No. 11 / Juli 1994

Aviso

Informationsdienst der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

THEMA

Medientransformationen

Zehn Jahre dualer Rundfunk in Deutschland

Die Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, die vom 26. bis 28. Mai 1994 in München stattfand, analysierte den Medienwandel seit Einführung des privaten Rundfunks in der Bundesrepublik. Der folgende Beitrag ist eine Kurzfassung des Eröffnungsvortrags.

Ein weites Feld, fürwahr, wie der Bearbeiter selber zu spät merkte, d.h. nach der Annahme des Mandats, dieses Thema zur Eröffnung der Jahrestagung 1994 zu ergründen. Mehr als ein Strukturierungsversuch auf verschiedenen Ebenen ist beim gegenwärtigen Wissensstand denn auch nicht möglich, und auch dieser kann natürlich in einem hochideologisierten Diskussionsfeld bestenfalls mit partieller Zustimmung rechnen. Verwundert stellte ja ein Verantwortlicher der Wissenschaftlichen Gespräche zu Medienfragen der Bundesregierung fest, auch die Publizistikwissenschaftler hätten wie Kommunikationspolitiker argumentiert, nämlich mit Bekenntnissen für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk oder für eine Neuordnung des Rundfunksystems. Und auch nach einem Jahrzehnt Dualisierung desselben sind die Ansichten über Erfolg und Mißerfolg dieser institutionellen Umgestaltung der Medienlandschaft auch in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (PKW) durchaus kontrovers.

Diese Konstellation führt dazu, daß drei argumentationsleitende Thesen bzw. Annahmen der folgenden Analyse vorangestellt werden müssen, deren Ablehnung bereits vom Weiterlesen dieses Beitrags dispensiert:

1. Medien fungieren als problemlösende und -schaffende Systeme. Bei ihrer Transformation führen Optimierungen auf einer Dimension sehr oft zu Beeinträchtigungen auf einer andern.

2. Auch für Wissenschaftler gilt das Thomas-Theorem, daß wenn Menschen Situationen als wirklich definieren, sie in ihren Folgen wirklich sind; insofern wird ihre Theorienbildung vom disparitären Erfahrungswandel bei Medientransformationen und von Alltagstheorien mitbeeinflußt.

3. Die Dualisierung des deutschen wie anderer Rundfunksysteme bildet einen besonders aussagekräftigen Testfall für das gegenwärtige Leistungsvermögen der PKW, und die daraus zu gewinnenden Erkenntnisse eröffnen zugleich Chancen für ihre künftige Entwicklung.

Der problematische Zustand der Medienforschung als Teildisziplin der PKW macht es ferner unerläßlich, zuerst deren Hauptbegriff „Medium" zu reflektieren. Nur so kann das Basiskonzept „Medientransformation", unter dem die Dualisierung des Rundfunksystems hier anvisiert wird, sinnvoll erörtert und eingesetzt werden. Ohnehin wird bei

INHALT

Thema 1
Neue Bücher 4
Forschung 5
Tagungen 6
Essay 7
Didaktik 11
Selbstportrait 13
Arbeitsgruppen 14
Ausland 15

EDITORIAL

Die Medienentwicklung steht wie kaum ein Bereich sonst im Zeichen rasant zunehmender Beschleunigung: War von der Erfindung des Drucks mit beweglichen Lettern bis zur Erfindung der Telegraphie ein halbes Jahrtausend vergangen, so haben unsere ältesten Fachkollegen seit ihrer Kinderzeit in immer schnellerer Folge die Einführung des Hörfunks, des Fernsehens und der Computerkommunikation noch selbst erlebt.

Doch der nächste Entwicklungsschub kündigt sich bereits an: Die Schlagworte heißen digitale Kompression, interaktives Fernsehen, virtuelle Realität, und als Medium der Zukunft wird bereits der multifunktionale „TV-Video-Telefon-Radio-Game-Katalog-Bibliotheks-Einkaufs-Zeitungs-Datenbank-Computer" offeriert.

AVISIERT

„Kommunikationen" – so hießen früher die Verkehrswege der Händler. Als würde man sich auf diese alte Bedeutung des Begriffs Kommunikation besinnen, stammen auch die neuen Headlines aus dem semantischen Umfeld des Verkehrs – Beispiel: Communication Highway – und des Handels – Beispiel: elektronischer Supermarkt. Eher Probleme der Fülle als solche des Mangels stehen ins Haus.

Bereits Karl Valentin, in dem einige den größten bayerischen Medientheoretiker sehen, hat sich über die Vielfaltsproblematik Gedanken gemacht. In seinem Dialog „Beim Arzt" beschäftigt er sich – noch in Zeiten vor der Pressekonzentration – mit den aktuellen Druckerzeugnissen und gibt folgenden Rat „... Sie sollen halt weniger Zeitung lesen und dafür mehr Obst essen, denn Obst ist gesund." Ob dies heute noch hilft?

Walter Hömberg

dieser Themenstellung deutlich, wie ungesichert nach wie vor viele zentrale Konzepte der PKW, so namentlich „Wettbewerb", sind oder daß potentiell ergiebige, wie z.B. „Erfahrung", vernachlässigt werden. Die Dualisierung von Rundfunksystemen kann dabei als ein besonderer Fall gattungsspezifischer Medientransformation interpretiert werden, und zwar – gemäß Annahme 3 – nicht im Sinne von Vergangenheitsbewältigung, sondern als Vorarbeit zu einer Theorie von Medientransformation.

I. Medientransformation – Erfahrungswandel

In diesem Sinne werden zuerst grundsätzliche Aspekte von Medientransformation erörtert, um den konkreten Fall der Dualisierung des deutschen Rundfunksystems einordnen zu können.

Medientransformationen: Als synthetische Definition von „Medium" soll gelten: „Medien sind komplexe institutionalisierte Systeme um organisierte Kommunikationskanäle von spezifischem Leistungsvermögen." Damit sind die wichtigsten Dimensionen bezeichnet, die sich bei Medientransformationen verändern können. Medientransformationen sind dementsprechend mehrdimensionale Wandlungsprozesse. Sie sind auf unterschiedlichen Ebenen und von den verschiedensten Faktoren determiniert und daher auch nur bedingt steuerbar. Sie verlaufen denn auch vielfach disparitär, also mit je nach Mediendimension unterschiedlicher Geschwindigkeit. So ändert sich zwar z.B. die Institutionalisierungsform eines Rundfunksystems, die dort eingeschliffenen Produktionsroutinen bleiben indes noch längere Zeit dieselben.

Mediengenerationen: Medientransformation ist nicht nur ein systematisches bzw. strukturelles, sondern auch ein historisches Geschehen. Sie ist mithin jeweils unumkehrbar, hätte aber grundsätzlich auch anders verlaufen können. Die Dualisierung des deutschen Rundfunks resultierte aus bekannten strukturellen Trends, passierte aber zugleich in einer ganz spezifischen, unwiederholbaren Situation. Der informationsgesellschaftlich induzierte Medienwandel vollzieht sich nun so heterogen und disparitär, daß das herkömmliche Ordnungskonzept der Mediengeneration, wie es im Grunde auch noch auf die neuen Medien angewandt wird, an Wirklichkeitsgehalt einbüßt. Der Steuerungserfolg bei Medientransformationen kann unter diesen Bedingungen nur ein beschränkter sein.

Medienerfahrung: Fundamentaler Medienwandel geht mit veränderter Medienerfahrung zusammen, einem freilich von der PKW wenig berücksichtigten Sachverhalt. Dabei stellt Erfahrung einen strukturierenden Mechanismus der Aufnahme und Verarbeitung von Daten dar, der seinerseits als symbolisch generalisiertes Kommunikationsmedium wirksam wird. Die Medienverantwortlichen und Politiker kalkulieren ja die dominante Rundfunkerfahrung des Publikums in ihren Strategien zur Durchsetzung oder Verhinderung von Innovationen ein, wobei sich gegenwärtig eine minoritäre Perzeption von Rundfunk als Kommunikationsmedium und eine majoritäre als einer kommunikativen Ware abzeichnet.

II. Rundfunktransformation – Systemdualisierung

Als relevanteste Dimensionen dieses Systemwandels lassen sich der Regelungsaspekt, die neue Wettbewerbskonstellation und das vermehrte Bemühen der Beteiligten um öffentliche Zustimmung zur jeweiligen institutionellen Modalität erkennen. Die Gesamtkonstellation ist freilich so komplex, daß insbesondere Voraussagen über die Zukunft des dualen Systems mit vielen Unsicherheitsfaktoren belastet sind. Sicher ist nur, daß das neue System noch keinen Gleichgewichtszustand erreicht hat.

Regelungen: Die Dualisierung des Rundfunks als medienspezifischer Fall von Transformation kann nämlich auf längere Zeit nur eine instabile Regelungsstruktur zeitigen. Die steigende Werbeabhängigkeit und die zunehmende Internationalisierung des Rundfunks beeinträchtigen ja die Effizienz endogener Steuerungsmechanismen bei der Erreichung des angestrebten Ziels einer qualitativ befriedigenden Rundfunk-Grundversorgung unter gleichzeitiger Pluralisierung der Anbieter. Auch der Versuch der Illegitimierung von Rundfunkimporten als Beeinträchtigung nationaler kultureller Identität und des vergrößerten Einflusses der Wirtschaftswerbung als Schädigung von Programmqualität bleibt unter diesen Umständen weitgehend folgenlos. Die unterschiedlichen Rundfunkerfahrungen von Politikern und Publikum erschweren zudem einen Regelungskonsens und gleichfalls die je andere medienpolitische Gestaltungsmacht der involvierten Akteure, darunter auch die PKW. So verschiebt sich das medienpolitische Gewicht in Richtung der Rechtsprechung. Zwar wurde die PKW in der Vorbereitungs- und der Vollzugsphase herangezogen, die eigentliche Entscheidung über die Dualisierung fällte jedoch das politische System gemäß seiner eigenen Logik, d.h. überwiegend entsprechend Alltagstheorien.

Wettbewerb: Hierunter ist der Leistungskampf zwischen Wirtschaftseinheiten am Markt zu verstehen. Preiswettbewerb spielt vor allem bei Produkten eine Rolle, die von den Nachfragern als homogen perzipiert werden. Dabei kann es unter den Konkurrenten zu einem ruinösen gegenseitigen Unterbieten, wie bereits bei den Preisnachlässen auf dem deutschen Werbefernsehmarkt, kommen. Wettbewerbstheoretisch ist die dauernde Zunahme von Programmkonvergenz zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Sendern unwahrscheinlich. Da die Resultate von Wettbewerb, zumindest in neoliberaler Sicht, letztlich nicht prognostizierbar sind, mutet die Idealvorstellung einer geordneten Konkurrenz zwischen den zwei Systemen problematisch an, um so mehr, als deren Eigenrationalität und damit auch strategische Grundausrichtung aus strukturellen Gründen total verschieden ist. Auch weil die Wirkungskreise der beiden Systeme so völlig unterschiedlich sind, kann ihr institutionelles Zusammenfügen nur eine fragile Konstruktion etablieren, die durch verfassungsgerichtliche Interventionen von außen stabilisiert werden muß.

Trippelproduktion: Diese instabile Regelungskonstellation nötigt die Protagonisten der zwei Systeme zur Trippelproduktion von Programmen, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit. Das rückläufige Verständnis für die spezifische Aufgabe des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sowie die schwindende Bereitschaft, Anspruchs- statt Akzeptanzkultur zu rezipieren, erschwert diesem eine erfolgreiche PR-Arbeit, ganz abgesehen von der beschränkten Systemsteuerungskapazität derselben überhaupt. Da langfristig PR und Programm um der Glaubwürdigkeit von Sendern willen nicht allzu sehr divergieren können, zeichnen sich gegenwärtig Konvergenztendenzen in der Öffentlichkeitsarbeit beider Systeme in Richtung einer

allgemein akzeptablen populären Rundfunkkultur ab, gefolgt von einer gewissen Anhebung der Programmstandards einiger privater Anbieter. Später ist verstärkte Differenzierung der zwei Systeme zu gewärtigen.

III. Medientransformation – Wissenschaftswandel

Gemäß These 3 sollten wissenschaftspolitische Folgerungen aus dem Fall Dualisierung des deutschen Rundfunks und der Rolle, die die PKW dabei spielte, gezogen werden. Diese betreffen die Tauglichkeit des Konzeptes „Medientransformation" und die zeitliche und soziale Gesamtorientierung der Disziplin.

Medientransformation als Konzept der PKW: Medientransformationen, zumal die Umwandlung ganzer Systeme wie die Dualisierung des deutschen Rundfunks, eröffnen der PKW Chancen zur Entwicklung einer komplementären Optik zu ihrer dominierenden Orientierung an etablierten Zuständen. Unter dem Transformationskonzept wird zudem deutlich, daß disparitärer Medienwandel in Informationsgesellschaften die Regel ist, aber auch, daß Pilotprojekte keine experimentellen, sondern geschichtliche Systeme sind.

