



LOB UND TADEL

FORUM

DEBATTE: DAS GEDÄCHTNIS
DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

Verkürzt, verdrängt, vergessen

Vier mögliche Gründe

VON TILO HARTMANN UND ANNE-KATRIN ARNOLD

Klein geschnitten

Wir wollen nicht wissen, was „Öffentlichkeit“ ist

VON KURT IMHOF

Being Blind or Forgetting?

Research after all is re-search

BY KLAUS KRIPPENDORFF

Zwischen Tradition und Innovation

Wissenschaftssoziologische Überlegungen

VON MARIANNE RAVENSTEIN

INTERNATIONALISIERUNG

TAGUNGEN

IN KÜRZE

NACHGEFASST

NEU ERSCIENEN

DER FRAGEBOGEN

Ausgefüllt von Jens Woelke

ERINNERUNGEN

AUS DEM VORSTAND

EINSPRUCH

2

3

4

4

6

8

10

12

14

17

18

20

22

24

26

28

AVISIERT

Das Ende des Aufsatzes ist besonders eindrucksvoll: Nach zwölf Seiten Bericht ein Literaturverzeichnis mit 96 Titeln. Quellen aus vier Jahrzehnten. Hut ab.

Oder? Lassen wir uns blenden und blenden einander? Erschließen wir in Aufsätzen und Büchern wirklich Quellen? Erreicht er uns wirklich, der Gedankenstrom früherer Forscher? Sind es nicht meist dürre, mechanisch hingestreute Pflichtverweise, mit denen wir unsere Berichte aufblähen? Seien wir ehrlich, so geht es doch: Schlüsselwort nennen – Schlüsselaufsatz nennen – und fertig ist die „Zitation“. Fürs Nachlesen war wieder mal keine Zeit.

Klaus Krippendorff erinnert im Debattenteil dieses Heftes daran, dass das englische Wort für Forschung auf dieses Nachlesen, das zweite Suchen und Ergreifen, verweist. Aber sind wir überhaupt daran interessiert wiederzufinden, was andere vor uns fanden? Sind wir nicht eher fleißige, geschichtsblinde Facharbeiter für Datengenerierung?

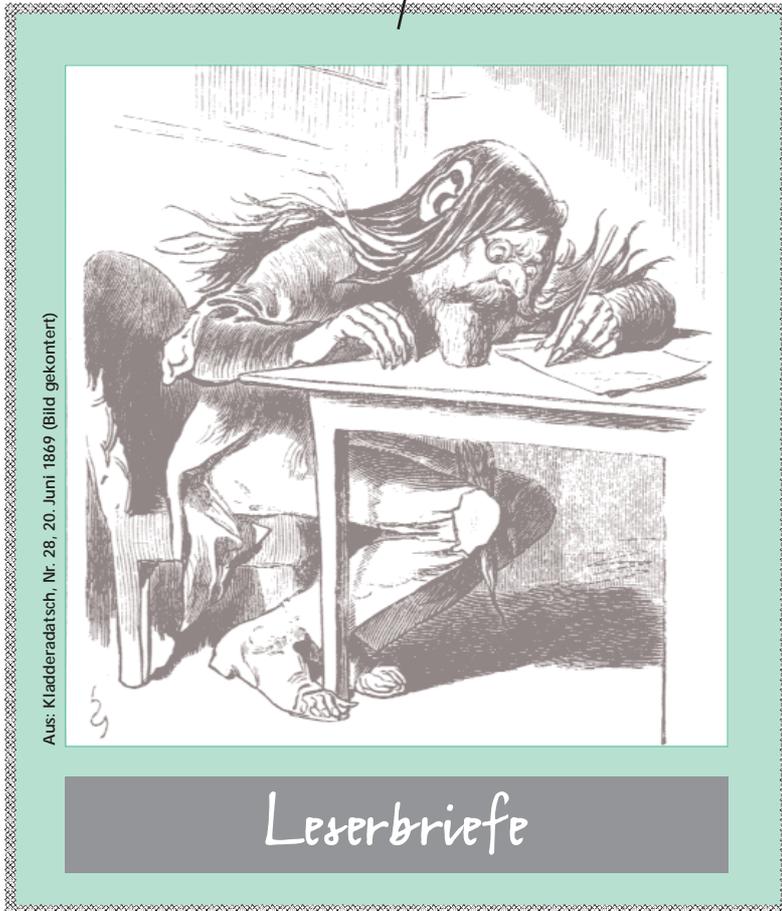
Tilo Hartmann und Anne-Katrin Arnold haben den Schwerpunkt dieser Ausgabe zusammengestellt.

Nehmen Sie sich Zeit fürs Nachlesen.

IHR GUNTER REUS

Anzeige





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

Leserbriefe

Wirklich professionell, wie sich der „Aviso“ entwickelt hat – Kompliment!

➡ MARION MÜLLER, BREMEN

Dank für das aktuelle Heft, das mir – nicht zuletzt ob der heftigen Dispute – wieder sehr gut gefällt!

➡ MARGRETH LÜNEBORG, BERLIN

Ich habe heute das „Aviso“-Heft vorgefunden und konnte mich gar nicht davon losreißen. Ob Faulstich der richtige Kontrahent ist, weiß ich nicht, aber das Streigespräch zwischen Medien- und Kommunikationswissenschaft muss unbedingt geführt werden.

➡ ELISABETH KLAUS, SALZBURG

Forum zum Leserbrief von Werner Faulstich:

Ohne empirische Erdung

Auch wenn sich über den Ton streiten lässt, in dem Werner Faulstich die Debatte zum Verhältnis zwischen Kommunikationswissenschaft und Medienwissenschaft losgetreten hat, in der Sache geht es um ein zentrales Problem unseres Fachs, das schon viel zu lange beiseite geschoben wird. Hans Bohrmann nennt im letzten „Aviso“ die wichtigsten Argumente; ich möchte sie allerdings noch zuspitzen. Dies vor dem Hintergrund meiner Tätigkeit an der Lüneburger Universität im Fachbereich Angewandte Kulturwissenschaften, wo mir die Medienwissenschaft in mancherlei Gestalt begegnete. Sehr angenehm übrigens immer in der Gestalt des Kollegen Faulstich und seiner geschätzten Offenheit. Im Universitätsleben ist das ja eher die Ausnahme.

