

Zeitschriftenlese

AfP

Jg 36 (2005) Nr 3

Stürner, Rolf: Caroline-Urteil des EGMR: Rückkehr zum richtigen Maß. – S. 213–220

Der Autor setzt sich mit dem Urteil des Europäischen Gerichtshofs für Menschenrechte (EGMR) aus dem Jahr 2004 auseinander, bei dem es um die Frage ging, ob Fotos aus dem Alltag von Caroline von Hannover ohne ihre Einwilligung veröffentlicht werden dürfen. Der EGMR sprach sich hierbei abweichend vom deutschen Bundesverfassungsgericht gegen ein solches Veröffentlichungsrecht aus. Es fehle ein Beitrag zur Debatte mit Allgemeininteresse, da Caroline von Hannover keine offiziellen Funktionen erfülle und die streitgegenständlichen Fotos und Artikel sich ausschließlich auf Einzelheiten aus ihrem Privatleben bezögen. Laut der Auffassung des Autors sei es abzulehnen, dass das Bundesverfassungsgericht im Rahmen der Abwägung Information und Unterhaltung weitgehend gleichsetze. Der vom Autor als ausgewogen bezeichnete Ansatz des EGMR sei vorzugswürdig. Auch bei Personen der Zeitgeschichte seien bildliche Darstellungen nur dann zulässig, wenn ein Informationsinteresse positiv begründet werden könne.

Gersdorf, Hubertus: Caroline-Urteil des EGMR: Bedrohung der nationalen Medienordnung. – S. 221–226

Der Autor setzt sich mit dem Urteil des Europäischen Gerichtshofs für Menschenrechte (EGMR) aus dem Jahr 2004 auseinander, bei dem es um die Frage ging, ob Fotos aus dem Alltag von Caroline von Hannover ohne ihre Einwilligung veröffentlicht werden dürfen. Der EGMR sprach sich hierbei abweichend vom deutschen Bundesverfassungsgericht gegen ein solches Veröffentlichungsrecht aus. Es fehle ein Beitrag zur Debatte mit Allgemeininteresse, da Caroline von Hannover keine offiziellen Funktionen erfülle und die streitgegenständlichen Fotos und Artikel sich ausschließlich auf Einzelheiten aus ihrem Privatleben bezögen. Der Autor kritisiert, dass die Entscheidung des EGMR auf einem Gegenentwurf zur Kommunikationsverfassung in Deutschland beruhe, der eine elitäre Bewertung von Kommunikationsinhalten zum Gegenstand habe.

Beater, Axel: Sprachinformationen im Medienrecht. – S. 227–236

Der Autor setzt sich mit den rechtlichen Grenzen der Wortberichterstattung auseinander. Unter anderem sind die Übernahme fremder Sprachwerke (Urheberrecht), Informations„verbote“ (Persönlichkeitsrecht, unternehmerische und geschäftliche Schutzinteressen, staatliche Schutzinteressen) und Auswirkungen der Art der Informationserlangung (rechtmäßige oder rechtswidrige Erlangung) Gegenstände des Beitrags.

Ehmann, Horst: Die Nutzung des kommerziellen Wertes von Politikern zu Werbezwecken. – S. 237–246

Der Beitrag ist eine Besprechung der Lafontaine-Entscheidung des OLG Hamburg aus dem Jahr 2004, bei der es um die Werbung einer Autovermietung mit ei-

nem Bild von Lafontaine ging, die kurz nach seinem Rücktritt als Finanzminister im Jahr 1999 veröffentlicht wurde. Das Gericht hat eine Berufung der beklagten Autovermietung zurückgewiesen. Der Autor hält die Entscheidung des OLG für verfassungswidrig, da das Gericht nicht hinreichend berücksichtigt habe, dass die Werbung auch eine „in der Form der Satire gegessene politische Meinungsäußerung“ enthielte.

Becker, Bernhard von: Können Bilder lügen?. – S. 247–250

Der Beitrag stellt eine Anmerkung zu einer Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts dar (BVerfG AfP 2005, S. 171), in der das Gericht nicht erkennbare Fotomanipulationen für unzulässig erklärte. In dem zugrunde liegenden Fall ging es um eine satirische Fotomontage, bei der der Kopf von Ron Sommer auf einen auf einem bröckelnden Telekom-„T“ sitzenden Körper gesetzt wurde. Die Montage des Kopfes auf den Körper war erkennbar. Nicht erkennbar war jedoch, dass der Kopf grafisch verändert worden war (er wurde etwas gestreckt), um eine perspektivisch passende Darstellung zu ermöglichen. Die Entscheidung ist nach Auffassung des Verfassers des Beitrags zu Unrecht ergangen, da der Aussagegehalt satirischer Fotomontagen verkannt werde, wenn das Gericht dem Bild eine mit Wahrheitsanspruch unterlegte Tatsachenbehauptung über das Aussehen von Ron Sommer entnehme.

Bodendorf, Tilo; Nill, Björn: Das Prinzip der Preislistentreue: Bedeutung und Berechtigung im Umfeld des neuen Wettbewerbsrechts. – S. 251–254

Jg 36 (2005) Nr 4

Degenhart, Christoph: Rechtsfragen der Ausstellung von Presseausweisen. – S. 305–312

Lindner, Josef Franz: Zum Gebot der Programmkoordination zwischen ARD und ZDF. – S. 313–316

Dürfen ARD und ZDF in Konkurrenz zueinander treten oder besteht eine rechtliche Pflicht, das Programmangebot miteinander zu koordinieren? Der Beitrag kommt zu dem Ergebnis, dass weder einfachgesetzlich (Rundfunkstaatsvertrag, ARD- und ZDF-Staatsvertrag) noch verfassungsrechtlich ARD und ZDF verpflichtet sind, ein Einvernehmen über Sendeplätze zu erzielen. Der Autor spricht sich rundfunkpolitisch für eine beschränkte materielle Einvernehmenspflicht zwischen ARD und ZDF aus.

Jung, Alexander: Persönlichkeitsrechtliche Befugnisse nach dem Tod des Rechtsträgers. – S. 317–323

Ausgehend davon, dass das allgemeine Persönlichkeitsrecht nicht nur ideelle, sondern auch kommerzielle Interessen der Person erfasst, untersucht der Autor, inwieweit im Todesfall das Recht zur Wahrnehmung nachwirkender ideeller Interessen und das Per-

sönlichkeits-Vermögensrecht in dem Sinne auseinander fallen können, dass diese Rechte auf verschiedene Personen übergehen.

Rath, Michael: Zur Haftung von Internet-Suchmaschinen. – S. 324–332

Der Autor untersucht verschiedene Aspekte der rechtlichen Verantwortung von Suchmaschinen-Anbietern: Handeln Suchmaschinen-Anbieter wettbewerbsrechtswidrig, wenn sie bezahlte Treffer nicht kenntlich machen? Haften sie für Rechtsverletzungen (etwa Markenrechts- oder Persönlichkeitsrechtsverletzungen) der Anbieter der Inhalte, auf die sie in den Ergebnislisten verweisen? Hat es Auswirkungen auf die Haftungsfrage, ob Suchmaschinen-Anbieter bestimmte Inhalte aufgrund einer Entgeltzahlung höher „ranken“? Welche Prüfungspflichten hat ein Suchmaschinenanbieter? Der Autor geht davon aus, dass weder eine direkte noch eine analoge Anwendung der Spezialregeln zur Haftung im TDG möglich ist. Deren Rechtsgedanken seien aber bei der Aufstellung von Haftungsmaßstäben für Suchmaschinenanbieter zu beachten, um Wertungswidersprüche zu vermeiden. Der Autor ist der Auffassung, dass keine proaktive Prüfungspflicht für Suchmaschinenanbieter bestehe. Bei Kenntniserlangung sei nur dann von einer Prüfungspflicht auszugehen, wenn ein rechtskräftiger Titel vorliege oder aber die Rechtsverletzung auf eine andere Art und Weise derart eindeutig sei, dass sie sich aufräumen müsse. Bei redaktionellen Suchdiensten bestünden intensivere Prüfungspflichten als bei automatisierten. Eine erhöhte Prüfungspflicht bestehe auch bei bezahlten Treffern.

Jg 36 (2005) Nr 5

Danwitz, Thomas von: Zur Regulierung von „product placement“ bei der Novellierung der EU-Fernsehrichtlinie. – S. 417–421

Im Entwurf der Novellierung der europäischen Fernsehrichtlinie, der Ende 2005 veröffentlicht wurde, ist vorgesehen, für audiovisuelle Angebote mit Ausnahme von Nachrichtensendungen, Sendungen zum aktuellen Zeitgeschehen, Angeboten für Kinder und Dokumentarfilmen das Gebot der Trennung von Werbung und Programm insoweit aufzuheben, als product placement zulässig ist, sofern Programme mit einer solchen Produktplatzierung zu Programmbeginn hinreichend gekennzeichnet sind. Der Autor untersucht die Schutzfunktion des Trennunggebots und seiner gemeinschaftsverfassungsrechtlichen Rechtfertigung (Entwurf der europäischen Grundrechtscharta und EMRK). Der Autor ist der Auffassung, dass eine Lockerung der Trennungsvorschriften die gemeinschaftsverfassungsrechtliche geschützte Unabhängigkeit der Medien und die Medienvielfalt in Europa gefährden würde.

Schertz, Christian: Der Schutz der Persönlichkeit vor heimlichen Bild- und Tonaufnahmen. – S. 421–429

Der Autor setzt sich mit dem 2004 in das Strafgesetzbuch eingefügten § 201a auseinander, der die Verletzung des höchstpersönlichen Lebensbereichs durch Bildaufnahmen unter Strafe stellt. Laut Auffassung des Autors ist die Einführung dieser Norm grundsätzlich zu begrüßen, der Tatbestand sollte aber in einzelnen Punkten klarer geregelt sein.

Lindner, Josef Franz: Verfassungsrechtliche Ewigkeitsgarantie für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk? – S. 429–433

Anlässlich der Debatte um die Erhöhung der Rundfunkgebühren prüft der Autor, inwieweit die Rolle des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in der dualen Rundfunkordnung verfassungsrechtlich fundiert ist. Hierzu werden die Rundfunkentscheidungen des Bundesverfassungsgerichts einer Analyse unterzogen. Im Ergebnis ist der Autor der Auffassung, dass es dem Gesetzgeber verfassungsrechtlich nicht verwehrt wäre, auf das duale Rundfunksystem zu verzichten. Auch der Weg in Richtung eines rein privaten Rundfunkmodells wäre gangbar, wenn der Gesetzgeber materielle, organisatorische und finanzielle Regelungen und Vorgaben vorsehe, die den verfassungsrechtlichen Anforderungen an eine freiheitliche Rundfunkordnung gerecht würden.

Karaahmetoglu, Macit: Die Sprache der Gegendarstellung: zugleich Erörterung des Urteils des LG Darmstadt vom 20.8.2004 (AZ 17 O 217/2004). – S. 433–437

„Mehr als 7 Millionen Menschen in der Bundesrepublik sprechen Deutsch nicht als Muttersprache. Hierbei sind diejenigen nicht berücksichtigt, die inzwischen die deutsche Staatsbürgerschaft erlangt haben. Dementsprechend werden in Deutschland fremdsprachige Zeitungen herausgegeben, sei es auf Italienisch, Russisch oder Türkisch. [...] Fast immer ist die Gegendarstellung, deren Abdruck verlangt wird, in der jeweiligen Redaktionssprache verfasst, da die Betroffenen fast immer selbst der entsprechenden Sprache hinreichend mächtig sind. Gelegentlich tritt jedoch der Fall ein, dass auch der Abdruck einer ausschließlich auf Deutsch verfassten oder sogar sprachlich gemischten Gegendarstellung begehrt wird.“ Der Beitrag geht der Frage nach der zulässigen Sprache der Gegendarstellung nach und kommt zu dem Ergebnis, dass eine Gegendarstellung grundsätzlich nur in der Redaktionssprache zulässig ist. Ausnahmen könnten nur in den seltenen Fällen bestehen, in denen der von der Erstmitteilung Betroffene die Redaktionssprache nicht beherrscht und nur in Deutsch eine effektive persönliche Entgegnung möglich erscheine.

Gostomzyk, Tobias: Die Rechtsrealität der Massenmedien. – S. 437–441

Der Autor setzt sich auf systemtheoretischer Basis mit der Darstellung des Rechts in Filmen und Gerichtsshows auseinander.

Comm/Ent

Jg 27 (2004) Nr 1

Litman, Jessica: Sharing and Stealing. – S. 1–50

Woo, Jisuk: Redefining the „Transformative use“ of copyrighted works: toward a fair use standard in the digital environment. – S. 51–78

Halstuk, Martin E.: Holding the spymasters accountable after 9/11: a proposed model for CIA disclosure requirements under the freedom of Information Act. – S. 79–136

Jg 27 (2005) Nr 2

Cowling, Paul: An earthy Enigma: the role of localism in the political, cultural and economic dimensions of media ownership regulation. – S. 257–358

Greene, David: Why protect political art as „political speech“?. – S. 359–383

Communication Theory**Jg 15 (2005) Nr 3**

Jansz, Jeroen: The Emotional Appeal of Violent Video Games for Adolescent Males. – S. 219–241

Bratich, Jack Z.: Amassing the Multitude: revisited early audience studies. – S. 242–265

Soffer, Oren: The Textual Pendulum. – S. 266–291

Plaisance, Patrick Lee: The Mass Media as Discursive Network: Building on the Implications of Libertarian and Communitarian Claims for News Media Ethics Theory. – S. 292–313

Reid, Roddey: Fractured Media Sphere and U.S. Health Promotion: Parsing Cigarettes as an Icon of Flawed Modernity. – S. 314–339

Jg 15 (2005) Nr 4

Zoller, Heather M.: Health Activism: Communication Theory and Action for Social Change. – S. 341–364

Bimber, Bruce; Flanagan, Andrew J.; Stohl, Cynthia: Reconceptualizing Collective Action in the Contemporary Media Environment. – S. 365–388

Tebeoul, J.C. Bruno; Cole, Tim: Relationship Development and Workplace Integration: An Evolutionary Perspective. – S. 389–413

Besley, John C.; McComas, Katherine A.: Framing Justice: Using the Concept of Procedural Justice to Advance Political Communication Research. – S. 414–436

Cohen, Jonathan: Global and Local Viewing Experiences in the Age of Multichannel Television: the Israeli Experience. – S. 437–455

Communications**Jg 30 (2005) Nr 3**

Schaap, Gabi; Renckstorf, Karsten; Wester, Fred: Conceptualizing television news interpretation by its viewers: the concept of interpretive complexity. – S. 269–292

