No. 18 / Dezember 1996

Aviso

Informationsdienst der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

THEMA

Die Kraft zur Synthese

Workshops über neue Medien und Multimedia

Die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft befasse sich vor allem mit wirklichkeitsfremden Fragen und mißachte die rasante Fortentwicklung der Mediensysteme. Solche Einschätzungen – jüngst wieder in einer großen Wochenzeitung geäußert – ignorieren die aktuellen Forschungen. Gleich zwei Arbeitsgruppen der DGPuK haben sich in den vergangenen Wochen mit den neuesten Medienentwicklungen beschäftigt.

Wir sehen uns mit einem rapiden sozio-technischen Wandel der Kommunikation konfrontiert, der auch die öffentliche Kommunikation in allen ihren Spielarten, ihre rechtlich-politische Regulierung und nicht zuletzt ihre Erforschung verändert. Die Prämissen und Probleme der jüngsten Entwicklungen wurden beim Workshop „Computernetze – ein Medium öffentlicher Kommunikation" der Arbeitsgruppe „Computervermittelte öffentliche Kommunikation" am 31. Oktober und 1. November in Berlin diskutiert.

Ein plastisches Beispiel bietet die Werbekommunikation. Christian Bachem zeigte, in welchem Maße Werbung über Massenmedien an Grenzen gestoßen ist: Verweigerung gegenüber klassischer Werbung, Individualisierung, Pluralisierung von Lebensstilen. Nun werde aber in computervermittelten Formen der Werbekommunikation ein „neues Paradigma" sichtbar: Nicht mehr „broadcasting" oder „narrowcasting", sondern „pointcasting" – der individuelle Dialog zwischen Werbenden und Umworbenen – werde möglich. Als „Zen-Formel" ausgedrückt: Werbung könne nunmehr „treffen, ohne zu zielen".

Diese Potentiale werden aber von den Agenturen und ihren Auftraggebern bislang noch weitgehend verkannt, wie auch Tanja Henseler aus ihrer Umfrage unter Agenturen bestätigte. Noch wird Multimedia-Werbung als bloße Fortsetzung tradierter Werbeansprache, zur modischen Arrondierung des Medien-Mixes genutzt. Dennoch: Es wird experimentiert, es werden erste tragfähige Konzepte entwickelt, Budgets eingeräumt und spezialisierte Agenturen gegründet – Indizien, daß sich die kommunikative Praxis des Potentials zu bemächtigen beginnt.

Einen ähnlichen Befund offerierten die Darstellungen zum Online-Shopping (Patrick Rössler) und zu Online-Zeitungen (Katja Riefler): Auch hier dominiert bislang die bloße Fortsetzung des Hergebrachten mit anderen technischen Mitteln (Versandhandel nun mittels Computerbestellung bzw. Zeitungsartikel im WWW). Getrieben von – so die pointierte Motivanalyse – „Angst und Gier" werden angestammte Domänen zu sichern versucht. Aber auch hier deutet sich auf Basis eines anderen Denkens eine neue kommunikative Praxis

INHALT

Thema 1
Institute.....4
Tagungen 5
Neue Bücher 6
Essay 7
Namen & Nachrichten...11
Ausland 12
Selbstportrait 14
Rück-Blick 15

EDITORIAL

Geschundene Kinder in Indien weben Teppiche für ein schwedisches Möbelhaus. Grausame Jäger knallen Katzen ab. Die Kapuzenmänner vom Ku-Klux-Klan treiben jetzt auch bei uns ihr Unwesen. Unter dem Deckmantel „wahrer Reportagen" hat der TV-Filmer Michael Born die Möglichkeiten medialer Wirklichkeitskonstruktion ausprobiert. Jetzt darf er vier Jahre lang hinter Gefängnismauern über ihre Grenzen nachdenken.
Der gerade abgeschlossene Prozeß vor dem Landgericht Koblenz ist weit über den aktuellen Fall hinaus von Bedeutung. Er hat eindringlich demonstriert, daß die zunehmende Konkurrenz der privaten Sender die Reizschwelle immer höher treibt – und daß die Schlawinergrenze immer weiter sinkt.

AVISIERT

Die technische Entwicklung erleichtert solche Fakes. „Original" und „Fälschung" – diese klassische Gegenüberstellung verliert an Eindeutigkeit. In der Welt der digitalen Bilder verschwimmen die Grenzen. Um so wichtiger ist es, die Debatte um die journalistische Ethik zu intensivieren.
Das Presse-Echo auf den Fall Born spricht nicht dafür, daß dies gegenwärtig geschieht. Auch die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft hat hier großen Nachholbedarf. Falschmeldungen und Medienfälschungen sind ein Gebiet, das sie bisher nicht einmal ignoriert hat.
Makabre Pointe des Koblenzer Prozesses: Nicht der Betrug am Zuschauer, sondern nur der Betrug gegenüber den Sendern ist strafbar – obwohl gerade die durch steigende Quoten profitiert hatten.

Walter Hömberg

an, mit der die Defizite herkömmlicher Zeitungsnutzung kompensiert werden können (Beispiel: der Ausbau der Service- und der Forumsfunktion bei den Online-Angeboten einiger Zeitungsverlage) oder in der das Versprechen eines Zusatznutzens von Online-Shopping tatsächlich eingelöst wird (zum Beispiel mit Auktionen, persönlichen Angeboten, Verknüpfung von Kaufakten mit Gruppenkommunikation).

Thomas Schierl verallgemeinerte diese Argumentation: Die Spannung von Potential und Praxis, von Anspruch und Wirklichkeit bilde die Triebkraft für die dynamische Entwicklung des Mediums. Deutlicher noch wurden die kommunikativen Potentiale von den Vortragenden herausgearbeitet, die aus den Untiefen kommunikativer Praxisbereiche hinaus auf die hohe See der generellen Konzept- und Theoriebildung schwimmen konnten. So machte Mike Sandbothe in seinem semiotischen Grundsatzreferat deutlich, daß die computervermittelte öffentliche Kommunikation eine neue Verknüpfung von Sprache, Schrift und Bild darstellt, mit der die Kontingenz und Divergenz unserer tradierten Muster der Welterzeugung eindrucksvoll unter Beweis gestellt wird. Im Computernetz sind Kämpfe um die Vorherrschaft zwischen den Zeichensorten zu verfolgen. So können wir eine Versprachlichung von Schrift ebenso beobachten wie eine Verschriftlichung des Bildes und eine Verbildlichung von Schrift (zum Beispiel als Hypertextualität).

Joachim R. Höflich schlug „Hybridmedium" als zentrales Konzept für die Untersuchung von computervermittelter Kommunikation vor, in der sich Beziehungs-, Abruf- und Forumskommunikation verbinden. Medien – verstanden als soziale Verhältnisse, nicht als technische Konfigurationen – können durch den Grad an „Öffentlichkeit" und an „Interaktivität" definiert und voneinander unterschieden werden – beides komplexe und bislang nicht einheitlich gefaßte Kriterien.

Alternativ dazu schlug Friedrich Krotz das Konzept des „Elektronischen Kommunikationsraums" vor, für den nicht nur topo- und chronographisch, sondern auch bio- und soziographisch ein bislang unerreichter Freiheitsgrad kennzeichnend ist. Die gängigen Klassifikationen von Kommunikation (Massen-, Mensch-Maschine-, Interpersonelle Kommunikation) werden deshalb nicht allzuweit tragen. Im Gegenzug machte Karl Tasche deutlich, daß die Konzepte, die wir zur Erklärung von Mediennutzung verwenden, durchaus sinnvoll in der Untersuchung der computervermittelten Kommunikation einzusetzen sind – so zum Beispiel das Kategorienarsenal des Stimmungsregulierungsansatzes.

Mythenbildung

Wie immer sind die Veränderungen kommunikativer Praxis von der Bildung positiver und negativer Mythen begleitet. Wolfgang Schweiger konnte mit Ergebnissen aus Experimenten zeigen, daß die Befürchtung, durch Nutzung von E-Mail verschwinde unsere Schriftkultur im Orkus, empirisch nicht gestützt ist: Die Intensität der Online-Nutzung erhöht weder die Zahl der Fehler, noch senkt sie die Zahl der verwendeten Wörter in geschriebenen Texten.

Auch hierbei offenbarten sich zahlreiche forschungspraktische und methodische Probleme. Dem steht aber, so konnte vor allem Andreas Werner zeigen, bereits jetzt ein überraschend differenziertes methodisches Instrumentarium zur Erfassung von Online-Aktivitäten gegenüber, was sich zum Beispiel in einer ersten halbwegs handfesten Definition einer „Werbewährung" niedergeschlagen hat.

Der Hybridcharakter der computervermittelten Kommunikation stellt die rechtlich-politische Regulierung mit ihrer basalen Unterscheidung von Massen- und Individualkommunikation vor vielfältige Probleme. Außerdem bedeutet der grenzüberschreitende Charakter der Kommunikation eine in diesem Ausmaß völlig neue Herausforderung. Dies betrifft nicht nur die Frage der Praktikabilität, d.h. die Frage, wie nationale Normen jenseits der Staatsgrenze durchzusetzen sind, sondern auch die Frage der Legitimität, also die Aufgabe, aus der Konfrontation unterschiedlicher normativer Vorstellungen international konsensfähige Regeln zu schöpfen – vom Jugendschutz über das Urheberrecht bis hin zum Daten- und Verbraucherschutz. Wolfgang Schulz verbreitete aber Zuversicht, daß die Jurisprudenz mit Hilfe ihrer erprobten Verfahren und kategorialen Zuordnungen den gegenwärtig weithin ungeordneten Zustand in eine geregelte Entwicklung überführen wird.

Fazit: Die Beschäftigung mit computervermittelter öffentlicher Kommunikation schärft auch den Blick für überkommene kommunikative Praktiken und ihre Untersuchung. Sie stellt unsere Konzepte und Methoden auf die Probe. Der von Gerhard Vowe und Klaus Beck organisierte Workshop machte jedoch deutlich, daß die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft den Anforderungen gewachsen sein wird. Wenn sie die Kraft zur Synthese hat, kann sie die unterschiedlichen Perspektiven der Teildisziplinen zu einem schlüssigen Bild dieser neuen Gestalt von Kommunikation integrieren. *Gerhard Vowe*

Hoffnungen und Ängste

Geschlechtsspezifische Aspekte neuer Medien

Internet und Multimedia sind in aller Munde. Die Auswirkungen der damit verbundenen Entwicklungen auf Frauen und das gesellschaftliche Geschlechterverhältnis sind aber bisher nur völlig unzureichend erforscht. Für die Frauenmedien- und Geschlechterforschung stellen sich dabei vor allem zwei Fragen: Zum einen, wie verändern die multimedialen Entwicklungen den Journalismus und welche Konsequenzen hat das für Frauen in den Medien und das Frauenbild der Medien? Zum anderen, wie ist die Anwendung und Aneignung der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien mit der vieldimensionalen Kategorie „Geschlecht" verknüpft?

Diese Fragen standen im Mittelpunkt des Workshops „Frauen im Netz – Geschlechtsspezifische Aspekte neuer Technologien und Medien", den die Arbeitsgruppe Frauenforschung in Zusammenarbeit mit dem Referat Medienpädagogik der Evangelischen Medienakademie vom 9. bis 11. Oktober 1996 in Bergisch Gladbach durchführte. Gekommen waren Frauen aus der Medienforschung wie auch der praktischen Medienarbeit, Expertinnen in der Nutzung von Online-Medien ebenso wie Neulinge im Internet. Entsprechend vielfältig zeigte sich auch das Programm der Tagung.

Ganz praktisch führte Helga Dickel von „die media: frauen – information – online" aus Köln in die Benutzung des

Internets ein, erklärte die Prinzipien der Vernetzung und Adressierung wie auch die technischen Voraussetzungen für den eigenen Internetzugang. Die derzeit zentrale Erfahrung mit dem „Netz der Netze" blieb auch den Workshop-Teilnehmerinnen nicht erspart: Noch ist die Datenautobahn eine Baustelle, auf der es immer wieder zu Staus oder einem Zusammenbruch des Verkehrs kommt.

Künstlerin und Netzwesen

Weniger serviceorientiert, doch mit deutlichen Bezügen auf die derzeitige Netzpolitik und -praxis fiel der Beitrag von Rena Tangens aus, die sich zugleich als Künstlerin, Wissenschaftlerin und „Netzwesen" vorstellte. In den Mittelpunkt ihres Referats stellte die Mitbegründerin der BIONIC Mailbox in Bielefeld das von Evelyn Fox Keller entwickelte wissenschaftskritische Androzentrismuskonzept. Dessen zentrale Merkmale ließen sich im Netz wiederfinden: eine Ungleichheit beim Zugang, die Einseitigkeit der Themenstruktur, die Voreingenommenheit in bezug auf die verwendeten Methoden (beispielsweise der Programmgestaltung oder Dokumentation) und schließlich auch der Ge- bzw. Mißbrauch des Netzes als Herrschaftsinstrument.

Zugleich brächte die Nutzung des Netzes aber für Frauen viele Vorteile. Deshalb hält Rena Tangens, die ihre Argumente mit viel Insiderwissen anreicherte, es für notwendig, den Einstieg von Frauen in die Technologie zu fördern, die Datennetze für Frauenprojekte zu nutzen, sich verstärkt in den öffentlichen Diskurs in den Netzen einzumischen und nicht zuletzt auch zu versuchen, die technische Entwicklung zu beeinflussen.