Um das Verhältnis zwischen Kommunikationswissenschaft und Medienwissenschaft zu verstehen, scheint mir die historische Entwicklung bei-

der Fachrichtungen der zunächst wichtigste Anhaltspunkt zu sein. Die deutsche Kommunikationswissenschaft, die ihr heutiges Profil als Sozialwissenschaft in den 60er Jahren herausbildete, ist im Vergleich zur geisteswissenschaftlich fundierten Medienwissenschaft eine noch junge Disziplin. Weil die Medienwissenschaft, die eigentlich Medienwissenschaften heißen sollte, sich im Kern aus sehr viel älteren Disziplinen zusammensetzt. Es sind dies vor allem Literaturwissenschaft und Philosophie, aber auch Sprachwissenschaft, Anglistik, Romanistik, also die primär sprachbezogenen Fächer. Und hier sehe ich die Zusammenhänge genau wie Hans Bohrmann: Als sich die Berufsaussichten zumal im Lehramt verringerten, „entdeckten“ diese Fächer als neues Paradigma die Kommunikation und „verkündeten“, alle Sprache und Literatur sei Kommunikation und ihr neues Fach mithin Kommunikati-

onswissenschaft zu nennen. So entstanden die erforderlichen neuen Publikations- und Karrierefelder. Man braucht nur die Stellenausschreibungen oder ganz banal die Rubriken einschlägiger Verlagsprospekte zu studieren, um die damit verbundene, inflationäre Vereinnahmung des Kommunikationsbegriffs vor Augen zu haben.

Vor dem Hintergrund der strategischen Macht der älteren Hochschuldisziplinen war der nächste Schritt zur Umwandlung in Medienwissenschaft nur praktisch, denn es eröffneten sich nun weitere Forschungsfelder, etwa die Bildwissenschaft, die früher Kunstgeschichte hieß, oder Film- und Fernsehwissenschaft.

Großzügiger Umgang mit Begriffen

Der für die Geisteswissenschaften charakteristische großzügige Umgang mit Begriffen verweist auf das entscheidende Abgrenzungsmerkmal gegenüber den Sozialwissenschaften, nämlich ihr Verständnis von Empirie. Empirie als konkrete Erfahrung, durch quantitative und qualitative Methoden intersubjektiv überprüfbar abgesichert und von daher auch begriffsbestimmend, gehört nicht zur Systematik der Sprachfächer. Zumal dann, wenn das Untersuchungsobjekt aus fiktionaler Sprache besteht. Und so streng sich die Philosophie als Wissenschaft der Wissenschaften auch immer gebärden mag, ihre Sprachsysteme erscheinen oft genug in einer Weise von der Realität entfernt, dass sich der Eindruck der Fiktionalität nicht leugnen lässt.

Natürlich dient auch in den Sozialwissenschaften das Instrument der Sprache zur Analyse von Sprache. Man muss sich aber nur z. B. die Methode der Inhaltsanalyse vor Augen halten, um den Unterschied zur literarischen Interpretation zu erkennen. Trotz interdisziplinärer Überschneidungen (auch inhaltsanalytisch ermittelte Ergebnisse werden interpretiert) lässt sich die Grenze zwischen geisteswissenschaftlichen und sozialwissenschaftlichen Methoden immer noch ziehen. Die Medienwissenschaften, wie ich sie im Rahmen meiner Tätigkeit in Lüneburg, im Fachbereich Angewandte Kulturwissenschaften kennen gelernt habe, kommen leicht ohne empirische Forschungsmethoden aus. Da meine Professur explizit der Kommunikationswissenschaft gewidmet war (im Vorlesungsverzeichnis wurde mir die Bezeichnung allerdings gestrichen und durch „Medienkultur“ ersetzt), versuchte ich, wenigstens je-

des zweite Semester Methoden der Befragung anzubieten. Der Versuch scheiterte mangels studentischer Nachfrage. Es war zu offensichtlich, dass niemand das für sein Studium der „Medienkultur“ brauchte. Inzwischen haben

sich in Lüneburg zwar einzelne Methodenfenster geöffnet, dies jedoch deutlich methodologisch geprägt und unter der Regie der Kulturtheorie. Das heißt, dass über Methoden, geisteswissenschaftliche und sozialwissenschaftliche, letztlich philosophiert wird. Eine praktische empirische Erdung fehlt. Das gilt im Übrigen auch für kulturwissenschaftliche Angebote an anderen Universitäten, die unter dem Einfluss der Philosophie als Leitdisziplin stehen.

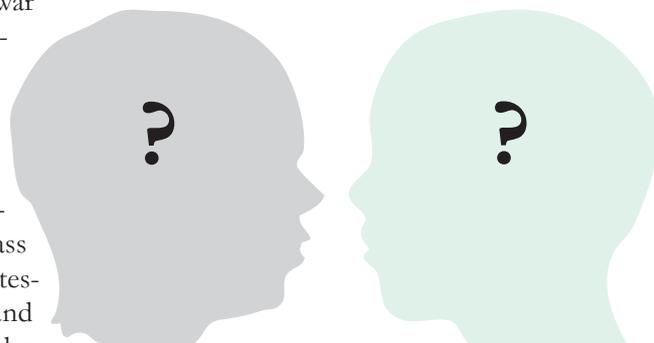
Die deutschen Kulturwissenschaften, mit den angelsächsischen Cultural Studies nicht zu verwechseln, folgen überwiegend geisteswissenschaftlichen Paradigmen. Im Zentrum befinden sich die Medienwissenschaften. Kultur, Kommunikation und Medien sind zu wohlfeilen Bezeichnungen mit Etikettencharakter verkommen. Wenn die Ursachen und Hintergründe nicht deutlich genug benannt werden, kann den Gefahren des Profil- und Prestigeverlusts für unser Fach wohl nicht angemessen begegnet werden.

Es geht um die Besetzung von Karrierefeldern

Denn es geht eben nicht nur um die Unschärfe von Begriffen (die gehört ja zum täglichen Brot in der Wissenschaft) oder um unterschiedliche Auffassungen von Empirie, sondern auch um die Besetzung von Berufs- und Karrierefeldern, um Veröffentlichungsstrategien und Fördergelder. Letztlich geht es um die institutionelle und hochschulpolitische Absicherung der Kommunikationswissenschaft.

Die interdisziplinäre Kooperation braucht darunter nicht zu leiden, im Gegenteil. Nur, wenn man sich über die Kernbereiche und Grenzen des eigenen Fachs im Klaren ist, dürfte der Austausch mit anderen Fächern produktiv und wirklich erkenntnisfördernd sein und zugleich der eigenen Profilierung und Stabilisierung dienen.

