

Anlässlich des Jubiläums «40 Jahre Fernsehen in der Schweiz» veranstaltete die Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft SRG im Herbst 1994 in Luzern die Ausstellung «VISION-TELEVISION» sowie drei Symposien, und zwar zusammen mit den beiden wissenschaftlichen Gesellschaften «Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft SGKM» und «Internationale Vereinigung für Kommunikationswissenschaft IVK», - Die SGKM dankt der SRG für ihr Entgegenkommen und ihre finanzielle Unterstützung, die an den drei Symposien gehaltenen Referate einer breiteren Öffentlichkeit in Form dieser Publikation zugänglich zu machen.

Heinz Bonfadelli, Redaktor «Medienwissenschaft Schweiz»

Teil I Fernsehen, Kinder und Gewalt

Matthias Steinmann	Einleitung	5
Michael Schenk	Wirkungen des Fernsehens • ein Überblick	7
Matthias Steinmann	Stand der Zuschauerforschung	15
Jo Groebel	Faszination und Struktur der Gewaltdarstellungen	21
Heinz Bonfadelli	Nutzung, Rezeption und Auswirkungen von Fernsehgewalt	26
Christian Doelker	Das ambivalente Verhältnis von Schule und Fernsehen	30
Daniel Süß	Brutalo-Videos und Fernseh-Krimis aus der Sicht Jugendlicher	33

Teil II Vor dem Krimi die Werbung

Matthias Steinmann	Einleitung	39
Michael Richter	Und vor dem Krimi die Werbung? Die Geschichte vom optimalen Spot	41
André Hofer	TV-Werbung gestern und heute	46
Ueli Custer	Umstrittene Werbeformen: Was ist wo erlaubt? Was ist wo verboten?	47
Genevieve Morand	Beeinflusst Werbung die Programmgestaltung? Wieviel und welche Werbung erträgt das Programm?	50
Christian Doelker	Der längste Werbeblock: das Programm	52
Peter Kabel	Zukunftsvision: das 500-Kanalangebot Interaktives Fernsehen - Herausforderung für die Werbung	55

Teil III
Satelliten und Super Highway:
die Qual der Programmwahl?

Matthias Steinmann	Einleitung	61
Pierre Meyrat	Der Kiosk im Wohnzimmer: die digitale Zukunft des Fernsehens	62
Daniel Kramer	Die Verbreitung der SRG-Programme	66
Wolfgang Frei	Informations-Monokultur im Fernsehen der Zukunft?	68
Klaus Schrape	Szenarien des künftigen Marktes für digitale Medien	69
Matthias Steinmann Markus Jedele	Das neue Fernsehverhalten und seine Erforschung	82
Antonio Riva	Vision für das Schweizer Fernsehen	88