roland, Rüdiger Proske, Carsten Dierks), sie werden weitergeführt.

Ziel dieser Arbeitsphase ist die pragmatische, kognitive und kommunikative "Füllung" der Produktionsseite der "Medienhandlung" "Krimi im Fernsehen". Erst wenn diese "Füllung" vorliegt, kann das Prozeßmodell der interaktiven Medienhandlung so präzisiert werden, daß der dritte Schritt sinnvoll und notwendig wird.

Dieser dritte Forschungsschritt zielt - in der 1994 neu zu beantragenden letzten Bewilligungsphase - darauf:

- (3) die Handlungsvalidität der Wissensstruktur von Fernsehproduzenten und -rezipienten durch Befragung und Produktanalyse resp. durch Rezeptionsexperimente zu überprüfen - und zu zeigen, welchen Wert für eine "Ordnung" der wissenschaftlichen "Gattungsaussagen" über ästhetisch relevante Medienhandlungen am Beispiel des Fernsehens solche Gattungen haben, oder auch - zum Beispiel - welchen handlungspraktischen und -regulierenden Wert bei Medienhandlungskonflikten - wie sie etwa bei der Ausstrahlung des Tatorts "Armer Nanosch" vor einigen Jahren in Hamburg sich ergaben oder jetzt wieder im Juni 1993, als der Tatort "Voll auf Haß" (mit Manfred Krug) vom SFW abgebrochen wurde, nachdem Zuschauer gegen die Ausstrahlung dieses im Neonazimilieu spielenden Tatorts wenige Tage nach den Morden von Solingen heftig protestierten..

Ergebnis dieses Bewertungsverfahrens ist die Beschreibung der "Gattung in Funktion", d.h. des tatsächlich (hier und heute) Produktionshandlungen zu diesem Genre zugrundeliegenden und diese steuernden Wissens der Produzenten und entsprechender Wissensstrategien der Rezipienten.

Das aber ist das Ziel des Projektes insgesamt: eine überprüfte und pragmatisch brauchbare Gattungstheorie so auszuformulieren, daß damit nicht "Text- oder Medien-Typologien" begründet werden (können), sondern sozial und psychisch relativ stabile "gattungsorientierte" Medienhandlungen.

*sfb-Projekt:* Der kommerzielle deutsche TV-Werbespot als Indikator sozialen Wandels  
*Bearbeiter:* Siegfried J. Schmidt, Brigitte Spieß

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 01.01.1992 befindet sich das Projekt in der 2. Bewilligungsphase.

Beobachtet man die Fernsehwerbung von ihren Anfängen bis heute, dann läßt sich unschwer erkennen, daß die Werbung die Erscheinungsformen und Phasen gesellschaftlicher Entwicklungsprozesse zeitlich eng synchronisiert mitvollzogen hat, natürlich unter system-spezifischen Bedingungen, unter denen sie die Interaktion mit anderen Sozialsystemen systemintern verarbeitet. Diese Systemspezifität läßt sich kurz zusammenfassen: Das Werbesystem produziert durch die Herstellung und Verbreitung von Medienangeboten bei intendierten Zielgruppen folgenreiche Aufmerksamkeit für Produkte, Leistungen, Personen und "Botschaften". Die Medienangebote werden danach ausgesucht bzw. daraufhin angefertigt, über Aufmerksamkeitsweckung intendierte Folgen zu bewirken, so z.B. Zahlungsbereitschaft in bezug auf Produkte und Leistungen; Zustimmungsbereitschaft in bezug auf Personen; Unterstützungsbereitschaft bzw. Wertpräferenzbildung in bezug auf "Botschaften". Um Aufmerksamkeit zu erzeugen, muß versucht werden, Werbebotschaften mit solchen Ideen, Überzeugungen, Werten, kulturellen Mustern bzw. kulturellen und sozialen Entwicklungstendenzen zu verbinden, von denen angenommen werden kann, daß sie von Auftraggebern wie von Zielpublika akzeptiert oder gewünscht werden. Das heißt, sie müssen entweder weitverbreitet oder zielgruppentypisch sein. Spezifisch für die Versuche der Werbewirtschaft, Aufmerksamkeit zu erzeugen, ist eine Handlungsbedingung, die wir Ausblendungsregel nennen. Diese Regel kann so formuliert werden: Alles, was die Überzeugungskraft einer Information oder eines Arguments bzw. die (Oberflächen-)Attraktivität eines Produkts oder einer Person beeinträchtigen könnte, wird ausgeblendet. Werbung produziert in der Regel positive Botschaften, wobei sie unterstellt, daß alle an der Werbekommunikation Beteiligten dies erwarten und bei ihren jeweiligen Aktivitäten berücksichtigen. Werbung ist prinzipiell und offensichtlich parteilich und kann daraus Kapital schlagen, weil das Wissen von dieser Parteilichkeit zum kollektiven kulturellen Wissen moderner Industriegesellschaften gehört.

Die enge Synchronisierung der Fernsehwerbung mit gesellschaftlichen Wandlungen ist einer der zentralen Arbeitshypothesen, denen das Projekt C 3 in der zweiten Bewilligungsphase nachgeht. Diese allgemeine Fragestellung wird konkretisiert durch die Bearbeitung der folgenden forschungsthematischen Schwerpunkte:

1. Geschichte der Fernsehwerbung in der Bundesrepublik Deutschland
2. Entwicklung der Werbewirtschaft und deren audiovisuelle Medienangebote (Werbespots)
3. Wandlungsprozesse des gesellschaftlichen Kontextes, in dem die Entwicklung der Werbewirtschaft sich vollzieht und an dessen Beobachtung die Aktanten im Werbesystem sich beim Umgang mit Werbespots orientieren.

#### *Durchführung und Stand der Arbeit*

Im Berichtszeitraum wurde das für die zweite Bewilligungsphase (1992-1994) konzipierte Arbeitsprogramm fortgeführt.

*Realisierte Arbeitsschritte im Stichpunkten (1992/93)*

1. Auswertung der Bibliographie und Aufarbeitung der Literatur zur sozialen und kulturellen Indikatorenforschung, zur Kulturgeschichte, zu Modernisierungstheorien.
2. Sichtung und systematische Auswertung der Literatur zur Werbegeschichte. Erstellung einer umfangreichen Bibliographie zur Geschichte der Werbung (cf. Bibliographie-Datenbank).
3. Ermittlung statistischer Daten, Auswertung von Filmmaterial und publizistischen Texten zur Geschichte der deutschen Fernsehwerbung.
4. Auswertung von 30 qualitativen Interviews mit Creative-Directors hinsichtlich des Wandlungsprozesses der Werbewirtschaft und deren Medienangebote (cf. erste Bewilligungsphase 1989-1991).
5. Durchführung von zwei offenen Interviews mit Experten der älteren Werbegeneration zur Geschichte der Fernsehwerbung.
6. Erstellung eines Interviewleitfadens für die Befragung bekannter Werbespotproduzenten der älteren Generation. Der Interviewleitfaden wurde auf der Grundlage der inhaltsanalytischen Auswertung der Literatur zur Werbegeschichte und der bereits stattgefundenen Interviews entwickelt.
7. Systematische Erfassung und Dokumentation von zugänglichem Archivmaterial (Werbe-filme, TV-Werbespots) seit den Anfängen der Fernsehwerbung (cf. TV-Werbespot-Datenbank).
8. Auswertung der Literatur und Erstellung von Arbeitspapieren zu den Themenbereichen Werbedramaturgien, Strategien, Techniken und Materialität der Werbung.
9. Vorbereitung und Entwicklung eines Beschreibungssystems zur Produktanalyse von TV-Werbespots.
10. Erstellung einer Videokassette mit signifikanten Werbespots, die die Highlights wie Tendenzen der Fernsehwerbung in der Bundesrepublik Deutschland von 1956 bis 1990 widerspiegeln. Die Auswahl und Zusammenstellung historischer Werbespots erfolgte in enger Zusammenarbeit mit verschiedenen Experten der Werbebranche (u.a. Werbefilmregisseure, Creative-Directors, Vorstandsmitglieder des Art Directors Club, private Sammler usw.).
11. Ausführliche Beschreibung von ausgewählten Werbespots (Mainstream, Trendsetter, Exoten), die die Entwicklungsphasen der Fernsehwerbung (Dekaden) beispielhaft verdeutlichen.
12. Ermittlung statistischer Daten und Auswertung von Jahr- und Handbüchern zur gesellschaftlichen Entwicklung der Bundesrepublik Deutschland seit den Anfängen der Fernsehwerbung. Übertragung der Daten in eine Datenbank (Paradox-Datenbank).
13. Erstellung von Arbeitspapieren zur historischen Entwicklung der Bundesrepublik Deutschland.
14. Erstellung von Arbeitspapieren (Vortragsmanuskripten) und Videokassetten (Zusammen-schnitte von Werbespots) zu folgenden Themen:
  - Kunst und Werbung/Medienkultur
  - Weiblichkeitsklischees in der TV-Werbung
  - Humor in der TV-Werbung. Die Beziehung der Geschlechter aus ironisch-satirischer Perspektive
  - Licht in der Werbung. Inszenierung und Beleuchtung von Männerkörpern
  - Bilder vom Alter - Ältere Menschen in der TV-Werbung
  - Präsentationsformen in der TV-Werbung
  - "Galerie Europa". Entwurf eines Europa-Werbespots (Treatment)

- Europäische Fernsehwerbung - Internationale Werbestrategien
- Das Fremde in der Werbung: Bilder aus der Dritten Welt als Projektionsfläche für Sehnsüchte industrieller Gesellschaften
- Kinderprogramm in der Werbung
- Werbefilme der 70er Jahre
- Witz und Selbstironie in der Fernsehwerbung
- Social Advertising: Die neue Werbemoral der Unternehmen

### *Vorläufige Ergebnisse*

Die Ergebnisse des Projekts sind als 'Publikationen' veröffentlicht (vgl. u.a. Kap. 5). Sie gliedern sich in folgende Bereiche:

- Theoretische Konzeption von Wirtschaft und Werbewirtschaft, Kultur, Kommunikation, Massenmedien und kulturellem Wandel (cf. S.J. Schmidt 1991; 1992, a, b; 1993a; S.J. Schmidt & B. Spieß 1994a).
- Zusammenfassende Darstellung der Ergebnisse der Produktions- und Produktanalyse (cf. 1. Bewilligungsphase; S.J. Schmidt & B. Spieß 1991; 1994a).
- Historische Skizze der Fernsehwerbung in Deutschland (cf. S.J. Schmidt & B. Spieß 1994b).
- Auswertung des bisher erhobenen Datenmaterials unter verschiedenen Themenschwerpunkten in Form von Aufsätzen (cf. U. Holdenried & U. Mattusch 1993; S.J. Schmidt 1990; 1992c, d; 1993b, d; S.J. Schmidt, B. Spieß & D. Sinofzik 1991; B. Spieß 1992; 1993).

Neben den publizierten Ergebnissen liegen Arbeitspapiere zu den unter 2 dargestellten Themenbereichen vor.

### *Zur Darstellung der Geschichte der Fernsehwerbung in Deutschland*

Eine Geschichte der Fernsehwerbung in Deutschland ist bisher noch nicht geschrieben worden. Zwar gibt es Überblicksartikel über bestimmte Phasen oder zu bestimmten Aspekten technischer, rechtlicher oder ökonomischer Entwicklungen in diesem Bereich; aber eine kohärente Darstellung der Fernsehwerbung von 1956 bis heute steht noch aus.