Ebenfalls um alte Benachteiligungen und neue Chancen ging es im Beitrag von Diemut Roether. Die teils frei im eigenen Journalistinnenbüro, teils fest als Nachrichtenredakteurin arbeitende Hamburger Journalistin beschäftigte sich mit den Auswirkungen der durch Multimedia eingeleiteten Veränderungen auf das journalistische Berufsbild. Die zu erwartende – allerdings bisher erst in geringem Umfang tatsächlich eingetretene – Zunahme selbständiger Arbeit sei für viele Frauen im Journalismus attraktiv, die lieber freiberuflich tätig sind. Das „Zauberwort" Multimedia verdeckt jedoch die mit den neuen Entwicklungen verbundenen Probleme, wie Diemut Roether am Beispiel der Teleheimarbeit verdeutlichte. Mit der italienischen Europaabgeordneten Luciana Castellina fragte sie: „Aber ist es gut für Frauen, mit der einen Hand den PC zu bedienen, mit der anderen Suppe zu kochen und mit den Füßen das Kind daran zu hindern, den Finger in die Steckdose zu halten – und den ganzen Tag in der Obsession zu sein, keine Pause zwischen Arbeit und Leben zu haben?"

Der Rückgriff auf die Geschichte, auf Erfahrungen und bewährtes Wissen war implizit in fast allen Referaten der Tagung enthalten. Elisabeth Klaus (Universität Göttingen) und Monika Pater (Universität Hannover) argumentierten explizit, daß es sich bei den Informations- und Kommunikationstechnologien allgemein und beim Internet insbesondere nicht um ganz neue und in ihrer Struktur noch völlig offene Entwicklungen handele, sondern viele Fragen sich im historischen Rückblick beantworten ließen. Sie verdeutlichten ihre Position im Vergleich von Radiowelten und Cyberspace, wobei sie auf die im Rahmen des Cultural-Studies-Ansatzes entwickelten Vorstellungen von der sozialen Gebundenheit der Informations- und Kommunikationstechnologien zurückgriffen.

Dominanzverhältnisse

Danach sind Entwicklung, Nutzung und Wirkung neuer Technologien ohne die Berücksichtigung des Geschlechts und anderer in der Gesellschaft wirkenden Macht- und Dominanzverhältnisse nicht wirklich zu begreifen. Am Beispiel von Zeitschriftenanzeigen veranschaulichten die beiden Medienforscherinnen, wie damals bei der Einführung des Radios und wie auch heute bei der Werbung für Online-Produkte Menschen als Männer und Frauen, also in ihrer Geschlechterrolle angesprochen werden, um sie zum Konsum zu animieren.

Gemeinsames Fazit einer Tagung, die weniger Antworten bereithielt als Fragen stellte und der es gerade deshalb gelang, ein neues Forschungsfeld abzustecken: Weder der Aufruf zum Boykott noch die Aufforderung zum unreflektierten Einstieg in das Internet eröffnet Frauen Möglichkeiten, sich aktiv an der Neuaushandlung des gesellschaftlichen Geschlechterverhältnisses zu beteiligen, die im Prozeß der Aneignung und Auseinandersetzung mit Technologien geschieht. *Elisabeth Klaus*

KRITIK

Provokante Vorurteile

Die Journalistinnen und Journalisten stehen heute bekanntlich vor großen Herausforderungen: technisch, formal, inhaltlich – nicht nur im Online-Journalismus. Auch die Einführung in den Journalismus und die Journalistenausbildung müssen neu bedacht werden. In den USA hat ein Report von Betty Medsger über die Journalistenausbildung eine Grundlage dafür gelegt (Winds of Change. Challenges Confronting Journalism Education. The Freedom Forum, Arlington 1996).

In einer großen Erhebung wurden 1995 1041 Journalisten, 500 Personalchefs der Print- und Funkmedien und 446 Journalistenausbilder der Universitäten befragt, wie sie die Lage beurteilen und welche Empfehlungen sie für eine Ausbildungsreform geben. Ein Problem erwies sich dabei als zentral: Wie soll die Verbindung zwischen praktischer und wissenschaftlicher Ausbildung aussehen? Bei allem Unterschied der Urteile kam folgendes als Empfehlung heraus: „Journalism is a search for knowledge, truth and understanding through various means of inquiry across all university disciplines ... Develop ... programs that permit students to take advantage of links between journalism and the wide range of subjects in the university..." (S. 66ff.).

Ganz anders wird das Verhältnis zwischen Wissenschaft und Praxis in einer neuen deutschen Publikation von Wolf Schneider und Paul-Josef Raue definiert (Handbuch des Journalismus. Reinbek bei Hamburg 1996).

Die Empfehlung an die Studenten heißt: „Je größer die Distanz zur akademischen Welt auch während des Studiums bleibt, um so höher sind nachher die Chancen, im Journalismus Karriere zu machen" (S. 279). Die sachliche Fundierung journalistischer Ausbildung und Arbeit scheint nach Ansicht der Autoren nicht Sache der Wissenschaft: „Fachkenntnisse werden nach einem verbreiteten Vorurteil an den Universitäten erworben" (S. 18). Als „Basis einer seriösen Journalistenausbildung" genügt ihnen die Einsicht: „Auch ein Genie muß noch lernen – und auch Nichtgenies können sehr viel lernen" (S. 17). Wie sie sich die Lehre an Universitäten vorstellen, zeigt fol-

gende Passage: „Studenten müssen lesen, was ... Professoren ihnen vorgegeben haben, und sie rächen sich damit, daß sie den Professoren Texte liefern, denen diese ihrerseits nicht entrinnen können" (S. 152). Auf „Verständlichkeitsforschung" nehmen die Autoren positiv Bezug; denn verständliche Sprache ist ein zentraler Gesichtspunkt ihres Buches. Aber „den Germanisten und den Linguisten" werfen sie dann gleich wieder vor, diese Forschung einfach zu ignorieren (S. 181) – von pauschalen Behauptungen dieser Art wimmelt es in dem Buch. Hier wird nicht nach einer vernünftigen Beziehung zwischen Wissenschaft und Journalismus gesucht, sondern Vorurteilsbildung betrieben.

Dieses Orientierungs-Angebot ist auch insofern problematisch, als ein „Handbuch des Journalismus" vorgelegt wird. Vom Hörfunk- und Fernsehjournalismus versteht aber einer der Autoren gar nichts, der andere hat zwar eine Zeitlang Fernsehmoderator gespielt, aber über Hörfunkerfahrung verfügt er – soweit erkennbar – ebenfalls nicht.

Das Buch ist ein Gemisch von schlecht durchdachten und von vernünftigen Aussagen. Ein vernünftiger Aspekt ist selbstverständlich die Forderung nach verständlicher Sprache. Die Autoren wettern gegen „bombastische Begriffe" (S. 183). Ein Leitbild ist für sie „ein paläanthropologisch gebildeter Mensch" (S. 11) – wahrlich ein bombastischer Begriff. Die Neigung der Autoren zu überzogenen und schiefen Formulierungen kommt auch zum Ausdruck, wenn „totale Übereinstimmung zwischen Journalismus und Literatur" festgestellt wird (S. 197) – sonst warnen die Autoren gerne vor dem Mißbrauch solcher Adjektive.

Was (außer Dramaturgie und verständlicher Sprache) „noch die Reportage veredelt, das sind die höheren Weihen, die man lernen kann" (S. 112) – kann man höhere Weihen lernen? Besonders beachtenswert ist der Satz: „Deshalb wünschen wir von einem guten Journalisten, daß er neben seinem Fachwissen – in der Physik oder auf den Philippinen – eine universale Halbbildung besitzt" (S. 21). Kommt die hier zum Ausdruck?

Das Buch enthält mehr pauschale Behauptungen und logische Widersprüche, als hier behandelt werden können. Es ist großenteils eine Polemik – teilweise provokant für Fachleute, aber nicht geeignet als Grundorientierung für „junge Menschen". Es enthält auch wichtige richtige Aussagen, leider in Gemengelage mit schiefen oder falschen. *Siegfried Quandt*

INSTITUTE

Unbequemer Wegbereiter

Erinnerung an Fritz Eberhard

Er wurde zu den „zornigen alten Männern" gezählt, die die ersten Jahrzehnte der Bundesrepublik publizistisch und politisch mitgeprägt haben. Auch in hohem Alter exponierte er sich noch: Im Juli 1981 – kurz vor seinem Tod – zog er gemeinsam mit dem Theologen Helmut Gollwitzer in Berlin-Kreuzberg symbolisch in ein besetztes Haus ein, um „friedlichen Widerstand" zu leisten. In einem der vielen Leben, die er gelebt hat, war er – last, but not least – ein Fachkollege, der die Entwicklung der bundesdeutschen Publizistikwissenschaft zumindest mitgeprägt hat: Fritz Eberhard.

Solche Lebensläufe sind rar geworden: Als Hellmut von Rauschenplat ist er noch vor der Jahrhundertwende in Dresden zur Welt gekommen. Im mondänen Baden-Baden, wo er das Gymnasium besuchte und ein Lehrer ihm Texte von Marx nahebrachte, fand er zur Arbeiterklasse. Mitte der zwanziger Jahre wird er aus der SPD hinausgeworfen; seine Mitgliedschaft im Internationalen Sozialistischen Kampfbund war mit einem sozialdemokratischen Parteibuch nicht mehr vereinbar.

Später leitete er das Wirtschaftsressort des „Funken" – einer von rund 140 Zeitungen, die damals in Berlin erschienen. Das Blatt wird gleich nach Hitlers Machtübernahme verboten, gegen ihn selbst ein Haftbefehl erlassen. Er tauchte mit dem Decknamen Fritz Eberhard, den er später beibehalten hat, unter und leitete bis 1937 ein Netz illegaler Gewerkschaftsgruppen. Schließlich floh er nach England. Dort arbeitete er in der Deutschland-Redaktion der BBC; er organisierte unter anderem Thomas Manns Londoner Radiorede an die deutschen Hörer und schrieb selbst mehrere Bücher wider den Nazi-Ungeist (How to Conquer Hitler, 1940; Help Germany to Revolt, 1942; The Next Germany, 1943).

Bereits im Mai 1945 kehrte er nach Deutschland zurück. Er half beim Wiederaufbau der SPD und zählte zu den Vätern des Grundgesetzes. Er wurde Landtagsabgeordneter, Staatssekretär und der erste Intendant des Süddeutschen Rundfunks, bis er 1958 Hans Bausch bei der Neuwahl unterlag.

Bereits während seiner Intendantenjahre konnte er der Hörerforschung erste Impulse geben. Ein paar Jahre später erhielt er eine Honorarprofessur für Publizistikwissenschaft an der FU Berlin. Von 1961 bis 1968 leitete er dort kommissarisch das Institut für Publizistik. Der Dortmunder Kommunikationswissenschaftler Hans Bohrmann, der zur Zeit an einer Edition von Eberhards Schriften arbeitet, sieht es als dessen Verdienst an, dem damals von Auflösung bedrohten Fach seinen Platz an der Hochschule gesichert zu haben. In dieser Zeit galt Eberhards Interesse der Meinungs- und weiterhin speziell der Hörerforschung. Ihr widmet er auch sein 1962 erschienenes wissenschaftliches Hauptwerk (Der Rundfunkhörer und sein Programm. Ein Beitrag zur empirischen Sozialforschung). Er selbst war zwar kein Empiriker, gilt aber zumindest als Wegbereiter einer empiriegeleiteten Publizistikwissenschaft.

Impulsiv und innovativ

Diese Forschungsrichtung galt es damals noch durchzusetzen, nicht zuletzt gegen Eberhards Vorgänger in der Institutsleitung, Emil Dovifat. Der katholisch-konservative Übervater der Zeitungswissenschaft, der sein Fach als normative Geisteswissenschaft verstanden wissen wollte, begegnete dem unsteten, ebenso progressiven wie impulsiven Eberhard eher mißtrauisch, wenn nicht feindselig.

„Die Demokratie braucht unbequeme Journalisten" – das war nicht nur Eberhards Leitspruch, er hat auch danach gelebt. So war er auch 1968 in Berlin zur Stelle, als die Studenten rebellierten.

Am 2. Oktober 1996 wäre Eberhard hundert Jahre alt geworden. An seinem Institut gibt es heute unter anderem eine Professur für Exilpublizistik und zwei Lehrstühle, an denen weiterbetrieben wird, was Eberhard allenfalls noch mit andenken konnte: empirische Kommunikationsforschung. *Stephan Ruß-Mohl*

TAGUNGEN

Multi-Kulti-Konferenz

Die IAMCR traf sich in Sydney

Vom 18. bis 22. August 1996 fand in Sydney die zwanzigste Weltkonferenz der International Association for Mass Communication Research (IAMCR) statt. Kaum in Down Under angekommen, erlebten die Teilnehmer denkwürdige Tage in Australiens Medienpolitik. Sie überlagerten unsere unverwüstlichen Stereotypen vom Koala-Streicheln und Four-Wheel-Drive im roten Innern. Zuerst einmal muß der traditionsreiche Public-Service-Anbieter ABC die schwersten Finanzkürzungen seiner Geschichte hinnehmen. Am 20. August legte die neue, konservative Regierung in Canberra ihren Budgetentwurf für 1997 vor. Nicht nur wird ABC danach 15 Prozent der Mitarbeiter zu entlassen haben, die Regierung schreibt auch im Detail vor, was zu tun ist. So wird ABC alle Pay-TV-Pläne beerdigen müssen.

