

COMDOC

Bibliographie • Medienliteratur • Schweiz

Universitäre Medienforschung

Seminar für Publizistikwissenschaft der Universität Zürich

Martina Märki-Koepp / Projektgruppe: *Lebenshilfe aus dem Äther*. Radio und Fernsehen als "Freund" und "Helfer". Seminar für Publizistikwissenschaft der Universität Zürich, Reihe Diskussionspunkt Nr. 25. Zürich 1993, 175 Seiten, ISBN 3-908127-06-8, Fr. 30.--

Da wissenschaftliche Befunde zum Problembereich Lebenshilfe bis anhin nur spärlich vorliegen, setzte es sich eine Projektgruppe am Seminar für Publizistikwissenschaft der Universität Zürich zum Ziel, aufgrund einer breiteren Datenbasis zu neuen Erkenntnissen zu gelangen. Die Untersuchung stützt sich auf *zwei systematische schriftliche Befragungen* von Programmleitern und Machern privater (inkl. schweizerische, aber exkl. deutsche Lokalradios) und öffentlich-rechtlicher Rundfunkmedien im deutschen Sprachbereich und auf *eine Inhaltsanalyse* von vier deutschsprachigen Lebenshilfe-Sendungen im Fernsehen.

Der Terminus Lebenshilfe umfasst in der bisher geführten Diskussion vieles. Ausgangspunkt der Studie bildet eine Begriffsklärung aufgrund des Lebenshilfe-Verständnisses der Medienleute selbst. Im ersten Fragebogen an die Programmleiter wurde um Auskunft gebeten über die persönliche Lebenshilfe-Definition der Angeschriebenen sowie über Produktionen der verschiedenen Abteilungen und Sender, thematische Schwerpunkte der Sendungen und deren gegenwärtigen und zukünftigen Stellenwert im Programm. Schwerpunkte des zweiten Fragebogens an die Macher bildeten Inhalt und Periodizität der Sendungen, angebotene Interaktion und Hilfeleistungen, Qualifikation der Mitarbeiter, Wirkungsgrad, Finanzen und Umfeld.

In einem zweiten Teil wendet sich die Untersuchung Gebieten zu, wo Lebenshilfe-Sendungen an besondere Grenzen und Tabus stossen oder diese auch zu überschreiten trachten. Mittels einer Inhaltsanalyse werden die Sendungen beschrieben. Im Zentrum stehen Werte und soziale Normen in Lebenshilfe-Sendungen sowie die gesellschaftliche Funktion von Fernsehberatung.

Frank Hänecke: *Problemfeld Freier Journalismus*. Ergebnisse aus Befragungen von Freien und Redaktionen. Seminar für Publizistikwissenschaft der Universität Zürich, Reihe Diskussionspunkt Nr. 26. Zürich 1994, 179 Seiten, ISBN 3-908127-07-6, Fr. 30.--

Ausgehend von einem reichhaltigen, teils durch Gespräche mit Praktikern hervorgegangenen Fragekatalog, wurde mit dieser Studie versucht, die Lage der Freien Journalist(inn)en in der Deutschschweiz auf einer möglichst breiten Grundlage darzustellen. Wegen der grundsätzlichen Absicht, *mehrere Gesichtspunkte* zu berücksichtigen, wurden nicht nur die betroffenen Journalist(inn)en, sondern auch deren Auftraggeber im Printmediensektor in die Erhebungen miteinbezogen.

Die *erste Umfrage* richtete sich an die als Freie Journalist(inn)en geführten Mitglieder der beiden wichtigsten Berufsverbände (SJU, SVJ) sowie des Fachpresse-Verbandes (SFPV). Zusammen gingen 456 Antworten ein.

Zum gleichen Zeitpunkt, Anfang Februar 1993, wurden Fragebogen an die *Verlage und Redaktionen* von Tages-, Wochenzeitungen und Zeitschriften versandt; ausgewertet wurden schliesslich Antworten von 35 Zeitungen und 62 Zeitschriften.

Einige Ergebnisse: Freie Journalist(inn)en sind jung (Mehrheit 31 bis 44 Jahre alt) und ein Drittel von ihnen sind Frauen; ihr Ausbildungsstand ist hoch und sie sind vornehmlich in Spezialgebieten tätig; und sie verdienen tatsächlich so wenig, wie immer wieder behauptet wird.

Werner A. Meier / Heinz Bonfadelli / Michael Schanne: *Medienlandschaft Schweiz im Umbruch*. Vom öffentlichen Kulturgut Rundfunk zur elektronischen Kioskware. Nationales Forschungsprogramm 21: Kulturelle Vielfalt und nationale Identität. Helbing & Lichtenhahn: Basel / Frankfurt/M. 1993, 394 S., ISBN 3-7190-1315-4, Fr. 68.--

Verliert die Schweiz ihre kulturelle Souveränität? Können europäische Kleinstaaten in Zukunft ihre Eigenständigkeit wahren? Zweifel scheinen angebracht zu sein angesichts eines verstärkten amerikanischen Kulturexports von Spielfilmen, Fernsehserien, Schlagern, Werbespots und anderer Kulturwaren. In der Tat ist in den letzten Jahren die schweizerische Rundfunklandschaft, wie auch die europäische, fast gänzlich umgekrempelt worden. Ursachen