➡ VERENA BLAUM, ECHING BEI MÜNCHEN



Mit Werner Faulstichs Leserbrief in „Aviso“ Nr. 38 und der Debatte darüber beschäftigt sich auch Romy Fröhlich in dieser Ausgabe (S. 26/27)

Erfinden wir die Gegenstände der Kommunikationswissenschaft, ihre Beschreibungen und Erklärungen, immer wieder neu – weil wir einfach nicht richtig abgespeichert haben, was längst gedacht und gesagt wurde? Tilo Hartmann und Anne-Katrin Arnold sind der Frage nachgegangen und haben den Schwerpunkt dieses Heftes zusammengestellt

DE
BATE
TE

Tilo Hartmann ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung (JK) der Hochschule für Musik und Theater Hannover

Anne-Katrin Arnold ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am IJK und zurzeit Stipendiatin der Fullbright-Kommission an der Annenberg School of Communication in Philadelphia

Verkürzt, verdrängt, vergessen

Vier mögliche Gründe VON TILO HARTMANN UND ANNE-KATRIN ARNOLD

Eine wissenschaftliche Disziplin definiert sich über ihre Gegenstände. Das gilt auch für die breit aufgestellte, interdisziplinär ausgerichtete Kommunikationswissenschaft. Nun sind Gegenstände – durch die Brille einer Wissenschaft betrachtet – in aller Regel komplex. Damit ergeben sich hohe Anforderungen an jede wissenschaftliche Gemeinschaft: Sie muss ihre Gegenstände nicht nur auf die Agenda heben und explizieren, sondern die so geschaffene Komplexität auch in ihrem Diskurs, also in ihrem kollektiven Gedächtnis, bewahren.

Es stellt sich daher die Frage, inwiefern Inhalte in einer Forschungsgemeinschaft lebendig erhalten werden oder in Vergessenheit geraten. Ist es so, dass in der Kommunikationswissenschaft Erinnerungslücken entstehen? Dass wir systematisch vorhandene Themen, Ideen, Forschungsergebnisse übersehen und verdrängen? Vier mögliche Ursachen sprechen dafür.

1 Individuelle Komplexitätsreduzierung

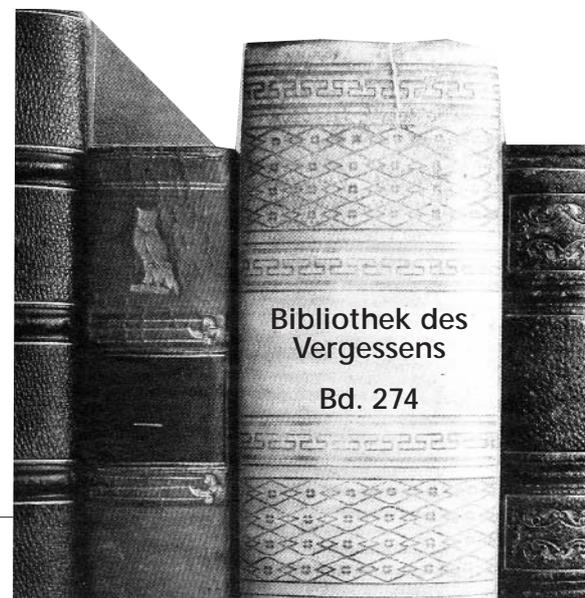
Aus der Kognitionspsychologie ist bekannt, dass Menschen Abbildungen der Realität vereinfachen und schematisieren, um sie effizienter abzuspeichern und wieder abrufen zu können. Man mag sich diesen Prozess wie die Erinnerung an einen Baum vorstellen, in der Blätter und feine Verästelungen verschwinden und lediglich das Wissen über den Stamm und die grobe Form der Baumkrone erhalten bleibt. Die mentalen Modelle, in denen wir das Weltwissen in den Köpfen speichern, reduzieren also Komplexität.

Dieses Prinzip greift auch in der Wissenschaft. Komplexe Sachverhalte, die zum Beispiel in einem Forschungsbericht erläutert werden, vereinfacht jeder Leser schon während der Lektüre. Diese vereinfachten Vorstellungen fließen wiederum in die Schöpfung neuer wissenschaftlicher

Erkenntnis ein. Denn angesichts knapper Zeitbestände und begrenzter mentaler Ressourcen empfehlen sich rasch verfügbare Wissensbestände als Baumaterial im wissenschaftlichen Problemlösungsprozess. Rasch verfügbar sind aber vor allem die verinnerlichten, vereinfachten Wissensbestände. Im besten Fall wird hierdurch Unwesentliches herausgekürzt – vergessen – und nur die Essenz (der Stamm und die Form der Baumkrone) berücksichtigt. Im ungünstigen Fall gehen jedoch Verkürzungen, Ungereimtheiten oder gar Missverständnisse systematisch in den Erkenntnisprozess ein.

2 Komplexitätsreduzierung im System

Ist die Komplexität des Wissens und der Wissensverarbeitung auf individueller Ebene schon schwierig zu bewältigen, stellt sich die Frage, wie ein ganzes System mit der Komplexität umgeht. Nach Dietrich Harth („Das Gedächtnis der Kulturwissenschaften“) muss ein kollektives Gedächtnis „um der soziokulturellen Bestimmtheit (Standardisierung) willen eine Wahl treffen“, muss das nicht relevante ausschließen



oder methodisch vergessen. Komplexitätsreduktion ist also auch für die Gemeinschaft der Kommunikationswissenschaft unumgänglich.

Auf systemischer Ebene gelten Fachzeitschriften als „Apparate der Bewahrung“ (Harth). Jedoch dürfte die Komprimierung von Sachverhalten, die nicht zuletzt durch die begrenzte Seitenzahl der Fachzeitschriften nötig wird, dazu führen, dass Wissensbestände bereits im Produktionsprozess systematisch fallen gelassen werden – und dann in Vergessenheit geraten, weil sie nirgends nachzulesen sind. Und was die Rezeption der publizierten Wissensbestände in einem von Zeitknappheit geprägten Arbeitsalltag anbelangt, erlaubt ihre Komplexität häufig nicht mehr als ein grobes Überfliegen.

Eine weitere Möglichkeit, grundlegendes Wissen zu bewahren, ist die Bündelung der „Klassiker“ oder der „Schlüsselwerke“ einer Wissenschaftsdisziplin. Der amerikanische Soziologe Jeffrey Alexander hat 2001 einen Kanon von „heiligen Texten“ der Soziologie herausgegeben. In der Einleitung dazu begründet er die Notwendigkeit der Besinnung auf klassische wissenschaftliche Texte mit der Notwendigkeit einer gemeinsamen Wissensbasis, die selbst unterschiedliche Schulen einer Disziplin teilen müssen, um zu wissen, worüber sie miteinander reden oder auch streiten sollen. Klassiker, so Alexander, erleichterten die theoretische Diskussion, weil sie stellvertretend für eine zu große Anzahl von Texten und Studien stünden.