Australien preist sich gern als das Land, in welchem das duale Rundfunksystem zuerst entstand. Sollte es auch das erste werden, in dem es verschwindet?

Von allen westlichen Staaten hat Australien die höchsten Werte in der Medienkonzentration. Ganz wenige, benennbare Personen kontrollieren alle relevanten Märkte. Das hat für jeden Bürger Konsequenzen: Die größte Stadt Sydney, mit knapp vier Millionen Einwohnern mit Berlin vergleichbar, verfügt lediglich über zwei Tageszeitungen. Es gibt kein genuin australisches politisches Nachrichtenmagazin, nur ergänzte Ausgaben der US-Magazine „Time" und „Newsweek". Diese Medienlandschaft erweist sich für ihre Eigner als hochprofitabel, sie schuf auch den Grundstock für Murdochs globale Feldzüge. Der Nutzer trifft dagegen auf bedenkliche Öde.

Das Rundfunksystem Australiens spiegelt in der Verarbeitung ganz unterschiedlicher Einflüsse die Multikulturalität des Landes wider. Die ABC dient, ganz in britischer Tradition stehend, werbefrei dem Public Service. Kommerzielle Anbieter orientierten sich von Anbeginn am amerikanischen Vorbild, erkennbar auch an der Verknüpfung lokaler Stationen in den drei nationalen Networks Seven, Nine und Ten. Echte Multi-Kulti-Qualität erhält das Angebot durch SBS, einen staatlich finanzierten TV-Kanal, der ausschließlich Beiträge aus dem Rest der Welt bringt, und zwar in der Originalsprache mit englischen Untertiteln.

Buntheit bringt eine quicklebendige Szenerie von 130 Community-Radiostationen plus inzwischen sechs TV-Sendern. Viele davon befinden sich in Universitätsbesitz und manche haben Reichweiten, die selbst Kommerzangebote in den Schatten stellen.

Auch wissenschaftliche Tagungen sind ein Multi-Kulti-Ereignis. Die 380 Teilnehmer der IAMCR-Konferenz kamen aus 60 Staaten. In den 13 Sektionen wurden über 300 Referate vorgetragen. Bei aller Dezentralität fiel auf, daß die neuen Techniken und speziell das Internet viele Beiträge inspirierten.

Die IAMCR hatte in den vergangenen Jahren, anknüpfend an alte Traditionen, einen Schwerpunkt ihrer Arbeit auf UNESCO, Human Rights sowie indigene Kulturen und globale Kommunikation gelegt. Das waren auch Themen für Schwerpunktveranstaltungen auf dieser Konferenz. In der Tat sieht die Welt aus der Perspektive der Menschen, die den asiatisch-pazifischen Raum schon immer und damit Jahrzehntausende vor den weißen Invasoren bewohnten, so ganz anders aus. Immerhin: Die Aborigines, die geschundenen Ureinwohner des uralten Kontinents, begannen ihre mediale Selbstorganisation mit einer inzwischen legendären Radiostation im Innern des weitgehend leeren Kontinents, in Alice Springs. Gerade ging ihr Sender Gadigal in Sydney auf Sendung, und ein Netz von 14 Stationen schafft inzwischen Kommunikation untereinander.

Einer der zweifelhaften Höhepunkte einer Weltkonferenz stellt immer wieder die Generalversammlung dar. Man stelle sich die aus dem eigenen Lande vertrauten Eitelkeiten und Empfindlichkeiten der Wissenschaftler vor, potenziert um die Fallstricke interkultureller Kommunikation und die daraus resultierenden Mißverständnisse. Der derzeitige Vorstand, besetzt mit dem Iran-Amerikaner Hamid Mowlana, seinem Stellvertreter Slavko Spichal aus Slowenien und der aus Hamburg gebürtigen Kanadierin Gertrude J. Robinson, hatte sich um eine umsichtige Regie bemüht. Ein Auswahlausschuß war bestellt, der die Aufgabe hatte, 20 Vorschläge für die 13 im International Council freiwerdenden Sitze zu machen. Die Debatte im Plenum entwandt sich alsbald diesem Dirigismus, und eine unglaubliche Zahl weiterer Kandidaten wurde ad hoc vorgeschlagen. Abgestimmt werden konnte angesichts der entstandenen Unübersichtlichkeit erst am nächsten Tag, und zwar schriftlich. Heraus kam trotz des Chaos eine bunte Besetzung. Freilich spricht nur eines der neu gewählten Mitglieder deutsch: Ursula Maier-Rabler aus Salzburg.

In einem komplizierten brieflichen Verfahren war zuvor der President Elect bestimmt worden; es ist der Spanier Manuel Pares I Maicas von der Universidad Autonoma de Barcelona. Schatzmeisterin bleibt auch in Zukunft Gertrude J. Robinson.

Die deutsche Beteiligung an der Konferenz war – wieder einmal – gering, in Kopfzahlen nicht höher als die der Österreicher oder Dänen. In den Strukturen sind wir freilich gut vertreten. Nachdem Jürgen Wilke aus Mainz die Sektion der Historiker übernommen hat, werden drei der 13 Sektionen von Deutschen geleitet.

Allmählich schwindet das – niemals zutreffende – Urteil über den linken Drall der Vereinigung. Tatsächlich stellt die IAMCR vor allem ein offenes Podium dar, auf dem sich Repräsentanten aus vielen Richtungen und Regionen tummeln. Die nächste Interims-Konferenz findet 1997 in Mexiko statt, die darauffolgende große Konferenz 1998 in Glasgow. Das ist doch ein guter Ort, um einen ersten Besuch zu wagen. *Hans J. Kleinsteuber*

FUSSNOTENMUSEUM XII

8) Diese Art von Humor nach oder bei Begräbnissen kommt als ritueller Brauch bei verschiedenen afrikanischen Stämmen vor: E. Norbeck, African Rituals of Conflict, in: American Anthropologist 65 (1963), S. 1268. Siehe auch V. Mercier, 1962, S. 49f.

Aus Anton C. Zijderveld: Humor und Gesellschaft. Eine Soziologie des Humors und des Lachens. Graz, Wien, Köln 1976, Seite 203, Fußnote 8

NEUE BÜCHER

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

Baerns, Barbara: Schleichwerbung lohnt sich nicht! Plädoyer für eine klare Trennung von Redaktion und Werbung in den Medien. Neuwied, Kriftel, Berlin: Luchterhand 1996

Berg, Klaus/Kiefer, Marie-Luise (Hg.): Massenkommunikation V. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964 - 1995. Baden-Baden: Nomos 1996 (= Schriftenreihe Media Perspektiven 14)

Böckelmann, Frank/Hesse, Kurt: Wem gehört der private Rundfunk? Umfang und Auswirkung der Beteiligungen am privaten Rundfunk in Deutschland. Konstanz: UVK Medien 1996 (= AKM-Studien 41)

Faulstich, Werner/Lippert, Gerhard (Hg.): Medien in der Schule. Anregungen und Projekte für die Unterrichtspraxis in der Sekundarstufe I und II. Paderborn: Schöningh 1996

Fischer, Heinz-Dietrich/Jubin, Olaf/Stodiek, Oskar: Printmedien-Präsentation von Fernseh-Thematiken im Kontext der Wettbewerbssituation auf dem TV-Markt. Bochum: Brockmeyer 1996 (= Bochumer Studien zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft 84)



Frei, Norbert: Vergangenheitspolitik. Die Anfänge der Bundesrepublik und die NS-Vergangenheit. München: Beck 1996

Göpfert, Winfried/Ruß-Mohl, Stephan (Hg.): Wissenschafts-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. 3., völlig neu überarbeitete Auflage. München, Leipzig: List 1996

Hackl, Christiane/Prommer, Elizabeth/Scherer, Brigitte (Hg.): Models und Machos? Frauen- und Männerbilder in den Medien. Konstanz: UVK Medien 1996 (= kommunikation audiovisuell 21)

Hennings, Ralf-Dirk/Schuck-Wersig, Petra/Völz, Horst/Wersig, Gernot: Digitalisierte Bilder im Museum. Berlin: Leske + Budrich 1996 (= Berliner Schriften zur Museumskunde 14)

Hömberg, Walter/Hackel-de Latour, Renate (Hg.): Studienführer Journalismus, Medien, Kommunikation. Konstanz: UVK Medien 1996

Jarren, Otfried/Schatz, Heribert/Weßler, Hartmut (Hg.): Medien und politischer Prozeß. Politische Öffentlichkeit und massenmediale Politikvermittlung im Wandel. Opladen: Westdeutscher Verlag 1996

Kalt, Gero/Hanfeld, Michael (Hg.): Schlecht informiert 2. Wie Medien die Wirklichkeit verzerren. Fallbeispiele aus den Jahren 1993 - 1995. Frankfurt am Main: Institut für Medienentwicklung und Kommunikation 1996

Koch, Ursula E./Behmer, Markus (Hg.): Grobe Wahrheiten – Wahre Grobheiten. Feine Striche – Scharfe Stiche. Jugend, Simplicissimus und andere Karikaturen-Journale der Münchner „Belle Epoque" als Spiegel und Zerrspiegel der kleinen wie der großen Welt. Katalog zur Ausstellung des Instituts für Kommunikationswissenschaft (Zeitungswissenschaft) der Ludwig-Maximilians-Universität München. München: Reinhard Fischer 1996

Kronenburg, Stephan/Schichtel, Horst (Hg.): Die Aktualität der Geschichte. Historische Orientierung in der Mediengesellschaft. Siegfried Quandt zum 60. Geburtstag. Gießen: Justus-Liebig-Universität, Fachjournalistik Geschichte 1996

Ludes, Peter (Hg.): Informationskontexte für Massenmedien. Theorien und Trends. Opladen: Westdeutscher Verlag 1996

Maletzke, Gerhard: Interkulturelle Kommunikation. Zur Interaktion zwischen Menschen verschiedener Kulturen. Opladen: Westdeutscher Verlag 1996

Mettler-von Meibom, Barbara (Hg.): Einsamkeit in der Mediengesellschaft. Münster: Lit 1996 (= Kommunikationsökologie 1)

Neuberger, Christoph: Journalismus als Problembearbeitung. Objektivität und Relevanz in der öffentlichen Kommunikation. Konstanz: UVK Medien 1996 (= Forschungsfeld Kommunikation 7)

Noelle-Neumann, Elisabeth/Petersen, Thomas: Alle, nicht jeder. Einführung in die Methoden der Demoskopie. München: dtv 1996

Oppenberg, Dietrich (Hg.): Handbuch Deutsche Presse 1947. Reprint des Zeitungsteils. Düsseldorf: Econ 1996

Pürer, Heinz: Praktischer Journalismus in Zeitung, Radio und Fernsehen. Mit einer Berufs- und Medienkunde für Journalisten in Österreich, Deutschland und der Schweiz. 2.,überarbeitete und erweiterte Auflage. Konstanz: UVK Medien 1996 (= Praktischer Journalismus 9)

Ruhrmann, Georg/Kohring, Matthias: Staatliche Risikokommunikation bei Katastrophen. Informationspolitik und Akzeptanz. Bonn: Bundesamt für Zivilschutz 1996 (= Zivilschutzforschung, Neue Folge 27)

Schenk, Michael/Dahm, Hermann/Šonje, Deziderio: Innovationen im Kommunikationssystem. Eine empirische Studie zur Diffusion von Datenfernübertragung und Mobilfunk. Münster: Lit 1996

Schütte, Georg (Hg.): Fernsehnachrichtensendungen der frühen Jahre: Archive, Materialien, Analysen, Probleme, Befunde. Siegen: Universität-Gesamthochschule, DFG-Sonderforschungsbereich 240 1996 (= Arbeitshefte Bildschirmmedien 59)

Steinmetz, Rüdiger: Freies Fernsehen. Das erste privat-kommerzielle Fernsehprogramm in Deutschland. Konstanz: UVK Medien 1996 (= kommunikation audiovisuell 18)

Trebbe, Joachim: Der Beitrag privater Lokalradio- und Lokalfernsehprogramme zur publizistischen Vielfalt. Eine Pilotstudie am bayerischen Senderstandort Augsburg. München: Reinhard Fischer 1996 (= BLM-Schriftenreihe 39)

Vorderer, Peter (Hg.): Fernsehen als „Beziehungskiste". Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 1996

Wilke, Jürgen (Hg.): Massenmedien in Lateinamerika. Dritter Band: Bolivien, Nicaragua, Peru, Uruguay, Venezuela. Frankfurt am Main: Vervuert 1996 (=americana eystettensia 8)

ESSAY

Medien als Zeitmanager

Die Zeitungen sind die Sekundenzeiger der Geschichte

Der Doppeltitel gibt eine gewissermaßen klassische und eine moderne Ansicht über eine der elementarsten Leistungen von Medien wieder: ihrer unablässigen Bewältigung von Zeit. Während aber Arthur Schopenhauer mit diesem geflügelt gewordenen Wort in seinen „Parerga und Paralipomena" noch den überwiegend reaktiven Umgang der Zeitungen, eben als „Sekundenzeiger", mit dem geschichtlichen Geschehen in den Vordergrund rückt, trägt die Formulierung von den „Zeitmanagern" einer späteren historischen Erfahrung verstärkt Rechnung, nämlich wie sehr Medien ihrerseits aktiv Zeit prägen – nicht nur monumentalgeschichtliche, sondern auch privatgeschichtliche: unsere Alltagszeit. Geschichte sei im Grunde eine Kreatur der Medien geworden, tönt es neuerdings in radikalkonstruktivistischer Übertreibung, denn um ihrer Programmierung willen werden ja tatsächlich Olympiaden auf Kosten des optimalen Leistungsvermögens der Athleten umgetimet, werden Kriege, wie derjenige am Golf, begonnen zur Hauptsendezeit des amerikanischen Network-Fernsehens und Gemeindeversammlungen wegen bestimmter Bildschirmspektakel bisweilen hierzulande verschoben. Aufstand der Sekundenzeiger gegen das zu Registrierende und die Welt, wie Günther Anders räsonnierte, geschrumpft zu „Phantom und Matrize"? Wir wollen genauer hinsehen.

