

AVISO



Informationsdienst der Deutschen
Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Nr. 39

DGPuK

Juli 2005

LOB UND TADEL

FORUM

Nicht stimmig

„Faulstich argumentiert emotional und an der Wirklichkeit vorbei“

VON HANS BOHRMANN

Disziplinäre Gemengelage

„In der DGPuK gibt es Ignoranz und Diskriminierung“

VON HANS-DIETER KÜBLER

(K)Ein Papst antwortet

„Die Auslassungen von Werner Faulstich sind nur noch provinziell“

VON GÜNTER BENTELE

Man kennt sich

„Auch Gegenpäpste sind Päpste – wir brauchen Reformation“

VON MATTHIAS KARMASIN

AUSGESTELLT

GRUPPENBILD

TAGUNGEN

IN KÜRZE

ZWISCHEN-PRÜFUNG

Rudolf Stöber über Quellenkritik und Geschichte

NEU ERSCHIENEN

DER FRAGEBOGEN

Ausgefüllt von Maja Malik

NACHWUCHSBEFragung

AUS DEM VORSTAND

RÜCKBLICK

EINSPRUCH

2

3

3

4

6

8

12

13

14

16

17

18

20

22

24

26

28

AVISIERT

Traum des überarbeiteten Redakteurs in der Hitze einer Sommernacht (Semesterende, zerwühltes Bettlaken, Mond grinst ins Zimmer):

Straßenbahn fahren, nur einmal, ohne Handytöne. Redner, die einfach nur still ihre Manuskripte austauschen. TV-Reportagen aus dem Geist blühender Apfelbäume. Hörfunkübertragungen aus der Tiefe des Meeres. Leise verglühende Telefone.

Eine Vorlesung, die nur aus gregorianischem Gesang besteht (na gut, vielleicht ein bisschen Anmoderation).

Thesen ohne Getöse. Literaturverzeichnisse ohne Namensgeklingel. Ein Call for Papers, den man nicht hören kann.

Eine Kommunikationswissenschaft, die die Stille erforscht.

Blitz. Donner. Der Mond ist hinter den Wolken verschwunden. Abkühlung des erhitzten Redakteurs.

Ich rufe mich zur Ordnung. Und wünsche mir (Ihnen natürlich auch) erholsame Sommerferien.

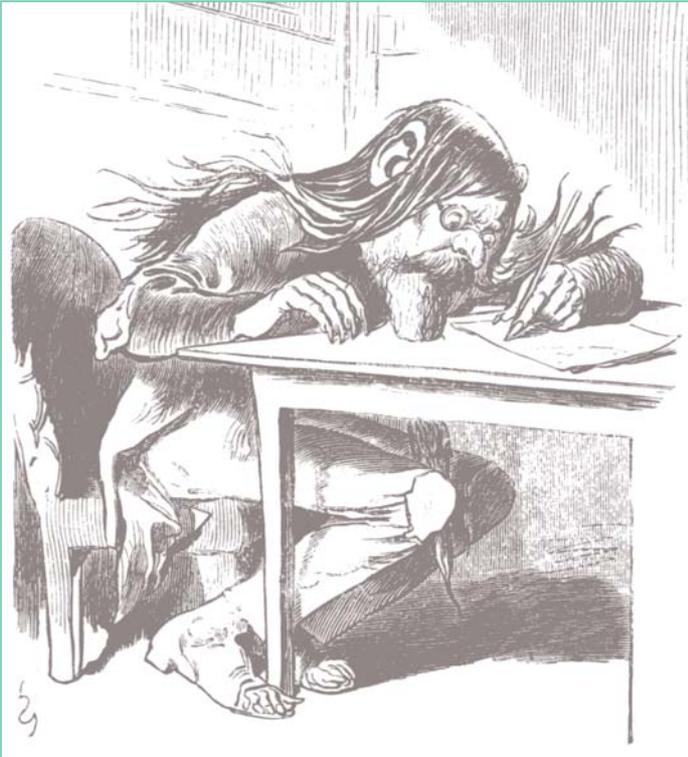
IHR GUNTER REUS

Anzeige



VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN

www.vs-verlag.de



Aus: Kladderadatsch, Nr. 28, 20. Juni 1869 (Bild gekontert)

Leserbriefe

... auch von meiner Seite: herzlichen Glückwunsch zum neuen „Aviso“ – für mich immer eine willkommene und gern genutzte Gelegenheit mich auf dem Laufenden zu halten!

➡ **BARBARA EMIG-ROLLER, WIESBADEN**

Mit Freude habe ich die neue Ausgabe gelesen, mit Interesse die Debatten verfolgt, für die Sie wieder einmal einen Platz gefunden haben, und mit Sympathie gesehen, wie es Ihnen auf den wenigen Seiten gelingt, ein inhaltlich breites Spektrum zu präsentieren. Lassen Sie sich vom Erfolg beflügeln.

➡ **BERND SÖSEMANN, BERLIN**

Herzliche Gratulation zu diesem exzellenten Heft!

➡ **LARS RADEMACHER, WOLFSBURG**

Gestern fand ich die neueste Ausgabe von „Aviso“ vor ... Ihre Beiträge, die literarischen Stücke auf der letzten Seite, gefallen mir immer am besten.

➡ **STEPHAN BUCHLOH, RAVENSBURG**

Statt eines Debattenthemas

„Kann unser Forum ‚Aviso‘ nicht stärker integrativ wirken? [...] Lassen Sie doch auch mal ein paar ‚Medienwissenschaftler‘ zu Wort kommen statt immer nur die üblichen Publizistik-Menschen. Laden Sie auch Nicht-DGPuK-Mitglieder zu Gastbeiträgen ein. Thematisieren Sie mal Gebiete wie Mediengeschichte (nicht: Kommunikationsgeschichte), Medientheorie, Speichermedien wie das Buch, Medien der individuellen Kommunikation wie den Brief, ästhetische Medien wie den Kinofilm oder Kulturmedien wie das Theater. Die DGPuK grenzt im Kern 80 Prozent der genuin medienwissenschaftlichen Problemfelder einfach aus, warum?“

Mit solchen herausfordernden Sätzen hat sich unser

Kollege Werner Faulstich in der letzten Ausgabe zu Wort gemeldet („Ich wünsche mir, dass man die Päpste mal provoziert“, Aviso Nr. 38). Einige Fachvertreter haben daraufhin der Redaktion eine Bewertung der Äußerungen Faulstichs zukommen lassen. Wir danken diesen Autoren und dokumentieren ihre Briefe – statt eines neuen Debattenthemas – auf den folgenden Seiten.

Sicher – es hätten sich noch mehr Kolleginnen und Kollegen an der Kontroverse beteiligen können. Andererseits deutet sich in den hier abgedruckten Reaktionen durchaus eine Vielfalt der Standpunkte und Einschätzungen an. Und das ist gut so.

„Aviso“ jedenfalls will gerne und jederzeit ein Forum für Streitkultur wie für Integration sein. **gr**

Nicht stimmig

„Faulstich argumentiert emotional und an der Wirklichkeit vorbei“

Lob und Tadel im jüngsten „Aviso“ hat mir ganz gut gefallen. Kollege Faustich hat sicher den Finger in eine Wunde gelegt: Es herrscht eine gewisse Sprachlosigkeit zwischen Kommunikations- und Medienwissenschaft. Die muss überwunden werden durch einen konstruktiven Dialog, denn durch die absehbare Entwicklung werden gleichermaßen Sozialwissenschaften und Geisteswissenschaften (um die herkömmlichen Bezeichnungen zu verwenden) mit der Abwicklung bedroht. Je uneiniger beide sind, desto schneller und vollständiger wird die Abwicklung sein.

„Ich halte die Einlassungen
– mit Verlaub – für larmoyant“

Trotzdem kann ich Faulstich in zentralen Punkten nicht zustimmen: Seine Kennzeichnung der Wirklichkeit ist für mich nicht stimmig. Ich denke mal an mein Bundesland Nordrhein-Westfalen. Die zentrale Professur in Münster – einem traditionellen Publizistikinstitut – hat seit Jahren der aus Siegen kommende Medienwissenschaftler Siegfried J. Schmidt inne (Nachfolge W. B. Lerg). Das Bochumer Institut für Publizistik ist von der Medienwissenschaft übernommen worden; dass dabei die dort früher vorherrschenden Publizistikwissenschaftler die führende Rolle spielten, konzedere ich gern.

In Essen und Wuppertal wird eine Art der Kommunikationswissenschaft gelehrt, die mit Publizistik wenig zu tun hat. Dasselbe gilt für die alte Universität Bonn. Von dem dortigen kommunikationswissenschaftlichen Institut hat die eine Spielart der Semiotik bis nach Berlin ausgestrahlt. In Düsseldorf ist eine Medienwissenschaft zunächst von Historikern und Philologen aufgebaut worden, die man heute bestenfalls teilweise zur Publizistik rechnen kann.

Weil die Verhältnisse so sind, halte ich – mit Verlaub – die Einlassungen von Kollegen Faustich für larmoyant.

Gar nicht verstehen kann ich, dass er den Kollegen Bentele explizit angreift. Ich kenne ihn von seinen Anfängen am Berliner Institut. Er kam von der TU Berlin, war ein Philologe, hat sich mit Semiotik profiliert und war gerade deswegen an

dieses Institut geholt worden. Und Bentele hat die Perspektive dieses Faches meines Erachtens geweitet.

Es kommt ein Weiteres hinzu: Die Philologen und die Historiker haben sich jahrzehntelang um den trivialen Gegenstand Massenkommunikation gedrückt. Sie haben der Zeitungswissenschaft, dann der Publizistik sehr von oben herab das Leben schwer gemacht und ihr in den fünfziger, sechziger Jahren fast das Lebenslicht (in Berlin, in München und auch in Münster) ausgeblasen. Erst als ihnen selbst die Lehramtskandidaten wegelaufen sind, haben sie das neue Paradigma entdeckt und plötzlich verkündet, alle Sprache und Literatur sei so etwas wie Kommunikation, und deswegen gehöre die Massenkommunikation – sprich vor allem das Berufsfeld – ihnen. Ob das mehr als eine zweckbezogene Absichtserklärung ist, wäre zu untersuchen.

Wenn ich in die Vorlesungsverzeichnisse von medienwissenschaftlichen Studiengängen sehe (etwa Siegen oder auch die Humboldt-Universität), finde ich dort sehr viel Esoterisches, Ästhetisches, ausgeprägte Hobbyforschung, wenig Handfestes. Der Journalist in den Medien wird primär als Sprachkünstler gesehen. Was die Publizistikwissenschaft und Journalistik an Wirtschaftswissenschaft und Rechtswissenschaft, zugegeben mühsam, hinzugewonnen hat, scheint mir hier leichtfertig zur Disposition gestellt zu sein.

„Die Massenkommunikation gehört
bestimmt nicht einem Fach allein“

Auch mich schmerzt es, dass die in den sechziger und siebziger Jahren vielleicht zu hoch gehaltene kritische Perspektive bis zur völligen Geschichtsvergessenheit verloren gegangen scheint. Dennoch halte ich dafür, dass in einer sozialwissenschaftlichen Perspektive eher die kritische

DE
BATE
TE



Wissenschaft bewahrt werden kann, als im Mainstream der Philologien oder der Geschichtswissenschaften. Unsere deutsche Wissenschaftsgeschichte legt dafür ganz gut Zeugnis ab.

Um nicht missverstanden zu werden: Ich schätze den Kollegen Faustich; ich bin seiner Aufforderung, an einem seiner frühen Sammelbände mitzuarbeiten, gerne gefolgt. Ich halte auch den Dialog der unterschiedlichen Herangehensweisen für wichtig. Die Massenkommunikation gehört bestimmt nicht einem Fach allein. Soll doch die Konkurrenz entscheiden, welche BA/MA-Studiengänge sich durchsetzen und erhalten bleiben. In Faulstichs „Lob und Tadel“-Kolumne steckt

allerdings für mich zu viel Emotion, die nicht leicht in rationale Diskussion übersetzt werden kann. Darum ginge es aber.

➡ HANS BOHRMANN, DORTMUND

Disziplinäre Gemengelage

„In der DGPK gibt es Ignoranz und Diskriminierung“

Das Monitum Werner Faulstichs über eine gewisse Insider-Mentalität der Kommunikationswissenschaftler und ihre Ignoranz der Medienwissenschaftler (sind die Nomenklaturen überhaupt noch angemessen?) mag tendenziell (noch) stimmen, aber ich bin mir nicht sicher, ob es nicht eher eine Dualität der nun „älteren Generationen“ ist. Neu ist sie jedenfalls nicht, weshalb die DGPK für mich nie eine akademische Heimat geworden ist. Denn ich erinnere mich noch gut daran: Es mag noch Anfang der 80er Jahre gewesen sein, als von Verbandsvertretern vor jenen Außenseitern gewarnt und über Vorkehrungen diskutiert wurde, wie man sich gegen deren unerwünschten Ansturm auf angestammte Publizistikstellen schützen könnte. Wenn die frühere Geschichte der deutschen Kommunikationswissenschaft (bis hinein in die NS- und Nachkriegszeit) inzwischen aufgearbeitet worden ist, so ist es dieses Kapitel der bundesdeutschen sicher noch

nicht. Immerhin ist es schon Anlass zum Nachdenken, wenn ein Wissenschaftler mit dem Potenzial und Renommee Werner Faulstichs, der wie wenig andere die Medienwissenschaft hier zu Lande gegründet und profiliert hat, erneut über Missachtung klagen zu müssen.