Die Gründe dafür sind vielfältig. Das Material - Werbespots ebenso wie politische und soziokulturelle Daten aus diesen dreieinhalb Jahrzehnten - ist äußerst reichhaltig, aber hinsichtlich der historischen Werbespots oft nur schwer zugänglich. In vielen Fällen hilft nur der Zugang zu privaten Archiven, die erst aufgespürt und deren Besitzer oder Verwalter zur Mitarbeit gewonnen werden müssen. Angaben über die Häufigkeit der Schaltung bestimmter Spots sind, vor allem für die Frühzeit des Fernsehens, schwer oder gar nicht zu ermitteln; alte Filmmaterialien erweisen sich inzwischen als brüchig, Angaben dazu als irreführend oder unzulänglich usw. Die Liste der Schwierigkeiten ließe sich fast beliebig verlängern.

Hinzu kommt aber als ein ganz wichtiges Problem, daß die Konzeption einer Geschichtsschreibung für Fernsehwerbung alles andere als evident ist. Evident dürfte lediglich sein, daß eine Geschichte der Fernsehwerbung keine bloße Geschichte der Produkte (Werbespots) sein kann; denn wie alle anderen Medienangebote werden auch Werbespots erst "lesbar" in Kontexten, verdankt sich ihre Entstehung sowie ihre Präsentation im Medium Fernsehen einem komplexen Beziehungsgeflecht sozialer, politischer, kultureller, juristischer und vor allem ökonomischer Bedingungen, wird ihre Einschätzung gesteuert von vielfältigen Interessen, Wertvorstellungen und Erwartungen.

Hinzu kommt, daß einzelne Werbespots immer Teil einer Werbekampagne sind, in der auch andere Werbeträger involviert sind.

Daneben geht es um die Entscheidung, aus welcher Perspektive diese Geschichte geschrieben werden soll: Aus der Sicht der Agenturen oder "Macher" oder aus der Sicht der (zeitgenössischen oder heutigen) Beobachter? Als Wirtschafts- oder als Kommunikationsgeschichte? Als Ereignis- oder als Mentalitätsgeschichte?

Auch hier könnte die Liste der Fragen und Probleme noch lange fortgesetzt werden, und die kontroverse Debatte um Grundsatz- wie um Verfahrensfragen in der Geschichtswissenschaft erleichtert auch nicht gerade den Versuch, eine Geschichte der Fernsehwerbung in Deutschland zu konzipieren.

Aus Gründen, die wir an anderer Stelle ausführlich dargelegt haben (S.J. Schmidt & B. Spieß 1994a), tendieren wir zu einem Verfahren, das ganz allgemein als "systemorientiert" bezeichnet werden kann. Das heißt, wir konzipieren Werbewirtschaft als einen relativ eigenständigen gesellschaftlichen Bereich, der gekennzeichnet werden kann durch die Aufgabe, mittels kommunikativer Strategien folgenreiche Aufmerksamkeit für Produkte und Dienstleistungen von Auftraggebern zu erzeugen. Um dies zu erreichen, müssen die Entwicklungen in möglichst vielen gesellschaftlichen Bereichen sensibel beobachtet werden; denn darüber herrscht wohl generell Einigkeit: Werbung kann nur wirken, wenn sie den Zeitgeist genau trifft. Sie kann das immer knapper werdende Gut Aufmerksamkeit nur produzieren, wenn sie die Wünsche, Sehnsüchte, Gefühle, Erwartungen und Befürchtungen der Zeitgenossen möglichst genau anspricht und sich auf die gesellschaftlichen Zustände, die jeweiligen Bedingungen des Marktes und das Kommunikationsverhalten der Zielgruppe einstellt.

Im Blick auf funktional differenzierte Gesellschaften mit modernen Massenkommunikationssystemen empfiehlt es sich aus vielen Gründen, eher mit Modellen von Selbstorganisation als mit linear kausalen Beschreibungsmodellen zu arbeiten. Das betrifft die theoretische Modellierung von inner- wie intersystemischen Zusammenhängen der Werbewirtschaft mit (allen) anderen sozialen Systemen ebenso wie die Modellierung von Werbewirkungen bei Rezipienten.

Diese Vorüberlegungen haben uns bewogen, unsere geplante historische Beschreibung der Fernsehwerbung in Deutschland wie folgt anzulegen:

- Als Zeitraster für die Beobachtung dienen jeweils Dekaden ("die Fünfziger"...), ohne daß damit eine trennscharfe Koppelung der Dekade an eine genau bestimmbare und zeitlich abgrenzbare Mentalität (etwa "den Geist der 60er") bzw. bestimmte Entwicklungsphasen behauptet würde.
- Dargestellt werden die wichtigsten Ereignisse, Trends oder Schwerpunkte der Dekaden, wie sie aus Statistiken, Jahr- und Handbüchern usw. zu ermitteln sind. Auf dieser Datengrundlage wird dann ein Profil der Dekaden entworfen, das als gesellschaftlicher Kontext für die Beobachtung der Entwicklung der Fernsehwerbung dient.
- Die Darstellung der zeitlich parallelen Entwicklung der Werbewirtschaft orientiert sich sowohl an der Interaktion der Werbewirtschaft mit den anderen gesellschaftlichen Bereichen, als auch an Werbespotbeispielen, die im Vergleich mit anderen Werbespots bzw. mit anderen Werbeträgern (etwa der Printwerbung) als nachweislich typisch bzw. untypisch bezeichnet werden können. Daß unsere Auswahl hier nur höchst selektiv sein kann, versteht sich von selbst.

- Der Aktualitäts- und Erfolgsdruck zwingt die Werbung, in einer für möglichst viele Konsumenten rasch erkennbaren Weise den Zeitgeist zu erfassen und auszudrücken. Auch ohne die Annahme linear kausaler Beeinflussung kann man deshalb davon ausgehen, daß synchrone Ereignisse schnell in die Handlungsvoraussetzungen der Aktanten im Werbebereich aufgenommen und dort systemspezifisch verarbeitet werden. Plakativ gesagt: Aus Überlebensgründen muß Werbung zum - wenn natürlich sehr selektiven - Indikator sozialen Wandels werden - eine Hypothese, die wir an anderer Stelle (Abschlußbericht) ausführlich entfalten werden.

Ein exemplarischer Versuch, die historische Entwicklung der Fernsehwerbung in Deutschland nach dem hier vorgelegten Raster zu skizzieren, liegt bereits vor (cf. Handbuchaufsatz S.J. Schmidt & B. Spieß 1994b).

### *Ausblick*

Geplant ist die Durchführung qualitativer Interviews mit bekannten Werbespotproduzenten der älteren Generation. Die Befragung soll Aufschluß darüber bringen, wie die Werbetreibenden die Geschichte der Fernsehwerbung und die Wandlungsprozesse des Werbesystems einschätzen (Selbst-Beobachtung und Selbst-Beschreibung der Werbewirtschaft).

Um herauszufinden, ob und wie sich die Fernsehwerbung verändert hat, haben wir (u.a. beraten von erfahrenen Werbeleuten wie Ch. Leske und O. Severin) gezielt nach folgendem Analysematerial gesucht:

- Werbespots, die über alle Produktkategorien hinweg neue Standards für die jeweils zu untersuchende Dekade gesetzt haben (innovative Highlights);
- Werbespots, die allgemeine Tendenzen der Fernsehwerbung für die jeweils zu untersuchende Dekade widerspiegeln (Mainstream).

Die ausgewählten historischen Werbespots sollen nach einem ausgearbeiteten Kategorienschema analysiert und beschrieben werden.

Des weiteren konzentriert sich die Projektarbeit auf eine theoretische Modellierung von inner- wie intersystemischen Zusammenhängen der Werbewirtschaft mit anderen werberelevanten sozialen Systemen (cf. Indikatorenforschung, Kulturforschung, Modernisierungstheorien), um die von vielen Autoren geäußerte Hypothese zu bekräftigen, daß die Fernsehwerbung als ein aussagekräftiger Indikator der gesellschaftlichen Entwicklung angesehen werden kann.

Die Ergebnisse des Teilprojekts (2. Bewilligungsphase) sollen in Form einer Buchpublikation (Abschlußbericht) und eines Sammelbandes zu verschiedenen Themenbereichen aus dem Umfeld der Werbung veröffentlicht werden.

### *Zitierte Literatur:*

- Holdenried, Ute; Mattusch, Udo 1993: "Nicht immer - aber immer öfter'. Audiovisuelle Gestaltungsmittel in Werbespots des Kinderrahmenprogramms", in: U. Mattusch und K. Eßer (Hrsg.), "Kinderfernsehen IV - Kinder- und Jugendfernsehen im Umbruch" Siegener Studien Bd. 52, Essen, 127-156.
- Schmidt, Siegfried J. 1990: "What advertising can tell scholars of empirical aesthetics", in: *POETICS* 19, 1990, no. 4, 389-404.
- Schmidt, Siegfried J. 1991: "Werbewirtschaft als soziales System", in: *Arbeitsheft Bildschirmmedien*, Universität Siegen, Nr. 27.
- Schmidt, Siegfried J. 1992: "Medien, Kultur: Medienkultur. Ein konstruktivistisches Gesprächsangebot", in: Siegfried J. Schmidt (Hrsg.), *Kognition und Gesellschaft. Der Diskurs des Radikalen Konstruktivismus Bd. 2*, Frankfurt/Main, 425-450.

- Schmidt, Siegfried J. 1992a: "Media, culture: Mediaculture. A constructivist offer of conversation", in: *POETICS 21*, 1992, 191-210.
- Schmidt, Siegfried J. 1992b: "*Medien und Kultur*" Beiträge zu einem Interdisziplinären Symposium der Universität Lüneburg, in: Werner Faulstich (Hrsg.), Sonderdruck aus LiLi Beiheft 16, 1992, 30-50.
- Schmidt, Siegfried J. 1992c: "Kunst und Werbung", in: *Internationales Symposium zum Werbefilm. 38. internationale Kurzfilmtage Oberhausen*. Katalog, 1992, 112-113.
- Schmidt, Siegfried J. 1992d: "Attraktive Events am Puls der Zeit. Werbung, oder die Ästhetisierung der Medien", in: *Medien Konkret - Magazin für die pädagogische Praxis*, Köln 1/1992, 6-11.
- Schmidt, Siegfried J. 1993: "Kommunikation - Kognition - Wirklichkeit", in G. Bentele und M. Rühl (Hrsg.), "*Theorien öffentlicher Kommunikation*". München, 105-117.
- Schmidt, Siegfried J. 1993a: "Kognition Kommunikation Medien Kultur: Nichts weniger. "Strukturelle Kopplung" und andere Metaphern", in: *Symptome 11*. Sommer 1993, 47-51.
- Schmidt Siegfried J. 1993b: "Europäische Fernsehwerbung als Indikator kultureller Integration?" in: Gerd Hallenberger et. al. (Hrsg.), *Aspekte grenzüberschreitenden Fernsehens in Europa. Arbeitshefte Bildschirmmedien*, Universität Siegen, Nr. 13, 31-38.
- Schmidt, Siegfried J., Sinofzik, Detlef und Spieß, Brigitte 1991: "Wo lassen Sie leben? Kulturfaktor Werbung - Entwicklung und Trends der 80er Jahre", in: Christian W. Thomsen (Hrsg.), *Die 80er Jahre*, Köln, 142-170.
- Schmidt, Siegfried J.; Spieß, Brigitte 1991: "Werbung heute: Aufmerksamkeit durch Produktionspersönlichkeit", in: Helmut Kreuzer und Helmut Schanze (Hrsg.), *Bausteine 11. Neue Beiträge zur Ästhetik, Pragmatik und Geschichte der Bildschirmmedien. Arbeitshefte Bildschirmmedien*, Universität Siegen, Nr. 30, 93-97.
- Schmidt, Siegfried J.; Spieß, Brigitte 1994a: *Die Geburt der schönen Bilder. Fernsehwerbung und Medienkultur*, Opladen: Westdeutscher Verlag (im Erscheinen 1994).
- Schmidt, Siegfried J.; Spieß, Brigitte 1994b: "Geschichte der Fernsehwerbung in der Bundesrepublik Deutschland. Eine Skizze", in: Hans-Dieter Erlinger und Hans Friedrich Foltin (Hrsg.), "*Geschichte des Fernsehens in der Bundesrepublik Deutschland*", Band 4 (im Erscheinen 1994).
- Spieß, Brigitte 1992: "Gefangen zwischen alten Leitbildern und neuen Rollenvorstellungen. Frauenbilder in der Werbung", in: *Schriftenreihe der Bundeszentrale für politische Bildung, Bd. 312*, Bonn, 91-109.
- Spieß, Brigitte 1993: "Ohne Fremdes nichts Eigenes - Das "Fremde" in der Werbung: Bilder aus der Dritten Welt als Projektionsfläche für Sehnsüchte industrieller Gesellschaften", in: *Agenda - Zeitschrift für Medien, Bildung und Kultur 10*, 1993, 36-39.

