No. 16 / April 1996

Aviso

Informationsdienst der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

THEMA

Gemischte Bilanz

Erfolge und Probleme der Arbeitsgruppen

Fünf Jahre nach Gründung der Arbeitsgruppen in der DGPuK ist eine Zwischenbilanz nötig. Wir haben die Koordinatorinnen und Koordinatoren gefragt, wie sie die bisherige Entwicklung beurteilen und die Perspektiven für die Zukunft einschätzen. Die Antworten sind aufschlußreich.

Kommunikationsgeschichte

Schon während der ersten Arbeitsgruppen-Sitzung im Verlauf der DGPuK-Jahrestagung 1991 wurde als langfristige Aufgabe die gemeinsame Bearbeitung und Herausgabe von Nachschlagewerken und Handbüchern angesehen, welche für die kommunikationshistorische Lehre und Forschung dringend benötigt werden, aber von einem Einzelforscher oder an einem einzigen Fachinstitut schwerlich zu bewältigen wären.

Hierzu wurden erste Konzepte entwickelt, in den Arbeitsgruppen-Sitzungen während der folgenden beiden Jahrestagungen vorgestellt und erörtert. Der bei diesen Gelegenheiten verfügbare Zeitrahmen erwies sich jedoch als viel zu eng bemessen für eine substantielle Erörterung und Beschlußfassung, zumal Termine noch für Vorträge genutzt wurden – wie etwa während der Jahrestagung 1993 oder zuletzt 1995, als Rudolf Stöber und Jürgen Schlimper ihre kommunikationshistorischen Habilitationsvorhaben vorstellten.

Der überraschende Tod von Winfried B. Lerg hat eine schmerzliche Lücke hinterlassen in der Arbeitsgruppe, als deren Koordinator er verschiedene Vorschläge zu forcieren versucht hatte. Doch konnten die von Lerg gebündelten Vorhaben auf einem zu Beginn dieses Jahres auf Einladung von Jürgen Wilke in Mainz veranstalteten Treffen, an der auch Kollegen aus den Niederlanden und aus Österreich teilnahmen, konkretisiert werden. Das sind: die Editon eines publizistisch-biographischen Handbuches, die Herausgabe einer Einführung in das Studium der Kommunikationsgeschichte und ein Projekt zur Rezeptionsgeschichte während der Jahre 1945 bis 1960. Die Vorschläge sollen für die Jahrestagung in Leipzig soweit vorangetrieben werden, daß ein Beschluß über ihre Bearbeitung getroffen werden kann.

Um ihre Vorhaben umzusetzen, wird die Arbeitsgruppe auch künftig neben den DGPuK-Jahrestagungen zusätzliche Treffen veranstalten. Die Verbesserung der Zusammenarbeit mit historischen und medienhistorischen Gesellschaften im In- und Ausland sowie die Optimierung der Dokumentation und (Online-)Recherche von laufenden oder abgeschlossenen kommunikationsgeschichtlichen Forschungsarbeiten zählen zu den weiteren dringlichen Aufgaben, die sich die Arbeitsgruppe gestellt hat.

INHALT

Thema 1
Institute 5
Neue Bücher 6
Essay 7
Report 11
Notabene 12
Selbstportrait 13
Studium 14
Ausland 15

EDITORIAL

Die Mitgliederzahl der DGPuK ist in den letzten Jahren stark gewachsen, die Zusammensetzung nach Herkunftsdisziplinen und Professionen hat sich deutlich verändert. Das waren die Hauptgründe für die Etablierung der – bisher – neun Arbeitsgruppen.
Die thematische Schneidung ist, wie schon in Aviso No. 3 dargelegt, nicht homogen: Manche Gruppen sind disziplinär orientiert, andere haben einen Themenbereich oder ein Berufsfeld im Visier. So fallen auch die Zwischenbilanzen in dieser Ausgabe sehr verschieden aus.

AVISIERT

Einige Arbeitsgruppen zeichnen sich durch hohe soziale Stabilität und beachtliche Aktivitäten aus. Sie können auf regelmäßige Treffen, eigene Tagungen, gemeinsame Publikationen verweisen. Andere haben gemischte Erfahrungen gemacht. Wieder andere müssen vorwiegend Defizite einräumen – wobei offenbleibt, ob die Ursachen primär im Angebot (bzw. am mangelnden Einsatz der Koordinatoren) oder in unzureichender Nachfrage liegen.
Manche Gruppen wünschen eine stärkere Berücksichtigung bei der Vorbereitung und Durchführung der Jahrestagungen. Dabei ist freilich zu bedenken, daß das Prinzip Integration neben dem Prinzip Differenzierung nicht vernachlässigt werden darf. Die Jahreskongresse, die aus gutem Grund bisher um ein gemeinsames Thema herum konzipiert waren, sollten mehr sein als ein bloß äußerlicher Verbund von Sektionssitzungen und Kleingruppendiskussionen. Hier die richtige Balance zu finden, bleibt die Aufgabe einer Gesellschaft, die das Wort „Kommunikation" in ihrem Firmenschild führt. *Walter Hömberg*

Die Einrichtung eines regelmäßigen Unterplenums „Kommunikationsgeschichte“ während der Jahrestagungen bleibt weiterhin ein Desiderat.

Arnulf Kutsch

Journalistik und Journalismusforschung

Die Geschichte der AG „Journalistik“ in der DGPuK bedarf nicht der vorgegebenen Zeilenzahl. Diskontinuität in der Themenstellung und in der personellen Zusammensetzung sind für mich zwei wichtige Stichworte, um das Scheitern zu beschreiben. Wer auch immer die Koordination übernahm, welche Themen auch immer angeboten wurden – kaum eine(r) hätte es gemerkt, wenn die Bemühungen ganz eingestellt worden wären. Konsequenz? Mit neuem, klar definierten Arbeitsziel und neuem Personal neu anfangen. *Günther Rager*

Soziologie der Massenkommunikation

Schon als die DGPuK vor fünf Jahren die ersten Arbeitsgruppen eingerichtet hatte, gab es keine klaren Vorstellungen darüber, was eine AG „Soziologie der Massenkommunikation" eigentlich betreiben sollte. Durch das Fenster beispielsweise, das auf der DGPuK-Jahresversammlung in Fribourg 1992 für die AGs geöffnet worden war, blickte man ins Leere. 1993, zum Berliner Treffen der DGPuK, gab es eine neue Initiative von Klaus Neumann-Braun und mir. Wir hatten einige Referenten zum Thema „Ende der Massenkommunikation?" eingeladen, es gab zwei Dutzend Teilnehmer und wir verabredeten, einen Workshop zum Thema „Individuelle Nutzungsforschung" zu veranstalten. Er fand im Frühjahr 1994 in Hamburg am Hans-Bredow-Institut statt. Ein Bericht darüber ist in AVISO erschienen.

Thema der Arbeitsgruppe, so hatte es sich herausgemendelt, war also Nutzungsforschung, und zwar im Hinblick auf neue Rezeptionsgewohnheiten und die neuen audiovisuellen Medien. Beim Treffen im Rahmen des DGPuK-Kongresses in München 1994 wurden einige Forschungsprojekte und theoretische Ansätze vorgestellt, und es wurde wieder ein Workshop vereinbart, der an die vorhergehende Thematik anknüpfte: zur Interaktivität der Medien als Herausforderung an die Kommunikationswissenschaft, gemeinsam veranstaltet mit der AG „Medienpsychologie". Er fand im Januar 1995 wieder in Hamburg statt und zeigte den Stand der kommunikationswissenschaftlichen Auseinandersetzung mit den computervermittelten Medien auf (vgl. AVISO No. 13). Viele der auf der Frühjahrstagung gehaltenen Vorträge sind überarbeitet erschienen in „Rundfunk und Fernsehen" 4/1995.

Ein Erfolg also. Und doch das vorläufige Ende der Arbeitsgruppe. Denn schon in München wurden wir von der Mitteilung eingeholt, daß sich die AG „Medienpsychologie" zur AG „Rezeptionsforschung" umkonstituieren wolle. Diese Gruppe machte damit das Thema zu ihrem zentralen Inhalt, das bisher zwei Arbeitsgruppen immer wieder beschäftigt hatte. Der Attraktivität dieser AG „Rezeptionsforschung" war mit einer „Soziologie der Massenkommunikation" nicht mehr beizukommen, was sich an der geringen Teilnehmerzahl beim AG-Treffen in Hohenheim zeigte. Dort wurde die Absicht geäußert, sich stärker mit kultursoziologischen Fragestellungen zu beschäftigen, aber ein „call for papers" zur Mitarbeit für einen weiteren Workshop im Frühjahr 1996 hatte kaum noch Resonanz.

Ein Resümee fällt unentschlossen aus. Soziologische Themen sind in der Kommunikationswissenschaft allgegenwärtig, als theoretische Grundlage oder Bezugspunkt wie System- oder Handlungstheorie, als Methode oder in Form empirischer Differenzierung und Einbettung. Die Kommunikationswissenschaft ist hinreichend ausdifferenziert, und es fällt schwer, neben den eigenen Schwerpunkten die Nachbargebiete im Auge zu behalten. Das mag auch der Grund gewesen sein, daß sich eine AG „Rezeptionsforschung" erfolgreich auf eine kommunikationswissenschaftliche Fragestellung konzentrieren kann, und es spricht dafür, Arbeitsgruppen in der DGPuK thematisch genauer einzugrenzen.

Vielleicht aber finden sich doch ein paar Kolleginnen und Kollegen, die daran interessiert sind, Kommunikationswissenschaft auch in einer ihr äußerlichen Perspektive, eben einer soziologischen, zu betrachten und von daraus entwickelten Fragestellungen weiterzudenken, längs welcher spezifischen Themen auch immer. Gerade eine weit gefaßte kultursoziologische Perspektive könnte m.E. eine Bereicherung für die Kommunikationswissenschaft sein.

Überflüssig wäre eine AG mit spezifisch soziologischem Hintergrund gewiß auch deshalb nicht, weil die Notwendigkeit eines Transfers zwischen den noch existierenden Fachwissenschaften in dem Maße wächst, wie die Medien die Gesellschaft durchdringen. Aber nur eine Gruppe von Kollegen und Kolleginnen gemeinsam kann dies in die Hand nehmen und ausgestalten.

Friedrich Krotz

Rezeptionsforschung

Die ehemalige Arbeitsgruppe „Medienpsychologie", die mit zu den Gründungsgruppen gehörte und mittlerweile in AG „Rezeptionsforschung" umbenannt wurde, war über den gesamten Zeitraum hin aktiv. Insgesamt wurden drei Workshops veranstaltet, die allesamt äußerst fruchtbar waren. Gerade diese relativ kleinen, aber thematisch fokussierten Workshops ergänzen in idealer Weise das breite Themenspektrum einer Jahrestagung. Auf den regelmäßigen Treffen während der Jahrestagungen hat die AG hauptsächlich über das Selbstverständnis und die thematischen Schwerpunkte der Arbeit diskutiert. Der Erfolg einer AG hängt nach unseren Erfahrungen stark davon ab, ob es gelingt, um einen thematischen Schwerpunkt herum so viele Interessierte zu versammeln, daß eine „kritische Masse" überschritten wird.

Bisher sind die Arbeitsgruppen durch eine offene und lockere Organisationsstruktur gekennzeichnet. Vieles läuft informell und über persönliche Kontakte. Nach meiner Einschätzung ist nur ein Bruchteil der DGPuK-Mitglieder in einer der AGs tätig. Während dieser informelle Charakter sicherlich einen gewissen Charme hat, ergeben sich mittelfristig daraus Probleme. Erstens sind die Aktivitäten einer AG zu stark von einzelnen Personen und deren Engagement abhängig. Zweitens führt die fehlende satzungsmäßige Verankerung immer wieder zu Legitimationsproblemen und Krisen des Selbstverständnisses.

Aus meiner Sicht ist eine Verankerung der AGs in der Satzung und eine stärkere Beteiligung an der Organisation der Jahrestagungen sinnvoll. Häufig höre ich von anderen, daß das Programm der Jahrestagungen aufgrund seiner Breite zu heterogen und uninteressant ist. Dies könnte man damit umgehen, daß die AGs einen maßgeblichen Teil des wissenschaftlichen Programms einer Ta-

gung bestreiten, ähnlich wie das bei anderen Organisationen (ICA, IAMCR) der Fall ist. Dies setzt wiederum voraus, daß sich ein stabiles Ensemble von Arbeitsgruppen herausbildet, in denen die Mehrheit der DGPuK-Mitglieder sich aufgehoben fühlt, und daß die AGs eine Organisationsstruktur einschließlich eines finanziellen Budgets erhalten.

Hans-Bernd Brosius

Politik und Kommunikation

Die Arbeitsgruppe „Politik und Kommunikation" wird von der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft (DVPW) und der DGPuK gemeinsam getragen und von Heribert Schatz und Otfried Jarren kooperativ geleitet. Sie tagt jährlich; die notwendigen organisatorischen Arbeiten werden abwechselnd in Duisburg und Hamburg geleistet.