Schopenhauer präzisiert im folgenden seine Metapher vom Sekundenzeiger: „Derselbe aber ist meistens nicht nur aus unedlerem Metalle, als die beiden andern, sondern geht auch selten richtig." Hier klingt ein traditionelles Motiv der Pressekritik an: der Zweifel an der wirklichen Genauigkeit einer durch zunehmende historische Erscheinungshäufigkeit und heutige 24-Stunden-Programmierung demonstrierten Präzision. Des Philosophen Auslassungen zur Presse bezeugen eben, wie übrigens auch diejenigen Max Webers und sehr vieler früherer und späterer Beobachter, nicht abreißende Faszination und Irritation durch die erst mit den Zeitungen und später den elektronischen Massenkommunikationsmitteln Radio und Fernsehen verbundenen Phänomene. Die gängige Reaktion auf sie ist denn auch bis heute eine gewisse Unsicherheit, ja Ratlosigkeit, sich äußernd immer wieder in Verherrlichung und Verteufelung jeder neuen Mediengeneration durch die Ideologen und in Ambivalenz bei den Reflektierteren. Und dies gründet eben maßgeblich im scheinbar selbstverständlichen, aber in Wahrheit überaus komplizierten Verhältnis der Medien, namentlich der tagesaktuellen, zur Zeit.

So konstatiert Schopenhauer an einer anderen Stelle des genannten Werks verdrossen: „Die Tagespresse raubt die Zeit, die man seiner Bildung zuwenden sollte." Dabei war natürlich auch damals schon das Zeitungslesen ein durchaus freiwilliger Zeitvertreib. Aber eben ein „Zeitvertreib", und überdies anscheinend mit Symptomen süchtigen Verhaltens. Solches schlägt sich auch heute namentlich nach besonders langer Fernsehnutzung gemäß vielen empirischen Befunden im schlechten Gewissen nieder, man habe mit Hilfe des Apparates die Zeit totgeschlagen statt genutzt. Normative Vorstellungen über das Medien-Zeitmanagement werden also seit dem Aufflackern der offenbar unstatthaften „Neu-Gier" im Volk anläßlich des Aufkommens der periodischen Presse aktiviert, wie immer im Zusammenhang mit wirklichen und angeblichen Süchten.

Bei Schopenhauer geschieht dies in Gestalt des – impliziten – Verweises auf die Eigenzeit von Bildungsprozessen, die weniger kurzatmig als diejenige zur Aneignung bloßen Tageswissens sei. Damit wird letztlich der wichtigere der zwei Zeiger der imaginären Uhr ins Spiel gebracht, anscheinend derjenige aus Edelmetall, der Stundenzeiger, das Buch. Und wie immer bei Süchten ist auch bei dieser seit eh und je ein wirtschaftliches Interesse an deren Ausbeutung gegeben, das heutzutage unter dem Label „Leser-, Hörer- und Zuschauerbindung" immer wirkungsvoller gerade auch dafür arbeitet, daß die Tageszeitung (das Radio, das Fernsehen) die Zeit raubt, nochmals Schopenhauer, „die man (sonstwie) seiner Bildung zuwenden sollte". Daß mittlerweile Bildungspolitiker und Medienpädagogen bereits froh sind, wenn Jugendliche wenigstens Zeitungen lesen, möchte dem Philosophen, der selber zwar auch ungeduldig nach Zeitungsrezensionen seiner Werke gierte, vollends als weitere Bestätigung seiner pessimistischen Weltschau erscheinen.

Wir hingegen danken ihm für seine Anregungen und gehen nun ans nicht unbeschwerliche Unternehmen, mit den Denkmitteln der Publizistikwissenschaft das Zeitmanagement der Medien noch etwas mehr zu erhellen, und zwar natürlich in der Haltung des wertneutralen wissenschaftlichen Beobachters und nicht des medienpolitischen oder medienpädagogischen Eiferers. Der Komplexität der Problemlage wegen ist freilich der diesbezügliche wissenschaftliche Erkenntnisstand erst recht unvollkommen. Immerhin wurde zumal in den letzten Jahren in diesem Zusammenhang besonders engagiert theoretisiert und empirisch geforscht.

Normative Vorstellungen über das Medien-Zeitmanagement werden seit dem Aufflackern der offenbar unstatthaften „Neu-Gier" im Volk durch das Aufkommen der periodischen Presse aktiviert

Anhand von Schopenhauers Aperçus gewann auch bereits die relevante Gesamtkonstellation Konturen: Medien sind offenbar Symptom, Determinante und Agens gesellschaftlich verbreiteter, ja herrschender Zeitmuster. Sie fangen, als aktuelle Medien, in unerhörter Dichte dauernd Ereignisabfolgen aus der nahen und weiten Umwelt ein und passen sich zugleich, dank Publikumsforschung, in die Nutzungszeiten potentieller Publika ein, verfügen aber durch entsprechende Bindungstechniken auch über deren Zeit. Zeitmanagement ist

da eben gefragt, müssen doch verschiedene Arten von Eigenzeit – institutionelle, mediale und diejenige von potentiellen Nachfragern – in ein optimales Verhältnis zueinander gebracht werden. Dies ist fürwahr eine formidable unternehmerische Aufgabe, zumal dabei eben noch die widersprüchliche Vielfalt normativer Erwartungen zu berücksichtigen ist, die zum Beispiel die Unterbrecherwerbung im Fernsehen als kulturlos verbieten, aber auch keine Erhöhung der Konzessionsgebühren zulassen wollen.

In der neueren Publizistikwissenschaft hat sich denn auch mancherorts eine funktionalistische Betrachtungsweise durchgesetzt. Sie begreift Medien einfach als problemlösende und problemschaffende Systeme, und zwar aus der realistischen Einsicht heraus, jede soziale Einrichtung verfüge wohl über ein bestimmtes Problemlösungsvermögen; dabei entstünden aber regelmäßig auch Folgeprobleme. Und da ja das elementare Gebot, dem die Medien unterstehen, lautet, dauernd, aber mit begrenzten Ressourcen, Ereignisse einzufangen, in Artikel und Sendungen um- und einzuarbeiten und für diese möglichst große Aufmerksamkeit zu wecken, stellt sich unser Problem genauer als dasjenige des Zusammen- bzw. Aufeinander- und Gegeneinanderwirkens verschiedener Eigenzeiten dar: derjenigen von Medien selber, derjenigen von Sozialgebilden ihrer Umwelt und derjenigen von Publika.

Advent, Weihnachten, Karfreitag, Ostern, Pfingsten sind publizistisch anscheinend nur durch immer neue Aktualisierungsvarianten der immer gleichen Botschaft zu bewältigen

Wenden wir uns als erstem den verschiedenen Eigenzeiten zu, gemäß denen die jeweilige Medienumwelt, die nähere wie die weiteste, Prozesse und Vorfälle hervorbringt, die dann von den Journalisten gegebenenfalls als relevante Ereignisse wahrgenommen und zur Publikation ausgewählt werden. Eine entscheidende Hilfe, aber auch Vorstrukturierung erfährt dabei die Selektion der Medien durch den Umstand, daß Information in modernen Gesellschaften längst als tiefgestaffeltes System und nicht etwa nur als massenmediales funktioniert. Diesem vorgelagert ist ja ein immer dichteres Geflecht von Zulieferern: Da ist das weltumspannende Netz von Nachrichtenagenturen, da ist das Internet, da ist die Vielfalt von Informationsdiensten unterschiedlichster Thematik und Ausrichtung, und da ist insbesondere die unerhört expansive Kommunikationsstrategie der Public Relations bzw. Öffentlichkeitsarbeit; und das Zeitmanagement all dieser Zulieferer ist darauf angelegt, Informationen und mehr und mehr auch Ereignisse in Übereinstimmung mit den Publikationsrhythmen und den Auswahlkriterien der Medien zu produzieren und diesen anzudienen. Angesichts der Notwendigkeit der intensiven Standardisierung und Routinisierung der Raschestproduktion von Medien ist andererseits die Kalkulierbarkeit ihres Informationsausstoßes für solche Zulieferer immer größer geworden und damit auch deren Chance, die kritische Wachsamkeit der Medien gewissermaßen von innen her zu unterlaufen. Das Zeitmanagement der Medien wird, mit anderen Worten, von deren Umwelt, soweit sie auf Publizität in diesen Gewicht legt, immer systematischer beobachtet und einkalkuliert.

Der sichere oder wahrscheinliche Ereignisanfall aus der Umwelt von den Medien umgekehrt aber auch! Voraussehbare Vorkommnisse, von Wahlen, Abstimmungen und Parlamentsdebatten über Weltmeisterschaften und andere Großanlässe bis zu den kirchlichen Feiertagen, sind natürlich in die Medienproduktion eingeplant: Die Ressourcen für ihre publizistische Bearbeitung sind bereitgestellt und die Routinen zu ihrer Präsentation eingeschliffen. Es sind denn auch, wider allen Anschein, nicht die unerwarteten Ereignisse das tägliche Brot des Journalismus, sondern die erwarteten; das System funktioniert überwiegend reaktiv und ist daher, im Widerspruch zu dem, was es vielfach glauben macht, keineswegs ein ideales Frühwarnsystem. Die Alltagsroutine ist der sogenannte Terminjournalismus.

Um so bemerkenswerter ist die Findigkeit, mit der die Medien die Eigenzeit von Institutionen ihrer Umwelt in für ihre Publika attraktivere Medienzeit verwandeln. Das Kirchenjahr – Advent, Weihnachten, Karfreitag, Ostern, Pfingsten – ist publizistisch anscheinend nur durch immer neue Aktualisierungsvarianten der immer gleichen Botschaft zu bewältigen. Auf diese Weise sollen die Systeme der Religion und der Medien kompatibel gemacht werden, aber sie sind es eben letztlich doch nicht, denn Religionszeit ist Heilszeit, hat es primär mit dem Ewigen zu tun, Massenkommunikation mit dem Jetzt. Dadurch, daß die Kirchen auf dem Marktplatz der Massenmedien seit längerem wacker mitbieten, ist freilich diese Eigenzeit ihrer Botschaften unter den sonstigen dortigen Tagesaktualitäten kaum mehr erkennbar: Medienzeit überdeckt, trotz Referenz ans Kirchenjahr, die kirchliche.

Auch politische Zeit ist bekanntlich in stärkstem Maß in institutionalisierte Zyklen eingebunden, Legislaturperioden zum Beispiel. Diese fungieren als ein zentraler Ordnungsfaktor für vielfältigste Prozesse, die, von unterschiedlichen Interessen angestoßen, sonst wild durch-, gegen- und auseinanderlaufen. Da die „raison d'être" des Systems Politik das Hervorbringen und Durchsetzen allgemeinverbindlicher Entscheidungen ist, bedarf es, um dies zu erwirken, auch eines festgefügten Zeitscharniers, das die verschiedenen Eigenzeiten verbindlich bündelt.

Daß Medienzeit mehr und mehr politische Zeit zersetzt, ja substituiert, bedeutet deshalb einen viel elementareren, da strukturellen Eingriff in den politischen Prozeß als häufiger diskutierte journalistische Interventionen in diesen. Politische Zeit ist Entscheidungszeit und in Demokratien jene institutionell geregelte Zeit, während derer allgemeinverbindliche Entscheidungen gemäß Mehrheitswillen hervorgebracht werden. Das Herzstück des Prozesses ist mithin das Ermitteln von Mehrheiten, und um so spektakulärer war vor noch nicht allzulanger Zeit der Einbruch der Medienzeit – wie so vieles unter dem Einfluß des Fernsehens – in diese Phase des politischen Geschäfts. Das bedächtige Auszählen der Stimmen wurde ja plötzlich durch Hochrechnungen derselben am Bildschirm ins Abseits der Aufmerksamkeit gedrängt, und seitdem hebt schon das Schmieden von Koalitionen virtueller Sieger in der virtuellen Zeit, der Fernsehzeit, an.