„Ich weiß
noch, wie man
sich gegen
Außenseiter
schützen
wollte“

Inzwischen sind Pluralismus und Offenheit gegenüber so genannten Fachfremden oder eben nicht einschlägig Sozialisierten und Gratifizierten merklich gewachsen, und manch eine/r verdankt ihre/seine Karriere solch unkonventionellen Wegen bzw. Brückenschlägen (wie im letzten „Aviso“ ja auch zu lesen ist). Sie vom Fach fernzuhalten – diese Position war schon damals nicht zu rechtfertigen, aber ihre womöglich noch latente Verteidigung heute wäre umso grotesker, da allein schon flexible Namensgebungen sachliche Verwi-

schungen, Überschneidungen und Differenzierungen signalisieren. Die Untersuchungsgegenstände lassen sich ohnehin nicht mehr in das eine oder andere Töpfchen sortieren: Da befassen sich beispielsweise „Medienwissenschaftler“ mit Journalismus-Theorien, Journalistik-Professoren arbeiten über journalistische Textsorten, Mediengeschichte ist ohnehin interdisziplinär, und wer sich universalen Theorieansätzen wie Systemtheorie, Konstruktivismus oder Cultural Studies verschrieben hat, lässt sich sowieso nicht mehr in die eine oder andere disziplinäre Schublade einordnen, selbst wenn die DGPK zur Abgrenzung offiziell „öffentliche Kommunikation“ für sich als übergreifenden Gegenstand reklamiert. Also, disziplinäres Schreibergartendenken wird man schwerlich als absichtliches und systematisches Verhalten irgendwelchen Zitier- und Rekrutierkartellen unterstellen können, eher dürften dafür menschliche, allzu menschliche Beziehungen, persönliche Interessen, wechselseitige Gratifikationen und Konkurrenzen am Werk sein, zumal wenn es um die immer knapperen Finanzierungsressourcen für Forschung geht. Solche „Connections“ und Strategien mussten 2000 etwa auch die Hamburger/Lüneburger Kommunikations- wie Medienwissenschaftler erfahren, als die DFG-Vertreter den dort geplanten Sonderforschungsbereich „Veränderungen von Öffentlichkeiten“ mit nicht nur wissenschaftlichen Argumenten durchfallen ließen.

Doch in diesem Kontext sei noch eine andere Art der Diskriminierung erwähnt, die gewiss auch nicht auf die DGPK beschränkt ist, in Zeiten von verschulden Bachelor-Studiengängen und hohen Praxisanteilen der Journalistik jedoch ebenfalls nur noch antiquarisch anmutet: die Ausgrenzung oder – zumindest – die Ignoranz der Studiengänge an den Fachhochschulen. Dort werden immer mehr medienbezogene Studiengänge eingerichtet – mitunter auch in allzu eifriger Verfolgung modischer Trends und ohne genügend Substanz –, aber sich darum kümmern, sich damit auseinandersetzen und sie in angemessener Form respektieren müsste die DGPK schon, wenn sie ihrem Anspruch nachkommen will, eben alle Kommunikations-, Publizistik- und Medienwissenschaftler in ihren Reihen zu organisieren. Sicherlich, das hieße den einen oder anderen noch vorhandenen akademischen Dünkel überwinden (was auch anderen Disziplinen schwer fällt), aber darin könnte die DGPK ja mal Vorreiter sein und ihre besagte schämliche Vergangenheit kompensieren.

Immerhin: Mich hatten die Hamburger/Lüneburger Kollegen als einzigen Fachhochschul-Lehrer eingeladen, am genannten, dann abgelehnten Sonderforschungsbereich mitzuarbeiten, und 1994 erhielt ich auf Vorschlag der DGPK-Jurorin den Preis der Schader-Stiftung für Kommunikationswissenschaft. Dafür bin ich in doppelter Weise dankbar und möchte dies gern hier erwähnen. Aber insgesamt fühlt man sich doch oft genug in subordinärer Position.

Immerhin: Mich hatten die Hamburger/Lüneburger Kollegen als einzigen Fachhochschul-Lehrer eingeladen, am genannten, dann abgelehnten Sonderforschungsbereich mitzuarbeiten, und 1994 erhielt ich auf Vorschlag der DGPK-Jurorin den Preis der Schader-Stiftung für Kommunikationswissenschaft. Dafür bin ich in doppelter Weise dankbar und möchte dies gern hier erwähnen. Aber insgesamt fühlt man sich doch oft genug in subordinärer Position.

Immerhin: Mich hatten die Hamburger/Lüneburger Kollegen als einzigen Fachhochschul-Lehrer eingeladen, am genannten, dann abgelehnten Sonderforschungsbereich mitzuarbeiten, und 1994 erhielt ich auf Vorschlag der DGPK-Jurorin den Preis der Schader-Stiftung für Kommunikationswissenschaft. Dafür bin ich in doppelter Weise dankbar und möchte dies gern hier erwähnen. Aber insgesamt fühlt man sich doch oft genug in subordinärer Position.

➡ HANS-DIETER KÜBLER, HAMBURG

„Insgesamt fühlt man sich doch oft genug in subordinärer Position“



(K)Ein Papst antwortet

„Die Auslassungen von Werner Faulstich sind nur noch provinziell“

DEBATE

Streng genommen gibt es Päpste im Plural nicht zeitgleich, sondern nur in zeitlicher Abfolge: Wenn ein Papst stirbt, wird der nächste gewählt. Sieht man davon einmal von diesem Makel ab, der die Papstmetapher für führende Wissenschaftler als völlig ungeeignet erscheinen lässt, so ist es wichtiger, darauf hinzuweisen, dass wissenschaftliche Disziplinen auf die Institution „Papst“ aus guten Gründen verzichtet haben.

Wissenschaft lebt von Themen-, Theorien- und Methodenvielfalt, kritischer Diskussion, dem In-Frage-Stellen von Lehrmeinungen, nicht von

Orthodoxie. Wissenschaft-sei-Dank (nicht Gott sei Dank) dürfen und sollen in einer wissenschaftlichen Disziplin (und auch im DGPK-Medium „Aviso“) abweichende Meinungen geäußert werden, es darf – auch gelegentlich mal hart – diskutiert und begründet werden.

So wurde auch der Leserbrief des Lüneburger Kollegen Werner Faulstich nicht nur abgedruckt, sondern die Redaktion wünschte sich hier sogar eine lebhaftige Debatte. Nur diesem Wunsch ist es zu verdanken, dass sich einer der von Herrn Faulstich so bezeichneten „Päpste“ (der weder einer ist noch sich so fühlt) hier äußert, einige der anderen „Päpste“ haben dem Unterzeichneten sehr davon abgeraten, auf so einen geschmacklosen, teilweise beleidigenden und vor allem gequirkten Quark überhaupt zu antworten.

Nun denn. Ein wenig fühle ich mich für diesen Quark auch mitverantwortlich, denn ich war es, der Werner Faulstich am 25. November 1991 als neues DGPK-Mitglied vorgeschlagen hat. Meine Begründung war immer, dass es sinnvoll ist, Kollegen, die kulturwissenschaftlich, semiotisch oder mit eher literaturwissenschaftlichen Methoden an Gegenständen öffentlicher Kommunikation arbeiten, in die „Scientific Community“ zu holen. Themen- und Methodenvielfalt kann nicht schaden, habe ich immer gedacht. Nur müssen sie dann auch mitarbeiten, Papers einreichen, kooperieren. Was ja viele auch tun. Herrn Faulstich habe ich nur sehr selten auf DGPK-Tagungen erlebt.

„Wissenschaftliche Disziplinen haben auf die Institution ‚Papst‘ aus guten Gründen verzichtet“

Zu den Aussagen von Faulstichs Einlassung: *Jeder weiß*, so heißt es da, *dass die verstorbene Karin Böhme-Dürr dem Fach Medienwissenschaft ihren Stempel nicht aufgedrückt hat*. Auch in Düsseldorf nicht? Der Satz von Susanne Keuneke im entsprechenden Nachruf des „Aviso“ Nr. 37 war natürlich auf

Düsseldorf bezogen, wie der Kontext eindeutig ergibt. Ein beabsichtigtes Missverständnis?

Manfred Rühl, heißt es weiter, *behindert den Fortschritt in „unserem Fach“ – und zwar ernsthaft*. Wie sollte eine solche Behinderung überhaupt möglich sein? Durch Publikationen? War der Kollege Faulstich hier noch Herr seiner Sinne? Und in welchem Fach eigentlich? Medienwissenschaft? Kommunikationswissenschaft? Gibt es doch ein einziges, „unser“ Fach?

„Sinn hat der Artikel wirklich nur, wenn er als Produkt einer Faulstich’schen Provokationsstrategie betrachtet wird“

Und das Zitat von Manfred Rühl, das ich in einer launigen Rede verwendet habe, ein „Dumm-Zitat“ und eine „billige Unterwerfungsgeste“?? In welcher Welt leben Sie, Herr Faulstich? Und schließlich der Vorschlag einer „12-monatige(n) Auszeit für Beiträge von Kollegen wie Rössler, Brosius, Jarren. Krippendorf, Bentele, Mast...“ Ich mag einen solchen Blödsinn eigentlich nicht mehr kommentieren.

Sinn hat der Artikel wirklich nur, wenn er als Produkt einer Faulstich’schen Provokationsstrategie betrachtet wird, um sich selbst wieder mal ins Gespräch zu bringen. Was er durch diese meine Reaktion (und vermutlich die Reaktionen anderer) erreicht hat.

Vor kurzem war ich (mit vielen anderen Kolleginnen und Kollegen aus Deutschland) in New York auf der ICA-Tagung. Dort gab es – bei etwa 2500 Teilnehmern – in Divisions wie Political Communication, Mass Communication, Health Communication, Public Relations, Organisational Communication viel sozialwissenschaftlich Fundiertes. Andererseits wurden eine Reihe von Sessions mit Titeln wie „Culture and Advertising: New Approaches“, „Deconstructing Identity in Film“ oder „Challenges in Computer Game Research & Theory“ angeboten. Mehrere Präsentationen befassten sich mit „Lord of the Rings“, ein Referattitel lautete „Harry Belafonte’s Mediated Career: Reconsidering the Hegemonic and Subversive Racialized Aspects of U.S. Popular Culture“. Es ist nicht auszuschließen, dass sich der ein oder andere Sozialwissenschaftler in den

Harry Belafonte-Vortrag verirrt hat oder der ein oder andere, der eher dem Cultural Studies Approach zuneigt, auch in eine sozialwissenschaftlich ausgerichtete Session.

Die New Yorker Tagungsperspektive macht deutlich, dass es möglich ist, Themen, die sich hierzulande als rein „medienwissenschaftlich“ oder rein „kommunikationswissenschaftlich“ voneinander abgrenzen würden, unter einem Hoteldach auf derselben Konferenz in derselben Fachgesellschaft zu präsentieren, ohne dass sich die Leute die Köpfe einschlagen.

Die Auslassungen des Herrn Faulstich wirken aus dieser Perspektive bestenfalls noch provinziell. Einen Anstoß zur Diskussion von Inhalten und Methoden von Kommunikations- oder Medienwissenschaft geben sie sicher nicht.

➡ GÜNTER BENTELE, LEIPZIG



Man kennt sich

„Auch Gegenpäpste sind Päpste – wir brauchen Reformation“

DE
BATE
TE

1 Papstkritik ist immer erfrischend, ob man dahinter nun ein drohendes Schisma, gar Häresie oder nur eine Glaubensprüfung vermutet. Zu weit sollte man allerdings nicht gehen, denn Gegenpäpste sind eben auch Päpste. Reformation scheint das Gebot der Stunde und die Abschaffung des wissenschaftlichen Glaubenskanons. Wo ist aber dann noch „unser“ Fach?

2 Soziale Naturwissenschaften oder objektive Sozialwissenschaften gibt es nicht, aller (angesichts der unseligen Verstrickung des Faches in Deutschland auch gerechtfertigten) Distanz zu den geisteswissenschaftlichen Ursprüngen der Kommunikationswissenschaft zum Trotz. Aber an objektive Erkenntnis und an das Werturteil,

dass es

keine Werturteile geben soll, kann man glauben, wenn man mag. Wer mag noch?

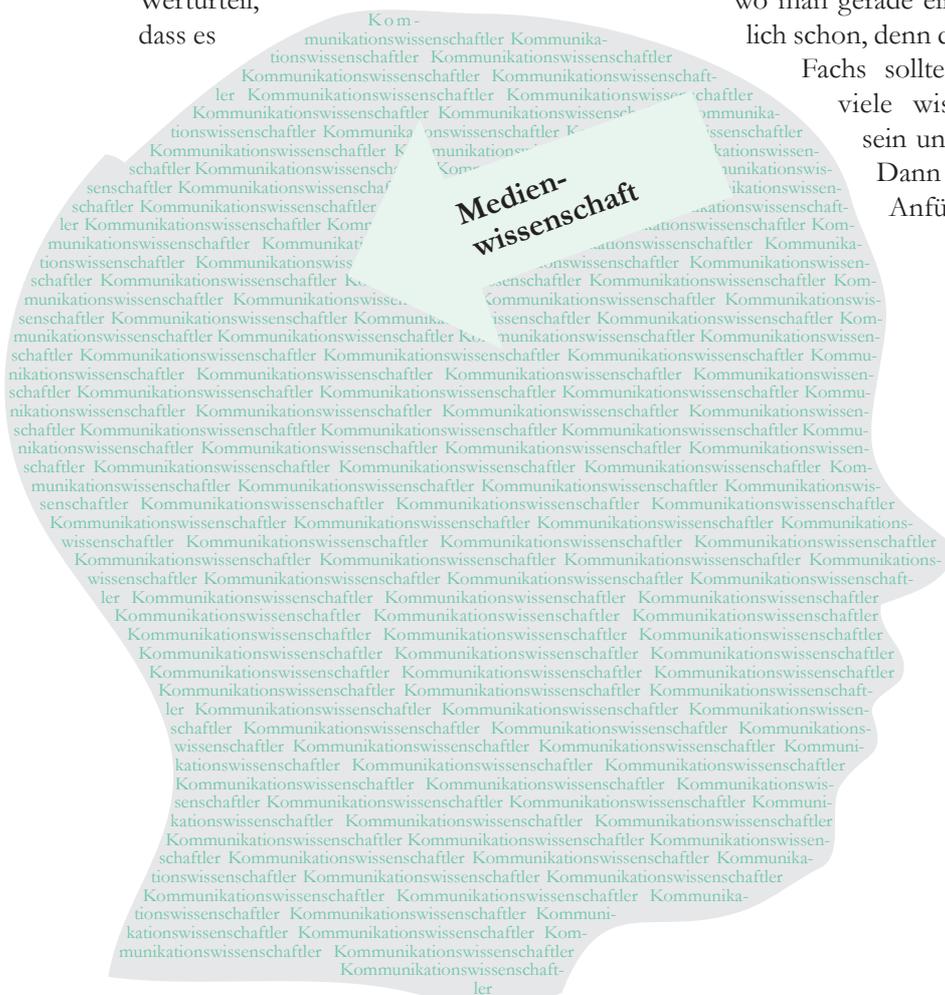
3 Eine methodische und methodologische Einführung kann die Kräfte bündeln, Legitimation ermöglichen und Identität schaffen, aber auch Eklektizismus und damit Beliebigkeit fördern. Was ist denn dann wohl öffentliche Kommunikation?