Die AG verfügt über ein festes Interessentenpotential von gut 80 Personen. An den jährlichen Tagungen nehmen zwischen 30 und 45 Personen teil; es arbeiten insbesondere Politik- sowie Publizistik- und Kommunikationswissenschaftler kontinuierlich mit. An den Tagungen beteiligen sich, je nach Themenstellung, aktiv oder passiv auch Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen aus anderen Disziplinen (vor allem Rechtswissenschaft, Soziologie und Ökonomie). Zunehmend arbeiten jüngere Kollegen mit.

Die AG fordert gut ein Jahr vor einer geplanten Tagung in den einschlägigen Informationsorganen von DVPW und DGPuK zu Referatsvorschlägen auf. Aufgrund dieser Vorschläge und einer Abstimmung zwischen den Koordinatoren wird dann das endgültige Programm erstellt. Bislang konnten – mit Ausnahme der Tagung 1995 in Lauenburg/Elbe – immer alle Vorschläge berücksichtigt werden.

Die Ergebnisse dieser Treffen wurden durch bisher drei Tagungsbände einer weiteren Fachöffentlichkeit zugänglich gemacht. Der mit dem LIT-Verlag bestehende Vertrag für das „Jahrbuch" der Arbeitsgruppe „Politik und Kommunikation" wurde mit Ablauf des Jahres 1995 gekündigt. Die Ergebnisse der Lauenburger Tagung sollen in einem Sammelband im Westdeutschen Verlag publiziert werden.

Die AG hat in den vergangenen Jahren ein hohes Maß an sozialer Stabilität entwickeln können; so ist es auch gelungen, sowohl den eher an Strukturfragen (Mediendienpolitik) als auch den eher an empirischen Arbeiten (Politische Kommunikation) Interessierten ein Forum zum Austausch von Forschungsergebnissen zu bieten. Zukünftig will sich die Arbeitsgruppe verstärkt europäischen Fragestellungen öffnen.

Derzeit laufen in Duisburg die Vorbereitungen für die am 4./5. Oktober 1996 im Wissenschaftszentum Berlin geplante Tagung zum Thema „Verknüpfung von politischer Macht und Medienmacht". Die bisherige Resonanz auf den „call for papers" ist außerordentlich vielversprechend, so daß mit einem anregenden Treffen und einem entsprechenden Sammelband zu rechnen ist.

Otfried Jarren/Heribert Schatz

Frauenforschung

Thema der Arbeitsgruppe „Frauenforschung" ist seit 1990, dem ersten Treffen, die Bedeutung der Kategorie „Geschlecht" in den Kommunikationswissenschaften. Zu den Aktivitäten der AG zählen vor allem die Vorbereitung von Unterplena zu der jeweiligen Jahrestagung und von eigenständigen Workshops. Die Themen der Workshops: „Geschlechtsspezifische Rezeptionsforschung – Theorien und Methoden" (1994), „Erinnerungsarbeit als Methode der Rezeptionsforschung" (1995), „Frauen im Netz – Geschlechtsspezifische Aspekte der Kommunikation in Computernetzen" (für 1996 geplant).

FUSSNOTENMUSEUM X

1) Daß dies eine extrem einschneidende Bedingung ist, braucht hier wohl kaum erläutert zu werden. Wenn man auf der Straße nach dem Weg gefragt wird, kann man nicht dadurch reagieren, daß man Lilli Marleen singt oder zurückfragt, ob der Fragende in der richtigen Weise an Jesus Christus glaubt. Die scharfe Einschränkung der Möglichkeiten einer sinnvollen Fortsetzung der Kommunikation zeigt dem Soziologen an, daß ohne weitere Systemdifferenzierungen die Gesellschaft nur sehr geringe Komplexität erreichen kann.

Aus Niklas Luhmann: Die Realität der Massenmedien. 2., erweiterte Auflage Opladen 1996, Seite 32, Fußnote 1

Die Workshops werden von etwa 30 bis 40 Wissenschaftlerinnen besucht; die Unterplena auf den DGPuK-Tagungen verzeichnen halb soviele Teilnehmerinnen. Das AG-Fenster ist mit durchschnittlich 10 bis 12 Frauen wesentlich schlechter besucht – was in erster Linie an der Überschneidung mit anderen Arbeitsgruppen liegt, in denen die Mitglieder aktiv sind.

Auf Antrag der AG wurde auf der Jahrestagung 1992 in Fribourg ein Papier verabschiedet, das die Gleichstellung von Wissenschaftlerinnen zu einem Ziel der DGPuK erklärt und Frauenforschung als einen wichtigen Teilbereich der Kommunikationswissenschaft anerkennt. Auf den Jahrestagungen solle der Anteil von Frauen an den wissenschaftlichen Aktivitäten erhöht werden. Was Unterplena zu geschlechtsspezifischen Aspekten angeht, wurde das Papier umgesetzt. Ein Plenumsreferat blieb bisher noch aus, steht allerdings für die kommende Jahrestagung auf dem Programm.

Ihrem Ziel, die Kategorie „Geschlecht" in der Kommunikationswissenschaft innerhalb der DGPuK präsent zu machen und zu halten, ist die Arbeitsgruppe in den vergangenen Jahren sicherlich nähergekommen. Der Anteil der Frauen sowohl bei den Mitgliedern als auch bei den Vortragenden auf den Jahrestagungen ist deutlich gestiegen. Allerdings sehen wir diesbezüglich noch keine Selbstverständlichkeit; ohne Initiative der AG kommen beispielsweise entsprechende Unterplena kaum zustande.

Mittlerweile ist die Frauen- und Geschlechterforschung in der Kommunikationswissenschaft weit davon entfernt, lediglich Forschungsdefizite beklagen zu müssen – es liegen vielfältige und differenzierte Befunde aus verschiedenen Sparten des Faches vor, die zusammengenommen auch einmal eine Jahrestagung wert wären. Ein Punkt, der uns am Herzen liegt, ist die geplante Neugestaltung des Tagungsablaufs: Die zeitliche Konkurrenz der AG-Fenster ist aus unserer Sicht für Kontinuität und Produktivität der Arbeitsgruppen eher hinderlich.

Petra Werner/Ulla Wischermann

Public Relations und Organisationskommunikation

Vor dem besonderen Hintergrund der „Public Relations/Organisationskommunikation" als einem noch jungen, sich etablierenden, aber noch nicht überall

akzeptierten Teilbereich der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft muß die Entwicklung der Arbeitsgruppe als sehr positiv eingestuft werden. Sie bündelt über die Grenzen der DGPuK hinaus fast 70 Interessenten aus Wissenschaft und Praxis; knapp die Hälfte davon sind Mitglieder der DGPuK. Etwa 20 DGPuK-Mitglieder zeigen ein kontinuierliches Interesse, wovon sich einige fachlich bislang nur in Ausnahmefällen mit dem Gegenstandsbereich beschäftigt haben. Inhaltlich kann die Gruppe für sich in Anspruch nehmen, zur fachlichen Entwicklung des Teilbereichs beigetragen zu haben.

Seit ihrer Gründung 1991 in Bamberg wurden die Treffen im Rahmen der DGPuK-Tagungen thematisch gestaltet: „Situation der PR in Lehre und Forschung" (Fribourg 1992), „Entwürfe zur PR-Theorie (Berlin 1993), „Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit" (München 1994), „Annäherungen an die PR-Geschichte" (Hohenheim 1995). Das Treffen 1996 ist dem amerikanischen „Excellence Project" (James E. Grunig) gewidmet. Aus der Diskussion dieser Treffen sind bislang zwei Reader hervorgegangen und als „Leipziger Skripten für PR" erschienen bzw. im Erscheinen.

Die Arbeitgruppe hat sich darüber hinaus unter der Leitung von Günter Bentele an der Ausrichtung zweier Tagungen beteiligt: 1993 gemeinsam mit der DPRG und dem Lehrstuhl Kommunikationswissenschaft der Universität Bamberg zum Thema „PR-Ausbildung" und 1995 gemeinsam mit dem Deutschen Netzwerk Wirtschaftsethik und dem Lehrstuhl Public Relations der Universität Leipzig zum Thema „Dialogkommunikation". Auch hieraus sind Publikationen hervorgegangen. Eine Tagung zum Thema „PR-Geschichte" ist für den 25./26. Oktober 1996 in Offenburg (Schwarzwald) geplant, eine Tagung zur Fortschreibung der Diskussion um die PR-Ausbildung für 1997/98 angedacht.

Die DGPuK-Arbeitsgruppe, deren Leitung ich 1995 übernommen habe, stellt derzeit das einzige wissenschaftliche Forum der mit Public Relations/Organisationskommunikation beschäftigten Kolleginnen und Kollegen dar. Ein solches Forum ist auch deshalb wichtig, weil dem relativ großen Interesse an PR bisher nur wenige einschlägige Hochschulstellen gegenüberstehen. Die bisherigen „Kurzzeit-Fenster" innerhalb der DGPuK-Tagungen können in der bestehenden Form nur eine Minimallösung sein, mit der zwar viele Kolleginnen und Kollegen erreicht werden, bei der neben fachlichen aber auch organisatorische Fragen auf der Agenda stehen. Aus Sicht unserer AG wäre daher ein höherer Stellenwert der Arbeitsgruppen innerhalb der DGPuK und eine Überarbeitung der Tagungskonzeption wünschenswert.

Peter Szyszka

Medienpädagogik

Die Arbeitsgruppe „Medienpädagogik" innerhalb der DGPuK traf sich auf den Tagungen in Bamberg (1991), Fribourg (1992) und Berlin (1993); es kam zu Aufarbeitungen der Situationen und zum Austausch über konkret-praktische Vorgänge im Fach. Diese Gespräche waren geprägt von der Tatsache, daß es mittlerweile mit der „Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur" (GMK) ein bundesweites Gremium für medienpädagogische Fragestellungen gab, das sich vornehmlich erziehungswissenschaftlich verstand, aber den kommunikativen Aspekt inhaltlich vertrat. Von den Mitgliedern der GMK ist inzwischen nicht nur der Vorsitzende Angehöriger der DGPuK. Die Interessenkollision zwischen erziehungswissenschaftlich traditionellen Mustern und publizistik- und kommunikationswissenschaftlichem Ansatz ist evident.

Zwei Aufgaben der Arbeitsgruppe innerhalb der DGPuK sind m.E. vordringlich: kommunikationswissenschaftliche Kompetenz im weiten Feld der „Medienpädagogik" zu definieren und „Medienpädagogik" im Rahmen der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft aktuell zu begründen sowie Mitgliedern der DGPuK ein Gesprächsforum im interdisziplinären Zusammenhang zu schaffen.

Es geht also nicht um Fragen von „Wissenschaftspolitik" oder um „Stellenbesetzungsstrategien", sondern um Selbstverständnisfragen und um Probleme publizistik- und kommunikationswissenschaftlicher Grundlagenarbeit. Meine These: „Medienpädagogik" kann zwar „angewandte Kommunikationswissenschaft" sein, „medienpädagogische" Fragestellungen haben aber auch paradigmatische Funktion für die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Die Mitglieder der AG werden in Leipzig diese Fragen des Selbstverständnisses diskutieren – um anschließend mit konkreten Fragestellungen nach Hause zu gehen.

Franz R. Stuke

Medienökonomie

Die Arbeitsgruppe „Medienökonomie" ist nicht nur die jüngste AG in der DGPuK (bei der Jahrestagung 1994 in München ins Leben gerufen), sondern sie beschäftigt sich auch mit einem noch wenig entwickelten Gegenstandsbereich. Rund 20 Mitglieder sehen ihre vordringliche Aufgabe darin, den Wachstumsprozeß einer kommunikationswissenschaftlichen Teildisziplin Medienökonomie zu fördern. Dazu dient zunächst die Erstellung eines Readers mit dem Arbeitstitel „Ökonomische Theorien und gesellschaftliche Kommunikation – Zur Fundierung einer kommunikationswissenschaftlichen Medienökonomie". Ziel ist dabei die Anwendung ausgewählter ökonomischer Theorien auf den Bereich gesellschaftlicher Kommunikation. Es geht im weitesten Sinn um die kritische Diskussion eines ökonomischen Paradigmas als Erklärungs- und Prognoseansatz für Kommunikationsprozesse und die Entwicklung von Kommunikations- bzw. Mediensystemen.

Eine so verstandene „Ökonomisierung" der Kommunikationswissenschaft wird für notwendig erachtet, um eine anerkannte wissenschaftliche Norm zu erfüllen: die Anwendung von Theorien und Methoden adäquat zum Untersuchungsgegenstand, der mehr und mehr ökonomisierten „gesellschaftlichen Kommunikation". Ähnlich wie in benachbarten Sozialwissenschaften soll eine Diskussion ökonomischer Theorieansätze auch in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft angeregt werden, ohne dabei einem „Ökonomismus" das Wort zu reden.

