

Franz R. Stuke, Sarah Weiser (Hg.), Bochum, Bochumer Universitätsverlag, Bochum 20021007, 190 pp., ISBN 3-934453-97-X, Kommunikation Extra vol. 2, ISSN 1615-9713, EUR 19,90. Weitere Infos unter: <http://bou.de/g393445397X.html>



PHOENIX, Unicum in der europäischen

Fernsehlandschaft, weckt die wissenschaftliche Neugier. Wie kommt das Programm zustande, wie wird das offenbar sensible Gleichgewicht der verschiedenen Schwerpunkte gemanagt? Wie verläuft die interne Kommunikation? Welche Bedeutung hat die Programmplanung für die Relation von „Ereignis“ und „Dokumentation“ als konstituierende Programm-Elemente? Wie funktioniert das Controlling in diesem komplexen System interner und externer Kommunikation, welche Bedeutung kommt dem Controlling dabei zu? Schließlich: Welche Rolle spielt die Medienforschung in diesem Konstrukt von Programmstruktur, journalistischer Arbeit, politischen Interessen und öffentlicher Akzeptanz? Und –

perspektivisch: Wie nutzt dieser TV-Sender die aktuellen kommunikativen Möglichkeiten neuer Technologien? All diesen Fragen versuchte ein kommunikationswissenschaftliches Seminar der Ruhr-Universität Bochum auf den Grund zu gehen. Hier werden die Ergebnisse dieser authentischen Berichte nebst kritischer Nachfragen und persönlicher Reflexionen vorgestellt: ein bisher einmaliges Beispiel für die Offenheit einer TV-Institution im Dialog zwischen „Praxis“ und „Wissenschaft“!

In der Reihe Kommunikation Extra von Prof. Dr. Franz R. Stuke ist bisher erschienen:

Zaunkönige, Stuke, Franz; Bochum: Bochumer Uni.vlg., 2001.04.00, 233 S., ISBN 3-934453-24-4, Stichwörter: Nachbarschaft, Zaunkönige, Nachbar, Kommunikaton Extra, Bd. 1, ISSN 1617-9056, EUR 15,29

In der **Reihe Kommunikationsforschung Aktuell**, herausgegeben von Prof. Dr. Franz R. Stuke, Institut für Medienwissenschaft der Ruhr-Universität Bochum, sind bisher erschienen:

Ally McBeal - Unisex und Geschlechterklischee? Aneignung eines populären Medientextes, Raabe, Karolin (hic)

Laokoon im 21. Jahrhundert oder die Neurobiologie der Ästhetik, Kreiser, Imke

Aussagemöglichkeiten wirtschaftspsychologischer Diagnostik am Beispiel des Fragebogenverfahrens PAM (Profilanalyse Management und Fachfunktionen), Sonnenberg, Hans-Georg

Vermittler zwischen Deutschland und der arabischen Welt - Eine explorative Studie zu Selbstverständnis und Arbeitsbedingungen arabischsprachiger Korrespondenten in Bonn unter besonderer Berücksichtigung der palästinensischen Medien, Nazzal, Jamal

Marktforschung via Internet, Mönchhalpen, Christof

Pressefreiheit in der Türkei. Eine Untersuchung zu staatlichen Eingriffen in die Kommunikationsfreiheit am Beispiel der Zeitungen "Özgür Gündem" und "Özgür Ülke", Ates, Kemal

Auslandskorrespondenten in Polen Nachbarschaftsvermittler zwischen Rollenverständnis und Arbeitsrealität, Siemes, Annette

Facts oder Fiction? Eine Kommunikatorstudie zu den Determinanten für Fakes im Fernseh-Boulevardmagazin, Morgenthaler, J.

"Alles ist witzig!"? Eine Genderstudie zur "Harald Schmidt-Show", Rebecca Oestreich

"Fachidioten" versus "Kultur muffel" Eine vergleichende Studie zur kulturellen Kommunikationskonzeption am Beispiel der 1. Dortmunder Museumsnacht, Funke, Sonja

The Impact of Interactive Television on Society: An interdisciplinary view on the social capital perspective, Roseong Park

Broschüre im Netz? Eine empirische Untersuchung zur Nutzung von Potentiale in der Online-Kommunikation am Beispiel österreichischer Aktiengesellschaften, Hoyer, Katja

"Haute culture" für die Masse? Kulturfernsehen in Frankreich zwischen Kunst und Kommerz. Eine qualitative Kommunikatorstudie am Beispiel von ARTE France, Brombacher, Maria



**bochumer
universitäts
verlag**

Querenburger Höhe 281, 44801 Bochum

T: +49 (0)2 34 97 19 78 -0, F -6

BoU@BoU.de, <http://BoU.de>

oder <http://verlag.ruhr-uni-bochum.de>