4 Ein kleines Fach hat den Vorteil: Man kennt sich. Es hat aber genau denselben Nachteil: Man kennt sich. Vielleicht zu gut.

Also: Selbstverständnis ist trivialerweise nicht selbstverständlich, sondern ein Prozess und kein Ergebnis. Brauchen wir ein neues Selbstverständnis des Faches oder auch nur der DGPK, wo man gerade eines gefunden hat? Offensichtlich schon, denn das Selbstverständnis „unseres“

Fachs sollte wohl integratives Dach für viele wissenschaftliche Bemühungen sein und nicht schismatischer Kanon. Dann wären vielleicht auch mal die Anführungszeichen obsolet.

➡ **MATTHIAS KARMASIN,
KLAGENFURT**



Ein Missverständnis

„Es läge mir fern, Nachrufe für fachpolitische Zwecke zu nutzen“

In der letzten „Aviso“-Ausgabe nimmt Werner Faulstich in einem Leserbrief u. a. Bezug auf den Nachruf, den ich für die verstorbene Kollegin Karin Böhme-Dürr verfasst habe, und hier Anstoß an den Formulierungen, erst mit Frau Böhme-Dürr habe sich das Fach Medienwissenschaft zu formieren begonnen bzw. sie habe ihm in den folgenden Jahren ihren Stempel aufgedrückt.

Es handelt sich dabei um ein Missverständnis, das glücklicherweise leicht aufzuklären ist: Mit meinen Formulierungen habe ich mich ausschließlich auf das *Düsseldorfer* Fach Medienwissenschaft – inzwischen hat es sich auch nominell zur Kommunikations- und Medienwissenschaft entwickelt – bezogen. Tatsächlich gab es vor dem Amtsantritt Karin Böhme-Dürres in Düsseldorf zwar einen *Studiengang* Medienwissenschaft (getragen von Fächern wie Germanistik, Sprachwissenschaft, Geschichte etc.), nicht jedoch eine ausschließlich der Medienwissenschaft gewidmete Professur. Mithin war Frau Böhme-Dürr tatsächlich die erste Fachvertreterin „im eigentlichen Sinne“.

Sie hat im Folgenden das eher zusammengewürfelte Angebot medienwissenschaftlicher Veranstaltungen profiliert und neue Standards gesetzt; dies mit einem Arbeitseinsatz und einer Entschlossenheit, die es durchaus rechtfertigen, hier von einem aufgedrückten Stempel zu sprechen.

Es hat mich erstaunt, dass Herr Faulstich einen Nachruf als Ort für fachpolitische Stellungnahmen ansieht. Es läge mir fern, ihn zu diesem Zweck zu nutzen, selbst wenn ich die von ihm unterstellte Position einnehme. Letzteres ist keineswegs der Fall. Mir ist die Entwick-

lung der deutschsprachigen (kulturwissenschaftlichen) Medienwissenschaft bekannt, und ich empfinde den Gedanken als absurd, ihre Historie leugnen oder umschreiben zu wollen. Ich hätte, nebenbei bemerkt, auch nicht den geringsten Anlass dazu, zumal ich Perspektiven der Medienwissenschaft als fruchtbare Impulse für meinen eigenen, kommunikationswissenschaftlich geprägten Ansatz schätze.

➡ SUSANNE KEUNEKE, DÜSSELDORF

DE
BATE
TE

Kommunikations-
wissenschaft

Wie schade. Wie wahr

„Schon Roegele erklärte: Wir wollen alles haben“



Heute lese ich Herrn Faulstichs Begräbnisepistel. Wie schade, aber auch wie wahr! Ich erinnere mich noch an die Hamburger Tagung der DGPK wohl in den 60er Jahren, als Hennies mehr Politologie und Noelle-Neumann mehr Soziologie und irgendein Jurist natürlich mehr Jura für unser Fach forderte und dann Roegele erklärte: „Wir wollen aber weder ein Fach der Historiker, der Literaturwissenschaftler, der Juristen, der Soziologen oder der Politologen sein, sondern in unserm Fach sind alle diese Wissenschaften beheimatet.“

Wie Faulstich könnte ich mich beklagen, dass unser Fach die Spezies Fachzeitschrift überhaupt

nicht mehr kennt. Eine Kritik über die 500 Seiten starke Schrift zum Thema „Deutsche Juristische Zeitschriften des 19. Jahrhunderts“ aus dem Jahr 1997 (Michael Stolleis, Klostermann Verlag Frankfurt/M.) vermisste ich jedenfalls bislang. Auf dem Symposium des Max Planck Instituts für internationale Rechtsgeschichte im vergangenen Jahre zum gleichen, aber internationalen Zeitschriftenthema habe ich Fachvertreter vergebens gesucht. Da waren Rechtshistoriker, die von Publizistik so wenig Ahnung hatten, dass sie es für nötig hielten, den Begriff Zeitschrift neu zu definieren. Aber selbst Beiträge über einen der bedeutendsten Leitartikler des Vormärz und den



Aufbau des internationalen Korrespondentennetzes der Cotta'schen „Allgemeinen Zeitung“ werden ja in der „Publizistik“ nicht mehr besprochen.

Dabei war ich neben Herrn Nußbauer einer der ersten, der unser Fach mit wirtschaftshistorischen Fragen im ersten Jahrgang der „Publizistik“ konfrontierte. Es ist also nicht so, dass ich etwas gegen Soziologie oder Juristerei hätte. Davon habe ich ein Leben lang gut gelebt. Aber wir haben offenbar über dem Neuen, das die Politologen und Soziologen in unser Fach brachten, vergessen, was Roegele damals einforderte: Wir wollen alles haben.

Wieso ein emeritierter Professor ein Forschungshindernis sein soll, müsste mir Herr Faulstich noch näher erklären.

Der ist doch emeritiert, oder ist sein Werk so zeitüberdauernd?

Ich sitze seit 24 Jahren an Annotationen und einer Bibliographie naturwissenschaftlicher Zeitschriften. Seit 20 Jahren suche ich nach Mitarbeitern, die das, so wie ich, unentgeltlich machen, denn für Fachzeitschriften gibt es keine Forschungszuschüsse. Medizinhistoriker wollen sich mit Zeitschriften nicht befassen, dabei wären die über 100 Vereinsblätter der Mediziner ein Bombenthema in der Diskussion über die Gesundheitsreform, da die Standeszeitschriften immer auf dem Grat der Kartelldebatte balancieren.

Danke für die anregende Lektüre!

➡ HANS-MARTIN KIRCHNER,
GAUTING



Martin Welker, Andreas Werner, Joachim Scholz

Online-Research

Markt- und Sozialforschung mit dem Internet

2005, 318 Seiten, Broschur
€ 39,00 (D) · ISBN 3-89864-308-5



Das Buch zeigt die gängigsten Online-Methoden der Marktforschung und deren praktischen Anwendungsbereiche: Entlang des gesamten Forschungsprozesses - von der Auswahl der Untersuchungseinheiten über die Datenerhebung bis hin zur Auswertung - werden online-spezifische Grundlagen erklärt und konkrete Anwendungsbeispiele gezeigt. Die theoretische Einführung in die Online-Befragung wird ergänzt durch Themen wie Online-Mitarbeiterbefragung, Online-Experimente, Werbemittelforschung und Cyber-Geografie. Neben der Einführung in die Methodik stellt das Buch die wichtigsten Akteure der deutschsprachigen Online-Forschungsszene vor. Ein umfangreiches Literaturverzeichnis und ein Stichwortregister runden die Publikation ab.



Ringstraße 19 B
D-69115 Heidelberg
fon: 0 62 21 / 14 83 40
fax: 0 62 21 / 14 83 99
e-mail: nicklas@dpunkt.de
www.dpunkt.de

„Bißhero“ 400 Jahre

Mainz feiert den Geburtstag der Zeitung mit einmaliger Ausstellung

In diesem Sommer ist ein kulturhistorisches Jubiläum von internationalem Rang zu feiern: Die Zeitung – noch immer das wichtigste gedruckte Informationsmittel – wird 400 Jahre alt. Zu diesem Jubiläum zeigt das Gutenberg-Museum in Mainz eine repräsentative Ausstellung, die mit authentischen Exponaten alle wesentlichen Aspekte des Werdens, Wachsens und Wirkens dieses Mediums von seinen Anfängen bis in die Gegenwart darstellen will. Kurator der Ausstellung ist Dr. Martin Welke, der Gründer des privaten Deutschen Zeitungsmuseums, das in Meersburg am Bodensee von 1989 bis 1999 existierte.

Anlass, den 400. Geburtstag in diesem Jahr zu feiern, ist ein erst vor wenigen Jahren gemachter archivalischer Fund. Jahrzehntlang galt 1609 als „Geburtsjahr“ der Zeitung, weil damals die beiden ältesten erhaltenen Wochenzeitungen erschienen sind, der „Aviso“ in Wolfenbüttel und die „Relation“ in Straßburg. Anfang der 1990er Jahre entdeckte man jedoch in Straßburg eine „Supplication“, also eine Bittschrift, die Johann

Carolus, der uns als Drucker der „Relation“ bekannt ist, 1605 an den Rat seiner Heimatstadt richtete. Daraus geht hervor, dass er „bißhero“ schon Avisen gedruckt hatte und jetzt Schutz seines Monopols vor anderen Zeitungsdruckern erbat. Folglich muss die „Relation“ zumindest schon 1605 erschienen sein.

Die Ausstellung im Gutenberg-Museum hat einen Schwerpunkt in der frühen Zeitungsgeschichte, dokumentiert aber auch die spätere Entwicklung. Ein Teil widmet sich der materiellen und intellektuellen Zeitungsproduktion und ihren wirtschaftlichen Grundlagen. Im zweiten Teil geht es um die Wirkung der periodischen Tagespresse auf die Entwicklung von Staat und Gesellschaft, um ihren in vielfältiger Weise geleisteten Beitrag zur modernen Welt. Einbezogen werden die Technik, die journalistische Arbeit, aber auch die Rezeption, das Zeitungslesen.

Basis der Ausstellung bildet eine umfangliche Sammlung pressehistorischer Exponate, die der

Kurator selbst über viele Jahre hinweg mit eigenen Mitteln zusammengetragen hat. Hinzu kommen Leihgaben auswärtiger Einrichtungen, wozu auch die „Supplication“, sozusagen die „Geburtsurkunde“ der periodischen Tagespresse, gehört. Als Welke 1999 sein Zeitungsmuseum aufgab, verkaufte er seine inzwischen einzigartige Sammlung an die „Saarbrücker Zeitung“, die sie an die Saarländische Kulturstiftung weitergab. Der Gedanke, auf dieser Grundlage im Saarland ein nationales Zeitungsmuseum zu begründen, ist dort zwar weiterverfolgt worden, dem Sammler aber wurde das Projekt unverständlicherweise entzogen. So war eine große Chance vertan, was auch Fachkollegen in öffentlichen Stellungnahmen kundtaten. Umso überraschender war, dass Welke eine bis dahin nicht bekannte zweite Sammlung angelegt hatte, die jetzt den Grundstock für die museale Präsentation bildet.

Ein alter Plan wird Wirklichkeit

Die Jubiläumsausstellung, am 9. Juli eröffnet, wird bis zum Jahresende in Mainz zu sehen sein. Sie steht unter der Schirmherrschaft der Staatsministerin für Medien und Kultur, Christina Weiß. Gefördert wird sie von Bundes- und Landesstiftungen sowie von weiteren Sponsoren. Nach Abschluss der Ausstellung werden die Exponate im Gutenberg-Museum verbleiben. Martin Welke hat diese nämlich mittlerweile in eine Stiftung eingebracht und deren Bestand dem Museum übereignet. Damit erfüllt sich zumindest in dieser Form der schon seit dem 19. Jahrhundert in Deutschland immer wieder gehegte Plan, die Zeitung zum Gegenstand eines eigenen Museums zu machen.

JÜRGEN WILKE



Deutsche Druckerei zu Beginn des 17. Jahrhunderts. Titelblatt einer Schriftprobe von Leopold Fuhrmann, Nürnberg 1618

Zur Ausstellung „400 Jahre Zeitung“ hat der „Rheinische Merkur“ eine Sonderausgabe herausgebracht. Autoren sind u. a. Eckart Klaus Roloff und Walter Hömberg. Das Blatt liegt in den Mainzer Ausstellungsräumen gratis aus; auf Wunsch erhalten DGPK-Mitglieder es auch zugesandt (ekroloff@merkur.de)

M e d i e n p ä d a g o g i k

Kein Kinderkram

Medienpädagogik hat in der DGPUK keinen besonders leichten Stand. Vorurteile, dass es ausschließlich um „qualitativen Kinderkram“ ginge, tauchen gelegentlich auf, zumal die Auseinandersetzung mit Fragen wie Medienangeboten, Medienrezeption oder Forschungsmethoden auch von anderen Fachgruppen beansprucht wird. Das besondere Profil der FG Medienpädagogik innerhalb der Kommunikationswissenschaft besteht darin, dass sie versucht, die verschiedenen Ebenen, insbesondere die der Angebote und der Rezeption, aufeinander zu beziehen und die sich hieraus ergebenden medienpädagogischen Konsequenzen zu diskutieren. Damit liegt die Fachgruppe automatisch quer zu den anderen Fachgruppen, aber wirkliche Überschneidungen waren bisher nicht erkennbar.

Dieter Baacke hat die Position der Medienpädagogik 1997 folgendermaßen gekennzeichnet: „Medienpädagogik kann sich, dies sei abschließend festgestellt, weder aus der Medienpolitik noch aus dem ‚Diskurs über Medien‘ der Gesamtgesellschaft zurückziehen, will sie sich nicht auf pädagogische Provinzen abdrängen lassen, in denen sie nur als ‚Reparaturbetrieb‘ funktioniert für das, was außerhalb von ihr geschieht und zu verantworten wäre.“

Kernpunkt der Medienpädagogik ist die Frage, unter welchen Bedingungen sich Medienkompetenz entwickelt. Der Medienalltag von Kindern und Jugendlichen und die Gestaltungsversuche von Eltern oder Lehrpersonen, aber auch die Einflüsse von weiteren Sozialisatoren wie Peers, Freizeitkulturen und Wirtschaft werden theoretisch und empirisch – sowohl qualitativ als auch quantitativ – analysiert.