Die AG hat bewußt darauf verzichtet, eigene Jahrestagungen zu veranstalten, um dabei gehaltene (Kurz-)Vorträge zu veröffentlichen. Favorisiert wurde stattdessen das Konzept, vertiefende Originalbeiträge für den Reader zu erarbeiten. Zusätzlich hält man generell eine stärkere inhaltliche Profilierung und die Integration aller AGs in die DGPuK-Jahrestagungen für erforderlich. Ein erster Schritt in diese Richtung war das gezielte medienökonomische Vortragsangebot einer Reihe von AG-Mitgliedern im Rahmen der Hohenheimer Jahrestagung 1995. Die Realisierung weiterer Pläne – etwa die Systematisierung eines medienökonomischen Studienangebots – soll erst in Angriff genommen werden, wenn die Reader-Beiträge bis Herbst 1996 fertiggestellt sind.

Manfred Knoche

INSTITUTE

Wechselvolle Institutsgeschichte

Worüber man in Leipzig reden könnte

In wenigen Zeilen die Geschichte eines achtzigjährigen Institutes zu skizzieren, das ist vermessen. Vor allem dann, wenn es eigentlich um die Geschichte mehrerer Institutionen geht, die gegensätzlicher kaum sein könnten. Bleibt der Versuch, zu einigen Aspekten der wechselvollen und zugleich widersprüchlichen Entwicklung ins Gespräch zu kommen.

Natürlich würde ich als Leipziger gern zuerst darauf verweisen, daß es eben an dieser Universität gelang, das erste Institut für Zeitungskunde an einer deutschen Hochschule zu gründen. Freilich sollte sich die Euphorie in Grenzen halten, denn von der Konstituierung einer eigenständigen Disziplin kann man in der ersten Zeit ab 1916 nicht sprechen – auch Karl Bücher tat dies nicht.

Anders sah das ab 1926 bei Erich Everth aus, der nicht nur die erste ordentliche Professur für Zeitungswissenschaft besetzte, sondern – sehr zur Überraschung der Kritiker seiner Berufung – um eine theoretische Fundierung der Zeitungswissenschaft bemüht war. Immerhin führte er die Leipziger Zeitungskunde, wie er sie „aus Bescheidenheit" nannte, von einer Disziplin, die unter Bücher die Presse vorwiegend aus nationalökonomischer Sicht betrachtete, in erste Berührungen mit seinerzeit sehr jungen Disziplinen wie der Soziologie und der Psychologie.

Denke ich an das dunkle Kapitel der Nazidiktatur, fällt mir zuerst die seit 1934 unter Hans A. Münster betriebene offene Unterstützung der Nazis ein. Neben maßlos zynischen Untersuchungen zur „Verjudung der Presse" gab es allerdings Ansätze zu einer Rezipientenforschung, die auch für den wissenschaftlich interessant sind, der sich politisch als Antifaschist versteht.

Während es bei der Sicht auf die ersten Jahrzehnte der Leipziger Institutsentwicklung kaum Dissens unter den Fachkollegen geben dürfte, wird dies bei der Verständigung über das letzte halbe Jahrhundert komplizierter sein. Da sehe ich im 1946 von Gerhard Menz gegründeten Institut für Publizistik den ernsthaften Versuch, einen wissenschaftlichen Neubeginn aus der alten Universität heraus zu wagen, sich einer neuen gesellschaftlichen Ordnung zur Verfügung zu stellen – und Gerhard Menz blieb bis zu seiner Emeritierung in seinem politischen Wirken (Deutsche Volkskongreß-Bewegung) keineswegs nur auf die Universität beschränkt.

Oder 1948 dann die Gründung eines gleichnamigen Institutes an der Gewifa unter der Leitung von Hermann Budzislawski, der in einer Reihe mit namhaften antifaschistischen Intellektuellen wie Walter Markov, Ernst Bloch oder Hans Mayer genannt werden sollte, die sich um einen neuen, einen antifaschistisch-demokratischen Geist an der Universität bemühten.

Das 1951 etablierte neue Institut für Publizistik und Zeitungswissenschaft unterschied sich von seinen Vorgängern allein schon dadurch, daß seine Gründung einer ausdrücklichen Forderung der 1. Pressekonferenz des ZK der SED 1950 entsprach. Und es ist unbestreitbar, daß das Denken des Kalten Krieges, das gerade in diesen Jahren seinen Höhepunkt erreichte, auch die Lehrinhalte und die Forschung an diesem Institut prägte, da das Konstrukt von der „Presse neuen Typs" konkurrierende Ideengebäude verdrängte.

Auf die Gründung der Fakultät für Journalistik 1954 folgten neue Bemühungen von außerordentlich widersprüchlicher Natur. Ganz sicher ließ das Umfeld wenig Spielraum für eigenständiges Denken – die Ausbildung von Journalisten wurde zuerst als Formung zuverlässiger Kader verstanden, und – soweit ich das überschauen kann – so von der Mehrzahl der Lehrenden und Studierenden auch akzeptiert. Aber da gab es z.B. mit Hermann Budzislawskis Ansatz vom „Journalismus als Zweig der Literatur" immerhin einen ernsthaften Versuch, eine eigene geistige Konstruktion in die theoretische Ausbildung einzufügen. Und die praktisch-handwerkliche Ausbildung gewann sichtlich an Professionalität, was auf die Einzelleistungen im DDR-Journalismus künftiger Jahre abfärbte.

Sollten wir über die siebziger und achtziger Jahre, also die seit 1969 bestehende Sektion Journalistik, reden, dann könnte ich schon über eigenes Erleben sprechen – eine Zeit, in der (sehr spät) an neuen theoretischen Überlegungen gearbeitet wurde, die die einseitige Betrachtung des Journalismus als Instrument einer politischen Leitung überwinden sollten. Es war auch eine Zeit, in der wir als Lehrende – meist gedrängt von den kritischer werdenden Fragen unserer Studenten – in einer sich verändernden Welt auch persönliche Wandlungen durchlebten. Innere, geistige Wandlungsprozesse freilich, die die bestehenden Verhältnisse in der DDR nicht grundlegend in Frage stellten. Jeder wird diese Prozesse damals und erst recht heute in der Erinnerung auch sehr individuell erlebt haben.

Es kam die Zeit des Umbruchs 1989/90, in der auch an der hiesigen Sektion Mitarbeiter und Studenten sich einem Neubeginn in Leipzig zu stellen begannen. Wie ernsthaft und tiefgreifend dieser Versuch war, wird offen bleiben, da die Abwicklung der Sektion Journalistik per Dekret im Dezember 1990 dieses Experiment im Ansatz unterbrach. Immerhin gelang es den studentischen Protesten, die Auslöschung einer auf den Journalismus bezogenen Lehre und Ausbildung zu verhindern.

Im Mai werden nun die Teilnehmer der Jahrestagung persönlich Gelegenheit erhalten, sich ein Bild von dem zu machen, was nun als Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft im Entstehen begriffen ist. Freuen wir uns also auf das gemeinsame Gespräch – über die Vergangenheit, die Gegenwart und die Zukunft unserer Disziplin und jenes Institutes, an dessen Anfang Karl Bücher stand. *Jürgen Schlimper*

DGPuK - Jahrestagung im Mai 1996 in Leipzig

„Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit: Akteure – Strukturen – Veränderungen" heißt das Thema der nächsten Jahrestagung, die vom 15. bis 17. Mai 1996 an der Universität Leipzig stattfindet. Nähere Informationen bei Günter Bentele, Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft, Augustusplatz 9, 04109 Leipzig, Telefon (0341) 9735730, Telefax (0341) 9735748.

NEUE BÜCHER

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

Angerer, Marie-Luise (Hg.): The Body of Gender. Körper, Geschlechter, Identitäten. Wien: Passagen Verlag 1995

Becher, Martina: Moral in der PR? Empirische Studie zu ethischen Problemen im Berufsfeld Öffentlichkeitsarbeit. Berlin: Vistas 1996 (= Öffentlichkeitsarbeit/ Public Relations und Organisationskommunikation 1)

Böhme-Dürr, Karin/Graf, Gerhard (Hg.): Auf der Suche nach dem Publikum. Medienforschung für die Praxis. Konstanz: Universitätsverlag 1995 (= Medien und Märkte 6)

Bruck, Peter A./Mulrenin, Andrea: Digitales Österreich – Informationhighway: Initiativen, Projekte, Entwicklungen. Innsbruck: Studien Verlag Innsbruck-Wien 1995

Bucher, Hans-Jürgen/Klingler, Walter/ Schröter, Christian (Hg.): Radiotrends. Baden-Baden: Nomos 1995

Fischer, Heinz-Dietrich (Hg.): Kommunikationspraktiken internationaler Airlines und Airports. Ansätze, Analysen,



Ansprechpartner. Bochum: Universitätsverlag Brockmeyer 1995 (= Bochumer Studien zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft 79)

Fischer, Heinz-Dietrich/Jubin Olaf (Hg.): Privatfernsehen in Deutschland. Konzepte, Konkurrenten, Kontroversen. Frankfurt am Main: Institut für Medienentwicklung und Kommunikation 1996 (= Kommunikation und Medien 1)

Frey-Vor, Gerlinde: Langzeitserien im deutschen und britischen Fernsehen. Lindenstraße und EastEnders im interkulturellen Vergleich. Berlin: Spiess 1996

Fröhlich, Romy/Holtz-Bacha, Christina: Frauen und Medien. Eine Synopse der deutschen Forschung. Opladen: Westdeutscher Verlag 1995

Funiok, Rüdiger (Hg.): Grundfragen der Kommunikationsethik. Konstanz: UVK Medien 1996

Haller, Michael/Davatz, Felix/Peters, Matthias: Massenmedien, Alltagskultur und Partizipation. Zum Informationsgeschehen in ständischen Gesellschaften. Basel, Frankfurt am Main: Helbing & Lichtenhahn 1995 (= Nationales Forschungsprogramm 21: Kulturelle Vielfalt und nationale Identität)

Hömberg, Walter/Pürer, Heinz (Hg.): Medien-Transformation. Zehn Jahre dualer Rundfunk in Deutschland. Konstanz: UVK Medien 1996 (= Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft 22)

Hoffmann-Riem, Wolfgang: Rundfunkaufsicht zwischen Staatsfreiheit und Staatseinfluß. Berlin: Vistas 1995 (= Schriftenreihe der Sächsischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien 1)

Hoffmann-Riem, Wolfgang/Simonis, Heide (Hg.): Chancen, Risiken und Regelungsbedarf im Übergang zum Multi-Media-Zeitalter. Dokumentation zum Medienworkshop am 21. August 1995. Hamburg, Kiel 1995

Holgersson, Silke: Fernsehen ohne Kontrolle? Zur Aufsichtspraxis der Landesmedienanstalten in den Bereichen Jugendschutz und Werbung. Opladen: Westdeutscher Verlag 1995 (= Studien zur Kommunikationswissenschaft 10)

Karmasin, Matthias: Journalismus: Beruf ohne Moral? Journalistisches Berufshandeln in Österreich. Wien: Linde 1996

Koch, Ursula E./Schröter, Detlef/Albert, Pierre/Rieffel, Rémy (Hg.): Hörfunk in Deutschland und Frankreich. Journalisten und Forscher im Gespräch. München: Reinhard Fischer 1996

Mast, Claudia (Hg.): Markt – Macht – Medien. Publizistik im Spannungsfeld zwischen gesellschaftlicher Verantwortung und ökonomischen Zielen. Konstanz: UVK Medien 1996 (= Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft 23)

Marci-Boehncke, Gudrun/Werner, Petra/ Wischermann, Ulla (Hg.): BlickRichtung Frauen. Theorien und Methoden geschlechtsspezifischer Rezeptionsforschung. Weinheim: Deutscher Studien Verlag 1996

Müller, Andreas/Schenk, Michael/ Fugmann, Jürgen: Datendienste in Digital Audio Broadcasting - DAB. Villingen: Neckar-Verlag 1995 (= Schriftenreihe der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg 2)

Pfeifer, Hans-Wolfgang/Quandt, Siegfried (Hg.): Zeitungslandschaft Hessen. Prozesse, Profile, Perspektiven. München: Koehler & Amelang 1996

Quandt, Siegfried: Die Darstellung der Türkei, der Türken und Kurden in deutschen Massenmedien. Die Berichterstattung der Printmedien und Fernsehsender im März/April 1995. Gießen: Justus-Liebig-Universität 1995 (= Deutschland & Türkei. Studien zur Kommunikation 1)

Schneider, Beate/Reumann, Kurt/Schiwy, Peter (Hg.): Publizistik. Beiträge zur Medienentwicklung. Festschrift für Walter J. Schütz. Konstanz: Universitätsverlag 1995 (= Journalismus 37)

Schütz, Arthur: Der Grubenhund. Experimente mit der Wahrheit. München: Reinhard Fischer 1996 (= ex libris kommunikation 5)

Sperka, Markus: Psychologie der Kommunikation in Organisationen. Eine Einführung auf systemtheoretischer Grundlage. Essen: Die Blaue Eule 1995

Spielhagen, Edith: Statt Fernsehen – Stadtfernsehen. 15 lokale TV-Kanäle in Brandenburg. Berlin: Vistas 1996 (= Schriftenreihe der Medienanstalt Berlin-Brandenburg 4)

Stöber, Rudolf: Geschichte. Eine Einführung. Opladen: Westdeutscher Verlag 1996

Volpers, Helmut: Hörfunklandschaft Niedersachsen. Eine vergleichende Analyse. Berlin: Vistas 1996 (= Schriftenreihe der Niedersächsischen Landesmedienanstalt für privaten Rundfunk 1)

Weiß, Hans-Jürgen u.a.: Gewalt von Rechts – (k)ein Fernsehthema? Zur Fernsehberichterstattung über Rechtsextremismus, Ausländer und Asyl in Deutschland. Opladen: Leske + Budrich 1995 (= Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen 11)

ESSAY

Medienkritik, Ökokitsch und Technikangst

Von der Medienerziehung zur Medienkompetenz

Der Erziehungswissenschaftler Heinrich Roth schrieb 1965, daß es in Deutschland noch immer einer „Blasphemie" gleichkäme, zwischen Zivilisation und Kultur, zwischen Technik und Geist keinen Gegensatz zu sehen. Dreißig Jahre später sind „Stille-Übungen für Kinder" der Renner in der Lehrerfortbildung, auch „Wahrnehmen mit allen Sinnen" ist gefragt. Zufall wäre es, falls sich genügend Teilnehmer und Teilnehmerinnen zum Thema „Beverly Hills – Lesen im Fernsehzeitalter" einfänden. Auf Ablehnung stößt sicherlich die Idee, mit einer Unterrichtseinheit „Chip-Suche" in die Grundschulwelt einzubrechen. Wobei nicht die Chips aus der Tüte gemeint sind, sondern „Chip" als Abkürzung für elektronische Systeme steht, die mit ihren Sensoren und Detektoren in Küchenmaschinen, Geldautomaten, automatischen Türöffnern Teil unseres Alltags geworden sind.