*Projekt:* Kultur als Wirklichkeitskonstruktion: zur Konzeptualisierung und Modellierung der "dritten Ebene"  
*Bearbeiter:* Peter M. Hejl

Im Anschluß an die im Zentrum für interdisziplinäre Forschung, Universität Bielefeld, begonnenen Arbeiten (vgl. Tätigkeitsbericht 1992) wurde der für die Theoriebildung in der Soziologie wichtige "partielle" Paradigmenwandel von organizistischen und/oder evolutionstheoretischen zu kulturistischen Theorieansätzen untersucht. Einige der Ergebnisse seien hier zusammengefaßt. Für den Verlauf der Rezeption bzw. der Auseinandersetzung mit aus der Biologie stammenden Ansätzen in der Entstehungsphase der Soziologie im 19. und zu Beginn dieses Jahrhunderts lassen sich systematische Zusammenhänge mit dem kulturellen und politischen Kontext der Rezipienten und der Bedeutung "individualistischer" bzw. "kollektivistischer" Traditionen (beispielhaft: H. Spencer, E. Durkheim, L. Gumplowicz) aufzeigen. Unter dem doppelten Einfluß von einerseits philosophisch-erkenntnistheoretischen Interessen (Durkheim-Schule) und andererseits der Abwehr rassistischer Positionen (etwa durch M. Weber, F. Oppenheimer) wurden Erklärungsmodelle in der Soziologie gestärkt, die historische und kulturelle Faktoren als bestimmend für soziales Handeln in den Vordergrund stellten. Obwohl mit system- und konflikttheoretischen sowie mit rational-choice Ansätzen Traditionen fortgeführt werden, die vor dieser Reorientierung entstanden (deshalb "partieller" Paradigmenwandel), wurde doch die mit der Evolutionsthematik gegebene lange historische Perspektive abgeschnitten. Damit fand auch das spätestens seit den Arbeiten Chomskis neu gestellte Universalienproblem zu geringe Berücksichtigung in kultursoziologischen Überlegungen.

Erste Projektergebnisse liegen vor (vgl. die in Kap. 5 ausgewiesenen Publikationen). Zur Problematik des organismischen Modells als Metapher (Verwendung von Metaphern zur Strukturierung oder zur kognitiven Konstruktion des Gegenstandes) ist eine Veröffentlichung im Druck. Eine weitere im Druck befindliche Arbeit (Koautoren R. Falk [Jerusalem], H. Hendrichs [Bielefeld], E. Jablonka [Tel Aviv]) untersucht die Problematik des auch im kulturtheoretischen Zusammenhang verwendeten Transfermodells für die Genetik, die biologische Verhaltensforschung und die Rechtssoziologie. Weitere Veröffentlichungen sind in Vorbereitung.



*Projekt:* Wahrnehmung und Kommunikation im Leitmedium Fernsehen. Kommunikationssoziologische Untersuchung zur Konstruktion von Wirklichkeit in audiovisuellen Medien

*Bearbeiter:* Siegfried J. Schmidt, Peter M. Spangenberg

Das Projekt wird von der Rudolf Siedersleben'schen Otto Wolff-Stiftung, Köln gefördert. Die Projektarbeit wurde am 01.10.1992 begonnen.

### *Ziele*

Aufgabe des Projekts ist die Entwicklung eines Beschreibungsmodells massenmedialer Kommunikation, das sowohl biologische wie soziale, kognitive wie auch kommunikative Wirklichkeitskonstruktionen mit individueller und kollektiver Reichweite berücksichtigt. Das laufende Forschungsvorhaben soll somit sowohl einen Beitrag zur erkenntnistheoretischen Diskussion einer allgemeinen Medientheorie leisten als auch zu einem besseren Verständnis der Kommunikationsbedingungen der (post)modernen Informationsgesellschaft führen.

### *Übersicht zum Berichtszeitraum*

Der vorliegende Zwischenbericht umfaßt den Zeitraum vom Beginn der Forschungsarbeiten am 01. Oktober 1992 (Einstellung des Projektmitarbeiters) bis zum 31. Oktober 1993. Während dieser Zeit wurden die im Förderungsantrag beschriebenen Arbeitsphasen:

1. Grundlegende Literatursichtung zum Bereich der biologischen Kognitionstheorie (3 Monate);
2. Grundlegende Literatursichtung zum Bereich der soziologischen Systemtheorie (3 Monate);
3. Erstellung von Beschreibungskategorien einer konstruktivistischen Medienanalyse und problemorientierter Vergleich mit bestehenden Beschreibungsmodellskonzepten der Fernsehforschung (4 Monate) abgeschlossen.

Derzeit befaßt sich das Forschungsvorhaben mit der Erstellung von Beschreibungskategorien und einer ersten exemplarischen Anwendung auf Kommunikationsprozesse des Fernsehens im Rahmen der Arbeitsphase:

4. Engere Auswahl und Beschreibung typischer Aspekte von Wirklichkeitskonstruktionen des Fernsehens.

### *Literatursichtung und Auswertung*

Am Beginn der Arbeit im Projekt stand eine Sichtung der Forschungsliteratur der biologischen Kognitionstheorie unter dem besonderen Gesichtspunkt der Anwendbarkeit auf medial vermittelte Kognitions- und Kommunikationsprozesse (Phase 1). Mit dem gleichen Ziel wurde Forschungsliteratur zur soziologischen Systemtheorie ausgewertet (Phase 2) bzw. auf verwertbare und erweiterungsfähige Analysekatoren untersucht. Eine strikte Trennung der beiden Arbeitsphasen erwies sich als wenig sinnvoll, so daß zum Teil parallel in beiden Bereichen, jedoch mit deutlichen Schwerpunkten recherchiert wurde.

Im Vordergrund stand dabei die Kategorie der Selbstorganisation von Kognition und Kommunikation sowie die Suche nach Möglichkeiten der Vereinheitlichung und Anwendung der beiden Forschungsansätze für die Beschreibung audiovisueller Medien. Es wurde eine erste, vorläufige Übersicht von relevanten Unterscheidungen erstellt, die in den verschiedenen Mediengattungen zur Wirklichkeitskonstruktion beitragen und die übergeordnete Unterscheidung von »realen« gegenüber »fiktionalen« Medienangeboten, Bildsequenzen oder Narrationselementen ausdifferenzieren und gestalten.

Die Literaturlauswertung steht in Form einer computergestützten Datenbank, in der neben Exzerpten, kurzen Inhaltsübersichten und der Zuordnung von themenrelevanten Stichworten derzeit ca. 350 Fachpublikationen erfaßt sind, zur Verfügung. Neben den genannten Forschungsbereichen wurden auch wesentliche Titel der Medien- und Fernsehforschung berücksichtigt, wobei jedoch von vornherein und schon aufgrund der international kaum noch zu übersehenden Publikationstätigkeit im Bereich der Medien- und Fernsehforschung keine Vollständigkeit angestrebt war, sondern die Auswahl im Zusammenhang mit den Zielen des Projektes erfolgte.

#### Erarbeitung von Beschreibungskategorien (Phase 3)

Schon während der Literaturlauswertung wurden auch bereits bestehende Beschreibungsmodelle der Fernsehforschung berücksichtigt. Das Interesse richtete sich dabei vorwiegend auf Konzepte und Verstehensmodelle der medial vermittelten Kommunikation, sowie auf die qualitative Veränderung der Kommunikation - sowohl auf Seiten der Produktion wie der Rezeption - durch Medienangebote des Fernsehens. Das in Auseinandersetzung mit diesen Konzepten entwickelte und noch vorläufige Beschreibungsmodell wird im Rahmen der Abschlußpublikation des Forschungsvorhabens ausführlich präsentiert werden. Die folgenden Hinweise können nur einen kurzen Einblick in den Argumentationszusammenhang bieten.

#### Zum Kommunikationsbegriff

Vor einer Diskussion spezieller Aspekte und Modelle der Fernsehforschung, die in dieser Arbeitsphase geleistet wurde, erwies es sich als notwendig, einige grundlegende Unterschiede der konstruktivistischen Medientheorie herauszuarbeiten. Aus dieser Sichtweise, die auch von der soziologischen Systemtheorie geteilt wird, ist vor allem das in der Massenkommunikationsforschung verbreitete Vorverständnis von Kommunikation zu revidieren. Während man in der Massenkommunikationsforschung den Kommunikationsbegriff in Analogie zu einem technischen Modell der Signalübertragung anhand eines Sender-Empfänger-Modells beschreibt, ist aus konstruktivistischer Sicht Kommunikation als ein wechselseitiger Erzeugungsprozeß von Information und Bedeutung zu verstehen. Damit wird Kommunikation nicht als eine Übertragung einer von vornherein semantisch-festgelegten Information durch ein neutrales Medium - das metaphorisch als >Behälter< für diese Übertragung verstanden werden kann - angesehen, sondern als ein interaktiver Prozeß von Bedeutungszuweisung zu einem Signal, der von vielfältigen Kontext- und Kommunikationsbedingungen abhängig ist.

Mit diesem Kommunikationsbegriff kann die konstruktivistische Medientheorie nun die verwendeten Medien als Kommunikationsbedingungen qualitativer Art beschreiben und sie in ihrer Beziehung zu psychischen Kognitions- und gesellschaftlichen Kommunikationsprozessen beschreiben. Von zentraler Bedeutung ist dabei die Analyse von visueller Wahrnehmung (Bildverstehen) und sprachlicher Kommunikation in der Vermittlung durch audiovisuelle Medien. Die Beschäftigung mit medialer Wahrnehmung, ihrer zeitlichen und qualitativen Organisation beschäftigt deshalb auch die technikorientierte Medienforschung, an deren Ergebnisse die Projektarbeit anschließen konnte. Dies führte zu einem Verständnis des Mediums Fernsehen, dessen Wahrnehmungs- und Kommunikationsangebote als konstitutiver Teil der kognitiven Umwelt und der Gesellschaft anzusehen sind.

