

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

LUMIS-TÄTIGKEITSBERICHT 1999

LUMIS-Schriften 57

1999

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 Klausner

Als Typoskript gedruckt

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

Alle Rechte vorbehalten

ISSN 0932 - 6103 (LUMIS-Tätigkeitsbericht)

LUMIS-TÄTIGKEITSBERICHT 1999

LUMIS-Schriften 57 1999

Siegen 1999

Inhaltsverzeichnis

1.	Fünfzehn Jahre LUMIS	5
2.	LUMIS-Mitglieder und ihre Funktionen	10
3.	Projekte	12
3.1	Abgeschlossene Vorhaben	12
	Projekt Wahrnehmung und Kommunikation im Leitmedium Fernsehen. Zur kommunikationssoziologischen Untersuchung der Konstruktion von Wirklichkeit in audiovisuellen Medien	12
	Projekt Literatur- und Kulturzeitschriften 1998	13
	Projekt Aspekte einer konstruktivistischen Unternehmenstheorie	13
3.2	Laufende Vorhaben	14
	Projekt Zur Veränderung des Menschenbildes in Romanen unter dem Einfluss der Biologie im 19. Jahrhundert	14
	Projekt Leseinteressen und Studienmotivation von Studierenden	14
	Projekt Kultur als Wirklichkeitskonstruktion: zur Konzeptualisierung der „dritten Ebene“	14
	Projekt Drehbuchanalyse und Scriptentwicklung (Anschlussprojekt zur Programmstudie „drunter und drüber“)	16
	Projekt Die Naturalisierung von Kognition, Semiose und Kommunikation	18
	Projekt Medienunterricht	19
	Projekt Evaluation von Kultursponsoringmaßnahmen	25
	Projekt Vergleichende Studien zur Kompetenzentwicklung bei Abiturien- ten als Teilprojekt einer Kompetenzentwicklungsoffensive im Verbund von Industrie, Hochschulen und Schulen	30
	Studie 1: Die Bedeutung einer <i>prozessualen</i> Naturinterpretation für die Konzeption des Chemieanfangsunterrichts	30
	Studie 2: Vergleichende Studie zur Auswirkung des neuen „Seminarfaches“ an thüringer Gymnasien	31
	Projekt Entwicklung von Lernsoftware	32
3.3	Geplante Vorhaben	34
	Projekte 1. Interdisziplinarität in Unterricht und Lehre	
	2. Bildmedien als Mittel wissenschaftlicher Erkenntnis: historische Fallstudien zur Chemie	
	3. Objektivierte Lehre und persönliche Zuwendung: empirisch-experimentelle Untersuchungen zur Chemie- didaktik am Beispiel des Kurses „Chemie für Ingenieure“	34

Projekt	Die Spezifik der Literatur: Formen und Konventionen der Nutzung von Medien im internationalen Vergleich	34
Projekt	Multimediale Einführung in den Konstruktivismus	35
Projekt	Intermedialität serieller fiktionaler Medienangebote in den Bereichen Print, TV und Internet	35
Projekt	Prinzipien und Strategien der Mediendifferenzierung. Spezifizierung und Ausdifferenzierung der Medien im 20. und am Übergang ins 21. Jahrhundert	36
Projekt	Information und Unterhaltung – anthropologische und soziale Faktoren der Mediennutzung im Kontext individualisierter Medienangebote	37
4.	Gastvorträge und Kolloquien	38
5.	Vorträge der LUMIS-Mitarbeiter	39
6.	Lehrangebote	41
7.	Publikationen	42
	Anhang: LUMIS-Satzung	46
	Verzeichnis der LUMIS-Schriften	49

1. Fünfzehn Jahre LUMIS

Das Institut für Empirische Literatur- und Medienforschung (Kurzbezeichnung LUMIS = **L**iteratur- und **M**edienforschung in **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 Karl Köck. Am 6. Dezember 1984 wurde das LUMIS-Institut offiziell eröffnet.

In der Vorstandssitzung am 1.07.1997 erklärte Prof. S.J. Schmidt seinen Rücktritt als geschäftsführender Leiter, da er einen Ruf an die Universität Münster erhalten hatte. Der Vorstand wählte daraufhin satzungsgemäß für fünf Jahre ein Vorstandsmitglied zum neuen geschäftsführenden Leiter: Universitätsprofessor Dr. Volker Scharf.

Das Institut legt jetzt seinen fünfzehnten Tätigkeitsbericht vor, mit dem die Arbeit des Jahres 1999 dargestellt wird.

1.1 *Mitwirkung an Forschungsprojekten*

Seit 1997 arbeiten A. Barsch, P. M. Hejl, W. K. Köck und G. Rusch an der Entwicklung interdisziplinärer Forschungsprogramme unter dem Generalthema „Medienumbrüche“, das von der DFG entweder als neuer Sonderforschungsbereich oder als Kulturwissenschaftliches Forschungskolleg ab 2001 gefördert werden soll. Die von LUMIS-Mitarbeitern bearbeiteten Teilprojekte wurden im Tätigkeitsbericht 1998 ausführlich vorgestellt (zum aktuellen Vorbereitungsstand vgl. Kap. 3.3).

1998 hatten mit dem Rektor des Hanse-Wissenschaftskollegs Prof. Dr. Dr. G. Roth (Universität Bremen) in Delmenhorst Gespräche über die zukünftige Forschungskooperation stattgefunden. Diese Kooperation hat sich jetzt mit der Aufnahme der Arbeit in der interdisziplinären Arbeitsgruppe „Determinanten menschlichen Verhaltens / Transkulturelle Universalien“ konkretisiert. In diesem Rahmen fanden im Juni und Dezember 1999 zwei Arbeitstreffen statt (vgl. Kap. 5, Vorträge von P. M. Hejl), deren Ergebnisse vor allem im Zusammenhang mit den anthropologischen Grundlagen von Information und Unterhaltung (vgl. Kap. 3.3: Projekt „Information und Unterhaltung“) in die kulturtheoretischen und medienwissenschaftlichen Arbeiten des Instituts eingehen.

1.2 *Kongresse und Publikationen*

Das Institut beteiligte sich erstmals mit einem eigenen Beitrag am Medienforum NRW: Gemeinsam mit dem Studiengang Medien-Planung, -Entwicklung und -Beratung wurde am 14. Juni 1999 das Special „Qualitätsfernsehen – mehr als ein Kampfbegriff?“ veranstaltet. Die Vorbereitung und Durchführung besorgten P. M. Hejl und R. Klauser gemeinsam mit Studierenden einer von R. Klauser geleiteten Projektgruppe. Für die Teil-

nahme an der von Dr. Volker Lilienthal (epd) moderierten Podiumsdiskussion konnten gewonnen werden: Dr. Sibylle Bolik (Universität-GH Siegen, sfb 240), Claas Danielsen (Hochschule für Fernsehen und Film München), Dr. Matthias Esche (neue deutsche Filmgesellschaft), Dr. Uwe Hasebrink (Hans-Bredow-Institut), Gabriel Heim (Westdeutscher Rundfunk Köln), André Zalbertus (center tv Production, Köln).

Vom 30. April bis zum 3. Mai 1998 fand in Heidelberg der internationale Kongress „Weisen der Welterzeugung / Ways of Worldmaking“ mit ca. 1.500 Teilnehmern statt, den LUMIS zusammen mit dem Heidelberger Institut für systemische Forschung sowie der Internationalen Gesellschaft für systemische Therapie (IGST) organisiert hatte. Im Jahr 2000 wird ein Buch mit ausgewählten Kongressbeiträgen erscheinen, in dem auch Beiträge der LUMIS-Mitglieder A. Barsch, P. M. Hejl, W. K. Köck und G. Rusch vertreten sein werden.

LUMIS-Mitarbeiter wirken mit an der Planung und Durchführung einer interdisziplinären Konferenz mit dem Thema „Kommunikation – ein Schlüsselbegriff der Humanwissenschaften“, die im Mai 2000 an der Universität-GH Essen stattfinden wird.

1.3 Überregionale Lehr- und Vortragstätigkeit

- A. Barsch hielt im Wintersemester 1998/99 an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg eine Vorlesung zum Thema „Literarische Zensur und MediENZensur“ und ein Hauptseminar zum Thema „Jugendmedienschutz“.
- Als Lehrbeauftragter am Englischen Seminar der Universität Bonn hielt W.K. Köck im Wintersemester 1998/99 ein Hauptseminar zum Thema „The Linguistics of Gender“, im Sommersemester 1999 ein Hauptseminar zum Thema „Cognitive Linguistics“ und im Wintersemester 1999/2000 ein Hauptseminar zum Thema „Language Acquisition“. An der Fakultät für Linguistik und Literaturwissenschaft der Universität Bielefeld hielt er im Sommersemester 1999 ein Hauptseminar zum Thema „Empirical Semantics“.
- Im Rahmen einer Kurz-Gastprofessur führte G. Rusch im Sommersemester 1999 an der Universität Innsbruck, Institut für Erziehungswissenschaften, Studiengebiet: "Telematik", ein Seminar durch mit dem Thema: "Konstruktivistische Medienwissenschaft".
- Im Rahmen einer weiteren Kurz-Gastprofessur an der Universität Innsbruck, Institut für Erziehungswissenschaften, Studiengebiet „Telematik“, führte G. Rusch im Wintersemester 1999/2000 ein Seminar zum Thema „Kognitionsgeschichte der Medien“ durch.

Im Rahmen des Postgraduiertenprogramms der Universidade Federal Do Rio de Janeiro (UFRJ) hielt sich A. Barsch vom 29. August bis zum 26. September 1999 in Rio de Janeiro auf. Das generelle Ziel dieses Besuches bestand in der Vermittlung eines Einblicks in die Tätigkeit von LUMIS und in den Ansatz einer empirischen Literaturwissenschaft für brasilianische Studierende und Forscher. Dieses Ziel wurde auf verschiedenen Ebenen ausgearbeitet und erfüllt:

- (1) Auf der Basis einer an der Universität Siegen durchgeführten Studie wurde ein empirisches Forschungsprojekt entwickelt, das sich mit Studienmotivation und Lesemotivationen von Studierenden beschäftigte. Studenten von Prof. Dr. Sonia Zyngier, sie selbst und A. Barsch entwickelten, überarbeiteten und diskutierten in gemeinsamer Arbeit einen Fragebogen, der für die Bedingungen in Brasilien spezifiziert wurde. Jeder der Studierenden führte 15 Fragebogen-Interviews mit offenen und geschlossenen Fragen durch. Die Rohdaten lagen im November 1999 vor. Eine Parallelstudie wurde im November 1999 an der Universität Siegen durchgeführt. Die Daten für beide Studien sollen im Januar 2000 vorliegen. S. Zyngier und A. Barsch werden die Daten vergleichend auswerten und Ergebnisse auf der kommenden IGEL-Tagung im August 2000 in Toronto präsentieren. Eine Publikation wird folgen.
- (2) Eine zweite empirische Studie wurde im Rahmen des interdisziplinären Programms für angewandte Linguistik gestartet. Jeder der Studierenden wird fünf Intensivinterviews auf der Basis eines Interviewleitfadens durchführen. Der Leitfaden wurde auf der Basis von Interessen der Studierenden entwickelt. Verschiedene Versionen wurden diskutiert, bevor die letzte Version von der Gruppe akzeptiert wurde. Die Forschungsinteressen reichen von Leseproblemen, Motivationen für die Freizeitlektüre, dem Vergleich von Text- und Filmversionen bis zum Einsatz des Internets für die Lehre. Die Studierenden wurden regelmäßig betreut bezüglich ihrer speziellen Forschungsinteressen und ihrer Abschlussarbeiten im Programm.
- (3) Ein Kurs wurde veranstaltet zum Thema „Die empirische Theorie der Literatur“. Die Sitzungen waren stark anwendungsbezogen. Der Kurs war sowohl für das MA-Programm als auch für ‚Nachfolgende Studien‘ geöffnet.
- (4) Regina Maria de Britto Figueiredo beabsichtigt, eine Abschlussarbeit zum Thema „Zum Fiktionalitätsbegriff von Studierenden. Eine empirische Fallstudie“ zu schreiben. Dieses Projekt wird von S. Zyngier und A. Barsch betreut werden. Die Studie wird eine Klärung des Fiktionalitätsbegriffs beinhalten und dessen Operationalisierung mittels eines Fragebogens. Die Arbeit ist eingebettet und angeleitet durch die empirische Theorie der Literatur.
- (5) Am 13. September hielt A. Barsch an der UFRJ einen Vortrag mit dem Titel „Literature and Media through the Empirical Study of Literature“. Dem Vortrag folgte eine Diskussion über das Konzept einer angewandten Literaturwissenschaft in Relation zum Programm einer angewandten Linguistik an der UFRJ. Der Vortrag wird als eigenständiges Heft in einer Serie der UFRJ veröffentlicht werden.
- (6) Gespräche mit Sonia Zyngier vertieften die beiderseitigen Interessen an angewandter Forschung. Diese Gespräche schlossen die Dimension der Qualität der Lehre ebenso ein wie die Ausbildung der Lehrfähigkeiten von Universitätslehrern. Ein weiteres Thema bildete die Transformationen der Pädagogik von Paulo Freire im Laufe des internationalen Rezeptionsprozesses. Ein Ergebnis dieser Gespräche besteht darin, über empirische Studien als eine Basis und notwendiges feed back für universitäre Lehre nachzudenken. Dieses Thema soll in der Zukunft gemeinsam ausgearbeitet werden einschließlich des Vergleichs des brasilianischen und des deutschen Universitätssystems. Dadurch kann das begonnene bilaterale Forschungsprojekt intrinsisch weitergeführt werden.
- (7) Am 21. September hielt A. Barsch einen Vortrag an der Katholischen Universität (PUC) mit dem Titel „The Empirical Study of Literature and Systems Theory“. Der Vortrag gab einen Einblick in neue Entwicklungen der empirischen Literaturwissenschaft, die auf Diskussionen des Systembegriffs in Biologie, Neurophysiologie und Soziologie zurückgehen. Heidrun Krieger Olinto, von der die Einladung ausging, zeigte spezielles Interesse an dem empirischen Ansatz wie auch die Studierenden.

Der Vortrag soll in einer Reihe der Universität veröffentlicht werden, in der bereits andere literaturtheoretische Positionen präsentiert wurden.

- (8) Der Besuch der Sprachen-Abteilung der UFRJ wurde schließlich genutzt, um auch Gespräche in der Germanistik-Abteilung zu führen. Idalina Silva führte ein Interview mit A. Barsch durch, in dem es um die Situation der Literaturwissenschaft in Deutschland, speziell um die Situation an der Universität Siegen ging. Dabei wurde die Orientierung an der Medienwissenschaft ebenso zur Sprache gebracht wie der Ansatz der empirischen Literaturwissenschaft und die Arbeit des LUMIS-Institutes. Dieses Gespräch soll ebenfalls veröffentlicht werden.

Abschließend sei darauf hingewiesen, daß die Fortsetzung gemeinsamer Arbeit auf verschiedenen Ebenen etabliert werden konnte. Papiere und Abschlussarbeiten der Studierenden werden in der nächsten Zeit erscheinen. Die gemeinsame empirische Arbeit an der UFRJ und dem LUMIS-Institut wird fortgesetzt, publiziert und auf Konferenzen vorgetragen werden.

1.4 Instituts Gäste

Über die zahlreichen Besuche von Vortragsgästen (s.u. Kap. 4) und Besprechungen mit Projekt-Kooperanten hinaus hielten sich im Jahr 1999 keine Forschungsgäste am Institut auf.

1.5 Kooperationen

Die bestehenden Kooperationen (vgl. Tätigkeitsberichte der Vorjahre) wurden fortgeführt bzw. – wie oben beschrieben – mit der UFRJ intensiviert.

1.6 Literaturzeitschriftenarchiv

Die seit längerem laufenden Arbeiten am Archiv wurden fortgesetzt (vgl. dazu das Projekt „Literatur- und Kulturzeitschriften 1998“, Tätigkeitsbericht 1998).

1.7 Zur Situation des LUMIS-Instituts

An der Verankerung des Instituts im Lehr- und Forschungsbetrieb sowie in nationalen und internationalen Forschungsaktivitäten hat sich nichts geändert. Die externe Lehr- und Vortragstätigkeit und der rege Austausch über Kongresse; Tagungen, Gastaufenthalte etc. gehen unvermindert weiter.