Man läuft kein Risiko mit der Feststellung, daß in allgemeinbildenden Schulen – abgesehen von Schulbuch und schriftlichen Texten – der Unterrichtsalltag der meisten Lehrkräfte bis auf den heutigen Tag medienfrei geblieben ist. Die mangelnde Medienausstattung liefert hierfür keine ausreichende Erklärung. Offensichtlich fühlen sich viele Lehrkräfte in ihrer Medienabstinenz durch ihre kritische Einstellung zu Massenmedien und Mediengesellschaft legitimiert. In keinem anderen Bereich verdichtet sich der gesellschaftliche Mediendiskurs zu einem vergleichbar kulturpessimistisch aufgeladenen Gemisch von Nostalgie, Ökokitsch und Technikangst. Zur Entlastung der Lehrer und Lehrerinnen sei auf die akademischen Zulieferer verwiesen, die mit schnellen Statements zu Computerwitwen oder zu Cyber-Sex auf den Konjunkturwellen der Medienkritik surfen.

Es geht nicht darum, Medienkritik an sich zu diffamieren. Ärgerlich an dem gängigen medienkritischen Diskurs ist, daß er sich radikal gibt, aber an der Oberfläche bleibt. Ein Neil Postman beherrscht dieses Schema in bestsellerischer Manier. Da wird der amerikanische Nationalheilige Thoreau zitiert, der die Nützlichkeit des Telegraphen und anderer moderner Kommunikationsmittel bezweifelte. Maine und Texas hätten sich wohl kaum etwas zu sagen, und über das Transatlantikkabel würden das „amerikanische Schlappohr" sowieso nur Mitteilungen erreichen wie „Prinzessin Adelheid hat den Keuchhusten".

Leider geht Postman nicht darauf ein, daß Thoreau dies schrieb, als er sich zwischen 1845 und 1847 an einen Waldsee in Massachusetts zurückzog, um dort – nur wenige Kilometer von der nächsten Ortschaft entfernt – ein auf sich selbst gestelltes Leben im Einklang mit der Natur zu führen. Hier müßte sich diese Art von Medienkritikern entscheiden: Wer ein auf sich selbst gestelltes Leben in der Natur führen will, für den sind moderne Kommunikationsmittel eine bloße Störung und Gefährdung seines Lebensstils. Wenn dieser Rückzug in die Natur jedoch keine Alternative ist, dann kann man sich auch nicht aus den weltumspannenden Informationsnetzen verabschieden, die den globalen Verflechtungen von Politik, Wirtschaft und Ökologie entsprechen. Dann müßte die Kritik weniger fundamentalistisch (und damit weniger publikumswirksam) nicht an den Medien an sich ansetzen, sondern an ihrer Nutzung – und an dem gesellschaftlichen Kontext, in dem sie genutzt werden.

Die den gängigen Mediendiskurs dominierende gesellschafts- und kontextblinde Kritik wird noch durch einen anderen Trend verstärkt: Wem heute das Parkett der Gesellschaftskritik zu glatt geworden ist, der tritt um so radikaler auf, wenn es um die Medien geht. Pädagogisch ärgerlich ist die auf „Gefahren und Risiken" verkürzte Mediendiskussion, weil sie zwangsläufig in eine Sackgasse führt. Die Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen spielt sich im außerschulischen Raum ab, sie ist damit dem pädagogischen Zugriff weitgehend entzogen. Schule soll also – so stellt es sich dar – als Reparaturbetrieb für gesellschaftliche Fehlentwicklungen in Anspruch genommen werden. Die Reaktionen der Lehrer und Lehrerinnen schwanken zwischen dem Gefühl der Überforderung und dem Eingeständnis fachlicher Inkompetenz, da man für diese Aufgabe nicht ausgebildet ist.

In keinem anderen Bereich verdichtet sich der gesellschaftliche Mediendiskurs zu einem vergleichbar kulturpessimistisch aufgeladenen Gemisch von Nostalgie, Ökokitsch und Technikangst

Nun gibt es Anzeichen für eine produktive Wende in dieser bislang immer wieder leerlaufenden Diskussion über Medien und Schule. Anfang 1995 legte die Bund-Länder-Kommission für Bildungsplanung und Forschungsförderung einen Orientierungsrahmen „Medienerziehung in der Schule" vor. Im Mai desselben Jahres wurde die gemeinsame Erklärung der Konferenz der Kultusminister zur „Medienpädagogik in der Schule" verabschiedet. In beiden Papieren folgt die Argumentation nicht den ausgetretenen Pfaden der Medienkritik. In den Mittelpunkt der Überlegungen rückt der Begriff der „Medienkompetenz". Nimmt man die Forderung nach „Medienkompetenz" ernst, dann handelt es sich hier um einen Perspektivenwechsel.

Die praktische Durchsetzung dieses Perspektivenwechsels erforderte eine Reihe konkreter Maßnahmen, von Veränderungen in der Lehreraus- und -fortbildung bis zur technischen Ausstattung von Schulen. Ebenso wichtig erscheint jedoch eine Einstellungsveränderung gegenüber Medien und Mediengesellschaft. Der gesellschaftliche Diskurs über Medien folgt eingeschliffenen Argumentationsmustern. In jeder Welle der Medienkritik tauchen dieselben medienkritischen Topoi auf. Topisches Argumentieren blendet aber Wirklichkeit und eigene Erfahrungen aus. Wie die Topoi der Medienkritik zu Wahrnehmungsbarrieren gegenüber der gesellschaftlichen und kulturellen Wirklichkeit werden, läßt sich an den Niedersächsischen Rahmenrichtlinien für das Fach Biologie im Gymnasium aufzeigen. Erschienen im Jahr 1994, haben diese Rahmenrichtlinien Gültigkeit für den Rest des Jahrhunderts.

Der differenzierte pädagogische Begriff der „originalen Begegnung" droht in der Gleichsetzung mit „Primärerfahrung" zum meditativen Bäume-Umarmen zu verkommen

Die Auswahl dieses Faches erscheint auf den ersten Blick unverständlich, denn Biologie ist ein Fach, das kaum in Verbindung mit Medienpädagogik gebracht wird und kaum etwas mit Medienpädagogik zu tun haben will. Es gibt jedoch gute Gründe, den Biologieunterricht als Beispiel heranzuziehen. Schon die Tatsache, daß die naturwissenschaftlichen Fächer durchgehend unerwähnt bleiben, wenn über Medienpädagogik gesprochen wird, ist in sich aufschlußreich. Die gängigen Konzepte schulischer Medienerziehung reduzieren sich bei näherem Hinsehen auf eine Art Fernseherziehung.

Darin reproduziert sich die Spaltung unserer Gesellschaft in „zwei Kulturen". Wer über „Erfahrungen aus zweiter Hand" spricht, denkt zuerst und oftmals ausschließlich an das Fernsehen bzw. an die Massenmedien insgesamt. Dabei sind die über Medien gesammelten und ausgewerteten Informationen für das neuzeitliche Weltbild konstitutiv. Man denke nur an die astronomischen Beobachtungen Galileis und den Streit, ob den mit Hilfe des Fernrohrs gesammelten Daten höhere wissenschaftliche Beweiskraft zukäme als der sinnlichen Wahrnehmung.

In Rahmenrichtlinien für das Gymnasium, das sich ansonsten auf seinen wissenschaftspropädeutischen Auftrag viel zugute hält, müßte man die Einsicht erwarten, daß die wissenschaftlichen Fortschritte der Biologie auf das Engste mit der medientechnischen Entwicklung zusammenhängen. Zum anderen steht das Fach Biologie mit der „Umwelterziehung" im Zentrum einer pädagogischen Diskussion, die ihre Dynamik gerade aus der Abwehrhaltung gegenüber einer als bedrohlich erlebten Technisierung und Mediatisierung von Gesellschaft bezieht.

Dort, wo die Rahmenrichtlinien auf Medien Bezug nehmen, heißt es, die lebensweltlichen Erfahrungen und Interessen seien durch Technik und Medien geprägt, primäre Erfahrungen träten demgegenüber in den Hintergrund, Freizeitverhalten und Mediennutzung förderten eine „Loslösung von der Natur". Von daher werde es Aufgabe von Schule, neue primäre Erfahrungen zu ermöglichen und Möglichkeiten zu schaffen, „Natur zu erleben". Hier soll nicht gegen Schulgärten und Naturbeobachtung polemisiert werden, aber es fällt schwer, sich nicht über die historische Naivität lustig zu machen, mit der unmittelbare Naturerfahrungen und „Nähe zur Natur" gleichgesetzt werden. Sind die in der Antike verkarsteten Mittelmeerregionen ein Beweis für den pfleglichen Umgang mit Natur in vorindustriellen Zeiten? Wieso konnte sich der Tierschutzgedanke, zumindest in unserer Gesellschaft, erst dann entwickeln, als das Tier nicht mehr ausschließlich Nutztier war? Der Chemieeinsatz in der Landwirtschaft spricht auch nicht für die Gleichsetzung von unmittelbarer Naturerfahrung und „Nähe zur Natur" – völlig abgesehen von dem offensichtlich ahistorischen Verständnis von „Natur".

Mit dieser naiven Medienkritik korrespondieren die Abwertung der Medien und die Geringschätzung ihres didaktischen Stellenwerts. So wird im Sinne einer Warnung hervorgehoben, daß Medien immer nur „Ersatz für originale Begegnungen" sein sollten. Unter dem Vorzeichen der Medienkritik findet hier Rückschritt statt, wenn man sich vor Augen hält, daß Reformpädagogen wie Adolf Reichwein bereits die Überlegung formuliert hatten, daß die „organisierte Beobachtung" eine Voraussetzung für ein „aktives Verhältnis zu den Naturwesen" ist und daß Filme die Naturbeobachtung nicht ersetzen, sondern vor allem die Aufgabe haben, „in diese Beobachtungen Ordnung und Methode zu bringen". Der Film, meinte Reichwein, ist in dieser Funktion durch „keine andere Anschauungsform" zu ersetzen.

Der Antimedieneffekt führt dazu, daß selbst zentrale fachdidaktische Begriffe wie „Beobachtung", „Umwelt" oder „System" in keiner Weise reflektiert werden, schwebt doch über allem das Primat der „primären Erfahrung". Unreflektiert werden die Begriffe „Beobachtung" und „Primärerfahrung" in einen Gegensatz zu medial vermittelten Erfahrungen als „Erfahrungen aus zweiter Hand" gesetzt. Der differenzierte pädagogische Begriff der „originalen Begegnung" droht in der Gleichsetzung mit „Primärerfahrung" zum meditativen Bäume-Umarmen zu verkommen.

Im Fach Biologie sollte man sich, so wäre zu erwarten, der Einsichten eines Konrad Lorenz über die Probleme der unmittelbaren Wahrnehmung – also über den „Fehler des ersten Blicks" und der „Unbelehrbarkeit der Gestaltwahrnehmung" – bewußt sein. Offensichtlich verstellt das Postman-Syndrom die Einsicht, daß es keine „unbefleckte Wahrnehmung" gibt, sondern daß mit der Wahrnehmung immer Konstruktionsprozesse verbunden sind.