Dieser Prozeß der drastischen Verkürzung politischer Zeit unter dem Tempodiktat zumal der szenischen Medien Radio und Fernsehen wirkt längst bis in die Kapillaren des politischen Prozesses hinein: Politiker entschuldigen sich bei Mediendiskussionsrunden, weil sie, leider, diese wegen Ratssit-

zungen warten lassen mußten; ein Politikerstatement darf bekanntlich über alles sein, nur nicht über 1'30; und bereits im amerikanischen Präsidentschaftswahlkampf von 1988 war die neue Zeiteinheit, die das dortige Fernsehen den Kandidaten für ihr politisches Räsonnement vor den Mikrophonen zubilligte, der sogenannte Sound-bite, auf unter zehn Sekunden geschrumpft.

Der Sport schließlich ist als Aktivität seiner Eigenzeit nach derjenigen der heutigen Aktualitätsmedien am ähnlichsten; darum auch ihre überaus dichte Symbiose. Sportzeit ist ja idealtypisch Rekordzeit, und dies heißt auf der einen Seite Zeitbeschleunigung und auf der anderen Zeitminimierung. Für den Schausport hat diese extreme Zeitkompression allerdings zur Folge, daß bei Differenzen von Hundertstelsekunden und Zentimetervorsprüngen fast nichts zu schauen ist und Langeweile schon bald droht, wenn Rekorde – oder Tore – auf sich warten lassen. Sportübertragungen sind denn auch jene Sendungen, in denen Medienmacher in besonders ingeniöser Weise institutionelle Zeit durch Medien-Eigenzeit retardieren oder sonstwie gefällig und gewinnträchtig ummodeln: durch Rückblenden, durch Wiederholungen in Zeitlupe, durch die Vermehrung bzw. Verlängerung von Pausen zur Plazierung von noch mehr Werbung, durch die unablässige vergleichende Evozierung von Vergangenheit mittels datenbankgespeicherter historischer Höhepunkte. Und da all dies offenbar noch nicht genügt, übernimmt die Sportberichterstattung gern die Dramaturgie des Kriminalromans und verrät möglichst wenig von dem, bei zeitverschobener Ausstrahlung längst feststehenden, Resultat. Wer sich die Spannung nicht nehmen lassen will, dem wird dementsprechend von seiten der Präsentatoren der Rat gegeben, bei Bekanntgabe der Sportresultate auf einer Tafel einer vorangehenden Sendung die Augen zu schließen.

Solches erinnert an Frischhaltetechnik bei leicht verderblicher Ware, und eine solche sind nun einmal aktuelle Informationen geworden, zumal in einer Epoche immer erbitterterer Medienkonkurrenz um Nachrichtenprimeurs und minimale Zeitvorsprünge für die Präsentation derselben. Die Berichterstattung über laufende Ratssitzungen und andere Verhandlungen zum Beispiel, im Stundenrhythmus der Radiobulletins jeweils fortgesetzt, ist darauf angelegt, Aktualität mehrfach um-, ab-, und wiederaufzubauen, indem zusätzliche Einzelheiten, auch nebensächliche, der – ursprünglich – aktuellen Nachricht vorangestellt werden. Mit deren Bekanntheit ist ja zu rechnen, und deren Neuigkeitsgehalt wird auf diese Weise wieder und wieder aufgefrischt.

Denn immer und mehr denn je droht die Leser-, Hörer- und Zuschauerschaft abzuwandern: zu anderen Printmedien und Sendern, zu anderen Freizeitaktivitäten oder, noch fataler, weiter zu emigrieren in eine zunehmend individualisierte Eigenzeit. Diese zu Massenpublika zu bündeln stellt das Zeitmanagement von Massen- und auch von Spezialmedien vor immer größere Probleme. Mit jedem zusätzlichen Konkurrenten auf dem Kommunikationsmarkt müssen ja die knappen Güter Aufmerksamkeit, Geld und eben Zeit von potentiellen Publika unter noch mehr Anbietern aufgeteilt werden. Längst vorbei sind zudem die Tage, da das Radio mit Sprechtheater und das Fernsehen mit Festlichkeit, begangen im sogenannten Fernsehdress, assoziiert und mit entsprechender Bindung an die jeweiligen Sender honoriert wurden. Zeitungsabonnements immerhin, so scheint es, halten in der deutschen Schweiz immer noch länger als im Durchschnitt dortige Ehen. Bei den elektronischen Medien Radio und Fernsehen indes ist der Verkäufermarkt, so lautet der trockene wirtschaftswissenschaftliche Befund, seit längerem in einen Käufermarkt umgekippt, auf dem die Konsumenten und ihre Zeitbudgets de facto die Bedingungen stellen, auch wenn sie dieses selber nicht merken. Entsprechend steigen die Investitionen der Medienunternehmen in eine Publikumsforschung, die immer genauer, möglichst Minute für Minute, die Eigenzeit verschiedenster potentieller Publika einfängt, auf daß Sendungsangebot und Werbespot optimal auf mutmaßliche Bedürfnis- und Nachfragesituationen abgestimmt seien.

Das Publikum gibt es nämlich bekanntlich nicht, nur Individuen, die je nach Dispositionen und Situation Medien unterschiedlich nutzen, zuweilen mit voller Aufmerksamkeit, häufiger allerdings gewissermaßen einohrig oder einäugig. „Mediengesellschaften" werden ja solche wie die unsrige, die deutsche oder auch die amerikanische und japanische bereits vielfach genannt, weil in ihnen Medienkommunikation zum selbstverständlichen und unverzichtbaren Funktionselement geworden ist. Daß Medien in diesen entsprechend hochhabitualisiert, vielfach unter der Bewußtseinsschwelle konsumiert werden, spricht im übrigen keineswegs gegen die Unentbehrlichkeit von Medienkommunikation in diesen Gesellschaften: Jeder Zeitungsstreik oder auch der Ausfall des oder der häuslichen Fernsehapparate offenbart, fast erschreckend drastisch, wie abhängig die individuellen und kommunalen Lebensroutinen von der regelmäßigen Zulieferung der Tageszeitung, nicht substituierbar durch andere Medien, geworden sind, wie sehr das lokale Geschäftsleben, aber auch die Geselligkeit unter dem Wegbleiben des Leibblattes leidet oder wie plötzlich der labile Ehe- oder Familienfrieden aufbricht, wenn das Dauerangebot der Television nicht mehr seine Fugen kittet. Macht üben heutzutage die Medien fürwahr weniger als Zeitregistrierer denn als soziale Zeitgeber aus.

Sportübertragungen sind jene Sendungen, in denen Medienmacher in besonders ingenuöser Weise institutionelle Zeit durch Medien-Eigenzeit retardieren oder sonstwie gefällig und gewinnträchtig ummodeln

Allerdings nicht auf jeden und nicht in gleichem Maß! Spätestens an dieser Stelle muß nämlich auch einmal daran erinnert werden, daß Medium nicht gleich Medium und daß die nun eben wieder angesprochene Differenzierung zwischen Print- und elektronischen Medien auf Seiten der Nutzer von größter Tragweite ist. Das Zeitdiktat von Radio und Fernsehen ist natürlich viel imperativer als dasjenige von Buch, Zeitschrift und Zeitung, die man ja normalerweise gemäß seinem persönlichen Aufnahmerhythmus liest. Damit die Eigenzeit der Nutzer sich besser entfalten kann, sind denn auch entsprechende Speichergeräte vom Typus Tonband oder Videorecorder entwickelt worden; zumal die letzteren werden allerdings sehr viel häufiger angeschafft als wirklich zur persönlichen Eigenprogrammierung des Fernsehens eingesetzt. Davon soll gleich noch die Rede sein. Vorher muß hingegen noch kurz die berühmte These von der Wissenskluft zwischen Lesebegeisterten und Leseverweigerern angesprochen

werden, die genauer zu erforschen das Zürcher Seminar für Publizistikwissenschaft sich schon seit Jahren bemüht. Weil Lesen Eigengestaltung von Zeit impliziert und die Buchstabenschrift als abstraktes Zeichensystem überdies eigene Vergegenwärtigungsleistungen erfordert, sind eifrige Leser – so wurde an Jugendlichen dieses Kantons vor einigen Jahren ermittelt – auch kompetentere Fernsehzuschauer. Wenigleser unter diesen Schülerprobanden tauchten nämlich gewissermaßen Hals über Kopf in den Strom der Bilder und Wörter einer Testsendung ein, längst zum Halbverstehen durch den Bildschirm konditioniert und dementsprechend weniger imstande, selbständig Schlüsselinformationen aus dem attraktiven reißenden Bild-Ton-Fluß herauszufiltern. Nur wer Eigenzeit gegen Medienzeit zu strukturieren vermag, erliegt nicht deren sanft-unwiderstehlichem Sog.

Die Vor- und Ankündigungspublizistik ist heutzutage nicht selten bemerkenswerter als das Ereignis selber, dessen Verlauf dadurch in problematischer Weise vorprogrammiert werden kann

Deshalb ist es verständlich, daß substantielle Publikumssegmente eben diese technische Chance zur Selbstprogrammierung ihres Bildschirms in Gestalt des Videorecorders nicht wahrzunehmen vermögen. So rechnen auch Prognosen für 2010 nur mit gut einem Viertel der Bevölkerung, das dann die vielfältigen neuen kommunikationstechnischen Möglichkeiten im Zusammenhang mit Interaktivität und Multimedialität wirklich nutze. Und dieses Viertel werden, wie bereits heute, aktivere und meist auch gebildetere Personen sein, „Zeit-Macher", wie Irene Neverla sie nennt, weil sie ihre knappe Zeit dadurch zu strecken suchen, daß sie möglichst viel – nebeneinander – in sie hineinpacken. Ganz anders die „Zeit-Reichen" oder eher „Zeit-Übergewichtigen", die für die Strukturierung dieses Kapitals fremder Hilfe bedürfen, Ältere und Arbeitslose zumal eben der Programmschienen des Fernsehens. Auch noch bei ihnen dient indes Fernsehnutzung vornehmlich der Flautenbewältigung und ist darum auch gepaart mit der zumindest latenten Bereitschaft, sich etwas attraktiverem anderen zuzuwenden, wenn es sich bietet und die persönliche Motivation dazu ausreicht.

Dies ist sehr grob skizziert die Gesamtkonstellation, mit der heute Medien-Zeitmanagement fertig werden muß: mit Gesellschaften, deren wachsende Komplexität und ungestüme Wandlungsdynamik ein immer unbändigeres Bedürfnis nach noch mehr und nach noch differenzierteren Informationen hervorbringt und dementsprechend einen immer umfassenderen und anspruchsvolleren Apparat der sozialen Selbstbeobachtung, in dem sich das Zeitmanagement des einzelnen Medienunternehmens bewähren muß. Das Medien-Zeitmanagement muß ferner den Zeitstrategien von Ereignisproduzenten jedweder Couleur gewachsen sein, die mit solchen Angeboten die Redaktionen überschütten und zugleich deren Routinen immer kundiger für ihre partikulären Zwecke instrumentalisieren. Und schließlich muß dieses Zeitmanagement den zunehmend individualisierten Eigenzeiten und Informationsansprüchen verschiedenster Kategorien von Rezipienten entsprechen, die zu Publika von ausreichender Größe unter einem bestimmten Medienangebot zu vereinen, in einer mörderisch gewordenen Medienkonkurrenz immer größere Schwierigkeiten bereitet.

Die strategischen Antworten aus dem Mediensystem auf diese elementaren und entsprechend überlebensbedrohenden Probleme fallen natürlich, wie in manchem schon angesprochen, mannigfaltig aus. Andererseits sind diese Grundprobleme eben doch für alle Informationsmedien identisch, so daß es nicht erstaunen kann, allüberall im Mediensystem den drei gleichen Grundstrategien von Zeitmanagement zu begegnen. Es sind dies im Hinblick auf die Ereigniswelt die Einholung, ja Antizipation und Komprimierung von Realzeit; in bezug auf die Rezipienten ist es eben die Abstimmung des Medienangebots auf deren Eigenzeit bzw. deren Vereinnahmung durch Medienzeit; und hinsichtlich der Optimierung der Medienproduktion ist es im weitesten die Ökonomisierung von Zeit. Selbstverständlich gehen diese Strategien durcheinander, aber zu analytischen Zwecken können sie unterschieden werden.

Sehr verknappt lassen sich diese drei Strategien folgendermaßen charakterisieren: Zur Einholung, Antizipation und Komprimierung von Realzeit als Medienstrategie: Am 12. Januar 1780 stellte der Verleger der ersten Nummer der „Zürcher Zeitung", die später in „Neue Zürcher Zeitung" umbenannt wurde, eine Nachricht an die Spitze, in der er einräumte: „Es wird uns zwar, so wie andern Zeitungs-Schreibern, nicht möglich seyn, die Weltbegebenheiten früher anzuzeigen, als sie geschehen sind." Ganz anders die heutigen, von Walter Hömberg als „Tachomedien" charakterisierten Massenkommunikationsmittel, die nicht nur simultan Vorkommnisse rapportieren wollen, sondern möglichst schon vorher. Die Vor- und Ankündigungspublizistik ist denn auch heutzutage nicht selten bemerkenswerter als das Ereignis selber. Dessen Verlauf kann dadurch freilich in problematischer Weise vorprogrammiert werden. So redeten erwiesenermaßen die deutschen Massenmedien die sogenannte „Ölkrise" von 1973 herbei, indem sie den Eindruck erweckten, es bestehe eine Versorgungslücke, was entsprechend Hamsterkäufe auslöste und damit tatsächlich kurzfristige Kapazitätsprobleme. Die daraus resultierenden Schlangen vor den Tanksäulen interpretierten die Medien dann wieder triumphierend als Beleg für die Richtigkeit ihrer Prognose. Es fällt schwer, hier nicht Karl Kraus' boshaften Ausspruch zu zitieren: „Der Historiker ist nicht immer ein rückwärtsgekehrter Prophet, aber der Journalist ist immer einer, der nachher alles vorher gewußt hat." Bei der Golfkriegsberichterstattung wiederum führte das ungestüme Journalistenstreben, möglichst aktuell zu berichten, bei der unzuverlässigen Nachrichtenlage immer wieder zu Verstößen gegen die alte Agenturregel des „get ist first, but first get it right".