Die Zusammenarbeit innerhalb der Hochschule ist weiter intensiviert worden. Zum einen wurde noch enger mit dem Medienstudiengang zusammengearbeitet. 1999 standen – neben Vorlesungen und Seminaren – vier anwendungsbezogene Hauptstudienprojekte unter der Leitung von LUMIS-Mitarbeitern im Mittelpunkt der Arbeit: „Die GO!-Initiative“ (Leitung: R. Klauser und M. Kleene), „Organisation öffentlicher Auftritte des Medienstudiengangs“ (Leitung: R. Klauser), „Evaluation von Kultursponsoringmaßnahmen“ (Leitung: G. Rusch) sowie „Drehbuchanalyse und Scriptentwicklung“ (Leitung: R. Klauser und R. Leschke). Außerdem leistete das Institut gemeinsam mit dem Medien-

studiengang mit einer von Fachpublikum und Presse vielbeachteten Special-Veranstaltung einen inhaltlichen Beitrag zum Medienforum NRW 1999 in Köln. Darüber hinaus wurde beim Medienforum NRW mit in diesem Jahr besonders aufwendigen Maßnahmen auf die medienbezogenen Lehr- und Forschungsleistungen der Universität-GH Siegen wie auch auf die Medien-Aktivitäten der Wirtschaftsförderung des Kreises Siegen-Wittgenstein aufmerksam gemacht: dazu wurden Informationsstände und weitere Präsentationen auf dem Medienbürgerfest, in der Fachmesse MediaVision Cologne sowie im Rahmen des erstmals veranstalteten Nachwuchsforums veranstaltet, und die Buchhandlung Ludwig im Kölner Hauptbahnhof unterhielt einen Büchertisch mit Medienliteratur u.a. aus Siegen. Die Vorbereitungen für Beiträge zum Medienforum NRW 2000 mit allen seinen flankierenden Veranstaltungen haben bereits im Herbst begonnen.

Zum anderen fanden regelmäßige Planungs- und Diskussionsveranstaltungen statt zu wissenschaftlichen Forschungsvorhaben – insbesondere mit V. Scharf und Kollegen zu gemeinsamen Projekten (vgl. Kap. 3.3) – und zur praxisbezogenen Kooperation mit Lehrern, mit denen gemeinsam medienpädagogisches Unterrichtsmaterial für allgemeinbildende Schulen entwickelt wird (vgl. Projekt „Medienunterricht“, Kap. 3.2).

Die weitere Entwicklung des LUMIS-Institutes ist nun – nicht zuletzt durch den „Qualitätspakt“ – abhängig vom Ergebnis der laufenden Bemühungen um die Organisationsentwicklung der Universität-GH Siegen. Im Frühjahr 1999 legte das Institut dem Rektorat einen Strukturplan vor, im Sommer dann einen differenzierten Ausbauplan, mit dem eine nachhaltige Kapazitäts-Erweiterung zur Bündelung der diversen medien- und kommunikationsbezogenen Einzelaktivitäten der Hochschule in einem zentralen, interdisziplinär arbeitenden medienwissenschaftlichen Institut vorgeschlagen wird. Ein so ausgebautes LUMIS-Institut könnte zusammen mit dem Medienstudiengang und dem DFG-Sonderforschungsbereich bzw. seiner geplanten Nachfolgeeinrichtung einen bedeutenden Beitrag zur Profilbildung der Hochschule im Medienbereich leisten. Die maßgeblichen Entscheidungen über die entsprechenden Planungen sind im Laufe des Jahres 2000 zu erwarten.

2. LUMIS-Mitglieder und ihre Funktionen

Geschäftsführender Leiter: Universitätsprofessor Dr. Volker Scharf

Stellvertreter: Priv.-Doz. Dr. Wolfram Karl Köck

Vorstand:

Universitätsprofessor Dr. Hans Brügelmann, FB 2,
Erziehungswissenschaft mit dem Schwerpunkt Schul-
pädagogik und Didaktik der Primarstufe

Universitätsprofessor Dr. Rolf Depner, FB 1, Soziologie
(insbes. empirische Sozialforschung und Medizin-
soziologie)

Universitätsprofessor Dr. Rainer Geißler, FB 1, Soziologie

Universitätsprofessor Dipl.-Ing. Ulf Jonak, FB 9,
Grundlagen der Gestaltung, Architekturtheorie

Priv.-Doz. Dr. Wolfram Karl Köck, LUMIS

Dipl.-Soz. Raimund Klauser, LUMIS (gewähltes Mitglied)

Universitätsprofessor Dr. Klaus Kreimeier, FB 3,
Medienwissenschaft

AR Priv.-Doz. Dr. Gebhard Rusch, LUMIS

Universitätsprofessor Dr. Helmut Schanze, FB 3,
Germanistik/Neuere Literaturgeschichte

Universitätsprofessor Dr. Volker Scharf, FB 8, Didaktik
der Chemie

Universitätsprofessor Dr. Christian W. Thomsen, FB 3,
Anglistik/Literaturwissenschaft

Dr. Peter M. Hejl, LUMIS (gewähltes Mitglied)

Ständige Mitarbeiter:

Dr. Helmut Hauptmeier, Anglistik/empirische Literatur-
wissenschaft (z. Zt. Fortbildungsakademie Medien fam)

Dr. Peter M. Hejl, Politologie, Soziologie/empirische
Sozialforschung

Dipl.-Soz. Raimund Klauser, Soziologie/empirische
Sozialforschung

Priv.-Doz. Dr. Wolfram Karl Köck, Allgemeine und
Angewandte Linguistik/Kommunikationswissenschaft

AR Priv.-Doz. Dr. Gebhard Rusch, Empirische
Literaturwissenschaft/Kommunikationswissenschaft

Sekretärin:

Monika Traut

*Weitere Mitarbeiter
(1999):*

Priv.-Doz. Dr. Achim Barsch, FB 3, Germanistik/
empirische Literaturwissenschaft, Medienpädagogik

Priv.-Doz. Dr. Rainer Leschke, FB 3, Medien- und
Kommunikationswissenschaft

Dr. Uwe Mattusch, Medienwissenschaft/Medienpädagogik

Priv.-Doz. Dr. Peter M. Spangenberg, Romanistik/
Allgemeine Literaturwissenschaft

*Studentische Hilfskräfte
des Instituts (1999):*

Thorsten Müller, FB 3, Medienstudiengang

Marco Reuschel, FB 3, Medienstudiengang

Michael Schlag, FB 3, Medienstudiengang

Archiv für deutschsprachige Literaturzeitschriften (im Aufbau):

Betreuung: Gebhard Rusch

LUMIS-Schriften:

Redaktion: Raimund Klauser

LUMIS im WWW:

Betreuung: Gebhard Rusch

3. Projekte

3.1 Abgeschlossene Vorhaben

Projekt: Wahrnehmung und Kommunikation im Leitmedium Fernsehen. Zur kommunikationssoziologischen Untersuchung der Konstruktion von Wirklichkeit in audiovisuellen Medien.

Bearbeiter: Peter M. Spangenberg

Massenmedien und das Fernsehen als – quantitativ – weiterhin dominierendes Kommunikationsmedium gehören zu den unverzichtbaren Elementen der kognitiv-kommunikativen Selbstorganisation der Gesellschaft. Aufgrund dieser Ausgangshypothese wurden wesentliche Ebenen der vielfältigen Beschreibungsdiskurse des Fernsehens ausgewählt und unter den Erkenntnisinteressen massenmedial vermittelter Wirklichkeitskonstruktionen zusammengeführt. Die Theorieangebote der konstruktivistischen Kognitionstheorie (Radikaler Konstruktivismus) und der soziologischen Kommunikationstheorie (Systemtheorie) wurden dabei wegen ihrer aktuellen medien- und erkenntnistheoretischen Bedeutung zur Ausdifferenzierung der Ausgangshypothese herangezogen. Sie wurden ergänzt durch eine Analyse der derzeitigen medientechnologischen und -rechtlichen Diskussionen, die besonders im Hinblick auf die zukünftige ökonomische Entwicklung der Medienorganisation sehr eng miteinander verbunden sind.

Für strukturelle Kopplungen von personalen (kognitiv-psychischen) Systemen und kommunikativen Systemen durch die Vermittlung von Medienangeboten wurde die Beschreibungskategorie der „medial generalisierten Kommunikationsqualität“ entwickelt, die auf vorbewusst bleibenden Operationen des neuronalen Systems aufbaut. Die bewusstseinsfähigen Ergebnisse dieser Operationen werden mit Hilfe der Unterscheidung wirklich vs. fiktiv sinnbildend verarbeitet und vorgängigen Wirklichkeitsmodellen und -ebenen zugeordnet. Aufgrund der nicht bewußtseinsfähigen Operationen des kognitiven Systems lässt sich die unhintergehbare Verarbeitung von audiovisuellen Kopplungen als ein dauernder Akt des Realisierens (Erzeugens) gestalthafter Formen beschreiben, ganz gleich welche partikularen oder konsensfähigen Wirklichkeitsebenen sie erzeugen, stabilisieren oder problematisieren.

In der Analyse der kommunikativ-sozialen Kopplung wurde der systemtheoretische Ansatz, Massenmedien als ein autonomes soziales System zu modellieren, nicht übernommen. Wie ausführlich dargelegt wurde, konnte dieser Ansatz weder aus theoriesystematischen noch aus erkenntnispraktischen Gründen überzeugen. Stattdessen wurde die spezifische Formbildung audiovisueller Kommunikation und ihre Fähigkeit, weitreichende Irritationen der Kommunikationsprozesse hervorzurufen, untersucht.

Das Projekt wird derzeit für die Publikation überarbeitet. Hierfür werden vor allem die neusten medientechnologischen und -ökonomischen Entwicklungen berücksichtigt, die unter der Perspektive der Evolution eines medialen Dispositivs zusammengeführt werden. Die Publikation ist für Herbst 2000 geplant.

Projekt: Literatur- und Kulturzeitschriften 1998

Bearbeiter: Gebhard Rusch und Studentische Projektgruppe (Medienstudiengang)

Das Projekt hat mit der Erstellung einer Datenbank „Deutschsprachige Literaturzeitschriften“ abgeschlossen. Für die weitere Bearbeitung dieser Datenbank im Hinblick auf die Verfügbarkeit im Internet stehen keine personellen und sächlichen Mittel zur Verfügung.

Projekt: Aspekte einer konstruktivistischen Unternehmenstheorie

Bearbeiter: Peter M. Hejl in Kooperation mit Heinz K. Stahl (Leopold-Franzens-Universität Innsbruck, Institut für Unternehmensführung und HKS-Consult)

Das Forschungsvorhaben wurde zunächst mit der Fertigstellung eines Bandes zur Unternehmenstheorie abgeschlossen. Er enthält als eigene Beiträge einen im Projektzusammenhang (vgl. LUMIS-Tätigkeitsbericht 1998) erarbeiteten Überblick zu den Perspektiven, die sich ergeben, wenn Unternehmen als soziale Systeme verstanden werden, die mit Blick auf geteilte Wirklichkeitsvorstellungen operieren und sie als Teil ihres Funktioniens verändern (Hejl/Stahl 2000c); eine Einführung in den erkenntnis- und wahrnehmungstheoretischen Konstruktivismus mit Blick auf die Unternehmenstheorie (Hejl 2000b); einen Beitrag zur Rolle des Managements im Kontext von Selbstorganisation und Selbstregelung aus der Sicht einer an konstruktivistischen Überlegungen orientierten Theorie sozialer Systeme (Hejl/Stahl 2000d); schließlich den Wiederabdruck einer bereits früher im Projektzusammenhang entstandenen Arbeit zur unternehmensinternen Produktion von Zeit (Hejl/Stahl 2000e).

Im Wintersemester 1999/2000 wurden diese theoretischen Arbeiten in einem Seminar (mit W. Kothen) „Konstruktivismus und Marketing“ auch in die Lehre einbezogen.

3.2 Laufende Vorhaben

Projekt: Zur Veränderung des Menschenbildes in Romanen unter dem Einfluss der Biologie im 19. Jahrhundert

Bearbeiter: Achim Barsch

Das mit Peter M. Hejl als Mitherausgeber geplante Publikationsvorhaben „Menschenbilder. Zur Pluralisierung der Vorstellungen von der menschlichen Natur (1850-1914)“ wurde als Manuskript fertiggestellt und erscheint im Frühjahr 2000 im Suhrkamp Verlag. Die laufende Projektarbeit (vgl. Tätigkeitsberichte der Vorjahre) wurde fortgesetzt.

Projekt: Leseinteressen und Studienmotivation von Studierenden

Bearbeiter: Achim Barsch

Im Rahmen eines DAAD-Forschungsaufenthaltes an der UFRJ in Rio de Janeiro wurde mit Prof. Dr. Sonia Zyngier und einer Gruppe Studierender der Siegener Fragebogen zu Leseinteressen und Studienmotivation von Studierenden ins Englische übersetzt, diskutiert, erweitert und den brasilianischen Verhältnissen angepasst. Eine Erhebung mit über 100 Teilnehmern wurde durchgeführt. Mit der statistischen Auswertung der Daten wurde begonnen. Im Wintersemester 1999/2000 wurde in Siegen eine parallele Erhebung durchgeführt. Nach der Auswertung dieser Daten soll ein Vergleich der brasilianischen und der deutschen Ergebnisse erfolgen, um Gemeinsamkeiten und Unterschiede in den Einstellungen und Einschätzungen der Studierenden zu ermitteln, die einerseits Einblicke in kulturspezifische Strukturen erlauben und andererseits für die Lehre fruchtbar gemacht werden können. Die Ergebnisse sollen auf der IGEL Konferenz in Toronto im August 2000 vorgetragen werden.

Projekt: Kultur als Wirklichkeitskonstruktion: zur Konzeptualisierung der „dritten Ebene“

Bearbeiter: Peter M. Hejl

Die wissenschaftshistorischen Untersuchungen zur deutschsprachigen Protozoziologie wurden abgeschlossen. Die Ergebnisse werden in Hejl (2000a) veröffentlicht.

In Ergänzung dieser Arbeiten und als Einleitung für den mit A. Barsch herausgegebenen Sammelband zur historischen Anthropologie in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts (Barsch/Hejl 2000a) wurde der Prozess der Pluralisierung der Menschenbilder in diesem Zeitraum theoretisch begründet und am historischen Material plausibilisiert (vgl. Barsch/Hejl 2000b). „Pluralisierung der Menschenbilder“ wird dabei primär als Ergebnis von Prozessen sozialer Wirklichkeitskonstruktion gesehen, die unter den Bedingungen einer Reihe historisch spezifischer gesellschaftlicher Veränderungen stattfinden. Auf einer Makroebene lassen sie sich mit den Schlagworten „Säkularisierung“ und „gesellschaftliche Differenzierung“ kennzeichnen. Diese Tendenzen resultieren aus den interdependenten Beziehungen zwischen der Industrialisierung, dem Bevölkerungswachstum, der Urbanisierung und der Entstehung bzw. Differenzierung der modernen Wissenschaften etwa seit der Mitte des 19. Jahrhunderts. Hinzu kommt eine gleichermaßen politische

wie wissenschaftsinterne Tendenz der Historisierung seit Beginn des 19. Jahrhunderts, sowie deren unbeabsichtigte Folgen. Im Ergebnis entstehen drei Gruppen von Gründen für die als „Pluralisierung der Menschenbilder“ gekennzeichneten Veränderungen: (1) Die alten Vorstellungen verloren für breite Bevölkerungsschichten an Überzeugungskraft (ohne jedoch vollständig abgelöst zu werden). (2) Zusätzlich entstanden neue Konzepte, die als relevant für das Verständnis des Menschen angesehen wurden. (3) Schließlich konnten auch bis dahin stärker vorhandene Gemeinsamkeiten der Vorstellungen über die menschlichen Natur nicht aufrechterhalten werden, weil die gesellschaftliche Differenzierung die dafür nötigen Stabilisierungen zerstörte.

Die Pluralisierung von Vorstellungen über die menschliche Natur lässt sich also als ein Prozess sozialer Wirklichkeitskonstruktion rekonstruieren. In ihm veränderte sich der verwendete Naturbegriff in erheblichem Maße, weil er zunehmend aus religiösen und normativen Zusammenhängen gelöst wurde, um „spontan“ ablaufende Prozesse zu bezeichnen. Dabei wurde gerade die Frage nach Spontaneität oder kultureller Bestimmung menschlichen Handelns eines der großen Themen der Zeit: eine wechselseitige Konditionierung von „Kultur“ und „Natur“ begann deutlich zu werden. Sie äußerte sich in vielfältigen Zusammenhängen, auf die sich die Beiträge des Bandes beziehen: im Interesse für die Evolutionstheorie, in neuen Krankheitsbildern, in Debatten über die Natur menschlicher Gesellschaften und die Aufgaben und Möglichkeiten, einer auf „Gesellschaft“ fokussierten Wissenschaftsdisziplin; schließlich in neuen ästhetischen Gestaltungsmöglichkeiten sowie in neuen Themen in Literatur und bildender Kunst. Im Berichtszeitraum wurde das Projekt sowohl auf der theoretischen Ebene fortgesetzt, als auch in die Lehrtätigkeit und die weitere Forschungsplanung einbezogen.