In traditionellen Gesellschaften werden Erlebnis- und Wahrnehmungsmodelle – im Normalfall – nicht zum Problem, da sie von allen geteilt werden und daher nicht hinterfragt werden müssen. In einer pluralistischen Gesellschaft treten verschiedene Erlebnis- und Wahrnehmungsmodelle in Konkurrenz, wird die kritische Auseinandersetzung mit ihnen eine Voraussetzung für Mündigkeit und

Selbstbestimmung. Die Medien transportieren nicht nur die konkurrierenden Weltbilder, sie schaffen auch die Möglichkeit, sich mit diesen Weltbildern kritisch auseinanderzusetzen.

Ebenso unreflektiert erscheint es, wenn in den Rahmenrichtlinien – und nicht nur dort – Umwelt auf die sinnlich erfaßbaren Phänomene reduziert wird. Probleme tauchen, dieser Argumentation zufolge, deshalb auf, weil wir nicht mehr in der Lage seien, unsere Sinne richtig zu gebrauchen.

Über den Verlust sinnlicher Erfahrungsmöglichkeiten kann man ertragreich diskutieren, wenn man dabei nicht außer acht läßt, daß unsere Sinneserfahrungen nicht dazu ausreichen, die Dinge, die mit uns und um uns herum passieren, angemessen zu verstehen. Dies trifft insbesondere auf ökologische Probleme zu. So haben wir keine „Sinnesorgane", die uns vor Radioaktivität in der Atmosphäre oder Pestiziden in der Nahrung warnen. Es ist geradezu ein Merkmal der „Risikogesellschaft", daß sich viele der neuartigen Risiken „vollständig dem unmittelbaren menschlichen Wahrnehmungsvermögen" entziehen. Die Grenzen unserer sinnlichen Wahrnehmungsfähigkeit werden hier geradezu zur „Wahrnehmungsbarriere".

Die Ökologiedebatte hat noch auf ein anderes Defizit menschlicher Wahrnehmungsfähigkeit verwiesen: Wir sind unzulänglich bis gar nicht in der Lage, die Entwicklung multifaktorieller dynamischer Systeme zu verstehen. Hier wie in anderen Bereichen übersteigt die zu verarbeitende Informationsmenge die Verarbeitungskapazität und das Vorstellungsvermögen des Menschen, so daß der Computer als Denkwerkzeug eingesetzt werden muß, um unsere Erkenntnismöglichkeiten zu erweitern.

Was hier an dem scheinbar fernliegenden Beispiel des Biologieunterrichts ausgeführt wurde, läßt sich ebenso gut an anderen Fächern verdeutlichen. Auch nach dem hundertsten Geburtstag existiert Film in den Köpfen von Deutschlehrern mehrheitlich nur als Literaturverfilmung, wobei mit dem Begriff der Verfilmung der fade Beigeschmack von „Abklatsch" verbunden ist.

Auch ein Fach wie Geschichte müßte in die medienpädagogische Pflicht genommen werden. Ohne Geschichte zur Kommunikationsgeschichte umzuschreiben, lassen sich bestimmte historische Ereignisse nicht ohne Berücksichtigung der gesellschaftlichen Kommunikationsverhältnisse begreifen. Wenn historisches Lernen vor allem Lernen aus Quellen ist, dann müssen diese Quellen auch in ihrer medialen Eigenschaft analysiert und kritisiert werden, müßte Schüler und Schülerinnen deutlich werden, wie die Medientechnik und die soziale Festlegung des Mediengebrauchs unseren Zugang zur Vergangenheit bestimmt.

Die Erweiterung des medienpädagogischen Aufgabenfeldes durch das Hinzukommen des Computers verändert an der hier beschriebenen Problematik grundsätzlich nichts, die bewahrpädagogischen Wurzeln setzen sich durch, auch wenn man neue Triebe aufpfropft. In einer 1995 von der Landesregierung Baden-Württembergs veröffentlichten Multimedia-Enquête werden den „klassischen Medien" unter dem Stichwort „passiver Konsum" die Gefährdungen durch gewaltverherrlichende, rassistische oder pornographische Darstellungen zugeordnet. Neue Anforderungen an die Medienerziehung ergeben sich nach der Studie aus dem „aktiven Umgang" mit dem Computer. Als Beispiel für diese neuen Anforderungen werden die Schlagworte „Datenschutz", „Raubkopieren", „Viren" und „Hacken" genannt. Es ist schwierig, anders als mit Kopfschütteln auf dieses hilflose Schlagwort-Potpourri zu reagieren.

Man könnte sich den Fragen von Medien und Medienkompetenz jedoch aus einer ganz anderen Perspektive nähern, wenn nicht der vor dreißig Jahren von Heinrich Roth beklagte Gegensatz von Zivilisation und Kultur, von Geist und Technik noch immer virulent wäre. So taucht in der Diskussion über die informationstechnische Grundbildung – über den Computer in der Schule – von Anfang an ein Technikbegriff auf, der eine Wechselwirkung zwischen Denkprozessen und „Kultur-Techniken" impliziert. So gelangt man zu einer „Ahnenreihe des Computers", wenn man davon ausgeht, daß die Auslagerung von Gedächtnisleistungen – bei den sumerischen Rechensteinen angefangen – zu Ergebnissen führt, die „im Kopf" nicht erzielt werden können, weil die externe Speicherung komplizierte Rechenoperationen zuläßt.

Auf vergleichbare Überlegungen stößt man dort, wo es um die Schrift als einem „intersubjektiv zugänglichen Kommunikationsspeicher" und ihre kulturellen Auswirkungen geht. Von hieraus ist es nur noch ein kleiner Schritt, diese Vorstellung auf die Medien insgesamt zu übertragen, zumal dies ein Erklärungsmodell ist, das durchaus eine Tradition hat. Anzuführen wäre etwa Alexander von Humboldt, der einen Zusammenhang zwischen neuzeitlichem Denken und Medienentwicklung konstatiert: „Die naturwissenschaftliche Civilisation der Welt reicht kaum über jene glänzende Epoche hinaus, wo in dem Zeitalter von Galilei, Huyghens und Fermat gleichsam neue Organe geschaffen wurden, neue Mittel den Menschen (beschauend und wissend) in einen innigeren Contact mit der Außenwelt zu setzen, Fernrohr, Thermometer, Barometer, die Pendeluhr und ein Werkzeug von allgemeinerem Gebrauche, der Infinistemal-Calcul."

Auch Freud spricht davon, daß der Mensch mit all seinen Werkzeugen seine Organe vervollkommnet, und zählt in diesem Zusammenhang die Brille, das Mikroskop, die Fotokamera, die Grammophonplatte und das Telefon auf

Auch Freud spricht davon, daß der Mensch mit all seinen Werkzeugen seine Organe vervollkommnet, und zählt in diesem Zusammenhang die Brille, das Mikroskop, die Fotokamera, die Grammophonplatte und das Telefon auf. Damit hat man Anschluß an einen Technikbegriff, wie er u.a. von Arnold Gehlen vertreten wurde, der den Sinn von Technik in ihrer Funktion als „Organersatz, Organentlastung bzw. Organüberbietung" sah. Aus dieser Perspektive betrachtet, erweitert und verändert die Entwicklung der

Medien die organischen Möglichkeiten des Menschen zur Wahrnehmung, Speicherung, Wiedergabe, Vervielfältigung, Übertragung und Verteilung sowie zur Verarbeitung von Informationen. Im Gegensatz zu dem gängigen Mediendiskurs, in dem die Mediatisierung mit einer Art „Informations- und Kommunikationssterben" gleichgesetzt wird, wird aus dieser Perspektive deutlich, daß die Entfaltung der Kommunikations- und Erfahrungsmöglichkeiten an die Entwicklung entsprechender Techniken gekoppelt war.

Die „Organmetapher" mag dazu verführen, in der medientechnischen Entwicklung die Fortsetzung der Evolution zu sehen und somit die technische Entwicklung uneingeschränkt mit Fortschritt gleichzusetzen. Notwendig ist jedoch eine differenzierte „Gewinn- und Verlustrechnung", wie sie etwa Michael Giesecke seiner historischen Fallstudie „Der Buchdruck in der frühen Neuzeit" am Beispiel der Medizin durchführt. In der Medizin des Mittelalters spielten Geruch und Geschmack, Farbe und Konsistenz von Dingen eine wichtige Rolle. Das über diese Sinneserfahrung gewonnene Wissen konnte aber nur über ein unmittelbares Meister-Schüler-Verhältnis vermittelt werden, denn Gerüche sind z.B. nur im Verhältnis zu anderen Gerüchen und nicht für sich definierbar.

Für die neuzeitliche Welterfahrung wurde dagegen das Auge zum dominierenden Sinnesorgan. Wie Galilei formulierte, existiert nichts anderes als Größe, Form, Menge und Bewegung. Für die Vermittlung dieser „exakten Erkenntnisse" war das Buch – mit seiner Möglichkeit, Schrift und Bild zu transportieren – der geeignete Informationsträger. Damit wurden andere Formen der Welterfahrung, die sich nicht über das Buch vermitteln ließen, abgewertet und abgedrängt.

Hier geht es nicht um eine Fundamentalkritik an der westlichen Medizin. An diesen Andeutungen zum „ärztlichen Blick" sollte lediglich verdeutlicht werden, daß die Vorstellung von Medienkompetenz für unsere Kultur viel weiter gefaßt werden muß, als dies in der Reduktion des Medienproblems auf Fernsehkonsum und Computerspiele gemeinhin geschieht. Wenn wir über die Rolle der Medien in unserer Gesellschaft nachdenken, müssen wir unsere Perspektive erweitern: Medienentwicklung und damit einhergehender gesellschaftlicher Wandel führen zu tiefgreifenden Veränderungen in den Wahrnehmungsformen und Erfahrungsmöglichkeiten, verändern Informationsaustausch und Kommunikation.

Dabei ist eine Klarstellung notwendig: Wer von Technik spricht, bezieht sich dabei oft nur auf Apparate und Anlagen, also die technischen Artefakte. Dieser Technikbegriff greift aber zu kurz. Es gibt nicht das Buch, den Film, das Fernsehen oder den Computer. Medien können ganz unterschiedliche Funktionen übernehmen und verändern sich im Kontext ihrer Nutzung. Techniken – und damit auch die technischen Medien – lassen sich erst dadurch verstehen, daß man ihre Rolle in menschlichen Arbeits- und Handlungszusammenhängen bestimmt. Gleichgültig, ob es sich um Fotoapparat oder Computer handelt – neben dem technischen Aspekten der Medien, entscheidet immer auch die gesellschaftliche Verwendung dieser Medien, welche Informationen in welcher Form bearbeitet und benutzt werden.

In der bisherigen Diskussion über Medienerziehung wurden die einzelnen Medien eher additiv nebeneinandergestellt. Mit jedem neu dazukommenden Medium wurde das Aufgabengebiet der Medienpädagogik unübersichtlicher, wurde das Gefühl der Überforderung verstärkt. Über die Organmetapher gelangt man zu einem einheitlichen Medienbegriff, der vom Buch bis zum Computer reicht. Ein derart umfassendes Verständnis von Medien ist auch eine Voraussetzung für eine inhaltlich sinnvolle Integration von Medienpädagogik, Leseförderung und Computerbildung, wie sie in den eingangs erwähnten Grundsatzerklärungen der Bund-Länder-Kommission für Bildungsplanung und Forschungsförderung sowie der Kultusministerkonferenz gefordert wird.

Wer heilen Kommunikationsverhältnissen nachtrauert und sie in einer Zeit sucht, in der es noch keinen Computer, kein (privates) Fernsehen, noch keinen Walkman oder kein Radio gab, folgt einer „rückwärtsgewandten Mystifikation". Produktiver erscheint es, sich mit den kommunikativen Problemlagen der Gegenwart auseinanderzusetzen: Potentiell läßt die Entwicklung der technischen Informations- und Kommunikationssysteme eine ungeahnte Erweiterung unserer Ausdrucksmöglichkeiten, unseres Erfahrungs- und Kommunikationshorizonts zu. Doch diese Möglichkeiten werden nur von wenigen kreativ und kompetent genutzt. Das Mehr an Information und Kommunikation führt bei vielen zu einem Meer des Immergleichen.

Medienentwicklung und damit einhergehender gesellschaftlicher Wandel führen zu tiefgreifenden Veränderungen in den Wahrnehmungsformen und Erfahrungsmöglichkeiten, verändern Informationsaustausch und Kommunikation

Hier liegt die aktuelle Herausforderung für Schule: Die Auseinandersetzung mit Medien und Kommunikation ist für das Leben in einer Medien- und Informationsgesellschaft von so zentraler Bedeutung, daß Medienkompetenz zu einem integralen Bestandteil von Allgemeinbildung werden muß. Ziel der Medienpädagogik muß es sein, medienübergreifend die Kenntnisse und Fähigkeiten, Fertigkeiten und Einstellungen zu vermitteln, die zum selbstbestimmten Leben in einer durch technische Kommunikation geprägten Gesellschaft notwendig sind.