Interdisziplinarität spielt daher für die Fachgruppe eine wichtige Rolle, und der Kontakt zu anderen Fachgruppen wird gepflegt. Dies dokumentiert sich zuletzt in dem aus der Fachgruppe hervorgegangenen Band, der sich mit der Standortbestimmung der Fachgruppe innerhalb der Fachgesellschaft sowohl aus (medien-)pädagogischer als auch aus der Perspektive anderer Fachgruppen befasst (Ingrid Paus-Haa-

se/Claudia Lampert/Daniel Süß: Medienpädagogik in der Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden 2002).

Ein weiteres Themenfeld, mit dem sich die Fachgruppe befasst hat, ist das der qualitativen Kinder- und Jugendmedienforschung (vgl. das gleichnamige Buch von Ingrid Paus-Haase und Bernd Schorb), ein Bereich, der in der DGPUK immer noch eher wenig Beachtung findet. Weitere Themen der letzten Jahre waren zum Bei-

spiel Jugendschutz (2002 in Potsdam), Medienkompetenz in der Informationsgesellschaft (2003 in Zürich) und Interkulturalität (2004 in München).

Die Fachgruppe Medienpädagogik stellt im Vergleich zu den anderen Fachgruppen eine kleine, wenngleich internationale Gruppe (Deutschland, Österreich, Schweiz) dar und hat derzeit etwa 35 Mitglieder. Dabei gilt es zu berücksichtigen, dass die Medienpädagogen auch noch in anderen Fachgesellschaften organisiert sind (zum Beispiel in der DGfE oder der GMK). Die Frage, weshalb sich manche Medienpädagogen in der DGPUK nicht aufgehoben fühlen, lädt zu zahlreichen Spekulationen ein und wäre eine spannende Forschungsfrage. Allerdings lässt sich in den letzten Jahren ein wachsendes Interesse an der Fachgruppe feststellen.

Die nächste Fachgruppentagung wird am 21. Oktober 2005 in München stattfinden. Auf der Tagungsordnung steht „Jugendschutz“ – ein Thema, das die Fachgruppe bereits 2002 aufgegriffen hat. Nach drei Jahren gilt es zu reflektieren, inwieweit sich die Veränderungen im Jugendschutz bewährt haben, wo es Schwierigkeiten gibt und an welchen Stellen es noch weiterer Modifikationen bedarf.

CLAUDIA LAMPERT/DANIEL SÜSS

Im „Gruppenbild“ präsentieren die Fachgruppen der DGPUK ihr Selbstverständnis und ihre Anliegen



K a l e n d e r

Oktober 2005

Fachgruppe PR und Organisationskommunikation:
 „WWWdotORG; Organisationskommunikation im digitalen Zeitalter“,
 6.-8. 10. 2005, Bonn

Fachgruppe Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht/
 Sektion Frauen- und Geschlechterforschung in der DGS/
 Cornelia Goethe Centrum für Frauenstudien:
 „Achsen der Differenz – Soziale Ungleichheiten und Medien“,
 7.-8. 10. 2005, Frankfurt

Fachgruppe Medienpädagogik:
 „Eine besondere Herausforderung: Risikobehaftete Medieninhalte aus kommunikationswissenschaftlicher und medienpädagogischer Perspektive“,
 21.-22. 10. 2005, München

Fachgruppe Rezeptionsforschung

„Unterhaltung durch Medien“, 27.-29. Januar 2005, Zürich

Mitveranstalter: Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich

Teilnehmerzahl: 70

Anzahl der Vorträge: 21

Tagungsfazit:

Die Rezeptionstagung in Zürich näherte sich dem Phänomen „Unterhaltung“ sowohl begrifflich/theoretisch als auch empirisch. Von paradigmatischer Bedeutung war die Kontroverse zwischen Werner Früh und Lothar Mikos, ob Unterhaltung ein genuines Erleben während der Rezeption sei oder die nachträgliche Interpretation eines positiven Rezeptionserlebens – ist Unterhaltung das Erleben oder das Etikett? Einzelne Bestandteile des Unterhaltungserlebens wurden theoretisch und empirisch beleuchtet, wie etwa Parasoziale Interaktion, Spannung oder Präsenz. Noch nicht gesteckte Grenzen zwischen diesen Konzepten zeigen den Bedarf an theoretischer Integration, sowohl innerhalb unserer Disziplin als auch in Bezug auf angrenzende Felder. Die Tagung verwies in methodischer Hinsicht auf einen viel versprechenden Trend: die Verwendung rezeptionsbegleitender kontinuierlicher Beobachtung und physiologischer Messung (z. B. Codierung emotionaler Mimik während der Rezeption oder die Messung der Herzfrequenz) – ein Trend, der sich in Zukunft sicher fortsetzen wird und das Potential hat, unser selbstberichtlastiges Methodenrepertoire sinnvoll zu ergänzen.

HELENA BILANDZIC

Weitere Informationen: http://www.dgpuk.de/fg_rez/

Fachgruppe Soziologie der Medienkommunikation

„Theorien der Kommunikationswissenschaft: Bestandsaufnahme und Diskussion Teil 2 – Theoriediskussionen der Kommunikationswissenschaft“, 3.-5. Februar 2005, Bremen

Teilnehmerzahl: 40

Anzahl der Vorträge: 15

Tagungsfazit:

Ausgehend von der Tagung „Basistheorien der Kommunikationswissenschaft“, die im Oktober 2004 in Erfurt stattgefunden hatte, veranstaltete die Fachgruppe eine zweite Tagung zur Theoriediskussion in der Kommunikationswissenschaft. Im Zentrum stand die im engeren Sinne kommunikationswissenschaftliche Theorieentwicklung, wobei insbesondere die Frage interessierte, welche eigenständigen Theorieperspektiven innerhalb des Fachs bestehen. Über die verschiedenen Beiträge hinweg zeigt sich, dass die (Weiter-)Entwicklung von Theorien in engem Bezug steht zu einem Medien- und Kommunikationswandel, sowohl historisch gesehen als auch bezogen auf gegenwärtige Entwicklungen. Umfassendere theoretische Perspektivierungen wurden gerade bei solchen Ansätzen greifbar, die sich mit dem Phänomen des Wandels von Kommunikation und Medien auseinandersetzten – sei dies nun aus der Perspektive der Mediengeschichte, der Kommunikatorforschung oder der Produkt- und Rezeptionsanalyse.

FACHGRUPPE SOZIOLOGIE DER MEDIENKOMMUNIKATION

Weitere Informationen: <http://www.medien-soziologie.de>

Fachgruppe Kommunikation und Politik

„Medien als Akteure im politischen Prozess“, 10.-12. Februar 2005, Hohenheim

Mitveranstalter: Arbeitskreis Politik und Kommunikation der DVPW

Teilnehmerzahl: 90

Anzahl der Vorträge: 17

Tagungsfazit:

Medien sind nicht nur als Arenen für die politische Kommunikation von Bedeutung. Vielmehr streben sie auch als handelnde Akteure nach Einfluss im politischen Prozess. Diese aktive Rolle der Medien wurde zunächst aus einer handlungstheoretischen Perspektive ausgeleuchtet. Am vergangenen Bundestagswahlkampf wurde dann konkret gezeigt, wie sich Medien durch implizite oder explizite Unterstützung politischer Akteure einmischen. Weitere Beiträge deckten Zielkonflikte zwischen politischer und journalistischer Logik auf sowie Einschränkungen der Medienautonomie durch Vorgaben aus dem politischen System. Als Handlungsfelder wurden die Medien- und die Europapolitik mehrfach beleuchtet. In einem Gastbeitrag aus der Praxis betonte der ehemalige Medienbeauftragte der OSZE, Freimut Duve, wie stark Zensur und Repressalien den autonomen Akteursstatus von Medien in vielen Staaten bedrohen und wie wichtig dieser Status für die Erfüllung der öffentlichen Aufgabe ist. Die nächste Jahrestagung der Fachgruppe wird vom 16. bis 18. Februar 2006 in Zürich zum Thema „Von der Medienpolitik zur Media Governance?“ stattfinden.

LUTZ M. HAGEN

Weitere Informationen: <http://www.tu-dresden.de/phfikw/kommpol/>

Fachgruppe Kommunikations- und Medienethik

„Mediale Praxis und Medienethik. Medienethik aus der Sicht von Medienpraktikern und Theoretikern – Das Anwendungs- und Umsetzungsproblem“, 17.-18. Februar 2005, München

Mitveranstalter: Netzwerk-Medienethik

Teilnehmerzahl: 75

Anzahl der Vorträge: 6

Tagungsfazit:

Debattiert wurden zunächst Prinzipien der Journalismusethik. In anschließenden Workshops wurde über Richtlinien des Deutschen und Schweizerischen Pressekodex sowie über das Problem der Käuflichkeit von Journalisten diskutiert. „Gerüchte und Bildmanipulation als Probleme der Medienpraxis“ wurden im Plenum erörtert. Nach einem Impulsvortrag zur „Publizistischen Selbstkontrolle in der Zivilgesellschaft“ wurde in einer abschließenden Podiumsdiskussion mit Vertretern der Selbstkontrollinstanzen vom Deutschen Presserat, dem Deutschen Rat für Public Relations, der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen sowie der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia Diensteanbieter diskutiert. Angestrebt ist künftig vor allem eine stärkere Vernetzung der Institutionen in Hinblick auf gemeinsame normative Kriterien für die Medienselbstkontrolle. Die Dokumentation der Tagung erscheint in der Zeitschrift für Kommunikationsökologie und kann unter schicha@t-online.de bestellt werden. Die nächste Tagung findet in Kooperation mit der Fachgruppe „Visuelle Kommunikation“ zum Thema „Bild-Ethik“ statt.

CHRISTIAN SCHICHA

Weitere Informationen: <http://www.netzwerk-medienethik.de>

Kalender

Februar 2006

Fachgruppe Kommunikation und Politik/Arbeitskreis Politik und Kommunikation der DVPW/IMPZ Zürich:

„Von der Medienpolitik zur Media Governance? Neue Problemstellungen, Ansätze und Formen der Regulierung öffentlicher Kommunikation“, 16.-18. 2. 2006, Zürich

Mai 2006

Fachgruppe Soziologie der Medienkommunikation/Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft/IPMZ/SUZ:

„Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft“, 25.-27. 5. 2006, Zürich

Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung

„Journalismus und Unterhaltung“, 24.-26. Februar 2005, Salzburg

Mitveranstalter: Abteilung Journalistik am Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg, Abteilung Forschungsförderung der Universität Salzburg und Kuratorium für Journalistenausbildung/Österreichische Medienakademie

Teilnehmerzahl: 68

Anzahl der Vorträge: 10

Tagungsfazit:

Das Verhältnis von Journalismus und Unterhaltung bedarf schon länger einer Klärung. Dazu trug die Tagung eindeutig bei. Die Mischung aus verschiedenen theoretischen und empirischen Perspektiven belegte die Vielfalt der Zugangsweisen, jedoch ohne die thematische Kohärenz zu beeinträchtigen. In den anregenden und konstruktiven Diskussionen wurden kontroverse Standpunkte ausgetauscht und verdeutlicht. Neben den Vorträgen fand eine Podiumsdiskussion zur hochschulgebundenen Ausbildung von Journalist/innen statt, in der es auch um das Selbstverständnis der Journalistik ging.

ARMIN SCHOLL

Weitere Informationen: <http://www.vid01.uni-muenster.de/dgpuk/>

In Koblenz hat sich die **Gesellschaft für Comicforschung** konstituiert. Sie bittet alle Kollegen, ihr Informationen über Abschlussarbeiten zum Thema Comic per Email zu schicken (*sackmann@comic.de*). Kontakt: Prof. Dr. Dietrich Grünewald, Institut für Kunstwissenschaft, Universität Koblenz-Landau, Universitätsstr. 1, 56070 Koblenz; Dr. Eckart Sackmann, Hoher Weg 2, 31134 Hildesheim.

line Research“ am 21./22. März 2006 in Bielefeld ein. Ein detaillierter Call for Papers ist zu finden unter *www.gor.de*.

Filmographische und filmbibliographische Hilfsmittel sowie Literatur- und Forschungsberichte sind seit kurzem im Internet frei zugänglich. Zu finden ist der Informationsdienst unter *www.rrz.uni-hamburg.de/Medien/berichte/*.

Prof. Dr. Gabriele Siegert steht seit April an der Spitze der Schweizerischen Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft. Zuvor war **Prof. Dr. Roger Blum**, seit 1993 Vizepräsident und seit 1999 Präsident der SGKM, von seinem Amt zurückgetreten.

Prof. Dr. Holger Böning ist mit der Lappenberg-Medaille des Vereins für Hamburgische Geschichte geehrt worden.

Habilitiert hat sich: **Dr. Klaus-Dieter Altmeppen** in Ilmenau.

Einen Ruf haben erhalten und angenommen: **Dr. Stefanie Averbek**, Dozentur für Theorie und Soziologie der öffentlichen Kommunikation, Universität Leipzig; **Prof. Dr. Nicola Döring**, Medienkonzeption/Medienspsychologie, TU Ilmenau; **Prof. Dr. Andreas Hepp**, Kommunikationswissenschaft, Universität Bremen; **Prof. Dr. Klaus Schönbach**, Lehrstuhl für Medienwissenschaft, Zeppelin University Friedrichshafen.

Die Österreichische Akademie der Wissenschaften hat **Prof. Dr. Jürgen Wilke** zum korrespondierenden Mitglied ernannt. Damit ist erstmals im deutschen Sprachraum

ein Kommunikationswissenschaftler zum Mitglied einer Akademie der Wissenschaften gewählt worden.

Für seine Verdienste um die Journalistenausbildung ist **Prof. Dr. Heinz Pürer** vom österreichischen Bundespräsidenten das Ehrenkreuz für Wissenschaft und Kunst verliehen worden. Pürer war Mitbegründer des österreichischen Kuratoriums für Journalistenausbildung (Kfj).

Die **deutsche Gesellschaft für Online-Forschung** (D.G.O.F.) und **TNS Infratest** laden zur 8. Internationalen Konferenz „General On-

Nachrichten
& Personalien

Rudolf Stöber

Nicht nur für Alte

Dies ist das Lamento eines alten Mannes, den man bisweilen immer noch für einen jungen, hoffnungsvollen Nachwuchswissenschaftler hält.

Wer sich immer nur verteidigen muss, nimmt irgendwann eine resignative Position ein. Und leider müssen Historiker sich in den heutigen Zeiten immer verteidigen. Der vordergründige Praxisbezug ist nicht erkennbar; das Mediensystem misst der Vergangenheit vor 1933 keine Relevanz zu, es sei denn, um historisch runde Gedenktage zu feiern.