#### *Co-Evolution von Gesellschaftsstrukturen und medialer Evolution.*

Neben den bereits im Antrag angesprochenen Themen- und Arbeitsbereichen hat sich während des Arbeitszeitraums ein weiterer Schwerpunkt herauskristallisiert, unter dem sich die

Selbstorganisation des Mediengebrauchs zusammenfassen läßt. Ausgehend von einem operativen und generativen Kulturbegriff soll im Rahmen des Projektes die Beteiligung des Fernsehens an kognitiven und kommunikativen Grundmustern der Wirklichkeitsbilder beschrieben werden. Für ein derartiges Kulturkonzept, das im wesentlichen als eine Hervorbringung von wirklichkeitsrelevanten Unterscheidungen beschrieben werden muß, sind medial vermittelte Kommunikationsprozesse unabdingbar für die kollektive Selbstverständigung über Wirklichkeitsbilder geworden.

Es bietet sich somit an, in der modernen Gesellschaft von einer *Medienkultur* zu sprechen, deren Angebote wesentliche individuelle kognitive Operationen auslösen und determinieren. Da sich in der Angebotsvielfalt der modernen Medienkultur die Produktions- und Rezeptionsbedingungen, aber auch die qualitativen Gestaltungsmöglichkeiten - in der Fachdiskussion spricht man derzeit von der »Materialität der Kommunikation« - schnell verändern, ergeben sich sowohl die in der Diskussion oft thematisierten Probleme der Mediennutzung, aber auch Chancen eines - produktiv wie auch rezeptiv -  *kreativen Umgangs* mit Medienangeboten. Eine Analyse dieser Chancen und Probleme der Medienkultur auf der Ebene des Fernsehens wird in den Beschreibungshorizont des Projekts aufgenommen.

*Beschreibung typischer Aspekte von Wirklichkeitskonstruktionen des Fernsehens*

In der aktuellen Arbeitsphase des Projekts, die noch nicht abgeschlossen ist, wird derzeit dem Wahrnehmungswandel durch die Medienangebote des Fernsehens besondere Aufmerksamkeit gewidmet. Unter dem Stichwort der »Kommunikationsqualität« wird eine Einstellung analysiert, die bei der Produktion und Rezeption von Medienangeboten nur noch sekundär an semantisch-sprachlicher Bedeutungsproduktion interessiert ist, während die visuelle Gestaltung, der Appellcharakter und die aufmerksamkeitsbindende Form des Medienangebots im Vordergrund stehen. Während sich diese Einstellung zunächst gegenüber fiktionalen Medienangeboten - z.B. Videoclips - feststellen ließ und vor allem bei einem >medientrainierten< jungen Publikum zu beobachten war, sind derzeit im Rahmen der zunehmenden Konkurrenz von Anbietern vor allem produktionsästhetische Veränderungen in diese Richtung zu beobachten.

*Projekt:* Hermann Hesse: Leserbriefe 1900 - 1960

*Bearbeiterin:* Sibylle Penkert

Das Projekt unternimmt eine exemplarische Dokumentation, Sample-Beschreibung und - nach Möglichkeit - statistische Auswertung von Leserbriefen. Zur Materialbasis und zur Vorgehensweise vgl. den Tätigkeitsbericht 1992.

*Stand der Arbeit*

Die bereits im letzten Tätigkeitsbericht angesprochenen Strategien für einen Theorierahmen des betr. Interaktionsmodells (Autor-Figur-Leser) sind auf der Basis des im Jahr 1992 erreichten Forschungsstands angegangen worden und auch teilweise schon so weit überprüft, daß an eine abschließende Beurteilung gedacht werden kann. Im Mittelpunkt standen die rekonstruktive Handlungswissenschaft (Ulrich Gaier, 1986), subjective criticism (David Bleich, 1988), strukturalistische Kritiktheorie (Gerard Genette, 1982) und die objektive Hermeneutik (Ulrich Oevermann u.a., 1986). Zu letzterer wird für März 1994 ein Tagungsvortrag vorbereitet.

Als Paradigma für den auch bereits schon angeführten Erkenntnis- und Frageinteressen-Ansatz in der jeweiligen Leser-Lebensphase wurde der Roman "Glasperlenspiel" gewählt und hierzu das Spektrum der erwartungsgemäß wenig überraschenden germanistischen und allgemein kulturhistorischen Interpretationen mit einbezogen. Aber unter Berücksichtigung der zentralen philosophischen Positionsvernetzung im Roman im Hinblick auf zeitgenössische Spieltheorien konnten die versteckten "hints" aus der Sicht des Autors, die sich in den Antworten auf lebensgeschichtlich relevante Fragen der Leser finden, zum ersten Mal entschlüsselt werden. Dem wird noch weiter nachzugehen sein.

Im weiteren Verlauf der Arbeit soll es zu einer möglichst abschließenden Differenzierung und Gewichtung der bisherigen Ergebnisse kommen und die Druckfassung vorbereitet werden.

*Projekt:* Produktion, Vermittlung und Rezeption von Hefromanen in Ostdeutschland  
Kurzbezeichnung: HERO

*Bearbeiter in Leipzig:*  
Cordula Günther, Monika Kirst (seit 01.09.93)

*Bearbeiter in Siegen:*  
Achim Barsch, Brigitte Kaczerowski, Raimund Klauser

Das Projekt "Produktion, Verbreitung und Rezeption von Hefromanen in Ostdeutschland" ist der von der DFG geförderte Teil eines geplanten Ost-West-Vergleichsprojekts zum Hefroman in beiden Teilen Deutschlands.

Bedingt durch die eingeschränkte Förderung der DFG hat die Studie ihren Schwerpunkt in Ostdeutschland. Sie ist aber in allen Arbeitsphasen in enger Kooperation mit dem LUMIS-Institut abgestimmt und offen für einen späteren Ost-West-Vergleich, vor allem hinsichtlich der Leser-Interviews. Die Beschränkung auf Ostdeutschland konnte für uns jedoch nicht heißen, die Produktionsseite, die ja fast ausschließlich von westdeutschen Verlagen realisiert wird, auszulassen.

### *Ziele*

Das Projekt untersucht, wie sich das veränderte Printmedienangebot in Ostdeutschland (Schwerpunkt Hefroman) auf das Leseverhalten von Lesern auswirkt, die ihre literarische Sozialisation während und vor der DDR-Zeit "durchliefen" und zu welchen Ausdifferenzierungen des Literaturbegriffs diese Veränderungen führen.

Teilziele waren dabei:

#### a) Medienangebot und Mediennutzung

Veränderungen auf dem ostdeutschen Hefromanmarkt (Einstellung und Weiterführung von Heft- und Taschenbuchreihen der Ost-Verlage. Auflagenzahlen von und nach 1989).

Marktstrategien der westdeutschen Hefromanverlage Bastei, Cora, Kelter, PM gegenüber dem ostdeutschen Markt, Auflagen- und Absatzzahlen, Aufbau von neuen Vertriebsstrukturen (Grossisten).

Im Zusammenhang mit dem veränderten Printmedienangebot werden Studien zur Mediennutzung ausgewertet und ihre Trends berücksichtigt (DJI-Studie, Verbraucheranalyse, Pressemultimedienstudie Ost, IVW-Berichte).

#### b) Handlungsrolle der Literaturvermittler

Neue verlegerische Ziele in Ost- und Westdeutschland bei Verlegern und Lektoren

(veränderte Produktgestaltung ost- und westdeutscher Heft- und Taschenbuchreihen, inhaltliche Veränderungen, neue Autoren, Autoren- bzw. Leserbild), Selbstverständnis von Verlegern und Lektoren in Ost und West.

### c) Handlungsrolle der Hefromanleser in Ostdeutschland

Die Leser von Hefromanen, die in qualifizierten Interviews selbst zu Wort kommen, bilden den Schwerpunkt der Studie. Dabei geht es um Freizeit- und Leseinteressen, um Lesemotivation, um Beschaffungs- und Rezeptionsgewohnheiten, um literarische Bewertungskriterien, um eventuell vorhandene Mediennutzungsmuster, um die konkrete Leserbiographie, um das Leseverhalten in einer Umbruchssituation, um Kontinuität, Abbrüche und Neuorientierungen im gesamten Leseverhalten.

Zur Handlungsrolle Leser gehören auch Porträts von Fanclubs in ihrer speziellen Ausprägung in Ostdeutschland.

Die Ziele des Projekts sind durch die (vorläufige) Beschränkung auf Ostdeutschland sowie die geringere personelle Ausstattung nicht prinzipiell verändert worden. Auf einige Arbeitsschritte zur Realisierung dieser Ziele mußte jedoch verzichtet werden: Das betrifft die Printmedienmarktanalyse insgesamt (Beschränkung auf den Sektor Hefroman, sonst nur Trendauswertung), die Inhaltsanalyse ausgewählter Hefromane sowie das Führen von Medientagebüchern von Seiten der Rezipienten.

### *Durchführung und Stand der Arbeit*

1. Die ersten zwei Monate dienten der Einarbeitung in das Gebiet "populäre Literatur" (als Gegenstand empirischer Forschung), der Aufarbeitung vorhandener qualitativer Medienstudien sowie der Methode des Interviews in der qualitativen Sozialforschung (Vorbereitung, Durchführung, Auswertung).

2. Anhand der Problemlage der Gegenstände populäre Literatur und qualitative Leserforschung wurde ein Leitfaden für Leserinterviews entwickelt, der in der Forschungsstelle des KWI Leipzig, in einer Runde mit Mitarbeitern der ehemaligen Abteilung Kultur- und Medienforschung des ZIJ (jetzt DJI) sowie im LUMIS-Institut (A. Barsch und R. Klausner) diskutiert wurde.

Für Verlagsmitarbeiter Ost und West, die Hefromane herausgeben oder -gaben, wurde ebenfalls ein Fragenkatalog entwickelt.

3. Es wurden zwei Probeinterviews mit Lesern durchgeführt und danach der Leitfaden nochmals überarbeitet.

Seit Januar 1992 wurden Leserinterviews durchgeführt.

Die Leser wurden gewonnen durch Zusammenarbeit mit Einzelhändlern, durch einen Aufruf in der Leipziger Volkszeitung, durch den dann einsetzenden "Schneeballeffekt" und ab Frühsommer 1993 nochmals zielgerichtet durch das Ansprechen von Käufern gebrauchter Hefromane (Leipziger Wochenmarkt). Bis Herbst 1993 wurden 28 Leserinterviews durchgeführt. Es müssen jetzt nur noch deutliche Lücken gefüllt werden (z.B. Leser von Landserheften).

Die Interviews wurden bisher teilweise verschriftet. Über alle Interviewpartner wurde eine Kurzübersicht zusammengestellt mit Angaben zu Beruf, Alter und bevorzugten Hefromanen.

4. Parallel zu den Leserinterviews wurde im Herbst 1992 mit Interviews bei den Verlagen begonnen. Diese Arbeit war über das ganze Jahr verteilt, da oft Terminprobleme mit den Verlagen auftraten und die Befragung von Verlagsleitern und Lektoren nicht kurzfristig hintereinander erfolgen konnte.

Es wurden bisher qualitative Interviews bzw. Expertengespräche geführt in folgenden Verlagen bzw. mit Mitarbeitern folgender Verlage:

- Kelter-Verlag, Hamburg
- Bastei-Verlag, Bergisch-Gladbach
- Verlag das Neue Berlin
- Militärverlag (Brandenburgisches Verlagshaus) Berlin
- Verlag Neues Leben Berlin
- Cora-Verlag bzw. Coralle-Vertrieb, Hamburg

Die Verlagsgruppe Pabel-Moewig steht noch aus, da die Zusammenarbeit bisher abgelehnt wurde.