Ausgangspunkt jedes medienpädagogischen Qualifizierungsprozesses ist eine Arbeit an den Einstellungen von Lehrern und Lehrerinnen zu den Medien und zur Mediengesellschaft. Ohne diese Einstellungsveränderungen bleibt der Austausch des Begriffs Medienerziehung durch den Begriff der Medienkompetenz ein bloßer Etikettenwechsel. Notwendig ist jedoch ein Perspektivenwechsel. Diese Aufgabe ist ohne Unterstützung durch die Kommunikations- und Medienwissenschaften nicht zu leisten.

Wolf-Rüdiger Wagner

REPORT

Universitäten „on air“

Premierenfieber beim bayerischen Ausbildungskanal

„Es fehlt ganz allgemein die Akzeptanz an der eigenen Hochschule und das Geld.“ Dieses Resümee zieht Katja Dammann vom Bundesverband der Hochschulmedien nach dem vierten Bundeskongreß im März diesen Jahres in Bielefeld. Die Themen der Workshops und Diskussionen haben demnach ins Schwarze getroffen: Profilbildung und Bekanntheitsgrad, Medienmanagement, Programmaustausch und Mantelanbieter, Finanzierung von Low-Budget-Unternehmen etc. Über so etwas zerbrechen sich studentische Radiomacher wohl öfter den Kopf als über den elegantesten Einstieg ins nächste Interview.

Mehr als 60 Studenten-Radios gibt es inzwischen, rundum zufrieden mit ihrer Situation sind wenige. Die einen werkeln quasi in aller Stille („Ach, es gibt ein Radio an der Uni?“), andere fühlen sich – obwohl vergleichsweise gut integriert und finanziert – etwas unbehaglich als „Pressestellenfunk“.

Typisch ist auch die Situation des Bielefelder „Uni-Funks“, der seit vier Jahren ein Fenster im Lokalradio hat, „einem klassischen Dudelfunk“, wie Katja Dammann erläutert. „Die Leute, die das gern hören, sind nicht unbedingt unsere Zielgruppe. Deshalb streben wir eine eigene Frequenz an mit zwei Stunden Live-Programm täglich, den Rest wollen wir mit einem Mantel- und Tauschprogramm füllen.“

Uni-Radio als Lokalsender

Das Tübinger „Uni-Radio“ konnte vor einem halben Jahr seinen Fensterplatz im Neckaralbradio mit einer eigenen Frequenz im Kabel tauschen, die es allerdings mit dem „Freien Radio Wüste Welle“ teilt. Mit den zwei Stunden Programm täglich zu Themen rund um die Universität sind ständig etwa 25 Leute beschäftigt, betreut von der Redakteurin Sigi Lehmann: „Wir betrachten uns durchaus als Bildungseinrichtung in der Region.“ Das Tübinger „Uni-Radio“ ist im Gegensatz zum Bielefelder „Uni-Funk“ eine feste Einrichtung der Universität (Jahresetat 73 000 Mark). Ein bißchen verdienen die Tübinger Radiomacher selber dazu, unter anderem verkaufen sie Kassetten mit Aufzeichnungen von Uni-Vorträgen.

Von Anfang an auf eigener Welle will das Dortmunder „Campus-Radio“ senden. Eva Nowak: „Wir hoffen, bis Mitte 1997 eine eigene Lizenz und Frequenz zu haben.“ Vier bis fünf Stunden Programm täglich mit den Themenschwerpunkten Wissenschaft und Campus-Leben sind geplant. Die Finanzierung („100 000 Mark pro Jahr werden nicht reichen“) soll über Universität und Sponsoring laufen.

Als erstes Uni-Radio Deutschlands mit eigener UKW-Frequenz ist vor nun fast einem Jahr in Leipzig „Mephisto 97,6“ auf Sendung gegangen. Die Studioausstattung hat die Sächsische Landesmedienanstalt spendiert, für den Jahresetat kommen die Universität und ein Förderkreis auf. Das etwa 50köpfige Team hat einen Programmdirektor (Rüdiger Steinmetz) und eine Chefredaktion mit drei Dozenten und drei Studenten. Zu letztgenannten gehört Andrea Valendik. „Wir verstehen uns einerseits als Ausbildungsradio, weil hier auch Seminare stattfinden und neuerdings Praktika angeboten werden. Andererseits sind wir ein Lokalsender für Leipzig. Die Uni ist deshalb nur ein Thema von vielen.“

Die Schwerpunkte Ausbildung und Wissenschaft sollen bestimmend sein für das „uniRadio Berlin-Brandenburg“, das erst seit 15. Januar auf der Frequenz von „Radio Charlie“ sendet: Täglich eine halbe Stunde Aktuelles mit Hintergrundinformationen von Experten und eine halbe Stunde Hochschulpolitik, Forschung, Lehre, Campus-Leben. Die Redaktionsleitung teilen sich Mitinitiator Andreas Wosnitza und zwei Hörfunkjournalistinnen. Träger und Finanzier ist ein Verein (Jahresetat rund 340 000 Mark), dem 13 Hochschulen angehören. Bis auf die TU und die Universität Potsdam, die eigene Studios haben, produzieren alle in dem von der FU (digital und analog) ausgestatteten Studio. Hiwi Paul Gronert: „Die Koordination läuft problemlos.“ Geschäftsführer Detlev Brose: „Das Projekt ist auf drei Jahre ausgelegt. Die wird das ‚uniRadio‘ vom fachlichen her mit Bravour bestehen. Kritisch wird die Lage höchstens, wenn vom Senat aus der Spardruck auf die Unis noch stärker wird.“

Wegen des finanziellen Drucks sieht in Bamberg Manfred Rühl überhaupt keine Chance für ein Uni-Radio. Skeptisch steht er auch einer Initiative der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) gegenüber, die zur Zeit in München und Nürnberg Studios für Aus- und Fortbildungskanäle (AFK) einrichtet. Hier soll der Medien-Nachwuchs aus Universitäten und anderen Ausbildungsstätten ebenso üben und produzieren können wie – unter medienpädagogischen Gesichtspunkten – Kinder- und Jugendgruppen. Solche Gruppen, so Rühl, die aus Spaß Rundfunk machen, richten sich wohl an andere Zielgruppen als Studenten und angehende Journalisten.

Zielgruppe Jugend

Rühls ehemalige Studentin Christine Stammberger sieht darin kein Problem. Sie ist seit Jahren auch in der Journalistenausbildung tätig und nun Programmkoordinatorin des AFK Radio Nürnberg. Unter den neun Anbietern ist aber bis jetzt keine einzige Hochschule. Eine Kindersendung, zwei Jugendsendungen und Musikporträts Nürnberger Bands charakterisieren das Programm, das ab 26. April vom AFK-Studio an der Fürther Straße in den Kabelkanal 88,10 MHz geht und schrittweise von sechs auf 15 Stunden erweitert werden soll.

Der Münchner AFK Radio sendet ab 1. Juli auf der terrestrischen UKW-Frequenz 94,5 MHz. In seinen Studioräumen auf dem ehemaligen Gelände von „Radio Freies Europa“ an der Oettingenstraße wird künftig auch der Praxisunterricht des Instituts für Kommunikationswissenschaft der Ludwig-Maximilians-Universität München (LMU) stattfinden. Hauptbeitrag zum Programm ist das „Uni-Magazin“ täglich von 9 bis 10 Uhr als Auftakt zum 24-Stunden-Programm. Dieses läßt die Münchner Musikszene zum Zuge kommen und sieht weitere Musikpuffer vor

allem ab Mitternacht vor, wird aber im übrigen wortlastig sein. Moderierte, bunte Magazinsendungen, Kinder- und Jugendradios, eine Kirchensendung und eine Experimentalschiene ab 23 Uhr sollen der Vielfalt der Zielgruppen wie auch der Anbieter gerecht werden.

Der Münchner Anbieterverein hat doppelt so viele Mitglieder wie der Nürnberger. Neben Privatradios sind medienpädagogisch ausgerichtete Anbieter wie das Institut Jugend Film Fernsehen, die DGB-VHS-Gemeinschaft Arbeit und Leben oder „Radio Feierwerk" vertreten, dann Journalistenausbildungsstätten wie die Akademie der Bayerischen Presse und das Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses und auch drei Hochschulen: Neben der LMU sind dies die Hochschule für Philosophie München und der Diplom-Studiengang Journalistik der Katholischen Universität Eichstätt.

Das Engagement wird sehr unterschiedlich sein. Die Universität Eichstätt zum Beispiel, wo zur Zeit außerdem ein Studententeam im zweiten Anlauf versucht, beim Ingolstädter Regionalsender ein Uni-Radio-Fenster zu etablieren, will vorerst gelegentlich Beiträge liefern. Andere Anbieter bedienen regelmäßige Programmplätze. Grundsätzlich sollen alle interessierten jungen Radiomacher der beteiligten Institutionen die Chance haben, im AFK-Studio zu produzieren, moderieren, interviewen. Der Programmkoordinator Wolfgang Sabisch will Talente herausfinden und fördern, die jungen Leute auf die Bedingungen des Mediums einrichten und auch falsche Erwartungen korrigieren.

Der AFK Radio muß sich freilich auch der eher unüblichen Bedingung unterwerfen, daß die PrimeTime nicht belegt wird mit einem Programm, das die Privatradios als Konkurrenz fürchten müßten, und daß auch sein Musikformat nicht mit bestehenden Formaten konkurrieren darf. Medienbetriebs- und Produktionsgesellschaften halten nämlich neben der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (58 Prozent) die meisten Anteile der „AFK Aus- und Fortbildungs GmbH für elektronische Medien". Die gemeinnützige GmbH gewährleistet die Finanzierung, Konzeption und Koordination von Technik und Verbreitung und entscheidet über Fördermitel für die Anbietervereine. Vorsitzender der AFK-Gesellschafterversammlung ist Wolf-Dieter Ring, Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien.

Forum für Selbstproduziertes

Laut Satzung soll der AFK öffentlichen und privaten Organisationen aus dem Aus- und Fortbildungsbereich und Rundfunkunternehmen die Gelegenheit geben, Ausbildungsinhalte einer breiten Öffentlichkeit vorzustellen, „on air" zu testen und erste Praxiserfahrungen zu vermitteln. Er will ein Forum eröffnen sowohl für Produktionen, die aus der Nachwuchsförderung in den Bereichen Jugendarbeit und Medienpädagogik erwachsen, als auch für Mitarbeiter von Rundfunkanbietern, damit diese ihre Fähigkeiten erproben und verfeinern können. Das Jahresbudget des AFK Radio Nürnberg und des AFK Radio München beläuft sich auf je 375 000 Mark. 750 000 Mark sind für die dritte neue BLM-Initiative vorgesehen, das AFK Fernsehen München. Als Sende- und fallweise als Produktionsstudio fungiert die Bayerische Akademie für Fernsehen (BAF), die dafür von der BLM aufgerüstet worden ist. Auf dem Kabelkanal S 6 wird ab 30. Juni sonntags von 11 bis 12 Uhr gesendet (Wiederholung dienstags 21 bis 22 Uhr). Am ersten Sonntag im Monat ist die Hochschule für Fernsehen und Film auf Sendung und am zweiten das Institut Jugend Film Fernsehen, am dritten Sonntag wechseln sich BAF und Hanns-Seidel-Stiftung ab, und den vierten Sonntag teilt sich ein gutes Dutzend weiterer Anbieter. Medienpädagogisch orientierte Kinder- und Jugendinitiativen wollen ebenso mitmachen wie etwa der Interessenverband Deutscher Schauspieler, die Akademie der Bayerischen Presse, die Universität Eichstätt und der Verband Bayerischer Lokalrundfunk.

Vom AFK Fernsehen München, dessen Probelauf auf ein Jahr angesetzt ist, erhoffen sich die Anbieter für den von ihnen betreuten Mediennachwuchs die gerade für Film- und Videoarbeit wichtige Öffentlichkeit, die sonst kaum erreichbar wäre. Wo paßt Selbstproduziertes schon ohne weiteres ins Sendeschema? Fernsehproduktionen haben da deutlich noch weniger Chancen als Radiobeiträge. Dabei kann die Beinahe-Gewißheit, nur fürs Archiv zu arbeiten, auf Dauer demotiverend sein. So sind die Erwartungen an den AFK in Bayern groß, in den beteiligten Lehr- und Ausbildungsstudios herrscht Premierenfieber. *Heidie Guilino*

NOTABENE

Lob der Schreibmaschine

Wenn früher die Schreibmaschine abgestürzt war, hob man sie wieder auf den Tisch und konnte weitertippen. Stürzt heute der Computer ab, dann hat man erst mal den Schlamassel. Zumindest unsereiner, der sich beim Husten vorsorglich vom PC abwendet – man weiß ja nie, Viren und so.

Alles Sorgen, die es früher noch nicht gab, zu Zeiten der Schreibmaschine. Sie war ein treuer Gefährte, auf sie war Verlaß: Nie schluckte sie ein Blatt, gab jeden Bogen brav wieder heraus. Wieviel Leid dagegen, wenn sich heute der PC mit allen Texten, derer er habhaft werden kann, ins Daten-Nirwana verabschiedet. So bezahlt man den Fortschritt der Textverarbeitung.