Kein Wunder, daß nachträglich journalistische Schadensbegrenzung auch in Fällen versucht wird, in denen weniger der Zeitdruck als das Vorurteil journalistische Fehleinschätzungen von Situationen zeitigte. So unterstützten gemäß einer am Seminar für Publizistikwissenschaft in Zürich realisierten Inhaltsanalyse vier Fünftel der Deutschschweizer Zeitungen die Abstimmungsvorlage über den Beitritt unseres Landes zum Europäischen Wirtschaftsraum vom Dezember 1992, wurden aber ja dann vom Souverän desavouiert. Diesem Mißerfolg als Sachwalter der veröffentlichten Meinung begegneten diese Journalisten mit der von Hans Mathias Kepplinger als Instrumentelle Aktualisierung charakterisierten Strategie, d.h. sie zitierten im Nachhinein kaum triumphierende Gegner,

sondern überwiegend bekümmerte Anhänger des gescheiterten Vertragswerks und hielten sich mit eigenen Kommentaren zurück. Auf diese Weise wurde Distanzierung von der politischen Verliererrolle angestrebt und im übrigen die journalistische Akte möglichst bald hinter dem angeblichen Jahrhundertentscheid geschlossen. Zur Komprimierung von Realzeit gehört ja namentlich auch die Verkürzung der Nachbearbeitung solcher politischer Entscheidungen; befremdlicherweise aber auch das Schrumpfen des Zeithorizontes im Verlaufe von 15 Jahren Kunstberichterstattung der Presse im Kanton Zürich, wie wir in einer Langfriststudie ermittelt haben, auf ein fast geschichtsloses bloßes Jetzt. Soviel zu dieser ersten Strategie.

Die zweite Strategie, die das Ziel verfolgt, Publikumszeit immer vollständiger für Medienzeit zu vereinnahmen, wird außer durch die erwähnte Frischhaltetechnik über die Beschleunigung der Erscheinungshäufigkeit bis hin zur Bereitstellung einer Programm-Endloszeit verwirklicht. In dieser bieten die verschiedensten Medienunternehmen jederzeit und überall – nachts im Auto, morgens am Frühstückstisch, abends im Wohnzimmer – attraktive Kommunikationsofferten für alle erdenklichen Situationen und Bedürfnisse an. Die sogenannten Nachrichtenfaktoren bzw. -werte wie räumliche und zeitliche Nähe, Konflikthaftigkeit, Dramatik oder auch Ausgefallenheit, gemäß denen Journalisten Ereignisse zur Publikation auswählen, bilden dabei ein erfolgserprobtes System von Routinen, Neugier anzusprechen. Andererseits sind die Techniken, durch Serialität Publikumsbindung zu erzeugen und zu festigen, seit der Entwicklung des Zeitungsabonnements und des Fortsetzungsromans in der Presse immer vielfältiger und auch raffinierter geworden – vom Aufforderungsgehalt von immer elaborierteren Signeten über den Einbau sogenannter Leadeffekte in Sendungen als Schlepptau von nachfolgenden Angeboten bis zum Ab- oder Unterbrechen von Serien an der spannendsten Stelle: „Bleiben Sie dran!" lautet dann jeweils die freundlich-bestimmte Aufforderung der Moderierenden.

Und hier greift denn auch, als dritte Strategie, die produktionsbestimmte Ökonomisierung von Medienzeit, und zwar gemäß der medienwirtschaftlichen Rationalität, daß Medienzeit bzw. Zeitungsraum mit Werbung zu füllen, Geld einbringt, mit redaktioneller Eigenleistung hingegen solches kostet. Entsprechend errechnen sich Insertionspreise gemäß Spotdauer und -plazierung, und zumal mit der letzteren sind natürlich Beeinflussungsversuche der Programm- und Seitengestaltung durch die Werbewirtschaft gewissermaßen einprogrammiert. Programmkosten werden andererseits durch Wiederholungen oder zeitverschobene Ansetzung gleicher Beiträge in verschiedenen Sendern eingespart, und selbstverständlich wird auch die Standardisierung der Medienproduktion immer perfekter. Auch das politische Räsonnement, so haben wir in der erwähnten Inhaltsanalyse zur EWR-Abstimmung ermittelt, wird schon weitgehend als Routine, d.h. arbeitsteilig und mit Hilfe einer beschränkten Zahl von Argumentationsversatzstücken realisiert. Dies erheischt das kulturwirtschaftliche Produktionsprinzip, das den massenhaften Dauerausstoß von geistigen Einzelanfertigungen sicherstellen muß.

Was endlich die gesellschaftliche Tragweite des Medien-Zeitmanagements betrifft, so muß ein knapper abschließender Hinweis genügen. Dies um so mehr als ja dabei normative Annahmen ins Spiel kommen und es dementsprechend keine übereinstimmende publizistikwissenschaftliche Auffassung darüber gibt, nur Meinungen von Publizistikwissenschaftlern. Immerhin sei festgehalten: Gemessen an den gewaltigen Schwierigkeiten und der unerhörten Effizienz, mit der moderne Mediensysteme durch ihr Zeitmanagement ständig den betäubend dichten Ereignisanfall der Welt einzufangen, auf Sinnstrukturen zu bringen und für diese immer wieder die Aufmerksamkeit von Millionen und Abermillionen von Personen zu wecken wissen, und dies, ohne daß sich diese dadurch ökonomisch groß belastet fühlen müßten, angesichts dieser Gesamtleistung mutet die einschlägige Pauschalkritik an ihnen eher wohlfeil an. Im Lichte des Vorherigen kann ja auch eine noch so kurze Bilanz nur ambivalent ausfallen, eben vor dem umfassenden Problemlösungs-, aber auch -verursachungsvermögen dieser überaus potenten sozialen Akteure. Unverkennbar ist freilich, daß das Streben der modernen Nachrichtenmedien nach immer noch totalerer Einholung und Antizipation von Realzeit, ihre Verabsolutierung der Aktualitätsnorm, systemzerstörende Züge angenommen hat, als darunter mit der Qualität des Informationsangebots auch dessen Glaubwürdigkeit leidet. Zudem: „Das System veraltet sich selber", stellt Niklas Luhmann fest.

Allzu kurz greift aber andererseits heute auch das alte Schopenhauersche Verdikt gegen aktuelle Medienkommunikation als bildungsfeindliches Suchtmittel. Zu Recht hat etwa Wolfgang R. Langenbucher schon vor etlichen Jahren darauf aufmerksam gemacht, es sei ungewiß, ob die modernen Gesellschaften ohne größere Reibungsverluste den Zuwachs an Freizeit ohne die attraktive und kostengünstige Alternative Fernsehen bewältigt hätten, von deren Dienlichkeit bei fehlenden oder gespannten sozialen Beziehungen als sozialpsychologische Watte gar nicht zu reden. Und schließlich verdient die Medienkultur selber, die tagtäglich aus diesem Zeitmanagement resultiert, noch systematischere wissenschaftliche Würdigung: als sozialer Zeitgeber, aber auch als Zeichen der Zeit. *Ulrich Saxer*

NAMEN & NACHRICHTEN

Peter Glotz hat bei seiner Einführung als neuer Rektor der Universität Erfurt die Erwartung geäußert, daß die wiedergegründete Hochschule „zu einem Labor für neue Entwicklungen im deutschen Hochschulwesen" wird.

Verena Blaum wurde auf die neu eingerichtete Professur für Kommunikationswissenschaft an der Universität Lüneburg berufen.

Rudolf Stöber vertritt im Wintersemester die immer noch vakante zweite Professur für Kommunikationswissenschaft an der Technischen Universität Dresden, **Georg Ruhrmann** die neue Professur für Medienwissenschaft an der Technischen Universität Ilmenau.

Barbara Pfetsch arbeitet im Frühjahrssemester 1997 als Research Fellow am Joan Shorenstein Center for Press Politics and Public Policy der Harvard Universität. Während ihres Forschungsaufenthaltes wird sie sich mit dem Thema „The Modern Publicity Process in Comparative Perspective" befassen.

Helmut Scherer hat einen Ruf auf die neu eingerichtete Professur für Kommunikationswissenschaft an der Universität Augsburg erhalten.

AUSLAND

Urban, idyllisch, monströs

Auf Vortragsreise im „Land der Morgenstille"

Orientiert man sich an den handelsüblichen Schreckensnachrichten, dann mag man leicht den Fehlschluß ziehen, eine Reise nach Südkorea sei ziemlich riskant. In Wirklichkeit jedoch gleicht sie eher einer Testreihe unter ungewohnten Feldbedingungen, die selbst einen Westfalen gelegentlich aus der Fassung bringen können. Als solcher war ich mit großzügiger Unterstützung des DAAD und der Korean Research Foundation im Sommer einer Einladung meines einstigen Doktoranden Seong-Jae Kim gefolgt, um dort zwei Monate zu forschen und zu lehren, vor allem am von ihm geführten Institut für Journalistik an der Chosun-Universität in der Anderthalb-Millionen-Stadt Kwangju sowie am Department of Mass Communication der Kyung-Hee-Universität in Seoul, wo der Lerg-Schüler Tae Wan Kang eine Professur hat. Hier wie dort galt es, lange und gute Traditionen akademischer Beziehungen zu pflegen und zu festigen (sehr lesenswert dazu die Bestandsaufnahme von Michael Schmolke in Aviso No. 6).

Ein ausführlicher Reisebericht würde zweifellos den Rahmen unseres Mitteilungsblattes sprengen, denn über einen Aufenthalt von acht Wochen gibt es allzuviel zu erzählen. Deshalb habe ich mich für eine Darstellungsform entschieden, die lexikalischen Usancen folgt, nämlich dem Alphabet, um einige Erfahrungen und Eindrücke durchzubuchstabieren, die man als Newcomer in diesem Land gewinnen kann.

Amerika: ungeliebte Schutzmacht, der man sich leider ausgeliefert sieht.

Baustellen: Ganz Südkorea wird derzeit mit enormem Aufwand um- und ausgebaut; in erstaunlichem Tempo entstehen allenthalben hochmoderne Appartmentviertel und Einkaufszentren, Auto- und U-Bahnen, flächendeckende Kabelnetze usw., immer das Ziel im Visier, zur Wirtschaftsmacht erster Klasse aufzusteigen. Solange jedoch jeder ständig fürchtet, zu spät zu kommen und den Anschluß zu verlieren, werden all diese Maßnahmen nicht ausreichen, den ubiquitären „traffic jam" zu mindern.



Computer: Koreaner, die nicht gerade Auto fahren, fliegen oder sich in öffentliche Verkehrsmittel drängen, sitzen gewöhnlich am PC. Fast ebenso beliebt sind Handys: Koreanische Karrieren hängen offensichtlich am Netz.

Demokratie: ein noch zartes Pflänzchen, das wohl noch eine Weile brauchen wird, um dem langen Schatten konfuzianischer und militärischer Hierarchietraditionen zu entwachsen.

Englisch: nach wie vor wenig geläufig, trotz redlicher Anstrengungen von Schulen und Medien (besonders der staatlichen Fernsehanstalt EBS), trotz zweisprachiger Verkehrsschilder und exportorientierter Markenlogos.

Fernsehprogramm: Ob öffentlichrechtlich (wie KBS) oder privat (wie MBC oder SBS), fast alle Kanäle bieten ein Menü aus ähnlichen Zutaten: Importkrimis und hausgemachte Seifenopern, historische China-Schinken und aktuellen Sport (Baseball), Game & Talk, Musikclips und Werbespots rund um die Uhr (Hörfunkbeobachtungen scheiterten leider an der Sprachbarriere).

Gegensätze: Das sogenannte „Land der Morgenstille" könnte ebenso gut „Land des Abendlärms" heißen (vgl. Baustellen). Krasse Diskrepanzen stoßen sich hier auf engstem Raum: urbane Hektik und idyllische Landschaften, monströse Industriearchitektur und pittoreske Tempel, Business-Class und Bauernarmut, Weltoffenheit und eiserne Grenze.

Hasenjagd: Stranden versehentlich Nordkoreaner, wird zur großen Jagd geblasen, denn es könnte sich schließlich um Spione handeln oder gar um einen Invasionsversuch. Eine komplette Armee tritt an zum gnadenlosen Kesseltreiben, bis der letzte Pechvogel zur Strecke gebracht ist. Und die Fernsehsender inszenieren für ihr bekümmertes Publikum eine perfekte Reality-Show: Truppentransporte und Helikoptergeschwader, zu allem entschlossene Kämpfer im Tarnanzug, Kamerafahrten über Gewehrläufe, Mündungsfeuer wie selbstgeschossen und immer wieder akkurat aufgereihte Körper von Opfern, die angeblich Täter waren. Den Orden des Schützenkönigs jedoch verdient ein Pressefotograf, dessen Bild wir am 1. Oktober 1996 im überregionalen Abendblatt „Dong-a Ilbo" fanden: Neun Helden mit angelegten Flinten posieren stolz vor der Leiche eines aufgespürten Marinesoldaten, der sich vergeblich in einem Getreidesack versteckt hatte. Die Jagd im zauberhaften Odaesan-Nationalpark (die übrigens auch einen arglosen Pilzsammler das Leben kostete) war wochenlang journalistisches Spitzenthema und bleibt wahrscheinlich ein propagandistischer Dauerbrenner, bis das letzte Stück Nordwild erlegt ist.