Berücksichtigt wurden auch die neuen Vertriebsstrukturen in Ostdeutschland. Der Pressevertrieb Leipzig als Großunternehmen, das den ehemaligen Bezirk Leipzig versorgt, wurde in die Untersuchung einbezogen, um den quantitativen Rahmen unserer Leserinterviews zu beschreiben, d.h. die Verbreitung von Presseerzeugnissen, speziell Hefromanen, in dieser Region. Außerdem wurden Einzelhändler befragt nach der Zusammensetzung ihrer Roman-Kundschaft, nach den Vorlieben ihrer Kunden, nach Veränderungen seit 1990 und nach dem Absatz von Hefromanen.

5. Es wurden Kontakte zu Interessengemeinschaften der Krimi- und SF-Literatur hergestellt. Mit den Leipziger Krimifreunden wurde ein Gruppengespräch geführt, an Interviews mit SF-Fans wird gerade gearbeitet. Es handelt sich bei beiden Gruppen um Vereine, die aus dem Kulturbund der DDR hervorgegangen sind.

Darüber hinaus wurden Kontakte zu Fan-Clubs in Dresden und Halle hergestellt, beide im SF-Bereich und nur teilweise aus alten Strukturen hervorgegangen.

An den Porträts dieser DDR-spezifischen Variante von Fan-Clubs wird z.Z. gearbeitet. Diesen Bereich hat hauptsächlich M. Kirst übernommen.

6. Die Aufarbeitung des Materials aus den Verlags- und Vertriebsgesprächen sowie des Datenmaterials aus quantitativen Studien und Verlags- und Vertriebsstatistiken hat begonnen, muß aber noch ständig aktualisiert und ergänzt werden.

Alle Arbeiten, die mit der Erhebung von Daten, der Analyse von Material und der Durchführung von Interviews verbunden sind, werden bis Jahresende abgeschlossen.

Ab Januar 1993 liegt der Schwerpunkt der Arbeit auf der Auswertung der Leserinterviews, der Vervollständigung der Fanclub-Porträts der Beschreibung des quantitativen Rahmens (Printmedienangebot und Nutzung) und der Handlungsrolle der Verleger/Lektoren.

Der abschließende Forschungsbericht wird im Juni 1994 vorliegen. Bis dahin wird noch ein Arbeitstreffen mit A. Barsch stattfinden, um weitere Auswertungsschritte zu beraten. Dabei wird es vor allem darum gehen, Ost- und West-Leserinterviews einem ersten Vergleich zu unterziehen und Strategien für einen möglichen ausführlichen Vergleich der Ost-West-Leser zu planen.

*Projekt:* Jugendliche Leser von Hefromanen (JUHERO)

*Bearbeiter:* Achim Barsch, Brigitte Kaczerowski, Raimund Klausner

Aufgrund des abschlägigen Bescheids der DFG für den Westteil des Projektes "Produktion, Vermittlung und Rezeption von Hefromanen in Ost- und Westdeutschland" konnte eine Untersuchung mit hochschulinternen Forschungsmitteln nur in verändertem Rahmen und in stark reduzierter Form in Siegen angegangen werden: Es standen nur Gelder für insgesamt 66 Interviews zur Verfügung. Die Kooperation zwischen dem Kulturwissenschaftlichen Institut

NRW, Arbeitsstelle Leipzig, und LUMIS wurde dennoch aufrecht erhalten.

Als übergeordnetes Ziel verfolgt das Projekt die Untersuchung von Literaturvorstellungen und Voraussetzungssysteme von Verlegern und RezipientInnen von Hefromanen in Ost- und Westdeutschland (siehe Projektbericht HERO).

Es wurde ein Interviewleitfaden (halbstandardisiertes Interview) entwickelt, der Fragen der Leserbiographie, Beschaffungs- und Rezeptionsgewohnheiten, Leseinteressen, Leseerwartungen, Literaturvorstellungen (allgemeine und spezifische bezogen auf Hefromane) und Mediennutzung aufgreift.

*Ausblick:*

Die Auswertung der Ergebnisse wird im Frühjahr 1994 vorliegen.

*Projekt:* Literaturvorstellungen von Studierenden

*Bearbeiter:* Achim Barsch, Brigitte Kaczerowski

Die systemtheoretisch orientierte Weiterentwicklung des Konzepts der Empirischen Theorie der Literatur legt es nahe, im Rahmen der Ausdifferenzierung des Literatursystems mit unterschiedlichen Vorstellungen von Literatur zu rechnen. Dies macht eine Operationalisierung solcher Vorstellungen notwendig. In einem ersten Schritt werden Studierende der Germanistik und Literaturwissenschaft der Universität-GH Siegen aufgrund von zwei Überlegungen befragt. Zum einen kann von einer relativen Homogenität dieser Gruppe ausgegangen werden (hinsichtlich Schulbildung, Alter); zum anderen bietet diese Gruppe einen unproblematischen und wenig aufwendungsintensiven Zugang zum Feld.

In Anlehnung an Hintzenberg, D./Schmidt, S.J./Zobel, R., 1980, "Zum Literaturbegriff in der Bundesrepublik Deutschland", wurde ein Fragebogen entwickelt. Lektürepräferenzen und damit verknüpfte Gratifikationen (nach verschiedenen Textsorten aufgeschlüsselt) nehmen dabei den größten Raum ein. Ein weiterer Teil beschäftigt sich mit Motiven für die Wahl des Faches, Erwartungen an das Studium und Vorstellungen über das spätere Beschäftigungsfeld. 100 Fragebögen wurden zu Beginn des Wintersemesters 93/94 in zwei Einführungsveranstaltungen in die Neuere deutsche Literaturwissenschaft verteilt.

*Weiteres Vorgehen*

Nach der Validierung des Fragebogens soll die Erhebung in den kommenden Semestern fortgeführt werden. Außerdem ist eine Ausweitung des Untersuchungsbereichs auf Studierende anderer Fächer geplant.

### 3.3 Geplante Vorhaben

*Projekt:* BTX-Nutzung im WDR-Computerclub  
*Bearbeiter:* Andrea Menn, Gebhard Rusch

Das Projekt (vgl. Tätigkeitsbericht 1992) konnte bisher nicht realisiert werden; es liegt ein einsatzfähiges Erhebungsinstrument (Fragebogen, der auch im BTX-System interaktiv bearbeitet werden kann) vor, so daß die Durchführung der Erhebung jederzeit kurzfristig möglich wäre, wenn sie finanziell abgesichert werden kann.

*Projekt:* Eine Explorationsstudie zur Wissenschaftsdynamik - "Innovationsmuster in den Sozial- und Kulturwissenschaften"

*Bearbeiter in Wien und Stuttgart:*

Universitätsprofessor Dr. Gustav Feichtinger, Institut für Ökonomie, Technische Universität Wien;

Dr. Karl H. Müller, Abteilung Soziologie, Institut für Höhere Studien, Wien (Projektkoordination);

Doz. Dr. Günter Haag, Institut für Theoretische Physik, Universität Stuttgart.

*Bearbeiter in Siegen:*

Siegfried J. Schmidt, Lutz Kramaschki

Das Vorhaben wird als österreichisch-deutsches Forschungsverbundprojekt durch das internationale Forschungszentrum Kulturwissenschaften bezuschußt. Gesamtdauer: 12 Monate.

#### *Projektskizze*

Ein Forschungsgebiet der Wissenschaftsforschung beschäftigt sich mit der theoretischen Konzeptualisierung und Explikation von formalisierten Modellen der Wissenschaftsentwicklung bzw. Wissenschaftsdynamik, wobei hier, basierend auf einer noch groben Unterscheidung von wissenschaftlichem System und Umwelt, eine kognitive Dimension (Bereich der Theoriendynamik und Forschungstraditionen) von einer nicht-kognitiven Dimension (wissenschaftsexternale Faktoren) unterschieden werden kann. Ziel solcher Forschungen ist die Entwicklung hinreichend komplexer und formalisierter Modellfamilien, mit denen sich, je nach Parametern, Beschreibungen von Verlaufsmustern bestimmter Ausschnitte der Wissenschaftsdynamik anfertigen lassen. In Betracht zu ziehen wären hier etwa, um nur ein einfaches Beispiel zu nennen, Untersuchungen über den Einfluß der 'Kommunikationsdichte' oder Vernetztheit (sowohl die interne als auch Anbindungen nach 'draußen') einer Forschungsgruppe auf die Verbreitung von in ihr entwickelten Theorien, Modellen etc. in der Wissenschaftslandschaft. Basierend auf

- (1) entsprechenden Vorarbeiten, einer Sichtung der Literatur zur Wissenschaftsdynamik bzw. Theorieentwicklung und einer daraus resultierenden systematisierten Übersicht über derzeit (spärlich) verfügbare Innovations- und Diffusionsmodelle im Bereich kognitiver Wissenschaftsdynamik<sup>1</sup> soll
- (2) ein daraus zu entwickelndes Innovations-Grundmodell an Hand eines experimentellen Datensatzes zur Entwicklung der Sozialwissenschaften in Österreich spezifiziert und

---

1 Eine ausführlichere Darstellung findet sich bei Karl H. Müller: Expeditionen in die Wissenschaftsdynamik. Working Paper No. 295, Institut für Höhere Studien, Wien 1992.



getestet werden. Parallel dazu sollen spezielle Programmadaptationen des vorliegenden Grundmodells hin zur Anwendbarkeit im Bereich der Wissenschaftsforschung vorgenommen werden. Ein wesentlicher Aspekt der Explorationsstudie besteht dabei darin, die vom Innovations-Grundmodell verlangten Datenerfordernisse sorgfältig zu dokumentieren.

- (3) wollen die Projektbearbeiter am LUMIS-Institut (a) auf der Grundlage des Innovations-Grundmodells zu einer allgemeinen Einschätzung darüber gelangen, ob auch seitens einer kulturwissenschaftlichen Disziplin wie der Literaturwissenschaft die für das allgemeine Innovationsmodell konstitutive Datenmenge generierbar ist (Applikabilität), und welche (b) Erfolgseinschätzungen für die Anwendung des Grundmodells im Bereich Literaturwissenschaften überhaupt vorgenommen werden können. Von diesen Einschätzungen wird (c) abhängen, ob man für die kognitive Wissenschaftsdynamik im Bereich Literaturwissenschaften an die Herstellung alternativer, vom Grundmodell abweichenden Modellierungen denken muß.