Erinnert sich noch jemand an die Ästhetik jener Schriftzeichen, die trainierte Finger aufs Papier hämmerten vermittels abgenutzter, meist verdreckter Typen durch ein nach Flüssigem lechzendes Farbband? Nichts da von steriler Laserdruckerperfektion! Jeder Brief auf der mechanischen Schreibmaschine ein Unikat, das, halb durchhackt, die Spuren des Schöpfungsaktes in sich trug, jener Gratwanderung zwischen Vollendung und Absturz, ungesichert durch Korrekturtaste und Rechtschreibkontrolle: einmal vertippt – und alles umsonst. Wie Michelangelo, der den Meißel einmal nur im falschen Winkel ansetzt und den kostbaren Marmorblock ruiniert. Dahin die Zeiten, als man noch nachdenken mußte, bevor man zu schreiben begann.

Christoph Neuberger

SELBSTPORTRAIT

Fachzeitschriften stellen sich vor (15): Relation

Einer vorwiegend an aktuellen sozialen und praktischen Problemen orientierten empirischen Kommunikationswissenschaft steht eine weithin ideographisch oder biographisch individualisierende Mediengeschichtsschreibung gegenüber. Diese Diagnose Jürgen Wilkes von 1984 ist immer noch nicht überholt. Wenn auch mittlerweile unbestritten ist, daß die Analyse gegenwärtiger Phänomene der Besinnung auf deren historische Genese bedarf und historische Forschung sich nicht von aktuellen wissenschaftlichen Standards abkoppeln kann, so fehlt es – häufig genug aus Gründen der Institutsstruktur oder des Studienplans – an Möglichkeiten des Dialogs.

Als Forum für diesen Dialog versteht sich die neue Zeitschrift „Relation". Sie ist offen für Beiträge, die eine Synthese historischer und sozialwissenschaftlicher Ansätze (mit allen zu diskutierenden Nebenlinien und Zwischenstufen) versuchen. In ihrer methodischen Orientierung fühlt sie sich der bis in die zwanziger Jahre zurückreichenden, aber durch Vertreibung und Emigration unterbrochenen Tradition einer kritisch-empirischen Sozialwissenschaft verpflichtet. In weiterer Konsequenz möchte die von der Kommission für historische Pressedokumentation der Österreichischen Akademie der Wissenschaften herausgegebene Zeitschrift zu einer interdisziplinären Begegnung dort beitragen, wo die Interdependenz von Massenmedien und Gesellschaft in längerfristiger Perspektive zum Thema gemacht wird. Dabei fühlt sie sich herausgefordert von der gegenwärtigen Entwicklung zur postindustriellen Informationsgesellschaft, in deren „neuer Unübersichtlichkeit" die Fähigkeit, mit der Überfülle an Informationen umzugehen, die wohl wichtigste Ressource sein wird. Von ihr her fällt ein grelles Licht auf die politischen Implikationen von Realitätserfahrung und -konstituierung durch Massenkommunikation seit jeher. Für eine fundierte Analyse ist die Überwindung traditioneller Fachgrenzen notwendig.



Verweist schon die Doppelbedeutung von „Relation" als Berichterstattung und (soziale) Beziehung auf das Konzept der Zeitschrift, das auf die Erforschung von Medienstrukturen und -inhalten in „Relation" zu gesellschaftlichem Umfeld und historischer Entwicklung zielt, so knüpft „Relation" auch durchaus mit Bedacht an den Titel der nach jüngsten Erkenntnissen ersten, 1605 in Straßburg erschienenen deutschsprachigen politischen (Wochen-)Zeitung – und damit der ersten europäischen Zeitung überhaupt – an. (Als jüngere Schwester von Aviso darf sie sich diese Keckheit erlauben...)

Die einzelnen Hefte der „Relation" sind weitgehend, aber nicht ausschließlich thematischen Schwerpunkten gewidmet. So enthielten die ersten beiden Ausgaben (1/1994 und 1/1995) vor allem die Beiträge zu der 1994 in Wien veranstalteten Tagung „Pressedokumentation – Presseauswertung: Möglichkeiten neuer Technologien und Anforderungen historisch-sozialwissenschaftlicher Methoden". Von dieser Tagung war der Impuls zur Gründung der Zeitschrift ausgegangen.

Die darauf folgenden Hefte (2/1995 und 1/1996) stehen im Zeichen der Befreiung vom Nationalsozialismus vor 50 Jahren. Als besonderen Leserservice gibt es seit dem vergangenen Jahr einen eigenen Dokumentationsteil, der primär der Veröffentlichung von Medienstrukturdaten gewidmet ist. Zunächst wurden die Berliner Tageszeitungen 1918 bis 1933 behandelt. Dieser Teil läßt die gesammelten Hefte der „Relation" zu einem Nachschlagewerk werden. Nach Bedarf beigegebene Specials informieren über aktuelle Ereignisse wie beispielsweise in Heft 2/1995 über den Österreich-Schwerpunkt zur Frankfurter Buchmesse mit deutlicher Akzentsetzung im Bereich der interaktiven Medien (der auch weiterhin in der „Relation" verstärkt vertreten sein soll). Rezensionen, Berichte sowie Informationen über Neuerscheinungen, Tagungen, Projekte und Sammlungen ergänzen schließlich den Inhalt der Zeitschrift.



AVISO-Leser sind herzlich eingeladen, ihre Forschungsergebnisse, theoretischen Positionen und methodischen Zugänge in der „Relation" zu erörtern, aber auch Beiträge zu allen anderen Sparten (in deutscher oder englischer Sprache) der Redaktion zu übermitteln. Übrigens: Wer jetzt abonniert, erhält das erste Heft gratis.

Gabriele Melischek/Josef Seethaler

Steckbrief

Gründung: 1994
Auflage: 500 Exemplare
Zielgruppe: alle durch den Untertitel „Medien - Gesellschaft - Geschichte" angesprochenen Disziplinen
Erscheinungsweise: zwei Hefte pro Jahr (Gesamtumfang ca. 400 Seiten)
Herausgeber: Herbert Matis, Kommission für historische Pressedokumentation
Editorial Board: Hans Bohrmann (Dortmund), Peter R. Frank (Stanford, Heidelberg) Karl Erik Rosengren (Lund), Ulrich Saxer (Zürich), Michael Schmolke (Salzburg)
Redaktion: Gabriele Melischek, Josef Seethaler
Abonnementpreis: 580,- öS; 83,- DM (zuzüglich Versandkosten)
Redaktionsadresse: Postgasse 7/4/1, A-1010 Wien, Telefon (0043-1) 51581-516, Telefax (0043-1) 51581-509
Bezugsadresse: Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften, Postfach 471, A-1011 Wien, Telefax (0043-1) 51581-400

STUDIUM

Orientierung am Berufsfeld

Neuer Studiengang in Hohenheim

Mit Beginn des Wintersemesters nahm der neue Studiengang Kommunikationswissenschaft an der Universität Hohenheim den Betrieb auf. Der Studiengang wurde von der Wirtschaft gefordert und von der Politik realisiert. Noch im Mai 1994 verlangte der Präsident des Deutschen Industrie- und Handelstages, Hans Peter Stihl, anläßlich einer Fachtagung zur Sicherung des Wirtschaftsstandorts Baden-Württemberg, einen Studiengang einzurichten, „in dem berufsfeldorientierte Hauptstudiengänge für Medienökonomie, Public Relations und Öffentlichkeitsarbeit integriert werden können". Im Januar 1995 beauftragte das Ministerium für Wissenschaft und Forschung Baden-Württemberg Hans Kammler (Politische Wissenschaft, Universität Hohenheim), Claudia Mast (Kommunikationswissenschaft und Journalistik, Universität Hohenheim) und Oscar W. Gabriel (Politikwissenschaft, Universität Stuttgart), den neuen Studiengang gemeinsam vorzubereiten.

Bewerber-Boom

Die Einrichtung dieses Studiengangs trägt der stark wachsenden Bedeutung der Medien- und Kommunikationsberufe in der Informationsgesellschaft Rechnung. Die Universitäten Hohenheim und Stuttgart reagieren mit ihrem neuen Studienangebot auf die Herausforderungen durch Multimedia. Wer sich heute für Kommunikationsberufe qualifizieren will, kann sich keineswegs auf bestehende Medien konzentrieren. Neue Kommunikationsmöglichkeiten und die Entwicklung der Mediensysteme sind daher zentrale Studieninhalte.

Das Konzept des neuen Studiengangs ist konsequent auf Berufsfelder ausgerichtet. Im Hinblick auf die späteren Tätigkeitsfelder der Absolventen bestehen im Hauptstudium derzeit vier Studienrichtungen: Markt- und Kommunikationsforschung, Kommunikationsmanagement und Public Relations, Journalistik und Journalismus sowie Politikanalyse und -beratung. Das Studium schließt dann mit dem akademischen Grad „Diplom-Kommunikationswissenschaftler/-in" ab.

Der Studiengang stößt auf großes Interesse bei den Studierenden: Weit über 200 Interessenten bewarben sich im Sommer 1995 um die vorhandenen 30 Studienplätze. Die „Stuttgarter Zeitung" vom 10. Oktober 1995 sprach sogar von einem „Boom" im Fach Kommunikationswissenschaft, zumal zwischen der Genehmigung durch das Wissenschaftsministerium und dem Studienbeginn nicht einmal zwei Monate lagen.

Der neue Diplom-Studiengang Hohenheim ist neben der klaren Berufsfeldorientierung geprägt durch ein interdisziplinäres Fächerangebot, eine Kombination wissenschaftlicher und praktischer Lehrinhalte sowie durch eine Kooperation der Universitäten Hohenheim und Stuttgart. Eine Besonderheit des Studiengangs besteht darin, daß er Angebote der Kommunikations- und Politikwissenschaft, weitere Fächer der Wirtschafts-, Rechts- und Sozialwissenschaften sowie ausgewählte Inhalte der Informations- und Kommunikationstechnologie verbindet.

In das Studium integriert werden wissenschaftliche und praktische Lehrinhalte. Die Studierenden können sich auf ein weites Spektrum unterschiedlichster Berufs- und Arbeitsfelder, in denen kommunikationswissenschaftliche Kenntnisse erwartet werden, vorbereiten. Der Praxisbezug des Studiums wird insbesondere durch ein viermonatiges Praktikum als Zulassungsbedingung zur Diplomprüfung sowie durch studienbegleitende Exkursionen hergestellt.

Das Studium gliedert sich in ein viersemestriges Grundstudium und ein viersemestriges Hauptstudium, in dem für die Studierenden neben einem verpflichtenden kommunikationswissenschaftlichen Kernangebot zahlreiche Wahl- und Vertiefungsmöglichkeiten bestehen. Die Regelstudienzeit beträgt acht Semester.

Die Studierenden können sich ein individuelles „Menü" an Lehrangeboten zusammenzustellen. Neben berufsfeldorientierten Wahlfächern ist es möglich, sich zusätzliche Kenntnisse aus unterschiedlichen Fachgebieten anzueignen. Der Fächerkanon setzt sich u.a. aus Gebieten der Wirtschaftswissenschaften, wie Marketing oder Internationales Management, Informationstechnologien von der (Wirtschafts-)Informatik bis zum Technologiemanagement, aber auch Disziplinen wie Soziologie, Linguistik oder Ästhetik zusammen. Auf vielfältige und wechselnde Anforderungen der Berufe für Kommunikationswissenschaftler kann somit flexibel und individuell eingegangen werden. Dies ist im Zeitalter von Multimedia von besonderer Bedeutung, da die klassischen Berufsfelder für Kommunikationswissenschaftler einem rasanten Wandel unterliegen.

Mit seinem Qualifikationsangebot leistet der Studiengang Kommunikationswissenschaft nicht nur einen Beitrag für die individuelle Ausbildung, sondern er stärkt auch die Wirtschafts- und Medienregion Baden-Württemberg. Gut ausgebildete Kommunikationswissenschaftler, die auf die beruflichen Herausforderungen vorbereitet sind, stellen heute einen wichtigen Standortfaktor für die Medienbranche dar. In Kommunikationsberufen werden fundierte Qualifikationen immer wichtiger, um komplexer werdende Entwicklungen der Medien zu gestalten und Probleme zu lösen.

Claus Hoffmann

NAMEN & NACHRICHTEN

Hans J. Kleinsteuber und **Reinhard Ricker** wurden als Mitglieder in die Enquete-Kommission des Deutschen Bundestages „Zukunft der Medien in Wirtschaft und Gesellschaft – Deutschlands Weg in die Informationsgesellschaft" berufen.

Peter Szyszka vertritt seit dem Wintersemester 1995/96 die Professur für Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit an der Universität Bochum.

Horst Pöttker hat sich an der Universität Siegen mit einer Studie zum Thema „Entfremdung und Illusion – Soziales Handeln in der Moderne" im Fach Soziologie habilitiert. Inzwischen hat er Rufe auf eine Professur für Journalistik an der Universität Dortmund und eine Professur für Kommunikationswissenschaft an der Universität Lüneburg erhalten. Er ist weiterhin verantwortlicher Redakteur der Zeitschrift „Medium", die seit Beginn des Jahres unter neuer Herausgeberschaft im Vistas Verlag erscheint.