In unserem Fach sind zum Beispiel Christina Holtz-Bacha und Arnulf Kutsch mit ihren „Schlüsselwerken für die Kommunikationswissenschaft“ (2001) oder Elihu Katz und seine Kollegen mit ihren „Canonic Texts in Media Research“ (2002) diesem

Prinzip gefolgt.

Aber auch hier stellt sich die

Frage, inwiefern Wissen komprimiert, gebündelt und auf wenige Autoren und Texte zurückgeführt werden kann, ohne an Repräsentativität zu verlieren.

3 Motivierte Verdrängung

Neben dem geradezu unvermeidbaren Vergessen aus Gründen der Komplexität steht das gewollte Vergessen. Miteinander konkurrierende Schulen „übersehen“ Publikationen und Ergebnisse der jeweils anderen und rezipieren dafür (so werden ja auch zeitliche und mentale Kapazitäten frei) verstärkt Wissenschaft aus den eigenen Reihen.

Ein Beispiel für diesen Mechanismus sind sicher die in der empirisch geprägten Tradition der Kommunikationswissenschaft kaum wahrgenommenen Cultural Studies und Medienwissenschaften, deren Beiträge zum Erkenntnisfortschritt der Disziplin Gefahr laufen, an den Rand gedrängt zu werden. Wir erinnern uns lieber an Inhalte, die den eigenen Traditionen und Forschungen entsprechen.

Ein Verdrängen von Forschungsansätzen anderer Schulen führt aber dazu, Forschungslinien auf kollektiver Ebene systematisch zu vergessen. Das gilt nicht nur für Wissensbestände am Rande des Mainstreams, sondern auch für Wissensbestände, die wegen ihres faktischen Alters nicht mehr aktuell oder wegen ihrer ideologischen Färbung nicht salonfähig erscheinen.

4 Unzureichende Datenbanken

Ein Großteil des Wissens ist nicht in den Köpfen, sondern in anderen „Datenträgern“ gespeichert. Der Zugang zu diesen Wissensbeständen ist von essentieller Bedeutung – was nicht gefunden wird, wird vergessen. Damit stellt sich die Frage nach den systematischen Lücken im Verbund verfügbarer Recherche-Tools der Kommunikationswissenschaft: Noch immer mangelt es an einem Angebot an Fulltext-Datenbanken, die Artikelerfassung hat gerade erst begonnen, Meta-Datenbanken mit Zugriff auf alle relevanten kommunikationswissenschaftlichen Zeitschriften sind rar.

Was aber in den Datenträgern durch jene systematischen Zugangsschwächen nicht auffindbar ist, kommuniziert die wissenschaftliche Gemeinschaft auch nicht weiter. Das trägt zu einem kollektiven Gedächtnisverlust bei. ◆



Klein geschnitten

Wir wollen nicht wissen, was „Öffentlichkeit“ ist VON KURT IMHOF

DE
BATE
TE

Prof. Dr. Kurt Imhof ist Professor für Publizistikwissenschaft und Soziologie an der Universität Zürich

Aufgrund der spezifischen Konstitution der Kommunikationswissenschaft wage ich die Frage zu stellen, ob sie sich überhaupt an das Richtige erinnert. Diese verwegene Frage möchte ich über zwei Argumentationsschritte begründen. Zunächst geht es um die Eingleisung der Sozialwissenschaft überhaupt, dann um die Eingleisung der Kommunikationswissenschaft. Ersteres führt zur sozialwissenschaftlichen Grundfrage, Letzteres zum Nicht-Wissen-Wollen.

Die Eingleisung der Sozialwissenschaft

Unsere Klassiker standen vor einem Phänomen, vor dem auch wir noch stehen: Es handelt sich um die ungeheure Bedeutung, die die wissenschaftsverliebte Aufklärung der freien Kommunikation verlieh, also jener regulativen Idee, die bereits die frühmoderne Wissenschaft zu ihrer epistemologischen Grundlage machte. Öffentlichkeit ist allein schon deshalb eine – wenn nicht die – zentrale sozialtheoretische Kategorie. Eine zivilisierte Gesellschaft war für die Aufklärungsphilosophie nur durch Öffentlichkeit denkbar: Erst sie verabschiedet die Vormoderne als „selbstverschuldete Unmündigkeit“ und wird zur

Bedingung mündiger Selbstherrschaft. Öffentlichkeit wurde entsprechend zur zentralen Forderung der Aufklärung im Kampf gegen die geheime Kabinettspolitik der Anciens Régimes, und Öffentlichkeit wird zu einem Schlüsselterminus der modernen Umgangssprache, der politischen Sprache, der Sprache der Philosophie und der Sprache des Rechts.

Das war die Vorlage der Klassiker. Die Sozialtheorien etwa von Marx, Durkheim, Weber, Dewey, Mead, Tönnies, Mannheim, Horkheimer oder Adorno beschäftigten sich deshalb ausführlich, ausufernd und dezidiert mit öffentlicher Kommunikation und ihren strukturellen und kulturellen Bezügen zur Gesellschaft insgesamt. Zu Recht, denn die Aufklärung schuf das Schnittmuster der Moderne in Gestalt ihrer wichtigsten Basis-

normen: In und durch die freie öffentliche Kommunikation soll der Universalismus der Vernunft und der Universalismus der Moral entstehen. Dies setzt die Emanzipation der Untertanen zum Souverän und die Genese eines in Gewalten geteilten Rechtsstaats voraus. Gewaltenteilung hat die Bürger von einer Tyrannei der Mehrheit einerseits und der Verselbstständigung des Staates andererseits zu schützen. Im Ergebnis sollen sich die Bürger als Autoren der Gesetze verstehen können, denen sie sich selbst unterwerfen.

Damit mussten sich unsere Klassiker auch mit der von Thomas Hobbes gestellten Grundfrage der Sozialwissenschaften auseinandersetzen: Wie ist eine friedliche soziale Ordnung möglich angesichts egoistischer Naturrechtssubjekte zum einen, gesinnungsethischer Glaubenskämpfer zum anderen, die je für sich das moralisch Beste wollen, aber durch Gier oder Bürgerkrieg das moralisch Verwerflichste schaffen? Die gefundene Lösung bildet das Schnittmuster der Moderne. Diese Ausgangsbasis der Sozialtheorie ist die Eingleisung der Sozialwissenschaft.