Wurff, Richard van der: Media markets and media diversity. – S. 293–300

Cuilenburg, Jan van: On monitoring media diversity, media profusion, and media performance: some regulator's notes. – S. 293–300

Vettehen, Paul Hendriks: „Open diversity“ statistics: an illusion of „Scientific thoroughness“?. – S. 308–311

Vergeer, Maurice: Measuring diversity and level of aggregation. – S. 312–319

Huysmans, Frank; Haan, Jos de: Media diversity from a user's perspective in The Netherlands, 1975–2000. – S. 320–324

Heuvelman, Ard; Peeters, Allerd; Dijk, Jan van: Irritating, shocking, and intolerable TV programs: norms, values, and concerns of viewers in The Netherlands. – S. 325–342

Eggermont, Steven; Beullens, Kathleen; Bulck, Jan van den: Television viewing and adolescent females' body dissatisfaction: the mediating role of opposite sex expectations. – S. 343–358

Igartua, Juan José; Cheng, Lifeng; Munitz, Carlos: Framing Latin America in the Spanish press: a cooled down friendship between two fraternal lands. – S. 359–372

Jg 30 (2005) Nr 4

Schulz, Winfried; Zeh, Reimar: The changing election coverage of German television: a content analysis 1990–2002. – S. 385–408

Davies, Chris Lawe: Enacting cultural diversity through multicultural radio in Australia. – S. 409–432

Sutter, Tilmann: Processes of inclusion in mass communication: a new perspective in media research. – S. 431–444

Kenning, Marie-Madeleine: Language, media use, and mobility in contemporary society. – S. 445–458

Computer Law Review International **Jg 6 (2005) Nr 4**

Vinje, Thomas: Microsoft v EG: in the European Courts: Analysis and Implications of the Court of First Instance's Order Against Microsoft. – S. 97–102

Aalto, Sakari: Technological Protection Measures: Has the Copyright Directive resulted in harmonization?. – S. 103–106

Bing, Jon: Implementing the Copyright Coordination Directive in Norway. – S. 107–109

Jg 6 (2005) Nr 5

Gaster, Jens: „Obtinere“ of Data in the Eyes of the ECJ: How to interpret the Database Directive after British Horseracing Board Ltd et al vs. William Hill Organisation Ltd. – S. 129–134

Runte, Christian et al: Anonymous Hotlines for Whistleblowers: The U.S. Sarbanes Oxley Act and European Compliance Issues. – S. 135–139

Computer und Recht **Jg 21 (2005) Nr 7**

Richters, Swantje; Schmitt, Jens: Die urheberrechtliche Pauschalvergütung für PCs: Zulässigkeit einer pauschalen Vergütungspflicht vor dem urheber-, verfassungs- und europarechtlichen Hintergrund der erstinstanzlichen Entscheidung des LG München. – S. 473–481

Mayen, Thomas: Konsistenz als Rechtsgebot. – S. 484–487

Mit dem In-Kraft-Treten des neuen Telekommunikationsgesetzes wurde ein sog. Konsistenzgebot in das Gesetz aufgenommen, wonach die Regulierungsbehörde (RegTP) darauf zu achten hat, dass Entgeltregulierungsmaßnahmen in ihrer Gesamtheit zeitlich und inhaltlich aufeinander abgestimmt werden. Nach der Begründung des Regierungsentwurfs soll hierdurch erreicht werden, dass Wettbewerbsverzerrungen etwa durch das Auftreten von Preis-Kosten-Schere vermieden werden. Der Inhalt dieses Konsistenzgebotes bedarf jedoch der Präzisierung. Mit dieser Problematik beschäftigt sich der vorliegende Beitrag.

Koenig, Christian; Neumann, Andreas: Legitimation durch Regulierungsverfahren?: erste praktische Erfahrungen mit der neuen Marktregulierung. – S. 487–494

„Mittlerweile sind die ersten Weichen für die Telekommunikationsregulierung der neuen Generation gestellt. Die ersten Entwürfe für die Definition und Analyse regulierungsbedürftiger Telekommunikationsmärkte wurden auf europäischer Ebene notifiziert, mit dem Entwurf für die Marktdefinition und -analy-

se im Bereich der Mobilfunknetzterminierung wurde der mit dem wohl größten öffentlichen Interesse erwartete Maßnahmenentwurf unlängst zur nationalen Konsultation gestellt und mittlerweile ist sogar die erste Regulierungsverfügung – für den Zugang zur Teilnahmeanchlussleitung – erlassen worden. Der vorliegende Beitrag zieht vor diesem Hintergrund eine erste Zwischenbilanz der Erfahrungen mit den neu etablierten Regulierungsverfahren und diskutiert hierbei zu Tage getretene Anwendungsprobleme und Rechtsfragen.“

Hoeren, Thomas: Bewertungen bei eBay: eine kritische Rechtsprechungsübersicht zur Suche nach angemessenen rechtlichen Bewertungen. – S. 498–502

Koch, Robert: Geltungsbereich von Internet-Auktionsbedingungen: inwieweit begründen Internet-Auktionsbedingungen Rechte und Pflichten zwischen den Teilnehmern?. – S. 502–510

Jg 21 (2005) Nr 8

Grützmaker, Malte; Schmidt-Bogatzky, Florian: Kompatibilitätshinweise bei Computersoftware und ihre kennzeichenrechtlichen Grenzen: eine Untersuchung unter besonderer Berücksichtigung der Rechtsprechung zum markenmäßigen Gebrauch. – S. 545–553

Gramlich, Ludwig: Die Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post (RegTP) im Jahr 2004. – S. 560–568

Das Jahr 2004 wurde für die RegTP durch zwei Gesetzesnovellen geprägt: Die eine – das neue TKG – schuf einen neuen Rechtsrahmen, der eine Vielzahl von Rechtsfragen beantwortet. Die andere – das erst im Frühsommer 2005 verabschiedete Energiewirtschaftsrecht – zeitigte bereits Vorwirkungen dahin, dass die RegTP einen Aufbaustab bildete und schon jetzt einschlägige Aufgaben im internationalen Bereich wahrnimmt. Somit setzt der vorliegende Beitrag frühere Berichte über die RegTP fort und konzentriert sich wie bisher auf die Praxis der sektorspezifischen Regulierung im Bereich der Telekommunikation.

Klimke, Dominik: Korrekturhilfen beim Online-Vertragsschluss: die Verpflichtung des Unternehmers zur Bereitstellung von Eingabekorrekturhilfen im elektronischen Geschäftsverkehr. – S. 582–590

Jg 21 (2005) Nr 9

Plath, Kai-Uwe: Nießbrauch an Software: ein Konzept zur Lösung des Insolvenzproblems?. – S. 613–618

Klees, Andreas: Der Erwerb von Handyklingeltönen durch Minderjährige: eine Untersuchung der Vertragsverhältnisse und Vergütungsansprüche. – S. 626–631

Arlt, Christian: Die Undurchsetzbarkeit digitaler Privatkopien gegenüber technischen Schutzmaßnahmen im Lichte der Verfassung: eine Untersuchung der Verfassungsmäßigkeit der Nichtberücksichtigung digitaler privater Vervielfältigungen im § 95b UrhG. – S. 646–650

Jg 21 (2005) Nr 10

Bartsch, Michael; Dreier, Thomas: 20 Jahre Urheberrecht in „Computer und Recht“: Metamorphose eines Rechtsgebiets durch Informationstechnologien. – S. 690–694

Schneider, Jochen: IT-Vertragsrecht: ein schuldrechtsmodernisierter Rück- und Überblick zu den Problemen mit den Vertragstypen des BGB. – S. 695–699

Redeker, Helmut: Von Dauerbrennern und neuen Entwicklungen im Recht der Leistungsstörungen: wie sich technische und gesetzgeberische Innovationen auf juristische Diskussionen ausgewirkt haben. – S. 700–705

Heymann, Thomas: Outsourcing in Deutschland – eine Bestandsaufnahme zur Vertragsgestaltung: Die Grundtypen des Outsourcing und ihre Konsequenzen für die Vertragsgestaltung. – S. 706–711

Heckmann, Dirk: IT-Beschaffung der öffentlichen Hand zwischen Haushalts- und Marktpolitik: Vergaberecht und Beschaffungsmanagement in historischer Perspektive. – S. 711–715

Heinemann, Andreas: Kartellrecht und Informationstechnologie: auf der Suche nach Fairness im Spannungsgeflecht von Marktmacht und Wettbewerb. – S. 715–720

Große Teile des IT-Sektors sind durch die Konzentration wirtschaftlicher Macht gekennzeichnet. Der wichtigste Grund hierfür ist der Netzwerkeffekt: Das Bedürfnis nach Standardisierung führt dazu, dass am Ende des wettbewerblichen Ausleseprozesses nur ein Produkt übrig bleibt. Das Kartellrecht nimmt diese Sachnotwendigkeit zwar hin, jedoch dürfen die hieraus resultierenden Monopole nicht weiter reichen, als zur Herstellung eines effizienten Zustands erforderlich ist. Außerdem hat das Kartellrecht dafür zu sorgen, dass die betroffenen Märkte zumindest auf mittlere und lange Frist offen bleiben. Andererseits führen solche ökonomischen Sachzwänge – wie z. B. der Netzwerkeffekt – jedoch zu Marktzutrittschranken und damit zu einer Einschränkung des Wettbewerbs. Das Kartellrecht sieht sich in diesem Zusammenhang vor die schwierige Aufgabe gestellt, eine Grenzlinie zu ziehen zwischen Verhaltensweisen, welche auf bessere Leistung am Markt gerichtet sind, und solchen, die lediglich wirtschaftliche Macht instrumentalisieren. Am Beispiel des Missbrauchs marktbeherrschender Stellungen, des Lizenzkartellrechts und der elektronischen Marktplätze demonstriert der vorliegende Bei-

trag, welche Schwierigkeiten bei der Verfolgung dieses Ziels zu überwinden sind.

Büllesbach, Alfred; Garstka, Hans-Jürgen: Meilensteine auf dem Weg zu einer datenschutzgerechten Gesellschaft: von punktuellen Problemlösungen über Datenschutz-Management in die Zukunft. – S. 720–725

„In vielen Staaten der Erde werden Einschränkungen der Privatsphäre durch staatliche oder privatwirtschaftliche Akteure heute von breiten Bevölkerungsgruppen kritisch beobachtet. Bevor sich in Deutschland das so genannte Datenschutzrecht, gestärkt durch die Schöpfung des Rechts auf informationelle Selbstbestimmung durch das BVerfG, konstituieren und in Anbetracht seiner recht jungen Geschichte eine bemerkenswerte Entwicklung nehmen konnte, waren Grundgedanken bereits in anderen Rechtstraditionen gelegt. Der Beitrag spürt den historischen Wurzeln des Datenschutzrechts, insbesondere in Deutschland, nach und weist über prägende Entwicklungslinien hinaus auf aktuelle und anstehende Herausforderungen hin.“

Heun, Sven-Erik: Die Regulierung der Telekommunikationsmärkte in den letzten 20 Jahren. – S. 725–730

„Der Beitrag gibt, ohne Anspruch auf Vollständigkeit, einen durchaus subjektiv geprägten historischen Überblick über die Entwicklung der Marktregulierung in der Telekommunikation (TK) vom Fernmeldeverwaltungsrecht zu einem modernen Wirtschaftsverwaltungsrecht, dem TK-Recht. Dem Anlass entsprechend wird der Historie hierbei mehr Raum gewährt als der Gegenwart.“

Schuster, Fabian: Grundsatzfragen des TK-Vertragsrecht: neue Technik und Regulierung im Licht von BGB und TKG. – S. 730–736

Bornhofen, Roland: 20 Jahre Kundenschutz im TK-Recht: da war doch was?: die Entwicklung des Kundenschutzes von 1985 bis 2005. – S. 736–741

Spindler, Gerald: Haftung und Verantwortlichkeit im IT-Recht: Ein Rück- und Ausblick zu den Bewährungsproben der allgemeinen Grundsätze des Haftungsrecht. – S. 741–747

Bornkamm, Joachim; Seichter, Dirk: Das Internet im Spiegel des UWG: Grenzwerte für die lautere Nutzung eines neuen Mediums. – S. 747–753

Härtling, Niko: Von Heidelberg nach Soco in „de“ und anderen Welten: 10 Jahre Domainrecht oder: die allmähliche Integration eines neuen wirtschaftlichen Werts in die Rechtsordnung. – S. 753–758

Mankowski, Peter: Die ausgebliebene Revolutionierung des Internationalen Privatrechts: Begegnungen des Internationalen Privat- und Prozessrecht mit IT. – S. 758–763

Strunk, Günther: Informationstechnologien und steuerliche Aspekte: neue Herausforderungen an die regelnde Funktion des Steuerrechts. – S. 763–767

Däubler, Wolfgang: Arbeitsrecht und Informationstechnologien: vom Umgang eines traditionellen Rechtsgebiets mit neuen Herausforderungen. – S. 767–772

Convergence Jg 11 (2005) Nr 2

Farnsworth, John; Austrin, Terry: Assembling Portable Talk and Mobile Worlds: Sound Technologies and Mobile Social Networks. – S. 14–22

Arceneaux, Noah: The World is a Phone Booth: the American Response to Mobile Phones, 1981–2000. – S. 23–31

Hemment, Drew: The Mobile Effect. – S. 32–40

Lillie, Jonathan: Cultural Access, Participation, and Citizenship in the Emerging Consumer-Network Society. – S. 41–48

Hjorth, Larissa; Kim, Heewon: Being There and Being Here: Gendered Customing of Mobile 3G Practices Through a case Study in Seoul. – S. 49–57

Tutt, Dylan: Mobile Performance of a Teenager: a Study of Situated Mobile Phone Activity in the Living Room. – S. 58–75

„This article emphasises the situated character of domestic mobile phone interactions. It investigates the importance of the mobile phone as both a communications and performance tool to Western teenagers in their formation of identity. Sociological research into the use of mobile phones by young people often neglects the domestic realm, from where a large proportion of text messages are sent. Combining theory with video data analysis of mobile phone interactions in the living room, the changing role performance of a teenager is traced as he attempts to negotiate his way to a party on a ‘school night.’ This video ethnography offers readings of how a mobile phone is used by a teenager to strike a ‘stance-taking self’ amid the contradictions of postmodern home life: the competing attentions of peer and ‘family’ group, the confusion of public/private spaces, conflicting household rules and moralities, and independence from and dependence on the ‘family.’“