Reaktive und prospektive PKW: Auf diese Weise erhält die noch überwiegend reaktive Ausrichtung der PKW das nötige Gegenstück in einer Orientierung an möglichen bzw. zu gewärtigenden Zuständen. Dies hat der Dominanz von disparitärem Medienwandel entsprechend auf allen fünf Dimensionen von Medium, also hinsichtlich der technologischen Entwicklung, der institutionellen Regelung, der Organisationstransformation, der Komplexitätssteigerung bzw. -reduktion und der Veränderungen von Medienleistungen zu geschehen. Dazu bedarf es vor allem intensiverer Bemühungen um die Kommunikationsprognostik und der verstärkten Berücksichtigung innovationstheoretischer Erkenntnisse. So kann insbesondere das Leistungsvermögen des Faches als Planungswissenschaft vergrößert werden.

Autopoietische und angewandte PKW: Tendenzen zur Autopoiesis, d.h. zur Weiterentwicklung nach Maßgabe ihrer eigenen Struktur, müssen daher gleichfalls durch komplementäre Mechanismen der Ein- und Rückbindung in die gesellschaftliche Umwelt ausbalanciert werden. Dazu gehören auch die systematische Optimierung des Verhältnisses von universitärer (Grundlagen-)Forschung zu den verschiedenen Varianten angewandter Forschung, die dauernde Auseinandersetzung mit medienrelevanten Alltagstheorien und die Etablierung von Netzen sogenannter „boundary spanners", denen die Überbrückung der immanenten Kluft zwischen Wissenschaft und gesellschaftlicher Umwelt obliegt. Nur so kommen Grundlagenforschung und angewandte Forschung in ein optimales Verhältnis, ist die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft theoretisch kreativ und zugleich sozial dienlich.

Ulrich Saxer

INSTITUTE

Medien-Profis in den Startlöchern

Lehrstuhl für Sportpublizistik

Die Sport-Ressorts der Massenmedien gewinnen in einer an Fitneß und Freizeit orientierten Gesellschaft immer mehr an Bedeutung. Diesem Trend wird nun auch in der Ausbildung Rechnung getragen. Seit August 1991 ist der neue Lehrstuhl für Sportpublizistik am Institut für Sportpublizistik in Köln besetzt. Mit Josef Hackforth wurde ein Kommunikationswissenschaftler berufen, der sich seit langem in Forschung und Lehre mit dem Themenfeld Sport und Medien beschäftigt hat.

Heute sind am Institut neben dem Leiter insgesamt sechs Mitarbeiter tätig, deren Arbeit von elf Lehrbeauftragten unterstützt wird. Als Dozenten fungieren (Medien-)Wissenschaftler und erfahrene Journalisten aus der Praxis. Mittlerweile studieren knapp 300 Studentinnen und Studenten an der Sporthochschule Publizistik; die Kapazitäten und Ressourcen sind damit mehr als ausgeschöpft. In jedem Semester legen rund 25 Kandidaten ihre Diplom-Prüfung ab, die aus vier gleichwertigen Einzelteilen besteht: Kommunikationswissenschaft, Sportpublizistik, redaktionelle Praxis und Praktika. In diesen Arbeitsbereichen geht es um die Einführung in Funktionen und Strukturen massenmedialer Kommunikation, um die Darstellung, Vermittlung und Vermarktung des Sports in den unterschiedlichen Medien sowie die Produktionsweisen von Printmedien, Hörfunk und Fernsehen.

Das Studium der Sportpublizistik kann an der Deutschen Sporthochschule nach Abschluß des Vordiploms im Rahmen der Diplom-Sportlehrer-Ausbildung aufgenommen werde. Ein neues Curriculum für einen Studienschwerpunkt Sportpublizistik über acht Semester ist in Vorbereitung. Diese Aufwertung und Erweiterung des Faches soll auf die Anforderungen des Arbeitsmarktes sinnvoll reagieren.

Darüber hinaus wird im Herbst 1994 die soeben gegründete „Deutsche Sportjournalisten-Schule" in Köln die ersten Angebote für Sportjournalisten machen. In Kooperation mit interessierten Partnern soll versucht werden, die Fach- und Vermittlungskompetenz von Sportjournalisten kritisch zu reflektieren und konstruktiv zu schulen.

Aber nicht nur in der Lehre, auch in der Forschung wird das weite Spektrum der Sportpublizistik deutlich, so bei der Schriftenreihe des Instituts für Sportpublizistik, mit bisher drei Bänden zu den Themen Sportkommunikatoren, Konvergenz im TV-Sport und Sportsponsoring. Gerade erschienen ist unter der Verantwortung von Josef Hackforth und Christoph Fischer das „ABC des Sportjournalismus", das erste Lehrbuch für angehende Sportjournalisten.

Als Forschungsprojekt wurde bereits die erste repräsentative Umfrage unter Sportjournalisten in (Gesamt-)Deutschland durchgeführt; 1739 Antwortbögen beenden hier endlich die Spekulationen über die Berufsgruppe. Soeben beginnt eine groß angelegte internationale Untersuchung über „Medienbilder des Sports", an der sich fünf europäische Länder beteiligen.

Das Institut selbst präsentiert sich durch die Zeitschrift „sportPUBLIK", die mit Hilfe der hochschuleigenen DTP-Anlage produziert wird und in Konzeption und Layout zwischen einer traditionellen Semesterbroschüre und einer Sportzeitschrift angesiedelt ist. Knapp 1000 Exemplare werden mittlerweile verkauft.

Weitere Informationen sind zu erhalten beim Institut für Sportpublizistik der Deutschen Sporthochschule Köln (Carl-Diem-Weg 6, 50933 Köln).

Wolfgang Pütz

NEUE BÜCHER

Die nachfolgend angezeigten Monographien und Sammelbände von Mitgliedern sind in den letzten Monaten erschienen. Die Redaktion bittet um entsprechende Hinweise.

Blöbaum, Bernd: Journalismus als soziales System. Geschichte, Ausdifferenzierung und Verselbständigung. Opladen: Westdeutscher Verlag 1994

Böckelmann, Frank/Mast, Claudia/Schneider, Beate (Hg.): Journalismus in den neuen Ländern. Ein Berufsstand zwischen Aufbruch und Abwicklung. Konstanz: Universitätsverlag 1994 (= Medien und Märkte 4)

Bosshart, Louis/Hoffmann-Riem, Wolfgang (Hg.): Medienlust und Mediennutz. Unterhaltung als öffentliche Kommunikation. München: Ölschläger 1994 (= Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft 20)

Bruck, Peter A. (Hg.): Medienmanager Staat. Von den Versuchen des Staates, Medienvielfalt zu ermöglichen. Medienpolitik im internationalen Vergleich. München: R. Fischer 1994

Bruck, Peter A. (Hg.): Print unter Druck. Zeitungsverlage auf Innovationskurs. Verlagsmanagement im internationalen Vergleich. München: R. Fischer 1994

Erbring, Lutz/Diederich, Nils/Klingemann, Hans-Dieter (Hg.): Zwischen Wende und Wiedervereinigung. Vergleichende Analysen zur politischen Kultur in Ost- und West-Berlin 1990. Opladen: Westdeutscher Verlag 1994

Faulstich, Werner (Hg.): Grundwissen Medien. München: Fink 1994 (= Universitäts-Taschenbücher 1773)

Faulstich, Werner/Korte, Helmut (Hg.): Fischer Filmgeschichte. Band 1: Von den Anfängen bis zum etablierten Medium (1895-1924). Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag 1994

Fischer, Heinz-Dietrich (Hg.): American History Awards 1917 - 1991. From Colonial Settlements to the Civil Rights Movement. Letters and Arts. München u.a.: Saur 1994 (= The Pulitzer Price Archive, Part C, 7)

Fröhlich, Romy: Rundfunk-PR im Kontext. Historische und organisationstheoretische Bedingungen am Beispiel ARD. Opladen: Westdeutscher Verlag 1994 (= Studien zur Sozialwissenschaft 143)

Glotz, Peter/Thomas, Uwe: Das dritte Wirtschaftswunder. Aufbruch in eine neue Gründerzeit. Düsseldorf: Econ 1994

Hemels, Joan: Het nieuws samengepakt. Zwolle: Pers Unie 1994

Holgersson, Silke/Jarren, Otfried/Schatz, Heribert (Hg.): Dualer Rundfunk in Deutschland. Beiträge zu einer Theorie der Rundfunkentwicklung. Jahrbuch 1994 der Arbeitskreise „Politik und Kommunikation" der DVPW und der DGPuK. Münster, Hamburg: Lit Verlag 1994 (= Beiträge zur Kommunikation in Politik und Gesellschaft 3)

Hömberg, Walter/Tonnemacher, Jan (Hg.): Journalisten in der Medienkonkurrenz. Symposion zum zehnjährigen Bestehen des Diplom-Studiengangs Journalistik der Katholischen Universität Eichstätt am 16. Juli 1993. Eichstätt: Katholische Universität 1994 (= Eichstätter Materialien zur Journalistik 1)

Jarren, Otfried (Hg.): Medienwandel – Gesellschaftswandel? 10 Jahre dualer Rundfunk in Deutschland. Eine Bilanz. Berlin: Vistas 1994

Kunczik, Michael: Gewalt und Medien. 2., überarbeitete und aktualisierte Auflage. Köln, Weimar, Wien: Böhlau 1994

Lerg, Winfried B./Rieger, Angela/Schenkewitz, Jan: Bürgerfunk in Nordrhein-Westfalen. Studie zur Integrationsfähigkeit von 15%-Gruppen in kommerzielle Lokalradios in NRW. Opladen: Leske + Budrich 1994 (= Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen 10)

Ludes, Peter (Hg.): Erlebniskluft und Lebenshilfe. Siegen: DFG Sonderforschungsbereich 240, Universität/GH Siegen 1994 (= Arbeitshefte Bildschirmmedien 44)

Merten, Klaus/Schmidt, Siegfried J./Weischenberg, Siegfried (Hg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag 1994

Mettler-Meibom, Barbara/Banhardt, Christine (Hg.): Nahe Ferne – Fremde Nähe. Infrastrukturen und Alltag. Berlin: Edition Sigma 1993

Meyn, Hermann: Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland. Ergänzte und überarbeitete Neuauflage. Berlin: Spieß Edition Colloquium 1994 (= Zu Politik und Zeitgeschichte 24)

Mikos, Lothar: Fernsehen im Erleben der Zuschauer. Vom lustvollen Umgang mit einem populären Medium. München: Quintessenz 1994

Pürer, Heinz/Raabe, Johannes: Medien in Deutschland. Band 1: Presse. München: Ölschläger 1994

Rager, Günther/Weber, Bernd/Haase, Helga (Hg.): Zeile für Zeile. Qualität in der Zeitung. Münster, Hamburg: Lit Verlag 1994 (= Arbeitshefte zur Medienpraxis 2)

Sarcinelli, Ulrich (Hg.): Öffentlichkeitsarbeit der Parlamente. Politikvermittlung zwischen Public Relations und Parlamentsdidaktik. Baden-Baden: Nomos 1994

Schiwy, Peter/Schütz, Walter J. (Hg.): Medienrecht. Lexikon für Wissenschaft und Praxis. 3. Auflage. Neuwied: Luchterhand 1994

Schmidt, Siegfried J./Spieß, Brigitte: Die Geburt der schönen Bilder. Fernsehwerbung aus der Sicht der Kreativen. Opladen: Westdeutscher Verlag 1994

Schrape, Klaus/Hürst, Daniel: Bewertung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit eines Ballungsraum-Fernsehens in Hamburg. Ein Gutachten der Prognos AG. Berlin: Vistas 1994 (= Schriftenreihe der Hamburgischen Anstalt für neue Medien 10)

Schulze, Volker: Im Interesse der Zeitung. Zur Kommunikationspolitik des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger vom Ausgang der sechziger bis zum Beginn der neunziger Jahre. Frankfurt am Main: Institut für Medienentwicklung und Kommunikation 1994 (= Medienwissenschaftliche Reihe 2)

Sösemann, Bernd (Hg.): Theodor Wolff – Der Journalist. Berichte und Leitartikel. Düsseldorf: Econ 1994

Wunden, Wolfgang (Hg.): Öffentlichkeit und Kommunikationskultur. Stuttgart, Hamburg: Steinkopf 1994 (= Beiträge zur Medienethik 2)



FORSCHUNG

Kulturwissenschaft „revisited“

Cultural Studies auf dem Vormarsch

Vor elf Jahren wies ein Themenheft des „Journal of Communication“ mit dem bezeichnenden Titel „Ferment in the Field“ auf ein neues Forschungsparadigma in den Vereinigten Staaten hin, das immer mehr kommunikationswissenschaftlichen Publikationen als Grundlage diente: „Cultural Studies“. Das Heft war noch voller Legitimationsversuche für diesen Trend und um Abgrenzung gegenüber der dominierenden positivistischen und soziopsychologischen Forschung bemüht.

Heute dagegen präsentieren sich die Vertreter von Cultural Studies mit gestärktem Selbstbewußtsein. Selbst die Hochburgen der herkömmlichen sozialwissenschaftlichen Forschung kommen nicht umhin, den neuen Forschungstrend anzuerkennen. Überall tauchen einschlägige Seminare in den Vorlesungsverzeichnissen auf. Viele Stellenausschreibungen im akademischen Bereich verlangen Kenntnisse und Veröffentlichungen in diesem Gebiet. Eigene Konferenzen und unzählige Neuerscheinungen verweisen auf einen Forschungsboom.