In *theoretischer Hinsicht* trat die in mehreren Veröffentlichungen der letzten Jahre angesprochene Beziehung zwischen artgeschichtlichem Hintergrund und gesellschaftlich-kulturellen Lebensbedingungen in den Vordergrund. Dafür gab es zwei konkrete Anlässe: (1) Der Projektbearbeiter wurde zur Mitarbeit in einer am Hanse Wissenschaftskolleg, Delmenhorst, eingerichteten transdisziplinären Arbeitsgruppe „Determinanten menschlichen Verhaltens / Transkulturelle Universalien“ eingeladen. Dazu fanden bisher zwei je zweitägige Arbeitstreffen statt (Juni und Dezember 1999), auf denen u.a. im Projektrahmen entwickelte Konzepte zum Universalienkonzept und zur Beziehung zwischen der biologischen, der individuellen (kognitiven) und der sozialen (kulturellen) Ebene vorgestellt wurden. Ein Sammelband mit Beiträgen aus Anthropologie, Kunstgeschichte, Literaturwissenschaft, Medizingeschichte, Philosophie, Psychologie und Soziologie, der vor allem menschliche Universalien in den Vordergrund stellt, ist in Vorbereitung. Dem Forschungsstand zu gesellschaftlichen Universalien soll später ein eigener Band gewidmet werden. (2) Den zweiten Anlass boten die vorbereitenden Arbeiten zu einem Kulturwissenschaftlichen Forschungskolleg in der Universität GH Siegen. Bei ihnen stellte sich eine deutliche Fokussierung u.a. auch auf „gesellschaftliche“ und „anthropologische“ Aspekte des Medienwandels heraus, die ohne Bezug auf „Invarianten“ überhaupt nicht erkennbar werden. Damit zeichnet sich eine Fortsetzung der bisherigen Arbeiten in diesem erweiterten institutionellen Rahmen ab.

In die *Lehre* wurde die Thematik eingebracht im Rahmen von Seminaren zu den Themen „Information und Unterhaltung: Gemeinsamkeiten und Differenzen“, „Kulturbeiträge in den Medien: Elitkultur und/oder Massenkultur?“ und „Invarianten‘ menschlichen Verhaltens“.

Projekt: Drehbuchanalyse und Scriptentwicklung
(Anschlussprojekt zur Programmstudie „drunter und drüber“)

Bearbeiter: Markus Disselhoff, Raimund Klauser, Rainer Leschke

Das Drittmittelprojekt-Projekt „Programmstudie ‚drunter und drüber‘“ (vgl. Tätigkeitsbericht 1998) ist in ein inhaltlich und methodisch anschließendes Vorhaben mit weiterreichendem Anspruch überführt worden, das nun in direkter Koppelung mit Lehrveranstaltungen des Medienstudiengangs bearbeitet wird. Im SS 1999 wurden in einem Proseminar (Klauser/Leschke: Normative Strukturen des Programmangebots) einzelne Exposees für TV-Produktionen nach den in der Programmstudie eingesetzten Verfahren analysiert und Empfehlungen für die Produktionsfirma erarbeitet. In einem Hauptstudien-Projekt (Klauser/Leschke: Drehbuchanalyse; WS 1999/2000 bis SS 2000) wird die Analyse- und Beratungspraxis vertiefend fortgeführt und an einer größeren Zahl von Exposees und Treatments für verschiedene TV- und Kinofilm-Produktionsfirmen weiter ausgearbeitet.

Mit dem Projekt wird die Errichtung eines kontinuierlichen Beratungsangebots für Produktionsfirmen angestrebt.

Ausgangssituation und Hintergrund:

In Filmproduktionen und Fernsehredaktionen werden z.Zt. Produktionsentscheidungen und damit Entscheidungen über hohe Budgets aufgrund bloßer Erfahrungswerte getroffen. Diese individuelle Kompetenz ist bislang in keiner Form systematisiert und rationalisiert worden. Das Trial and Error Prinzip ist aber gerade angesichts des in Frage stehenden Finanzvolumens vergleichsweise problematisch und funktioniert nur, sofern Absatzgarantien bzw. Fördermittel die Finanzierung der Produktionen sichern und das produktionsseitige Risiko minimieren. Das Risiko wird damit auf die Fernsehsender bzw. die Förderinstitutionen verlagert.

Die Evaluierung der Ursachen von Flops erfolgt z.Zt. wenn überhaupt nur ex post. Es gibt keine Modelle, die eine Übertragung der Ergebnisse solcher Analysen auf künftige Produktionen gewährleisten könnten. Eine frühzeitige systematische Beurteilung von Produktionsvorhaben, bevor Produktionsentscheidungen getroffen werden, ist z.Zt. nicht möglich. Gleichzeitig ist eine Optimierung vorhandener Stoffe anhand systematischer Kriterien nicht möglich, so dass gerade angesichts des steigenden Bedarfs geeigneter Stoffe viel Potential verschenkt wird.

Die derzeit in der Bundesrepublik praktizierte Scriptentwicklung orientiert sich weitgehend immer noch an einem nicht-systematisierten Expertenwissen. Systematische und über theoretische Modelle abgesicherte Einschätzungspraktiken sind z.Zt. nicht bekannt. In den USA wird versucht, über entsprechende Departments für Scriptentwicklung in den Filmproduktionen einerseits und eine entsprechende Ratgeber-Literatur bzw. Drehbuchentwicklungs-Software andererseits die Stoffentwicklung zu verbessern; operiert wird dabei weitgehend mit den klassischen dramaturgischen Konzepten, die den Anforderungen von Filmproduktionen lediglich angepasst werden.

Zielsetzung:

Ziel des Projektes ist es, eine theoretisch fundierte Beratungsleistung zu entwickeln, die mit einem ökonomisch vertretbaren Aufwand eine systematische Evaluation von TV-

und Filmprojekten in Hinsicht von Zielgruppe und Akzeptanz zu einem sehr frühen Produktionsstadium, d.h. bereits auf der Basis von Exposees und Treatments bzw. Drehbüchern ermöglicht.

Grundannahmen und Methodik:

Rezeption und Akzeptanz von fiktionalen Filmerzählungen werden wesentlich über Identifikationsstrategien gesteuert. Insofern werden durch die Figurenkonzeption, die Thematik und die Handlungsführung Identifikationsangebote gemacht, die den Erwartenshaltungen der anvisierten Zielgruppe entsprechen müssen; andernfalls drohen mangelnde Akzeptanz bzw. Rezeptionsabbrüche. Die Rezeption ist dabei wesentlich an den von den Figuren, der Handlungsführung und den Themen verwandten Normen und Werten orientiert. Diese normativen Muster gehen u.a. auch in Genrekonventionen ein und bilden ein Rezipientenwissen, das die Grundlage von Erwartenshaltungen darstellt.

Da zudem in der empirischen Rezeptionsforschung die soziodemographische Zielgruppenbestimmung zunehmend um milieuorientierte Ansätze, die wiederum mit Wertpräferenzen von Zielgruppen arbeiten, erweitert wird, kann erst eine Analyse der normativen Strukturen von Filmerzählungen zu einer systematischen Abgleichung von Erzählkonzepten und gegebenen Zielgruppenprofilen führen.

Die normative Analyse erlaubt es bereits in einem relativ frühen Projektstadium, d.h. vor der Produktionsentscheidung, Aussagen über Zielgruppe und mögliche Positionierung von Filmprojekten zu treffen. Die normativen Muster werden in Bezug auf die Dimensionen Figurenkonzeption, Handlungsführung und Sujets untersucht und mit Zielgruppenprofilen verglichen. Zusätzlich wird mit Genrekonventionen (ggf. Konkurrenzprodukten) und dramaturgischen Mustern abgeglichen, was Einschätzungen in Bezug auf den Innovationsgrad und die Dynamik der Narration erlaubt. (Zum analytischen Verfahren vgl. die Darstellung im Tätigkeitsbericht 1998).

Auf dieser Basis werden Optimierungsempfehlungen in allen angesprochenen Dimensionen erarbeitet, deren Realisierung in den einzelnen Stadien der Entwicklung des jeweiligen Filmprojektes überprüft werden kann.

Nächste Arbeitsschritte:

Neben der Weiterentwicklung der theoretischen Grundlagen des Projektes ist die weitere Durchführung exemplarischer Analysen geplant, mit denen die in ersten Ansätzen bestehende Zusammenarbeit mit Filmproduktionen und Fernsehredaktionen erweitert und systematisiert werden soll. Darüber hinaus müssen die Darstellungsformen der Analyseergebnisse an die Rezeptionsgewohnheiten von Filmproduktionen angepasst und die Praktikabilität der Präsentation überprüft werden. In einem weiteren Schritt sind Konzepte für die PR-Arbeit sowie die dafür notwendigen Materialien zu entwickeln, um weitere Kooperationspartner gewinnen zu können.

Projekt: Die Naturalisierung von Kognition, Semiose und Kommunikation

Bearbeiter: Wolfram Karl Köck

Kurzbeschreibung des Problembereichs:

Traditionell geistes-, sozial- oder kulturwissenschaftliche Phänomene und Probleme werden seit dem Aufstieg der Naturwissenschaften durch Orientierung an deren Theorien, Methodologien und Techniken (hinweg) zu erklären versucht. Seit dem Zweiten Weltkrieg hat der Paradigmenkomplex der Kybernetik auch den menschlichen „Geist“ und seine Leistungen einer radikalen „Vernaturwissenschaftlichung“ unterzogen, die gegenwärtig in den Kognitionswissenschaften intensiv betrieben wird. Besonders interessant sind die naturwissenschaftlichen Auseinandersetzungen mit Kognition, Semiose (bes. Sprache) und Kommunikation, deren technische (Teil-) „Objektivierungen“ oft schon als die Erfüllung des eingangs genannten Programms proklamiert werden.

Das Projekt zielt auf eine kritische Analyse und Rekonstruktion der Naturalisierung von Semiose (bes. Sprache) und Kommunikation sowie dafür relevanter Ansätze der Kognitionswissenschaften. Im Zentrum stehen Arbeiten zur naturwissenschaftlich inspirierten Semantik von Sprachen und nicht-sprachlichen semiotischen Systemen, vor allem Bildern, zur Problematik der biologischen Determiniertheit kognitiver, ästhetischer und Verhaltensphänomene (Schlüsselbegriffe „Instinkt“ und „Neuroästhetik“), sowie zur Theorie und Empirie neurobiologischer Modellierungen kognitiver, ästhetischer und semiotischer Phänomene (Schlüsselbegriff „Neurosemiotik“).

Wichtige Kooperationspartner sind (schon seit längerer Zeit):

- Prof. Dr. Dr. Olaf Breidbach, Institut für Geschichte der Medizin, Naturwissenschaft und Technik, Friedrich-Schiller-Universität Jena.
- Prof. Dr. Dr. Gerhard Roth, Institut für Hirnforschung, Universität Bremen; DFG-Sonderforschungsbereich 517, „Neuronale Grundlagen kognitiver Leistungen“, Universität Bremen/Universität Oldenburg; Hanse-Wissenschaftskolleg, Delmenhorst.
- Prof. Dr. med. Wolf Singer, Max-Planck-Institut für Hirnforschung, Frankfurt/Main.
- Prof. Dr. med. Detlef B. Linke, Abteilung für Klinische Neurophysiologie und Neurochirurgische Rehabilitation, Universitätskliniken Bonn.

Stand der Arbeit:

Zur Problematik der „Naturalisierung“ wurden im Jahr 1999 besonders die Teilaspekte „naturalistische Kognitionstheorie“, „naturalistische Semiotik“, „naturalistische (bes. nativistische) Sprachtheorie“ und „naturalistische Ästhetik“ bearbeitet, in Teilen auch mit Bezug zu medientechnischen Entwicklungen.

Ergebnisse der Arbeiten sind zum einen in Lehrveranstaltungen eingebracht bzw. in solchen diskutiert und vertieft worden (bes. in die Bonner und Bielefelder Hauptseminare „The Linguistics of Gender: the language of nature and the nature of language“, „Empirical Semantics“, „Cognitive Linguistics“ und „Language Acquisition“), zum anderen in Aufsätzen veröffentlicht worden, die z.T. erscheinen, z.T. noch im Druck sind (s.u. Kap. 7 Publikationen).

Mit Bedauern muss ausdrücklich festgestellt werden, dass die Weiterentwicklung und Operationalisierung drittmittelfähiger Einzelprojekte mit den oben aufgeführten Koope-

rationspartnern aufgrund der außerordentlich beschränkten LUMIS-Kapazitäten nur langsam voranschreitet bzw. immer wieder unterbrochen werden muss.

Projekt: Medienunterricht

Bearbeiter: Achim Barsch, Peter M. Hejl, Raimund Klauser, F. Meinhardt, Gebhard Rusch

Das Projekt schließt Lehrer, Fachwissenschaftler, Einrichtungen der Lehreraus- und Fortbildung sowie Unternehmen aus der Medienbranche zur kooperativen Erstellung, Erprobung, Vermittlung und Pflege von Unterrichtsmaterial für den Medienunterricht zusammen. Das Material schließt Alte und Neue Medien ein und gliedert sich in die Bereiche Medien-Grundlagen, Medien-Themen und Medien-Praxis. Es sollen Lehrerbrochüren mit (erprobten) Unterrichtsentwürfen und Lehrmitteln (z.B. Overhead-Folien) erstellt, Video-Tapes zu Anschauungs- und Analysezwecken angeboten, Text- und AV-Material-Sammlungen auf CD-ROM erstellt sowie eine Website im Internet aufgebaut werden, die Aktualisierungen des Materials und neue Angebote (per Download) verfügbar macht. Zur Erschließung des Materials für die Schulen werden Programme zur Moderatorenausbildung aufgelegt.

Organisationsrahmen:

Das LUMIS-Institut führt in diesem Projekt die an Medienunterricht in unseren Schulen originär interessierten Gruppen (Lehrer, Fachwissenschaftler, Praktiker, Unternehmer, Eltern und Schüler) kooperativ zur gemeinsamen Entwicklung von Lehr- und Lernmaterial zusammen. Dazu sucht das Institut auch die Kooperation mit den entsprechenden Landesministerien und Landesinstituten.

Mit Unterstützung von Partnern aus der Medienbranche (Verlagen, TV-Anstalten, Software-Entwicklern etc.) erstellen und erproben Lehrerinnen und Lehrer aus verschiedenen Bundesländern, mit unterschiedlichen Fächern und aus unterschiedlichen Schulformen in enger Kooperation mit Fachwissenschaftlern aus der Medien- und Kommunikationswissenschaft (Medien-Theoretikern, -Psychologen, -Soziologen, -Wirtschaftlern, Juristen, Technikern, etc.) Unterrichtsmaterial für den Medienunterricht.

Die einzelnen Unterrichtsreihen sollen selbst multimedial präsentiert werden und zugänglich sein als

- Lehrer-Broschüren mit kopierfähigem Arbeitsmaterial für Schüler bzw. OH-Folien;
- Web-Angebote, die aus dem Internet heruntergeladen werden können;
- Video-Material zu Anschauungs- und Analysezwecken;
- CD-ROM bzw. DVD zur Präsentation von AV-Material und zur Erschließung einer umfangreichen Textsammlung.

Im Verbund dieser drei Präsentationsformen kann das Material praxisnah, angemessen umfangreich und aktuell gehalten werden.

Medienwissenschaftliche und medienpädagogische Basis:

Die Entwicklung des hier geplanten Unterrichtsmaterials für den einzelfachlichen und fächerübergreifenden Medien-Unterricht geht auf der Basis des aktuellen Standes der Kommunikations- und Medienwissenschaften von folgenden Grundannahmen und Grundsätzen aus:

1. Das Konzept des „**Aktiven Publikums**“ ist im vollen Sinne ernst zu nehmen. Das bedeutet, danach zu fragen,

- wie Menschen, eingebettet in konkrete kulturelle, soziale und situative Umgebungen auf der Basis ihrer jeweiligen kognitiven und affektiven Voraussetzungen Medien benutzen und
- welche Folgen bzw. Effekte dies für sie selbst, für ihre Umgebung sowie für Kommunikation und Medien hat.

Dieser Ansatz geht davon aus, dass Medien von Akteuren (bewusst oder unbewusst) nach subjektiven Wissens- und Erfahrungsvoraussetzungen, Motivationen und Zielen funktionalisiert werden. Die Inanspruchnahme von Medien für die Erreichung von Handlungszielen verweist auch auf ihre Entstehungs- und Veränderungszusammenhänge in der zwischenmenschlichen Interaktion. Kommunikationsmittel werden in Wechselwirkung mit der funktionalen Ausdifferenzierung von Gesellschaften und abhängig von funktionalen Anforderungen ausdifferenziert (z.B. in Soziolekte, Fachsprachen, Genres, etc.). In diesem Sinne kreieren, konventionalisieren und verändern die Gesellschaftsmitglieder Medien als Mittel in der Verfolgung ihrer kommunikativen und rezeptiven Handlungsziele bzw. in der Regulation ihrer kognitiv-affektiven Befindlichkeiten.