Gow, Gordon: Information Privacy and Mobile Phones. – S. 76–87

„Renewed concerns about information privacy and mobile phones have surfaced with the early deployment of location-based services in North America, and specifically with the Federal Communications Commission led public safety initiative known as Wireless E9-1-1. Initial scholarly research in this area

has focussed on the use and disclosure of geographic location information of mobile phone subscribers and on the terms and conditions by which this information can be made available for lawful access or commercial purposes. This paper refers to this body of research as the ‘first domain’ of information privacy research, and describes some of the key findings and contributions for policy research on customer proprietary information and customer consent. The paper then turns to introduce and describe an emerging ‘second domain’ of information privacy concerned with the popular adoption of anonymous prepaid mobile phone services. The distinguishing characteristic of this second domain of research is its focus on debates about the legitimacy of regulatory requirements to collect and verify customer details at the point of purchase. This paper draws on findings from an empirical study undertaken in Canada to identify some initial parameters of this second domain of information privacy research with the intent of informing a wider debate about the entitlement to anonymity for customers who elect to use prepaid services over commercial networks.“

Menduni, Enrico: Petty Officers of the Political Fleet: the Impact of Personal Mobile Communication Technologies on Communicative Practices of Italian Politicians and the Transformations of the Public Sphere. – S. 88–101

„This paper analyses the particular use of personal mobile communication by Italian politicians. Research was carried out in 2004 with semi-structured interviews to professional politicians, journalists and politicians’ assistants. The paper intends to demonstrate that personal mobile communication technologies were introduced in a ‘Darwinian’ phase of political activity, at least in Italy, where every professional politician had to help themselves and survive in a milieu that almost suddenly had become very competitive, without significant support from party’s organisation as it were in the past. Personal mobile communication, in this frame of thinking, appears as a ‘help yourself’ and timesaving technique, especially for second rank politicians who do not have access to large crews of assistants. Personal mobile communication technologies contributed to determine relevant transformations in the public sphere, especially regarding to: a) bargaining and making deals with one’s peers and political partners; b) relationships with journalists and the media. At the same time, mobile communications fasten the oral dimension of politics, already pushed by audiovisual media, showing more ‘politics’ than ‘policies.’“

White, Peter B.; White, Naomi Rosh: Keeping Connected: Travelling with the Telephone. – S. 102–113

„This paper examines the uses of mobile and fixed telephone communications by travellers and the implications of that use for their experiences of travel. Based on interviews conducted with people travelling in New Zealand, we argue that travellers give specific attention to the accessibility of phone services while planning their travel. Once travellers’ journeys and communication with distant friends and families had commenced, travellers made clear distinctions between the relative uses, benefits and drawbacks of using oral phone communications and ‘texting’ (short message service). Both forms of communication had

similar impacts on travellers' sense of an ongoing integration into relationships from which they were temporarily physically distant. However, the two modes of communication differed with respect to what they were seen to offer. That is, oral phone communication was characterised by its 'emotionality', while texting in particular was seen to offer distinctive opportunities for spontaneous contact."

Communicatio Socialis

Jg 38 (2005) Nr 3

Kallscheuer, Otto: Ein Medienpapst an Leib und Leben?: Johannes Paul II. auf Sendung. – S. 251–261

Gemmingen, Eberhard von: Medienpapst und Papstmedien. – S. 262–280

Der Medienpapst: Statements von Gerd Bachner, Hubert Feichtbauer, Sigmund Gottlieb, Otto B. Roeggele. – S. 281–290

Migliore, Celestino: John Paul II.: a great communicator of our times. – S. 291–296

Foley, John P.: Keeping 5000 Communicators happy: media in Rome at the transition. – S. 297–299

European Journal of Communication

Jg 20 (2005) Nr 3

Vreese, Claes H. de: The Spiral of Cynicism Reconsidered. – S. 283–302

In der öffentlichen ebenso wie in der wissenschaftlichen Debatte über den Einfluss von Nachrichtenangeboten auf politische Einstellungen wird zumeist auf negative Wirkungen hingewiesen. In verschiedenen Untersuchungen wurde gezeigt, dass Berichterstattung, die auf strategische Politik, d. h. auf Motive und Stile von Politikern abzielt statt auf Inhalte und Politikfragen, Zynismus im Hinblick auf Politik fördert. Hier wird eine Studie vorgestellt, die mittels einer zwei-welligen Panel-Befragung und einer Inhaltsanalyse für zwei europäische Länder (Dänemark & Niederlande) diese Befunde hinterfragt. Neben der möglichen Wirkung von Strategie-Berichterstattung auf eine zynische Haltung wird v. a. eine Korrelation einer solchen Haltung mit großer politischer Erfahrung festgestellt, d. h. Zynismus könnte auch als Indikator für einen „interessierten, kritischen Bürger“ dienen. Schließlich kann ein Zusammenhang von Zynismus und mangelnder politischer Partizipation, wie z. B. Wahlmüdigkeit, nicht hergestellt werden.

Davis, Aeron: Media Effects and the Active Elite Audience: A Study of Communications in the London Stock Exchange. – S. 303–326

Der Artikel stellt eine Studie vor, die den Einfluss von Medien auf das Investitionsverhalten an der Londoner Börse untersuchte. Ausgehend von der Feststellung, dass viele Beobachter einige der Verhaltensweisen der Händler an der Börse auf Medieneffekte zurückführen und dies den üblichen Befunden der Publi-

kumsforschung widerspricht, andererseits aber das Publikum an der Börse sich als Elitepublikum vom übrigen Publikum unterscheidet, sollten die möglicherweise besonderen Wirkmechanismen erkundet werden. Zu diesem Zweck wurden Interviews mit Disponenten an der Londoner Börse durchgeführt. Es zeigte sich, dass die Medien im Alltag der Befragten einen relativ geringen Effekt auf ihre Entscheidungen hatte. Abgesehen von außergewöhnlichen finanzbezogenen „Medien Events“ dienen die Medien eher als Verstärkung von Handelsentwicklungen. Bei differenzierter Betrachtung sind zudem Wirkungen spezifischer Internetservice festzustellen.

Schweitzer, Eva Johanna: Election Campaigning Online: German Party Websites in the 2002 National Elections. – S. 327–352

Braker, Martin J.: „The Lord of the Rings“ and Identification: a Critical Encounter. – S. 353–378

Federal Communications Law Journal

Jg 57 (2004) Nr 3

Gorelick, Jamie S.; Harwood, John H.; Zachary, Heather: Navigating Communications Regulation in the Wake of 9/11. – S. 351–412

Guttman-McCabe, Christopher; Mushahwar, Amy; Murk, Patrick: Homeland Security and Wireless Telecommunications: the Continuing Evolution of Regulation. – S. 413–456

Lewis, James A.: New Objectives for CFIUS: Foreign Ownership, Critical Infrastructure, and Communications Interception. – S. 457–478

Cannon, Robert: State Regulatory Approaches to VoIP: Policy, Implementation, and Outcome. – S. 479–510

Bannister, Mark C.: Virginia Cellular and Highland Cellular: The FCC Establishes a Framework for Eligible Telecommunications Carrier Designation in Rural Study Areas. – S. 511–554

Miltner, Katherine A.: Discriminatory Filtering: CIPA's Effect on Our Nation's Youth and Why the Supreme Court Erred in Upholding the Constitutionality of the Children's Internet Protection Act. – S. 555–578

Journal of Communication

Jg 55 (2005) Nr 2

Burnett, Ann; Badzinski, Diane M.: Judge Nonverbal Communication on Trial: Do Mock Trial Jurors Notice?. – S. 209–224

Blanks Hindman, Elizabeth: Jayson Blair, „The

New York Times“, and Paradigm Repair. – S. 225–241

Jensen, Jakob D.; Hurley, Ryan J.: Third-Person-Effects and the Environment: social Distance, Social Desirability, and Presumed Behaviour. – S. 242–256

Kramer, Michael W.: Communication in a Fund-Raising Marathon Group. – S. 257–276

Lambe, Jennifer L.; McLeod, Douglas M.: Understanding Third-Person Perception Processes: Predicting Perceived Impact on Self and Others for Multiple Expressive Contexts. – S. 277–291

Lee, Byoungkwan; Tamborini, Ron: Third-Person-Effect and Internet Pornography: the influence of Collectivism and Internet Self-Efficacy. – S. 292–310

Lee, Seow Ting; Maslog, Crispin C.: War or Peace Journalism?: Asian Newspaper Coverage of Conflicts. – S. 311–329

„This study examines the extent to which four Asian regional conflicts involving India, Pakistan, Sri Lanka, Indonesia, and the Philippines are framed as war journalism or peace journalism based on Johan Galtung's classification. A content analysis of 1,338 stories from 10 newspapers suggests that, overall, the news coverage of these conflicts is dominated by a war journalism frame. The Indian and Pakistani coverage of the Kashmir issue shows the strongest war journalism framing whereas the coverage of the Tamil Tiger movement and the Mindanao conflict by the Sri Lankan and the Philippine newspapers reveals a more promising peace journalism framing. The three most salient indicators of peace journalism are the avoidance of demonizing language, a nonpartisan approach, and a multiparty orientation. The war journalism frame is supported by a focus on the here and now, an elite orientation, and a dichotomy of good and bad.“

McGlone, Matthew S.: Quoted Out of Context: Contextomy and Its Consequences. – S. 330–346

Sheafer, Tamit; Weimann, Gabriel: Agenda Building, Agenda Setting, Priming, Individual Voting Intentions, and the Aggregate Results: An Analysis of Four Israeli Elections. – S. 347–365

„This article reports the findings of the multistage agenda-setting process of four Israeli elections. In the first stage, agenda building, it is demonstrated that there is a close association between real-world indicators and media agenda. In the second stage, agenda setting, it was found that the level of television coverage of issues influences the proportion of surveys' respondents naming these issues as the nation's most important problems. In the third stage, priming, the analysis focused on electoral voting behaviour in multiparty parliamentary elections rather than on the usual evaluations of the president's performance. At the individual level, there is evidence for a priming effect.

At the aggregate level, the findings suggest that there may be a priming effect on the actual electoral success of various political parties.“

Webster, James G.: Beneath the Veneer of Fragmentation: Television Audience Polarization in a Multichannel World. – S. 366–382

Wilkins, Richard: The Optimal Form: Inadequies and Excessiveness Within the „Asialliten“ (Matter of Fact) Nonverbal Style in Public and Civic Settings in Finland. – S. 383–401

Jg 55 (2005) Nr 3

Berger, Charles R.: Interpersonal communication: theoretical perspectives, future prospects. – S. 415–447

Dow, Bonnie J.; Condit, Celeste M.: The State of the Art in Feminist Scholarship in Communication. – S. 448–478

Graber, Doris A.; Smith, James: Political Communication Faces the 21st Century. – S. 479–507

Gross, Larry: The Past and Future of Gay, Lesbian, Bisexual, and Transgender Studies. – S. 508–528

Hamilton, Mark A.; Nowak, Kristine L.: Information Systems Concepts Across Two Decades: an Empirical Analysis of Trends in Theory, Methods, Process, and Research Domains. – S. 529–553

Kim, Young Yun: Inquiry in Intercultural and Development Communication. – S. 554–577

Nussbaum, Jon F.; Friedrich, Gustav: Instructional/Developmental Communication: Current Theory, Research, and Future Trends. – S. 578–593

Reinard, John C.; Ortiz, Sandra M.: Communication Law and Policy: the State of Research and Theory. – S. 594–631

Walther, Joseph B.; Gay, Geri; Hancock, Jeffrey T.: How Do Communication and Technology Researchers Study the Internet?. – S. 632–657

Journal of Communication Inquiry

Jg 29 (2005) Nr 3

Sadler, William J.: Metonymy and the Metropolis: television show settings and the image of New York City. – S. 195–216

Ketchum, Cheri: The Essence of Cooking Shows: How the Food Network Constructs Consumer Fantasies. – S. 195–216

Clarkson, Jay: Contesting Masculinity's Make-over: „Queer Eye“, Consumer Masculinity, and „Straight-Acting“ Gays. – S. 235–255

Killmeier, Matthew A.: A People's History of Empire, or the Imperial Recuperation of Vietnam?: Countermyths and Myths in „Heaven and Earth“. – S. 256–272

Jg 29 (2005) Nr 4

Rinderle, Susana: The Mexican Diaspora: a Critical Examination of Signifiers. – S. 294–316

Dutta-Bergman, Mohan J.; Pal, Mahuya: The Negotiation of U.S. Advertising among Bengali Immigrants: a Journey in Hybridity. – S. 317–335

Chan, Brenda: Imagining the Homeland: the Internet and Diasporic Discourse of Nationalism. – S. 336–368

Journal of Health Communication

Jg 10 (2005) Nr 5

Ford, Neil et al: Communication Strategy for Implementing Community IMCI. – S. 379–403

Evans, W. Douglas; Ulasevic, Alec: News Media Tracking of Tobacco Control: a Review of Sampling Methodologies. – S. 403–418

Jensen Arnett, Jeffrey: Talk is cheap: the Tobacco Companies' Violations of Their Own Cigarette Advertising Code. – S. 419–432

Rimal, Rajiv N. et al: Moving Toward a Theory of Normative Influences: How Perceived Benefits and Similarity Moderate the Impact of Descriptive Norms on Behaviours. – S. 433–450

Mosavel, Maghboeba: The Use of a Telephone-Based Communication Tool by Low-Income Substance Abusers. – S. 451–464

Goldstein, Susan et al: Communicating HIV and AIDS, What Works?: a Report on the Impact Evaluation of Soul City's Fourth Series. – S. 465–484

Jg 10 (2005) Nr 6

Tilson, Elizabeth C.; McBride, Colleen M.; Brouwer, Rebecca N.: Formative Development of an Intervention to Stop Family Tobacco Use: the Parents and Children Talking (PACT) Intervention. – S. 491–508

Wolf, Michael S. et al: A Qualitative Study of Literacy and Patient Response to HIV Medication Adherence Questionnaires. – S. 509–518

Boulay, Marc; Valente, Thomas W.: The Selection of Family Planning Discussion Partners in Nepal. – S. 519–536

Wolfe, Robert M.; Sharp, Lisa K.: Vaccination or Immunization?: the Impact of Search Terms on the Internet. – S. 537–552

Chen, Meng-Jinn et al: Alcohol Advertising: what Makes It Attractive To Youth?. – S. 553–566

Williamson, Kirsty: Where One Size Does Not Fit All: Understanding the Needs of Potential Users of a Portal to Breast Cancer Knowledge Online. – S. 567–580

Journal of Media Economics

Jg 18 (2005) Nr 3

Sohn, Seunghye: Interindustry and Intraindustry Competition in Satellite Broadcasting: A Comparative Case Study on the United States, Japan, England, and France. – S. 167–182

„This study explores the role of intra- and interindustry competition in the evolution of satellite broadcasting with case studies on the United States, Japan, England, and France. The case studies revealed that different patterns of inter- and intraindustry competition play a critical role in the business strategies of satellite broadcasters and their expansion in terms of subscription and market share. The findings of this research suggest that a policy framework that guarantees an adequate level of competition among content delivery technologies is required.“

Jung, Jaemin; Chan-Olmstead, Sylvia M.: Impacts of Media Conglomerates' Dual Diversification on Financial Performance. – S. 183–202

„This study examines the impact of media firms' diversification on their financial performance based on the product and geographical diversification activities and performance of the top 26 media firms from 1991 to 2002. The empirical results generally indicate that related product and international diversification contributes to better financial performance. However, excessive diversification, which leads to a high degree of unrelated diversification, might decrease performance. There also appears to be a hurdle level for diversification, prior to which expanding businesses in product and international markets may need considerable investment and produce negative cash flow. Beyond that threshold, dual diversification significantly contributes to increases in cash flow.“

Burkart, Patrick: Competition's Eclipse: Brazilian Wireless Telephony. – S. 203–214

„This article considers the postprivatization dynamics of Brazil's market for mobile cellular telephony, which is already the largest in Latin America and the

Caribbean and is likely to grow further, albeit within the constraints of an oligopoly. Reforms in the wireless sector focused on maximizing foreign direct investment at privatization. In combination with external events and a spurt of mergers and acquisitions, the phased-in competitiveness plan for the telecommunications sector permitted the formation of a national oligopoly. As a result, and despite careful attention paid by reformers to the competitiveness of the sector, conditions for effective competition have not emerged."