Was verbirgt sich hinter Cultural Studies? Die Bewegung, die sich selbst gerne als inter- oder anti-disziplinär bezeichnet, erstreckt sich über verschiedene Disziplinen, z. B. Literaturwissenschaft, Linguistik, Kommunikationswissenschaft, Soziologie, Pädagogik, Film- bzw. Theaterwissenschaft, Geschichte und Ethnologie.

Gegen den Positivismus

Der Begriff, der der Bewegung ihren Namen gibt, stammt von dem Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS), das 1964 an der Universität von Birmingham in Großbritannien gegründet wurde. Richard Hoggart, Professor für Englische Literatur, leitete das Institut bis Ende 1968. Danach übernahm der Soziologe Stuart Hall bis 1979 die Leitung. Das kleine interdisziplinäre Institut widmete sich der kritischen Analyse der zeitgenössischen Kultur und Gesellschaft. Die Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen waren stark beeinflußt von philosophischen und wissenschaftstheoretischen Strömungen in Frankreich und Deutschland. Max Weber und Karl Marx wurden genauso rezipiert wie die Arbeiten der Frankfurter Schule, vor allem aber Lois Althusser, Jaques Lacan, Roland Barthes und Antonio Gramsci. Strukturalismus bzw. Post-Strukturalismus und Neo-Marxismus lieferten den epistemologischen und methodologischen Hintergrund. Die Arbeiten im CCCS richteten sich in aller Schärfe gegen die herkömmlichen positivistischen Sozialwissenschaften.

Obwohl die Wissenschaftler aus vielen Disziplinen kamen, bildete die kritische Auseinandersetzung mit den Massenmedien und ihrem Publikum einen Schwerpunkt der Forschung. Die meisten Mitglieder verstanden ihre Arbeit als aktiven politischen Auftrag.

In den Vereinigten Staaten taucht der Begriff Cultural Studies erst mit Verspätung auf. Traditionell tun sich die Universitäten im Kernland des Behaviorismus mit kritischen europäischen Paradigmen schwer. Noch immer kann eine zu auffällige Beschäftigung mit (neo-) marxistischen Ansätzen der Karriere abträglich sein.

So kam denn auch der Startschuß für den Umbruch aus einer anderen Ecke. 1975 veröffentlichte James W. Carey „A cultural approach to communication“. In diesem Aufsatz entwickelt der jetzige Dekan des College of Communications der Universität von Illinois in Urbana-Champaign seinen „ritual view of communication“. Er kritisiert die herkömmliche Kommunikationswissenschaft mit ihren Transmissionsmodellen. Stattdessen betont er die kollektiven und sozialen Aspekte von Kommunikation. Carey sieht Kommunikation zuerst als Mittel zur Sinnstiftung, als öffentliche Orientierung und Konstruktion von Wirklichkeit: „Communication ist a symbolic process whereby reality is produced, maintained, repaired and transformed.“ Er beruft sich auf Weber und Durkheim, bleibt aber weitgehend in der amerikanischen Tradition, vor allem den Arbeiten der Chicago School der sozialen Interaktion und des Pluralismus-Theoretikers John Dewey verpflichtet.

Careys Aufruf zum Umdenken fand in der Kommunikationswissenschaft anfangs nur zögernd Widerhall. Aber etwa seit Anfang der achtziger Jahre widmeten sich Projekte dem neuen Ansatz. Etwa zur gleichen Zeit wurde die britische Tradition für Amerika entdeckt. Vor allem Lawrence Grossberg (University of Illinois) und John Fiske (University of Wisconsin, Madison) erschlossen viele Arbeiten des CCCS für ihre amerikanischen Kollegen.

Kontroverse Debatten

Heute kristallisieren sich immer mehr zwei Pole heraus: die britische Tradition um Hall und Grossberg, die oft auch unter dem Namen „Critical Studies“ auftritt, und die amerikanische Version um James Carey. Vertreter beider Positionen liefern sich kontroverse Debatten. Den Critical Studies wird vorgeworfen, sie seien zu sehr marxistisch orientiert, zu negativ, ihre Analysen reduzierten komplexe soziale Prozesse auf die Konzepte von Macht, Klasse und ökonomische Gegebenheiten. Im Gegensatz dazu halten Kritiker den Vertretern der „gemäßigten“ Cultural Studies vor, ihre Forschung sei zu optimistisch, durch ihren idealistischen Kulturbegriff würden selbst Banalitäten oder offensichtliche soziale Diskrepanzen positiv interpretiert.

Ob kritisch oder gemäßigt, Cultural Studies haben auf jeden Fall den Forschungshorizont in den Sozialwissenschaften erheblich erweitert. Die Bewegung ermöglichte nicht nur die Auseinandersetzung mit den dominierenden Forschungsmethoden, sondern auch mit den Prinzipien und der Organisation in den Institutionen dieser Forschung. Kritik an amerikanischen akademischen Gepflogenheiten und am Wissenschaftsbegriff an sich steht oft im Mittelpunkt von Veröffentlichungen der Cultural Studies, deshalb auch der anti-

disziplinäre Anspruch. Dieser Ansatz arbeitet aber gleichzeitig auch interdisziplinär. Er befürwortet die sonst eher verpönte Übernahme von Konzepten aus anderen Disziplinen. Außerdem herrscht mit den Wissenschaftlern und Wissenschaftlerinnen der ähnlich interdisziplinär ausgerichteten „Women Studies" und „African-American-Studies" ein reger, wenngleich oft kontroverser Austausch. Neuerdings werden außerdem Theorien der Postmoderne und des sogenannten Post-Kolonialismus miteinbezogen.

Für die amerikanische Kommunikationswissenschaft bietet der Ansatz der Cultural Studies eine Hinführung zu qualitativen Methoden und zu neuen Konzepten. Bevorzugte Methoden sind hier vor allem „Textual Analysis", eine Art strukturalistische Untersuchung von Medieninhalten, außerdem „Ethnography", eine aus der kritischen Anthropologie übernommene Methode mit Elementen der Fallstudie und der teilnehmenden Beobachtung. Im Mittelpunkt vieler Untersuchungen steht die Frage, wie durch moderne Kulturinstitutionen Sinn und Realität konstruiert wird. Das beinhaltet auch die Analyse von sogenannten populären Kulturformen. Die oft reduzierte Vorstellung von Massenmedien wurde erweitert zu einem umfassenden Kulturbegriff. Dadurch wird nicht nur Kommunikation ganzheitlich als gesellschaftlicher Prozeß der Sinnstiftung („production of meaning") analysiert, sondern auch der auf Wirkungsforschung fixierten amerikanischen Kommunikationswissenschaft ein Weg aus der Sackgasse gewiesen.

Einschränkend muß jedoch gesagt werden, daß sich die traditionellen Institute für Mass Communication immer noch schwer tun mit Cultural Studies, obwohl in den USA der Anstoß dazu aus den eigenen Reihen kam. Interessanterweise werden die meisten einschlägigen Medienanalysen aus andern Disziplinen geliefert, während die Mass-Communication-Programme mit ihren Abteilungen für Print-Journalismus, Radio-/TV-Journalismus und Werbung/Öffentlichkeitsarbeit dem herkömmlichen Paradigma treubleiben. Elli Lester, Assistenz-Professorin für Werbung und PR an der Universität von Georgia, eine der wenigen Critical-Cultural-Vertreterinnen in ihrem Gebiet, betont: „American Mass Communication departments are not a haven for cultural studies. The dominant paradigm is still dominant!"

Elfriede Fürsich

TAGUNGEN

Die Zeitung als Quelle

Werkstattgespräch in Wien

„Das traditionsreiche Medium Zeitung verdient als politische Sozialisationsinstanz, zumal als Vermittlerin politischer Werte, besondere Aufmerksamkeit in historischer und systematischer Hinsicht." Mit diesen Worten kennzeichnete Ulrich Saxer in seinem Eröffnungsreferat das Anliegen einer Tagung, die von der Historischen Pressedokumentation der Österreichischen Akademie der Wissenschaften gemeinsam mit der Österreichischen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft veranstaltet wurde. Kommunikationswissenschaftler aus Deutschland, der Schweiz und Österreich waren am 8. und 9. April nach Wien gekommen, um mit Historikern, Politikwissenschaftlern, Soziologen, Germanisten und Linguisten Möglichkeiten neuer Technologien in der Quellenerschließung und -dokumentation sowie Anforderungen historisch-sozialwissenschaftlicher Methoden in der Presseauswertung zu erörtern.

Übereinstimmend stellten die Teilnehmer fest, daß die Erschließung der formalen und institutionellen Struktur der Zeitung dann qualitativ verbessert werden kann, wenn sie eng mit Forschungsinteressen verbunden ist und die Möglichkeiten der elektronischen Datenverarbeitung im Sinne einer Informationsmaximierung zu nutzen weiß. Angesprochen wurde auch das Problem der inhaltlichen Erschließung über lange Erscheinungszeiträume, für das vorerst die Erstellung von Indices als einzig realisierbare Lösung erscheint. Für eine Volltexterfassung müßten erst die technischen Voraussetzungen geschaffen werden, da der schlechte Zustand der überlieferten Zeitungsexemplare sowie die stark voneinander abweichenden historischen Schrifttypen das Einlesen der Texte derzeit noch erheblich erschweren.

Die Analyse des komplexen Zusammenhangs zwischen Medienrealität und sozialer Realität bildete das zentrale Thema der referierten Forschungsprojekte aus dem Bereich der Presseauswertung. In den insgesamt 28 Referaten wurde, wie Michael Schmolke resümierte, immer wieder hervorgehoben, daß nicht genug Anstrengungen gemacht werden können, die in ihrer historischen Entwicklung unglaublich vielfältige und heterogene Presselandschaft zu erschließen. Dies sei die Voraussetzung für systematische Analysen zur Bestimmung der gesellschaftlichen Funktion des Mediums Zeitung.

Gabriele Melischek/Josef Seethaler

NAMEN & NACHRICHTEN

Werner Früh hat einen Ruf auf den Lehrstuhl für Empirische Kommunikatons- und Medienforschung der Universität Leipzig angenommen.

Eckart Klaus Roloff wurde für seinen Beitrag „Vom Staat im Stich gelassen", erschienen im „Rheinischen Merkur" vom 25. Juni 1993, mit dem Theodor-Wolff-Preis ausgezeichnet.

Hans Bohrmann nimmt im Wintersemester 1994/95 eine Kurzzeitdozentur an der McGill University in Montreal wahr.

Konstanze Werner leitet die neu geschaffene Fernsehabteilung „Land und Leute" des SWF-Landesstudios Rheinland-Pfalz in Mainz.

Bernhard Debatin arbeitet seit April als Gastprofessor für Kommunikationstheorie und Semiotik an der Hochschule der Künste Berlin.

Günter Graf wurde zum neuen Vorsitzenden des Katholischen Instituts für Medieninformation gewählt.

Karin Böhme-Dürr vertritt die Professur für Kommunikationswissenschaft der Universität Bamberg.

Knut Hickethier hat den Ruf auf eine Professur für Neuere deutsche Literatur der Universität Hamburg angenommen.

Walter Hömberg wurde auf der Mitgliederversammlung in München erneut zum Vorsitzenden der DGPuK gewählt. Zu Stellvertretern wurden **Barbara Mettler-v. Meibom** und **Heinz Pürer** bestimmt.

ESSAY

Journalismus als Kulturleistung

Aufklärung, Wahrheitssuche, Realitätserkundung

Journalismus – dieser Begriff dient als Bezeichnung für sehr unterschiedliche Sachverhalte. Ohne vorher den in der wissenschaftlichen Prosa beliebten definitorischen Spitzfindigkeiten Tribut gezollt zu haben, reklamiere ich dieses Wort für einen Gegenstand, den zwar die ältere Zeitungswissenschaft noch kannte, der aber aus der sozialwissenschaftlichen Publizistik- und Kommunikationswissenschaft mehr oder weniger systematisch hinauseskamotiert wurde. Als Journalismus sei eine spezifische Kulturleistung begriffen – vergleichbar Literatur, Theater, Kunst, Philosophie oder Wissenschaft. Wegen der Plausibilität dieser Analogie halte ich mich auch zum Wort „Kultur" nicht bei begriffsklärenden Präliminarien auf. Nur so viel: Indem Journalismus diesen unbestrittenen traditionsreichen Kulturleistungen hinzugefügt wird, soll postuliert werden, daß Journalismus, der den Rang einer Kulturleistung hat, nicht terminologisch zur „Literatur" geadelt werden muß, um seinen ästhetischen und intellektuellen Rang angemessen zu benennen.

Darin steckt auch ein wissenschaftsgeschichtliches und ein wissenschaftspolitisches Moment: Daß ein Journalismus, der – wie immer definierte – hohe Qualitätsansprüche einlöst, von der Literaturkritik, Literaturwissenschaft und Literaturgeschichte ganz einfach usurpiert wird, ist aus der Sicht dieser Disziplinen ganz verständlich, sollte aber aus der Sicht unserer Disziplin endlich wieder problematisiert werden. Zumindest sollten sich diejenigen unter uns gegen diesen Gegenstandsraub wehren, denen es mit einem (Aus-)Bildungsanspruch für den journalistischen Nachwuchs ernst ist.