I: einziger Buchstabe der Hangul-Schrift, der genauso aussieht wie unser gleichnamiges Lautzeichen.

Japaner: sind noch unbeliebter als Amerikaner, da sie als notorische Unruhestifter und Aggressoren gelten und ihre Untaten aus der ersten Hälfte dieses Jahrhunderts nicht einmal zu bereuen scheinen, geschweige denn wiedergutmachen wollen.

Kommunikationswissenschaft: beneidenswert prosperierendes Gewerbe in Südkorea, das es schon fast auf 40 Hochschulinstitute gebracht hat und viel Interesse an europäischer Theorie und amerikanischer Empirie zeigt. In Kwangju wurde soeben (unter dem Dach der Korean Society for Journalism and Communication Studies) eine regionale Fachgesellschaft mit dem Ziel gegründet, die Zusammenarbeit zwischen Kommunikationswissenschaftlern und Journalisten im Raum Chollanam-do zu intensivieren.

Land & Leute: sind unbedingt eine Reise wert, auch längere Aufenthalte; nur einige kaum vermeidbare Speisen und Gewürze sind äußerst gewöhnungsbedürftig.

Virtuell intakte Moral

Moral: reine Männersache und als solche zumindest virtuell intakt (Motto: öffentliche Prüderie und heimlicher Voyeurismus). Europäer gelten übrigens als tendenziell promiskuitiv, vor allem Singles.

Nachrichten: offene Tore für politische PR, die zum unverblümten Personenkult ausartet, wenn der Staatspräsident erscheint: Young Sam Kim beim diplomatischen Händeschütteln, beim Abschreiten von Ehrenkompanien, als begnadeter Redner und beim Joggen, immer strahlend – und immer die gleichen Bilder.

Ostsee (Donghae): sorgsam tradierte Bezeichnung für das Japanische Meer.

Patriarchat: schwer überwindbares Hindernis auf dem Weg zu demokratischen Lebensformen, da es – auch für die meisten Frauen – als selbstverständliches Kulturgut gilt (Emanzipation ist hier in der Tat ein Fremdwort).

Q: kommt im koreanischen Alphabet nicht vor.

Riten: sind zwar manchmal etwas umständlich (zum Beispiel Gläser einschenken), doch meistens liebenswert (zum Beispiel verbeugen) oder sogar zweckmäßig (zum Beispiel Schuhe ausziehen). Mahlzeiten und Nächte auf blankem Boden sind für ungelenke Europiden allerdings rituelle Höchststrafen.

Studenten: neugieriges und deshalb politisch suspektes Volk, das bei unbotmäßigem Verhalten (zum Beispiel Lenin-Lektüre oder Entspannungsinitiativen) gern in größeren Kohorten und auf unbestimmte Dauer arretiert wird (zuletzt traf es in Seoul rund 400 Demonstranten). Besonders ärgerlich sind studentische Versuche, offizielle Feindbilder zu ruinieren (insofern kam nach den Sommerunruhen das U-Boot wie gerufen; vgl. auch Hasenjagd und Taxifahrer).

Taxifahrer: sind noch zahlreicher und wendiger als Busfahrer und wegen ihrer Omnipräsenz die wahren „watchmen" der Nation, pflegen sie doch gegnerische Schiffe früher zu entdecken als die militärischen Wachposten, die eigens zu diesem Zweck alle naselang am Ostseestrand stationiert sind.

Universitäten: Es gibt rund 150 davon, und sie residieren überwiegend in den Großstädten auf grünen Hügeln. Nach amerikanischem Muster haben sie zwar unterschiedliche Träger, doch recht einheitliche Curricula.

Vorträge: hält man am besten in der eigenen Sprache, wenn man des Koreanischen nicht mächtig ist, denn Englisch verstehen selbst Studierende nicht gut. Das setzt natürlich einen Dolmetscher voraus. Rechtzeitig zu bedenken ist der doppelte Zeitverbrauch, der den Redner zur Kürze oder das Auditorium zur Geduld zwingt.

Wiedervereinigung: Der „deutsche Weg" interessiert brennend und wird aufmerksam verfolgt, aber als mögliches Modell für Korea skeptisch beurteilt, fürchtet man doch vor allem, die Kosten nicht tragen zu können. Freilich glauben die wenigsten, schon bald damit konfrontiert zu werden, denn die Grenze ist nach wie vor dicht, die Fronten sind unverändert hart, und keine der beiden Regierungen scheint zur Zeit daran etwas ändern zu wollen.

X: siehe Q.

Yoboseyo: Standardbegrüßung am Telefon (im Sinne von hallo!).

Entzugserscheinungen

Zeitungen: gibt es reichlich, sogar englischsprachige Ausgaben einiger Blätter. Insgesamt ist das Lektüreangebot für Ausländer jedoch mager, sieht man einmal ab von wenigen nichtkoreanischen Zeitschriften im Buchhandel („Reader's Digest") und der Bibel im Hotelzimmer. Bei schweren literarischen Entzugserscheinungen sollte man daher eine Universitätsbibliothek aufsuchen, zumal man dort an den ursprünglichen Zweck der Reise erinnert wird.

Joachim Westerbarkey

FEEDBACK

Schreiben kann zu einem anstrengenden, ritualtreibenden Prozeß werden. Der eine brauchte den Geruch faulender Äpfel, der andere kann nur bei geschlossenen Vorhängen schreiben. Zum individuell erforderlichen Schreibambiente kann auch der Bleistift oder ein anderes Schreibwerkzeug gehören. Wird das individuelle Loblied auf den Bleistift (Aviso No. 17) jedoch zum ideologischen Kampfgesang „gegen die digitale Kolonisierung unseres Planeten", klingt diese Melodie schräg.

Der Bleistift ist alles andere als das Produkt einer technologisch unbefleckten Erfindung. Das Lieblingswerkzeug der Computergegner verdankt seine Entwicklung zur heutigen Form demselben zivilisatorischen Prozeß, in dem auch die Voraussetzungen für die Entwicklung und Anwendung des Computers entstanden.

Als Zeichengerät wurde der Bleistift erst voll einsetzbar, als gegen Ende des 18. Jahrhunderts ein industrielles Verfahren entwickelt wurde, bei dem man mit unterschiedlichen Mischungsverhältnissen von Graphit und Ton sowie verschiedenen Brenntemperaturen arbeitete. Erst dieses Verfahren erlaubte die Herstellung von Bleistiften mit unterschiedlichen Härtegraden, so daß man Striche in unterschiedlicher Schwärze erzielen konnte. Ein heutiger Bleistift ist nicht nur ein Stück Graphit, geschickt in einen Holzkörper eingebettet: Rohstoffe aus den unterschiedlichsten Weltgegenden werden benötigt. Die Beschaffung der Materialien und die Herstellung eines Bleistifts setzen ein hochmodernes, weltumspannendes politisches, wirtschaftliches und technologisches System voraus.

Das Festhalten am Bleistift ist demnach denkbar ungeeignet, als Widerstandshandlung gegen die Technisierung der Kommunikation ausgegeben zu werden. Unbedenklich erscheint dagegen die römische Wachstafel: Der Stilus, der Metallgriffel zum Schreiben, wäre eine Anschaffung fürs Leben. Die Wachstafel selbst läßt sich aus recycelbaren Materialien im Eigenbau herstellen. Die Wachsschicht kann nach Gebrauch immer wieder geglättet werden. Gleichzeitig käme es zu einer drastischen Reduzierung des Outputs an Texten, da ein flüssiges Schreiben beim Ritzen in Wachstafeln nicht möglich ist und – kommunikationsökologisch konsequent – der Rückgriff auf die aus römischer Zeit datierenden Ansätze zur Stenographie untersagt werden sollte.

Wolf-Rüdiger Wagner

SELBSTPORTRAIT

Fachzeitschriften stellen sich vor (17): Rundfunk und Geschichte

„Rundfunk und Geschichte" erschien bis zum 20. Jahrgang (1994) unter dem Titel „Mitteilungen des Studienkreises Rundfunk und Geschichte". Seit dem 22. Jahrgang wird die Zeitschrift vom 1969 gegründeten Studienkreis Rundfunk und Geschichte und dem Deutschen Rundfunkarchiv (DRA), Frankfurt am Main/Berlin, gemeinsam herausgegeben. Der Verein und das DRA nutzen in jeweils getrennten Anhängen die Zeitschrift auch als Mitteilungsblatt für Vereinsnachrichten bzw. als Informationsorgan für Ankündigungen und Berichte aus der Arbeit des Rundfunkarchivs. Einige Jahre vor der Titeländerung wurden die bis dahin vorherrschende drucktechnisch einfache Gestaltung und das schlichte Layout modernisiert. Die beiden ersten Jahrzehnte der Zeitschrift sind im übrigen durch zwei Zehnjahresregister erschlossen.

Mit der Zeitschrift, die dreimal jährlich im Umfang von jeweils etwa 100 Seiten erscheint, steht einerseits der rundfunkgeschichtlichen Detailforschung ein regelmäßig erscheinendes Periodikum zur Verfügung. In ihm werden über umfangreichere Aufsätze hinaus für sie relevante Mitteilungen und Nachrichten in Form von kleineren Abhandlungen und Miszellen, Tagungsberichten und Nachrufen, Quellenhinweisen und einschlägigen Besprechungen der Fachliteratur abgedruckt.

Andererseits verfolgt die Redaktion das Ziel, die weit verbreitete Fixierung der systematisch-kommunikationswissenschaftlichen Forschung, aber auch der Kommunikationsgeschichte auf die Einzelmedien zu überwinden. Denn die grundlegenden theoretischen Modellkonstruktionen zur Abbildung der verschlungenen Wechselbeziehungen zwischen den verschiedenen Feldern öffentlicher, medial vermittelter gesellschaftlicher Kommunikation können durchaus von dem einem Medium auf das andere übertragen werden. Auch die Forschungsmethoden sind weitgehend identisch. Außerdem können spezifische Errungenschaften bei der Analyse des einen Mediums Anregungen für die Forschung in anderen Medien bieten. Diese Vielfalt an Erkenntnissen und spezifischen methodischen Vorgehensweisen sollte auch von der rundfunkgeschichtlichen Forschung zu Kenntnis genommen werden. Schließlich muß auch das Konkurrenzverhältnis der einzelnen Medien bzw. der permanente Transfer von



Themen, Motiven und Kommunikatoren von dem einen zum anderen beachtet werden. Und ohne Berücksichtigung des weiteren sozialen und kulturellen bzw. sozial- und kulturgeschichtlichen Kontextes kann das Einzelmedium in Geschichte und Gegenwart nicht zureichend bearbeitet und in seinen Funktionen und Wirkungen verstanden werden.

Auch die Tatsache, daß „Rundfunk und Geschichte" die einzige ausschließlich kommunikationshistorische Fachzeitschrift in der Bundesrepublik Deutschland ist, legt nahe, die Fixierung auf ein Medium, den Rundfunk, möglichst zu vermeiden. Wichtige methodologisch orientierte Aufsätze und solche, die für den Rundfunk und die anderen Medien den weiteren kulturgeschichtlichen Horizont abschreiten, finden Aufnahme in der Zeitschrift. Beispiele dafür sind etwa der Beitrag von Wolfgang Mühl-Benninghaus über „Theater und Medien" oder der Aufsatz über die Ansätze einer qualitativ orientierten Rezeptionsforschung für Film und Fernsehen von Eva Warth in Heft 2-3/1996. In den nächsten Heften stehen für die größeren Beiträge eher klassische rundfunkgeschichtliche Themen auf dem Programm; zum Beispiel die deutschen Sendungen aus der Sowjetunion zwischen 1929 und 1945.

In der Rubrik „Dokumentation" plaziert die Redaktion Unterschiedliches. Einmal werden Quellenstücke ediert, die entweder exemplarischen Charakter haben (so die Nachschrift einer Diskussion über „Leichte Musik" im Hörfunk der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten aus den frühen fünfziger Jahren in Heft 4/1994) oder in konzentrierter Form ein rundfunkhistorisches Ereignis dokumentieren. Abgedruckt werden auch Quellenverzeichnisse („SED und Rundfunk", Heft 1/1996) und Bibliographien oder auch ein Verzeichnis der Personen, die nach der Machtergreifung die Westdeutsche Rundfunk AG in Köln verlassen mußten (Heft 4/1993).

Unter der Überschrift „Miszellen" werden Tagungsberichte, Biographisches, Beschreibungen von einschlägigen Quellenbeständen sowie Hinweise auf rundfunk- bzw. mediengeschichtliche Forschung im Ausland veröffentlicht. Vor etwa fünf Jahren ist auch der Rezensionsteil stark erweitert worden.