Condra, Jerry: An Investigation of Factors Affecting the Education and Recruitment of Entry-Level Broadcast Salespeople. – S. 215–231

"This study examined the causes of an inadequate number of entry-level sales candidates at U.S. broadcasting stations. It concluded that college broadcast majors are not adequately introduced to sales as a career or trained in media sales. It recommended that broadcasters and educators work together proactively to inform students about careers in radio and television sales. Survey respondents proposed a 7-point action plan for each other. Educators were challenged to offer a media sales course, invite local broadcast sales managers to meet students and faculty on campus, and work proactively to arrange sales internships. Broadcasters were challenged to be proactive on local campuses to instruct and engage students, view development of salespeople as a long-term investment in a steady stream of good people, devise a workable sales internship, and offer an entry-level compensation package that is competitive with comparable beginning sales jobs in other industries."

Jg 18 (2005) Nr 4

Dimmick, John; Wang, Tao: Toward an Economic Theory of Media Diffusion Based on the Parameters of the Logistic Growth Equation. – S. 233–246

"This article suggests that the logistic growth equation is the model underlying media diffusion. The logistic is shown to be a good fit to the diffusion of U.S. communication media such as radio, TV, cable, VCR, and the home computer. This article proposes that the r , r' and K parameters of the logistic can be interpreted, respectively, as anticipated gratification utilities and economic conditions. In addition, the results of hypothesis testing showed that step variables representing changes in anticipated gratification utilities were related to the diffusion of cable and the personal computer. A hypothesis predicting a relation between disposable income and diffusion of U.S. communication media was supported only for the personal computer. We believe further research should attempt to measure variables representing r , r' and K at the individual or household level."

Chang, Byeng-Hee; Ki, Eyun-Jung: Devising a Practical Model for Predicting Theatrical Movie Success: Focusing on the Experience of Good Property. – S. 247–270

"This study attempts to devise a new theoretical framework to classify and develop predictors of box office performance for theatrical movies. Three de-

pendent variables including total box office, first-week box office, and length of run were adopted. Four categories of independent variables were employed: brand-related variables, objective features, information sources, and distribution-related variables. Sequel, actor, budget, genre (drama), Motion Picture Association of America rating (PG and R), release periods (Summer and Easter), and number of first-week screens were significantly related to total box office performance."

McDowell, Walter S.; Dick, Steven J.: Revealing a Double Jeopardy Effect in Radio Station Audience Behavior. – S. 271–284

"Scores of consumer behavior studies have confirmed what has been called a double jeopardy effect, whereby brands earning small market shares attract fewer customers but also experience less customer loyalty than more popular brands. This two-fold plight of the small brand has also been detected among consumers of media, such as newspapers and television programs. This study hypothesized a similar double jeopardy behaviour among radio station audiences. Using ratings-based turnover ratio and exclusive came as operationalizations for listener loyalty, an analysis of over 1,600 stations revealed that, despite radio's emphasis on niche marketing, a significant double jeopardy effect can still be found. Furthermore, station competition and program format were tested as intervening variables."

Albarran, Alan B.: Reflections by an Editor: Journal of Media Economics, 1997–2005. – S. 285–290

Journalism & Mass Communication Quarterly

Jg 82 (2005) Nr 2

Niven, David: An economic theory of political journalism. – S. 247–263

Cassidy, William P.: Variations on a theme: the professional role conceptions of print and online newspaper journalists. – S. 264–280

Yoon, Youngmin: Examining journalists' perceptions and news coverage of stem cell and cloning organizations. – S. 281–300

Fahmy, Shahira; Johnson, Thomas J.; Cameron, Glen T.: „How we performed“: embedded journalists' attitudes and perceptions towards covering the Iraq war. – S. 301–317

Shin, Jae-Hwa: Different sides of the same coin: mixed views of public relations practitioners and journalists for strategic conflict management. – S. 318–338

Popovich, Mark N.; Massé, Mark H.: Individual Assessment of media writing student attitudes: recasting the mass communication writing apprehension measure. – S. 339–355

Benoit, William L.; Stein, Kevin A.; Hansen, Glenn J.: New York Times Coverage of presidential campaigns. – S. 356–376

Rosenberry, Jack: The effect of content mix on circulation penetration for U.S. daily newspapers. – S. 377–397

Carter, Edward L.: Defining government speech: recent approaches and the Germaness principles. – S. 398–415

Lee, Tien-Tsung: Media Effects on Political Disengagement Revisited: a Multiple-Media Approach. – S. 416–433

Edy, Jill A.; Althaus, Scott L.; Phalen, Patricia F.: Using News Abstracts to Represent News Agendas. – S. 434–446

Kommunikation & Recht

Jg 8 (2005) Nr 8

Schmittmann, Jens M.: Aktuelle Entwicklungen im Fernabsatzrecht 2004/2005. – S. 337–342

Neubauer, Mathias: Die neue .eu-Domain. – S. 343–348

Vorgestellt wird das Registrierungsverfahren für die neue Internet-Top-Level-Domain „eu“. Die Bedingungen wurden in einer EG-Verordnung festgelegt. Zudem wird kurz dargestellt, welche rechtlichen Konflikte dabei auftreten können und wie diese außergerichtlich und gerichtlich beigelegt werden können.

Schippan, Martin: Pornos im Briefkasten?: persönliche Aushändigung beim Erwachsenenversandhandel nach dem Jugendschutzgesetz erforderlich. – S. 349–353

„Nicht jugendfreie, sog. FSK-18-Filme dürfen nur dann auf dem Postweg ausgeliefert werden, wenn sichergestellt ist, dass der Empfänger volljährig ist. Dies ist bei einem einfachen Einwurf in den Hausbriefkasten nicht gewährleistet, die Versendung per „Einschreiben eigenhändig“ ist dagegen ausreichend. Mit dieser viel beachteten Entscheidung zu den §§ 1 Abs. 4, 12 Abs. 3 Nr. 2 JuSchG hat das OLG München klargestellt, dass der Begriff des Versands an Kinder und Jugendliche in § 1 Abs. 4 JuSchG nicht allein den Vorgang des Absendens erfasst, sondern den gesamten Ablauf der Übermittlung einschließlich des Eintreffens in der Sphäre des Empfängers. Der Beitrag bespricht die Entscheidung des OLG München und ordnet sie in den jugendschutzrechtlichen Zusammenhang ein.“

Robert, Michael: Die besondere Missbrauchsaufsicht nach § 42 TKG. – S. 354–361

„Mit der besonderen Missbrauchsaufsicht nach § 42 TKG wird der Regulierungsbehörde ein auf den ersten Blick ‚altbekanntes‘ Instrument zur Beseitigung von Marktmachtmissbrauch an die Hand gegeben. Die erste Vertrautheit ergibt sich allein schon daraus, dass diese Norm – zumindest laut Gesetzesbegrün-

dung – auf § 33 TKG-1996 ‚aufsetzt‘. Zum anderen lassen unbestreitbare Ähnlichkeiten zum allgemeinen Wettbewerbsrecht (§§ 19, 20 GWB) die Anwendung anfangs einfach erscheinen.“ Identifiziert werden zum einen erste Konflikte, die sich aus einer systematischen Analyse der einschlägigen Vorschriften andeuten. Im Zusammenspiel mit dem neu geschaffenen Marktregulierungsverfahren sei zum anderen mit empfindlichen Einschränkungen des Anwendungsbezugs zu rechnen.“

Maier, Thomas: Der Zugang zu den Teilnehmerdaten im Europäischen Telekommunikationsrecht. – S. 362–365

Jg 8 (2005) Nr 9

Holznagel, Bernd: Der Zugang zu Premium-Inhalten: Grenzen einer Exklusivvermarktung nach Europäischem Recht. – S. 385–394

„Die Gewährleistung eines diskriminierungsfreien Zugangs zu den Märkten der elektronischen Kommunikation gehört heute zu den wichtigsten Aufgaben des Medien- und Telekommunikationsrechts. Die Europäische Kommission hat sich in den letzten Jahren intensiv darum bemüht, die technischen Plattformen des digitalen Fernsehens (Conditional Access, Multiplexing, Navigatoren) für Wettbewerber offen zu halten. In jüngster Zeit steht die Zugänglichkeit zu den Sendeeinhalten und hier insbesondere zu den Sport- und Spielfilmen im Mittelpunkt ihres Interesses. Der Beitrag analysiert die Ursachen und Probleme einer exzessiven Exklusivvermarktung dieser Premium-Inhalte und stellt die Maßnahmen vor, die die Europäische Kommission zu ihrer Begrenzung angeordnet hat. In der Bundesrepublik ist vor allem die DFB-Ligaverbandsentscheidung vom Januar 2005 auf ein breites Interesse in der Öffentlichkeit gestoßen. Aus medienpolitischer Sicht sind die Brüsseler Initiativen positiv zu bewerten. Die neuen digitalen Übertragungskapazitäten können nur dann sinnvoll genutzt werden, wenn auch ein entsprechend diversifiziertes Inhaltsangebot zur Verfügung steht. Dies ist die Voraussetzung dafür, dass die Konvergenzentwicklung auch in Europa zügig vorangetrieben werden kann.“

Plog, Philipp: Digitales Fernsehen in Frankreich: Regulierung der Programmdistribution und der technischen Dienste. – S. 395–399

Der Beitrag zeigt den Regulierungsrahmen für die digitale Distribution von Fernsehprogrammen in Frankreich auf. In den letzten Jahren wurde ein neuer Regelungsrahmen geschaffen. Das neu geschaffene System zielt letztlich vornehmlich darauf, Vermarktungsrisiken durch vertikale Integration zwischen Programmveranstaltung und -distribution zu verhindern. Zudem werde versucht, publizistisch geprägte Regulierungsziele teils mit klassischen Regulierungsmitteln (imperative Regulierung, etwa bei der Zuweisung von Multiplexen), teils mit neuartigen Mitteln (etwa Auswahl der Plattform durch die Betreiber oder die Pflicht der Programmanbieter zur vertraglichen Herbeiführung technischer Interoperabilität) zu erreichen.

Erdemir, Murad: Die Trailerregelung des § 10 Abs. 1 JMStV. – S. 400–406

Der Beitrag erläutert Regelungsgehalt und Reichweite der von Rundfunkanbietern in Deutschland gegenwärtig zu beachtenden Trailerregelung des § 10 Abs. 1 JMStV und ordnet sie in die Struktur des Jugendmedienschutzrechts ein. Grundsätzlich gelte für Programmankündigungen mit Bewegtbildern die gleiche Sendezeitbeschränkung gemäß der entsprechenden Einstufung des beworbenen Programms nach § 5 Abs. 4 JMStV. Der Begriff der Programmankündigung sei nach Ansicht des Verfassers vor dem Hintergrund verfassungsrechtlicher Vorgaben restriktiv auszulegen und gelte nicht für „Image-Trailer“ der Veranstalter, in denen der TV-Inhalt eines Senders dargestellt werde. Die Regelungen des § 10 Abs. 1 JMStV gälten dagegen nicht für verschlüsselte Programme, da der Gesetzgeber es versäumt hätte, die entsprechende Vorgängerregelung aus dem RStV in den JMStV zu übertragen. Der Verfasser spricht sich aufgrund der Annahme einer planwidrigen Regelungslücke für eine analoge Anwendung der Norm auch für verschlüsselte Programme aus. Den Aufsichtsbehörden bliebe aber die Ahndung mit Ordnungswidrigkeiten bei Verstößen in verschlüsselten Programmen versagt.

Kloepfer, Michael; Katins, Carlos: Die „Herrschaft über den eigenen E-Mail-Account“ als „sonstiges Recht“. – S. 407–410

„Der Beitrag befasst sich mit der Frage, ob dem Empfänger unerbetener Werbe-E-Mails gegen den Absender ein Unterlassungsanspruch aus §§ 823 Abs. 1, 1004 BGB zusteht und dabei insbesondere mit der Problematik, die Verletzung welchen Rechtsguts der Empfänger geltend machen kann. Dabei gelangen die Verfasser zu dem Ergebnis, dass die „Herrschaft über den eigenen E-Mail-Account“ ein sonstiges Recht i. S. d. § 823 Abs. 1 BGB ist.“ Damit stünde dem Empfänger ein Unterlassungs- und Schadensersatzanspruch zu. Der Lösungsansatz der Autoren stünde im Einklang zur entsprechenden höchstrichterlichen Rechtsprechung zu unverlangten Werbeeinwürfen in herkömmlichen Briefkästen.

Bücker, Stephan: Ringtonemacher: gefährdet die Software einen wichtigen Zukunftsmarkt oder ist ihre Nutzung rechtlich unzulässig?. – S. 411–415

Jg 8 (2005) Nr 10

Pießkalla, Michael A.; Leitgeb, Stephan: Product Placements im Fernsehen: Schleichwerbung ohne Grenzen?. – S. 433–439

Der Beitrag setzt sich mit der Diskussion um verbotene Schleichwerbung (Product Placement) im öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehen auseinander. Erläutert werden die entsprechenden rundfunkrechtlichen Vorschriften zum Trennungsgebot und das explizite Verbot der Schleichwerbung. Zudem wird auf wettbewerbsrechtliche Vorschriften eingegangen, nach denen unlautere Wettbewerbshandlungen allen Marktteilnehmern untersagt sind. Des Weiteren wird ein Blick auf das Zivilrecht geworfen und dargestellt, wie Placement-Verträge einzuordnen sind und deren mögliche Rechts- bzw. Sittenwidrigkeit untersucht.