Manche Verfasser von Journalismus-Lehrbüchern gleichen Literaturtheoretikern, die noch nie einen Lyrikband gelesen haben und es hassen, ins Theater zu gehen

Nur in wenigen einschlägigen Lehrbüchern findet man heute Passagen, die so etwas wie Sensibilität für journalistische Qualität verraten. Eher schon fragt man sich, ob die Verfasser nicht Literaturtheoretikern gleichen, die noch nie einen Lyrikband gelesen haben und es hassen, ins Theater zu gehen. Das Axiom dieser Ignoranz lautet: In den Medieninstitutionen der Gegenwart hat die redaktionelle Arbeit das Schreiben und sonstige genuine Elemente des Journalismus zum Absterben gebracht. Dazu fällt mir Max Weber ein, der vor Jahrzehnten in seinem Vortrag „Politik als Beruf" formulierte: „Der Journalist ... gehört zu einer Art von Pariakaste, die in der ‚Gesellschaft' stets nach ihren ethisch tiefstehenden Repräsentanten sozial eingeschätzt wird. Die seltsamsten Vorstellungen über die Journalisten und ihre Arbeit sind daher landläufig. Daß eine wirklich *gute* journalistische Leistung mindestens soviel ‚Geist' beansprucht wie irgendeine Gelehrtenleistung ... ist nicht jedermann gegenwärtig."

In der Tat: Die seltsamsten Vorstellungen über den Journalismus sind nicht nur landläufig, sondern wissenschaftsgängig. Unsere Wissenschaft verfährt offensichtlich ganz ähnlich und übersieht über der massenhaften Routine des medialen Alltags, daß es – aus diesem Alltag herauswachsend und neben ihm – noch etwas ganz anderes gibt: genuine, will heißen selbstschöpferische Leistungen von unzweifelhaft identifizierbaren Individuen, die im Laufe längerer Karrieren beachtliche „Werke" zustande bringen, wo sich Leben und Werk schließlich zu einer Biographie fügen und auch so etwas wie ein journalistischer Kanon sichtbar wird, dem dieses Werk angehört. Mangels journalismusgeschichtlicher Forschung ist dieser Kanon bislang teils noch verborgen und jedenfalls verschlampt. Walter Hömberg und andere haben es oft genug beklagt: Wir schreiben zwar Medien-, aber keine Journalismusgeschichte. Die klassischen Kulturwissenschaften dagegen konstituieren sich geradezu über die historische Darstellung und Analyse literarischer und künstlerischer Werke.

Ich plädiere also für eine begriffliche Differenzierung und Präzisierung. In der vorwissenschaftlichen Alltagsbeobachtung, die auch durch zahlreiche Untersuchungen bestätigt wird, erscheint der Journalismus – jetzt im weitesten Sinne des Wortes – zunächst einmal als eine Mediendienstleistung, als die redaktionelle Vermittlung dessen, was von den gesellschaftlichen Kräften verlautbart wird. In dieser Funktion sind die Massenmedien zu großen bürokratischen Systemen geworden, die die Verwaltung unserer kommunikativen Daseinsvorsorge im Alltag von Beruf, Politik, Kultur und Freizeit besorgen. Diese Institutionen sind nötig geworden, um einer hoch organisierten, arbeitsteiligen Gesellschaft die Kommunikation untereinander zu ermöglichen. Die Redakteure sind gewissermaßen die Verkehrspolizisten in diesem täglichen Nachrichtenverkehr, die Medien seine Straßen, seine Kanäle. Erst so wird Öffentlichkeit hergestellt für Parlamentssitzungen, Presseverlautbarungen, Preisverleihungen, Konferenzen, Demonstrationen, Auslandsreisen, Gipfeltreffen, Terrorakte, politische Programme, Positionspapiere, Enqueten und Versammlungen – dieses nie versiegende Medien-Quellen-System unseres Zusammenlebens im Ablauf der Zeit, die ununterbrochen neue Probleme heranführt.

Wie Inhaltsanalysen zeigen, sind es vor allem die tagesaktuellen Medien, die dieses Transportmittel einer – außerhalb der Massenmedien, aber mit Bezug auf ihr Funktionieren – professionell hergestellten Öffentlichkeit abgeben. Wenn sie mehr als passive Dienstleister sein wollen, dann verhalten sie sich so, wie Bert Brecht in seiner utopischen Radiotheorie sich das in den dreißiger Jahren vorstellte, nämlich daß „die Berichte der Regierenden in Antworten auf die Fragen der Regierten" verwandelt werden. Aber es bleiben Berichte der Regierenden.

In den Programmrichtlinien und in der Programmphilosophie öffentlich-rechtlicher, gesellschaftlich kontrollierter Rundfunkanstalten sind solche Vorstellungen institutionelle Gestalt und Praxis geworden. Auch die meisten Tageszeitungen haben sich diesem Vermittlungsprinzip angepaßt, und der

Erfolg mancher Wochenperiodika ist ebenfalls darauf zurückzuführen, daß sie sich als Forum gesellschaftlicher Kommunikation verstanden und verstehen. Es zeugt von Naivität oder doch undifferenzierter Analyse, daß diese Entwicklungen zunächst unbegriffen blieben und mit Begriffen wie Verlautbarungs-, Termin-, Fertigprodukt- oder Sprachrohrjournalismus kritisiert wurden. Hier geht es um die universellen Öffentlichkeitsansprüche einer demokratischen Gesellschaft und ihrer zahllosen Subsysteme. Mit Interview, Statement, Gespräch, Talkshow und ihren medienspezifischen Varianten halten Zeitungen, Radio und Fernsehen die sachgerechten Vermittlungsformen dafür bereit. Ein historischer Vergleich würde gewiß ihren heute inflationären Gebrauch gerade auch in den gedruckten Medien nachweisen können. „Genuiner Journalismus" ist nur ein Phänomen unter vielen, die von diesen Medien vermittelt werden.

Vom Geschäft der Allround-Reporter setzt sich der dokumentarische Fernsehjournalismus durch vielerlei Charakteristika ab, die alle auf den besonderen Werkcharakter dieser Produkte hinauslaufen

Diese Kritik an einer redaktionellen Arbeit, die sich weitgehend auf Vorfabriziertes stützt, übersah auch die Qualitätssteigerung der Öffentlichkeitsarbeit in den vergangenen Jahrzehnten. Diese Profession ist sich ihrer Verantwortung für die Qualität der öffentlichen Information – trotz aller Interessensteuerung – offensichtlich klar geworden. Wenn immer mehr entsprechende Einrichtungen entstanden sind und die schon vorhandenen sich personell erweitert haben, so steckt darin gewiß auch ein manipulatives Gefahrenpotential. Da damit aber auch ein deutlicher Wandel im Selbstverständnis von Öffentlichkeitsarbeit einherging, garantiert uns deren Zusammenspiel mit den Medien, daß wir heute mehr „Berichte der Regierenden" erhalten denn je.

Eine andere Entwicklung kam hinzu: Nicht nur von oben, von den großen, professionelle Öffentlichkeitsarbeit treibenden Institutionen her, sondern auch von unten, von den Bürgerinitiativen und Protestbewegungen und von artikulationsfähigen einzelnen Menschen her, sind die Vermittlungskapazitäten der Medien immer stärker in Anspruch genommen worden. Seit fast drei Jahrzehnten kann man geradezu von einer journalistischen Basismobilisierung sprechen, von einer partizipatorischen Evolution, die von den Straßendemonstrationen über Unterschriftenaktionen und Volksbegehren bis zu den Buchveröffentlichungen abtrünniger Insider der Pharmaindustrie, der Kirchen oder der Großforschung reicht.

Werden die Kommunikationsbedürfnisse einer modernen Gesellschaft angesichts all dieser Sachverhalte durch eine fair und objektiv funktionierende redaktionelle Vermittlungsarbeit nicht hinreichend befriedigt? Ist daneben und zusammen damit Journalismus noch notwendig als eine autonome, professionelle Leistung? Erst mit einer inhaltlich differenzierenden Antwort identifizieren wir, was Journalismus als eine Kulturleistung ausmacht und was jedenfalls nicht einfach mit den alltäglichen Medieninhalten gleichgesetzt werden kann.

Aber läßt sich ein solcher „Werk"-Begriff überhaupt auf Journalismus anwenden? Ich plädiere für ein „Ja", zunächst einmal anhand ganz äußerlicher Merkmale: Im Urheberrecht gelten journalistische Produkte selbstverständlich als Werke, selbst wenn ihnen auch nur rudimentär schöpferischer Charakter zukommt. Schon seit dem Ende des 18. Jahrhunderts hatten Journalisten das Bedürfnis und Verleger das unternehmerische Gespür, verstreut erschienene Produkte „in ein Buch zu versammeln" (Alfred Polgar). Bei nicht wenigen der „großen" Journalisten wurden daraus – manchmal zu Lebzeiten, jedenfalls aber nach dem Tode – Werkausgaben und, sozusagen als Krönung in der Akzeptanz einer Kulturleistung, Gesammelte Werke.

Ohne daß unsere Wissenschaft, wie es in den hier als Referenz herangezogenen Disziplinen ganz selbstverständlich der Fall ist, dies editorisch oder journalismuskritisch begleitet hätte, gibt es auch auf dem zeitgenössischen Büchermarkt jährlich Hunderte von Einzelausgaben als Neuerscheinungen, Dutzende von Dauersellern und einige große Werkausgaben, die seit Jahrzehnten auf dem Markt sind. Die hier gemeinten Namen – Egon Erwin Kisch oder Karl Kraus, Alfred Polgar oder Kurt Tucholsky – verweisen freilich auf ebenso viele editorische Lücken.

Derzeit verdanken wir die Präsenz journalistischer Werke dem Zufall der Rechteverwertung oder unternehmerischer Spurensuche. Andere Autoren, deren journalistische Größe der der genannten kaum nachsteht, sind nur Insidern bekannt. Dank der Sensibilität und Aufmerksamkeit der Literaturhistoriker und Literaturwissenschaftler darf man zwar ziemlich sicher sein, keinen weiteren Joseph Roth oder Carl von Ossietzky zu entdecken, aber selbst so bekannte Figuren wie Theodor Herzl, Maximilian Harden oder Theodor Wolff sind keineswegs so präsent, wie ihr Werk es verdienen würde. Von einer Jahrhundertfigur wie Max Winter (1870-1937) ganz abgesehen, der als Sozialreporter – schon aufgrund der Zahl seiner Werk – alle anderen übertrifft, die sich um dieses Genre bemüht haben.

Ein erster großer Versuch, dieser Ignoranz gegenüber journalistischen Werken und dieser Vergeßlichkeit gegenüber einem weit zurückreichenden Kanon von Journalismus zu begegnen, wurde zwar immer wieder aufgelegt und fand die Beachtung eines interessierten Publikums, blieb aber publizistik- und kommunikationswissenschaftlich so gut wie unbeachtet: die von Egon Erwin Kisch herausgegebene Anthologie „Klassischer Journalismus – Meisterwerke der Zeitung", erstmals 1923 erschienen und in dieser Ausgabe immerhin 763 Druckseiten umfassend. Der Herausgeber, damals auf dem Höhepunkt seines journalistischen Erfolges, versah die von ihm versammelten Texte mit einleitenden Bemerkungen. In der Fülle seiner Etikettierungen, seiner Metaphern und seiner analytischen Bemerkungen sind diese Einleitungen – würde man sie in systematischer Absicht rekonstruieren – noch immer die brillianteste Theorie des Journalismus, über die wir heute verfügen. Bloß: Wir machen nicht von ihr Gebrauch. So ist der Journalismus als Produkt in der deutschsprachigen Welt bis heute eine (um Otto Groth abzuwandeln) „unerkannte Kulturleistung" geblieben.

Dies waren nun bewußt historische Beispiele. Die gegenwärtigen lassen sich täglich, wöchentlich, monatlich als Lese-, Hör- und Sehfrüchte sammeln. Dem Zufall einer redaktionellen Idee verdanken wir einen besonders interessanten Nachweis des Werkcharakters einer ganzen Sparte im Fernsehprogramm der vergangenen Jahrzehnte. 1986 startete die Redaktion der Rundfunkseite der „Süddeutschen Zeitung" ei-

ne Folge von Artikeln mit dem Serientitel „Dokumentarisches Fernsehen". In drei Jahren erschienen dort 78 Porträts von Journalisten und Dokumentarfilmen; 48 dieser Porträts wurden später in einem Buch von Cornelia Bolesch zusammengestellt. Schon die Fülle der Namen verblüffte sogar die Kenner der Branche, aber noch mehr Erstaunen erregte die hier erstmals systematisch dokumentierte Tatsache, daß das öffentliche Fernsehen in Deutschland über Jahrzehnte hinweg die institutionellen Voraussetzungen – oft gegen viel Widerstand – in sich barg für großen audiovisuellen Journalismus.

Daß dieses Buch auch zu einem zumindest vorläufigen Abgesang auf eine ganze Epoche wurde, ist unübersehbar. Vom Geschäft der Allround-Reporter setzt sich der dokumentarische Fernsehjournalismus durch vielerlei Charakteristika ab, die alle auf den besonderen Werkcharakter dieser Produkte hinauslaufen. So entwickelten sich Kontinuitäten beispielsweise in der Geschichtsdarstellung, der Erforschung von Regionen, der ökologischen Alarmierung, der hartnäckigen Investigation, der Porträtjournalistik von Individuen oder Gruppen und aller nur denkbaren Probleme und Themen.