Dass sich in diesem Jahr das mutmaßlich früheste Erscheinen von zeitungähnlichen Periodika zum 400. Male jährt, wirft auch einmal auf das engere Feld der Kommunikationsgeschichte ein schmales Schlaglicht. Doch schon nächstes Jahr wird es damit wieder vorbei sein. Und ob die immensen Implikationen der Inventionen von Gutenberg und derer von Taxis sowie der folgerichtigen – auch medienökonomisch spannenden – Innovation des Straßburger Druckers und Avisenschreibers Johann Carolus adäquat beleuchtet werden, bleibt abzuwarten.

An einem Beispiel von besonders großer Bedeutung sei das demonstriert: Unsere heutige Demokratie ist ohne die historisch gewachsenen Medien und Öffentlichkeiten nicht denkbar. Wenn die Arenenöffentlichkeit die Voraussetzung der Städte-Demokratien im klassischen Griechenland war, so war überhaupt erst nach Erfindung von Buchdruck und Post eine Ausdehnung des demokratischen Prinzips auf den Territorialstaat möglich. Und erst die Straßburger Innovation legte die Voraussetzungen für die Demokratisierung der Öffentlichkeit.

Wir ignorieren den vertrauten Grund, auf dem wir stehen

Das Problem ist nun Folgendes: Wir sind alle standortgebundene Teilnehmer einer System-Umweltbeziehung, deren Grundlagen uns dialektisch gerade wegen ihrer Selbstverständlichkeit nicht mehr bewusst sind. Wir haben zwar ein evolutionär ausgebildetes feines Sensorium

für Bewegung und Veränderung, ignorieren aber häufig den vertrauten Grund, auf dem wir stehen. Von diesem geht nämlich zumeist keine Gefahr mehr aus.

Faktenwissen ist das eine, Struktur- und Methodenwissen das andere: In den Selbstverständnispapieren und Methodenerörterungen unseres Fachs fehlt mir bis heute jeder klare Hinweis auf die quellenkritische Methode. Ich will nicht – wie mir bisweilen unterstellt wird – den Wert quantitativer Objektivierungen in Abrede stellen. Aber häufig ist gerade das nicht Quantifizierbare besonders wichtig, und manches muss dialektisch gelesen werden. Nicht nur die klassisch-Lasswellschen W-Fragen sind relevant, sondern zum Beispiel auch: Warum schweigt jemand gerade in diesem Moment, oder warum ist die Überlieferung gestört?

Quellenkritik ist Empirie im Sinne Max Webers

Auch liegt mir fern, den Wert von Theorien zu unterschätzen. Theorien liefern Interpretationen und Hypothesen. Doch nur wer kritisch nachdenkt, wird sie als solche erkennen, hinterfragen und bewerten können. Somit ist die quellenkritische Methode ein Rüstzeug, das jeder, auch der Medienpraktiker, aus dem Effeff beherrschen sollte. Quellenkritik meint in diesem Sinne: Prüfen, ob sich Aussagen falsifizieren lassen. Sie ist Empirie im Sinne Max Webers.

So gesehen ist Geschichte aus mindestens drei Gründen wichtig: Sie liefert Kenntnisse, die für das Hier und Heute relevant sind. Sie vermittelt Methoden, die selbstständiges Nachdenken fördern. Und drittens ist sie ein interessantes Steckenpferd – hoffentlich nicht nur alter Männer.

Prof. Dr. Rudolf Stöber lehrt Kommunikationswissenschaft an der Otto-Friedrich-Universität Bamberg

In „Zwischen-Prüfung“ wagen „Aviso“-Autoren – mit variablem Ironiegehalt – den interdisziplinären Blick. Was steht uns nah, was bleibt uns fremd in anderen wissenschaftlichen Fächern?

Becker, Jörg/Oesterheld, Werner (Hrsg.): Realität und Illusion. Der indische Film im Globalisierungsstrudel. Düsseldorf: DGB Bildungswerk, 2004.

Becker, Jörg: Communication and Conflict. Studies in International Relations. New Delhi: Concept Publishing House, 2005.

Beuthner, Michael/Weichert, Stephan Alexander (Hrsg.): Die Selbstbeobachtungsfalle. Grenzen und Grenzgänge des Medienjournalismus. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2005, 432 Seiten.

Breyer-Mayländer, Thomas (Hrsg.): Handbuch des Anzeigengeschäfts. Berlin: ZV GmbH, 2005, 416 Seiten.

Breyer-Mayländer, Thomas u. a.: Wirtschaftsunternehmen Verlag. 3. überarbeitete und ergänzte Auflage. Frankfurt/M.: Bramann Verlag, 2005, 416 Seiten.

Breyer-Mayländer, Thomas u. a.: Wirtschaftsunternehmen Verlag. 3. überarbeitete und ergänzte Auflage. Frankfurt/M.: Bramann Verlag, 2005, 416 Seiten.

Breyer-Mayländer, Thomas u. a.: Wirtschaftsunternehmen Verlag. 3. überarbeitete und ergänzte Auflage. Frankfurt/M.: Bramann Verlag, 2005, 416 Seiten.

Breyer-Mayländer, Thomas/Seeger, Christof: Verlage vor neuen Herausforderungen: Krisenmanagement in der Pressebranche. Berlin: ZV GmbH, 2004, 232 Seiten.

Breyer-Mayländer, Thomas: Einführung in das Medienmanagement. München: Oldenbourg Verlag, 2004, 232 Seiten.

Breyer-Mayländer, Thomas: Online-Marketing für Buchprofis. Frankfurt/M.: Bramann Verlag, 2004, 105 Seiten.

Brummund, Peter: Bahnhofsbuchhandel. Von der Versorgung mit Reiseliteralien zum Premiumhandel für Zeitungen und Zeitschriften. München: Saur, 2005, 95 Seiten.

Bussemer, Thymian: Propaganda. Konzepte und Theorien. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaft, 2005, 443 Seiten.

Dernbach, Beatrice/Meyer, Michael (Hrsg.): Vertrauen und Glaubwürdigkeit. Interdisziplinäre Perspektiven. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2005, 292 Seiten.

Fasel, Christoph (Hrsg.): Qualität und Erfolg im Journalismus. Konstanz: UVK/UTB, 2005, 358 Seiten.

Fengler, Susanne/Ruß-Mohl, Stephan: Der Journalist als „Homo oeconomicus“. Konstanz: UVK, 2005, 223 Seiten.

Gries, Rainer/Schmale, Wolfgang (Hrsg.): Kultur der Propaganda. Bochum: Dr. Dieter Winkler, 2005.

Grünewald, Robert: Medienordnung und Bundesstaat. Zur Medienpolitik der CDU in der Konstituierungsphase der Bundesrepublik Deutschland 1949-1969. Berlin: Vistas, 2005, 340 Seiten.

Hallenberger, Gerd/Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.): Neue Kritik der Medienkritik. Werkanalyse, Nutzerservice, Sales Promotion oder Kulturkritik? Köln: Halem, 2005, 408 Seiten.

Hanitzsch, Thomas/Löffelholz, Martin/Mustamu, Ronny (Hrsg.): Agents of Peace: Public Communication and Conflict Resolution in an Asian Setting. Jakarta: Friedrich-Ebert-Stiftung, 2004.

Hepp, Andreas/Krotz, Friedrich/Winter, Carsten (Hrsg.): Globalisierung der Medienkommunikation. Eine Einführung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2005, 350 Seiten.

Hipfl, Brigitte/Klaus, Elisabeth/Scheer, Uta (Hrsg.): Identitätsräume. Nation, Körper und Geschlecht in den Medien. Eine Topografie. Bielefeld: transcript, 2004.

Höflich, Joachim R./Gebhardt, Julian (Hrsg.): Mobile Kommunikation. Perspektiven und Forschungsfelder. Frankfurt/M. u. a.: Peter Lang, 2005, 252 Seiten.

Hubbard, Monika: Markenführung von innen nach außen. Zur Rolle der Internen Kommunikation.



bücher bücher bücher bücher bücher
bücher bücher bücher bücher bücher

Bücher

von DGPK-Mitgliedern

bücher bücher bücher bücher bücher
bücher bücher bücher bücher bücher

kation als Werttreiber für Marken. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2004, 339 Seiten.

Jäckel, Michael: Medienwirkungen. Ein Studienbuch zur Einführung. 3., überarb. und erw. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2005, 327 Seiten.

Jöckel, Sven: Der Herr der Ringe im Film. München: Fischer, 2005, 272 Seiten.

Kleinsteuber, Hans J./Pörksen, Bernhard/Weischenberg, Siegfried (Hrsg.): Handbuch Journalismus und Medien. Konstanz: UVK/UTB, 2005, 500 Seiten.

Krotz, Friedrich: Neue Theorien entwickeln. Eine Einführung in die Grounded Theory, die Heuristische Sozialforschung und die Ethnographie anhand von Beispielen aus der Kommunikationsforschung. Köln: Halem, 2005, 312 Seiten.

Kübler, Hans-Dieter: Mythos Wissensgesellschaft. Gesellschaftlicher Wandel zwischen Information, Medien und Wissen. Eine Einführung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2005, 220 Seiten.

Maturana, Humberto R./Pörksen, Bernhard: From Being to Doing. The Origins of the Biology of Cognition. Heidelberg: Carl Auer, 2004.

Maurer, Thorsten: Fernsehnachrichten und Nachrichtenqualität. München: Fischer, 2005, 326 Seiten.

Merten, Klaus/Dahm, Christina/Spriestersbach, Tanja/Top, Jasmin/Winterberg, Philipp: Medien, Dachse & Tenöre. Zur Ethik und Methodik von Medienresonanzanalysen. Ein Weißbuch zum Mediendax. Münster: Lit Verlag, 2005, 136 Seiten.

Paus-Hasebrink, Ingrid/Hammerer, Eva/Ortner, Christina: Zur Implementierung von DVB-T in Österreich. Wien: Rundfunk- und Telekom-Regulierungs-GmbH, 2005, 175 Seiten.

Rademacher, Lars (Hrsg.): Politik nach Drehbuch. Von der Politischen Kommunikation zum Politischen Marketing. Münster: Lit Verlag, 2005, 240 Seiten.

Ridder, Christa-Maria/Langenbucher, Wolfgang R./Saxer, Ulrich/Steininger, Christian (Hrsg.): Bausteine einer Theorie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Festschrift für Marie Luise Kiefer. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2005, 472 Seiten.

Satjukow, Silke/Gries, Rainer (Hrsg.): Unsere Feinde. Konstruktionen des Anderen im Sozialismus. Leipzig: Universitätsverlag, 2005, 555 S.

Schmidt, Jan: Der virtuelle lokale Raum. Zur Institutionalisierung lokalbezogener Online-Nut-

zungsepisoden. München: Fischer, 2005, 320 Seiten.

Schramm, Holger: Mood Management durch Musik. Die alltägliche Nutzung von Musik zur Regulierung von Stimmungen. Köln: Halem, 2005, 272 Seiten.

Schröder, Michael/Schwanebeck, Axel (Hrsg.): Zeitungszukunft – Zukunftszeitung. Der schwierige Gang der Tagespresse in die Informationsgesellschaft des 21. Jahrhunderts. München: Fischer, 2005, 190 Seiten.

Stock, Martin: Das deutsche duale Rundfunksystem: Alte Probleme, neue Perspektiven. Münster: Lit Verlag, 2004, 128 Seiten.

Wirth, Werner/Lauf, Edmund/Fahr, Andreas (Hrsg.): Forschungslogik und -design in der Kommunikationswissenschaft. Band 2: Anwendungsfelder in der Kommunikationswissenschaft. Köln: Halem, 2005.

Wunden, Wolfgang (Hrsg.): Freiheit und Medien. Münster: Lit Verlag, 2005, 264 Seiten.

Wunden, Wolfgang (Hrsg.): Wahrheit als Medienqualität. Münster: Lit Verlag, 2005, 280 Seiten.

Zurstiege, Guido: Zwischen Kritik und Faszination. Was wir beobachten, wenn wir die Werbung beobachten, wie sie die Gesellschaft beobachtet. Köln: Halem, 2005, 352 Seiten.

Die angezeigten Monographien und Sammelbände sind in den letzten Monaten erschienen. Die Redaktion bittet um Nachsicht, falls ein Titel übersehen wurde, und freut sich über Hinweise auf Veröffentlichungen, auch auf aktuelle internationale Zeitschriften-Publikationen

Nachtrag

Schönbach, Klaus (2004). A balance between imitation and contrast: What makes newspapers successful? A summary of internationally comparative research. *Journal of Media Economics*, 17, 219-227.

Waal, E., Schönbach, Klaus & Lauf, Edmund (2005). Online newspapers: A substitute or complement for print newspapers and other information channels? *Communications*, 30, 55-72.

international journals 2004
international journals 2004
international journals 2004
international journals 2004
international journals 2004

Internationales von DGPuK-Mitgliedern

international journals 2004
international journals 2004
international journals 2004
international journals 2004
international journals 2004

Fasziniert von Lebensnähe

15 Fragen an Maja Malik



Dr. Maja Malik ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Hamburg

1 **Erinnern Sie sich noch daran, was Sie zu Beginn Ihres Studiums von der Kommunikationswissenschaft erwarteten?**

Als ich mich am Ende der Schulzeit nach Wegen in den Journalismus erkundigte, wurde mir in verschiedenen Redaktionen geraten, statt Kommunikationswissenschaft lieber „was Vernünftiges“ zu studieren. Also studierte ich Geographie und Englisch. Weil mir der Journalismus aber nicht aus dem Kopf ging, habe ich nach einigen Semestern „nebenbei“ mit Kommunikationswissenschaft begonnen. Trotz der abfälligen Bemerkungen der Redakteure hoffte ich, dass ich hier journalistisches Handwerk lernen und mehr über „die Medien“ erfahren würde.

2 **Haben sich diese Erwartungen erfüllt?**

Ja. Aber vor allem wurden sie weit übertroffen, denn natürlich ging es im Studium um viel mehr als um journalistisches Handwerk. Für mein erstes Referat habe ich mich mit der Veränderung der Arbeit durch neue Medien beschäftigt. Von da an hat mich die Frage nach der Bedeutung von Kommunikation und Medien für die Gesellschaft, für Gruppen und für einzelne Menschen fasziniert – und mich dazu gebracht, fortan hauptsächlich Kommunikationswissenschaft zu studieren.