2. Kommunikationsmittel und Medienangebote tragen Informationen und Bedeutungen nicht in sich. Sie sind keine Container oder Kanäle, die Botschaften oder Inhalte transportieren. Vielmehr erzeugen Mediennutzer (Produzenten ebenso wie Rezipienten) auf der Basis persönlicher kognitiver Voraussetzungen aktiv Information und Bedeutung, die sie dann dem Medienangebot attribuieren. Botschaften und Inhalte sind nutzerspezifische Konstruktionen. Die Einsicht, dass **Information und Bedeutung erzeugt** und nicht von einem Sender zum einem Empfänger *übertragen* werden verändert zwangsläufig den Begriff von Kommunikation.

3. Wenn **Kommunikation** nicht mehr als Übermittlung von Botschaften zwischen Sender und Empfänger vorgestellt werden sollte, dann führt dies zu einer Aufspaltung des gängigen Kommunikationsbegriffs. Kommunikation kann dann nicht mehr einfach als Austausch von Zeichen und Botschaften mit der Folge von Verständigung begriffen werden, sondern muss in die jeweils **subjekt-autonomen** Prozesse der

- *Produktion, Präsentation und Adressierung* von Kommunikationsofferten und Medienangeboten einerseits und der
- *Rezeption* solcher Angebote andererseits aufgespalten werden.

Mit diesem Schritt werden Kommunikation und Rezeption, neben Medien-Produktion, Medien-Vermittlung, Medien-Distribution, etc. als Medienhandlungen modellierbar, die in gesellschafts- und mediensystemische Zusammenhänge integriert sind. Neben die Grundbegriffe „Kommunikation“ und „Medien“ tritt also der Begriff des **Medienhandelns**, der nun auch die Integration neuer Formen des Umgangs mit neuen Medientypen (z.B. interaktiven Video- und Computerspielen) theoretisch und anwendungsbezogen zu bearbeiten gestattet.

4. Es ist seit langem deutlich, dass ein auf Produkte bzw. auf technische Systeme reduzierter Medienbegriff die komplexen Phänomene und Zusammenhänge, die mit Ausdrücken wie „natürliche Sprache“, „Print“, „Audiovision“, etc. angesprochen werden, kaum zu repräsentieren vermag. Es ist daher ein **erweiterter Medienbegriff** nötig, der Medien als konventionalisierte Kommunikationsmittel einschließlich sozialer und technischer Organisationen und Einrichtungen für ihren Gebrauch, d.h.: als kog-

nitiv-sozio-technische Systeme konzeptualisiert. Ein solcher Medienbegriff schließt an **ökologische Modelle** an, weist jedoch mit Blick auf den kulturellen, sozialen und kommunikativen Raum ausdrücklich jene aus biologischen Ökosystem-Vorstellungen stammenden normativen Ableitungen (z.B. hinsichtlich gesunder oder pathologischer Zustände oder Entwicklungen) zurück.

5. Durch die Erweiterung des Repertoires der Grundbegriffe und die systemische Fassung des Medienbegriffes selbst, wird auch die Fixierung der Wirkungsforschung auf Rezeptionsprozesse aufgebrochen. Ein **erweiterter Wirkungsbegriff** erlaubt dann die Thematisierung von Kommunikations- und Medienhandlungswirkungen für jeden Typ von Medienhandlung und zwar sowohl mit Blick auf Wirkungen, Effekte, Folgen für die Akteure selbst als auch mit Blick auf Wirkungen bei Adressaten, Rezipienten, Konsumenten von Kommunikationsofferten und Medienangeboten. Schließlich kann die Perspektive auf Effekte, Folgen oder Konsequenzen der Existenz und Performanz von Mediensystemen in und für Gesellschaften und deren Mitglieder erweitert werden im Sinne einer *Mediensystem-Wirkungsforschung* (z.B. hinsichtlich der Auswirkungen auf die soziale Organisation, die Veränderung von Wahrnehmung und Kognition, etc.).
6. Mit der in den vorangehenden Grundsätzen deutlichen konstruktivistischen Orientierung sind auch entsprechende medienpädagogische Schwerpunktsetzungen verbunden. Werden medienpädagogische Angebote und Interventionen nicht mehr instruktiv, sondern als Moderationsversuche, Hilfen und mögliche Unterstützungen für autonome Prozesse der Selbstsozialisation und des Lernens verstanden, so stellt sich als medienpädagogische Aufgabe die Entwicklung von **Medienhandlungskompetenzen**. Dabei geht es um die Entwicklung von Maßnahmen zur Verbesserung der Chancen für einen (selbst-) verantwortlichen, befriedigenden, sozial und ökologisch validen und kreativen Umgang der Menschen mit ihren Medien im Rahmen der (Mit-) Gestaltung sozialer Wirklichkeit.

Das Ziel der Entwicklung von Medienhandlungskompetenzen kann sinnvoll nur gefördert werden durch die Schaffung entsprechend **handlungsorientierter Lehr- und Lernumgebungen** (wozu z.B. je nach kognitiver Anschlussfähigkeit, Lernmotivation, Lerngeschwindigkeit, etc. interaktive Medien, authentische Situationen und Anforderungen, attraktive Aufgaben und sanfte Überforderungen gehören), die Lernenden jene autonomen und für jedes Subjekt spezifischen persönlichen kognitiven Veränderungen abnötigen, die Bedingungen der Möglichkeit emanzipierter Mediennutzung sind.

Mit dem hier nur skizzierten konzeptuellen Rahmen profiliert sich dieses Projekt deutlich sowohl in seinen theoretischen Grundlagen, als auch in seiner medienpädagogischen Ausrichtung:

Ziele:

- 2.1 Mit Blick auf die **Lernenden** soll das Material die Erreichung der folgenden Ziele fördern:
 - Entwicklung kritischer Medienhandlungskompetenzen,
 - Vermittlung von Medien-Wissen und
 - Entwicklung von Fertigkeiten für einen kreativen, kritischen und sozial verantwortlichen Umgang mit Medien (aktive Mediennutzung).

2.2 Mit Bezug auf das **Material** sollen folgende Ziele verwirklicht werden:

- Bereitstellung von **Lehrerbroschüren** zu einzelnen Unterrichtseinheiten;
- ergänzend sollen kopierfähige Abbildungen oder Graphiken, möglichst **Overhead-Folien** für den sofortigen Einsatz im Unterricht erstellt werden;
- zur Veranschaulichung und zu **Analysezwecken sowie zur Vertiefung soll AV-Material auf Video**, CD-ROM oder DVD angeboten werden: Ausschnitte aus Filmen und TV-Programmen, für den pädagogischen Bedarf produzierte Programme, medienhistorische Beispiele;
- zur Vertiefung soll eine Sammlung von **Sekundartexten** auf CD-ROM / DVD angeboten werden;
- Unterrichtsmaterial soll über eine **Projekt-Web-Site** zur Aktualisierung und zur Ergänzung der Sammlung für das Downloading angeboten werden.

Anforderungen:

3.1 Anforderungen an das zu erstellende **Material (Lehrerbroschüren)**:

- Einsatz zunächst in den Medien-Fächern: **Deutsch, Pädagogik, Sozialwissenschaften**, dann aber auch für Unterricht in Philosophie, Kunst, Geschichte und in naturwissenschaftlichen Fächern (dort etwa zur Rolle von Medien / Medialisierungen für das Verständnis z.B. von chemischen oder physikalischen Strukturen und Prozessen).
- Eignung für **fächerübergreifenden** Unterricht / Projektunterricht; es sollen Reihen mit eher übergreifenden und solche mit eher spezifischen Bezügen angeboten werden, die auch Fächerschwerpunkte mit Bezügen zu anderen Fächern bilden.
- Unterrichtsreihen sollten für **12 – 18 Unterrichtsstunden** geplant werden, jedoch so aufgebaut sein, das Elemente ausgekoppelt und mit Elementen aus anderen Reihen kombiniert werden können (z.B. Reihen aus dem Grundlagenbereich).
- **Modulares System** aus frei kombinierbaren Themenvorschlägen und Einzel-Entwürfen, die vom Fachlehrer bedarfsspezifisch ausgewählt werden können.
- **Medienübergreifend** mit Spezialisierungsmöglichkeiten auf Einzelmedien.
- Zu jeder Reihe sollen **Graphiken und Abbildungen** (als Overheadfolien) zur Veranschaulichung und Vertiefung mitgeliefert werden, es sollen **Hinweise auf Text-, Bild-, und AV-Material** gegeben werden, das auf Video oder CD-ROM / DVD verfügbar gemacht wird. Ergänzend sollen Hinweise auf vorhandenes Material z.B. bei Kreisbildstellen, etc. gegeben und Bezugsadressen für weitere Unterrichtshilfen mitgeteilt werden.

3.2 Anforderungen an die **Projektteilnehmer**

- **Lehrer und Fachwissenschaftler** sollten interessiert sein an der **kooperativen Konzipierung von Unterrichtsentwürfen bzw. der gemeinsamen Erstellung von Lehrerbroschüren**. Dazu sollten Lehrer und Wissenschaftler ihr ggf. schon selbst entwickeltes und im Unterricht bzw. der Lehre der letzten Zeit eingesetztes Material einbringen, um dieses im Abgleich mit dem aktuellen Stand der Forschung bzw. den schulpraktischen Anforderungen weiter zu entwickeln.
- Von Seiten der **Kommunikations- und Medienwissenschaftlern** wäre reihenspezifisch der aktuelle **Forschungsstand** (mit entsprechenden Anregungen für Unterrichtseinheiten) sowie eine aktuelle Frage- bzw. **Problemperspektive** einzubringen.
- **Lehrer** sollten bereit sein, die gemeinsam konzipierten Unterrichtsreihen im eigenen Unterricht zu evaluieren und zu optimieren.
- Kooperationspartner aus der **Medienpraxis** (z.B. Verlage, TV-Programmanbieter, Medienproduzenten, Softwarehersteller) sollten bereit sein, Text-, Software- und AV-

Material aus ihrer eigenen Produktion für die Zwecke des Projekts anzubieten sowie eine Plattformen für die Herstellung des Unterrichtsmaterials (Broschüren, CD-ROMs, Video) zur Verfügung zu stellen; u.U. sollte dies auch die Neuproduktion von Lehrmitteln (z.B. Computersimulationen, TV-Lehrfilme, etc.) einschließen.

- Einrichtungen der **Lehreraus- und Fortbildung** sollten das Projekt bei der Ausbildung von Moderatoren, der Evaluation des Unterrichtsmaterials und der Implementierung im Schulunterricht unterstützen.
- Von Seiten der **öffentlichen Hand** (Fachministerien, Forschungsförderung, etc.) wäre neben der ideellen Unterstützung und neben Hilfen bei der Implementierung (Ausbildung von Moderatoren) die Finanzierung einer Koordinationsstelle für die Laufzeit des Projekts sowie ein Beitrag zur Finanzierung der Arbeitstagen und Workshops zu wünschen.

Anlage des Materials: Thematisch-Inhaltliche Gliederung

Drei-Säulen-Modell (Unterrichts-Reihen zu Themengebieten/Einzelthemen, jeweils medienübergreifend mit medienspezifischen Spezialisierungen für: mündliche Kommunikation, Schrift, Print, Photographie, Film, Radio, Fernsehen, Video, Computer):

1. Säule: Medien-**Grundlagen**
2. Säule: Medien-**Themen**
3. Säule: Medien-**Praxis**

Ad 1) Medien-Grundlagen: Vermittlung von theoretischen Kenntnissen und kritischer Reflexionskompetenz (offene Stichwortlisten)

- Medien- u. Kommunikations-Theorie: Kommunikation, Rezeption, Kommunikations-Modelle, Kommunikations-Episoden, Verstehen, Medienbegriffe, Mediengattungen, Medienökologie, etc. (Realisation begonnen).
- Medien-Geschichte: Von Face-to-Face zu Face-to-Face, Oralität und die Entstehung von Schrift, Technologische Entwicklung und Kommunikationsformen, die Entstehung der Gutenberg-Galaxis, auf Gutenbergs Schultern, Zukunft der Kommunikation, etc.
- Medien-Soziologie: Institutionen, Konventionen, Handlungsrollen, Medienberufe, Mediensysteme, Mediensozialisation, etc.
- Medien-Psychologie: Wahrnehmung und Verarbeitung von Medienangeboten, Moodmanagement, Emotionen, Gratifikationen, Involvement, Transaktionen, Informationsmanagement, Lernen mit Medien, etc.
- Medienwirtschaft: Medienunternehmen (Produktion, Handel, Verleih, Agenturen, etc.), Printmedienmarkt, Filmförderung, nationale u. internationale Märkte, etc.
- Medienrecht: Copyright, Persönlichkeitsrechte, Meinungsfreiheit, Pressefreiheit, Jugendschutz, Zensur, etc.
- Medienerziehung: Konzeptionen von Medienerziehung, Kompetenzbegriff, etc.
- Medienwirkungen: Produktionswirkungen, Rezeptionswirkungen, Vermittlungswirkungen – Erweiterter Wirkungsbegriff.
- Medienethik: Verantwortung von Machern, Journalismus zwischen Information und Unterhaltung, etc.

Ad 2) Medien-Themen

- Medien im Leben (Kindheit, Jugend, Alter) (Realisation begonnen)
- Werbung & PR
- Gewalt in den Medien, Gewalt in der Gesellschaft
- Medien und Bildung (Aus-/Weiter-/Fort-)

- Medien und Berufsleben
- Kultur und Medien
- Medien und Freizeit
- Medien und Politik
- Verantwortung (Ethik) im Medienhandeln
- Medienrecht
- Süchtig nach Medien?
- Geld für Medien
- Medien-Wirklichkeit
- Mediengattungen (Sprache, Theater, Bilder, Telefon, Kino, Radio usw.)
- Literalität als Basis-Kompetenz, Leseförderung
- Neue Medien, Multimedia und die Zukunft der Kommunikation

*Ad 3) **Medienpraxis:** Vermittlung von Basisfertigkeiten für den kreativ-kritischen Umgang mit Medien (Medienschwerpunkt AV- / Elektronische Medien)*

- Analyse: Konversationsanalyse, Textanalyse, Bildanalyse, Interpretation, Inhaltsanalyse (EDV), Filmanalyse, TV-Analyse (TV-Formate), Musikanalyse, AV-Analyse (Video u. Computer-Games), etc. (Erweiterte Produktanalyse bzgl. Kontexte, Funktionen, Handlungseinbettung, etc.); Realisation begonnen.
- Medienbenutzung: Einführung in Handhabung von Geräten (Print, Audio, AV- Rezeption und Produktion) und Programmen, (z.B. PC: Textprozessoren, Graphik-Pakete, Datenbanken, Internet), etc.
- Produktion: Textproduktion (Genres), Text-Bild-Kombination (z.B. Werbung, Layout von Broschüren und Büchern, z.B. Schulzeitung, Schulinfo, Schulprospekt, o.ä.), Audioproduktion (Hörspiel, Feature, Interview, etc.), AV-Produktion (Video), CD-ROM-Produktion, Herstellung und Design von Homepages und WEB-Sites, etc.
- Exploration (Wiss. Propädeutik): Medienbezogene Studien, Erhebungen, etc.
- Erotik: Spaß mit Medien, Lesevergnügen, Attraktivität von Medien, mit Medien spielen, etc.

Zeitplan:

Vorbereitungsphase	ab Frühjahr 1999
Auftaktveranstaltung	Initial-Tagung 14./15. Februar 2000 (Rheinland-Pfalz) Konstituierung der Projektgruppe Strategische Planung und Aufgabenverteilung
2. Hälfte 2000	1. Workshop: Schwerpunkt Medien-Grundlagen
1. Hälfte 2001	2. Workshop: Schwerpunkt: Medien-Themen
2. Hälfte 2001	3. Workshop: Schwerpunkt: Medien-Praxis
1. Hälfte 2002	Abschluss-tagung: Präsentation und Bewertung

Abhängig von der Unterstützung durch die Länder könnten parallele Veranstaltungsreihen in anderen Bundesländern (in Kooperation mit dortigen Einrichtungen der Lehraus- und Fortbildung) installiert werden.

Projekt: Evaluation von Kultursponsoringmaßnahmen

Bearbeiter: Gebhard Rusch mit Studierenden des Medienstudiengangs

Stand der Arbeit:

In der Zeit vom 27. - 30. Oktober 1999 wurde eine erste Erhebung in Zusammenarbeit mit der Agentur BISDATO, Graz, für die Steirische Landesregierung zur Evaluation der Steirischen Landesausstellung „Verkehr“ in Knittelfeld bei Graz durchgeführt. Die Erhebungen schlossen Ausstellungsbesucher, Sponsoren, die Agentur BISDATO, die Organisatoren in der Landesregierung, die Ausstellungsleitung und das Ausstellungspersonal ein. Die erhobenen Daten befinden sich zur Zeit in der Auswertung.