Auf die Relevanz solcher explorativen Überlegungen zur Wissenschaftsdynamik in den 'Geisteswissenschaften' braucht kaum hingewiesen zu werden. Es ist nicht zuletzt der von den 'Geisteswissenschaften' immer noch oder schon wieder behauptete Anspruch auf einen eigenen Wissenschaftsstatus - die entsprechende Dichotomisierung findet sich nach einer ersten Ausformulierung bei W. Dilthey z.B. in der (oft kritisierten) Zwei-Kulturen-These von C.P. Snow -, der sicherlich maßgeblich dazu beigetragen hat, daß die Wissenschaftsforschung sich praktisch noch nicht mit der qualitativen und quantitativen Wissenschaftsentwicklung der 'Geisteswissenschaften' systematisch befaßt hat. Ein Spiegelbild dieses Sachverhaltes findet sich übrigens in einer für den deutschen Raum erst relativ spät einsetzenden, gezielt auf die Geisteswissenschaften gerichteten aktiven Wissenschaftspolitik.<sup>2</sup> Nicht zuletzt die Entwicklung applikabler Modelle zur Eruiierung spezifischer struktureller Verlaufsmuster der literaturwissenschaftlichen (kognitiven) Wissenschaftsdynamik könnte also unter Umständen dazu beitragen, die Behauptung vom Sonderstatus der Geisteswissenschaften zu entkräften. Es muß nicht besonders betont werden, daß die Interessen dieser Explorationsstudie mit Bestrebungen jener Konzeption empirischer Literaturwissenschaft in Einklang gebracht werden können, wie sie am und im Umfeld des LUMIS-Instituts vertreten wird - an Fragen der disziplinären (kognitiven) Wissenschaftsentwicklung hat eine Empirische Literaturwissenschaft schon aus theoriearchitektonischen Gründen immer ein besonderes Interesse gezeigt.<sup>3</sup>

---

2 Vgl. zu diesem Komplex W. Prinz & P. Weingart (Hg.): Die sogenannten Geisteswissenschaften: Innenansichten. Frankfurt/M. 1990; P. Weingart et al. (Hg.): Die sogenannten Geisteswissenschaften: Außenansichten. Frankfurt/M. 1991.

3 Zuletzt Rien T. Segers: Dynamics and progress in literary studies. Some notes on a neglected topic in literary scholarship with special reference to reception research. LUMIS-Schriften 35, 1993.

#### 4. Gastvorträge und Kolloquien

- 18.03.1993 Professor Dr. Karl Erik Rosengren (Universität Lund, Schweden): "Culture and Communication".
- 25.05.1993 Kolloquium mit Dr. Claus-Michael Ort (Kiel) über "Texttheorie, Textempirie, Textanalyse. Zum Verhältnis von Hermeneutik, Empirischer Literaturwissenschaft und Literaturgeschichte".
- 08.06.1993 Kolloquium mit Dr. Michael Fleischer (Bochum) zur Vorbereitung eines Forschungsprojekts über Kollektivsymbole in Polen und in der BRD.
- 06.07.1993 Kolloquium mit Priv.-Doz. Dr. Paul Drechsel (Mainz) zur Vorbereitung eines Forschungsprojektes "Inter-cultural understanding: The interaction between local, national and trans-national cultures in South Africa".
- 21.-22.10.1993 Symposium "Interdisziplinäre Kritik und Weiterentwicklung des Konstruktivismus" mit Vorträgen von:  
Professor Dr. Eve-Marie Engels, GhK Kassel: "Konstruktivismus und evolutionäre Erkenntnistheorie".  
Priv.-Doz. Dr. Arno Ros, Universität des Saarlandes: "Konstruktivismus: Begriff - Begründung".  
Professor Dr. Helmut Schwegler, Universität Bremen: "Nicht-reduktionistischer Physikalismus".
- 26.10.1993 Professor Dr. Willi Benning (Athen, Griechenland): "Literaturbegriffe der Diskurstheorie".
- 09.-10.12.1993 Workshop zusammen mit dem FB 3 und dem sfb 240 zum Thema "Probleme der Interpretation am Beispiel von Georg Trakl" mit Vorträgen von Professor Dr. Károly Csúri (Szeged, Ungarn) und Dr. Ferenc Odorics (Szeged, Ungarn). Eröffnungsvortrag: Professor Dr. Lutz Danneberg (Hamburg/Bern): "Interpretation: Zu einigen Problemen in den textinterpretierenden Disziplinen".

## 5. Vorträge der LUMIS-Mitarbeiter

Achim Barsch: "Sozialsystem Kunst versus Symbolsystem Kunst". Internationales Colloquium "Möglichkeiten systemtheoretischen Arbeitens in der Literatur- und Kunstwissenschaft", Rijksuniversiteit Leiden, Niederlande, 24.-25.6.1993.

Peter M. Hejl: "Konstruktivismus, Metaphern und Technology Assessment". Workshop Metaphern und Technology Assessment, Gesellschaft für Mathematik und Datenverarbeitung, Birlinghoven, 22.3.1993.

Peter M. Hejl: "System und Subjekt". Internationales Colloquium "Möglichkeiten systemtheoretischen Arbeitens in der Literatur- und Kunstwissenschaft", Rijks Universiteit Leiden, Niederlande, 24.-25.6.1993.

Peter M. Hejl: "Wirklichkeitskonstruktion, Kommunikation und Beliebigkeit", Symposion "Radikaler Konstruktivismus". Europäisches Medienkunst Festival, Osnabrück, 18.9.1993.

Raimund Klausner: "Jugendliche und Computer". Lehrerfortbildung Wilhelm-von-Oranien-Gymnasium Dillenburg, 12.11.1993.

Raimund Klausner: "Medien und Gewalt". Stadthalle Marburg, 7.12.1993.

Wolfram K. Köck: "Kommunikationstheorie und Biologie der Bedeutung". Universität-Gesamthochschule Essen, 22.6.1993.

Wolfram K. Köck: "Neurosemiotik - Naturalisierung von Anschauung und Begriff?" Symposium "Neuronale Ästhetik - Hirnbilder und Menschenbilder", Universität Bonn, 29.-30.10.1993.

Gebhard Rusch: "Das Konzept 'Verstehen' in einer konstruktivistischen Literaturwissenschaft", Universität Leiden, Niederlande, 24.-25.6.1993.

Siegfried J. Schmidt: "Konstruktivismus und Ästhetik". Institut für neue Medien. Städelschule Frankfurt/M., 14.1.1993.

Siegfried J. Schmidt: "Kognition, Sprache und Kultur". Konrad Lorenz Institut für Evolutions- und Kognitionsforschung, Altenburg/Donau, 21.1.1993.

Siegfried J. Schmidt: "Wahrnehmen und Verstehen". Institut für Allgemeine Sprachwissenschaft, Universität Münster, 1.2.1993.

Siegfried J. Schmidt: "Medien und Kultur: Berührungen oder Friktionen?" Symposium "Berührungen". Hochschule für Gestaltung Pforzheim, 12.-13.2.1993.

Siegfried J. Schmidt: "Der Kopf, die Welt, die Kunst. Konstruktivismus als Theorie und Praxis". Österreichische Gesellschaft für Literatur, Wien, 12.5.1993.

Siegfried J. Schmidt: "Postmoderne und Radikaler Konstruktivismus oder: Über die Endgültigkeit der Vorläufigkeit". Symposium "Jenseits des Diskurses - Literatur und Sprache in der Postmoderne". Universität Klagenfurt, Institut für Germanistik, 12.-15.5.1993.

Siegfried J. Schmidt: "Lauter Laute". Eröffnungsvortrag zum Abendprogramm "Lauter Laute. Akustische Poesie" in der Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland im Rahmen des Kongresses "Welt auf tönernen Füßen. Die Töne und das Hören" vom 12.-15.05.1993.

Siegfried J. Schmidt: "Wirklichkeitskonstruktion und Kultur". Evangelische Akademie Loccum, Tagung "Die Einheit der Wirklichkeit", 26.-28.5.1993.

Siegfried J. Schmidt: "Konstruktivismus, Sprache und Verstehen". Modellversuch KUMULUS, Kaufmännische Lehranstalten, Bremerhaven, 4.6.1993.

Siegfried J. Schmidt: "On Understanding Texts: Some Constructivist Remarks". Department of Modern Languages in the University of Bradford, Symposium "Perception and Understanding", 23.-24.9.1993.

Siegfried J. Schmidt: "Über Spiel-Räume, Beobachter und Ernsthaftigkeit". Symposium "Künstliche Spiele" im Rahmen der Medientage München '93, 12.-13.10.1993.

Siegfried J. Schmidt: "Der beobachtete Beobachter. Was sieht man als Konstruktivist?". Institut für Familientherapie Frankfurt/Institut für systemische Studien Frankfurt/M., 15.-16.10.1993.

Siegfried J. Schmidt: "Konstruktivismus". Altes Casino Luzern, 29.10.1993.

Siegfried J. Schmidt: "Medien: Kultur?" Kunstmuseum Bern, 31.10.1993.

Siegfried J. Schmidt: "Konstruktivistische Literaturwissenschaft". Universität Salzburg, 18.11.1993.

Siegfried J. Schmidt: "Reception, Understanding, and Translation. Workshop "Theory of Reception and Interpretation". Marrakesch, im Rahmen des Symposiums "Reception, Interpretation, Translation", veranstaltet von der Mohammed V University, Rabat, 26.-28.11.1993.

Siegfried J. Schmidt: "Radikaler Konstruktivismus". Deutscher Kommunikationsverband, Dorint Hotel Münster, 11.11.1993.

Siegfried J. Schmidt: "Medienkultur". Vortrag und Seminar an der Kunsthochschule für Medien Köln, 7.-8.12.1993.

Peter M. Spangenberg: "Über die Unentrinnbarkeit der technischen Bilder". Internationales Symposium: Interface II. Weltbilder/Bildwelten. Computergestützte Visionen. Hamburg, 5.2.1993.

Peter M. Spangenberg: "Die Abwesenheit des Anwesenden". Kolloquium des Forschungsschwerpunkts Literaturwissenschaft: Wahrnehmung und ästhetische Reflexion, Berlin, 29.10.1993.

Brigitte Spieß: "Die massenhafte Beschwörung von Weiblichkeitsklischees in der Fernsehwerbung". Feministisches Forum, Frauenringvorlesung der Universität Erlangen, 18.2.1993.

Brigitte Spieß: "Humor in der Werbung - die Beziehung der Geschlechter aus ironisch-satirischer Perspektive". 4. Internationales Frauenfilmfestival: "femme totale", Dortmund, 19.3.1993.

Brigitte Spieß: "Lebensgestaltung im Umbruch. Die Bedeutung von Frauen in Alltagskultur und Werbung". Fachtagung der Arbeitsgemeinschaft Evangelischer Frauen, Springe / Deister, 22.-23.3.1993.

Brigitte Spieß: "Frauenbilder-Männerbilder in den Medien". Fachtagung des Landesfilmdienstes Hessen e.V., Fachstelle für Medien und Kommunikationspädagogik, Wiesbaden, 3.-4.6.1992.

Brigitte Spieß: "Frauen und Medien - Frauenbilder in den Medien und in der Werbung". CDU/CSU - Fraktion des Deutschen Bundestages, Gruppe der Frauen "Deutsche Parlamentarische Gesellschaft," Bonn, 16.6.1993.

Brigitte Spieß: "Touristische Landmarks, filmnotorische Cliches: Bilder aus der Dritten Welt als Projektionsfläche für Sehnsüchte und Träume industrieller Gesellschaften". Fachtagung "Zeichen der Exotik - Zeichen des Elends. Dritte Welt in der Werbung - Werbung für die Dritte Welt", Adolf-Grimme-Institut / Evangelische Akademie Arnoldsheim / LandesfilmDienst Hessen, Seeheim-Jugendheim (Hessen), 23.-24.6.1993.

Brigitte Spieß: "Licht in der Werbung - Inszenierung und Beleuchtung von Männerkörpern". Design Horizonte, Frankfurt/Main, 19.8.1993.

Brigitte Spieß: "Werbefilme der 70er Jahre". Fernsehinterview "shortlist" (Folge 33/93) Pro7, München, 30.8.1993.

Brigitte Spieß: "Leitbilder und Orientierungsangebote in der Fernsehwerbung - Überlegungen zu den Produktionsbedingungen der Werbebranche". Medienseminar "Leitbilder durch Fernsehunterhaltung" der Akademie für Politische Bildung in Tutzing, 14.9.1993.

