

## DONNERSTAG, 30. JUNI 2005

Ab 19.00 Uhr „Get Together“ – St. Peter Stiftskeller

## FREITAG, 1. JULI 2005

09.00-09.15 **INGRID PAUS-HASEBRINK (LEITERIN FB KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT)/ MANFRED KNOCHE**  
Begrüßung

### 1. ANSÄTZE DER POLITISCHEN ÖKONOMIE DER MEDIEN

09.15-10.00 **JÜRGEN HEINRICH (DORTMUND)**  
Ansätze einer (neoklassisch orientierten) politischen Ökonomie der Medien: laboristische Ökonomie

10.00-10.45 **CHRISTIAN STEININGER (SALZBURG)**  
Zur Heterodoxie der Politischen Ökonomie

10.45-11.00 **Kaffeepause**

11.00-11.45 **THOMAS DÖBLER/SONJA RITTNER (STUTTGART/HOHENHEIM)**  
Die Theoriefamilie der Neuen Institutionenökonomik – Transaktionskosten, Verfügungsrechte und Prinzipal-Agent

11.45-12.30 **WOLFGANG SEUFERT (JENA)**  
Politische Ökonomie und Neue Politische Ökonomie – ein Theorievergleich

12.30-14.00 **Mittagspause – Zirkelwirt**

## FREITAG, 1. JULI 2005

### 2. POLITISCHE ÖKONOMIE DER MEDIEN UND CULTURAL STUDIES

14.00-14.45 **ANDREA GRISOLD/WERNER A. MEIER (WIEN/ZÜRICH)**  
Die Verlockungen der Macht. Zur Machtfrage aus Sicht der Politischen Ökonomie der Medien

14:45-15.30 **MANFRED KNOCHE (SALZBURG)**  
Herrschaft – Ideologie – Bewusstsein. Forschungsfelder einer Kritik der Politischen Ökonomie der Medien

15.30-15.45 **Kaffeepause**

15.45-16.30 **ELISABETH KLAUS/MARTINA THIELE (SALZBURG)**  
Spannungsfelder zwischen Politischer Ökonomie und Cultural Studies

16.30-17.15 **CARSTEN WINTER (KLAGENFURT)**  
Die Cultural Studies Perspektive auf die Politische Ökonomie der Medien

17.15-17.30 **Kaffeepause**

17.30-18.15 **HARALD RAU (LEIPZIG)**  
Haben wir heute den besseren Journalismus? Was uns eine neue, differenzierte Auseinandersetzung mit der Anpassungshypothese lehren kann

ab 19.30 **Gemeinsames Abendessen – Stieglkeller**

## SAMSTAG, 2. JULI 2005

### 3. ANWENDUNGSFELDER DER POLITISCHEN ÖKONOMIE DER MEDIEN

10.00-10.45 **FRANK LOBIGS (ZÜRICH)**  
Gesplante versus demokratische Öffentlichkeit. Politische Ökonomie der Medien als politische Medienökonomik

10.45-11.30 **BORIS ROMAHN/CHRISTIAN STEININGER (SALZBURG)**  
Birds of another kind: Medien und Wohlfahrt

11.30-11.45 **Kaffeepause**

11.45-12.30 **JAN KRONE (BERLIN)**  
Konzentrationsregelungen für kommerzielles Fernsehen im Spiegel der Neuen Institutionenökonomik – Konsequenzen für die Medienpolitik

12.30-13.15 **SIEGBERT MESSMER (MÜNCHEN)**  
Programmvielfalt und institutionelle Struktur in Fernsehsystemen vor dem Hintergrund der Digitalisierung

## Politische Ökonomie der Medien

Seit Mitte der 1990er Jahre wird im Zusammenhang mit der Entwicklung einer Teildisziplin Medienökonomie in der deutschsprachigen Publizistik- und Kommunikationswissenschaft vereinzelt wieder auf wissenschaftliche Ansätze und Theorien aufmerksam gemacht, die unter dem Sammelbegriff Politische Ökonomie subsumiert werden. Erinnert wurde dabei u.a. an „vergessene“ Theorien zur angloamerikanischen Political Economy of Communication (of the Media) und zur Kritik der Politischen Ökonomie der Massenkommunikation, die bereits in den 1970er Jahren in Deutschland entwickelt worden war. Diese „Wiederbelebungsversuche“ stehen im Zusammenhang mit der seit Mitte der 1990er Jahre im deutschsprachigen Raum vorangetriebenen Entwicklung einer kommunikationswissenschaftlichen Teildisziplin Medienökonomie, wurden aber auch ausgelöst von der unübersehbar fortschreitenden weltweiten Privatisierung, Ökonomisierung, Kommerzialisierung und Kapitalisierung der Medienindustrie. Schließlich stehen sie unter dem Einfluss grundlegender Transformationsprozesse des Kapitalismus, die auch in anderen sozialwissenschaftlichen Disziplinen zu einer erneuten Beschäftigung mit Politischer Ökonomie geführt haben.