Die Eingleisung der Kommunikationswissenschaft

Dass die Kommunikationswissenschaft dann die Medien derart ins Zentrum ihres Interesses rückt, und zwar auf der Basis von Theorien mittlerer Reichweite ohne Schnittstelle zur Sozialtheorie und zur sozialen Ordnung insgesamt, ist zum einen die Folge einer „zu spät gekommenen“ Sozialwissenschaft. Zum anderen ist es ironischerweise die Frucht eines sozialtheoretischen Paradigmas, das in Gestalt des evolutionstheoretisch orientierten Funktionalismus insbesondere in der Modernisierungstheorie nach dem Zweiten Weltkrieg die Sozialwissenschaft recht eigentlich beherrschte und sich im Prozess der funktionalen Differenzierung der Wissenschaft laufend selbst bestätigte. Wie lautet dieses Paradigma und wie funktioniert(e) diese Selbstbestätigung?

Nach dem Paradigma des Funktionalismus ist Evolution bzw. Modernisierung ein irreversibler Prozess. Grundlage dieses Prozesses ist die funktionale Differenzierung, und diese geht mit Rationalisierung, Professionalisierung, Demokratisie-

Was Sie schon immer nicht wissen wollten

rung und Universalisierung einher. Vor diesem Hintergrund konnten nun Zuständigkeiten gepachtet werden. Diese Zuständigkeiten orientieren sich an den funktionalen Teilsystemen, in die der Funktionalismus die Welt – durchaus in Anlehnung an die Klassiker – aufgeteilt hat. Deshalb teilen die Sozialwissenschaften die Welt bzw. ihre Zuständigkeitsbereiche in Teilsysteme und „naturalisieren“ dadurch die Heuristik des Funktionalismus: Die Wirtschaftswissenschaften regridierten von der klassischen politischen Ökonomie, die die Gesellschaft noch als Ganzes im Auge behielt, zu einer für das Wirtschaftssystem zuständigen Disziplin; die Politikwissenschaft konzentrierte sich, etwas rivalisierend, aber alsbald „gewaltenteilend“, mit der Rechtswissenschaft auf das Teilsystem Politik bzw. Staat; die Pädagogik eroberte mit dem Bildungssystem Teile des Sozialisationsprozesses, die Psychologie zieht sich immer mehr auf eine naturwissenschaftlich betrachtete Innerlichkeit zurück und entdeckt das psychische System, und die Soziologie zerlegt sich in die Splitter von Bindestrichsoziologien, die mehr oder weniger simpel die Differenzierung der Sozialwissenschaften insgesamt nachbilden.

Und die Zeitungsforschung, das Fach Journalistik, die Medienwissenschaft, die Publizistikwissenschaft bzw. die Kommunikationswissenschaft? Wer zu spät kommt, den bestraft das Leben mangels klarer Identität auch mit zu vielen Selbstbezeichnungen. Die Kommunikationswissenschaft basiert auf der beschreibenden Zeitungswissenschaft, die fachlich im Schnittbereich von Soziologie und Geschichte angesiedelt, faktisch aber allem, dem Aufmerksamkeit zukommt, ausgesetzt war. Die Klassiker der Kommunikationswissenschaft sind genau die gleichen wie die der anderen Disziplinen, aber es gab im Unterschied etwa zum Staat der Politikwissenschaft kein Teilsystem Öffentlichkeit, öffentliche Kommunikation oder ein Mediensystem.

Einmal als Publizistikwissenschaft geboren, konnte es deshalb nur eine Frage der Zeit sein, bis das Fach ein solches System erfand, besser: erfinden musste, um den Anspruch auf exklusive Zuständigkeit behaupten zu können. Als bloß modernisierte Zeitungswissenschaft wäre das Fach Gefahr gelaufen, auf dem Altar der Berufsbildung die wissenschaftliche Weihe einzubüßen. Allerdings hat es dieses spät geborene Fach in seinem Systemerfindungseifer dann auch etwas übertrieben: Kaum wurde das Mediensystem ent-

deckt, gab es einen Streit über Journalismus als System oder gar PR als System...

Auf jeden Fall war die funktionale Differenzierung eine fachinterne wie -externe Wettbewerbsstrategie im Kampf um knappe Ressourcen in Gestalt von Fachreputation, Lehrstühlen, Zeitschriften, Forschungsmitteln etc. Das ist wichtig, zweckmäßig und auch heuristisch ertragreich. Verlustbringend und wissenszerstörend wird es nur dann, wenn sich eine Heuristik verdinglicht, wenn die Welt systematisch nur noch als Summe funktionaler Teilsysteme beobachtet werden kann, wenn also eine Heuristik mitsamt ihren Folgen nicht mehr als Heuristik durchschaut wird und in ihren materiellen und ideellen Strukturen selbst diejenigen gefangen hält, die die funktionalistischen Tautologien weit von sich weisen.

Die Preisgabe der sozialwissenschaftlichen Klassiker

Während die Klassiker Öffentlichkeit als das Übergreifende der sozialen Ordnung verstanden, schnitt sich die Kommunikationswissenschaft ihren Gegenstandsbereich klein. Statt öffentliche Kommunikation als das Integrationsmedium von Gesellschaft auszuweisen und Öffentlichkeit zum einzigen (Selbst-)Beobachtungsportal der Gesellschaft zu erklären, beschränkte sie sich auf den Gegenstandsbereich Medien, erfand eine Funktionszuschreibung und vergaß neben der sozialen Ordnung auch die Klassiker.

Warum diese Preisgabe? Das Beobachtungsinstrument Funktionalismus hatte für die späte Publizistikwissenschaft entschieden. Sozialwissenschaft ist, was für einen funktional ausdifferenzierten Teilbereich zuständig ist. Deshalb gliedert sich die Sozialwissenschaft praktisch in die Morphologie der Teilsysteme, in die sie die Welt theoretisch gekleidet hat. Öffentlichkeit wird durch die funktionalistische Heuristik zerschnitten. Öffentlichkeit läßt sich als eigenständiges System nicht beschreiben, also wird sie nicht gesehen, aber ohne Öffentlichkeit gibt es weder Wirtschaft noch Politik, noch Medien, noch alle anderen Handlungsbereiche, weil wir die Gesellschaft ohne Öffentlichkeit nicht sehen und deshalb nicht strukturieren könnten. Das wusste die Aufklärung, das wussten die Klassiker, und daran könnte sich die Kommunikationswissenschaft erinnern – nicht weil sie es vergessen hat, sondern weil sie es nicht wissen wollte, als es darum ging einen Gegenstandsbereich zu erobern. ◆



Being Blind or Forgetting?