Die Kooperation mit der Fa. Dornbracht, Iserlohn, sieht eine Reihe von Untersuchungen zur Evaluation des Sponsoring und des kulturellen Engagements des Unternehmens bei Mitarbeitern, Kunden, Multiplikatoren, etc. vor. Eine erste Untersuchung (einer Aktion der Reihe „Statements on tour“) wurde im November in Erlangen durchgeführt.

Grundsätze und Orientierungen:

Die folgenden Überlegungen sollen zentrale Fragestellungen und mögliche Aktivitäten des Projektseminars umreißen, in ihren Schwerpunkten charakterisieren und systematisch zueinander in Beziehung setzen.

Neben der Klärung der Begrifflichkeit von Kultur und Sponsoring wird es dabei insbesondere um die Anlage, Organisation und Integration der als erforderlich erachteten Forschungs- und Entwicklungsaufgaben im Bereich der Evaluation von Kultursponsoringmaßnahmen gehen.

Kulturbegriffe

Der Kulturbegriff ist vieldeutig und schillernd. Zwischen den Extremen, die Kultur einerseits im engeren Sinne mit (hoher) Kunst, andererseits im weitesten Sinne mit Gesellschaft gleichsetzen, können vor allem folgende, für das Projekt wichtige Kulturbegriffe identifiziert werden:

- (1) Populärbegriff von Kultur nach dem Bewahr- und Pflege-Konzept:
 - enger Kulturbegriff
 - Kulturgüter mit hohen ideellen und materiellen Werten
 - Kultur als Bildungsgut, Kulturschaffende als Ausnahmepersönlichkeiten
 - Kanonisierte Formen und Inhalte:
 - primär: Bildende Kunst, Musik (E-),
 - sekundär: Literatur, Theater, Musik (U-Genres, z.B. Jazz)
 - tertiär: Photographie, Film, Kunsthandwerk
 - Kulturförderung legitimatorisch; Paradigma: Mäzen

SPONSORING eröffnet hier Zugang zu „gebildetem“ Publikum, sozialen und ökonomischen Eliten, lässt auf Imagegewinne durch Transfers auf Unternehmen, Marken, Produkte hoffen.

- (2) Pragmatischer Kulturbegriff nach dem Gestaltungs- und Partizipationskonzept:
 - weiter Kulturbegriff
 - Kultur als differentia specifica von Lebensformen und Sozialsystemen
 - Kanonisierte, populäre und Avantgarde-Kunst-Formen

- alle Gestaltungsformen von Arbeit, Alltag, Freizeit
- Gebrauchs-Kunst
- Handwerks-Kunst
- Bau-Kunst
- Lebens-Kunst
- Umwelt-Gestaltung

Kulturförderung in diesem Sinne wird verstanden als Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung und Mit-Gestaltung gemeinsamer Lebenswirklichkeit: RESPONSORING (responsibility-sponsoring), eröffnet selektiven Zugang zu breitem Publikum oder segmentierte Teil-Publika, lässt auf Imagegewinne durch Transfers (gemäß klass. Kulturbegriff) sowie durch glaubwürdige Sozialpartnerschaft auf Unternehmen, Marken, Produkte hoffen.

Sponsoring

Der Begriff des Sponsoring scheint mit Blick auf die Sekundärliteratur im wesentlichen formal bestimmt als

- (1) Kommunikationsmaßnahme, die Unternehmenszielen dienen soll;
- (2) Kommunikationsmaßnahme, die im Kommunikations-Mix integriert sein soll, d.h. andere Maßnahmen begleiten und von anderen Maßnahmen begleitet sein soll, die aufeinander verweisen;
- (3) Leistung eines Unternehmens für die – anders als im Mäzenatentum – Gegenleistungen (z.B. Zulassung von Funktionalisierungen für werbliche Kommunikation) von Geförderten erbracht werden.

Über das Rollenverständnis von Sponsor und Gesponsortem kann weiter nachgedacht werden, z.B. unter den folgenden Gesichtspunkten:

- (4) (a) Sponsoringmaßnahmen sollen nachhaltigen Förderungs- / Unterstützungseffekt für den Gesponsorten haben.
(b) Der Gesponsorte muss in einem explizierbaren Sinne "bedürftig" sein, z.B. unfähig, aus eigenen Ressourcen etwas Vergleichbares zu leisten.

Prominente und finanziell unabhängige Unternehmer (Profi-Sportler, Profi-Vereine, künstlerisch Freiberufliche, etc.) können i.d.S. nicht gesponsort, sondern nur durch (z.B. Werbe- oder Joint-Venture-) Verträge gebunden werden. In der Grauzone zwischen Sponsoring und Werbung ist fraglos, dass beide Partner wirtschaftlich erheblich profitieren. Im Sponsoring kann (sollte?) der Profit der Partner asymmetrisch zugunsten des Gesponsorten sein. Förderung wird problematisch, wenn der Förderer durch die Maßnahme sich selbst stärker fördert als den Geförderten.

Hier sind Übergänge zum Social-Sponsoring einerseits, zu Werbung und Verkaufsförderung andererseits zu markieren:

Ein solches Verständnis könnte in folgenden Begriff von Sponsoring münden:

Sponsoring: Vertraglich geregelte Ausstattung eines Akteurs (z.B. eines Sportlers) mit Finanzmitteln, Serviceleistungen oder Produkten eines Unternehmens zur Erfüllung der vom Akteur unternehmensunabhängig gesetzten eigenen Handlungsziele, wobei der Akteur Gegenleistungen im Rahmen der Verwertung des Sponsoring für Zwecke der Unternehmenskommunikation des Sponsors erbringt.

Für eine ökologisch valide Bestimmung des Sponsoringbegriffs ist auf das Image von Sponsoring in der Öffentlichkeit zu achten (cf. Angenendt 1993).

Es scheint begründet (wenngleich auch nicht üblich), Sponsoring als einen Aktivitätstyp im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit von Unternehmen zu verorten:

Sponsoring erscheint dann als unternehmensorientierte Kommunikationsmaßnahme im erweiterten Management von PR. Sponsoring erreicht anderes als andere Kommunikationsinstrumente potentiell alle Kontaktgruppen im Rahmen der Unternehmensaktivitäten. Neben den Kommunikationsmix in Werbung und PR sollte ggf. entsprechend ein unternehmensspezifischer *Sponsoring-Mix* treten.

Konzeption zur Evaluation von Kultursponsoring:

Forschung und Entwicklung für das Sponsoring ist lokalisiert an den Schnittstellen zwischen Sponsoring-Maßnahmen, Sponsor und Gesponsertem.

Für die Entwicklung von **Sponsoring-Strategien** sind **Interventionsmodelle** für die einzelnen bereits praktizierten sowie für denkbare weitere Maßnahmentypen (dem erweiterten Kulturkonzept entsprechend in den Bereichen Bildende Kunst, Musik, Literatur, etc.) erforderlich. Interventionsmodelle repräsentieren abhängig von kontrollierbaren Randbedingungen und konkreten Zielvorgaben Einsatz- und Steuerungsmöglichkeiten für Sponsoring-Maßnahmen. Dafür sind für jeden einzelnen Maßnahme-Typ **Situationsmodelle**, **Akteur- bzw. Publikumsmodelle** und potentielle **Effekt- bzw. Wirkungsmodelle** zu entwickeln. Auf der Basis solcher Modellbildungen können dann Sponsoring-Maßnahmen abhängig von unternehmensspezifischen Voraussetzungen (z.B. Branchen, CI, Unternehmens-Image, Produkt-Image, Zielgruppen, Kapitaleinsatz, Kommunikations-Mix, etc.) geplant und nach Maßgabe kontrollierbar zu erzielender Effekte evaluiert werden.

Die Bezugssysteme und Maße für solche Evaluierungen sind insbesondere für den qualitativen Bereich zunächst erst auf der Basis empirischer Untersuchungen einer möglichst großen Zahl von Sponsoring-Maßnahmen der unterschiedlichen Typen zu gewinnen.

Kriterien für die Evaluation sind aus (u.a. kommunikativen) Unternehmenszielen und konkreten Sponsoring-Zielen einerseits sowie aus allgemeinen kognitionstheoretischen und sozialpsychologischen Annahmen andererseits abzuleiten, z.B.:

- Kosten-Nutzen-Relation
Nutzen bestimmt in Begriffen von:
- Image-Gewinnen bzw. Image-Improvements
- Steigerung des Bekanntheitsgrades
- Akzeptanz-Gewinnen
- Ranking Position unter konkurrierenden Unternehmen, Marken oder Produkten
- Kontaktzahl pro Maßnahme (direkt / indirekt)
- Kontaktqualität
- Persistenz von Effekten, z.B. Stabilität von Images

Voraussetzungen dafür dürften sein:

- Image-Kompatibilität (von Unternehmen, Produkten, Marken und Sponsoring-Maßnahmen-Typ, gesponserter Persönlichkeit oder Institution, von

Kunden einerseits und Publikum von Sponsoring-Maßnahmen andererseits, von bisherigen Kommunikationsmaßnahmen und neuen Sponsoring-Maßnahmen, etc.)

- Persistenz von Sponsoring-Engagements
- Integration von Sponsoring-Engagements in die CI
- etc.

Situationsmodelle

Situationsmodelle repräsentieren relevante Faktoren für einzelne Sponsoring-Maßnahmen-Typen in den Bereichen Bildende Kunst, Musik, Literatur, etc. Das Konzept der Situationsmodelle ist noch erweiterbar im Sinne von Lönnekers „Wirkungsumfeld“-Begriff (cf. Lönneker 1994).

Zum Bereich „**Bildende Kunst**“ wären zu zählen: Malerei, Bildhauerei, Performance / Installation, Land-, Video-, Concept-, Minimal-, Etc.-Art sowie Grenzgebiete wie Photographie, Film/Video, Kunsthandwerk (z.B. Goldschmiedekunst, Möbeltischlerei), Architektur, Design jeweils in ihren kanonisierten und avantgardistischen Formen.

Zum Bereich „**Musik**“ wären zu zählen: Konzert (klass.), Orchester-Konzert, Kammer-Konzert, Gesang (Solo, Chor), Oper, Operette, Musical, Pop-Concert (div. Genres, Solisten, Bands), Volksmusik (Bands, Chöre, Solisten), andere als konzertante Events, z.B. Festivals; jeweils in ihren kanonisierten und avantgardistischen Formen, jeweils in ihren kanonisierten und avantgardistischen Formen.

Zum Bereich „**Literatur**“ wären zu zählen: Veröffentlichungen (Sonderdrucke, Monographien, Anthologien, Zeitschriften), Lesungen (Solo, Festivals, Tagungen), Adaptationen (z.B. Verfilmungen - Doppeleffekt von Literatur- u. Filmförderung), Ausstellungen / Inszenierungen, populäre, avantgardistische und kanonisierte Formen.

Akteur- und Publikumsmodelle

Für jeden Maßnahmen-Typ müssen entsprechend Akteur- und Publikumsmodelle auf der Basis empirischer Erhebungen entwickelt werden. Diese Modelle müssen soziodemographische und psychographische Merkmale des jeweiligen Publikums verfügbar machen. (An solchen Modellen wird bereits von verschiedener Seite z.B. für das Sport- und Kultursponsoring gearbeitet).

Beispiel: „**Galeriebesucher**“

- engagierte Kunst-Interessierte
- Künstler, Galeristen, Wissenschaftler
- Kunst-Käufer
- Kunst-Sammler
- Mäzene
- Kritiker
- Freundeskreis von Künstlern, Galeristen
- Stammkunden

- obere Einkommensgruppen
- höhere Bildungsabschlüsse
- dominante Altersgruppen: > 30

- ästhetische Ansprüche auch bzgl.
Essen,
Kleidung,
Wohnen,
Freizeit, Urlaub, etc.
- Interesse an Literatur, Theater, Geschichte, Wissenschaft, fremden Kulturen,
Medien
- Sonstige Freizeit-Aktivitäten
- Präferenz für exklusiven Lebensstil,
- Ablehnung von: z.B. Massenkultur
- Politische Werte: z.B. innovativer Konservatismus, Weltbürgertum
- Wünsche, Lebensziele, etc.

Effekt- bzw. Wirkungsmodelle

Im hier verfolgten Zusammenhang sind Effekte von Kultur-Sponsoring-Maßnahmen insbesondere **im qualitativen Bereich** von

- Wahrgenommener Sponsorpräsenz
- Wissensstrukturen → Images, und
- Anmutungen / Einstellungen / Werthaltungen

von Interesse. Veränderungen von Images treten nicht nur beim Publikum (z.B. als Rezeptionswirkungen), sondern auch bei den Beteiligten auf Seiten der Sponsoren (als Kommunikationswirkungen, z.B. als Lerneffekte im Hinblick auf die Durchführung und die beobachteten Folgen einer Maßnahme) auf.

Wahrnehmung von Sponsorpräsenz (Logos, Namen) kann experimentell unter Laborbedingungen für Kommunikationsmittel wie Tickets, Plakate, Flyer, etc. exploriert werden durch

- strukturierte Interviews
- tachistoskopische und ähnliche Verfahren
- Blickregistrierung

Im Feld und angesichts der Diversität von Maßnahmetypen, Publika und Situationen sind derartige Verfahren kaum einsetzbar. Es ist jedoch möglich, die Methode des

- lauten Denkens

als **Tracking-Verfahren** zur Exploration der Gesamteindrücke heranzuziehen, die Teilnehmer in konkreten Situationen realisieren:

- lautes Wahrnehmen
- Wahrnehmungsprotokolle

Veränderungen von **Wissensstrukturen / Images** können in **Zeitreihenuntersuchungen** mit unterschiedlichen Verfahren beobachtet werden, z.B.

- Konzept- bzw. Schema-Exploration im strukturierten Interview
- Exploration Subjektiver Theorien (Heidelberger SLT)
- Assoziationstests

Veränderungen von **Anmutungen / Einstellungen / Images** können erfasst werden z.B. mit dem

- Semantischen Differential

- die Messung physiologischer Parameter ist wiederum am ehesten unter Laborbedingungen möglich, wenngleich z.B. Messungen von
 - Pulsfrequenz oder auch
 - Hautwiderstand
 technisch im Tracking-Verfahren realisiert werden könnten.

Soziodemographische und **psychographische Basisdaten** der unterschiedlichen Publika sind zu gewinnen durch

- Fragebogen und
- Standardisierte Tests, z.B. WET

Die **Kompatibilität** von Unternehmens- bzw. Produkt- oder Marken-Images, Kunden- und Zielgruppen sowie Sponsoring-Maßnahmen-Typ, Publikum, etc. kann durch statistische Verfahren (auf Distanzen, Klumpungen, Schnittmengen o.ä.) abgebildet werden.

Quantitative Indikatoren für Reichweite (z.B. Kontaktzahl) und Tiefe (z.B. Intensität, Stabilität) des Effekts einer Maßnahme in den Medien (z.B. **Clippings**) sind als Basisdaten komplementär zu den qualitativen Daten zu berücksichtigen.

Im Projekt wird es zunächst darauf ankommen, den Status Quo der Forschung und Entwicklung zu sondieren, um auf dieser Basis die Ausarbeitung der weiteren Voraussetzungen und geeigneter Instrumente, vorzugsweise mit direktem Bezug zu konkreten Anwendungsfällen in der Planung und Evaluation von Kultursponsoringmaßnahmen zu betreiben.

Projekt: Vergleichende Studien zur Kompetenzentwicklung bei Abiturienten als Teilprojekt einer Kompetenzentwicklungsoffensive im Verbund von Industrie, Hochschulen und Schulen

Im letzten Jahrzehnt hat sich z.B. die Stellung deutscher Chemie- und Pharmaunternehmen auf deutschen und internationalen Märkten erheblich verändert. Alte Märkte gehen verloren. Innovationen werden zunehmend zum entscheidenden Überlebenskriterium. Hinzu kommt das derzeit wieder intensiv diskutierte Problem mangelnder Verständigung zwischen Experten und Laien: Naturwissenschaften und Technik bestimmen immer mehr die Bedingungen unserer materiellen und geistigen Existenz. Die Wirklichkeit in der wir leben, wird immer mehr zum Werk unserer Hände. Bei aller oberflächlich und kurzzeitig ausgelösten Faszination wird uns – obwohl selbst gemacht – diese Welt auch fremder. Je mehr wir wissen und technisch verwirklichen, desto mehr nehmen Unsicherheiten und Orientierungslosigkeit zu. Ausgehend von der These, dass die Verständigungsschwierigkeiten über die Grundlagen unserer Existenz ein tiefgreifendes Bildungsdefizit kennzeichnen, werden derzeit folgende Studien durchgeführt:

Studie 1: Die Bedeutung einer *prozessualen* Naturinterpretation für die Konzeption des Chemieanfangsunterrichts

Bearbeiter: Volker Scharf, Andreas Woyke, Helmut Kaufmann

Ausgehend von der Beobachtung, dass wir heute in unserem westlichen Kulturkreis mit schneller ablaufenden Wandlungen wenig gelassen und reflektiert umgehen, wird versucht, am Beispiel des in der Chemie zentralen Begriffs „Wandlung“ bzw. „Reaktion“

Ursachen dafür zu identifizieren. Unsere kulturbedingte Denktradition, aus der Flut und Flucht der Ereignisse, „Konstantes“ als Begriff herauszufiltern, „auf den Begriff zu bringen“, führt zu der Verlegenheit, „Wandlungen“, „Veränderungen“ und so gesehen insbesondere auch chemische Reaktionen in einem durchaus wörtlichen Sinne nicht „begreifen“, sondern nur erschließen zu können. Die Tiefendimension dieses Problems wird in AUGUSTINs berühmter Reflexion über den Zeit-Begriff deutlich. P. JANICH knüpft indirekt daran an: Die Tatsache, dass Chemie von Philosophie und umgekehrt kaum wahrgenommen wird, während „Bindestrich-Philosophien“ bei anderen Disziplinen längst etabliert sind, begründet er u. a. damit, dass sich heute Chemie in Unterricht und Lehre in einer Art präsentiert, die einseitig auf „Stoffe“, „Edukte“ und „Produkte“ ausgerichtet ist, der Prozess selbst aber nur eine marginale Rolle spielt und auch der Prozess des Auffindens und Begründens von chemischem Wissen vernachlässigt wird.