3 **Wer oder was in der Kommunikationswissenschaft hat Sie besonders motiviert, vorgebracht oder fasziniert?**

Von Anfang hat mich an unserem Fach begeistert, dass seine Gegenstände so lebensnah sind, dass jedes Gespräch und jeder Fernsehabend neue Anregungen bringen können. Entscheidend vorgebracht haben mich dann vor allem die Mitarbeiter am IfK in Münster, die es mit großer Offenheit gegenüber den Studierenden und engagierter Betreuung ermöglicht haben, mich an einer Massenuniversität zu Hause zu fühlen. Heute motivieren mich besonders der Austausch mit Kollegen und die Arbeit mit Studierenden.

4 **Ist da auch etwas, das Sie gelangweilt, erschreckt oder gar abgestoßen hat?**

Als langweilig empfinde ich so manche der Auseinandersetzungen, die theoretische und methodische Differenzen künstlich aufrechterhalten, aber in dieser Form keinen Erkenntnisfortschritt (mehr) bringen (z. B. System- vs. Handlungstheorie, qualitative vs. quantitative Methoden). Erschreckend sind gerade in diesem Zusammenhang immer wieder Ignoranz und Abfälligkeit gegenüber der Forschung anderer „Glaubensrichtungen“.

5 **Was empfinden Sie im langen Prozess Ihrer akademischen Qualifikation (Promotion, Habilitation, Berufungsverfahren) als lästig, überflüssig oder unzumutbar?**

Prinzipiell begrüße ich den Verzicht auf eine Habilitation. Das Problem des wissenschaftlichen „Nachwuchses“ ist damit allerdings in meinen Augen nicht bearbeitet. Es besteht in den extrem unsicheren Rahmenbedingungen, unter denen Wissenschaftler zurzeit arbeiten. Dazu gehört zum Beispiel, dass der Verzicht auf Habilitationen zwar formal besteht, aber in der Berufungspraxis (noch) nicht umfassend berücksichtigt wird. Dazu gehören aber auch lange Berufungsverfahren und vor allem die befristete Zeit von der Promotion bis zur festen Stelle. Unser Wissenschaftssystem erwartet von seinem „Nachwuchs“ viel Einsatz und Flexibilität, um qualifizierte Mitarbeiter gegebenenfalls nach zwölf Jahren aus formalen Gründen für immer auszuschließen. Das ist absurd!

6 **Haben Sie hartnäckig wiederkehrende berufliche Träume?**

Ja.

7 **Was würden Sie als Wissenschaftsministerin Ihres Landes sofort ändern?**

Es wird schon zu vieles geändert, ohne vorher zu klären, wohin die Reise gehen soll. Ich würde daher erst einmal eine Diskussion darüber führen, was Universitäten und Wissenschaft leisten sollen und was die Gesellschaft dafür zu geben bereit ist. Das betrifft sowohl die Gestaltung der Studiengänge zwischen wissenschaftlicher und

berufsbezogener Ausbildung und die Hochschulfinanzierung zwischen Steuergeldern, Drittmitteln und Studiengebühren als auch die Auswahl und Schulung des Personals zwischen „Spitzenforschung“ und „Erwachsenenbildung“. Erst wenn klare Ziele und realistische Rahmenbedingungen definiert sind, können geradlinige Strukturen für Forschung und Lehre etabliert werden. Und dann: Zielorientierung durch mehr Autonomie und Selbstverwaltung, weniger Bürokratie, Evaluation mit Konsequenzen.

8 Wenden sich Kommunikationswissenschaft und verwandte Disziplinen in Forschung und Theoriebildung den entscheidenden Themen zu?

Eine schwierige Frage, denn wer hat zu entscheiden, welche Themen entscheidend sind? Glücklicherweise ist die Kommunikationswissenschaft so ausdifferenziert, dass vielfältige Themen, Theorien und Methoden ihren Platz haben – auch wenn sie nicht alle dieselbe Beachtung finden. Allerdings hoffe ich, dass auch in den neuen Strukturen der BA- und MA-Studiengänge Raum für Themen jenseits des Mainstreams sein wird.

9 Wie beurteilen Sie den Auftritt verschiedener inhaltlicher und methodischer Richtungen im Fach und den Umgang miteinander?

Man könnte die Pluralität der Theorien und Methoden in unserem Fach besser nutzen, wenn man sich mehr aufeinander bezieht und, wo möglich, an andere Forschungsrichtungen anknüpfen würde. Schwierig wird es, wenn die Forschung anderer ignoriert oder pauschal abgeurteilt wird, weil sie aus der „falschen Schule“ stammt. Das erlebe ich allerdings nur noch selten. Dass der Diskurs über Differenzen in unserem Fach auch angenehm und konstruktiv verläuft, hat man z. B. auf der Methodentagung 2003 gesehen, als es um qualitative und quantitative Methoden ging.

10 Gelingt es dem Fach, sich als „nützliche Wissenschaft“ in Medienpraxis und Gesellschaft Gehör zu verschaffen?

Die Nützlichkeit unseres Faches wird zwar häufig nicht explizit anerkannt, aber sie wird implizit schon wahrgenommen. Die Medienpraxis bedient sich der guten Absolventen mit Anwendungs- und Reflexionswissen; kommunikationswissenschaftliche Erkenntnisse werden in den verschiedensten gesellschaftlichen Bereichen zur

Lösung der eigenen Probleme herangezogen. Zudem liegt der Nutzen einer (Sozial-)Wissenschaft eben nicht primär in der Entwicklung unmittelbar anwendbarer Patentrezepte. Doch der Wunsch nach mehr gesellschaftlicher Anerkennung für die eigene Arbeit eint die Kommunikationswissenschaft mit vielen anderen Berufen.

11 Ist die Kommunikationswissenschaft eine kommunikative Wissenschaft?

Das frage ich mich auch immer wieder und habe große Lust, dieser Frage irgendwann einmal systematisch nachzugehen.

12 Welchen Kongress wollten Sie immer schon einmal organisieren?

Eine Tagung, auf der nicht nur präsentiert und dann fünf Minuten diskutiert wird, sondern bei der mehr Zeit ist, die vorgestellten Ideen und Erkenntnisse gemeinsam zu systematisieren und weiterzudenken. Die interessantesten Gespräche finden doch immer am Rande von Tagungen statt. Diesen Austausch würde ich gerne institutionalisieren.

13 Und welches Buch werden Sie irgendwann einmal schreiben?

„Die Kommunikation der Kommunikationswissenschaft“.

14 Welche Projekte beschäftigen Sie zurzeit?

Vor allem das DFG-Projekt „Journalismus in Deutschland II“, das ich unter der Leitung von Siegfried Weischenberg und Armin Scholl durchführe. Die Replikation der ersten „JouriD“-Studie von 1993 zielt auf eine Bestandsaufnahme der Strukturen und Bedingungen des Journalismus.

15 Gibt es Momente, in denen Sie die Wörter „Kommunikation“, „Medien“ und „Wissenschaft“ nicht mehr hören können? Was tun Sie dann, um sich zu erholen?

Das ist ja eine suggestive Frage. Zumindest Kommunikation und Medien(nutzung) haben für mich durchaus großen Erholungswert – das ist ja, wie gesagt, das Schöne an unserem Fach. Aber wenn auch das nicht mehr geht: Sport machen oder verreisen. ◆

Den „Fragebogen“ beantworteten jüngere Wissenschaftler in der DGPK



Kommunikation und Medien haben für mich durchaus Erholungswert



Zu wenig Zeit für die Promotion

Die deutsche Kommunikationswissenschaft ist im Umbruch: Der BA/MA steht an vielen Standorten vor der Tür (oder ist schon eingetreten), der Ruf der Internationalisierung wird immer lauter, und die Diskussion über Ausrichtung und Selbstverständnis im Fach bleibt auf der Agenda. Mitbestimmt wird diese Entwicklung – schon heute, aber noch mehr in der Zukunft – vom wissenschaft-

Die Befragung war angelegt als Vollerhebung aller Nachwuchswissenschaftler und -wissenschaftlerinnen in Deutschland, der Schweiz und in Österreich. Zunächst trugen die Autoren der Studie in einer umfassenden Internetrecherche die Namen aller wissenschaftlichen Nachwuchskräfte zusammen. Dabei berücksichtigten sie nur universitäre Studiengänge mit eindeutigem Fachbezug im Haupt- und Nebenfach. Insgesamt

konnten sie auf diese Weise die E-mail-Adressen von 533 Personen ermitteln.

Hauptgrund für die Berufswahl ist das Interesse an den Inhalten des Faches

Basierend auf bisherigen Nachwuchsstudien, wurde ein Online-Fragebogen mit den Themenkomplexen Beschäftigungssituation, Arbeitsgebiete, Motivation und Selbstwahrnehmung, Arbeitsaufgaben und Zeitbudget, berufliche Betreuung und Zufriedenheit sowie Fach- und Außenaktivitäten erstellt. Im Juni 2004 erhielten die Nachwuchsforscher dann eine Nachricht mit dem Link zum Online-Fragebogen. Von den insgesamt 533 angemalten Nachwuchskräften haben 281 den Fragebogen beantwortet, davon 205 aus Deutschland, 57 aus der Schweiz und 19 aus Österreich. Die Antworten erfolgten anonym. Nachfolgend werden die wichtigsten Ergebnisse für die deutsche Stichprobe berichtet.

Wenig Lust auf eine Professur?

Die angegebenen Gründe für den Berufsantritt spiegeln eine sehr starke Bindung an die Inhalte des Faches wider: Als Hauptgründe gelten das Interesse für die Methoden, Theorien und Erkenntnisse der Kommunikationswissenschaft, das Interesse an der wissenschaftlichen Forschung, die Möglichkeit, eigenen Fähigkeiten gemäß zu arbeiten, aber auch der Promotionswunsch und die Aussicht auf lebenslanges Lernen im Beruf. Keine Rolle für die Berufswahl

spielen die Erwartungen der Familie, der Mangel an besseren Alternativen oder die Aussicht auf ein höheres Einkommen in einer späteren Anstellung. Fast alle Befragten (92%) streben eine Promotion an. Allerdings wollen nur 31% auch Professor werden, 25% sind sich in dieser Entscheidung noch nicht ganz sicher, und 44% schließen eine Karriere als Professor/in aus. Interessant ist, dass 52% der Frauen aber nur 35% der Männer kein Professor bzw. Professorin werden wollen.

Was macht den Berufswunsch „Professor/in“ so unattraktiv? Auf diese Frage nennen die Nachwuchskräfte vor allem die geringen Chancen, eine Professur zu bekommen, die starken Hierarchien an den Universitäten, die großen Hürden bis zum Ziel, die unsichere finanzielle Lage der deutschen Universitäten und schließlich die lange Karrieredauer. Es zeigen sich zum Teil deutliche Geschlechtsunterschiede: Die Opferung des Privatlebens, die empfundene Unverträglichkeit des Berufes mit Familien- und Kinderwunsch, die starren Hierarchien und die hohe Arbeitsbelastung sprechen für die weiblichen Nachwuchskräfte stärker gegen den Professorenberuf, als dies bei männlichen der Fall ist.

Wie zufrieden sind die Nachwuchskräfte nun insgesamt mit ihrer Tätigkeit? Bei den als wichtig eingeschätzten Aspekten des Berufs zeigt sich eine verhältnismäßige hohe Zufriedenheit mit der Flexibilität in der Zeiteinteilung, mit den Arbeitsinhalten, dem Arbeitsklima sowie den Arbeitsbedingungen an der Universität. Mit der Mitsprachemöglichkeit bei wichtigen Entscheidungen (ein Aspekt, der als sehr wichtig erachtet wird) sind die Befragten aber weniger zufrieden. Hier scheint es einen Nachholbedarf zu geben.

Heterogen und international sichtbar?

Schaut man nach den Publikationsaktivitäten, so treten die Nachwuchskräfte am stärksten durch Beiträge in Sammelbänden und durch Vorträge in Erscheinung. 42% der Befragten können

Erste Ergebnisse einer Nachwuchsbefragung zeigen, wo junge Kommunikationswissenschaftler der Schuh drückt

lichen Nachwuchs in unserem Fach. Dennoch wissen wir nur wenig über die Motivation, die Pläne oder auch die Sorgen junger Wissenschaftler. Ziel einer von der DGPK und der schweizerischen Schwestergesellschaft SGK geförderten Studie war es daher, in einer ersten Bestandsaufnahme zu ermitteln, wie es um den Nachwuchs (bis zur Promotion) bestellt ist.

auch schon auf eigene Fachzeitschriftenbeiträge verweisen. Männer publizieren etwas häufiger als Frauen. Knapp 50% haben weniger als zwei Verlagspublikationen.

In der DGPK sind nur 28% der Befragten Mitglied. Die Gründe hierfür sind unterschiedlich: 10% der Nichtmitglieder sind bislang noch nicht auf die DGPK aufmerksam geworden, und immerhin 9% haben kein Interesse. Insgesamt fühlen sich 17% der Kommunikations- und Medien- bzw. Publizistikwissenschaft nur schwach zugehörig. Dies ist sicherlich auch ein Zeichen für die Heterogenität des Faches.

Arbeiten bis Mitternacht?

Die Mitgliedschaft in internationalen Fachgesellschaften hält sich ebenfalls in Grenzen: Nur 10% der Befragten sind Mitglied der ICA. Dass viele der Befragten aber Wert auf eine internationale Ausrichtung legen und dementsprechend zumindest potentielle ICA-Mitglieder sind, zeigt folgendes Ergebnis: 75% der Nachwuchswissenschaftler/innen halten eine internationale Orientierung im nicht deutschsprachigen Raum für wichtig. Damit ist klar: Das Bewusstsein für die Internationalisierung ist da.

Dass die meisten Nachwuchskräfte intrinsisch motiviert sind und dadurch Überstunden in Kauf nehmen, dürfte nicht verwundern. Allerdings wird bei Teilzeitstellen im Verhältnis deutlich mehr gearbeitet als bei 100%-Stellen: Wer eine halbe Stelle hat, arbeitet etwa doppelt so lange, wie er eigentlich arbeiten müsste (43 statt 20 Stunden in der Woche); die Inhaber/innen von vollen Stellen arbeiten rund 10 Stunden mehr, als in ihrem Arbeitsvertrag festgelegt ist. Auffallend ist auch, dass Männer mehr arbeiten als Frauen.