Research after all is re-search BY KLAUS KRIPPENDORFF

DE
BATE
TE

Dr. Klaus Krippendorff ist Professor für Kommunikationswissenschaft an der Annenberg School for Communication, University of Pennsylvania, Philadelphia

Sometimes humans are well served by forgetting unique traumatic experiences that can ruin their future. But social phenomena are larger than individual lives and the challenge that Tilo Hartmann and Anne-Katrin Arnold's essay poses is important, not just for DGpuK. Let me elaborate on their fourth concern:

Research after all is re-search, searching available records of past happening, again and again, until patterns emerge that are worthwhile to talk about with colleagues. Epistemologically, all research is rooted in the past, but confined to records that one was able to generate or that survived the actions of others. With the past principally inaccessible, truth becomes a meaningless research criterion. Trust in the quality of the researched records is what counts. When records are not kept, information of present significance are omitted or distorted, that trust is broken and the lessons of past happenings become questionable. Hartmann and Arnold have reasons to worry about the future of a field that is too selective about the records it keeps.

Understanding processes of communication from records makes its demands on what needs to be recorded. Minimally, evidence about communication needs to inform about who, says what, to whom, in which medium, and how its context is thereby reconstructed and altered. But perhaps the most important evidence concerns the dynamic nature of communication. In communication people, agencies, or institutions are interactively involved and find themselves altering their perspectives on each other, their worlds, and their actions. Thus, researchers of communication are always facing multiple perspectives playing with and against each other: dialogue.

The field of communication is known for its inter-disciplinarity. Unfortunately, this often is translated into the permission to adopt the perspectives of other academic disciplines, for example, of sociology, economics, political science, or psychology; and to use methods of recording and re-searching data that are common in such disciplines, for example, doing surveys, correlating money flows with institutional behaviors, or experimenting with individual subjects. There is nothing wrong with employing multiple perspec-

tives, the more the better, provided these perspectives include those that participate in the phenomenon of interest, i.e., the perspectives of the observed communicators, readers, users, and stakeholders.

But disciplines are not merely academic categories. They are regimes that discipline their disciples to think in discipline-specific ways, enforce certain ontological assumptions, encourage certain theoretical/explanatory frameworks, legitimize certain methods of analysis, and generate records (data) that deliberately deviate from what

„With the past principally inaccessible, truth becomes a meaningless research criterion. Trust in the quality of the re-searched records is what counts. When records are not kept, that trust is broken“

ordinary communicators know, are concerned with, and do. Generating records from the perspective of particular disciplines entails the danger of preventing their re-searchers from recognizing phenomena of communication that do not fit their disciplinary perspectives. Single-perspective researchers are doomed to study their own frameworks. Blindness is possibly worse than mere memory loss.

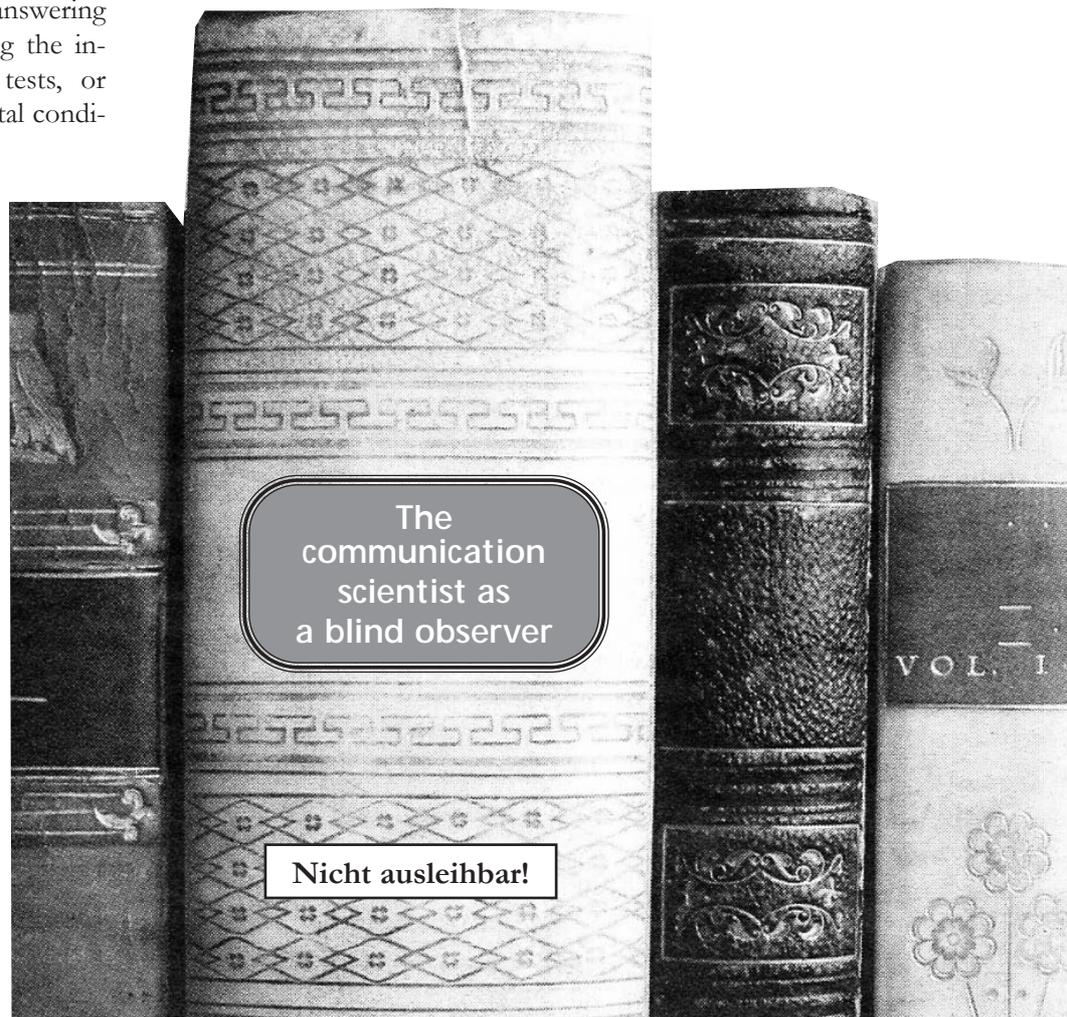
Let me give three examples of obvious blindness. First, research of media products themselves – by traditional content analysis, for example, or by tracing the histories of publications or the writings of journalists. I suppose „Publizistik,“ the German „newspaper science,“ attempted to theorize published matter. Actual publications are records of convenience and easily re-searched. But they make invisible the institutional processes that produced them, how they were read, by whom, and what they did. While publication dates can locate published records in time, they manifest no evidence of interactivity, nothing about how the readers or viewers participated in their production.