Ziel der Studie ist es

- die mit der etablierten Einführung in das Fach Chemie über das Konzept „Stoffe und ihre Eigenschaften“ verbundenen Defizite bezüglich des Interesses an diesem Fach und des Verstehens seiner Inhalte im Rahmen von Fallstudien mit Schülerinnen und Schülern der Klassen 8 und 9 an zwei Gymnasien zu erfassen, primär qualitativ zu deuten und zu systematisieren;
- in einer breiter angelegten begriffsgeschichtlichen Untersuchung den Wandel des Verstehens von Natur zu analysieren und insbesondere auch die Frage zu beantworten, ob und aus welchen Gründen die Prozesskategorie zurückgedrängt wurde;
- aus der Betrachtung der historischen Entwicklung unseres Naturverstehens heraus, insbesondere die Position des Referenzrealismus von J. SCHUMMER dahingehend zu prüfen, ob sich aus dieser Sicht heraus eine stärkere Akzentuierung des Wandlungsbegriffes im Chemieanfangsunterricht begründen und konkret verwirklichen lässt;

Studie 2: Vergleichende Studie zur Auswirkung des neuen „Seminarfaches“ an thüringer Gymnasien (auf 3 Jahre festgelegtes Drittmittelprojekt des Kultusministerium des Landes Thüringen)

Bearbeiter: Volker Scharf, Martin Gröger, Volker Hofheinz, Jochen Schmitz

Kooperation: E. Staudt, M. Kottmann (Institut für angewandte Innovationsforschung, Universität Bochum)
A. Barsch, P. M. Hejl, R. Klauser, W. K. Köck, G. Rusch (LUMIS)

Von der chemischen Industrie wird angesichts des dramatischen Nachwuchsmangels an Führungskräften und insbesondere angesichts des Mangels an „Employability“ gefordert, dass sich Unternehmen stärker als bisher in dem Prozess der Kompetenzentwicklung einbringen und zwar schon in der Schulausbildung. Stark an Persönlichkeitseigenschaften gebundene Fähigkeiten in Bereichen wie Problemlösefähigkeit, Engagement, Kommunikationsfähigkeit etc. sind mit fortschreitendem Alter immer weniger entwickelbar.

Als Modell für Ansätze des Gegensteuerns wird das an thüringer Gymnasien neu eingeführte „Seminarfach“ betrachtet:

Das intensive, methodisch vielfältige Arbeiten an einem komplexen Problem sowie die ansprechende, verständliche Vermittlung und Verteidigung der erarbeiteten Lösungsansätze wird von der Jahrgangsstufe 10 bis zum Abitur systematisch entwickelt und gipfelt in der Anfertigung und öffentlichen Verteidigung einer „Seminararbeit“. Die Einbeziehung außerschulischer Personen und Einrichtungen wird dabei bewusst gefördert.

Die Jahre 2000 und 2001 bieten die einmalige Chance, Vergleichsstudien durchführen zu können, und zwar mit Abiturienten „mit“ und „ohne“ Seminarfach. Dabei kann es sich nur um grobe Einschätzungen handeln, die jedoch wertvolle Hinweise zur Auswirkung des neuen Seminarfaches geben können.

Wir beschränken uns bei unseren Studien auf fachübergreifende Kompetenzen im naturwissenschaftlichen Bereich und haben die Untersuchungen auf zwei Aspekte konzentriert:

1. Vergleichende Querschnittsstudien in Anlehnung an die PISA-Studie zur Ausprägung von fachübergreifenden Kompetenzen im naturwissenschaftlichen Bereich (beteiligt 60 Gymnasien);
2. Fallstudie zur Identifizierung und Generalisierung (Hypothesenfindung) von spezifischen Lernwegen bei der Bearbeitung mathematisch-naturwissenschaftlicher Themenbereiche in Abhängigkeit von schulischen und außerschulischen Kontexten (beschränkt auf ein Gymnasium);

Literaturhinweise:

V. Scharf, M. Gröger und G. Pees, 1999: Das „Seminarfach“ an Gymnasien in Thüringen – ein Modell für Studiengänge an Hochschulen? In: E. Sumfleth (Hrsg.): *Chemiedidaktik im Wandel – Gedanken zu einem neuen Chemieunterricht*. Festschrift für Altfrid Gramm, Münster: LIT-Verlag, S. 138-149.

V. Scharf, E. Staudt und M. Kottmann, 2000: Kompetenzentwicklungsoffensive in Chemie und Pharma- Organisation neuer Lernstrukturen und -kulturen bestimmt den Innovationserfolg. *CHEManager* 2000, Heft 12, S. 22.

V. Scharf, M. Gröger und G. Pees, 2000: Chemie lernen heute- Erfahrungen mit „Neuen Medien“. *MNU* 53 (2000) (im Druck).

Projekt: Entwicklung von Lernsoftware

Bearbeiter: Uwe Mattusch

Das Projekt zur Entwicklung von Lernsoftware verfolgt in erster Linie die Entwicklung von Konzepten für Lernsoftware unter medienpädagogischen Kriterien. In der Zusammenarbeit mit dem etablierten Softwarehersteller „Ravensburger Interactive Medien“ (RIM), dem Nachhilfeanbieter „Studienkreis“ und dem LUMIS-Institut wird damit ein Pilotprojekt gestartet, das für die Entwicklung einer Lernsoftware forciert medienpädagogische Kompetenzen einer universitären Einrichtung und eines außerschulischen Bildungsanbieters schon während der Entwicklungsphase mit einbindet. Hierbei sollen im Jahr 2000 zunächst zwei CD-ROMs zur Schreiberziehung und zu den Grundrechenarten entstehen. Das LUMIS-Institut übernimmt im Rahmen des Projektes zur Entwicklung

von Lehrmaterialien zur Medienerziehung in der Schule hier die Entwicklung des Feinkonzeptes, die medienpädagogische Beratung und führt Evaluationen der ersten Beta-Version durch. Diese zwei CD-ROM-Anwendungen stellen den Beginn einer Reihe von etwa 18 Anwendungen dar. In Kürze wird hier eine (schon zugesagte) schriftliche Kooperationsvereinbarung vorliegen. Angestrebt wird von allen beteiligten Parteien eine langfristige Kooperation, die sich über die Herstellung der vollständigen Reihe erstreckt.

In zweiter Linie dient das Projekt dem Aufbau von Kooperationen mit außeruniversitären Einrichtungen und von Kontakten zu Wirtschaftsunternehmen, die für die Entwicklung ihrer Produkte universitäre Ressourcen einbinden wollen. Übergeordnetes Ziel dieses Pilotprojektes ist es, weitere Kontakte dieser Art aufzubauen, nicht nur um universitäre Kompetenzen mit in die Produkte fließen zu lassen, sondern auch Studierende wie Lehrende die Mitarbeit an konkreten wirtschaftlichen Projekten zu ermöglichen.

3.3 Geplante Vorhaben

Drei Einzelvorhaben werden zusammen mit V. Scharf und seinen Mitarbeitern weiterentwickelt:

1. Interdisziplinarität in Unterricht und Lehre
2. Bildmedien als Mittel wissenschaftlicher Erkenntnis: historische Fallstudien zur Chemie (Makromoleküle; Ostwald und das Atom; „Kristallseele“ – Haeckel – Reinitzer – Lehmann)

Das Generalthema dieser Projekte könnte lauten: „Die Bilder der Wissenschaft – die Wissenschaft der Bilder. Bildmedien als Mittel der naturwissenschaftlichen Erkenntnis und Aufklärung“.

Untersucht werden sollen die wissenschaftsgeschichtlichen und -soziologischen Zusammenhänge zwischen der Entwicklung technisch unterstützter Anschauung in den Naturwissenschaften (bes. Biologie und Chemie), sowie deren Objektivierungen als reproduzierbare Bilder und ihr Einfluss sowohl auf das wissenschaftliche Denken als auch auf das Menschen- und Weltbild der Allgemeinheit. Der erkenntnislogische Status wissenschaftlicher Abbildungen und Visualisierungen ist dabei ebenso von Bedeutung wie die konkrete Funktion von Bildmedien aller Art im Prozess der Theorienbildung, der wissenschaftlichen und der allgemeinen Kommunikation.

Das Projekt behandelt einen Aspekt der generellen Thematik „Medienwandel, kognitiver und sozialer Wandel“ am Beispiel der (Natur-)Wissenschaften. (Ein besonders wichtiges Problemgebiet ist dabei die auch für die Geistes- und Sozialwissenschaften folgenreiche Polarität „Anlage und Umwelt“, die im Blick auf Sprache und Künste bzw. deren mediale Objektivierungen und „Wirkungen“ näher betrachtet werden soll.)

Darüber hinaus soll ein spezifisch fachdidaktischer Akzent berücksichtigt werden: Forschungsprozesse sind immer auch Lernprozesse. Die wissenschaftsgeschichtlich und wissenschaftstheoretisch akzentuierten Untersuchungen sind grundlegend zur Theorie des „conceptual change“ in der Chemiedidaktik.

Wichtigste Kooperationspartner: Prof. Dr. Dr. Olaf Breidbach, Institut für Geschichte der Medizin, Naturwissenschaft und Technik, Friedrich-Schiller-Universität Jena, sowie die Partizipanten des interdisziplinären Arbeitskreises „Video, ergo sum“ (gefördert durch das Interface-Programm der Kulturbehörde Hamburg), vor allem Philosophen, Neurobiologen, Wissenschafts- und Kunsthistoriker.

3. Objektivierte Lehre und persönliche Zuwendung: empirisch-experimentelle Untersuchungen zur Chemiedidaktik am Beispiel des Kurses „Chemie für Ingenieure“.

Projekt: Die Spezifik der Literatur: Formen und Konventionen der Nutzung von Medien im internationalen Vergleich

Bearbeiter: Gebhard Rusch

Dieses Projekt geht mit seinen Fragstellungen (vgl. Tätigkeitsbericht 1998) in das Projekt „Prinzipien und Strategien der Mediendifferenzierung“ ein (s.u.).

Projekt: Multimediale Einführung in den Konstruktivismus

Bearbeiter: Peter M. Hejl und Gebhard Rusch

Das Projekt verfolgt die Entwicklung eines die Lehre (Vorlesungen, Seminare) begleitenden und ergänzenden inter- und transdisziplinären online- und offline-Angebotes (Intranet Universität Siegen, Internet, CD-ROM) für das Grundstudium in Medienwissenschaft, Allgemeiner Literaturwissenschaft, Philologien, Philosophie, Erziehungs- und Sozialwissenschaften. Die Entwicklung und disziplinäre Verbreitung des Konstruktivismus in den letzten zwei Jahrzehnten begründet die interdisziplinäre Ausrichtung dieses Projektes. Die besondere Eignung dieses Lehrstoffs für die multimediale Präsentation ergibt sich aus der Vielzahl von Illustrations- und Veranschaulichungsbeispielen aus der Psychologie, Biologie, Biochemie und Biophysik sowie der Verfügbarkeit von einschlägigem AV-Material. Zugleich werden in der Erprobung disziplinspezifische Anforderungen deutlich werden, die zukünftigen Projekten zugute kommen können. Die Verfügbarkeit eines solchen Angebotes im Internet (neben den Seiten des LUMIS) wird darüber hinaus die Universität-GH Siegen auch international als Zentrum des konstruktivistischen Diskurses aufwerten.

Siehe für eine ausführliche Darstellung den letztjährigen Tätigkeitsbericht 1998.

Projekt: Intermedialität serieller fiktionaler Medienangebote in den Bereichen Print, TV und Internet

Bearbeiter: Achim Barsch, Wolfram Karl Köck, Jürgen Zinnecker

Aufbauend auf eigenen Studien zu Leserinnen und Lesern von Heftromanen soll in diesem Projekt unter verschiedenen Aspekten dem Phänomen serieller Unterhaltungsangebote in unterschiedlichen Medien nachgegangen werden. Innerhalb des immer größeren Angebotes an Unterhaltung nimmt der Bereich des Seriellen einen besonderen Schwerpunkt ein. Einerseits bilden Serien durch stabile Programmplätze und durch die Vertrautheit der Nutzer mit Protagonisten (parasoziale Interaktion) eine erfolgreiche Strategie, Zuschauer an Sender zu binden. Andererseits haben im Rahmen von Fan-Kulturen unterschiedliche Publika einige Angebote zu wahren Kultserien gemacht, die von der *Lindenstraße* über *Akte X* bis zu *MASH* reichen.

Das Prinzip der Serialität ist medienübergreifend. Serien in den Bereichen Print, Audio, Kino und Fernsehen sind uns eine Selbstverständlichkeit geworden. Auch im Internet finden sich mittlerweile Angebote (z.B. soap operas wie *The Spot*, *eos*² und *Heldenfußallee*), die auf seriellen Strukturen basieren. Als wichtiger neuer Aspekt des Internets ist auf die unterschiedlichen Ebenen und Formen von Interaktionsmöglichkeiten zu verweisen. Interaktivität ist sicherlich kein neues mediales Prinzip; so scheint interaktives Fernsehen nur noch eine Frage der Zeit zu sein. Das Internet verfügt jedoch wohl über eine viel reichhaltigere Bandbreite an Interaktivitätsmöglichkeiten. So stellt es eine Plattform für Aktivitäten von Fangruppen bereit, die in dieser Form neu sind. Bietet der Printbereich die Möglichkeit der Veröffentlichung von Leserbriefen und die Publikation von Fanzines, so übersteigt das Internet mit chatgroups, homepages von Fans oder Rezensionen und eigenen Stories bisherige interaktive Formen bei weitem. Derartige Internetaktivitäten von Fans beziehen sich nun auch auf ganz verschiedene serielle Angebote in Mediensystemen wie Print und Fernsehen. Als eine mögliche Hypothese wäre zu formulieren, dass jüngere Mediennutzer, die seit ihrem Jugendalter den Umgang mit dem PC

gewohnt sind, auch in den älteren Medien Möglichkeiten für Interaktion begrüßen und erwarten. Ein solches Verhalten könnte durchaus zur Verstärkung und zum Ausbau bestehender intermedialer Bezüge führen. D.h. es ist nicht nur von einem Transfer herkömmlicher serieller Strukturen in das jeweils technisch neuere Medium auszugehen, sondern auch Rückwirkungen auf ältere Medien sind nicht von vornherein auszuschließen. Transmedialen Bezügen, die über einzelne Mediensysteme hinausgehen, wäre demnach besonders nachzugehen.

Eigene Untersuchungen im Printbereich haben gezeigt, dass nicht von der Struktur serieller Unterhaltungsangebote auf die Art ihrer Nutzung geschlossen werden kann. Verschiedene empirische Untersuchungen haben im Printbereich mit klarer Tendenz zwei unterschiedliche Rezeptionshaltungen bzw. -strategien ausgemacht. Auf der einen Seite finden sich Leserinnen und Leser, bei denen der Leseprozess selbst und die dabei erzeugten Gratifikationen im Vordergrund stehen. Es handelt sich eher um ein unterhaltungs-genießendes Rezipieren. Demgegenüber findet sich eine Rezeptionshaltung, die eher auf Rezeptionsergebnisse als auf den Leseprozess ausgerichtet ist. Beide Formen des Umgangs mit fiktionalen Texten sind seitens der wissenschaftlichen Analyse zu respektieren und nicht einseitig zu bewerten. Eine offene Frage ist, inwieweit sich solche Rezeptionshaltungen auch im Umgang mit anderen, non-print Medienangeboten serieller, fiktionaler Art wiederfinden.