Die Darstellungen werden in diesem Buch nach verschiedenen Schwerpunkten gegliedert. Einer ist überschrieben „Handschriften". Da findet sich dann z.B. Ralph Giordano porträtiert, der bis zu seiner Pensionierung 1988 über 100 Fernsehfilme gemacht hat. In diese Rubrik fällt auch ein Georg Stefan Troller, der mit seinen Sendereihen „Pariser Journal" und „Personenbeschreibung" eine unnachahmliche Handschrift fand. Und da wird Gordian Troeller analysiert, der neben Reportagen aus aller Welt von 1974 bis 1979 eine Fernsehserie „Im Namen des Fortschritts" erarbeitete, die – ebenso wie die Serie „Kinder der Welt" – kosmopolitischen Journalismus realisierte.

Aber nicht nur die „Handschriften", auch die anderen Porträts sind eine Fundgrube für journalistische Kulturleistungen mit den Mitteln des Fernsehens. Es ist ein der Medienspezifik des Fernsehens geschuldeter Jammer und der Schlamperei der Anstalten zuzuschreiben, daß sie nicht ebenso wie die Werke von schreibenden Journalisten ganz selbstverständlich ediert werden können. Dann würde erkennbar, daß nicht nur der Journalismus der Zeitungsepoche wert ist, in Werkausgaben gesammelt zu werden.

Was oben von den institutionellen Voraussetzungen gesagt wurde, muß relativiert werden: Die einzelnen Porträts und die Einführung von Cornelia Bolesch machen deutlich, daß es dem Dokumentarfilm im Apparat Fernsehen an einer Unterstützung fehlt, wie sie anderen Ressorts zuteil wird. So sind diese audiovisuellen Kulturleistungen dem Engagement einzelner und wohl auch manchem Zufall zu verdanken. Aber gerade das bestätigt, wie sehr wir unseren Blick verengen, wenn wir nur noch auf die wissenschaftliche Suche nach dem organisatorischen Journalismus und den institutionellen Imperativen gehen.

Der intellektuellen Redlichkeit halber gilt es immerhin einen Beleg zu zitieren, der der herrschenden Ignoranz widerspricht: In einer Skizze zur „Theorie der journalistischen und publizistischen Darstellungsformen" spricht Hans Wagner 1977 von der „kulturschöpferischen Leistung des Journalismus", die für ihn darin besteht, daß dieser immer neue Darstellungsformen herausgebildet hat. Das ist mir aber zu eng gesehen. Journalismushistorisch geht es auch darum, daß sich diese kulturelle Leistung spätestens seit dem 18. Jahrhundert genuin auch auf die Eroberung immer neuer Welten der Wirklichkeit und auch auf spezifische Methoden der Realitätserkundung bezogen hat.

Genau diese Trias aus spezifischen Formen, Methoden und der damit möglichen Erkundung von Realität macht Journalismus als Kulturleistung aus – in historisch durchaus wandlungsreichen Konkretisierungen. Wie auch in der Literatur oder der Musik erweisen sich dabei vor allem die Formen, die Gattungen als starke, überlebensfähige Imperative.

Und ebenso bestimmend für Journalismus wurde ein anderer Imperativ, der zu einem die Jahrhunderte überdauernden, universellen Ziel von Journalismus wurde: die Wahrheit. Nichts weniger als dieser – philosophisch und erkenntniskritisch so uneinlösbare – Anspruch steht am Anfang eines Werkes, aus dem der moderne Journalismus vor nun fast 300 Jahren sich entwickelte: In England vor und nach 1700 wird von Daniel Defoe, konsequenter als von allen seinen Zeitgenossen und um mehr als ein Jahrhundert früher als im deutschsprachigen Raum, der Schritt von der Fiktivität zur Faktizität getan und die Schnittmenge zwischen beiden systematisch verkleinert. Damit greift er Impulse der zeitgenössischen Erkenntnistheorie eines John Locke auf.

Wahrheit mittels Realitätserkundung – das bleibt seitdem eine der Kulturleistungen, die für Journalismus konstitutiv ist und die wir von Journalismus erwarten dürfen. Dazu bedarf es institutioneller Vorbedingungen und diese können günstiger oder ungünstiger für die Entstehung und eine auf Dauer gestellte Möglichkeit von Journalismus sein. Die wichtigste Bedingung ist ebenso schlicht wie folgenschwer: Ohne Demokratie keine breite Kultur des Journalismus. Aber der Umkehrschluß allein wäre auch zu schlicht. Journalismus bedarf darüber hinaus konkreter institutioneller Vorbedingungen, also einer Medienlandschaft, die ihn strukturell ermöglicht. Anläßlich einer der immer wieder virulenten Auseinandersetzungen zwischen einem einzelnen Journalisten oder einer einzelnen Journalistin und dem Verlag bzw. der Chefredaktion seines/ihres Mediums formulierte Herbert Riehl-Heyse vor kurzem: „Die wichtigste Voraussetzung für großen Journalismus ist, daß man ihn erst einmal ermöglicht." Das könnte ein spannendes Forschungsvorhaben sein: die institutionellen Bedingungen für Journalismus erkunden!

Wahrheit mittels Realitätserkundung – das bleibt eine der Kulturleistungen, die für Journalismus konstitutiv ist und die wir von Journalismus erwarten dürfen

Daniel Defoe und die Folgen – das sind vor allem Recherche und Investigation als journalistische Methoden. Der Anspruch auf Augenzeugenschaft und ebenso auf Ohren- und Nasenzeugenschaft findet sich schon in journalistischen Dokumenten am Ende des 18. Jahrhunderts. Sie wurden zur Grundlage der Reportage und damit der wirkungsvollsten und populärsten modernen journalistischen Darstellungsform. Groß ist hier die Nähe zur Sozialforschung, aber beide gingen seit Ende des 19. Jahrhunderts doch unterschiedliche Wege. Wolfgang Bonß erwähnt in seinem Buch mit dem schönen Titel „Die Einübung des Tatsachenblicks", daß den Soziologen die Monographie, die Methode der teilnehmenden Beobachtung und die „lokale autoptische Erkundigung" (wie Max Weber das nannte) nicht zur „normal science" wurden. Dafür

wurden diese methodischen Vorgehensweisen – so läßt sich auch ohne nähere journalismushistorische Forschungen feststellen – zur Methode des „normal journalism".

Mit großem Pathos reklamiert Max Winter in einem Beitrag aus dem Jahre 1914 mit dem Titel „Die Lokalredaktion" diesen Anspruch auf journalistische Autopsie: „So muß der Berichterstatter sein, soll er taugen. Überall eindringen, selber neugierig sein, um die Neugierde anderer befriedigen zu können; alles mit eigenen Augen schauen und was man sich nicht zusammenreimen kann, durch Fragen bei Kundigen herausbekommen, dabei aber nie vergessen, mit welchen persönlichen Interessen der Befragte an die Sache gekettet ist, und danach die Antwort einschätzen, werten, anwenden. Nie etwas besser wissen wollen, erst sich belehren lassen durch das Geschaute und Erfragte, Beobachtete und Nachgelesene, dann aber ein eigenes Urteil bilden." Und dann noch professionell-praktischer: „Überall eindringen ist das Wichtigste, die Redaktion ist nur Papier, das Leben ist draußen: auf der Straße, in den Fabriken und Werkstätten, in den öffentlichen Gaststätten, in den Häusern und Wohnungen, auf den Sport- und Spielplätzen, in den Gerichtssälen, in den Polizeistuben, auf den Rettungswachen, in den Spitälern, Waisen- und Armenhäusern, in den Gefängnissen, in den Gemeindestuben und es geht Tag und Nacht seinen Gang unter dem Pflaster, auf ihm und über ihm, und mitten im Strom dieses Lebens soll der richtige Berichterstatter schwimmen, er soll vor allem die Stadt kennen, in der er wirkt und er soll all ihren tausend Geheimnissen, Ungereimtheiten, all dem Unrecht und der Bedrückung, daß in ihr Herberg hat, nachforschen und er wird nicht fertig werden bis an sein Lebensende."

„... die Redaktion ist nur Papier, das Leben ist draußen: auf der Straße, in den Fabriken und Werkstätten, in den öffentlichen Gaststätten, in den Häusern und Wohnungen, auf den Sport- und Spielplätzen, in den Gerichtssälen..."

Ich halte es für höchst ergiebig, sich in historischen Längsschnitten der Thematik zu versichern. Nach dem englischen Empirismus ist es die französische Aufklärung, die methodisch und philosophisch journalistische Kulturleistungen ebenso ermöglichte wie forderte. Hier wird mit dem Prinzip „Kritik" Grund gelegt für ganze Kontinente des modernen Journalismus. In der kontinuierlichen kritischen Auseinandersetzung mit anderen Kulturleistungen wird der Journalismus – profilierter als etwa auf dem Gebiete der Politik – selbst zur Kulturleistung. Aus „Kritik als Beruf" entstehen bis heute viele der profiliertesten journalistischen Werke. Hier wurde auch zuerst und bis heute ganz konsequent das werkfeindliche Prinzip der Anonymität durchbrochen.

Die Folgen der Aufklärung – das ist das 19. Jahrhundert des deutschsprachigen Journalismus. In der monumentalen dreibändigen Darstellung der „Biedermeierzeit" des Literaturhistorikers Friedrich Sengle finden sich zahlreiche Hinweise auf einen journalistischen Kanon, der erst wiederzugewinnen wäre. Und wie eine Ausstellung in Augsburg in diesem Frühjahr zeigte, lassen sich selbst bei einer scheinbar so ausgeforschten Figur wie Heinrich Heine noch Entdeckungen machen. Seine Berichte für die „Augsburger Zeitung", unter dem Titel „Lutetia" von Heine auch als Buch herausgebracht, sind bis heute Meisterwerke des modernen Journalismus geblieben. Sie entstanden, wie Heinrich Heine in seinem Zueignungsbrief selbst schreibt, aus einer „unwandelbaren Liebe für die Sache der Menschheit, für die demokratischen Ideen der Revolution" und gewannen daraus ihre „strengste Einheit". So läßt sich aus diesem Werk, das die Emanzipationsgedanken der Aufklärung, der französischen Revolution als journalistisches Denken und als journalistisches Handwerk weiter entwickelte, lernen, aus welchem Pathos Journalismus sein Selbstverständnis gewinnt.

Eine adäquate Darstellung der bis hier angedeuteten Sachverhalte erforderte monographisches Format. Und das gleiche gilt noch für eine Reihe weiterer Überlegungen, die aus der Thematisierung von Journalismus als Kulturleistung sachlogisch abzuleiten wären. Nur noch ein paar Beobachtungen und Fragen seien angefügt:

❑ Eindrucksvolle journalistische Kulturleistungen würden erkennbar, wenn man eine Geschichte und Theorie der journalistischen Opposition erarbeitete.

❑ Welche leistungssensible Aufmerksamkeit widmen wir, jenseits aller Kritik am real existierenden täglichen Redaktionsoutput, den heute produzierten Beispielen für großen Journalismus, die – ganz im Sinne von Herbert Riehl-Heyse – von den unterschiedlichsten Medien ermöglicht werden? Als welch eine Sensation würde beispielsweise ein vergleichbarer literarischer Vorgang in der Literaturkritik wahrgenommen wie die Tatsache, daß das Nachrichtenmagazin „Der Spiegel" in seiner Ausgabe vom 17. Februar 1994 als Titelgeschichte eine Reportage von nicht weniger als 18 Seiten Text und Bild von Marie-Luise Scherer brachte?

❑ Lassen wir unser flaches Verständnis von Journalismus auch nur an der Oberfläche von der Tatsache ankratzen, daß z.B. in der von Hans Magnus Enzensberger herausgegebenen Buchreihe „Die andere Bibliothek" regelmäßig die Werke in- und ausländischer Journalistinnen und Journalisten von Rang erscheinen – und damit in einem intellektuellen Kontext, der den kulturellen Anspruch einfach aus verlegerischem Kalkül dokumentiert? Immerhin widmete die „Frankfurter Allgemeine Zeitung" einem dieser Bände, den „Deutschen Sitten" von Gabriele Goettle, eine umfangreiche Besprechung.

Ich empfehle einen Blick in die Institutsbibliotheken: Wo stehen da die „Sammlung Journalismus" mit den Buchneuerscheinungen journalistischer Produkte, wo die Videothek „Dokumentarisches Fernsehen", wo die „Gesammelten Werke" von Ludwig Börne, Heinrich Heine, Karl Kraus, Alfred Polgar und und und? Ich befürchte, in den meisten Fällen: Fehlanzeige. Und ich hoffe, daß wir diesen dramatischen Wahrnehmungsverlust, der uns als Disziplin irgendwann auf dem Wege von der Zeitungs- zur Kommunikationswissenschaft wie eine intellektuelle Krankheit angefallen hat, auch wieder überwinden können.

„Ein Dichter braucht Ahnen." Diesen Satz notierte Elias Canetti. Und Hilde Spiel meinte: „Wie lernt man schreiben? Indem man viel liest." Solange die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft sich nicht auch – und wieder – als eine Kulturwissenschaft begreift und ihre Aufgaben der Kanonbildung und der Werkedition ignoriert, versäumt sie es, an der Bedingung der Möglichkeit von Journalismus mitzuwirken.