Brigitte Spieß: "Spotlight auf Werbespots. Die geschichtliche Entwicklung des Werbespots". Vortragsreihe "Aspekte zur Medienkultur" des Sonderforschungsbereiches Bildschirmmedien und des Instituts für Europäische Literatur und Medienkultur, Siegen, 29.11.1993.

Reinhold Viehoff: "Reader-Text-Interaction - some suggestions and empirical findings in media research". Symposium "The confrontation of Personal and Textual Values",

Reichsuniversität Utrecht, Niederlande, 15.1.1993.

Reinhold Viehoff: "Literaturwissenschaft zu studieren heißt zu studieren, wie in einer Mediengesellschaft literarisch gehandelt wird. Einige grundsätzliche Überlegungen - am Beispiel der Gattung 'Kriminal Erzählung'". Lomonossow-Universität Moskau, Rußland, Akademie der Wissenschaften, 8.5.1993.

Reinhold Viehoff: "Unterhaltungsindustrie und Medienangebote - kritische Überlegungen zum aktuellen Fernsehprogramm in der BRD". Hochschule für Kunst und Literatur, Perm, Rußland, 12.5.1993.

Reinhold Viehoff: "Aktuelle theoretische Trends in der deutschen Literatur- und Medienwissenschaft", Gorkij-Universität Perm, Rußland, 13.5.1993.

Reinhold Viehoff: "Wirkungstheorien in der Literatur- und Medienwissenschaft: von der Kanonentheorie zum interaktiven Paradigma - am Beispiel der Gewaltdarstellungen im Fernsehen". Pädagogische Hochschule Perm, Rußland, 16.5.1993.

Reinhold Viehoff: "Moderne Kriminal Erzählungen und ihre Helden - von Sherlock Holmes bis Jerry Cotton", Gorkij-Universität Perm, Rußland, 17.5.1993.

Reinhold Viehoff: "Die Kafka-Industrie. Mechanismen der Interpretation". Reichsuniversität Groningen, Niederlande, 24.5.1993.

Reinhold Viehoff: "Einige Überlegungen zu den Voraussetzungen und Bedingungen einer literaturwissenschaftlichen Medienforschung - und ein Beispiel", Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, 9.10.1993.

Reinhold Viehoff: "Zehn Anmerkungen zum Radikalen Konstruktivismus Ende 1993", LUMIS-Institut Siegen, 21.10.1993.

Reinhold Viehoff: "Und wo bleibt die kulturelle Identität? Einige Überlegungen zu den sozialpsychologischen und institutionellen Bedingungen des Medienhandelns in der ehemaligen DDR." Tagung "Fremdverstehen in Ostdeutschland - Chancen und Risiken der Medienkommunikation". Martin Luther-Universität Halle-Wittenberg, 9.12.1993.

Reinhold Viehoff: "Der 'Krimi im Fernsehen' zwischen den 'Referenzen' ... wirklich, wahr, authentisch oder böser Schein?" Workshop "Gattungsprobleme des Kriminalsujets in Film und Fernsehen". Literaturwissenschaftliches Seminar der Universität Kiel, 16.12.1993.

## 6. Lehrangebote

### *Wintersemester 1992/93*

Barsch	Literatur im sozialen Kontext
Barsch	Grundlagen der Empirischen Literaturwissenschaft
Barsch	Interpretation - Ein wissenschaftlicher Umgang mit Texten?
Hejl/Schmidt	Kultur: Ein interdisziplinärer Diskurs
Klauser	Gesellschaftliche Gewalt - mediale Gewalt (mit Einführung in die Medienwirkungsforschung)
Köck	Linguistic Semantics: Approaches to the Scientific Study of Meaning
Rusch	Kinder und Medien. Voraussetzungen, Nutzungsverhalten, Wirkungen
Rusch/Viehoff	Verstehen I: Hermeneutische Positionen. Schleiermacher, Dilthey, Heidegger, Gadamer
Schmidt	Experimentelle Literatur: Alternativen im Literatursystem
Schmidt	Eine konstruktivistische Medientheorie

### *Sommersemester 1993*

Barsch	Kinder, Jugendliche und Medien
Barsch	Analyse literaturwissenschaftlicher Texte
Barsch	Wissenschaftstheoretische Modelle und ihre Verwendung in der Literaturwissenschaft
Hejl	Repräsentation als Schlüsselkonzept der Humanwissenschaften
Klauser	Medien und sozialer Wandel
Rusch	Theorie und Empirie der Mediengattungen

Rusch	Verstehen II: Hermeneutische Positionen. Schleiermacher, Dilthey, Heidegger, Gadamer
Schmidt	Deutsche Literatur des 18. Jahrhunderts
Schmidt	Empirische Literaturwissenschaft
Schmidt	Einführung in die Germanistik

*Wintersemester 1993/94*

Barsch/Viehoff	Vom Schreiben zum Lesen: Formen literarischen Handelns im Medienzeitalter
Hejl	"Politikverdrossenheit" und Parlamentarismuskritik in gesellschaftstheoretischer Perspektive
Klauser	Geschlechtsspezifische Aspekte der Werbung I
Klauser/Barsch	Projekt "Der Mann in der Werbung" (nur Hauptstudium Medienstudien-gang)
Köck	Newspaper Headlines: a Contrastive Analysis English-German
Rusch	Systemtheorie des Verstehens
Rusch	Hermeneutische Positionen II
Schmidt	(Radikaler) Konstruktivismus
Schmidt	Medien und Kommunikation
Schmidt	Expressionismus
Spieß/Krewani	Soziale Konstruktionen der Geschlechter in Literatur und Medien
Viehoff/Brück/Menn	Der 'Krimi' - Zur Entwicklung eines Genres von den Pitaval-Erzählungen zum Serienkrimi im Fernsehen



## 7. Publikationen

- BARSCH, Achim, 1993. "Positivismus". In: W. Killy (Hg.) 1993. Bertelsmann Literaturlexikon. Bd. 14, Begriffe, Realien, Methoden, hrsg. von Volker Meid. Gütersloh, München: Bertelsmann Lexikon Verlag, 225-227.
- BARSCH, Achim, 1993. "Handlungsebenen, Differenzierung und Einheit des Literatursystems". In: S.J. Schmidt (Hg.) 1993. Literaturwissenschaft und Systemtheorie. Positionen, Kontroversen, Perspektiven. Opladen: Westdeutscher Verlag, 144-169.
- BARSCH, Achim, 1993 "Kommunikation mit und über Literatur: Zu Strukturierungsfragen des Literatursystems". In: SPIEL 12, 1, 34-61.
- BARSCH, Achim, RUSCH, Gebhard & VIEHOFF, Reinhold (Hg.) 1993. Empirische Literaturwissenschaft - Diskussion, Erweiterung, Innovation. Sonderheft SPIEL 12, 1.
- HALASZ, László, 1993. Dem Leser auf der Spur. Literarisches Lesen als Forschen und Entdecken. Zur Sozialpsychologie des literarischen Verstehens. Hrsg. von Reinhold Viehoff. Braunschweig-Wiesbaden: Vieweg. (= Konzeption Empirische Literaturwissenschaft, Bd. VIII), 241 S.
- HAUPTMEIER, Helmut & RUSCH, Gebhard, 1993: QUEST. Ein Programm zur computerunterstützten Durchführung von Fragebogenerhebungen. Universität Siegen/LUMIS. (LUMIS-Schriften Sonderreihe, Bd. IV/93).
- HEJL, Peter M., 1993. "Kultur als sozial konstruierte Wirklichkeiten: Zur Analytik der 'dritten Ebene' aus systemtheoretischer Sicht". In: SPIEL 12, 1, 81-104.
- HEJL, Peter M., 1993. "Culture as a Network of Socially Constructed Realities". In: A. Rigney & D. Fokkema (Hg.) 1993. Cultural Participation. Trends since the Middle Ages. Amsterdam, Philadelphia: J. Benjamins, 227-250.
- HEJL, Peter M., 1993. "Grenzen des Wissens oder Grenzen der Analytik? Kritik zu W. Nagl: Grenzen unseres Wissens am Beispiel der Evolutionstheorie". In: Ethik und Sozialwissenschaften 4, 1, 32-34.
- HEJL, Peter M., 1993. "Soziale Systeme: Körper ohne Gehirne oder Gehirne ohne Körper? Rezeptionsprobleme der Theorie autopoietischer Systeme in den Sozialwissenschaften". In: V. Riegas/Chr. Vetter (Hg.) 1993. Zur Biologie der Kognition. Frankfurt/M.: Suhrkamp, 205-236, 3. Aufl.
- HEUEL, Elisabeth M. & SCHMIDT, Siegfried J., 1993. "Wahl zum Autor des Jahres" 1989/90. Inhaltsanalytische Auswertung der Leserzuschriften. Universität Siegen/LUMIS. (LUMIS-Schriften Sonderreihe, Bd. III/93).
- KLAUSER, Raimund, 1993. "Kinder, Jugendliche und Computer. Anmerkungen zu einem gelungenen Formatierungsprozeß". In: H.-D. Kübler (Hg.) 1993. Medienpädagogik in deutscher Wende. Bielefeld: GMK, 65-74. (Schriften zur Medienpädagogik, Bd. 8).

- KÖCK, Wolfram Karl, 1993. Deutsche Fassung von: Heinz von Foerster, Wissen und Gewissen. Versuch einer Brücke. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- KÖCK, Wolfram Karl, 1993. "Zur Geschichte des Instinktbegriffs". In: O. Breidbach & E. Florey (Hg.) 1993. Das Gehirn - Organ der Seele? Zur Ideengeschichte der Neurobiologie. Berlin: Akademie Verlag, 217-257.
- KÖCK, Wolfram Karl, 1993 (zus. mit Bärbel Freund). "Wissenschaftsvermittlung durch Fernsehen zwischen Information und Unterhaltung". In: H. Kreuzer & Chr.W. Thomsen (Hg.) 1993. Geschichte des Fernsehens in der Bundesrepublik Deutschland - Die Programme 1952-1990. Band 3: Informations- und Dokumentationssendungen, hrsg. von Peter Ludes, Heidemarie Schumacher und Bernhard Zimmermann. München: W. Fink, 173-199.
- KÖCK, Wolfram Karl, 1993. Deutsche Fassung von: Alexander Tzonis, Hermes und die goldene Denkmachine. Braunschweig/Wiesbaden: Vieweg 1993.
- KRAMASCHKI, Lutz, 1993. "Zur Integration von Systemkonzepten in eine Empirische Literaturwissenschaft als kritische Sozialwissenschaft". In: S.J. Schmidt (Hg.) 1993. Literaturwissenschaft und Systemtheorie. Positionen, Kontroversen, Perspektiven. Opladen: Westdeutscher Verlag, 101-143.
- KRAMASCHKI, Lutz, 1993. "Das einmalige Aufleuchten der Literatur. Zu einigen Problemen im 'Leidener Modell' systemtheoretischen Textverstehens". In: SPIEL 12, 2, 266-283.
- LASZLO, János & VIEHOFF, Reinhold (Hg.) 1993. Sozialpsychologie und Literatur(wissenschaft). Sonderheft SPIEL 12, 2.
- LASZLO, János & VIEHOFF, Reinhold, 1993. "Literarische Gattungen als kognitive Schemata". In: SPIEL 12, 2, 230-251.
- RUSCH, Gebhard, 1993. "Literatur in der Gesellschaft" In S.J.Schmidt (Hg.) 1993. Literaturwissenschaft und Systemtheorie. Positionen, Kontroversen, Perspektiven. Opladen: Westdeutscher Verlag, 170-193.
- RUSCH, Gebhard, 1993. "Phänomeme, Systeme, Episteme - Bemerkungen zur aktuellen Diskussion systemtheoretischer Ansätze in der Literaturwissenschaft". In: H. de Berg & M. Prangel (Hg.) 1993. Kommunikation und Differenz. Systemtheoretische Ansätze in der Literatur- und Kunstwissenschaft" Opladen: Westdeutscher Verlag, 228-244.
- RUSCH, Gebhard, 1993. "FERNSEHGATTUNGEN IN DER BRD. Kognitive Strukturen im Handeln mit Medien". In: K. Hickethier (Hg.) 1993. Institution, Technik und Programm. Rahmenaspekte der Programmggeschichte des Fernsehens. Geschichte des Fernsehens in der Bundesrepublik Deutschland Bd. 1. München: W. Fink, 289-321.
- RUSCH, Gebhard, 1993. "Intentionalität, Verstehen und ästhetische Kommunikation". In: Ethik und Sozialwissenschaften Bd. 4. H. 4, 555-556.
- RUSCH, Gebhard & SCHMIDT, Siegfried J. (Hg.) 1992. Konstruktivismus: Geschichte und Anwendungen. DELFIN 1992. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- RUSCH, Gebhard & SCHMIDT, Siegfried J. (Hg.) 1993. Konstruktivismus und Sozialtheorie. DELFIN 1993. Frankfurt/M.: Suhrkamp.