Ein zentraler Forschungsaspekt richtet sich auf die Sichtung von Interaktionsformen von Rezipientinnen und Rezipienten in den verschiedenen Mediensystemen als Teil einer übergreifenden Fan-Kultur. Besonderes Augenmerk soll dabei auf Fan-Aktivitäten im Internet gelegt werden. Hier interessieren die verschiedenartigen Partizipationsmöglichkeiten (chatgroups, Fanzines, Rezensionen, Gruppenaktivitäten, eigene homepages). Neben der Sichtung dieser Aktivitäten ist an empirische Erhebungen gedacht. So sollen die Organisatoren von Fan-Clubs angeschrieben und um eine schriftliche Darstellung ihrer Aktivitäten und der Clubziele gebeten werden. Weiterhin sollen mit einzelnen Fans, die über eigene homepages verfügen, Intensivinterviews geführt werden. Schließlich sollen anhand einzelner Fallstudien aus allen angesprochenen Mediensystemen Nutzungsprofile erstellt werden. D.h. es soll nach der jeweiligen Art der Nutzung, der Gratifikation und dem Kontext der gesamten Mediennutzung gefragt werden.

Im Rahmen eines Projektseminars im Sommersemester 1999 konnte eine Sichtung von Fan-Gruppen im Internet erfolgen und eine Analyse verschiedener Fan-Seiten erfolgen. Im nächsten Schritt soll ein Antrag auf Förderung des Projektes mit Drittmitteln gestellt werden.

Projekt: Prinzipien und Strategien der Mediendifferenzierung. Spezifizierung und Ausdifferenzierung der Medien im 20. und am Übergang ins 21. Jahrhundert (geplant als Teilprojekt C 1 im Rahmen eines DFG-Forschungskollegs)

Bearbeiter: Gebhard Rusch und Helmut Schanze

Das Teilprojekt „Strategien der Mediendifferenzierung“ bezieht sich auf die beiden Medienumbrüche des 20. und des beginnenden 21. Jahrhundert, die in ihrer spezifischen Differenz und im Blick auf zu erwartende Entwicklungen im Multimedia-Bereich sowohl systematisch-historisch wie empirisch beschrieben werden sollen. Das für eine Laufzeit von 6 Jahren geplante Projekt zielt zunächst – durch die Erarbeitung medienhistorischen und interkulturell vergleichend zu gewinnenden empirischen Wissens – auf die

Theoriebildung, sodann aber auch auf die Anwendung des gewonnenen Wissens in der Medienpraxis. Als Prinzipien und Strategien der Mediendifferenzierung (z.B. der Multi-Medialisierung, der medialen Binnendifferenzierung, intermedialen Relationierung und partizipativen oder ästhetischen Entdifferenzierung) sind einerseits zu untersuchen z.B. kognitiv-soziale Prinzipien wie thematisch-formale, kommunikative, hedonistische oder ökonomische Funktionalisierungen von Medien, aber auch Ausdifferenzierungen von Kommunikationsmitteln als Funktion der funktionalen Ausdifferenzierung von Gesellschaft und der kommunikativen Inanspruchnahme jeweils historisch neuester Technologien (wie Schrift, Print, Signalübertragung, Digitalisierung etc.), andererseits an Medien wie Literatur, Theater, Bildender Kunst, Radio oder Film gewonnene analytische Strategien und Theorien der Form-Inhalts-Differenzierung, der Unterscheidung von Genres oder ästhetischen Funktionen. Dabei sind die intermedialen Relationen bzw. die Spezifitäten der sog. „Neuen Medien“ im Vergleich mit den „klassischen“ Medien von besonderem Interesse. Theorien der Funktion und des Spiels, der Medienökonomie und -ästhetik, in den älteren Differenzierungstheorien als Gegensätze begriffen, werden zunehmend fusioniert. Theorien der Relation von Form und Inhalt (form follows function) werden in Frage gestellt (z.B. von postmodernen Theorien der Dekoration), ältere Theorien der Differenzierung der Künste erhalten auf der Ebene der multimedialen Praxis eine oft überraschende Aktualität.

Ausführliche Darstellung im Tätigkeitsbericht 1998.

Projekt: Information und Unterhaltung – anthropologische und soziale Faktoren der Mediennutzung im Kontext individualisierter Medienangebote (geplant als Teilprojekt im Rahmen eines Kulturwissenschaftlichen Forschungskollegs)

Bearbeiter: Peter M. Hejl und Manfred Kammer

Im Jahr 1999 wurde der Antrag für das Forschungsvorhaben weiter ausgearbeitet. Es soll im Rahmen des Kulturwissenschaftlichen Forschungskollegs beantragt werden, das zur Zeit in der Universität-GH Siegen vorbereitet wird.

Zu Zielsetzung, Methoden und Arbeitsprogramm des Projektes vgl. den LUMIS-Tätigkeitsbericht 1998.

4. Gastvorträge und Kolloquien

Symposium:

- 14.06.1999 „‘Qualitätsfernsehen‘ – mehr als ein Kampfbegriff?“
Special auf dem Medienforum NRW 1999, Köln, mit:
Dr. Sibylle Bolik, Medienwissenschaftlerin, Universität-GH Siegen, DFG-Sonderforschungsbereich 240 "Bildschirmmedien".
Claas Danielsen, Autor, Regisseur, Produzent und Wissenschaftlicher Assistent, Hochschule für Fernsehen und Film München.
Dr. Matthias Esche, Freier Produzent c/o ndF: neue deutsche Filmgesellschaft mbH, Unterföhring.
Dr. Uwe Hasebrink, Hans-Bredow-Institut für Medienforschung an der Universität Hamburg.
Gabriel Heim, Leiter der Abt. Programmplanung und Controlling, WDR Westdeutscher Rundfunk Köln.
Dr. Volker Lilienthal, Zentrale Redaktion epd, Frankfurt am Main (Moderation).
André Zalbertus, Chefredakteur center tv Production, Köln.

Gastvorträge und Kolloquien am Institut:

- 02.02.1999 Georg Jongmanns (Universität Bielefeld): „Informationswert und Darstellungsformat“.
28.04.1999 Gert Scobel, Publizist und Moderator (3sat Kulturzeit): „Qualität und Qualitätsmanagement im Fernsehen“.
26.05.1999 Kolloquium mit Prof. Dr. Dolf Zillmann (University of Alabama, Tuscalosa): „Fragen der Medienwirkungsforschung und Emotionspsychologie“.
26.05.1999 Prof. Dr. Dolf Zillmann (University of Alabama, Tuscalosa): „Die neue Psychologie des Dramagenusses“.
18.10.1999 Dr. Galina Iwantschenko (Universität Moskau): „Neurophysiologie und Ästhetik“.
18.10.1999 Prof. Dmitry Leontiev (Universität Moskau): „Evaluation von Werbung“.
18.10.1999 Dr. Karl Brehmer (ILF, Mainz): Vorstellung der Formen und Möglichkeiten der Beteiligung seines Instituts im Rahmen des Projektes „Medienunterricht“ (vgl. Kap. 3.2). Es wurden daraufhin feste Absprachen zur Durchführung von Tagungen und Workshops getroffen.
26.10.1999 Michael Kubik (activmedia e.K., Mönchengladbach): „Smart Board – Einsatzmöglichkeiten für den Lehrbetrieb“.
07.12.1999 Dipl.-Biol. Olaf Schneider (Universität Bielefeld): „T.I.D.E. – Texte in digitalen Erfahrungsräumen“.

5. Vorträge der LUMIS-Mitarbeiter

Achim Barsch:

- „Literaturwissenschaft als Theorie – Literaturunterricht als Praxis? Zum Problem der Theorie-Praxis-Vermittlung im Lehramtsstudiengang Germanistik“. Ringvorlesung „Wieviel Germanistik brauchen DeutschlehrerInnen – Fachstudium und Praxisbezug“. Universität Kassel, 19.05.1999.
- „Literature and Media through the Empirical Study of Literature“. Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), 13.09.1999.
- „The Empirical Study of Literature and System Theory“. Katholische Universität Rio de Janeiro (PUC), 21.09.1999.

Peter M. Hejl:

- „Wahrnehmung und Evolution: das adaptionistische Missverständnis“. Max-Planck-Institut zur Erforschung von Wirtschaftssystemen, Abt. für Evolutionsökonomik, Jena, 02.03.1999.
- „Menschliche und soziale Universalien: systematische Überlegungen“. Hanse Wissenschaftskolleg, Delmenhorst, 02.12.1999.

Rainer Leschke:

- „Zwischenraum, um durchzuschauen“. Überlegungen zur Paradigmenbildung in der Medientheorie.“ Universität-GH Siegen, 08.12.1999.

Uwe Mattusch:

- „Das Dach im Film“. Vortrag auf der Bau-Fachmesse "Bautec", Berlin, 08.02.1999.
- „Kommerzialisierung kindlicher Alltagskultur“. Fachtagung „Kinder und Taschengeld“ des Deutschen Jugend Instituts, München, 09.02.1999.
- „Total digital? Digitale Medien in Hochschule, Alltag und Berufswelt.“ Hochschul-Infotage „Neue Medien in Beruf, Hochschule und Gesellschaft“ in Köln, Comed Mediapark, 04.04.1999.
- „WWW-Angebote in der Städtekommunikation“. Grundsatzreferat anlässlich der Eröffnung des Internetangebotes (Winniweb) des Netzwerkes „Städtekommunikation NRW“, 03.05.1999.
- „Talkshows im Alltag von Jugendlichen.“ Vorstellung der Ergebnisse der Studie im Rahmen des Specials „Die Daily Talks im Alltag von Kindern und Jugendlichen: Zwischen Orientierung, Amusement und Identifikation“ der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen (LfR) und der Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter Rheinland-Pfalz (LPR) auf dem Medienforum NRW 1999, Köln, 16.06.1999.
- „Qualitative und quantitative Aspekte des Kinderprogramms in privaten Hörfunkanstalten.“ Präsentation der Ergebnisse einer Auftragsstudie für die Niedersächsische Landesanstalt für Medien (NLM), Hannover, 10.09.1999.
- „Talkshows im Alltag von Jugendlichen.“ Vorstellung der Ergebnisse der Studie in der Staatskanzlei Rheinland-Pfalz, Mainz, 14.09.1999.
- „Neue Medien in der Vorschulerziehung.“ Informationsveranstaltung für Erzieherinnen, Lehrer und Eltern, Siegen, 15.09.1999.

Gebhard Rusch:

- „Medienhandeln, Medienwissen, Medienmacht“. Antrittsvorlesung am Fachbereich für Sprach-, Literatur- und Medienwissenschaften der Universität-GH Siegen, 20.01.1999.
- „Einführung in den Konstruktivismus“. Lehrerfortbildung, ILF-Mainz, 1.-3.03.1999.
- „Medienwissenschaft und Literatur“. Forschungskolloquium, Universität Ljubljana, Slovenien, 22.03.1999.
- „Kognition und Kommunikation“. Universität Ljubljana, Slovenien, 23.03.1999.
- „Kognitions-geschichte der Medien“. Universität Maribor, Slovenien, 24.03.1999.
- „Konstruktivismus und Psychoanalyse“. Forschungskolloquium, Universität Innsbruck, Österreich, 26.03.1999.
- „Talking History“. 4. Österreichischer Zeitgeschichtetag, Graz, Österreich, 27.05.1999.
- „Global Knowledge“. Workshop des UN-Projekts „Global Media Generations 2000“, New York University, New York, USA, 1.-4.07.1999.
- „Radikaler Konstruktivismus: Geschichte, Konzeption und Bedeutung in der Lehrerausbildung“. Jahrestagung der Bezirksseminarleiter Westfalen, Lüdenscheid, 11.08.1999.
- „Projekt: Evaluation von Kultursponsoring“. Vorstellung des M-PEB- und LUMIS-Projekts beim BDI, Köln, 18.08.1999.
- „Projekt: Medienunterricht“. Vorstellung des LUMIS-Projekts, RTL, Köln, 30.09.1999.
- „Kognitive Autonomie und Lernwirklichkeit. Plädoyer für die Authentifizierung von Schule und Unterricht“. DGFF-Tagung, Dortmund, 4.-6.10.1999.

6. Lehrangebote

Wintersemester 1998/99

Barsch	Literarische Zensur und Medienzensur
Barsch	Jugendmedienschutz
Hejl	Einführung in die Mediensoziologie
Hejl	Einsam in der Gemeinschaft? Zur Soziologie des Internet
Hejl	Populärkultur in den Massenmedien
Klauser	Einführung in die Medienwirkungsforschung
Klauser	Projekt Organisation öffentlicher Auftritte des Medienstudien- gangs I (1. Phase)
Klauser/Kleene	Projekt Die GO!-Initiative (2. Phase)
Rusch	Konstruktivistische Medienwissenschaft I – Einführung in den Konstruktivismus
Rusch	Methoden der Medienwirkungsforschung

Sommersemester 1999

Barsch	Serien, Fandom und Internet
Barsch	Jugendkultur(en) und Medien
Hejl	Soziale Systeme – konstruierte Wirklichkeiten und Wirklichkeits- konstrukteure
Hejl	Information und Unterhaltung: Gemeinsamkeiten und Differenzen
Hejl	Kulturbeiträge in den Medien: Elitekultur und/oder Massenkultur?
Klauser	Zensur
Klauser	Projekt Organisation öffentlicher Auftritte des Medienstudien- gangs I (2. Phase)
Klauser/Leschke	Normative Strukturen und Attraktivität
Rusch	Konstruktivistische Medienwissenschaft
Rusch	Projekt Kultursponsoring (1. Phase)

Wintersemester 1999/2000

Barsch	Geschichte der literarischen und der Medienzensur
Barsch	Literatursoziologie
Barsch	Theorie, Geschichte und Grundlagen der Medienpädagogik
Barsch	Literatur- und Mediensozialisation
Hejl	Einführung in die Mediensoziologie
Hejl	„Invarianten“ menschlichen Verhaltens
Hejl	Kommunikationsmedium oder Auslöser sozialen Wandels? Zur Soziologie des Internet
Hejl/Kothen	Konstruktivismus und Management
Klauser	Einführung in die Medienwirkungsforschung
Klauser	Projekt Organisation öffentlicher Auftritte des Medienstudien- gangs II (1. Phase)
Klauser/Leschke	Projekt Drehbuchanalyse (1. Phase)
Rusch	Einführung in den Medienstudiengang
Rusch	Projekt Kultursponsoring (2. Phase)
Rusch	Segmentierung der Printmedien

7. Publikationen

- BARSCH, Achim, 1998. „Young people reading popular fiction“. In: *forum deutsch*, Jg. 3, 1998, H. 1, 28-45.
- BARSCH, Achim 1997/1999. „Nur Lesen ist schöner. Literarisches Lesen – Eine Zukunftsperspektive“. In: *SPIEL*, 16, 1/2, 1997 (erschienen 1999), 37-39.
- BARSCH, Achim (Hg.) 1998/1999. Medien und Unterhaltung. Sonderheft *SPIEL*, 18, 1, 1998 (erschienen 1999).
- BARSCH, Achim, 1999. Rezension von Holger Dainat: Abaellino, Rinaldi und Konsorten. Zur Geschichte der Räuberromane in Deutschland. Tübingen: Niemeyer 1996. In: *Forum Vormärz Forschung*, Jahrbuch 1998. Bielefeld: Aisthesis Verlag 1999, 394-397.
- BARSCH, Achim, 2000. „Biologie, Literatur und Literaturwissenschaft im 19. Jahrhundert. Wilhelm Scherer als Beispiel für eine Orientierung an den Naturwissenschaftler“. In: A. Barsch und P. M. Hejl (Hg.) 2000a, a.a.O. (im Druck).
- BARSCH, Achim, 2000. „Massenmediale Unterhaltungsliteratur und soziale Wirklichkeitskonstruktion: Zum Menschenbild in der ‚Gartenlaube‘ am Beispiel der Romane von E. Marlitt“. In: A. Barsch und P. M. Hejl (Hg.) 2000a, a.a.O. (im Druck).
- BARSCH, Achim und Peter M. HEJL (Hg.) 2000a. *Menschenbilder*. Zur Pluralisierung der Vorstellungen von der menschlichen Natur (1850-1914). Frankfurt a.M.: Suhrkamp (im Druck).
- BARSCH, Achim und Peter M. HEJL, 2000b. „Zur Verweltlichung und Pluralisierung des Menschenbildes im 19. Jahrhundert: eine Einleitung“. In: A. Barsch und P. M. Hejl (Hg.) 2000a, a.a.O. (im Druck).
- HEJL, Peter M., 1999a. „Konstruktivismus, Beliebigkeit, Universalien“. In: G. Rusch (Hg.) 1999. *Wissen und Wirklichkeit*. Beiträge zum Konstruktivismus. Eine Hommage an Ernst von Glasersfeld. Heidelberg: Carl Auer, 163-197.
- HEJL, Peter M., 1999b. „Unterhaltung als Information, Information als Unterhaltung“. In: W. Hofmann (Hg.) 1999. *Die Sichtbarkeit der Macht*. Theoretische und empirische Untersuchungen zur visuellen Politik. Baden-Baden: Nomos, 108-123.
- HEJL, Peter M., 2000a. „Biologische Metaphern in der deutschsprachigen Soziologie der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts“. In: A. Barsch und P. M. Hejl (Hg.) 2000a, a.a.O. (im Druck).
- HEJL, Peter M., 2000b. „Das Ende der Eindeutigkeit. Eine Einladung zum erkenntnistheoretischen Konstruktivismus“. In: P. M. Hejl und H. K. Stahl (Hg.) 2000a, a.a.O. (im Druck).
- HEJL, Peter M., 2000c. „Koevolutive Aspekte der Wirklichkeitskonstruktion“. In: F. G. Wallner und B. Agnese (Hg.) 2000. *Konstruktivismen* (im Druck).
- HEJL, Peter M., 2000d. „Stichwort ‚Emergenz‘“. In: C. Herrmann-Pillath und M. Lehmann-Waffenschmidt (Hg.) 2000. *Handwörterbuch der Evolutorischen Ökonomik*. Berlin: Springer (im Druck).
- HEJL, Peter M. und Heinz K. STAHL (Hg.) 2000a. *Management und Wirklichkeit*. Über das Konstruieren von Unternehmen, Märkten und Zukünften. Heidelberg: Carl-Auer-Systeme (im Druck).