Rath-Glawatz, Michael: Rechtsfragen der Eigenwerbung von Printmedien. – S. 440–450

Aufgezeigt werden die rechtlichen Grenzen der Eigenwerbung von Printmedien. Es wird auf die redaktionelle Berichterstattung im eigenen Medium über dasselbige und die Eigenwerbung der Verlage in Eigen- bzw. Fremdanzeigen eingegangen. Betreffend der Inhalte der Berichterstattung bzw. der Anzeigen wird auf den Wahrheitsgehalt der Verlagswerbung, auf vergleichende und herabsetzende Werbung, auf Werbung mit Auszeichnungen und Gütesiegeln sowie auf Werbung mit den Kriterien „Auflage“ bzw. „Wirtschaftlichkeit“ und den Begriffen „Leser“ und „Empfänger“ sowie auf Werbung mit Allein- oder Spitzenstellungsbehauptungen eingegangen. Zudem werden die wettbewerbsrechtlichen Anforderungen an Mediaanalysen dargestellt.

Haase, Heiko; Agardi, Peter: Softwarepatente: ausgewählte Problemfelder der betrieblichen Praxis. – S. 451–457

Kraft, Dennis; Meister, Johannes: Die Strafbarkeit von Internetdemonstrationen. – S. 458–461

„Der Beitrag bespricht das jüngst ergangene Urteil des AG Frankfurt a. M., das als erstes Gericht in Deutschland die Gelegenheit hatte, Protestaktionen im Internet auf strafrechtliche Konsequenzen hin zu überprüfen. Dieses Urteil betrifft sowohl im Rahmen des Nötigungstatbestands des § 240 StGB als auch im Zusammenhang mit den Grundrechten der Versammlungs- und Meinungsfreiheit gemäß Art. 8 GG bzw. Art. 5 GG juristisches Neuland. [...]“

Mass Communication & Society Jg 8 (2005) Nr 3

Pfau, Michael et al: Embedding Journalists in Military Combat Units: How Embedding Alters Television News Stories. – S. 179–196

Scheufele, Dietram A.; Nisbert, Matthew C.; Ostman, Ronald E.: September 11 News Coverage, Public Opinion, and Support for Civil Liberties. – S. 197–218

Mittels einer telefonischen Befragung im Staate New York werden gegensätzliche Wirkungen der Berichterstattung von Zeitungen und Fernsehen in den Monaten nach den Anschlägen am 11. September 2001 ermittelt. Während Fernschnutzung auch bei Liberalen dazu führt, Einschränkungen beim Datenschutz und bei der Informationsfreiheit zu befürworten, bewirkt die Zeitungsnutzung eher das Gegenteil und bestärkt in diesen Punkten die Unterschiede zwischen Konservativen und Liberalen.

Fleming, Kenneth; Thorson, Esther; Peng, Zengjun: Associational Membership as a Source of Social Capital: Its Links to Use of Local Newspaper, Interpersonal Communication, Entertainment Media, and Volunteering. – S. 219–240

Lauzen, Martha M.; Dozier, David M.: Recognition and Respect Revisited: Portrayals of Age and Gender in Prime-Time Television. – S. 241–256

Fredman, Eric; Fico, Frederick: Male and Female Sources in Newspaper Coverage of Male and Female Candidates in Open Races for Governor in 2002. – S. 257–272

Media Asia

Jg 31 (2004) Nr 4

Zambellini, Francoise: Media and conflict reporting: the challenges facing conflict reporting in Asia. – S. 183–189

Lau, Tuen-yu; Kim, Si-Wook; Atkin, David: South Korea's Broadband Market. – S. 190–196

Gunawardene, Nalaka: Media Pluralism in the digital age. – S. 197–201

Kaur, Kiranjit; Shari, Halimahton: The role of SMS during the Malaysian General Elections 2004. – S. 202–210

Cooper-Chen, Anne: Cyberlag. – S. 211–217

Keshishoglou, John E.: Television Content in Transition. – S. 218–223

Calero-Racho, Francine Michelle Marie: The rise of media specialist agencies: the case of the Philippine advertising industry. – S. 224–230

Mallika, Naga; Katare, Rahesh S.; Leeuwen, Theo van: AIDS communication in India. – S. 231–238

Media Culture & Society

Jg 27 (2005) Nr 4

Garnham, Nicholas: A personal intellectual memoir. – S. 469–494

Winston, Brian: Emancipation, the media and modernity: some reflections on Garnham's Kantian turn. – S. 495–510

McGlone, Matthew S.: Contextomy: the art of quoting out of context. – S. 511–522

McGlone, Matthew S.: Framing Regent Park: the National Film Board of Canada and the construction of „outcast spaces“ in the inner city, 1953 and 1994. – S. 523–550

Pearson, Sarina: Pacific camp: satire, silliness (and seriousness) on New Zealand television. – S. 551–576

Machin, David: Language style and lifestyle: the case of a global magazine. – S. 577–600

Ausgehend von der Beobachtung, dass traditionelle soziologische Gruppeneinteilungen nach Klasse oder Alter an Bedeutung verlieren und stattdessen Lebensstile als dominante Ressource zur Identitätsbildung dienen, analysierten die Autoren die international ver-

breitete Frauenzeitschrift *Cosmopolitan*. Sie fanden eine Mischform verschiedener Identitäts- und Wertekonzepte, die trotz lokaler Adaptionen im Grundsätzlichen als globaler Lebensstil bezeichnet werden kann.

Jg 27 (2005) Nr 5

Reijnders, Stijn: The people's detective: true crime in Dutch folklore and popular television. – S. 635–652

Ragusa, Angela T.: Social change and the corporate construction of gay markets in the „New York Times“ advertising business news. – S. 653–676

Yar, Majid: The global „epidemic“ of movie „piracy“: crime-wave or social construction?. – S. 677–696

Morris, Martin: Interpretability and social power, or, how postmodern advertising works. – S. 697–718

O'Sullivan, Sara: „The whole nation is listening to you“: the presentation of the self on a tabloid talk radio show. – S. 719–738

Waldstein, Maxim: The politics of the web: the case of one newsgroup. – S. 739–764

Stabile, Carol A.; Kumar, Deepa: Unveiling imperialism: media, gender and the war on Afghanistan. – S. 765–782

Jg 27 (2005) Nr 6

Street, John: „Showbusiness of a serious kind“: a cultural politics of the arts prize. – S. 819–840

Ausgehend von der Beobachtung, dass die Anzahl von Preisverleihungen im Bereich Kultur in den letzten Jahrzehnten enorm zugenommen hat, plädiert Street für eine genauere Untersuchung dieses Phänomens. Solche Preise erfahren nicht nur eine beachtliche Medienberichterstattung, sondern haben einen signifikanten Einfluss auf Verkäufe und Produktion in der Kulturindustrie. Anhand einiger Fallbeispiele (Booker prize, Turner prize und Mercury music prize) untersucht der Autor die Interessen, die hinter den Preisverleihungen stehen, die Erzeugung von Medienresonanz und ihren Einfluss.

Antcliff, Valerie: Broadcasting in the 1990s: competition, choice and inequality?. – S. 841–860

Deuze, Mark: Popular journalism and professional ideology: tabloid reporters and editors speak out. – S. 861–882

Cohen, Kris R.: What does the photoblog want?. – S. 883–902

George, Cherian: The Internet's Political Im-

pact and the Penetration/Participation Paradox in Malaysia and Singapore. – S. 903–920

Mittels einer vergleichenden Analyse der Internet-Nutzung als Mittel der Partizipation in Malaysia und Singapur stellt George fest, dass die Intensität der Nutzung dieser Kommunikationstechnologie von anderen Faktoren als ihrer Verbreitung abhängt. D. h. ein Land mit geringer Verbreitung des Internets kann dennoch eine intensivere Nutzung des Mediums aufweisen. So ist Singapur, was die Verbreitung des Internets angeht wesentlich weiter entwickelt, die aktivere politische Partizipation via Internet findet sich aber in Malaysia. Dieses Phänomen erklärt sich aus den traditionellen sozialen Netzwerken in Malaysia, die die Online-Opposition organisieren, und der Motivation vorhandene Technologien kreativ für politische Zwecke zu nutzen.

Media Perspektiven (2005) Nr 7

Krüger, Udo Michael: Themenprofile deutscher Fernsehnachrichten: Halbjahresbilanz 2005 des InfoMonitors. – S. 302–319

„Im Januar 2005 startete der „InfoMonitor“, die regelmäßige Analyse der Hauptnachrichtensendungen im deutschen Fernsehen. Wie Udo Michael Krüger in seinem Erfahrungsbericht über die ersten sechs Monate mit dem neuen Instrument belegt, zeigen sich sowohl auf der Ebene der Themenstruktur als auch bei der Behandlung einzelner Themen deutliche Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und kommerziellen Anbietern: In den öffentlich-rechtlichen Nachrichten steht Politikberichterstattung mit weitem Abstand an erster Stelle – anders als in den privaten Nachrichten, die zugleich Boulevardthemen stärker in der Vordergrund rücken. Wichtige politische Themen wie Europa werden nur bei ARD und ZDF kontinuierlich und nicht nur bei besonderen Anlässen verfolgt.“

Feierabend, Sabine; Rathgeb, Thomas: Medienverhalten Jugendlicher 2004: neueste Ergebnisse der JIM-Studie Jugend, Information, (Multi-)Media. – S. 320–332

„Nachrichten im Fernsehen sind für viele Menschen eine wichtige Informationsquelle, wenn es um das aktuelle Geschehen in der Welt geht. Dies gilt auch für Jugendliche, wie die neuesten Ergebnisse der Studie Jugend, Information, (Multi-)Media (JIM) zeigen. Danach präferieren Zwölf- bis 19-Jährige zwar je nach Thema unterschiedliche Medien – zum Beispiel für Partner- und Freundschaftsfragen die Zeitschriften, bei vielen anderen Themen das Internet –, aber für aktuelle Informationen werden vorrangig das Fernsehen und die Tageszeitung genutzt. Insgesamt haben sich die Ausstattung mit Medien generell und die Nutzung von Computer, Internet und Mobiltelefon bei den Jugendlichen nach einer sehr dynamischen Entwicklung nun auf hohem Niveau eingependelt.“

Dörr, Dieter: Öffentlich-rechtlicher Rundfunk und die Vorgaben des Europarechts: Public-Service-Idee, Dienstleistungsfreiheit und Beihilfenkontrolle – zum Spannungsverhältnis

zwischen nationalem und europäischen Recht. – S. 333–342

„Mit dem Spannungsverhältnis von öffentlich-rechtlichem Rundfunk und den Vorgaben des Europarechts befasst sich Dieter Dörr. Public-Service-Idee, Dienstleistungsfreiheit und Beihilfenkontrolle erweisen sich immer wieder als konfliktträchtige Konstellation. Quintessenz der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs sei es jedoch, dass eine staatliche Rundfunkfinanzierung, die mit den tatsächlichen Kosten aufgrund des öffentlichen Auftrags der Rundfunkveranstalter korrespondiert, den Tatbestand der Beihilfe nicht erfüllt. Mit dem deutschen System der Gebührenermittlung wie auch mit den Präzisierungen des öffentlich-rechtlichen Auftrags im Rundfunkstaatsvertrag sei den Anforderungen des Amsterdamer Protokolls und der Rechtsprechung des EuGH Genüge getan.“

Reevell, Philip: Konsolidierungsphase für Digital-TV in Großbritannien: Erfahrungen mit der Nutzung digitaler Angebote. – S. 343–350

„Über den Stand der Digitalisierung in Großbritannien, die Veränderungen in der Nutzung und die Folgen für die Strategien der Programmanbieter berichtet Philip Reevell. Großbritannien ist mit 50 Prozent digitalen Fernsehhaushalten der am weitesten entwickelte digitale TV-Markt in Europa, der vor allem durch die maßgeblich von der BBC getragene DVB-T-Plattform Freeview einen kräftigen Schub bekam.“

(2005) Nr 8

Eimeren, Birgit van; Frees, Beate: Nach dem Boom: Größter Zuwachs in internetfernen Gruppen: ARD/ZDF-Online-Studie 2005. – S. 362–379

„Die Ergebnisse der ARD/ZDF-Online-Studie 2005 zeigen einen erneuten Zuwachs an Onlinern in Deutschland. Mit fast 58 Prozent der Bevölkerung nutzen mittlerweile rund 37,5 Millionen Menschen (zumindest gelegentlich) das Internet. Die Jahre mit zweistelligen Zuwachsraten sind jedoch vorbei: Birgit van Eimeren und Beate Frees legen dar, dass weitere moderate Wachstumspotenziale in den nächsten Jahren vor allem in den eher internetfernen Gruppen liegen, mittelfristig aber ein Drittel bis ein Viertel der Bevölkerung nicht ans Netz gehen wird.“

Gerhards, Maria; Mende, Annette: Offliner: Zwischen Annäherung und bewusster Distanz zum Internet: ARD/ZDF-Online-Studie 2005. – S. 380–395

„Derzeit liegt der Anteil der Offliner an der Bevölkerung noch bei rund 42 Prozent, wie Maria Gerhards und Annette Mende aus der ARD/ZDF-Offline-Studie 2005 berichten. Eine differenzierte Analyse dieser Bevölkerungssegmente, die das Internet weiterhin nicht nutzen, zeigt, dass es unter den Offlinern Gruppen gibt, die dem Internet gegenüber durchaus offen sind, während andere eine bewusste Entscheidung gegen eine Onlinenutzung getroffen haben. Die dem Internet nahestehenden Offliner, wie zum Beispiel die Nutzungsplaner, erwarten vor allem ein problemfreies Handling der Technik. Viele Offliner wünschen

auch ein stärkeres Zusammenwachsen von Internet und Fernsehen.“

Oehmichen, Ekkehardt; Schröter, Christian: Junge Nutzertypen: Aktiv-dynamischer Umgang mit dem Internet: Ergebnisse der Online-NutzerTypologie (ONT) in der ARD/ZDF-Online-Studie 2005. – S. 396–406