AUSLAND

Medien, Mate und Mesokratie

Eine Reise nach Uruguay

Wer nach Uruguay reist, hat einen langen Weg vor sich. Montevideo, die Hauptstadt, wird von Deutschland aus nicht direkt angeflogen. Man muß in Sao Paulo oder Buenos Aires umsteigen. Wählt man dazu die argentinische Hauptstadt, so bietet dies schon die Chance, ganz Uruguay in Nord-Süd-Richtung zu überqueren und das Land aus der Vogelperspektive zu betrachten: Es ist vergleichsweise klein (halb so groß wie die Bundesrepublik Deutschland), ist dünn besiedelt und besteht vor allem aus flachem Weideland und Hügelketten, die kaum einmal fünfhundert Meter übersteigen. An drei Seiten ist es von Wasser begrenzt, im Osten vom Atlantik, im Süden vom Río de la Plata und im Westen vom Río Uruguay, von dem es seinen Namen hat.

So erscheint das Land von oben zunächst wenig aufregend. Lohnend ist gleichwohl, es bei einem Besuch näher kennenzulernen. Die Gelegenheit dazu bot sich mir im Zusammenhang einer Bestandsaufnahme lateinamerikanischer Mediensysteme, die mich im Herbst letzten Jahres erneut in dieses Land führte.

Wer andere Regionen Lateinamerikas kennt, dem werden nach der Ankunft rasch Besonderheiten Uruguays auffallen: Das Land ist ethnisch vergleichsweise homogen und „europäisch", die Bevölkerung setzt sich vor allem aus Nachfahren der Einwanderer aus Italien, Spanien und Frankreich zusammen. Auch in der „Alterspyramide" fühlt man sich nach Europa versetzt. Die Zahl älterer Menschen, denen man begegnet, steht in auffälligem Kontrast etwa zu der immer wieder beeindruckenden Dominanz junger Menschen im benachbarten Brasilien.

Unter den Ländern Lateinamerikas stellt Uruguay somit in mehrfacher Hinsicht einen Sonderfall dar. Dies auch deshalb, weil die vorhandenen gesellschaftlichen Gegensätze schon beizeiten politisch entschärft wurden. Eine fortschrittliche Sozialgesetzgebung sowie ein wirtschaftlicher Wohlstand ließen in dem Land die erste Mittelklassengesellschaft Südamerikas entstehen. Dafür wurde mit „Mesokratie" sogar ein eigener Begriff geprägt. Viele Jahre sprach man von Uruguay auch als der „Schweiz Lateinamerikas". Hierzu trug bei, daß zweimal im 20. Jahrhundert eine kollegiale Regierungsform (wie in der Schweiz) eingeführt wurde.

Inzwischen ist dieser Ruf allerdings verblaßt. Seit den fünfziger Jahren wurde auch Uruguay von Krisen heimgesucht. Das Land erlebte einen wirtschaftlichen Niedergang ebenso wie (zwischen 1973 und 1985) eine repressive Militärherrschaft. Die Militärs führten nicht nur einen gnadenlosen Kampf gegen die Stadtguerilla, die sogenannten Tupamaros, sondern trieben auch zahlreiche Intellektuelle ins Exil. Seit Anfang der achtziger Jahre kam es dann zu einer Redemokratisierung, die wieder politisch stabile Verhältnisse schuf. Doch fehlt es vor allem wirtschaftlich nach wie vor an Kräften der Modernisierung. Noch wirken die vergangenen Tage des Wohlstands wie lähmend nach. Die Selbstwahrnehmung schlägt sich in dem immer wieder zu hörenden Ausspruch nieder: „Früher ging es uns doch so gut. Warum geht es uns heute denn so schlecht?"

In Uruguay leben 3,2 Millionen Menschen, fast die Hälfte davon in der Hauptstadt Montevideo. Verglichen mit anderen Kapitalen des Subkontinents ist das wenig, für das Land selbst aber sehr viel, besitzt es dadurch doch geradezu einen „Wasserkopf". Es überrascht daher nicht, daß Montevideo auch die „Medienhauptstadt" des Landes ist. Hier sind die wichtigsten Zeitungen angesiedelt, die meisten Radiosender und die großen Fernsehkanäle. Überraschend ist jedoch, daß trotz des Lebensstandards und des relativ hohen Bildungsniveaus die Presse nur eine bescheidene Rolle spielt.

Zwar kam es beim Ende der Militärherrschaft zunächst zu einem Boom neuer Presseorgane, insbesondere von politischen Wochenzeitungen. Aber mehrere Blätter sind inzwischen eingestellt worden, selbst „El Día", jahrzehntelang das Flaggschiff der uruguayischen Tagespresse. Die Gesamtauflage der Tageszeitungen erreicht in dem Land nur knapp 100 000 Exemplare.

Die Leserdichte ist damit – selbst im lateinamerikanischen Maßstab – ziemlich niedrig. Sarkastisch kommentierte dies ein Gesprächspartner so: Einst sei Uruguay die erste Mittelklassengesellschaft gewesen, vielleicht sei sie mittlerweile die erste postmoderne Gesellschaft, in der nicht mehr gelesen werde.

Um das Mediensystem Uruguays kennenzulernen, gibt es für den Besucher zwei Wege, einen alltagspraktischen und einen professionellen. Wählt man den ersteren, empfiehlt sich ein Spaziergang auf der Hauptgeschäftsstraße im Zentrum Montevideos. Hier stößt man alle paar Meter auf einen Zeitungskiosk, wo das Presseangebot ausgebreitet ist. Doch braucht es dann etwas Zeit, bis man die landeseigenen Titel herausgefunden hat. Denn direkt daneben liegen auch die großen argentinischen Blätter sowie diejenigen aus Brasilien. Mit beiden Ländern ist Uruguay seit kurzem in der Wirtschaftsgemeinschaft des Mercosur verbunden, und dies findet auch publizistisch vielfältig Ausdruck.

In Montevideo selbst werden noch sechs Tageszeitungen herausgebracht, „El País" ist mit rund 25 000 Exemplaren die auflagenstärkste. Hinzu kommen zwei bemerkenswerte Wochenzeitungen („Búsqueda", „Brecha") zwei Magazine („Posdata", „Guambia!") sowie eine Reihe überwiegend gruppenspezifischer Periodika. Der Spaziergang im Zentrum Montevideos macht einen im übrigen so-

Filmfans im Fußballfieber

IMPRESSUM

Herausgeber: Vorstand der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPuK)
Redaktion: Walter Hömberg
Erscheinungsweise: Dreimal jährlich; Redaktionsschluß für die nächste Ausgabe: 15. Juni 1996
Produktion: Wolfgang Pütz
Druck: Eichen-Druck, Eichstätt
Redaktionsanschrift:
Lehrstuhl für Journalistik I
Katholische Universität Eichstätt
Ostenstraße 26
D-85072 Eichstätt
Telefon (08421) 93-1564 / -1562
Telefax (08421) 4361

gleich mit dem für das Straßenbild dort typischen öffentlichen Genuß des grünen, für unseren Geschmack ziemlich bitteren Mate-Tees bekannt. Die dafür tauglichen, aus Leder gefertigten Trinkbecher kann man an jeder Ecke erwerben und auch als Souvenir mitnehmen.

Um Radio zu hören und fernzusehen, braucht man natürlich nicht einmal das Hotel zu verlassen. Meist sind die Gästezimmer heute mit Empfangsgeräten ausgestattet. Neben den üblichen Musikformaten gibt es in Uruguay immerhin noch Hörfunksender mit stundenlangen Wortprogrammen. Im Fernsehen dagegen sieht alles sehr „amerikanisch" aus. Die großen Kanäle sind kommerziell organisiert, alle paar Minuten werden die Sendungen von Werbespots unterbrochen. Der Kanal, auf dem endlose Gespräche geführt und anspruchsvolle Konzerte übertragen werden, muß dagegen der staatliche sein. Soviel erkennt man schon auf den ersten Blick.



Der professionelle Weg, sich über das uruguayische Mediensystem zu informieren, führt naturgemäß über Institutionen, in denen man sich systematisch mit den Massenmedien des Landes beschäftigt. Davon gibt es auch in Uruguay inzwischen mehrere. Hierzu gehören außer entsprechenden Abteilungen der beiden in Montevideo befindlichen Universitäten auch „freie" Einrichtungen. Das Instituto de Comunicación y Desarollo, das seit 1986 besteht, führt seinem Namen entsprechende Forschungsprojekte durch und hat sich vor allem durch Bestandsaufnahmen zum uruguayischen Mediensystem verdient gemacht. Zwei „Medienführer" erschienen 1988 und 1989, eine Fortschreibung ist inzwischen als elektronische Datenbank angelegt. Ihr zufolge gibt es in Uruguay heute insgesamt 34 Tageszeitungen, 194 Radiostationen und 24 Fernsehsender, unter denen allerdings die vier in Montevideo ansässigen Kanäle landesweit beherrschend sind.

Das Meinungsforschunginstitut Equipos Consultores betreibt, gemäß den bei uns üblichen Standards, vor allem kontinuierliche quantitative Publikumsforschung. Doch werden hier auch qualitative Ansätze z.B. der Semiotik einbezogen, die in Uruguay eine gewisse Tradition hat. Die Existenz dieses Instituts, an dem zahlreiche Nachfrager seiner Leistungen beteiligt sind, deutet auf eine Kommerzialisierung des Mediensystems hin. In beiden genannten Einrichtungen stößt man auffälligerweise auf schwedische Spuren. Wie es scheint, bot Schweden manchen Bürgern Uruguays zur Zeit der letzten Militärdiktatur Exil, was dazu geführt hat, daß einige jüngere Wissenschaftler von dort ihre wissenschaftliche und methodische Ausbildung mitgebracht haben.

Auch in Uruguay ist die akademische Ausbildung für Journalisten inzwischen üblich. Es bestehen zwei Ausbildungsgänge. Einer an der Universidad Católica del Uruguay Damaso A. Larrañaga, ein weiterer an der Universidad de la República. Während an der Katholischen Universität im grundständigen Studiengang nicht viel mehr als hundert Studierende eingeschrieben sind, sind es an der staatlichen über tausend. Hier ist der Studiengang gerade in Richtung praxisnaher Journalistenausbildung reformiert worden.

Braucht das kleine Land überhaupt so viele Journalisten? Man begegnet hier Zweifeln, wird aber darauf hingewiesen, daß das Berufsfeld sich auch in Uruguay im PR-Bereich, bei Werbung und Marketing erweitert habe. Einige Professoren und Lehrkräfte unterrichten übrigens an beiden Universitäten, was auch finanzielle Gründe hat. Lehrkäfte werden überdies aus der journalistischen Praxis herangezogen. Und auch Mitarbeiter der genannten „freien" Forschungsinstitute tragen zum akademischen Lehrprogramm bei. Es ist eine kleine, eng vernetzte wissenschaftliche Gemeinde, auf die man trifft.

Nochmals ein Blick auf die „Medienrealität". Ein gerade im Oktober 1995 in Montevideo anlaufender Film – „El Vento del Uruguay", übrigens eine schweizerisch-uruguayische Koproduktion – erzählt stimmungsvoll ein Stück vom Mythos der Gründerzeit in diesem weiten und freien Land. Es lohnt sich jedenfalls, auch in Uruguay ins Kino zu gehen, an Filmliebhabern mangelt es hier nämlich nicht. Die Verbreitung von Videorecordern hat ein Ausmaß erreicht wie nur in wenigen anderen Ländern der Welt. Entsprechend zahlreich sind die landestypischen Videoklubs, welche die filmische „Software" verleihen.

Übertroffen wird die Videomanie aber noch durch die Vorliebe für das Radio. Die Menschen in Uruguay sind leidenschaftliche Radiohörer. Nicht ohne Grund hat daher in Montevideo die Asociación Internacional de Radiodifusión ihren Sitz. Sie wurde 1946 gegründet und repräsentiert heute mehr als 15 000 private Sender vor allem in Süd- und Nordamerika, aber auch solche in Europa. Zu ihren Zielen gehört es, sich für die Verteidigung der Rundfunkfreiheit einzusetzen, nach einheitlichen technischen, rechtlichen und ethischen Normen für dieses Medium zu streben und gemeinsame Interessen privater Radiosender zu fördern. Jüngste Errungenschaft ist ein Computerized Documentary Information Center, eine umfassende internationale Datenbank mit Informationen zu Radio- und Telekommunikation.

Nicht verlassen wird man Uruguay, ohne angesteckt zu sein von dem Fußballfieber, das hier grassiert. Montags gleichen die Tagesblätter eher Fußballzeitungen. Die Begeisterung für diesen Sport zeigt sich also auch in den Massenmedien. *Jürgen Wilke*

SCHLUSSWORT

„Wissenschaft und Praxis – das klingt eher nach Kain und Abel als nach Romeo und Julia"

Editorial des „Public Relations Forum", Heft 1/1995