Die meiste Zeit (31% der Gesamtarbeitszeit) nehmen Lehre, Betreuung und Prüfungen in Anspruch. Nur jeweils 17% der Arbeitszeit wird für Forschung (außerhalb der Promotion) und die Promotion selbst beansprucht. Allerdings emp-

finden sechs von sieben Befragten die Zeit, die für die Promotion übrig bleibt, als zu wenig. Ebenso wünschen sie sich mehr Zeit für Publikationstätigkeiten. Trotz einer möglichen subjektiven Überschätzung der tatsächlichen Arbeitszeit entspricht dieses Ergebnis wohl dem wissenschaftlichen Alltag.

Hinzu kommt: Die Professorinnen und Professoren scheinen weniger darauf zu achten, ob sich ihre Mitarbeiter zu viel Arbeit aufhalsen oder ob sie den Zeitplan für die Promotion einhalten. Gefragt nach verschiedenen Betreuungsaspekten, geben die wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an, dass Karriereberatung, Tipps für die Lehre oder für das Zeitmanagement eher die Ausnahme sind als die Regel. Allerdings schätzen die Nachwuchskräfte ihre Vorgesetzten als fair bei Fragen der Autorenschaft und -reihenfolge ein. Sie empfinden genügend Freiheiten, eigenen wissenschaftlichen Interessen nachzugehen, haben das Gefühl, jederzeit wichtige Informationen für ihre Arbeit einholen zu können, und bekommen Rückendeckung, wenn einmal etwas nicht so gut läuft.

Fazit

Die Ergebnisse zeigen, dass eine wissenschaftliche Laufbahn einerseits als attraktiv, andererseits mitunter als unbefriedigend und – auf die Karriereaussichten bezogen – als eher unwahrscheinlich empfunden wird. Der Schuh drückt etwas, wenn es um Mitsprachemöglichkeiten, Karriereberatung und die optimale Vorbereitung auf den Beruf geht. Weitere Auswertungen, die über eine deskriptive Darstellung hinausgehen, werden in Kürze veröffentlicht.

JÖRG MATTHES/URSINA MÖGERLE/
WERNER WIRTH/ELIZABETH PROMMER

Ein detaillierter Bericht zur Studie wird in Kürze in der Zeitschrift „Publizistik“ erscheinen

Die wissenschaftliche Laufbahn ist attraktiv und unbefriedigend zugleich

Brückenschlag

Dresden lädt ein zur ICA-Jahrestagung 2006

Romy Fröhlich, Patrick Rössler und Gerhard Vowe berichten über Themen und Projekte des Vorstandes der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Die Welt schaut nach Deutschland, wenn 2006 die besten Balltreter ihren Weltmeister ausspielen. Gleichzeitig richtet sich auch die Aufmerksamkeit der Kommunikationswissenschaftler aus nah und fern auf Deutschland – speziell auf Dresden. Aber nein, hier wird nicht gekickt, sondern getagt: Die International Communication Association (ICA) hält ihre jährliche Konferenz in der sächsischen Metropole ab, im neuen Konferenzzentrum nahe dem Landtag direkt an der Elbe gelegen, gleich neben dem noch neueren Maritim-Hotel (dem umgebauten historischen „Erlweinspeicher“). Alles ist angesiedelt in der historischen Kulisse von Zwinger, Semperoper und den Brühlischen Terrassen.

Nur einmal alle vier Jahre wandert dieses wohl weltweit wichtigste Forum für aktuelle Trends in der Kommunikationswissenschaft ins nicht-amerikanische Ausland. Und nach fast 30 Jahren richtet nun Deutschland wieder dieses Mammutereignis mit mehr als 1000 Teilnehmern aus. Im Jahr 1977 traf man sich, seinerzeit in deutlich kleinerem Kreis, in Berlin – ein Event, das ICA-Veteranen in bester Erinnerung verblieben ist, auch ob seines eigenwilligen Charmes in der damals noch geteilten Stadt. Für die deutschen Fachvertreter ist Dresden 2006 Ehre und Verpflichtung zugleich: Eine kaum zu überschätzende Anerkennung für die wachsende Bedeutung, die die hiesige Kommunikationsforschung auch international gewonnen hat, was sich etwa in einer stetig steigenden Zahl deutscher Teilnehmer auf allen großen Konferenzen und deutscher Autoren in den wichtigen Fachzeitschriften niederschlägt. Die Chance, der Fachwelt den hohen Qualitätsstandard deutscher Arbeiten vor Ort zu präsentieren, birgt aber gleichzeitig die Pflicht, dies nicht nur durch ein perfektes organisatorisches Umfeld, sondern auch durch eine starke eigene Präsenz zu untermauern.

Bereits die Wahl von Wolfgang Donsbach zum ICA-Präsidenten war ein erstes Signal für das erhebliche Gewicht, das der deutschen Community auf dem internationalen Parkett inzwischen zukommt (und sicherlich nicht unerheblich bei der Entscheidung für eine Konferenz in Deutschland). Donsbach ist es auch, der die Dresdner Tagung in enger Abstimmung mit dem Vorstand

der DGPK organisiert. „Damit wollen wir den Brückenschlag zwischen der deutschen, europäischen und weltweiten Kommunikationswissenschaft verstärken“, fasst er ein Kernziel zusammen. Das Thema „Networking Communication“, das der für die Konferenz zuständige desiginierte ICA-Präsident Ron Rice (UC Santa Barbara) gewählt hat, zielt speziell darauf ab, die Kommunikationsforschung aus unterschiedlichen Ländern in einen kreativen Dialog zu bringen – und nimmt gleichzeitig Bezug auf die Internationalisierung der bisher noch immer amerikanisch dominierten Fachgesellschaft.

An den fünf Konferenztagen vom 19. bis 23. Juni 2006 erwartet die Besucher ein dichtes Programm aus Plenumsvorträgen, Paper-Präsentationen zum Tagungsthema und zu den Schwerpunkten der ICA-Divisions und Interest Groups – sowie zusätzliche Poster-Sessions, Empfänge und die üblichen Sitzungen der ICA-Gremien. Zwar sehen die Veranstalter für das Programm nur einige wenige Panels vor, die sich mit spezifisch deutschen Themenstellungen befassen. Erklärtes Ziel sollte es jedoch sein, über den gesamten Tagungsablauf hinweg einen hohen Grad der Präsenz deutscher Forscher zu erreichen: „Die Tagung soll nicht nur den deutschen Kommunikationswissenschaftlern internationale Spitzenforschung bieten, sondern wir wünschen uns auch, dass unsere gute deutsche Forschung dort ein großes internationales Publikum findet“, so Donsbach.

Was heißt das für die Kommunikationswissenschaftler hiezulande, die seit Jahren schon die zweitstärkste Gruppe der ICA-Teilnehmer stellen? Alle einschlägigen Forscher, also insbesonde



re (aber nicht ausschließlich) die Mitglieder der DGPK, sind aufgefordert, sich schon jetzt Gedanken über eine Beteiligung mit ihren Arbeiten zu machen. Möglichst viele Papers und Panels sollten eingereicht werden, so dass tatsächlich eine Fülle interessanter Beiträge das gesamte Programm durchzieht. Darüber hinaus wird es vier Sitzungen (eine pro Tag) geben, deren Vortragsprogramm von der DGPK bestimmt wird.

Doch die Zeit eilt voran: Deadline für ICA-Einreichungen ist der 1. November 2005, und erwartet werden – in englischer Sprache – entweder Full Papers (für Einzeleinreichungen) oder aussagekräftige Abstracts (für ganze Panelvorschläge). Detaillierte Informationen zu den formalen Vorgaben, Ansprechpartnern und der Übermittlung der Unterlagen (es gibt ein voll-elektronisches Einreichungsverfahren) sind über die Website der ICA verfügbar (www.icabdq.org). Zeitgleich erfolgt die Einreichung bei der DGPK für die von ihr verantworteten Panels; der Call for Papers hierzu ist im Sommer per E-mail versandt und auf der Homepage veröffentlicht worden (www.dgpk.de).

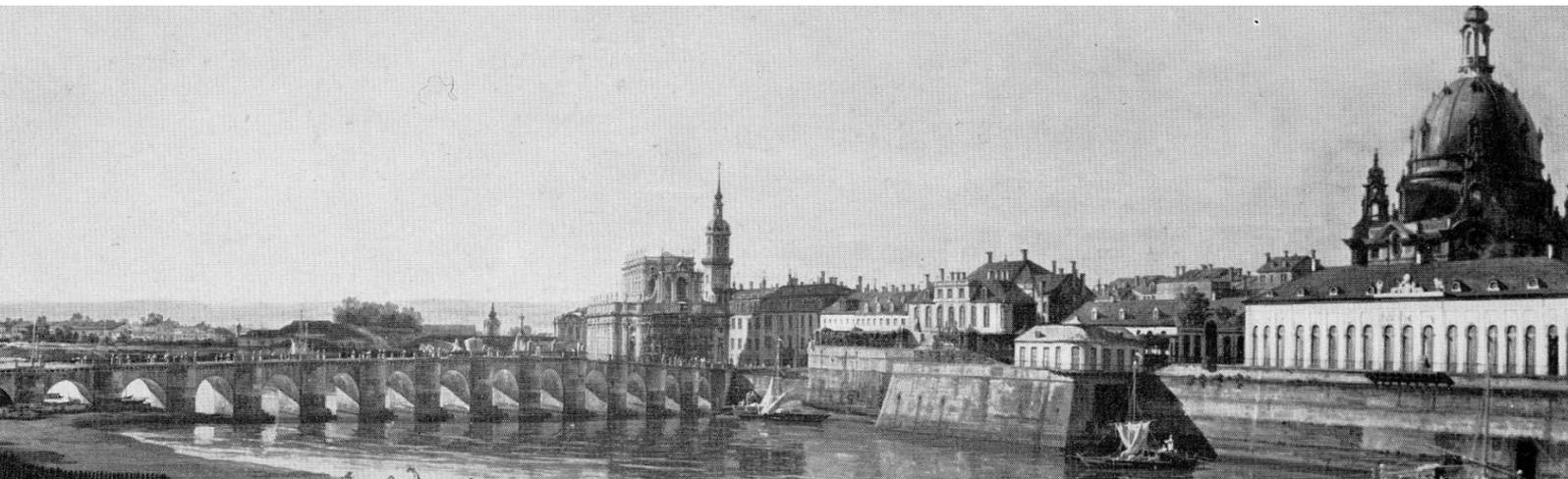
Auch wer keinen eigenen Beitrag vorstellen möchte, sollte sich dieses Großereignis mit seiner beeindruckenden Vielfalt an Themen und Forschern nicht entgehen lassen. Durch die Verbandsmitgliedschaft der DGPK in der ICA können alle DGPK-Mitglieder zu denselben Konditionen wie ICA-Mitglieder an der Konferenz teilnehmen. Niemand muss also zuerst der ICA beitreten, um in den Genuss dieser Vergünstigungen zu kommen. Identifikation und Zugangscodes sind im geschützten Mitgliederbereich auf der DGPK-Homepage zugänglich. Alle Fragen hierzu und darüber hinaus beantwortet gerne Patrick Rössler (Erfurt), der im Vorstand die Koordination mit der ICA und den örtlichen Veranstaltern übernommen hat. Schließlich finden im

Umfeld der eigentlichen Hauptkonferenz nicht nur die üblichen Pre- und Post-Conferences zu Spezialthemen statt (derzeit geplant: Breslau, Prag, Budapest und Erfurt), sondern auch die verschlankte Jahrestagung der DGPK, die dann fließend in die ICA-Tagung übergeht.

Am 19. Juni 2006 befasst sich das auf einen Tag verkürzte Programm mit dem Thema „Medien in der Marktwirtschaft“, das Lutz Hagen als lokaler Organisator auf der diesjährigen Tagung in Hamburg den Mitgliedern vorgestellt hat. Der Call for Papers ist ebenfalls vor der Sommerpause verschickt worden. Da es sich hierbei um ein eher spezifisches Thema handelt und natürlich auch nur eine geringere Zahl von Vorträgen für das knappere Programm berücksichtigt werden kann, sei den Mitgliedern nochmals mit Nachdruck empfohlen, über englischsprachige Einreichungen für das ICA-Programm nachzudenken.

In jedem Fall sollte man sich die Tagungswoche im Juni kommenden Jahres schon jetzt dick im Terminkalender markieren – auf absehbare Zeit wird hierzulande kein quantitativ und qualitativ vergleichbares Aufgebot international renommierter Kommunikationswissenschaftler mehr zu sehen sein. Schließlich hat auch das Rahmenprogramm seinen Reiz: Wer von der Vielfalt an Vorträgen, Posters und Papers einmal genug hat, kann sich an den Ständen der wichtigen Verlage mit neuester Literatur zu vergünstigten Tagungspreisen eindecken, auf den abendlichen Empfängen den Kontakt mit Kollegen vertiefen und über gemeinsame Projekte nachdenken – oder einfach nur das sommerliche Flair von Elbflorenz genießen. Hierfür haben die Veranstalter selbstverständlich ein attraktives kulturelles Angebot auf die Beine gestellt, das unter anderem einem Besuch in der Meissener Porzellanmanufaktur und einen Abend in der Semper-Oper vorsieht.

PATRICK RÖSSLER



Kritische Masse

Gesammelte Eindrücke von der Hamburger Jahrestagung der DGPUK

Am Anfang stand der anekdotenreiche Blick ins Nähkästchen des investigativen Journalismus von Seymour Hersh. Am Ende giftete der zur Medienparty geladene Kabarettist Matthias Deutschmann über diesen Auftritt: „Er hat das Bild vom investigativen Journalismus desillusioniert. In Amerika arbeitet kein Journalist mehr investigativ. Die lassen sich alle unterbuttern. Außer ihm selbst natürlich.“ Aber Hersh hatte auch Lehrsätze für Journalisten zu bieten: „First read, then write!“ Anna Maria Theis-Berglmair stellte trocken fest: „Das könnte man sich auch in unserem Fach hinter die Ohren schreiben.“

Fortgeschrittene Powerpointionitis

Zur Jahrestagung der DGPUK waren 367 Teilnehmer nach Hamburg gekommen – gut 120 mehr als zur letzten Veranstaltung dieser Art. Aber nicht nur Ansgar Zerfuß hatte den Eindruck, „dass der Anteil der etablierten Fachvertreter und Professoren immer geringer wird. Und deren Anwesenheit ist doch ein wichtiger Grund für alle anderen, zu einer Jahrestagung zu fahren.“ Laut Michael Beuthner, dem Leiter der Tagungsorganisation, war sogar eine fachinterne Elefanten-Runde angedacht, um dem entgegenzuwirken. Und um ein Diskusselement im Programm zu implementieren. Denn das weit verbreitete „Schaulaufen der Folienjockeys in ihrer fortgeschrittenen Powerpointionitis“ entspricht nicht mehr der ursprünglichen Tagungs-idee vom wissenschaftlichen Diskurs. Die Runde hat aber nicht mehr ins Programm gepasst.