Auch für einen Journalisten gilt: Er braucht Ahnen.

Wolfgang R. Langenbucher

DIDAKTIK

Medien vor Gericht

Rollenspiele in der Aus- und Weiterbildung

Mehr denn je ist in der Aus- und Weiterbildung didaktische Kreativität bei der Entwicklung teilnehmerorientierter Lehr- und Lernformen gefordert, und mehr denn je ist deshalb der Austausch über Erfahrungen und Ideen vonnöten. Der folgende Beitrag knüpft an die Diskussion über Didaktik und Lehre in AVISO an und plädiert dafür, das Rollenspiel als aufwendige, aber ertragreiche Lernform zu nutzen.

Ein ernstes didaktisches Problem bei den einwöchigen Präsenzseminaren der Journalisten-Weiterbildung an der Freien Universität Berlin besteht darin, daß am Ende die Inhalte des Seminars disparate Elemente zu bleiben drohen und oft nur unzureichend ein themenspezifisches Strukturwissen aufgebaut werden kann; daß zwar Fakten und verschiedene Erklärungsansätze vermittelt werden können, nicht aber die Brücke zum Handeln und Entscheiden geschlagen wird; kurz: daß sich die überkommenen Denkstrukturen der Teilnehmer als außerordentlich „überlebensfähig" erweisen.

Probehandeln

Es ist folglich notwendig, die unterschiedlichen Aspekte des behandelten Themas am Ende des Seminars zu bündeln und so den Teilnehmern die Gelegenheit zu geben, die gemachten Erfahrungen und ihre eigene Position zu resümieren und zuzuspitzen. Um dieses Problem anzugehen, haben wir in einigen Seminaren mit Rollenspielen experimentiert. Insgesamt ist die Bilanz positiv, das heißt dem hohen, aber vertretbaren Aufwand steht ein hoher, anders wohl nicht erreichbarer Ertrag gegenüber.

Ein Rollenspiel bietet den Seminarteilnehmern die Gelegenheit, ihre Kenntnisse und Einstellungen zu erproben und miteinander zu konfrontieren. Es bietet dafür besonders gute Voraussetzungen, weil es eine Art „Probehandeln" ermöglicht. Dies fordert, weil eine reale Konstellation simuliert wird, also Rollenübernahme notwendig ist; und es entlastet, weil damit nicht die Risiken realen sozialen Handelns einhergehen, die Rollen also gespielt werden.

Geeignet sind die Simulationen von Situationen, in denen

- ❑ von der sozialen Konstellation her die Rollen klar verteilt sind und eine Rollenübernahme leicht möglich ist;
- ❑ von der sachlich-thematischen Struktur her eine Entscheidung gefällt werden muß, diese aber argumentativ vertreten und diskursiv vorbereitet werden muß;
- ❑ von der zeitlichen Struktur her eine Entwicklung in einem überschaubaren und zusammenhängenden Zeitraum zu simulieren ist.

Im folgenden werden zwei Beispiele, eines mit medienpolitischen Bezügen und eines aus dem Kontext der Medienwirkungsdebatte, dargestellt.

Das erste Beispiel beschäftigt sich unter dem Titel „Weltweite Kommunikation" mit der Lizenzvergabe für internationale Satellitenprogramme. Dieses Rollenspiel wurde 1993 in einem Seminar zum Thema „Medienpolitik: Probleme – Konzepte – Interessengruppen" (Leitung: Stephan Buchloh und Klaus Beck) zweimal mit jeweils zirka 20 Teilnehmern durchgeführt. Rowland und Tracey hatten es ursprünglich 1992 für eine medienpolitische Konferenz in Kanada entwickelt. Simuliert wird die Anhörung vor einer internationalen Kommission, die über die Lizenzvergabe für einen Satellitensender zu entscheiden hat, dessen TV-Programme auf drei Kanälen weltweit direkt empfangen werden können.

Um diese Lizenz haben sich drei internationale Programmanbieter beworben:

- ❑ ein weltweit operierendes Privatunternehmen, das Unterhaltungsprogramme der Spitzenklasse vor allem im Pay-TV-Modus anbieten will;
- ❑ ein Konsortium aus nationalen öffentlich-rechtlichen TV-Anstalten, die ihre besten nationalen Produktionen der verschiedenen Genres weltweit vertreiben wollen;
- ❑ ein Programmanbieter, der die Interessen der südlichen Hemisphäre vertritt und dies durch entsprechende Programmstruktur, Themensetzung und Herkunft der Programme durchzusetzen verspricht.

Perspektivenwechsel

Auf der Sitzung der Kommission werben die Bewerber für ihr Konzept, und die Kommission trifft ihre Entscheidung. Die Seminarteilnehmer bilden die drei Bewerbergruppen und die Kommission. Jede Bewerbergruppe arbeitet im Vorfeld Strategien für die Anhörung aus, was auch eine mögliche informelle Einflußnahme auf die Kommissionsmitglieder einschließt. Die Mitglieder der Kommission sind an die für ihre jeweiligen Herkunftsländer gültigen Bedingungen der Lizenzvergabe gebunden und können einem der Bewerber (mit bestimmten Bedingungen) oder auch keinem die Lizenz erteilen. Vorgegeben sind den Teilnehmern lediglich einige Angaben zu den Bewerbern und zu den von ihnen jeweils vorgeschlagenen drei Programmen, außerdem die Bedingungen für die Lizenzvergabe in Ländern, die in der Kommission vertreten sind, sowie die Struktur des Verlaufs der Anhörung und einige technische und ökonomische Rahmenbedingungen.

In der Durchführung des Rollenspiels zeigte sich, daß eine kurzfristige Rollenvorgabe nicht sinnvoll ist, sondern sich die Teilnehmer in die Rollen eingewöhnen müssen und Vorbesprechungen der Gruppen erforderlich sind. Auch für die Kommissionssitzung selbst können mehrere Termine erforderlich sein, falls die Kommission z.B. von ihrem Recht Gebrauch macht, Anhörungen anzube-

FUSSNOTENMUSEUM V

*) Ein 1958 erschienenes Werk über die *Tracht in Niederbayern* wurde von der Gegenseite prompt mit einem Pamphlet über die *Niedertracht in Bayern* beantwortet.

Aus R. W. B. McCormack: Tief in Bayern. Eine Ethnographie. München 1993, Seite 20, Fußnote 1

raumen oder ihre Entscheidung an vorab zu erfüllende Auflagen koppelt.

Da auf ein bereits an anderer Stelle erprobtes Rollenspiel zurückgegriffen wurde, blieb zwar eine gewisse Diskrepanz zwischen der Rollenspielkonstellation und den Seminarinhalten, aber didaktisch positiv zahlte sich aus, daß nicht nur mehr Seminarteilnehmer aktiviert wurden als bei anderen Lernformen, sondern das Rollenspiel auch viele Teilnehmer zu einem fruchtbaren Perspektivenwechsel zwang: Parteigänger des öffentlich-rechtlichen Rundfunks argumentierten für kommerzielle Programme und vice versa.

Verfahrensregeln

Beispiel 2: Unter dem Titel „Old Bailey" ging es um den Einfluß von Medien auf Gewaltanwendung unter Jugendlichen. Dieses Planspiel wurde 1994 für ein Seminar zum Thema „Medien und Gewalt" (Leitung: Gerhard Vowe, Eva Schabedoth und Mike Friedrichsen) entwickelt und mit 30 Teilnehmern durchgeführt. In der simulierten englischen Gerichtsverhandlung geht es um die versuchte Tötung eines Jugendlichen durch drei Jugendliche und insbesondere um die Frage, ob dabei die Mediennutzung der Täter von Bedeutung ist. Die Seminarteilnehmer bilden drei Gruppen: Verteidigung, Staatsanwaltschaft und Jury. Die Seminarleitung übernimmt die Richterrolle, die auf die Verfahrensführung beschränkt ist.

Warum ein englischer Strafprozeß? Eine Gerichtsverhandlung bietet die Möglichkeit, Argumente und Wertvorstellungen am konkreten Falle eines Normverstoßes mit strittigen Tatsachenbehauptungen und Beurteilungen zu prüfen. Dabei ist die Kommunikation der Beteiligten durch Verfahrensvorschriften reglementiert, den Beteiligten bleibt aber dennoch Spielraum. Sich am anglo-amerikanischen Strafprozeß zu orientieren, ist deshalb vorzuziehen, weil dies den Parteien mehr Raum gibt und ihr Konflikt stärker zum Ausdruck kommt, als es im deutschen Strafprozeßrecht der Fall ist, bei dem der Richter im Zentrum der Verhandlung steht.

Vorgegeben sind der (als unstrittig angenommene und an reale Geschehnisse angelehnte) Tathergang, der rechtliche Rahmen, also z.B. mögliche Strafzumessungen, und Instruktionen für die einzelnen Parteien. So soll die Verteidigung ihre Strategie vor allem auf den Medieneinfluß abstellen und mit dem Verweis auf die „eigentlich Schuldigen", nämlich die „verrohenden Medien" und den „untätigen Staat", mildernde Umstände für die Angeklagten erwirken. Die Staatsanwaltschaft hingegen soll auf die individuelle Verantwortlichkeit der Angeklagten bauen.

Festgelegt ist außerdem der Ablauf der Gerichtsverhandlung: Den Eröffnungsstatements der beiden Parteien folgen Verhör und Kreuzverhör von Zeugen bzw. Sachverständigen. Jede Partei kann zwei Zeugen oder Sachverständige benennen. Der Beweisaufnahme folgen Plädoyers und die öffentliche Beratung der Jury, die dann ihre Entscheidung zwischen „schuldig" oder „nicht schuldig" oder „schuldig bei mildernden Umständen" trifft und begründet.

Die „Aufführung" zeigte, daß alle Teilnehmer trotz der zahlreichen Gerichtsfilme einige Übung benötigten, bis das dramatische Prinzip des anglo-amerikanischen Strafverfahrens, der Streit der Parteien, begriffen wurde und sich ein dynamisches Wechselspiel ergab. Die Regeln und Rollenvorgaben erwiesen sich als flexibel und stringent genug. Die Anforderungen an die Teilnehmer waren nicht zu hoch, allerdings zeigten sich häufig Schwächen in der Argumentation.

AUFGELESEN

„Wie nun das viele Lesen und Lernen *dem eigenen* Denken *Abbruch tut; so entwöhnt das viele* Schreiben und Lehren *den Menschen von der Deutlichkeit und eo ipso Gründlichkeit des* Wissens und Verstehns*; weil es ihm nicht Zeit läßt diese zu erlangen. Da muß er dann, in seinem Vortrage, die Lücken seines deutlichen Erkennens mit Worten und Phrasen ausfüllen. Dies ist es, was die meisten Bücher so unendlich langweilig macht, und nicht die Trockenheit des Gegenstandes. Denn wie behauptet wird, ein guter Koch könne sogar eine alte Schuhsohle genießbar herrichten; so kann ein guter Schriftsteller den trockensten Gegenstand unterhaltend machen."*

Arthur Schopenhauer: Parerga und Paralipomena, Band 2, § 246

Die Dauer ist mit drei Stunden anzusetzen. Die Parteien benötigen einen Termin vorab, um Strategien festzulegen und einzelne Aufgaben zu verteilen (z.B.: Wer spielt den Sachverständigen X?). Interessanterweise zeigte sich in der konkreten Überzeugungs- und Entscheidungssituation, daß entgegen dem Seminarverlauf, der vom Thema her eine eher medienzentrierte Sicht nahegelegt hätte, die Parteien und die Jury in ihrer Argumentation den Medieneinfluß stark relativierten und andere Sozialisationsfaktoren in den Vordergrund stellten, aber auch dann die Verantwortlichkeit der Angeklagten nicht in Zweifel zogen.

Lernerfahrungen

Dabei zeigte sich außerdem, daß für die verschiedenen Argumentationen die wissenschaftlichen Positionen eher zweitrangig waren und stärker auf die Überzeugungskraft durch andere Zeugen aus dem unmittelbaren Umfeld der Angeklagten, also eher auf eine empirische als auf eine theoretische Beweisführung gesetzt wurde. Insofern war das Rollenspiel erhellend, weil damit der Abschluß eines Seminars zur Medienwirkungsforschung den Stellenwert von Medienwirkungen und von Forschung relativierte und andererseits der Stellenwert anderer Einflußfaktoren und anderer Wissensquellen betont wurde.

Insgesamt zeigen die Erfahrungen, daß der Aufwand für Lehrende im Vorfeld relativ groß ist: Um ein Rollenspiel durchführen zu können, bedarf es detaillierter Vorgaben, mit denen das Themenfeld und die Rollen strukturiert werden. Wenn dem nicht so ist, steigt das Risiko, daß das Spiel versandet oder Teilnehmer keinen Einstieg finden. Auch die Nachbereitung ist wichtig: Die Spielerfahrung muß in den Seminarkontext eingebettet werden, sonst wird das Spiel zur individuellen Selbsterfahrung. Sind Vor- und Nachbereitung aber gewährleistet und individuelle Spielfreude und halbwegs gute Atmosphäre gegeben, so ist das Rollenspiel ein guter Schlußpunkt, in dem sich die Spannungslinien eines Seminars noch einmal kreuzen.