„Einen besonders hohen Stellenwert hat das Internet in der jungen Generation. Nach den Ergebnissen der im Rahmen der ARD/ZDF-Online-Studie entwickelten OnlineNutzerTypologie (ONT), die sechs verschiedene Nutzertypen unterscheidet, nutzen vor allem die 14- bis 29-jährigen Jungen Hyperaktiven und die Routinierten Infonutzer ein breites Spektrum der Möglichkeiten, die das Internet bietet. Für die Jungen Hyperaktiven ist, wie Ekkehardt Oehmichen und Christian Schröter berichten, das Internet auch das Medium geworden, bei dem sie sich zumeist an erster Stelle über das aktuelle Geschehen informieren.“

Breunig, Christian: Paid Content im Internet: ein erfolgreiches Geschäftsmodell?: Marktchancen kostenpflichtiger Onlineinhalte. – S. 407–418

(2005) Nr 9

Ridder, Christa-Maria: Massenkommunikation 2005: Images und Funktionen der Massenmedien im Vergleich: Ergebnisse der 9. Welle der ARD/ZDF-Langzeitstudie zur Medienutzung und -bewertung. – S. 422–448

Engel, Bernhard; Windgasse, Thomas: Medienutzung und Lebenswelten 2005: Ergebnisse der 9. Welle der ARD/ZDF-Langzeitstudie „Massenkommunikation“. – S. 449–464

Klingler, Walter; Müller, Dieter K.: MA 2005 Radio II: Radio behält Leitfunktion: aktuelle Daten zur Hörfunknutzung in Deutschland. – S. 465–477

Limmer, Christoph: Fernsehempfang und PC/Online-Ausstattung in Europa: Ergebnisse des SES ASTRA Satelliten Monitors 2004. – S. 478–485

(2005) Nr 10

Eimeren, Birgit van; Ridder, Christa-Maria: Trends in der Nutzung und Bewertung der Medien 1970 bis 2005: Ergebnisse der ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation. – S. 490–504

Franz, Gerhard: Radiowerbung als Absatzmultiplikator: Ergebnisse einer britischen Studie. – S. 505–510

Zubayr, Camille; Geese, Stefan: Krimis im

deutschen Fernsehen: Angebot, Nutzung und Bewertung von Kriminalfilme und -serien. – S. 511–520

Dehm, Ursula et al: Bücher – Medienklassiker mit hoher Erlebnisqualität: Lese-Erlebnistypen und ihre Charakteristika. – S. 521–534

medien + erziehung

Jg 49 (2005) Nr 4

Hartung, Anja: Was ist Humor?. – S. 9–15

Bönsch-Kauke, Marion: „Ohne Spaß macht's keinen Spaß“. – S. 16–20

Schorb, Bernd: Spaß und Betroffenheit: wie Jugendliche Radiospaß wahrnehmen, verwerten und verarbeiten. – S. 21–28

Kübler, Hans-Dieter: Was ist denn da (so) lustig?: Anmerkungen zum Stand der Forschung. – S. 29–34

Haffner, Erik: Ein Miesepeter in der Spaßgesellschaft: Bernd das Brot; Interview mit Erik Haffner. – S. 35–37

Poschmann, Gunnar: „Lustig sein ist harte Arbeit: Schüler machen Spaß im Radio. – S. 38–42

Jg 49 (2005) Nr 5

Vossler, Andreas: Das Jahrhundert der Beratung: Entwicklung und gesellschaftliche Bedeutung von Beratungsangeboten. – S. 9–13

Gurt, Michael: Lebenshilfe aus der Flimmerkiste?: das Fernsehprogramm als Ratgeber und Orientierungshilfe. – S. 14–20

Fleischer, Sandra; Lauber, Achim: Der KI.KA-Kummerkasten: Ergebnisse einer qualitativen Untersuchung zur Rezeption des Fernsehmagazins. – S. 21–26

Rogge, Jan-Uwe: Pädagogische Erniedrigung oder niederschwelliges Beratungsangebot?: kritische Anmerkungen zur „Super Nanny“ und Konsorten. – S. 27–32

Lampert, Claudia: Gezielte Lebenshilfe durch Entertainment-Education. – S. 37

Hoffmann, Dagmar: Intimitäten im Netz: Jugendliche suchen Hilfe bei Internetportalen für sexuelle Aufklärung. – S. 38–434

Poli, Daniel; Ertelt, Jürgen: Beratung im Netz: Online-Pflaster oder Online-Therapie? – S. 44–47

Gerö, Sandra: Kriterien der Qualitätssicherung für Online-Beratungsangebote. – S. 48–50

Schweer, Martin K. W.; Lukaszewski, Frank: (Neue) Medien, Vertrauen und die Bildung jugendkultureller Identitäten. – S. 51–55

Siller, Friederike; Walberg, Hanne: Lernen am Fall. – S. 56–59

Pasuchin, Iwan: Medienbildung/Mediendidaktik: Differenzen, Analogien, Synergien. – S. 60–65

Medien & Zeit **Jg 20 (2005) Nr 3**

Dusek, Peter: Die „Schatzgräber“ vom Küniglbauer: Anmerkungen zur Geschichte der größten audiovisuellen Sammlung Österreichs. – S. 4–11

Hayduck, Herbert: Medienarchive im digitalen Umfeld. – S. 12–16

Hecht, Alexander: Verborgene Schätze?: Fernseharchive und ihre Zugänglichkeit im europäischen Vergleich. – S. 17–21

Hubert, Rainer: Audiovisuelles Gedächtnis – audiovisuelles Spiegelbild. – S. 22–24

Aldbrecht, Jo: Flüchtig aber authentisch: zur Glaubwürdigkeit elektronischer Medien in ihrer Anfangszeit: eine Spurensuche zwischen Röhrenradio und Schwarz-Weiß-Fernseher. – S. 25–43

Medien Concret **(2005)**

12 Statements zur Bedeutung und Qualität der Medienkritik in unserer Gesellschaft. – S. 6–9

Hickethier, Knut: Der Kritiker als medialer Mitakteur: Standortverschiebung in der Medienkritik. – S. 10–13

Wankell, Susanne: Leben und Sterben in digitalen Zeiten: Tendenzen der Medienentwicklung. – S. 14–17

Gangloff, Tilmann P.: Zum Untergang verurteilt: warum deutsche TV-Sender nur noch Titanic Fernsehen machen. – S. 18–19

Gangloff, Tilman P.: Kultur der Anwertung: neue Formate zwischen Jugendmedienschutz und Geschmackszensur. – S. 20–22

Poulakos, Ismene: Eine Frage der Perspektive: wie Medien den Alltag von Kindern und Jugendlichen verändern. – S. 23–25

Aheimer, Frank: Unter der Tarnkappe: heimliche Werbebotschaften in den Medien. – S. 26–29

Leif, Thomas: Gesteuerte Exklusivität: Risiken und Nebenwirkungen im Spannungsverhältnis zwischen Politik und Medien. – S. 30–34

Weichert, Stephan Alexander: Call-in-TV in Zeiten von Hartz IV: braucht die Mediengesellschaft eine Publikumsvertretung?. – S. 35–37

Oehrens, Eva-Maria: Der veröffentlichte Ärger: Leserbrief und Programmbeschwerden in Zeitungen und im Internet. – S. 38–41

Kübler, Hans-Dieter: Qualität wofür und für wen?: Medienkritik – pädagogisch neu entdeckt und theoretisch reformuliert. – S. 42–47

Aufenanger, Stefan: Wissen und Können: medienkritisches Rüstzeug für Pädagogen. – S. 48–49

Exner, Christian: Wie barmherzig darf ein Kinderfilm sein?: Gedanken über Kinderfilmkritik, Vollwerternährung und die Macht des roten Daumens. – S. 50–53

Schmitz, Petra: See it, film it, change it: neuer Videoaktivismus und Medienkritik. – S. 54–55

Medien Journal **Jg 29 (2005) Nr 2**

Fedorowicz, Hania: The Polish Laboratory: Civil Society as a Political Public Sphere. – S. 4–20

Petrovic, Biljana: Freie Medien in Serbien 1989–2003. – S. 21–32

Kinz, Andrea: Der medienkulturelle Wandel in Mitteleuropa im Kontext von Globalisierung. – S. 33–46

Lehmann, Ingrid: Patriotischer Journalismus in den USA. – S. 47–55

Beham, Mira: Der Informationskrieg um das Kosovo. – S. 56–74

Becker, Jörg; Riedmann, Sylvia: Benetton in Bosnien. – S. 75–79

Becker, Jörg: Jugoslawien, die Kriege und die Medien: ein Blick auf die internationale Fachliteratur. – S. 80–88

Multimedia und Recht **Jg 8 (2005) Nr 7**

Peeters, Maarten: Identity Theft Scandals in the U.S.: Opportunity to Improve Data Protection. – S. 415–420

Herbst, Sebastian: Die Verfassungsmäßigkeit des § 12 FTEG. – S. 424

„§ 12 des Gesetzes über Funkanlagen und Telekommunikationsendeinrichtungen (FTEG) enthält eine Verordnungsmächtigung für die Bundesregierung, wonach diese mit Zustimmung des Bundesrats nähere Regelungen zur Gewährleistung des Schutzes von Personen in den durch den Betrieb von Funkanlagen und Radaranlagen entstehenden elektromagnetischen Feldern treffen kann. Auf Grund dieser Ermächtigung wurde die Verordnung über das Nachweisverfahren zur Begrenzung elektromagnetischer Felder (BEMFV) beschlossen. Bei einer genaueren Betrachtung des § 12 FTEG erscheint es prüfenswert, ob diese Regelung des verfassungsrechtlichen Vorgaben an Verordnungsmächtigungen gerecht wird.“

Roth, Wolfgang: Die Notwendigkeit einer verfassungskonform einschränkenden Auslegung des Telekommunikationsbeitrags. – S. 424–429

Gemäß § 144 Abs. 1 TKG haben meldepflichtige Betreiber öffentlicher Telekommunikationsnetze und Anbieter sowie Erbringer von Telekommunikationsdiensten für die Öffentlichkeit einen TK-Beitrag dem Verhältnis ihrer Umsätze nach zu zahlen. Diese Beiträge werden zur Finanzierung der Bundesnetzagentur genutzt. Der Beitrag stellt die schwierige rechtliche Qualifikation als Beitrag oder Sonderabgabe des Beitrags dar und beurteilt den Sonderabgabenanteil darüber hinaus verfassungsrechtlich. Aufgrund eines nicht vorliegenden, besonderen Sachzweckes sowie wegen des Fehlens einer Gruppenhomogenität der Beitragsverpflichteten meldet der Verfasser verfassungsrechtliche Bedenken an.

Vander, Sascha: Entwurf eines TKG-Änderungsgesetzes: Kurzwahldienste im Visier. – S. 429–434

Bär, Wolfgang: Wardriver und andere Lauscher: strafrechtliche Fragen im Zusammenhang mit WLAN. – S. 434–442

„Immer mehr Internetnutzer wählen heute den Zugang nicht mehr über leitungsgebundene Netze. Sie greifen vielmehr auf Wireless-Lan (WLAN) zurück, mit denen – speziell im häuslichen oder firmeninternen Bereich – ohne größeren Aufwand verschiedene Rechner mit einem solchen Internetzugang ausgestattet werden können. Dabei werden vielfach aber die mit diesen Funknetzen einhergehenden Gefahren und Risiken missachtet und die drahtlosen Netzwerke dem Zugriff Dritter ausgesetzt. Der Beitrag zeigt nach einer kurzen Darstellung der technischen Teile auf, in welchen Bereichen sich ungebundene Eindringlinge in solche Netze strafbar machen können.“

Jg 8 (2005) Nr 8

Obergfell, Eva Ines: Die Onlineauktion als Chimäre des deutschen Vertragsrechts: kritische Anmerkungen zur Ausweitung des Verbraucherschutzes auf spekulative Geschäfte. – S. 495–501

Schmidl, Michael: „To disclaim or not to disclaim“: Vertraulichkeitsverpflichtung auf Grund von E-Mail-Disclaimern?. – S. 501–507

Libertus, Michael: Zivilrechtliche Haftung und strafrechtliche Verantwortlichkeit bei unbeabsichtigter Verbreitung von Computerviren. – S. 507–512

„Computerviren bedrohen zunehmend die Funktionsfähigkeit elektronischer Kommunikation. Zudem entstehen immer größere volkswirtschaftliche Schäden. Mittlerweile besteht hier auch die Gefahr, dass Viren von PCs verbreitet werden, deren Eigentümer überhaupt keine Kenntnis vom Virenbefall haben und daher die Viren unbeabsichtigt weitergeben. Der Beitrag untersucht die sich daraus ergebenden Fragen einer zivilrechtlichen Haftung sowie der strafrechtlichen Verantwortlichkeit.“

Nolte, Norbert; König, Annegret: Konsistente Entgeltregulierung im neuen TKG. – S. 512–517

Für die telekommunikationsrechtliche Entgeltregulierung durch die Bundesnetzagentur statuiert § 27 Abs. 2 TKG ein Konsistenzgebot. Danach hat die Regulierungsbehörde darauf zu achten, dass Entgeltregulierungsmaßnahmen „in ihrer Gesamtheit aufeinander abgestimmt sind“ und mit den Zielen des Gesetzes in Einklang stehen. Vor dem Hintergrund der Entstehungsgeschichte, der Systematik und dem Sinn und Zweck der Vorschrift nimmt der Beitrag die Formulierung des § 27 Abs. 2 auf und legt die Vorschrift detailliert aus. Im Anschluss wird der Anspruch der Regelung anhand des Beispiels der TAL-Entgelte beleuchtet.

Jg 8 (2005) Nr 9

Heutz, Stefan: Freiwild Internetdesign?: Urheber- und geschmacksmusterrechtlicher Schutz der Gestaltung von Internetseiten. – S. 567–571

Schreier, Torsten: Der neue Rundfunkgebührenstaatsvertrag. – S. 572–576

Der Beitrag beleuchtet die Regelungen des am 1. April 2005 in Kraft getretenen Rundfunkänderungsstaatsvertrags, die Teile des Rundfunkgebührenstaatsvertrags betreffen. Dazu zählt vor allem die Neuregelung für so genannte „neuartige Rundfunkempfangsgeräte“. Der Verfasser untersucht, anhand welcher Auslegungsmaßstäbe welche Geräte (insbesondere PCs und Handys) darunter fallen. Daneben werden weitere Änderungen am Staatsvertrag und aktuelle Probleme kurz vorgestellt.