Second, survey research, efforts to measure changes in attitude or voting consequent to media exposure, or evaluation of campaign effectiveness, are all tied to individuals. These methods generate easily analyzable records but drive the social out of the theories intended to explain these records – not by intention but for the convenience of interviewing or observing individuals rather than accounting for their parts in practices of communication and for the preference for statistical accounts: Counting requires independent units of enumeration and in communication research, this independence is easily achieved by separating individuals from the social fabric of their lives. For this very reason, pollsters do not measure public opinion, as they claim, but redefine it as a statistical aggregate of individual opinions. This practice systematically eliminates evidence of the very communication that constitutes the public nature of public opinion. Such recording practices reify individualism. But in a strange twist, they also reduce humans to subjects, to individuals who are willing to comply with whatever is demanded of them: answering interview questions truthfully, following the instructions of experimenters and in tests, or accepting being subjected to experimental conditions of interest to a researcher. Records generated under these constrained conditions depict cultural dupes, contain evidence of individuals' manipulability, and render them serviceable to institutional interests, but fail to shed light on how people engage each other in communication.

Third, the role of the researcher vis-à-vis the observed. Communication is fundamentally a process, not a thing. It involves people as creative participants, not as passive bystanders. Communication is dialogic, not monologic, and should be understood as such. Describing something as monologue, for example, as one-way communication, conveniently omits from the records the circularity involved, the feedback that would make communication comprehensible. Besides discounting crucial perspectives, to which theorists consider themselves entitled, there is also another meaning of

monologue: describing something in terms of a single logic, the logic of external observers, theorists, who, unlike the participants involved, can hold on to their disciplinary (mono)logic, without being challenged by the process of communication being re-searched. It is of course an illusion to believe that observational records could write themselves and that scientific observers could be absolved of the responsibility for creating them. But recording communication from the perspective of an observer, as a non-participant, as a theoretician with a superior perspective, dismisses the perspectives of the constituents of communication and what is most central, the dialogical nature of communication.

These are only three disciplinary blind spots. Not noticing them, or worse, recognizing them but not doing anything about them, does not bode well for a field that vibrates from multiple perspectives, multiple constructions of reality – in dialogue. ♦





Dr. Marianne Ravenstein ist Akademische Direktorin am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Münster

Abbildung 1: Wissensproduktion von Kommunikationswissenschaftlern

Zwischen Tradition und Innovation

Wissenschaftssoziologische Überlegungen VON MARIANNE RAVENSTEIN

Zu Beginn des 21. Jahrhunderts wird von verschiedenen Vertretern der Wissenschaftssoziologie die Auflösung der Wissenschaft als Institution in ihrer seit dem Ende des 18. Jahrhunderts überkommenen Gestalt konstatiert. Das exponentielle Wachstum der Wissenschaft hat tief greifende Folgen sowohl für die Wissenschaft selbst, das heißt für ihre sozialen Strukturen, für ihre Organisationen, für ihre Kommunikationsprozesse und für die Regeln, die sie bestimmen, als auch für ihre Umwelt, das heißt für die Gesellschaften, in denen sie institutionalisiert ist und die sie fördern.

Wissensgesellschaften sind nicht nur durch die vermehrte Produktion und Anwendung wissenschaftlichen Wissens in der Gesellschaft charakterisiert, sondern gleichzeitig durch eine veränderte Art und Weise der Wissensproduktion. Diese Feststellung gilt auch für die interdisziplinär ausgerichtete Kommunikationswissenschaft in Deutschland. Auch sie hat eine besondere Sprach- und Wissenslogik, eine spezifische Tradition und Fachgeschichte, spezifische Kommunikationsregeln und -gewohnheiten, Publikationstraditionen und institutionelle und organisatorische Bedingungen.

Ein Blick auf den Wissenschaftsbetrieb macht deutlich, dass sein organisatorischer Rahmen, die Wissensproduktion (Informationsbeschaffung, Datengewinnung, -verwaltung, Informationsverarbeitung, Ergebnisdarstellung), die Formen der wissenschaftlichen Kommunikation (Kooperation, Diskursformen, Veröffentlichungswesen) und schließlich auch die Wissenschaftsvermittlung sich durch neue Informations- und Kommunikationstechnologien bereits verändert haben und weiterhin verändern werden.

Noch steht eine systematische Bestandsaufnahme aus, die die Organisation, die Wissensproduktion, die Prozessierung und die Distribution von Wissen in der Kommunikationswissenschaft aufzeigt. Zu deren relevanten Akteuren zählen sicher zum einen die Fachvertreter selber, d. h. die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, sowie die DGPK als Fachgesellschaft. Zu den relevanten Akteuren im Wissenschaftsbetrieb zählen aber auch Vertreter aus dem Verlags- und Bibliothekswesen. Analysiert werden muss, inwieweit welche neuen Diskursformen (z. B. Wissenschaftsnetze) und Veröffentlichungsmöglichkeiten (z. B. elektronisches Publizieren) von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern der Kommunikationswissenschaft genutzt werden. Textverarbeitung auf dem PC, elektronische Post, elektronisches Publizieren und Online-Datenbanken sind nur einige Beispiele für die bereits eingeleiteten Veränderungen des Kommunikationsverhaltens in der Wissenschaft. Weitere Veränderungen für den Wissenschaftsbetrieb sind virtuelle Workshops, Online-Begutachtung von Texten, „intelligente Suchagenten“, global vernetzte Datenbanken und digitale Bibliotheken.

Durch den Einsatz neuer Medien gewinnt das Wissen über die richtige Informationsbeschaffung und -verwendung gegenüber Wissensinhalten zunehmend an Bedeutung. Bezogen auf das Gedächtnis der Kommunikationswissenschaft sollte diese Kompetenz vermittelt werden. Gleichzeitig kann sich mit dem Einsatz neuer Informations- und Kommunikationstechnologien aber auch das durch sie vermittelte Wissen verändern.

Informations- und Kommunikationstechnologien haben und hatten bereits erhebliche Auswirkungen auf den Wissenschaftsbetrieb – auch der

„Das Wissen über die
Informationsbeschaffung
wird zunehmend wichtiger“



relativ kleinen Disziplin Kommunikationswissenschaft. Bei der Diskussion über die Folgen stehen nach Michael Nentwich („Cyberscience“) zwei Thesen im Zentrum:

(1) Die I&K-Technologien betreffen Rahmenbedingungen und praktisch alle Formen wissenschaftlicher Tätigkeit, also den organisatorischen Rahmen des Wissenschaftsbetriebs, die Wissensproduktion sowie die Formen der wissenschaftlichen Kommunikation und schließlich die Wissensvermittlung (Lehre).