Arbeitspapiere mit Rollenvorgaben und Regeln zu den beiden Spielen können beim Verfasser angefordert werden (Freie Universität Berlin, Journalisten-Weiterbildung, Malteserstraße 74-100, 12249 Berlin; bitte adressierten A5-Umschlag beifügen).

Gerhard Vowe

SELBSTPORTRAIT

Fachzeitschriften stellen sich vor (10): Medium

Als mir ein Kollege im Vertrauen gestand, Redakteur eines Kirchenblättchens wie ich, das könne er niemals machen, dazu sei er als Journalist zu unabhängig – da war ich nach acht Jahren bei „Medium" denn doch betroffen. Aber die kleine Wunde verheilte schnell, denn es kann ja für einen Außenstehenden wirklich nicht selbstverständlich sein, daß eine „Zeitschrift für Hörfunk, Fernsehen, Film, Presse" ausgerechnet von der Evangelischen Kirche herausgegeben wird, die aus wohlerwogenen Gründen darauf verzichtet, mit dem Blatt ihren unmittelbaren Eigennutz als Institution zu verfolgen.



Warum leistet sich der deutsche Protestantismus eine Fachzeitschrift, aus der man wenig Erbauliches und Theologisches, dafür aber viel Informatives, Aktuelles und Kritisches über Medien erfährt? Einen sehr weltlichen Hinweis geben die medienpolitischen Verhältnisse: Nicht nur die politischen Parteien kontrollieren in Deutschland den Rundfunk, sondern – als zweitwichtigste „gesellschaftlich relevante Gruppe" – auch die Kirchen. Dem Protestantismus, der ja dieselben historischen Wurzeln wie die Aufklärung hat, ist es besonders wichtig, Fernsehen, Radio und die anderen Medien an zwei Grundsätze zu erinnern: Öffentlichkeit und Mündigkeit.

Mit Öffentlichkeit ist dabei gemeint, daß im Prinzip alle Menschen und Gruppen eine mediale Artikulationschance erhalten und alles publiziert wird, was es gesellschaftlich zu verarbeiten gibt. „Evangelische Publizistik kann es sich leisten auszusprechen, was andere verschweigen" (Publizistischer Gesamtplan der EKD von 1979). Und der Grundsatz Mündigkeit verlangt von den Medien, daß sie die Selbständigkeit und Urteilsfähigkeit ihres Publikums respektieren.

Um diesen Maßstäben auch selbst gerecht zu werden, bemüht sich die Evangelische Kirche, auf Presse und Rundfunk mit publizistischen – und nicht mit politischen – Mitteln einzuwirken; u.a. eben, indem sie eine medienkritische Zeitschrift herausgibt, deren Wirksamkeit allein auf dem Wahrheitsgehalt ihrer Informationen und Argumente beruht. Daß diese Qualität sich nur einstellt, wenn eine Redaktion unabhängig arbeitet, weiß die Kirche besser als andere Institutionen. Freilich: Auch ihr muß die Unabhängigkeit gelegentlich abgerungen werden. Aber dafür, verehrter Kollege, werden gerade Redakteure mit ausgeprägtem journalistischem Selbstbewußtsein gebraucht.

Angesichts seiner publizistischen Ziele wendet sich „Medium" nicht nur an Journalisten, sondern beispielsweise auch an Rundfunkpolitiker, Regisseure oder Verlagsmanager – und natürlich Lernende und Lehrende in der Kommunikationswissenschaft.

Mit der Umstellung von monatlicher auf vierteljährliche Erscheinungsweise vor acht Jahren ist die Zeitschrift noch näher an die Wissenschaft herangerückt, denn damals galt es, den unvermeidlichen Verlust an medienpolitischer Aktualität durch mehr Tiefgang und Differenzierung auszugleichen. Seitdem plant und gestaltet die Redaktion Themenschwerpunkte, die sich gelegentlich zu kleinen Sammelbänden auswachsen können. Wissenschaftlich besonders ergiebige Themenhefte waren zum Beispiel: Medien in der DDR (2/86), Journalismus – Alltag, Ausbildung, Beruf (3/87), Skandale und journalistische Ethik (2/89), Umwelt- und Wissenschaftsjournalismus (1/90), Medien und Wahlen (3/90), Zwischenbilanz des dualen Rundfunks (1/92), Recherche (2/92), Pressepolitik und Pressemarkt (2/94).

Für 1995 haben wir die Konzeption reformiert: Bei etwas reduziertem Heftumfang wird „Medium" wieder sechsmal im Jahr erscheinen, nur noch jede zweite Ausgabe wird einen Themenschwerpunkt enthalten, stattdessen wird es mehr durchlaufende Rubriken wie ein aktuelles medienpolitisches Interview, ein Personenporträt oder eine Berufsreportage geben.

Was die Nähe zur Kommunikationswissenschaft betrifft, hat „Medium" eine Spezialität: Wir kümmern uns besonders um Theorien und empirische Untersuchungen, die einen ethischen Hintergrund nicht verleugnen. Da das Wort „normativ" in der gegenwärtigen Forschung fast schon als Schimpfwort gilt, ist es hier auch Funktion der Zeitschrift, ein kritisches Korrektiv zu sein.

Im übrigen ist „Medium" kein akademisches Organ im engeren Sinne, sondern balanciert auf dem schmalen Grat zwischen Wissenschaft und Journalismus und versucht zwischen den beiden als „Wahrheitsagenturen" im Prinzip gar nicht so verschiedenen, in der Praxis aber oft entfremdeten Brüdern zu vermitteln. Nicht nur Theorie und Praxis freilich, auch Themen, Denkstile, Generationen oder politische Subkulturen will „Medium" als Forum miteinander in Verbindung bringen. *Horst Pöttker*

Steckbrief

Gründung: 1971
Auflage: 3500 Exemplare
Zielgruppe: alle, die in Beruf oder Ausbildung mit Medien zu tun haben
Erscheinungsweise: vierteljährlich plus Sonderheft; ab 1995 sechsmal im Jahr
Herausgeber: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik
Redaktion: Winfried Günther, Horst Pöttker (verantwortlich), Bärbel Röben
Beirat: Rainer Geißler (Siegen), Bernhard Moltmann (Arnoldshain), Karl Friedrich Reimers (München), Eckart Klaus Roloff (Bonn), Martin Stöhr (Siegen)
Abonnementspreis: 48 Mark pro Jahr, 58 Mark ab 1995; Einzelheft: 12 Mark, 11 Mark ab 1995
Redaktionsadresse: GEP, Postfach 500550, 60394 Frankfurt am Main, Telefon (069) 58098-105/106, Telefax (069) 58098-100
Bezugsadresse: GEP, Vertrieb, Postfach 500550, 60394 Frankfurt am Main, Telefon (069) 58098-190/173, Telefax (069) 58098-100

NOTABENE

Forscher ohne Fernsicht

Was macht der Kommunikationswissenschaftler in den Semesterferien? Er sitzt vor dem Bildschirm. Nein, Gott bewahre, nicht vor dem Fernsehgerät! Vor dem PC. Dort schreibt er einen Aufsatz über Vielseher, den Verfall der Fernsehkultur oder die schädlichen Folgen von Gewaltdarstellungen. Sein Wochen-Soll von 16 Fernsehstunden (das wäre Durchschnitt) hat er nie erfüllt. 16 Überstunden, genaugenommen, für einen Medienexperten. Aber wer nimmt schon gerne seine Arbeit mit nach Hause ...

Anstatt über die Kanäle zu gondeln, anstatt Sitten und Gebräuche in verschiedenen Programmregionen zu studieren, beschränkt der Kommunikationswissenschaftler den eigenen Fernsehkonsum standesgemäß auf solche Sendungen, die problemlos im Abspann auch noch alle Zuschauernamen unterbringen würden. Verteidigt er den Kulturauftrag der Öffentlich-Rechtlichen, dann hat er einen konkreten Zuschauer vor Augen: sich selbst.

Null Bock hat er auf das Null-Medium – der KW-Prof läßt schauen: Diplomanden, Kritiker und GfK-Haushalte. Weil er über das Fernsehprogramm mehr vom Hörensagen als vom Selbersehen weiß, bleiben grau wie der Bildschirm auch seine Theorien darüber. Doch den Fernsehabstinenzler plagt kein schlechtes Gewissen dank Marshall McLuhan. Denn wenn das Medium die Botschaft ist, dann braucht man den Kasten gar nicht erst einzuschalten, um mitreden zu können.

Das Fernsehgerät als „black box" des Kommunikationswissenschaftlers. Erst recht, seit darin hemmungslos gelacht und gejohlt, geweint und getröstet, gestritten und geprügelt wird, seit Spektakel statt Erhabenheit die Grundstimmung des Mediums ist. Noch hat sich kein Kommunikationswissenschaftler vor dem Fernseher zu Tode amüsiert.

Christoph Neuberger

ARBEITSGRUPPEN

Rezeption geschlechtsspezifisch

Workshop der AG Frauenforschung in Gießen

Über „Geschlechtsspezifische Ansätze und Perspektiven der Rezeptionsforschung: Theorien und Methoden" diskutierten die 30 Teilnehmerinnen eines bundesweiten Workshops, der vom 23. bis 25. Februar 1994 im Tagungsschloß Rauischholzhausen bei Gießen stattfand. Veranstalterin der Tagung war die Arbeitsgruppe Frauenforschung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft in Zusammenarbeit mit der Frauenbeauftragten der Universität Gießen.

Forschungslücken

Im Bereich der geschlechtsspezifischen Publikums- und Rezeptionsforschung gibt es in Deutschland gravierende Forschungslücken. Die Rezeptionsforschung bestätigt zwar, daß unterschiedliches Medienverhalten von Frauen und Männern existiert. Sie geht jedoch davon aus, daß sich diese Unterschiede in erster Linie durch die Faktoren Bildung und politisches Interesse erklären lassen. Das ist einer der Gründe dafür, warum Frauen in der Mediennutzungsforschung bisher kaum Beachtung gefunden haben. Auch die kommunikationswissenschaftliche Frauenforschung hat Fragen des Rezeptionsverhaltens bisher nur ausnahmsweise in Angriff genommen. Die Ergebnisse der Frauenforschung beziehen sich vor allem auf die beiden anderen zentralen Fragestellungen der Kommunikations- und Medienforschung: wie Frauen in den Medien dargestellt werden und wie sie in deren Produktionsabläufe als Journalistinnen, Redakteurinnen oder Filmemacherinnen einbezogen sind.

Gertrude Robinson von der McGill University in Montreal kam beim Workshop die Aufgabe zu, in die angloamerikanische Entwicklung einzuführen. In ihrem Eingangsreferat sprach sie über theoretische Berührungspunkte von „Feminismus und Rezeptionsforschung". Solche Berührungspunkte ergeben sich vor allem daraus, daß Geschlecht alle kommunikativen Situationen strukturiert. Wie das geschieht, ist bis jetzt noch relativ unerforscht. Um Fragen der Rezeption, des Begehrens, des Körpers und des Bewußtseins neu zu konzipieren, wenden sich amerikanische Kulturkritikerinnen der Interrelation zwischen Subjektivität, Ideologie und kultureller Praxis zu. Gertrude Robinson hielt in ihrem Vortrag fest, daß die Vermittlungsmöglichkeiten zwischen individuellen Dekodierkapazitäten der Position im Rezeptionsprozeß und der gesellschaftlichen Situation bei der Rezeption den Ausgangspunkt für innovative Ansätze in der Rezeptionsforschung liefern.

Nach „encoding"- und „decoding"-Aktivitäten fragen auch die britischen „Cultural Studies", deren Entwicklung und grundlegende konzeptionelle Überlegungen Monika Pater und Susanne Keil vorstellten. Claudia Schmidt von der WDR-Medienforschung in Köln erläuterte die „Instrumente einer praxisorientierten Rezeptionsforschung: GfK-Daten und Gruppendiskussion". In die Verfahren historischer Rezeptionsforschung führte Ulla Wischermann ein. Irene Neverla thematisierte Zeit als soziales Konstrukt. Mit der Problematik von Medienerfahrung als Ausdruck einer Anpassungsleistung beschäftigte sich Brigitte Hipfl.

Erinnerungsarbeit

Um die diskutierten Fragen weiter zu verfolgen, wurde in Gießen beschlossen, die „Erinnerungsarbeit" in den Mittelpunkt des nächsten Workshops der Arbeitsgruppe Frauenforschung zu stellen. Die Veranstaltung zum Thema „Erinnerungsarbeit" wird in Zusammenarbeit mit der Evangelischen Medienakademie vom 1. bis 3. März 1995 in Rothenburg ob der Tauber stattfinden. Die organisatorische Vorbereitung übernimmt Barbara Eschenauer (Evangelische Medienakademie, Referat Medienpädagogik, Emil-von-Behring-Straße 3, 60439 Frankfurt am Main).