- HEJL, Peter M. und Heinz K. STAHL, 2000b. „Vorwort“. In: P. M. Hejl und H. K. Stahl (Hg.) 2000a, a.a.O. (im Druck).
- HEJL, Peter M. und Heinz K. STAHL, 2000c. „Unternehmen, Management und Wirklichkeit: zu diesem Band“. In: P. M. Hejl und H. K. Stahl (Hg.) 2000a, a.a.O. (im Druck).
- HEJL, Peter M. und Heinz K. STAHL, 2000d. „Management und Selbstregulung“. In: P. M. Hejl und H. K. Stahl (Hg.) 2000a, a.a.O. (im Druck).
- HEJL, Peter M. und Heinz K. STAHL, 2000e. „Möglichkeiten und Grenzen der Produktion von Zeit“. In: P. M. Hejl und H. K. Stahl (Hg.) 2000a, a.a.O. (im Druck). (Zuerst abgedruckt 1977 als „Zeitbewußte Unternehmensführung. Grenzen und Möglichkeiten der Handhabung von Zeit aus einer systemtheoretischen Perspektive“. In: *Die Betriebswirtschaft* 57, 4, 517-528.)
- HEJL, Peter M., 2000. Deutsche Übersetzung von: B. Shannon „Cross-personal commonalities in the Ayahuasca experience“. Erscheint in P. M. Hejl (Hg.) 2000. *Universalien und Konstruktivismus*. Zum Problem der Invarianten menschlichen Verhaltens in den Humanwissenschaften. Heidelberg: Auer (in Vorbereitung).
- KÖCK, Wolfram K., 1999. „Wissen sagen und zeigen. Zum Problem audiovisueller Wissensvermittlung“. In: K. Clausberg und O. Breidbach (Hg.) 1999. *Video ergo sum*. Interface 4. Hamburg: Hans-Bredow-Institut und Kulturbehörde, 237-263.
- KÖCK, Wolfram K., 1999. „Neurosemiotik: Zur naturalistischen Konstruktion von Anschauung und Begriff?“. In: G. Rusch (Hg.) 1999. *Wissen und Wirklichkeit*. Beiträge zum Konstruktivismus. Eine Hommage an Ernst von Glasersfeld. Heidelberg: Carl Auer, 67-92.
- LESCHKE, Rainer 1999. „Die Zerstreuung der Vernunft. Überlegungen zum Diskurs postmoderner Medientheorie“. In: S. Bolik, S. Pütz und Th. Kind (Hg.) 1999. *Medienfiktionen*. Illusion – Inszenierung – Simulation. Festschrift für Helmut Schanze zum 60. Geburtstag. Frankfurt a.M. etc.: Peter Lang, 345-356.
- LESCHKE, Rainer 1999. „Wozu Dichter in dürftiger Zeit?“. In: J. Wermke (Hg.) 1999. *Ästhetik und Ökonomie*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 245-264 (im Erscheinen).
- MATTUSCH, Uwe (Hrsg) 1998: *Kinder und Bildschirmwelten*. Arbeitshefte Bildschirmmedien Nr. 64. Siegen: Universität-GH Siegen, DFG-Sonderforschungsbereich 240.
- MATTUSCH, Uwe und Kerstin ESSER 1998: „Zur Entwicklung des Kinderfernsehens - Fakten und Anmerkungen.“ In: Landesinstitut für Schule und Weiterbildung (Hrsg.): *Kompetent mit/durch Medien – Impulse für die Weiterbildung*. Soest: Verlag für Schule und Weiterbildung/Druck Verlag Kettler, 73 – 84.
- MATTUSCH, Uwe 1999: „Raum, Zeit, Körper und Virtualität – Zur Bedeutung des Raumes in Zeiten raum-zeitlicher Entkopplungen“. In: S. Bolik, S. Pütz und Th. Kind (Hg.) 1999. *Medienfiktionen*. Illusion – Inszenierung – Simulation. Festschrift für Helmut Schanze zum 60. Geburtstag. Frankfurt a.M. etc.: Peter Lang, 345-356.
- MATTUSCH, Uwe et al 1999: *Talkshows im Alltag von Jugendlichen*. Der tägliche Balanceakt zwischen Orientierung, Amusement und Ablehnung. Opladen: Leske + Budrich. (Schriftenreihe Medienforschung, Bd. 32).

- MATTUSCH, Uwe 1999: Rezension von V. Abt /L. Mustazza: *Coming after Oprah. Cultural Fallout in The Age the TV-Talk Show*. Bowling Green 1997. In: *Rundfunk und Fernsehen*, 47. Jg. 1999/4, 583-586.
- MATTUSCH, Uwe 1999: „Total digital? Digitale Medien in Hochschule, Alltag und Berufswelt“. In: S. Schimpf (Hg.) 1999: *Medienkompetenz – Neue Medien in Beruf, Hochschule und Gesellschaft*. Köln: M7 Verlag-KBE-Kiosk-Buch-Event, 19-29.
- MATTUSCH, Uwe 1999: „Zwischen Interaktion und Narration – Erzählen in digitalen Medien.“ In: *Computer und Unterricht*, 9. Jg., Nov. 1999, Nr. 36, 39-43.
- RUSCH, Gebhard 1999. „Die Literarische Wirklichkeit Alfred Döblins 1997“. In: I. Lorf und G. Sander (Hg.) 1999. *Internationales Alfred Döblin Kolloquium Leipzig 1997*. Frankfurt a.M. etc.: Peter Lang, 191-210.
- RUSCH, Gebhard (Hg.) 1999. *Wissen und Wirklichkeit*. Beiträge zum Konstruktivismus. Eine Hommage an Ernst von Glasersfeld. Heidelberg: Carl-Auer-Systeme.
- RUSCH, Gebhard und Siegfried J. SCHMIDT (Hg.) 1999. *Konstruktivismus in der Medien- und Kommunikationswissenschaft*. DELFIN 1997. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- RUSCH, Gebhard 1999. „Konstruktivistische Theorien des Verstehens“. In: G. Rusch (Hg.) 1999, a.a.O., 127-160.
- RUSCH, Gebhard 1999. „Eine Kommunikationstheorie für kognitive Systeme“. In: G. Rusch und S. J. Schmidt (Hg.) 1999, a.a.O., 150-184.
- RUSCH, Gebhard 1999. „kommunikation der wirklichkeit der medien der wirklichkeit der kommunikation. Einleitung“. In: G. Rusch und S. J. Schmidt (Hg.) 1999, a.a.O., 7-12.
- RUSCH, Gebhard 1999. „Literature unlimited“. In: *SPIEL*, 16, 1/2, 1997 (erschienen 1999).
- RUSCH, Gebhard 1999. *Medienhandeln, Medienwissen, Medienmacht. Überlegungen zur Ökologie der Kommunikation*. Siegen: LUMIS, Universität-GH Siegen (LUMIS-Schriften Bd. 56/99).
- SPANGENBERG, Peter M., 1999. „Medien, Maschinen und Werkzeuge. Überlegungen zur Genese und Bedeutung hybrider Beobachtungskonzepte“. In: S. Bolik, S. Pütz und Th. Kind (Hg.) 1999. *Medienfiktionen*. Illusion – Inszenierung – Simulation. Festschrift für Helmut Schanze zum 60. Geburtstag. Frankfurt a.M. etc.: Peter Lang, 61-70.
- SPANGENBERG, Peter M., 1999. „Il nome della rosa. – Möglichkeiten und Grenzen intermedialer Formbildungen in Umberto Eco's Roman und dem filmischen Palimpsest von Jean-Jacques Annaud“. In: J. Mecke und V. Roloff (Hg.) 1999. *Kino-(Ro)-Mania*. Intermedialität zwischen Film und Literatur. Tübingen: Stauffenburg Verlag, 127-139.
- SPANGENBERG, Peter M., 2000. „Das Medium Audiovision. Plädoyer für eine Theorie der Organisation qualitativer Selbstirritationen von psychischen und sozialen Systemen durch Massenmedien“. In: R. Maresch, und N. Werber (Hg.) 2000. *Kommunikation, Macht, Medien*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 59-82.
- SPANGENBERG, Peter M., 2000. Stichwort: „Aura“. In: K. Barck und M. Fontius (Hg.) 2000: *Historisches Wörterbuch ästhetischer Grundbegriffe*. Bd. I. Stuttgart, Weimar: Metzler (im Druck).

- SPANGENBERG, Peter M., 2000. „Hybride Gestaltbildung. Körperbilder und Körpererfahrungen in virtuellen, interaktiven Umgebungen“. In: Wenzel, H. (Hrsg.): *Audiodisualität vor und nach Gutenberg*. 2 Bde. Mailand (in Vorbereitung).
- SPANGENBERG, Peter M., 2000. „Medienerfahrungen – Medienbegriffe – Medienwirklichkeiten. Gegenstandsbereiche und Erkenntnisinteressen der Medienwissenschaft“. In: G. Rusch (Hg.) 2000. Einführung in die Medienwissenschaft. Opladen (in Vorbereitung).
- SPANGENBERG, Peter M., 2000. „Moderne Identitätskonstruktion und vernetzte Kommunikation“. In: I. Schneider und B. Becker (Hg.) 2000. *Medialität – Körperlichkeit – Identität*. (Arbeitstitel) Frankfurt a.M.: Campus (in Vorbereitung).
- SPANGENBERG, Peter M., 2000. „Wie virtuell ist unsere Gesellschaft? Überlegungen zur digitalen Zeichenpraxis und ihren Reflexionsdiskursen“. In: W. B. Hess-Lüttich und W. Schmitz (Hg.) 2000: *Maschinen und Geschichte*. Akten des 9. Internationalen Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Semiotik. Dresden (in Vorbereitung).

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

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

§ 3

Angehörige des Instituts

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

§ 4

Organe des Instituts

Organe des Instituts sind:

1. der Vorstand
2. der geschäftsführende Leiter

§ 5

Der Vorstand

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

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

- (2) Der Vorstand leitet das Institut. Er hat insbesondere folgende Aufgaben:
 1. Der Vorstand wählt aus seiner Mitte einen Professor für eine Amtszeit von 5 Jahren zum geschäftsführenden Leiter sowie einen Stellvertreter. Wiederwahl ist zulässig,
 2. er genehmigt Haushalt und Arbeitsplan des Instituts,
 3. er nimmt den Rechenschaftsbericht des geschäftsführenden Leiters entgegen,
 4. er wirkt bei den Verfahren zur Besetzung der dem Institut zugewiesenen Stellen mit.

- (3) Der Vorstand tritt mindestens einmal jährlich zusammen. Auf Antrag von zwei Mitgliedern des Vorstandes ist eine außerplanmäßige Vorstandssitzung abzuhalten.

§ 6

Der geschäftsführende Leiter

Der geschäftsführende Leiter hat insbesondere folgende Aufgaben:

- (1) Er führt die Geschäfte des Instituts und vertritt das Institut innerhalb und außerhalb der Hochschule,
- (2) er organisiert die Arbeits- und Finanzplanung des Instituts und überwacht deren Durchführung,
- (3) er hat dafür Sorge zu tragen, daß die ständigen Mitarbeiter des Instituts angemessen informiert und an den sie betreffenden Entscheidungen beteiligt werden,
- (4) er ist den Mitgliedern des Vorstandes gegenüber auskunfts- und 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 Aufl. 1985
- 2/84 *Ernst von Glasersfeld (im LUMIS-Institut)*: Konstruktivistische Diskurse. 2. unveränderte Aufl. 1985; Reprint 1999
- 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 Aufl. 1985
- 4/84 *Helmut Hauptmeier & Gebhard Rusch*: Erfahrung und Wissenschaft. Überlegungen zu einer konstruktivistischen Theorie der Erfahrung. 2. unveränderte Aufl. 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 Aufl. 1986; Reprint 1999
- 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. Reprint 1999
- 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*: Kommunikatbildungsprozeß 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
- 38/94 *Gebhard Rusch*: Systemtheorien in der germanistischen Literaturgeschichtsschreibung
- 39/94 *Siegfried J. Schmidt*: 'System' and 'Observer': Two Key Concepts in (Future) Literary Studies
- 40/94 *Lutz Kramaschki*: Intersubjektivität, Empirie, Theorie. Problemaufriß zur Methodologie einer Konstruktivistischen Empirischen Literaturwissenschaft
- 41/94 LUMIS-Tätigkeitsbericht 1994
- 42/95 *Henk de Berg*: Luhmann in literary studies. A bibliography
- 43/95 *Gebhard Rusch*: Zur Genese kognitiver Fernsehnutzungs-Schemata. Entwicklung und Struktur von Gattungsschemata im Vorschulalter
- 44/95 LUMIS-Tätigkeitsbericht 1995
- 45/96 *Colin B. Grant*: Probleme des Öffentlichkeits-Begriffes im Verorten von Literatur

- 46/96 *Karsten Gries, Claudius R. Köster, Lutz Kramaschki, Heike Schreiber*: Rezeption der empirischen Theorie der Literatur in Rezensionen und Handbüchern zur Literaturwissenschaft
- 47/96 LUMIS-Tätigkeitsbericht 1996
- 48/97 *Benjamin Marius & Oliver Jahraus*: Systemtheorie und Dekonstruktion. Die Supertheorien Niklas Luhmanns und Jacques Derridas im Vergleich
- 49/97 *Colin B. Grant*: Kritik der Dialogizität. Jenseits der Asymmetrien literarischer Kommunikation
- 50/97 LUMIS-Tätigkeitsbericht 1997
- 51/98 *Johannes Frederik Welfing*: On the Fluidity of Nietzsches Writing: Nietzsche as Prism
- 52/98 *Peter M. Hejl*: Protozoziologie. Wissenschaftliches Selbstverständnis und Beziehungen zur Biologie der deutschsprachigen Soziologie bis 1914
- 53/98 *Gebhard Rusch*: From Face-to-face to Face-to-„Face“. Zehn Schritte von der mündlichen Kommunikation zum Cyberspace
- 54/98 LUMIS-Tätigkeitsbericht 1998
- 55/99 *Nils Kaczenski*: Zur Funktion »grauer« Literaturzeitschriften im Literarischen Handlungssystem. Dargestellt am Beispiel der Osnabrücker »Zwischenzeile«
- 56/99 *Gebhard Rusch*: Medienhandeln, Medienwissen, Medienmacht. Überlegungen zur Ökologie der Kommunikation (in Vorbereitung)
- 57/99 LUMIS-Tätigkeitsbericht 1999

Sonderreihe

- I/88 *Peter M. Hejl, Raimund Klauser, Wolfram K. Köck*: „Computer Kids“: Telematik und sozialer Wandel. Ergebnisse einer Pilotstudie in Nordrhein-Westfalen
- II/89 LUMIS (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
- V/95 *Heike Diederichs*: Zur Verständlichkeit von Wissenschaftssendungen. Ein Vergleich von Produkt- und Rezipientenanalyse an fünf ausgewählten Sendungen
- VI/95 *Gebhard Rusch* (Ed.): Empirical Approaches to Literature. Proceedings of the Fourth Biannual Conference of the International Society for the Empirical Study of Literature – IGEL, Budapest, August 1994

- VII/95 *Siegfried J. Schmidt* (Hg.): Empirische Literatur- und Medienforschung. Beobachtet aus Anlaß des 10jährigen Bestehens des LUMIS-Instituts 1994
- VIII/97 *Steven Tötösy de Zepetnek & Irene Sywenky* (Ed.): The Systemic and Empirical Approach to Literature and Culture as Theory and Application (gleichzeitig erschienen: Edmonton: RICL-CCS, University of Alberta)

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