Zu Beginn des 21. Jahrhunderts gehört zumindest der Hinweis auf Politische Ökonomie, in der Regel ergänzt durch Klassifizierungsvorschläge, zum Standard aktueller Überblicksdarstellungen zur Entwicklung der kommunikationswissenschaftlichen Teildisziplin Medienökonomie. Darauf aufbauend erscheint es an der Zeit, die damit zusammenhängenden wissenschaftlichen Fragen und Chancen in einem Workshop spezifisch zur „Politischen Ökonomie der Medien“ zu vertiefen. Dies kann einerseits dem fortschreitenden Selbstverständnis-Prozess der Fachgruppe Medienökonomie in der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft dienen, andererseits zur Klärung des Stellenwerts von „Politischer Ökonomie“ für die kommunikationswissenschaftliche Theorieentwicklung beitragen.

## Veranstalter des Workshops FG Medienökonomie

Die FG Medienökonomie beschäftigt sich mit einem innerhalb der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft bislang noch relativ wenig bearbeiteten Gegenstandsbereich, der aber erkennbar sowohl in der Medienpraxis, in der Medienpolitik als auch in der Wissenschaft an Bedeutung gewinnt. Dementsprechend sehen die FG-MitgliederInnen ihre vordringliche Aufgabe darin, den Wachstumsprozeß einer kommunikationswissenschaftlichen Teildisziplin Medienökonomie zu fördern. Ziel ist dabei unter anderem die Anwendung ökonomischer Theorien auf den Bereich gesellschaftlicher Kommunikation. Deren Brauchbarkeit soll dabei kritisch – vor allem auch hinsichtlich ihres empirischen Gehalts – überprüft werden. Es geht im weitesten Sinn um die Diskussion und Entwicklung eines ökonomischen Paradigmas als Erklärungs- und Prognoseansatz für Kommunikationsprozesse sowie für die Entwicklung von Kommunikations- bzw. Mediensystemen.

## Abteilung für Medienökonomie

In dieser Abteilung des Fachbereichs Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg wird dauerhaft schwerpunktmäßig an der Entwicklung des Faches Medienökonomie als kommunikationswissenschaftliche Teildisziplin gearbeitet. Dies gilt insbesondere hinsichtlich der theoretischen Fundierung dieser Teildisziplin auf der Grundlage von Theorieansätzen der Neuen Politischen Ökonomie, der Institutionenökonomik und einer noch weiter zu entwickelnden Kritik der Politischen Ökonomie der Medien. Einen wichtigen Stellenwert haben Fragestellungen zur Entwicklung der österreichischen Medienwirtschaft im europäischen und weltweiten Kontext.

## Organisation des Workshops

o.Univ. Prof. Dr. Manfred Knoche /  
Univ.Ass. Dr. Christian Steininger / Mag. Mario Eigl  
Universität Salzburg / FB Kommunikationswissenschaft  
Abteilung für Medienökonomie  
Rudolfskai 42 - A-5020 Salzburg  
Tel.: +43(0)662/8044-4192  
Fax: +43(0)6628044-4190

Der Tagungsbeitrag von € 15,- ist bei Veranstaltungsbeginn bar zu entrichten.

Freier Eintritt für Studierende.

Die Anmeldung kann entweder per e-mail ([mario.eigl@sbg.ac.at](mailto:mario.eigl@sbg.ac.at)) oder über die Abteilungs-Homepage (<http://www.kowi.sbg.ac.at/medienoekonomie/>) erfolgen.

WORKSHOP DER  
FACHGRUPPE MEDIENÖKONOMIE  
IN DER DGPUK\*

## POLITISCHE ÖKONOMIE DER MEDIEN

Freitag, 1. Juli 2005, 09.00-18.15 Uhr  
Samstag, 2. Juli 2005, 10.00-13.15 Uhr

Fachbereich Kommunikationswissenschaft  
Abteilung für Medienökonomie  
Rudolfskai 42, A-5020 Salzburg  
Senatssitzungssaal (Kapitelgasse 4-6)