Elisabeth Klaus/Jutta Röser

AUSLAND

Professoren auf dem Prüfstand

Ein Jahr als Gastdozentin an der Penn State

Welch herausragende Rolle der College-Sport an US-Universitäten spielt, ist nichts Neues, aber vor Ort ist es doch verblüffend zu sehen, wie groß sie tatsächlich ist. Dies zeigt sich gleich nach der Ankunft an der Pennsylvania State University (PSU) in State College. Joe Paterno, Coach der Footballer, der seine Mannschaft von Erfolg zu Erfolg führt, ist Befragungen zufolge für das Image und die Reputation der Universität (fast) der wichtigste Mann geworden, aber auch für die Wirtschaftskraft der kleinen Universitätsstadt ist er von großer Bedeutung. Stehen Footballspiele auf dem Plan, und dies geschieht regelmäßig, so reisen Zigtausende von Fans von weit her in die kleine Stadt und füllen die Hotelzimmer, die Restaurants, die Wiesen mit ihren Wohnwagen und natürlich das Stadion, das rund 100 000 Zuschauer faßt.

Ausverkauft ist das Stadion immer. Für die Universität, an der der Coach im übrigen auch lehrt, bedeutet das stets ein Gewinnspiel, denn sie ist an den Einnahmen beteiligt. Sind keine Spiele angesetzt, so verläuft das Leben in State College ruhig und beschaulich, für Lehrende und Lernende ganz auf die Arbeit in der Universität ausgerichtet. Für Abwechslung und Entspannung bei einem erstaunlich breiten kulturellen Angebot bleibt wenig Zeit.

Die Pennsylvania State University, kurz Penn State genannt, blickt auf eine lange Geschichte zurück: 1855 als Agrarwissenschaftliches College gegründet, entwickelte sie sich im Laufe der Jahrzehnte, vor allem nach dem Zweiten Weltkrieg, zu einer Volluniversität. Heute bietet sie mit ihren 192 Undergraduate- und ihren 150 Graduate-Programmen fast alle Disziplinen an. Hauptsitz der Universität ist der Campus University Park in State College. Eingeschrieben sind 38 000 Studierende, von insgesamt 120 000 Studierenden, die sich auf die anderen 22 Standorte der Universität in Pennsylvania verteilen.

Mitten auf dem Campus, nur einen Katzensprung von der Universitätsbibliothek entfernt, liegt das Carnegie-Gebäude, Sitz der School of Communications (SOC). Erbaut in den zwanziger Jahren, vor kurzem frisch restauriert und renoviert, beherbergt es die 46 Fakultätsmitglieder und die Verwaltungsangestellten, ebenso finden sich hier einige der gut ausgestatteten Computerlabs, Video-Arbeitsräume, ein Kinosaal, Konferenzzimmer, Räume für Studierende.

Unter den etablierten Colleges und Departments der PSU ist die SOC ein Youngster, denn sie wurde erst 1985 gegründet. Mittlerweile ist sie aber mit ihren 1711 Haupt- und Nebenfachstudierenden im Undergraduate-Programm die viertgrößte von insgesamt 311 Schools of Communications in den USA. Selbstbewußt bezeichnet die SOC ihr Undergraduate-Programm als eines der besten in den Staaten und kann sich dabei auf ein Ranking des Dow Jones Newspaper Funds Journalism Career and Scholarship Guide stützen.

Eingeschrieben für den Bachelor of Arts (BA) mit seinen fünf möglichen Studienrichtungen und Abschlüssen (Advertising/Public Relations, Broadcast-Cable, Film and Video, Journalism und Media Studies) sind 800 Hauptfachstudierende. Zum Studienplan gehören nicht nur kommunikationswissenschaftliche Kurse, sondern obligatorisch auch eine Fremdsprache und Kurse aus anderen Disziplinen, etwa der Mathematik, der Physik, der Psychologie, der Informatik.

Ergänzt wird das Undergraduate-Programm durch ein Graduiertenprogramm mit 35 Vollzeitstudierenden. Es umfaßt zur Zeit zwei Masters (MA in Media Studies und MA in Telecommunications Studies) und einen interdisziplinären Ph.D. in Mass Communications. Qualifiziert werden die Absolventen der SOC für journalistische Tätigkeiten und Managementaufgaben in den Massenmedien, in Telekommunikation, Politik, Wirtschaft und Verwaltung.

Straffe Organisation

Eine 1991 durchgeführte Befragung unter den Ehemaligen zeigt, daß von 1892 Graduierten mehr als drei Fünftel in den Medien arbeiten und etwa 30 Prozent außerhalb der Medien (law and business); der Rest ist arbeitslos oder hat sich aus anderen Gründen zurückgezogen. Das durchschnittliche Jahresgehalt bewegt sich um 39 000 Dollar. Der „typische Graduierte" der SOC war eine verheiratete weiße Frau, 34 Jahre alt, mit einem Abschluß in Journalismus oder Advertising.

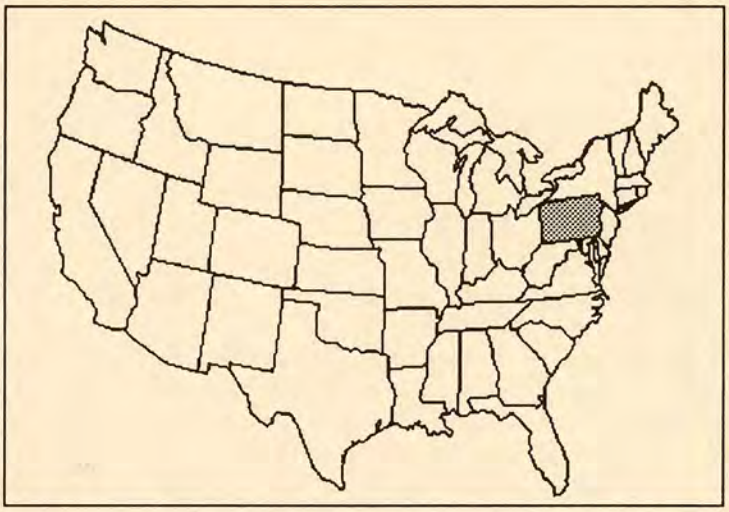
Das Ausbildungsprogramm ist straff organisiert und strukturiert, manch einer würde wohl auch sagen verschult. Jedenfalls verlangt es sowohl von den Lehrenden als auch von den Lernenden einen enormen Arbeitseinsatz. Die Veranstaltungen müssen zu Beginn des Semesters bis zum letzten I-Tüpfelchen vorbereitet sein. In der ersten Lehrveranstaltung wird der genaue inhaltliche und zeitliche Plan für die Lehrveranstaltung (Syllabus) verteilt, in dem die Ziele, die Organisation und Struktur, die zu erbringenden Leistungsnachweise, ihr prozentualer Anteil an der Benotung, der genaue Themen- und Terminplan und die benutzte Literatur erläutert sein müssen.

Besonders wichtig für die Studierenden sind natürlich die nachzuweisenden Leistungen (Assignments), und die haben es in sich: Im Schnitt müssen die Teilnehmer pro Lehrveranstaltung vier

IMPRESSUM

Herausgeber: Vorstand der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPuK)
Redaktion: Walter Hömberg
Erscheinungsweise: Dreimal jährlich; Redaktionsschluß für die nächste Ausgabe: 15. Oktober 1994
Produktion: Wolfgang Pütz
Druck: Brönner&Daentler, Eichstätt
Redaktionsanschrift:
Lehrstuhl für Journalistik I
Katholische Universität Eichstätt
Ostenstraße 26
D-85072 Eichstätt
Telefon (08421) 20-564 / -562
Telefax (08421) 4361

bis fünf Leistungsnachweise erbringen, das heißt etwa eine Präsentation im Seminar, zwei bis drei schriftliche Klausuren, eine schriftliche Hausarbeit. Diese Leistungsnachweise verteilen sich über das gesamte Semester. Die Belastung der Studierenden liegt auf der Hand, ebenso aber die der Lehrenden, denn Vorträge, Klausuren, Hausarbeiten müssen durchgesehen, gelesen, korrigiert, benotet und mit den Studierenden diskutiert werden. Hinzu kommt, daß diese einen Anspruch darauf haben (Auflage der Universität), daß ihre Schlußklausuren und Hausarbeiten innerhalb von 48 Stunden (!) durchgesehen, benotet und die Ergebnisse (anonymisiert) öffentlich ausgehängt werden.



Auffällig ist, daß die ständige Verbesserung der Lehre Thema der gesamten Universität ist. Eine Fülle von Veranstaltungen, Workshops, Seminaren, Vorträgen, Diskussionsrunden wird angeboten, in denen über die Lehre, über die Evaluation der Lehre, über neue Erkenntnisse zur Verbesserung der Lehre diskutiert wird. Auszeichnungen für herausragende Lehrerfolge werden vergeben.

Marketing groß geschrieben

Vor diesem Hintergrund gehört es natürlich zur Routine, die Lehrveranstaltungen durch die Studierenden evaluieren zu lassen. Die Auswertung der Evaluierungen aller Lehrenden (zwei Fragebogen) geht an den bzw. die Dean. In kritischen Fällen werden die Lehrenden zu einem Gespräch gebeten. Die Evaluierungen sind Teil der Personalakte. Kurz nach Semesterende erhalten alle Lehrenden die Ergebnisse ihrer Evaluierung. In Zukunft wird es nicht nur eine Evaluierung der Lehre durch die Studierenden geben, sondern auch von Kollegen und Kolleginnen, die die Lehrveranstaltungen besuchen und mit denen Interviews über die Lehre geführt werden müssen. Ebenfalls soll über jede Lehrveranstaltung ein Teaching Portfolio angelegt werden, aus dem hervorgehen soll, was das Ziel der Veranstaltung war, welche Methoden eingesetzt wurden, ob es innovative Vermittlungsstrategien gab und anderes mehr.

Regelmäßig beurteilt wird aber nicht nur die Lehre, sondern auch über die Leistungen in Forschung und Selbstverwaltung muß Rechenschaft abgelegt werden. Jedes Jahr muß an den Dean ein ausführlicher Bericht abgeliefert werden. Der Bericht, wiederum Teil der Personalakte, wird dann Punkt für Punkt diskutiert. Alle Evaluierungsergebnisse beeinflussen, ob und in welchem Umfang das Gehalt erhöht bzw. gekürzt wird, ob man eine feste Anstellung bekommt oder nicht.

Da die staatlichen Zuschüsse für die Universitäten schon seit Jahren nicht mehr so üppig fließen, haben alle Colleges und Departments einen Zukunftsplan entwickeln müssen. Der unter Dean Terri Brooks entwickelte strategische Plan der SOC sieht im Undergraduate-Programm vor, zwischen den verschiedenen Studienrichtungen und Abschlüssen mehr Durchlässigkeit zu erlauben („A curriculum without walls"). Oberste Priorität aber haben der Ausbau und die Neukonfiguration des Graduiertenprogramms, das zu einem kleinen, aber exzellenten Programm mit maximal 65 Vollzeitstudierenden erweitert werden soll. Hintergrund für diese Überlegungen ist, daß die Schools of Communications in den USA in den vergangenen Jahren immer weniger Absolventen mit Ph.D.'s produziert haben. Bei steigenden Studierendenzahlen, Ausweitung der Programme und Pensionierung vieler Fakultätsmitglieder ist in den kommenden Jahren für Stellenbesetzungen ein enormer Bedarf an qualifizierten Absolventen vorhanden.

Weiterhin spielen die rasanten technologischen Veränderungen in der Medien- und Kommunikationsindustrie für die Planung der SOC eine große Rolle. Rechtzeitig will man mit seinem Ausbildungsangebot auf die Veränderungen reagieren und die Studierenden mit den hierfür notwendigen Fertigkeiten ausstatten. Analysen haben ergeben, daß auf dem Markt ein großes Interesse und ein großer Bedarf an Graduierten existiert, die über Kompetenzen im Multi-Media-Bereich bzw. im Bereich interaktiver Medien verfügen. In der Planung ist daher an der SOC ein neuer Kurs in Multi-Media und interaktiven Medien; ebenso ist ein neuer interdisziplinärer Studiengang Multi-Media in Kooperation mit der Informatik, den Wirtschaftswissenschaften und den Sprachwissenschaften in der Diskussion.

Hinzu kommen Überlegungen, einen neuen MA für Journalismus im Bereich Internationales aufzubauen, der sich vor allem an Studierende aus den Ostblockländern richten soll, damit diese die Rolle der Medien in einer Demokratie kennenlernen können. Dabei muß erwähnt werden, daß der weitere Ausbau der internationalen Beziehungen nicht nur erklärtes Ziel der SOC ist, sondern zur Programmatik der Gesamtuniversität gehört.

Marketing wird für die Universität ganz groß geschrieben. Kürzlich wurde ein eigenes Marketingbüro der Pressestelle zugeordnet. Dieses soll alle Marketingaktivitäten der Hochschule koordinieren und außerdem Studien durchführen oder veranlassen, die Auskunft geben sollen über das Image der Universität in der Region, in den USA und weltweit. Bei schwindenden staatlichen Mitteln ist hier die Devise, die Qualität der Universität nach außen hin noch stärker sichtbar zu machen, um mögliche Geldgeber und die besten Studierenden anzulocken. Dazu dienen nicht zuletzt auch die Erfolge von Joe Paternos Footballmannschaft. *Kristina Zerges*

SCHLUSSWORT

„Ohne akademische Ausbildung kann man heute nicht einmal mehr Schwindler werden."

Peter Sloterdijk