Probleme bei der Herausgabe der Zeitschrift sollen nicht verschwiegen werden: Das Reservoir an medienhistorisch interessierten bzw. kundigen Autoren ist relativ begrenzt. Die längerfristige Planung für größere Beiträge, soweit sie nicht die Dokumentation der Jahrestagung betreffen, bereitet einige Mühe. Weiter würde die Redaktion gern häufiger die nationalen Horizonte überschreiten; aber auch diese Absicht ist ebenso mühsam zu verwirklichen wie der Aufbau eines Stammes fachlich beschlagener Rezensenten.

Ansgar Diller/Edgar Lersch

Steckbrief

Gründung: 1974
Auflage: 600 Exemplare
Zielgruppe: Rundfunkhistoriker, Kommunikationshistoriker, Geschichtswissenschaftler
Erscheinungsweise: dreimal jährlich (Februar, Juli, November)
Herausgeber: Studienkreis Rundfunk und Geschichte und Deutsches Rundfunkarchiv
Redakteure: Ansgar Diller (DRA), Edgar Lersch (SDR)
Jahresabonnement: 58 Mark; Einzelheftpreis: 23 Mark
Redaktions- und Bezugsadresse:
Ansgar Diller, Deutsches Rundfunkarchiv, Bertramstraße 8, 60320 Frankfurt am Main, Telefon (069) 15687-212, Telefax (069) 15687-200; Edgar Lersch, Süddeutscher Rundfunk, Historisches Archiv, Neckarstraße 230, 70190 Stuttgart, Telefon (0711) 929-3233, Telefax (0711) 929-2698

RÜCK-BLICK

Depeschenboot und Aufklärungsschiff

Sechs Jahre AVISO – ein Blick zurück nach vorn

Freitag, 25. Mai 1990, 9 Uhr cum tempore im Hörsaal 380 des Instituts für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg. Fünf Männer haben sich auf dem Podium versammelt. Es war die Zeit der Runden Tische, und auch diese Veranstaltung sollte der Selbstvergewisserung dienen. Den Anstoß hatte Wolfgang R. Langenbucher mit einem Brief gegeben, in dem er – ganz in der Tradition seines Ortsgenossen Abraham a Sancta Clara – sein Unbehagen am lethargischen Zustand „des Faches" artikuliert hatte.

Es ging um mangelndes Engagement, fehlende intellektuelle Brillanz, psychologische Barrieren und Strukturprobleme. Der Verfasser hatte für sein Statement den Titel gewählt: „Man kann doch *nicht* kommunizieren – Über Kommunikationsdefizite in einer Kommunikationswissenschaftlichen Gesellschaft".

Die Diagnose: Die DGPuK ist ein sehr flüchtiges Sozialsystem; sie existiert faktisch nur drei Tage im Jahr – während der Tagungstage. Über das Jahr hinweg erreichen die Mitglieder nur drei Briefe des Vorsitzenden, die sich wiederum fast ausschließlich mit der Jahrestagung beschäftigen. Seit ihrer Gründung im Jahre 1963 hat sich die Mitgliederzahl auf das Zwanzigfache erhöht, das fachliche Spektrum stark erweitert: Die markante Zunahme der Institute, die verstärkte Beschäftigung mit Kommunikationsfragen in immer mehr Wissenschaftsdisziplinen, die Expansion der außeruniversitären Medienforschung, die wachsenden Kontakte zur Kommunikationspraxis – alles das hat einen Strukturwandel bewirkt, ohne daß organisatorisch darauf reagiert worden wäre. Weiterhin nur ritualisierte Formen des Austausches nach dem Honoratiorenmodell.

Bescheidener Therapievorschlag: Ein Medium muß her, das die unterschiedlichen Mitgliedersegmente miteinander in Kontakt bringt. Es sollte so etwas wie eine Drehscheibe sein, die Verbindungen schafft zwischen verschiedenen Schienensträngen. Vielleicht gelingt es, sich von einer Tagungsgesellschaft zu einer kommunizierenden Fachgesellschaft zu entwickeln?

Die Mitgliederversammlung, die gleich auf das Round-Table-Gespräch folgte, zeigte sich offen für diesen Vorschlag. Es wurde eine Kommission gebildet. Das Protokoll hält fest: „Ziel dieses Vorbereitungsausschusses könne es sein, die Möglichkeiten eines entsprechenden Informationsdienstes auszuloten ..." Erfreulich – aber auch gefährlich, denn die Bildung von Kommissionen bedeutet bestenfalls den Aufschub, häufig aber den Abschied von Problemlösungen. Was kommt heraus, wenn eine Hochschulkommision ein Pferd entwerfen soll? Ein Kamel.

Diese Kommission ist nie zusammengetreten. Wer die Lippen spitzt, muß auch pfeifen; und so habe ich mich an die Umsetzung des Vorschlags gemacht.

Als erstes stand der Name fest: AVISO – was sonst? AVISO heißt Ankündigung, Wink, und so hießen auch, abgeleitet von spanisch „barca de aviso", die schnellen, leichtbewaffneten Depeschenboote und Aufklärungsschiffe, die im 17. Jahrhundert, im zweiten englisch-holländischen Seekrieg, erstmals als Advijsjagten auftauchten.


Aviſo

Relation oder Zeitung.

Was ſich begeben vnd zugetragen hat / in Deutſch: vnd Welſchland/ Spannien/ Niederlandt/ Engellandt/ Franckreich/ Vngern / Oſterreich / Schweden / Polen/ vnnd in allen Provintzen/ in Oſt: vnnd Weſt Indien etc.

So alhie den 22. Januarij angelangt.

Gedruckt im Jahr 1640.

AVISO war der Titel einer der beiden ältesten bekannten Wochenzeitungen. Kaspar Stieler, der welterfahrene und weitsichtige Kollege, schrieb vor gut dreihundert Jahren: „... das Wort Avisen bedeutet anweisen / anzeigen / oder berichten / was bey uns oder anderswo sich begibt: Immassen insonderheit die Avis-Briefe anders nichts seyn / als Benachrichtigungen von Abschickung der Wahren / so zu Lande und Wasser gesendet werden: Ingleichen betreffen sie die Wechsel und Auszalung / so ein Kaufmann auf den andern ziehet / und übermachet. Wiewol die Avis-Briefe auch nicht selten blosse Bericht-Schreiben von ein und dem andern Vorgange seyn / und also auch den Statsleuten und gemeinen Personen zukommen." Und er betont ausdrücklich „die Notwendig- und Nutzbarkeit" der Avisen „auf hohen Schulen".

Der Titel hat bis heute seinen Reiz behalten: Die älteste noch erscheinende norwegische Zeitung heißt „Adresseavisen", „Aviisi" nennt sich eine finni-

IMPRESSUM

Herausgeber: Vorstand der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPuK)
Redaktion: Walter Hömberg
Erscheinungsweise: dreimal jährlich
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) 931786

Redaktion ab No. 19:
Michael Haller, Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig, Augustusplatz 9, 04109 Leipzig, Telefon (0341) 9735750, Telefax (0341) 9735799
Redaktionsschluß: 15. März 1997

sche Studentenzeitschrift aus Tampere, „Aviso" ein ukrainisches Anzeigenblatt aus Kiew. Und soeben hat das Kultusministerium in München unter diesem Titel eine „Zeitschrift für Wissenschaft und Kunst in Bayern" herausgebracht (sogar unsere Sparte „Avisiert" findet sich dort wieder).



Eine Null-Nummer – sonst Beginn, aber manchmal zugleich auch Ende publizistischer Projekte – hat es nie gegeben. Mit zwei Layoutmustern aus unserer nagelneuen Lehrredaktion und mit einer Liste der mir wichtig erscheinenden Rubriken fuhr ich einen Monat nach der Salzburger Tagung nach Dublin, um am Rande der ICA-Konferenz mit Wolfgang Hoffmann-Riem, dem damaligen Vorsitzenden, das Konzept abzustimmen.

Apropos am Rande: Es war gar nicht so leicht, im Kongreßgewühl des Trinity College ein ruhiges Plätzchen für unsere Redaktionsbesprechung zu finden. Schließlich eroberten wir zwei Stühle im Untergeschoß des Registrierungsgebäudes. Allerdings: Ruhig war es nicht; wir saßen direkt neben einem Getränkeautomat, in den während der Kongreßpausen hunderte von colasüchtigen Kommunikationswissenschaftlern aus mehreren Erdteilen ihre scheppernden Schillinge versenkten.



Über die inhaltlichen Schwerpunkte waren wir uns schnell einig. Und nicht der (fürchterliche) Fraktur-Titelkopf sollte es sein, sondern einer mit der schlichten Antiquavariante „Times". Auch wenn sich die Zeiten geändert haben – bei der Times und der formalen Grundstruktur ist es geblieben.

Im November 1990 kam das erste Heft heraus – mit der Headline: „Das Fach in der Krise?" Seitdem sind jährlich drei weitere erschienen: sechs Jahre, 18 Ausgaben, 288 Seiten. Beim Blättern in den alten Heften fällt auf, daß sich viele Rubriken der No. 1 bis heute gehalten haben: Editorial, Thema, Namen & Nachrichten, Forschung, Tagungen, Institute, Schlußwort. Manches ist später hinzugekommen: Neue Bücher, Selbstportrait, Ausland, Arbeitsgruppen, Studium, Erinnerungen, Debatte, Nachruf, Feedback, Report, Kritik.

Von Beginn an schien es mir insbesondere notwendig, den Mitgliedern ein Forum für den Austausch zu schaffen und auch aktuelle Fachfragen kontrovers zu behandeln. Das wurde unter anderem durch Rundfragen versucht: „Theorien auf dem Prüfstand" (No. 2), „Start der Arbeitsgruppen" (No. 3), „Streiten wir richtig?" (No. 4-6), „Tagungs Lust und Nutz" (No. 6), „Didaktik in der Diskussion" (No. 9-11), „Auf dem Wege nach Babel?" (No. 13), „Gemischte Bilanz – Erfolge und Probleme der Arbeitsgruppen" (No. 16). Darüber hinaus haben sich per Anschlußkommunikation manche Debatten entwickelt, etwa über den Sinn von Uni-Radios und über die Entwicklung des Faches in den neuen Bundesländern (die Hoffnung auf „mehr Vielfalt im Osten" beginnt sich jetzt zu erfüllen).



Berichte, Kommentare, Meldungen – dieses Spektrum der Darstellungsformen erschien mir bald zu schmal. Deshalb steht seit No. 5 jeweils ein Essay im Zentrum des Heftes. Diese offene, dialogische Form soll „gegen die geistige Gicht ankämpfen, die Agilität befördern" (Friedrich Schlegel). Zwar trauen sich zunehmend auch Wissenschaftler, zumindest gelegentlich die akademischen Begriffskasernen zu verlassen, aber es war nicht immer leicht, hier brillante Federn zu finden.

Die Essays haben sich auch als geeignete Form für „fröhliche Wissenschaft" erwiesen – ebenso wie die Glossen, die notabene nicht fehlen durften. In diesen Kontext gehört auch die Einrichtung des ersten und bisher einzigen „Fußnotenmuseums" der Welt, das im Januar 1993 seine Pforten geöffnet hat.

Avisen sind nichts ohne die Lieferungen fleißiger Korrespondenten. Das Echo auf den ersten Aufruf zur Mitarbeit war eher schwach (manche verstanden die Intention falsch und schickten Hinweise auf ihre neuesten Vorträge und Aufsätze). Aber nach und nach gelang es, immer mehr Kollegen und Kolleginnen als Beiträger zu gewinnen. Insbesondere Korrespondenten aus Berlin und



Bamberg, Münster und Mainz, Hamburg und Leipzig, Hannover und Gießen, München und Salzburg, Wien und Zürich haben sich aktiv beteiligt – eine gute Mischung quer durch alle „Schulen", Spezialgebiete und Altersgruppen. Allerdings ist es nur selten gelungen, Studenten zu Beiträgen zu motivieren.

Die Auflage ist schnell gewachsen. Sie liegt inzwischen bei 950 Exemplaren. Die Hälfte davon geht an die Mitglieder, die andere Hälfte an Institute, Bibliotheken, Redaktionen und sonstige Interessenten.

Wenn der Redakteur jetzt den Staffelstab an Michael Haller weiterreicht, dann dankt er neben Autorinnen und Autoren vor allem den bisherigen „Produzenten": Ulrich Detsch (bis No. 6) und Wolfgang Pütz (ab No. 7) haben zusammen mit engagierten studentischen Helfern aus den etwa tausend Manu- und Typoskriptseiten in vielen Computernächten die Druckvorlagen hergestellt. Das fertige Produkt konnte häufig erst bei Morgengrauen nach altem Druckerbrauch begossen werden.

Last, but not least: Geholfen hat natürlich auch das positive Feedback der Leserinnen und Leser. Insgesamt erfreulich ferner die öffentlichen Reaktionen, etwa in Form von Nachdrucken (leider manchmal ohne Quellenangabe) und Zitaten (zuletzt sogar im „Spiegel"). Solchen Rückenwind wünschen wir auch der neuen Redaktion. *Walter Hömberg*

SCHLUSSWORT

„Gott segne Kupfer, Druck und jedes andere vervielfältigende Mittel, so daß das Gute, was einmal da war, nicht wieder zugrunde gehen kann"

Goethe an Zelter,
Weimar, 3. Mai 1816