Kazemi, Robert: Schutz von Domainnamen in den Beitrittsstaaten. – S. 577–580

Schalast, Christoph: Rechtliche Rahmenbedingungen für Public Private Partnerships und Dienstleistungskonzessionen im TK-Sektor. – S. 581–584

Holznagel, Bernd; Bonnekoh, Mareike: Voice-over-IP: Regulierungsbedarf und erste Lösungen. – S. 585–590

Der Internettelefonie, die auf der Voice over IP-Technik aufsetzt, werden in den kommenden Jahren stark zunehmende Marktanteile an der Sprachtelefonie zugesprochen. Vor diesem Hintergrund stellt der Beitrag die Hauptanwendungsbereiche der VoIP-Technik vor und weist auf die bevorstehenden regulatorischen Probleme hin. Im Fokus stehen dabei die Möglichkeit der Entbündelung von Telefon- und Breitbandanschluss (Bitstrom-Zugang) sowie die Nummerierung von VoIP-Endgeräten. Daneben untersuchen die Verfasser, welche Vorkehrungen die Anbieter für den Bereich der Notrufnummern zu treffen haben und welche telekommunikationsüberwachungsrechtlichen Verpflichtungen diese treffen.

Jg 8 (2005) Nr 10

Hombrecher, Lars: Domains als Vermögenswerte: rechtliche Aspekte des Kaufs, der Lizenzierung, der Beleihung und der Zwangsvollstreckung. – S. 647–652

Lober, Andreas; Weber, Olaf: Money for Nothing?: der Handel mit virtuellen Gegenständen und Charakteren. – S. 653–660

Wallenberg, Gabriele von: B2B-Onlineshop: betriebswirtschaftliche und rechtliche Fragen. – S. 661–665

Holznagel, Bernd; Krone, Daniel: Wie frei ist die KEK?: ein Beitrag zur Auslegung des § 26 Abs. 2 Satz 2 RStV. – S. 666–673

„Nach § 26 Abs. 1 RStV darf ein Unternehmen im bundesweiten Fernsehen eine unbegrenzte Anzahl von Programmen veranstalten, solange es dadurch keine vorherrschende Meinungsmacht erlangt. Diese wird gem. Abs. 2 vermutet, wenn ein Unternehmen mit den ihm zurechenbaren Programmen im bundesweiten Fernsehen einen durchschnittlichen Zuschaueranteil von 25 % erreicht, sofern es gleichzeitig auf einem medienrelevanten verwandten Markt eine marktbeherrschende Stellung innehat oder eine Gesamtbeurteilung seiner Aktivitäten im Fernsehen und auf medienrelevanten verwandten Märkten ergibt, dass der dadurch erzielte Meinungseinfluss dem eines Unternehmens mit 30 % Zuschaueranteil im Fernsehen entspricht. Während die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) diesen Regeln keine materielle Bindungswirkung beimisst, erblicken Teile des Schrifttums in ihnen abschließende Maßgaben für die konzentrationsrechtliche Beurteilung crossmedialer Verhältnisse. Der [...] Beitrag nimmt die bestehende Unsicherheit zum Anlass, Rechtsnatur und Reichweite des § 26 Abs. 2 RStV näher zu untersuchen. Dabei gelangt er zu einer vermittelnden Lösung, nach der die dortigen Schwellenwerte als Regelbeispiele aufzufassen sind, von denen nur ausnahmsweise aus zwingenden verfassungsrechtlichen Gründen abgewichen werden kann.“

Jg 8 (2005) Nr 11

Spieker, Oliver: Verantwortlichkeit von Internetsuchdiensten für Persönlichkeitsrechtsverletzungen in ihren Suchergebnislisten. – S. 727–731

Attendorp, Thorsten: Das Streitbeilegungsverfahren nach § 133 TKG. – S. 732–734

Ernst, Stefan: Telefonrechnungen mit 0137-9-Verbindungen aus TV-Sendungen. – S. 735–742

Ullrich, Michael: Defizite bei der Regulierung der Selbstregulierung. – S. 743–749

„Der am 1.4.2003 in Kraft getretene Staatsvertrag über den Schutz der Menschenwürde und den Jugendschutz in Rundfunk und Telemedien (JMStV) hat zu einer radikalen Neugestaltung der Aufsicht über die privaten Anbieter von elektronischen Informations- und Kommunikations-(IuK)-Medien im Bereich des Jugendschutzes geführt. Zwar obliegt jene gem. § 14 Abs. 1 JMStV nach wie vor der zuständigen Landesmedienanstalt, jedoch ist für länderübergreifende Angebote – diese Einschränkung ergibt sich aus § 13 JMStV – allein die neu gebildete Kommission für Jugendschutz (KJM) zuständig, die insoweit als Organ der betreffenden Landesmedienanstalt agiert. Daneben lässt § 19 Abs. 1 JMStV die Bildung von Einrichtungen der freiwilligen Selbstkontrolle zu, die ebenfalls Aufgaben des Jugendschutzes übernehmen können. Eine dieser Aufgaben ist gem. §§ 8, 9 Abs. 1 JMStV die Festlegung von Zeitfenstern für die Ausstrahlung von Rundfunksendungen, wodurch die im Staatsvertrag selbst festgelegten Sendezeitgrenzen modifiziert werden. Allerdings werfen jene Vorschriften eine Vielzahl von Problemen auf, die in diesem Beitrag erörtert werden.“

New media & society

Jg 7 (2005) Nr 4

Carey, James W.: Historical pragmatism and the Internet. – S. 443–456

Enteen, Jillana B.: Siam remapped: Cyber-interventions by Thai women. – S. 457–482

Shields, Peter: When the „Information Revolution“ and the U.S. Security State Collide: Money Laundering and the Proliferation of Surveillance. – S. 483–512

Bratten, L. Clare: Online Zealotry: la France du Peuple Virtuel. – S. 517–5322

Ogan, Christine; Cicek, Filiz; Özakca, Muzaffer: Letters to Sarah: Analysis of E-Mail Responses to an Online Editorial. – S. 533–558

Russell, Adrienne: Myth and the Zapatista Movement: Exploring a Network Identity. – S. 559–578

Jg 7 (2005) Nr 5

Thomas, Jim: The moral ambiguity of social control in cyberspace: a retro assessment of the „golden age“ of hacking. – S. 599–624

Taylor, Paul: From hackers to hacktivists: speed bumps on the global superhighway?. – S. 625–646

Thomas, Douglas: Hacking the body: code, performance and corporeality. – S. 647–662

Campbell, John Edward: Outing PlanetOut: surveillance, gay marketing and internet affinity portals. – S. 663–683

Sassi, Sinikka: Cultural differentiation or social segregation?: four approaches to the digital divide. – S. 684–700

Wiklund, Hans: A Habermasian analysis of the deliberative democratic potential of ICT-enabled services in Swedish municipalities. – S. 701–723

Der Beitrag betrachtet die elektronischen Informations- und Kommunikationsangebote auf den websites der Stadtverwaltungen in Schweden und stellt fest, dass sie ein demokratisches Potential bergen, wenn sie angemessen gestaltet sind. Das bei Habermas zentrale Prinzip des sozialen Lernens durch rationale Argumentation wird jedoch nur in geringem Maße unterstützt.

Political communication**Jg 22 (2005) Nr 3**

Baym, Geoffrey: „The Daily Show“: Discursive Integration and the Reinvention of Political Journalism. – S. 259–276

Holbrook, R. Andrew; Hill, Timothy G.: Agenda-Setting and Priming in Prime Time Television: Crime Dramas as Political Cues. – S. 277–296

„The effects of agenda-setting and priming are well established in regard to the news media. Considerably less attention has been paid to these phenomena in entertainment media, in spite of the fact that entertainment media enjoy larger audiences than do news media and often address political topics. This article argues that the psychological mechanism hypothesized to lead to agenda-setting and priming effects that is, changes in construct accessibility applies as equally to entertainment media as it does to news media. Moreover, we contend that the frequency, consistency, and duration of entertainment media treatments of political issues encourage chronic accessibility of those issues. We test these hypotheses looking at television crime dramas as a source of political information. Using data from two controlled laboratory experiments and the 1995 National Election Study Pilot Study, we demonstrate that viewing crime dramas significantly increases concerns about crime and that these concerns significantly affect viewers' opinions of the pres-

ident. The NES Pilot Study data suggest that these effects are restricted to frequent viewers of crime dramas, supporting a chronic accessibility model of agenda-setting and priming. These findings extend our growing understanding of how non-news sources of political information contribute to the construction of political attitudes.“

Morris, Jonathan S.; Clawson, Rosalee A.: Media Coverage of Congress in the 1990s: Scandals, Personalities, and the Prevalence of Policy and Process. – S. 297–314

Heldman, Caroline; Carroll, Susan J.; Olson, Stephanie: „She Brought Only a Skirt“: Print Media Coverage of Elizabeth Dole's Bid for the Republican Presidential Nomination. – S. 315–336

Lipsitz, Keena et al: What Voters Want From Political Campaign Communication. – S. 337–354

„Conventional wisdom holds that the public dislikes campaigns for their negativity and superficiality, preferring a cleaner, substantive, and more deliberative process. By contrast, the implication of Hibbing and Theiss-Morse's (2002) *Stealth Democracy* is that, while citizens will indeed dislike campaigns, they do not necessarily desire more deliberation, debate, and discussion of issues. Instead they want simple cues that allow them to size up candidates with minimal effort. In this article, we test these theories with survey and focus group data collected during the 2002 California gubernatorial race. Ultimately, the ideal campaign envisioned by the public falls somewhere between the substantive and participatory campaign envisioned by reformers and what we call an 'undemanding campaign.' We also find that attitudes toward campaigns vary substantially based on political involvement and demographic attributes. Most important, politically involved citizens desire the more substantive campaigns envisioned by reformers, but less involved citizens want less demanding campaigns. This finding suggests not only that any generalizations about what the public wants from campaigns must be cautious, but also that reformers may need to tailor their proposals to the tastes of different groups of citizens if these proposals are to be effective.“

Mickiewicz, Ellen: Excavating Concealed Tradeoffs: How Russians Watch the News. – S. 355–380

Nelson, John S.: Horror Films Face Political Evils in Everyday Life. – S. 381–386

Public Opinion Quarterly**Jg 69 (2005) Nr 3**

Martin, Elizabeth A.; Traugott, Michael W.; Kennedy, Courtney: A Review and Proposal for a New Measure of Poll Accuracy. – S. 342–369

Fricker, Scott et al: An Experimental Comparison of Web and Telephone Surveys. – S. 370–392

Mutz, Diana C.: Social Trust and E-Commerce: Experimental Evidence for the Effects of Social Trust on Individuals' Economic Behaviour. – S. 393–416

Publizistik Jg 50 (2005) Nr 3

Hartmann, Tilo; Dohle, Marco: Publikumsvorstellungen im Rezeptionsprozess. – S. 287–303

„Der Beitrag geht der Frage nach, wie das Publikum massenmedialer Angebote aus Sicht der Rezipienten, die selbst einen Teil des Publikums darstellen, im Rezeptionsprozess abgebildet wird. Zur Beantwortung dieser Frage wird aus der Perspektive der empirisch-sozialwissenschaftlichen Kommunikationsforschung ein auf anonyme, nicht-erfahrbare Massenpublika bezogenes theoretisches Modell rezeptionssituativer Publikumsvorstellungen formuliert. Dem Modell zufolge machen sich Rezipienten, aufbauend auf ihren subjektiven Medientheorien und unter Berücksichtigung medialer Faktoren, in bestimmten Rezeptionsituationen ein Bild von ihrem anonymen Mit-Publikum. Diese Vorstellungen dürften Annahmen über die Größe, die Simultanität, die soziale Zusammensetzung und das Erleben der anderen Rezipienten umfassen. Es steht zu vermuten, dass formulierte Vorstellungen über das Mit-Publikum vor allem kognitive und affektive Phänomene des Rezeptionserlebens beeinflussen. Der Einfluss der Publikumsvorstellungen ist dem Modell zufolge umso größer, je stärker sie im Rezeptionsprozess vergegenwärtigt werden. Um fruchtbare Anwendungsbereiche und die integrative Kraft des Modells zu erläutern, diskutieren wir denkbare Auswirkungen auf Rezeptionsphänomene wie soziale Vergleichsprozesse oder Peinlichkeitsgefühle. Abschließend wird das Konzept der Publikumsvorstellungen modellhaft visualisiert und in bestehende Forschungskontexte eingeordnet.“

Loosen, Wiebke: Zur „medialen Entgrenzungsfähigkeit“ journalistischer Arbeitsprozesse: Synergien zwischen Print-, TV- und Online-Redaktionen. – S. 304–319

„Der vorliegende Beitrag beschäftigt sich mit den durch Crossmedia-Strategien be- und geförderten Formen medialer Entgrenzungen zwischen Print-, TV- und Online-Medien. Die empirische Analyse basiert auf einem inter- und intramedialen Vergleich von Medienangeboten, für den die Druckausgabe, das TV-Magazin und das Online-Produkt von ‚Spiegel‘, ‚Stern‘ und ‚Focus‘ ausgewählt wurden. Die journalistischen Produkte wurden mit Hilfe von Inhaltsanalysen, der Kontext der Aussagenentstehung mit Leitfadenterviews analysiert. Im Zentrum steht die Frage, wie sich die (auf ökonomischem Kalkül basierenden) Formen medialer Entgrenzungen auf die Beschaffenheit und die Kontextbedingungen journalistischer Aussagenentstehung auswirken. Insgesamt geben die Ergebnisse verschiedene Hinweise auf eine komplementäre Struktur unterschiedlicher medialer Erscheinungsweisen, die mehr oder weniger eigenständige Leistungen erfüllen. Auch wenn mediale Entgrenzungen zwischen den Medientypen Print, TV und Online technisch mehr denn je möglich und ökonomisch auch gewollt sind, zeigen sich nur verhältnismäßig wenige,

wenngleich deutliche Indikatoren für Anpassungsprozesse auf der Ebene der Akteure. Auf der Ebene der redaktionellen Inhalte fällt die Anpassung noch schwächer aus.“

Wirth, Werner et al: Traumberuf oder Verlegenheitslösung?: Einstiegsmotivation und Arbeitssituation des wissenschaftlichen Nachwuchses in Kommunikationswissenschaft und Medienwissenschaft. – S. 320–343

„Über die Beschäftigungs- und Ausbildungsbedingungen des wissenschaftlichen Nachwuchses in Kommunikationswissenschaft und Medienwissenschaft ist bisher vergleichsweise wenig bekannt. Ziel der vorliegenden Studie ist es daher, eine erste umfassende Bestandsaufnahme des wissenschaftlichen Nachwuchses im Fach bis zur Promotion zu leisten. Hierfür wurden alle Promovierenden in Deutschland, der Schweiz und in Österreich zu ihrer Wahrnehmung und Beurteilung der eigenen beruflichen Situation und Zukunft befragt. Die Ergebnisse zeigen u. a., dass die Nachwuchswissenschaftler/innen auf der einen Seite zwar hoch intrinsisch motiviert sind, andererseits nehmen sie eine wissenschaftliche Karriere als sehr unsicher und hürdenreich wahr. Zudem lassen sich verschiedene Typen von Nachwuchskräften ausmachen: die Idealisten, die Karrieristen und die Unentschlossenen. Es zeigt sich, dass lediglich die Idealisten dem Wunschbild eines produktiven und interessierten Wissenschaftlers entsprechen. Die Ergebnisse werden vor dem Hintergrund der zukünftigen Fachentwicklung diskutiert.“