- SCHMIDT, Siegfried J. (Hg.) 1993. Literaturwissenschaft und Systemtheorie. Positionen, Kontroversen, Perspektiven. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- SCHMIDT, Siegfried J., 1993. "Kommunikationskonzepte für eine systemorientierte Literaturwissenschaft." In: S.J. Schmidt (Hg.) 1993. Literaturwissenschaft und Systemtheorie. Positionen, Kontroversen, Perspektiven. Opladen: Westdeutscher Verlag, 241-268.
- SCHMIDT, Siegfried J., 1993. "Literaturwissenschaft als interdisziplinäres Vorhaben." Plenumsvortrag. In: J. Janota (Hg.) 1993. Vielfalt der kulturellen Systeme und Stile. Vorträge des Augsburger Germanistentags 1991, Bd. 2. Tübingen: Niemeyer, 3-19.
- SCHMIDT, Siegfried J., 1993. "Kommunikation - Kognition - Wirklichkeit." In: G. Bentele & M. Rühl (Hg.) 1993. Theorien öffentlicher Kommunikation. München: Ölschläger, 105-117.
- SCHMIDT, Siegfried J., 1993. "Es gibt keine Entwicklung, von der man sagen könnte, da geht es hin. Oder: Wenn wir keine Haut hätten, wären wir schlecht dran. Ein Gespräch mit Rudolf Maresch." In: R. Maresch (Hg.) 1993. Zukunft oder Ende. Standpunkte Analysen Entwürfe. München: Boer, 315-340.
- SCHMIDT, Siegfried J., 1993. "Kognition Kommunikation Medien Kultur: Nichts weniger. 'Strukturelle Kopplung' und andere Metaphern." In: Symptome, H. 11, Sommer 1993, 47-51.
- SCHMIDT, Siegfried J., 1993. "Europäische Fernsehwerbung als Indikator kultureller Integration?" In: G. Hallenberger et al. (Hg.) 1993. Aspekte grenzüberschreitenden Fernsehens in Europa. Arbeitshefte Bildschirmmedien, Heft 13, 1993, Universität-GH Siegen, 31-38.
- SCHMIDT, Siegfried J., 1993. "Werbung und als statt Kultur?" In: agenda, Zeitschrift für Medien, Bildung, Kultur, Nr. 10, September-Oktober 1993, 18-21.
- SCHMIDT, Siegfried J., 1993. "Leptis." In: Aphrodite. Bielefeld: Edition Jesse, o.p. (3 Seiten).
- SCHMIDT, Siegfried J., 1993. "Zur Ideengeschichte des Radikalen Konstruktivismus". In: E. Florey & O. Breidbach (Hg.) 1993. Das Gehirn - Organ der Seele? Zur Ideengeschichte der Neurobiologie. Berlin: Akademie Verlag, 327-349.
- SCHMIDT, Siegfried J., 1993. "Systems Theory - A Vehicle to Cross Borderlines?" In: Han-liang Chang (ed.) 1993. Concepts of Literary Theory, East & West. Taiwan: Bookman Books, 31-61 (engl. u. chinesisches).
- SCHMIDT, Siegfried J., 1993. "Tannenberg 1410 Grunwald. Marek Radke". Paderborn: Druck Marek Radke.
- SCHMIDT, Siegfried J., 1993. "Die Logik der Beobachtung. Eine Einführung in den Konstruktivismus./The Logic of Observation. An Introduction to Constructivism." In: European Media Art Festival, Osnabrück 1993, 286-306.
- SCHMIDT, Siegfried J., 1993. ohne Titel. In: Franzobel (Hg.) 1993. KRITZIKRATZI. Anthologie gegenwärtiger visueller Poesie. Wien: edition ch, 110-113.

- SCHMIDT, Siegfried J., 1993. "Über die Funktion von Sprache im Kunstsystem." In: E. Louis & T. Stooss (Hg.) 1993. Die Sprache der Kunst. Die Bezeichnung von Bild und Text in der Kunst des 20. Jahrhunderts. Katalog der Ausstellungen in der Kunsthalle Wien (3.9.-17.10.1993) und im Frankfurter Kunstverein (4.12.1993-20.2.1994). Wien: Edition Cantz, 77-96.
- SCHMIDT, Siegfried J., 1993. "Wissenschaft als ästhetisches Konstrukt? Anmerkungen über Anmerkungen." In: Wolfgang Welsch (Hg.) (in Zus. mit I. Frenzel, B. Kauffmann, B.-O. Küppers, R. Simon-Schaefer u. Th. Ziehe) 1993. Die Aktualität des Ästhetischen. München: W. Fink, 288-302.
- SPANGENBERG, Peter M., 1993. "Judenfeindlichkeit in den altfranzösischen Marienmirakeln. Stereotypen oder Symptome der Veränderung der kollektiven Selbsterfahrung?". In: R. Erb (Hg.) 1993. Die Legende vom Ritualmord. Zur Geschichte der Blutbeschuldigung gegen die Juden. Berlin: Metropol Verlag, 157-177.
- SPANGENBERG, Peter M., 1993. "Stabilität und Entgrenzung von Wirklichkeiten. Systemtheoretische Überlegungen zu Funktion und Leistung der Massenmedien". In: S.J. Schmidt (Hg.) 1993. Literaturwissenschaft und Systemtheorie. Positionen, Kontroversen, Perspektiven. Opladen: Westdeutscher Verlag, 66-100.
- SPANGENBERG, Peter M., ELSNER, Monika & MÜLLER, Thomas, 1993. "Zur Entstehungsgeschichte des Dispositivs Fernsehen in der Bundesrepublik der fünfziger Jahre". In: K. Hickethier (Hg.) 1993. Institution, Technik und Programm. Rahmenaspekte der Programmggeschichte des Fernsehens Geschichte des Fernsehens in der Bundesrepublik Deutschland Bd.1. München: W. Fink, 31-66.
- SPIESS, Brigitte, 1993: "Ohne Fremdes nichts Eigenes - Das 'Fremde' in der Werbung: Bilder aus der Dritten Welt als Projektionsfläche für Sehnsüchte industrieller Gesellschaften". In: agenda, Zeitschrift für Medien, Bildung und Kultur 10, 1993, 36-39.
- VIEHOFF, Reinhold, 1992. "Sozialpsychologie und Literatur(wissenschaft). Empirische Literaturwissenschaft und mögliche sozialpsychologische Beiträge". In: LUMIS-Tätigkeitsbericht 1992. Siegen: LUMIS-Schriften 34, 35-39.
- VIEHOFF, Reinhold, 1993. "Selbstbezügliches Handeln? Überlegungen zu innerliterarischen Sozialisationsmodellen im Roman seit dem 18. Jahrhundert". In: S.J. Schmidt (Hg.) 1993. Literaturwissenschaft und Systemtheorie. Positionen, Kontroversen, Perspektiven. Opladen: Westdeutscher Verlag, 194-240.
- VIEHOFF, Reinhold, 1993. "Sozialisation durch Lesen. Zur Funktion der Lektüre im Roman seit dem 18. Jahrhundert". In: Zeitschrift für Germanistik. NF. III/2, 254-276.
- VIEHOFF, Reinhold, 1993 (zus. mit Edgar Lersch). "'Während der Blick aus dem Fenster schweift'. Helmut Heißenbüttel und der Rundfunk". In: Mitteilungen Studienkreis Rundfunk und Geschichte 19, Nr. 2/3, 57-65.
- VIEHOFF, Reinhold, 1993. "Literaturwissenschaft - die Wissenschaft vom literarischen Handeln, oder: Warum Literaturwissenschaftler keine Dichter sind". In: W. Schmitz (Hg.) 1993. Über das Studium der Literatur. München: dtv.

VIEHOFF, Reinhold, 1993. "Vorbemerkung". In: SPIEL 12, 1, i.

VIEHOFF, Reinhold, 1993 (zus. mit Edgar Lersch). "Dokumentation: Aus einem Gespräch mit Helmut Heißenbüttel". In: Mitteilungen des Studienkreises Rundfunk und Geschichte, 19, Nr. 2/3, 73-85.

VIEHOFF, Reinhold, 1993. "Sozialpsychologie und Literatur(wissenschaft) ... und eine Erinnerung an Karl Philipp Moritz". In: SPIEL 12, 2, 151-155.

## Anhang

### 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 betreffen.

#### § 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 nicht-literarischen 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 rechenschaftspflichtig 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: Verschlossene 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

- 32/92 *Reinhold Viehoff:*  
Schriftsteller und Rundfunk - einige systematische Überlegungen und ein Beispiel
- 33/92 *János László & Reinhold Viehoff:*  
Genre-specific knowledge and literary understanding. Some empirical investigations
- 34/92 LUMIS-Tätigkeitsbericht 1992
- 35/93 *Rien T. Segers:*  
Dynamics and Progress in Literary Studies?  
Some Notes on a Neglected Topic in Literary Scholarship with Special Reference to Reception Research
- 36/93 *János László:*  
The Text-Processing Approach to Literary Narratives
- 37/93 LUMIS-Tätigkeitsbericht 1993

*Sonderreihe*

- I/88 *Peter M. Hejl, Raimund Klausner, Wolfram K. Köck:*  
"Computer Kids": Telematik und sozialer Wandel. Ergebnisse einer Pilotstudie in Nordrhein-Westfalen
- II/89 LUMIS (Hg.):  
Jahrbuch deutschsprachiger Literaturzeitschriften 1986/87
- III/93 *Elisabeth M. Heuel & Siegfried J. Schmidt:*  
"Wahl zum Autor des Jahres" 1989/90.  
Inhaltsanalytische Auswertung der Leserzuschriften
- IV/93 *Helmut Hauptmeier & Gebhard Rusch:*  
QUEST. Ein Programm zur computerunterstützten Durchführung von Fragebogenerhebungen

ISSN 0177 - 1388 (LUMIS-Schriften)

ISSN 0932 - 6103 (LUMIS-Tätigkeitsbericht)

ISSN 0934 - 8697 (LUMIS-Schriften Sonderreihe)