Den Umfang des Programms hat denn auch Siegfried Weischenberg, Leiter dieser Jahrestagung, als künftiges Verbandsthema ausgemacht: „Wir haben vom Zeitumfang her dieselbe Struktur wie seit Jahrzehnten, während sich das Fach gewaltig professionalisiert hat. Mit 40 Vorträgen plus Mitgliederversammlung plus Diskussionsrunden ist eine Grenze erreicht. Darüber werden wir reden müssen.“

Mehr Tagungstage oder weniger Programmpunkte: Die Druiden des Fachs werden dadurch nicht aus ihren Hainen heraus gelockt werden. Denn Romy Fröhlich hat zwei andere Ursachen für die Abwesenheit der „großen Namen“ ausge-

macht: „Wer keinen Vortrag hat, der kommt halt nicht. Es reicht dann der Anreiz, sich einmal im Jahr zu treffen, nicht aus. Und das liegt auch an der enormen Verjüngung der Gesellschaft. Ich habe Feedback von ‚Big Shots‘ bekommen, die sagten: ‚Das hat nichts mehr mit uns zu tun, dieser Kindergarten.‘ Das ist schade. Es gibt aber auch Ausnahmen: Pürer, Langenbacher und eine Hand voll anderer müssten längst einen Orden kriegen für Immer-da-Sein und Immer-das-Gespräch-Suchen.“

In diesem Zusammenhang wurde unter dem Siegel der Anonymität auch darauf verwiesen, dass gleichzeitig immer mehr Nicht-Promovierte und Studierende ihre Forschung präsentieren. Was noch vor kurzem als Ausdruck der Nachwuchsförderung und als Folge des Review-Systems begrüßt worden war, schmälere mittlerweile den Reputationsgewinn eines Vortrags auf der Jahrestagung. Ihr Anteil habe eine kritische Masse erreicht. Deshalb sinke die Motivation bei der Paper-Einreichung. Womit auch die durchschnittliche Qualität der Vorträge begründet werden könne. Dieser Argumentation widerspricht Lutz M. Hagen vehement. Er hat ein Offenes Panel mit zwei Studierenden-Vorträgen aus einem hannoverschen IJK-Workshop geleitet: „Das war auf empirisch solider Grundlage und professionell und kompetent präsentiert. So eine saubere Präsentation habe ich auf Tagungen von einem C4 selten gehört.“

„Mehr auch nicht“-Beiträge

Die meisten Argumente für und wider die Qualität der Tagungsbeiträge waren eng verknüpft mit der Diskussion des Review-Verfahrens. Mit großem Eifer wurde beispielsweise in der Mitgliederversammlung diskutiert. Die Positionen reichten von der unveränderten Beibehaltung über die Einführung eines Ombudsmannsystems bis zur 25%-Klausel für den Gestaltungsfreiraum der Tagungsorganisatoren. Nur für die gänzliche Abschaffung sprach sich niemand aus. Gleichwohl wurde genau diese Variante in fast allen der 25 Statements wortreich diskutiert. Mit diesen Eindrücken gewappnet will der Vorstand nun „irgendetwas am Review-Verfahren ändern“.

Nur zwei Wochen nach der DGPUK-Tagung fand das „3. Berliner Mediengespräch“ zum Thema „Anspruch und Qualität des TV-Angebotes in Deutschland“ statt. Gleiches Thema, andere Besetzung. Es ist nicht überliefert, ob in der Praxis-Galaxis irgendjemand auf die Bemühungen um Kontaktaufnahme vom Wissenschafts-Plante verwiesen hat. SW

Nach der Tagung saldierte Jutta Röser: „Das Review-Verfahren hat die Aussetzer, die es früher gab, aussortiert. So waren die meisten Vorträge grundsolide.“ Elisabeth Klaus sprach von „einer Mehrzahl von ‚Mehr auch nicht‘-Beiträgen ohne innovatives Moment, aber mit solidem Standard“, und Irene Neverla dachte wie viele andere über die Ursachen nach: „Vielleicht liegt’s am engen Korsett mit 20 Minuten Vortrag, 10 Minuten Diskussion, dann der Nächste. Oder daran, dass Themen der Panels und die Zuordnung der Vorträge nicht aus einem Guss gestaltet sind. Hinzu kommt der Trend, dass wir uns vermehrt mit der Fach- und Verbandspolitik beschäftigen. Es kann sein, dass darunter die Attraktivität der Tagung leidet, weil sich viele gar nicht mehr um eine tolle Einreichung bemühen.“

Ein bisschen scheinheilig

Eine andere Meinung vertritt Barbara Pfetsch: „Seit 20 Jahren gehe ich hin zur DGPuk, um Leute zu treffen. Und man konnte immer sicher sein, dass man dort die miesesten Vorträge hört. Wenn man wissen will, was in Deutschland wirklich geforscht wird, muss man zur ICA gehen. In diesem Jahr fand ich aber alle Panels, die ich gehört habe, inspirierend.“ Auch Gabriele Siegert war „über alle Panels hinweg sehr zufrieden. Es ist doch besser, mit einer positiven Irritation nach Hause zu gehen, als mit einer Checkliste, was Qualität ist.“ Und Georg Ruhrmann berichtete: „Mir haben manche gesagt: ‚Die Diskussion wurde von Kollegen angestoßen, die ihr Ding vielleicht nicht durchbekommen haben.‘ Aber das ist das Spiel. Ich fand die Diskussion ein bisschen scheinheilig.“

Einige Teilnehmer zeigten sich verwundert, dass bei einer Tagung in der Medienstadt Hamburg der Promi-Faktor nicht höher war. Michael Beuthner vom Organisationskomitee begründete dies vor allem mit dem vorgeschriebenen Tagungszeitpunkt Christi Himmelfahrt. Veranstaltungsleiter Weischen-

berg hob hervor, dass der neue Geschäftsführer des Bauer-Verlags, Thomas Schneider, bei der Party anwesend war und Stefan Aust sich immerhin angemeldet hatte: „Aber das sind halt zwei Welten. In Hamburg gibt es die Medienparties, wo die Medienprominenz unter sich ist. An die kommen Sie auch nicht ran, wenn man sie gut kennt.“

Wie weit die Galaxien „Praxis“ und „Science“ auseinander liegen, zeigte sich bei der Kontaktaufnahme mit je außergalaktischen Vertretern. In einem Panel des Ethikrats der Akademie für Publizistik beklagten die Ratsmitglieder, dass die Wissenschaft keine Schlüsseltexte zur Medienethik hervorgebracht habe. Wissenschaftler wollten nicht verstehen, dass ein Ethikrat ohne manifestes Normensystem Empfehlungen gibt. Bei Round-Table-Gesprächen generierten Juniorprofessor Bernhard Pörksen und Chefreporter Thomas Leif vor allem hohe Unterhaltungswerte durch wechselseitige Skandalisierung einzelner Meinungsformulierungen. Der Verlauf dieses Gesprächs veranlasste in der nachfolgenden Runde den Programmbereichsleiter Kultur beim NDR-Fernsehen, Thomas Schreiber, zur Klarstellung, er habe zwar keinen „Ariernachweis der wissenschaftlichen Ausbildung“, könne aber trotzdem zum Thema etwas sagen. Weischenberg resümierte: „Insgesamt bekommt man vorgeführt, wie die Verhältnisse sind: Kommunikationswissenschaft und Praxis segeln auf verschiedenen Meeren.“

Das weite Meer vor Augen hat die Hamburg Media School, die auch künftig ihren neuen Preis für „Theorie-Praxis-Integration“ im Rahmen der DGPuK-Jahrestagung verleihen will. Ein Versuchsballon für künftige PR-Maßnahmen von Tagungs-Sponsoren? Romy Fröhlich sagt, der Vorstand suche auch nach einem neuen Sponsor für den Zeitschriftenpreis und habe kein Problem damit, solange die Benennung der Preisträger in den Händen der Gesellschaft verbleibe.

STEFAN WEINACHT

Einspruch!

„Einspruch“ ist der Ort für Polemik, Satire, Sticheleien, kleine Ungehörigkeiten und andere überraschende Analysen

Impressum

Herausgeber:

Vorstand der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK)

Redaktion:

Gunter Reus (verantw.)
Eva Baumann, Tilo Hartmann
Gerhard Vowe (Vorstand)

Layout und Gestaltung:

Gunter Reus

Erscheinungsweise:

Dreimal jährlich

Anschrift der Redaktion:

Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung, Hochschule für Musik und Theater Hannover
Expo Plaza 12, 30539 Hannover
Telefon: 0511/3100 484
Telefax: 0511/3100 400
Email: gunter.reus@hmt-hannover.de

Druck:

Verlagsgruppe Madsack, Göttingen

Der Punk und die Lady

Es gibt Tage, an denen wir als theorieergründende Kommunikationswissenschaftler jäh mit einer krassen Manifestation systemischer Austauschbeziehungen konfrontiert werden. Neulich auf der CeBIT zum Beispiel. Die Bühne: Ein Messestand von ein paar EU-Projekten über Neue Medien und Virtuelle Realität („Präsenzforschung“). Ein Dutzend Wissenschaftler wuselt aufgeregt umher, die zuständige EU-Kommissarin hat sich angekündigt.

Der Medientross, der die Kommissarin begleiten soll, besteht aus genau einem einzigen TV-Team. Nanu? Anführer des Teams ist ein recht abgewetzt gekleideter Bartträger. Wir nennen ihn ob des harschen Person-Umwelt-Kontrasts spontan „Punk“. Wir sind überrascht! Er zeigt keinerlei Ambitionen, selbst aktiv zu werden, um Material von unserem tollen High-Tech-Stand zu filmen. Wir bemerken jedoch schnell, dass Eigeninitiative des Mediensystems von der Repräsentantin des politischen Systems auch gar nicht gewünscht ist. Vielmehr beschränkt sich die Beziehung zwischen Medien und Politik auf ein Fingerschnippen, mit dem die Kommissarin den Kameramann heranholt, sobald sie sich einem Exponat nebst Wissenschaftler zuwendet.

So geht es von Ausstellungstück zu Ausstellungstück. Staunend verfolgen wir die Leichtig-

keit, mit der die Politik die Medien hin- und herdirigiert. Dem freundlichen Lächeln zum Standpersonal folgt stets der wachsame Blick hin zur Kamera. Oha – jedes Mal, wenn die Aufnahme im Kasten ist, schwindet die Aufmerksamkeit der Lady, und sie wendet sich abrupt vom begeistert erzählenden Wissenschaftler ab. Die Kommissarin ist also zugleich Darstellerin wie Regisseurin, und sie stellt unmissverständlich sicher, dass die Exponate eine angemessene Kulisse für ihre „Präsenz“ abgeben.

Ob sie wohl gleich noch die Kamera selbst in die Hand nehmen wird? Aber nein, so ein Ding wiegt ja auch einiges! Deswegen also das punkige Outfit des Journalisten – wer würde da nicht vornehm rebellieren wollen? Wir schwappen im Wechselbad zwischen Faszination und Mitleid und lernen dazu: Der gehorsame Punk mit der Kamera und die Lady aus der Politik praktizieren eine derart unmittelbar vernetzte Symbiose, dass uns die komplexen systemischen Überlegungen, für die unsere Bühne einen bemerkenswerten Manifestationsraum geschaffen hat, wie ein weit entferntes Rauschen vorkommen. Wir grübeln den restlichen Tag über die Aufführung und erkennen: Nichts ist so praktisch wie eine gute Theorie. Aber für manche Praxis braucht es gar keine Theorie.

CHRISTOPH KLIMMT/TILO HARTMANN

Anzeige

HV HERBERT VON HALEM VERLAG

Friedrich Krotz
NEUE THEORIEN ENTWICKELN. EINE EINFÜHRUNG IN DIE GROUNDED THEORY, DIE HEURISTISCHE SOZIALFORSCHUNG UND DIE ETHNOGRAPHIE ANHAND VON BEISPIELEN AUS DER KOMMUNIKATIONSFORSCHUNG
2005, 312. S., Broschur
EUR 28,00 / sFr. 47,10
ISBN 3-931606-64-3

Gerd Hallenberger / Jörg-Uwe Nieland (Hrsg.)
NEUE KRITIK DER MEDIENKRITIK. WERKANALYSE, NUTZERSERVICE, SALES PROMOTION ODER KULTURKRITIK?
edition medienpraxis, 2
2005, 408 S., Broschur
EUR 24,00 / sFr. 44,50
ISBN 3-931606-86-4

Dieter Prokop
DAS NICHTIDENTISCHE DER KULTURINDUSTRIE. NEUE KRITISCHE KOMMUNIKATIONSFORSCHUNG ÜBER DAS KREATIVE DER MEDIEN-WAREN
2005, 112 S., Broschur
EUR 17,00 / sFr. 29,10
ISBN 3-931606-90-2

Dieter Prokop
DER KULTURINDUSTRIELLE MACHTKOMPLEX. NEUE KRITISCHE KOMMUNIKATIONSFORSCHUNG ÜBER MEDIEN, WERBUNG UND POLITIK
Herbst 2005, ca. 220 S., Broschur
ISBN 3-938258-12-8

MEDIENKULTUR, KRITIK UND DEMOKRATIE
Der Douglas Kellner Reader
MEDIENSPEKTAKEL UND DIE KRISE DER DEMOKRATIE
Vortrag von Douglas Kellner auf der Frankfurter Buchmesse 2005

Douglas Kellner hält auf Einladung des Herbert von Halem Verlags einen Vortrag zum Thema *Medienspektakel und die Krise der Demokratie* auf der diesjährigen Frankfurter Buchmesse (19. Oktober 2005, 16 Uhr, Halle 3.1, hr Forum Literatur & Sachbuch). Gleichzeitig erscheint im Herbert von Halem Verlag der *Douglas Kellner Reader* (ISBN 3-931606-60-0) in dem zentrale Texte des renommierten Medienkritikers erstmals in deutscher Übersetzung vorgestellt werden.

<http://www.halem-verlag.de>