Rundfunk und Geschichte Jg 30 (2004) Nr 3–4

Schlieper, Ulrike: Das Hörspiel der 50er Jahre im Spiegel von Hörerbefragungen: das Beispiel des NWDR. – S. 93–100

Schmitt, Heiner: Die Selbstversorgung mit AV-Medien in Forschung und Unterricht: ein Plädoyer für Transparenz und wider das Tabu. – S. 101–105

Mühl-Benninghaus, Wolfgang: Masse – Massenkommunikation – Propaganda: Lenin und die Medien in der Sowjetunion. – S. 105–115

Jg 31 (2005) Nr 1–2

Venus, Theodor: Karl Rössel-Majdan und die Rundfunkforschung in Österreich 1950–1966. – S. 5–16

Henrich-Franke, Christian: Die „EBU-Screeing-Sessions“: Wandlungen des europäischen Markts für Fernsehprogramme 1963–1985. – S. 17–25

Dussel, Konrad: „Die Welle der Freude“: die neuen Programmangebote des NWDR auf UKW in den 50er Jahren und ihre Nutzung. – S. 26–35

RuG-Dokument; Goethes „Zauberlehrling“ auf dem Bildschirm. – S. 36

Keller, Harald: RuG-Dokumentation; Kooperation mit dem NWDR-Fernsehen: Kultregisseur Michael Powell und sein Ballettfilm „Der Zauberlehrling“ (1954). – S. 37–39

Studies in Communication Sciences

Jg 5 (2005) Nr special issue

Dascal, Marcelo et al: Dialogue, Argument, Controversy: editor's introduction. – S. 1–22

Das Sonderheft 2005 (293 S.) veröffentlicht zahlreiche Beiträge zum Thema „Argumentation in Dialogue Interaction“.

TelevIZion

Jg 18 (2005) Nr 1

Mörchen, Markus; Ripke, Jens: Komische Gefühle. – S. 4–6

Zackl, Daniela: Dr. Maglove. – S. 7–9

Morgenroth, Silke: Liebe in Zeiten der Werbeunterbrechung. – S. 9–11

Gottberg, Joachim von: Sexualität, Jugendschutz und der Wandel der Moral. – S. 12–16

Mehling, Gabriele: Erotik und Sexualität im Fernsehen. – S. 17–26

Neubauer, Gunter; Winter, Reinhard: So viel Sex soll's sein. – S. 27–34

Schwarz, Anne: Mondscheinerotik oder „nackte Tatsachen“? – S. 35–40

Buckingham, David; Bragg, Sara: Zeigen und Erzählen. – S. 41–46

Bouman, Martine: Sex und Soaps. – S. 41–46

Hoffmann, Dagmar: Nackte Haut ist Alltag. – S. 55–59

Fleischer, Sandra; Schorb, Bernd: Ein Fernsehangebot als Orientierungsquelle. – S. 60–63

Zeitschrift für Medienpsychologie

Jg 17 (2005) Nr 4

Hofmann, Wilhelm; Baumert, Anna; Schmitt, Manfred: Heute haben wir Hitler im Kino gesehen: Evaluation der Wirkung des Films „Der Untergang“ auf Schüler und Schülerinnen der neunten und zehnten Klasse. – S. 132–146

„Wir evaluierten die Wirkung des Films ‚Der Untergang‘ (2004), der die letzten Tage von Hitlers Diktatur und den Kampf um die Stadt Berlin schildert, auf

Schüler/innen der neunten und zehnten Klasse Gymnasium und Hauptschule. Verglichen mit Schüler/innen, die nicht im Film waren, und unter Einbezug einer Reihe von Kontrollvariablen, gaben Filmgänger/innen weniger negative Emotionen gegenüber Hitler an, nahmen ihn eher als Menschen wahr, lehnten Sanktionen gegen Deutschland eher ab und zeigten erhöhte Identifikation mit der eigenen Nation. Keine Unterschiede ließen sich hingegen für die Wahrnehmung der deutschen Bevölkerung als ‚Opfer‘ feststellen sowie für die eingeschätzte Notwendigkeit von Geschichtsaufarbeitung. Es zeigte sich eine Reihe bedeutsamer Wechselwirkungen des Films mit Autoritarismus, Patriotismus, Schulbildung und der bisherigen Beschäftigung mit der Geschichte des Nationalsozialismus.“

Cress, Ulrike: Effekt des Metawissens beim kollaborativen Aufbau eines Informationspools. – S. 147–156

„In Organisationen ermöglicht der Einsatz einer geteilten Datenbank den kollaborativen Aufbau eines Informationspools. Die Entscheidung des Einzelnen, eigenes Wissen in eine Datenbank einzugeben, stellt ein öffentliches-Gut-Dilemma dar. Jede Person spart Zeit und Kosten, wenn sie keine Information in die Datenbank eingibt, wenn aber alle Personen so verfahren, bleibt die Datenbank leer und für alle nutzlos. Dieses Dilemma wird durch die hohe Anonymität der Datenbanksituation verstärkt, in der Personen über nur wenig prospektives Metawissen (Wissen über die Wichtigkeit ihrer Information für andere) und retrospektives Metawissen (Wissen über das Verhalten der anderen Gruppenmitglieder) verfügen. In zwei Experimenten wird der Einfluss dieser beiden Faktoren untersucht. Es zeigt sich, dass prospektives Metawissen die Qualität der Datenbankinhalte beeinflusst, während retrospektives Metawissen Auswirkungen auf die Quantität der Inhalte hat.“

Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht

Jg 49 (2005) Nr 7

Hillig, Hans-Peter; Blechschmidt, Oliver: Die Materialentschädigung für reversibel gebundenes Notenmaterial: zur Rechtmäßigkeit des Zustimmungsvorbehalts der Musikverlage bei außerrundfunkmäßiger Verwertung von Rundfunkproduktionen. – S. 505–513

Bethge, Herbert; Coelln, Christian von: Zinsen für den „Kabelgroschen“?: Rechtsfragen einer Verzinsung des Teilnehmerentgelts nach dem Bayerischen Mediengesetz. – S. 514–519

Lindner, Josef Franz: Externe Eigenwerbung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. – S. 520–525

Eine bislang im Rundfunkrecht kaum beachtete und hinterfragte Modalität der wettbewerbsrechtlichen Schieflage zwischen privatem und öffentlich-rechtlichem Rundfunk sind die Marketingaktivitäten des gebührenfinanzierten öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Dieser wirbt in jüngster Zeit zunehmend auf dem externen kommerziellen Werbemarkt für sich und sein

Programmangebot mit dem ersichtlichen Ziel einer Steigerung der Einschaltquoten. Vor diesem Hintergrund fragt der vorliegende Beitrag, ob und inwieweit solche externe Eigenwerbung rundfunkrechtliche zulässig und rundfunkpolitisch wünschenswert ist.

Höckelmann, Eckhard: Der neue „Bestsellerparagraf“. – S. 526–531

Niepalla, Peter: Die zukunftsweisende Modernisierung des deutschen Auslandsrundfunks. – S. 532–539

Am 01. Januar 2005 trat das Gesetz zur Änderung des Deutsche-Welle-Gesetzes in Kraft. Vor diesem Hintergrund beschäftigt sich vorliegender Beitrag mit der Geschichte der Deutschen Welle und dem Erfordernis des Änderungsgesetzes, der Aufgabenerweiterung um Telemedien, der Neufassung des Programmauftrages sowie der Aufgabenplanung und Finanzierung.

Einem, Götz v.: Zum Streit um die Lizenzierungspraxis bei monophonen und polyphonen Klingeltönen: zgl. Anmerkung zu LG Hamburg, Urteil vom 10.12.2004 – Az. 308 O 501/04 vgl. ZUM 2005, 485. – S. 540–548

Jg 49 (2005) Nr 8–9

Frey, Dieter: Die Vergabe der medialen Rechte an der Fußball-Bundesliga: vom kartellrechtlichen Streitfall zum lizenzrechtlichen Problemfall?. – S. 585–594

Die anstehende Vergabe der medialen Rechte an der Fußball-Bundesliga für den Zeitraum 2006 bis 2009 ist nicht nur wegen ihrer wirtschaftlichen Bedeutung für Contentanbieter und Rechteagenturen auf der einen Seite sowie für die im Ligaverband zusammengeschlossenen Vereine und Kapitalgesellschaften der 1. und 2. Bundesliga auf der anderen Seite von besonderer Relevanz. Auch die Europäische Kommission hat die wirtschaftliche Bedeutung des Sports für die Medien erkannt und erachtet es als eine ihrer wichtigsten Aufgaben, den Zugang zu Medieninhalten mit dem Instrumentarium des Wettbewerbsrechts offen zu halten. In diesem Zusammenhang und mit Blick auf die anstehende Vergabe der medialen Rechte an der Fußball-Bundesliga für den Zeitraum 2006 bis 2009 werden die Problemfelder in diesem Beitrag näher erläutert.

Masing, Johannes; Wiedemann, Richard: Verkaufsverbot durch Werbeverbot?: zu den Auswirkungen der Tabakwerbeverbots-Richtlinie der Europäischen Gemeinschaft auf den Internetversandhandel mit Tabakwaren. – S. 595–601

„Bereits seit einigen Jahren herrscht in Europa politischer und juristischer Streit über die Zulässigkeit von Werbung für Tabakwaren. Im Fokus der rechtswissenschaftlichen Diskussion befand sich bislang fast ausschließlich die Frage nach der Kompetenz zum Erlass eines Werbeverbotes für Tabakwaren. Eine Klärung der inhaltlichen Reichweite der von der EG erlassenen Werbeverbote erfolgte hingegen kaum. In diese Lücke möchte diese Untersuchung vorstoßen und

der Frage nachgehen, ob das neue Tabakwerbeverbot das Verbot einschließt, Versandhandel mit Tabakwaren durch das Verbreiten von Verkaufskatalogen oder über Handelsplattformen durchzuführen. Der Sache nach geht es damit um das Problem, ob das Werbeverbot letztlich auch bestimmte Formen des Handels ganz untersagt.“

Beater, Axel: Informationsinteressen der Allgemeinheit und öffentlicher Meinungsbildungsprozess: inhaltliche und prozedurale Kriterien aus zivilrechtlicher Sicht. – S. 602–611

Die Massenmedien üben eine „öffentliche Aufgabe“ aus, indem sie in Angelegenheiten von öffentlichem Interesse Nachrichten beschaffen und verbreiten, Stellung nehmen und Kritik üben. Ihre Aufgabe ist somit das Herstellen von Öffentlichkeit, d. h. das Schaffen von öffentlicher Information, öffentlicher Kontrolle und öffentlichem Dialog. Das Herstellen dieser Öffentlichkeit durch die Medien kann im gleichen Atemzug jedoch auch legitimierte Interessen oder Rechte Betroffener beeinträchtigen, zum Beispiel Staats- und Betriebsgeheimnisse, geschützte Dateien sowie Urheber- und Persönlichkeitsrechte. Der Betroffene hat solche Eingriffe gleichwohl hinzunehmen, wenn sie von überwiegenden, rechtlich fundierten und legitimen Interessen getragen sind. Der für die Medien elementare Legitimationsgrund ist das Informationsinteresse der Allgemeinheit bzw. das Interesse daran, dass über Vorgänge „Öffentlichkeit“ hergestellt werden kann. Mit der Beleuchtung dieses Spannungsverhältnisses aus zivilrechtlicher Sicht beschäftigt sich vorliegender Beitrag, der dabei Schwerpunkte auf inhaltliche und prozedurale Kriterien legt.

Gercke, Marco: Die Entwicklung des Internetstrafrechts im Jahr 2004. – S. 612–620

Obergfell, Eva Ines: Tanz als Gegenwarts-kunstform im 21. Jahrhundert: urheberrechtliche Betrachtungen einer vernachlässigten Werkart. – S. 621–626

Libertus, Michael: Umfang und Reichweite von Löschungspflichten bei Rechtsverstößen im Internet. – S. 627–630

Inhalte auf Internetseiten können aus verschiedenen Gründen die Rechte Dritter verletzen, etwa wegen beleidigender oder verleumdender Äußerungen, Verstößen gegen das allgemeine Persönlichkeitsrecht oder bei Zuwiderhandlung gegen das Wettbewerbs-, Urheber- oder Markenrecht. In diesen Fällen steht dem Geschädigten ein Anspruch auf Unterlassung und/oder Beseitigung der Beeinträchtigung zu. Im Internet sind Unterlassung und Beseitigung insbesondere in Gestalt einer Sperrung der Nutzung des verletzenden Inhalts oder einer Entfernung (Löschung) des verletzenden Inhalts vom Server denkbar. Probleme ergeben sich dabei insbesondere daraus, dass selbst bereits entfernte Internetseiten mitunter noch eine Zeit lang nach ihrem Löschen auf Servern Dritter, insbesondere von Suchmaschinen-Anbietern, zum Abruf bereitgehalten werden. Es stellt sich daher die Frage, ob der Dritte vom Verletzer verlangen kann, dass die verletzenden Inhalte internetweit gelöscht werden. In vorliegendem Beitrag wird daher untersucht, welchen Umfang die Löschungspflichten im Rahmen des Beseitigungs- und Unterlassungsanspruchs haben.

Jg 49 (2005) Nr 10

Nordemann, Wilhelm; Pfennig, Gerhard: Plädoyer für eine neue Vertrags- und Vergütungsstruktur im Film- und Fernsehbereich. – S. 689–694

Becker, Bernhard von; Wegner, Konstatin: Offene Probleme der angemessenen Vergütung. – S. 695–701

Viegner, Uta: Die Eignung des neuen Urheberrechts, Einfluss auf das Wettbewerbsgeschehen im Bereich der Neuen Medien zu entfalten. – S. 702–710

Cornelius, Saskia: Medienfonds: Motor für die Entwicklung einer international ausgerichteten Filmindustrie in Deutschland?: Bericht über die gleich lautende Arbeitssitzung des Instituts für Urheber- und Medienrecht am 1. Juli 2005. – S. 711–728

Gerlach, Tilo: Anmerkung zum Vorlageurteil des EuGH vom 14.7.2005 – Radio Felsberg. – S. 729–731