(2) Viele Entwicklungen, mit denen sich die Wissenschaftler konfrontiert sehen – angefangen von der ständigen Nutzung des Computers am Arbeitsplatz, über die Verlagerung der Face-to-face-Kommunikation mit Kollegen in Richtung Email, bis zu neuen elektronischen Publikationsformen –, beschleunigen nicht nur die Kommunikation, sondern haben das Potenzial zu qualitativen Veränderungen des Wissenschaftssystems. Diese These kann mit Hinweisen auf bereits eingeleitete bzw. möglicherweise bevorstehende Veränderungen hinsichtlich eines Kernstücks der wissenschaftlichen Kommunikation, nämlich des Publikationswesens, der Ortsgebundenheit von Forschung und schließlich hinsichtlich der Verteilung der Rollen im Wissenschaftsbetrieb belegt werden.

Bezogen auf die Frage nach dem Gedächtnis der Kommunikationswissenschaft und im Hinblick auf die Ausdifferenzierung der Gegenstandsbereiche unserer Disziplin ist die Ergebnisdarstellung von kommunikationswissenschaftlichen Erkenntnissen zentral, wo es um das Prozessieren – diskursives Überprüfen, Verfeinern, Verknüpfen usw. – des repräsentierten Wissens geht. Dieser Bereich umfasst daher neben der erwähnten medialen Darstellung des Wissens den (formellen) wissenschaftlichen Diskurs, die Zusammenarbeit mit anderen Wissenschaftlern sowie das Veröffentlichungswesen.

Vor allem die Sozial- und Kulturwissenschaften und damit auch die Kommunikationswissenschaft stehen heute in einem vielfältigen Span-

nungsfeld zwischen Tradition und Innovation, Stabilität und Reform, Fragmentierung und Systematisierung, Integration und Differenzierung. Dies zeigen die Abhandlungen zur Identitäts- und Profilbildung und die disziplinübergreifenden Forschungsansätze der Kommunikationswissenschaft.

Die skizzierten Fragen betreffen einen wissenschaftssoziologischen Problembereich, der bisher in der Kommunikationswissenschaft bei Arbeiten zum Wissenschaftsverständnis nur unvollständig und unsystematisch behandelt worden ist. Forschung ist nicht nur ein kognitives Produktions-, sondern auch ein Sozialsystem, das unterschied-

lich kreativitätsfördernd organisiert werden kann. In dieser Hinsicht sind vor allem Koordinationsmängel der deutschen Kommunikationsforschung, freilich anderer

„Forschung ist nicht nur ein
Produktions-, sondern
auch ein Sozialsystem“

Forschungszweige auch, nicht zu übersehen. Nach Peter Weingart („Die Stunde der Wahrheit“) gibt es zwei Mechanismen, mit denen das Kommunikationssystem Wissenschaft nach innen auf zunehmendes Wachstum reagieren kann: erstens mit der Strukturierung bzw. Hierarchisierung von Aufmerksamkeit und zweitens mit Innendifferenzierung, das heißt Spezialisierung.

Ausgangspunkt für den meines Erachtens notwendigen wissenschaftssoziologischen Diskurs ist der Kommunikationsprozess in der Kommunikationswissenschaft. Auf der einen Seite ist es die Produktion von Wissen, auf der anderen Seite die Rezeption des Wissens. Die Produktion von Wissen und die Rezeption bzw. Verarbeitung sind aufeinander bezogen. Das Verhältnis von Wissensproduktion und Wissensrezeption ist deshalb grundlegend für die Weiterentwicklung der Kommunikationswissenschaft und folglich auch für das „Gedächtnis der Kommunikationswissenschaft“. ◆

Abbildung 2: Wissensrezeption von Kommunikationswissenschaftlern



Es hält sich in Grenzen

Studie aus Münster untersuchte, wie international wir schon sind

Begriffe wie „Bachelor“, „Master“ oder „Modularisierung“ werden mittlerweile in der breiten Öffentlichkeit thematisiert. Studienangebote müssen sich den Anforderungen des so genannten Bologna-Prozesses stellen, und innerhalb der DGPK diskutiert man „how to go international“. Ein guter Zeitpunkt also, um eine Bestandsaufnahme zu wagen, wie international die deutschsprachige Kommunikationswissenschaft tatsächlich ist. Eine Magisterarbeit in Münster, betreut von Prof. Dr. Christoph Neuberger, hat genau das getan.

Da noch keine vergleichbare Studie vorlag, wurde zunächst eine Übersicht über Internationalisierungsindikatoren erstellt. Hinweise aus vier Leitfadeninterviews ergänzten diese Liste. In einer Vollerhebung im Januar 2005 wurden schließlich

49 Einrichtungen für Journalistik, Kommunikations- und Medienwissenschaft in Deutschland, Österreich und der Schweiz schriftlich befragt. 32 beantwortete Fragebögen gingen in die Auswertung ein.

Fazit: Der Stand der Internationalisierung in der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft gibt ein sehr heterogenes Bild ab: Einige Maßnahmen wurden annähernd flächendeckend umgesetzt, wie z. B. die Modularisierung von Studienangeboten. Andere dagegen scheinen fast noch keine Beachtung zu finden, wie beispielsweise die virtuelle Mobilität (E-Learning). Es lässt sich vermuten, dass Hochschulen ihre Bemühungen um Internationalisierung noch kaum institutionalisiert haben und stark auf bestimmte geografische Regionen bzw. Sprachen fixiert bleiben.

Internationalisierung der Lehre

Internationale Studiengänge sind im Fach noch nicht weit verbreitet: Nur vier der befragten Einrichtungen gaben an, dass sie ein internationales

Studienprogramm anbieten. Sechs Einrichtungen planen darüber hinaus internationale Angebote.

Wie sieht es mit der Umstellung auf *international compatible Studiengänge* aus? An 17 Einrichtungen werden bereits Bachelor- und an 10 Hochschulen Masterstudiengänge angeboten. Geplant sind weitere 9 Bachelor- und 17 Masterstudiengänge. Ein *Doppeldiplom* können Studierende laut Untersuchung nur an einer Einrichtung erwerben. Ein *Diploma Supplement* (englischsprachige Informationen zum Studiengang) erhalten die Absolventen an 14 Einrichtungen. 8 weitere planen immerhin, solche Informationen künftig mitzuliefern, während die restlichen 10 so etwas nicht vorsehen.

Zu den weit verbreiteten Maßnahmen gehört zweifellos die *Modularisierung der Curricula*: 24 Einrichtungen haben ihr Lehrangebot modularisiert, weitere 7 Institutionen sehen dies vor. Auch die Bewertung der Studienleistung durch *Kreditpunktsysteme* ist weit vorangeschritten. 24 Befragte gaben an, die Leistungen der Studierenden mit Hilfe von Kreditpunkten zu berechnen. Ausnahmslos wird hierfür das „European Credit Transfer System“ (ECTS) eingesetzt und in zwei Fällen durch ein hochschulinternes System ergänzt. Auch die restlichen 8 Einrichtungen beabsichtigen Leistungspunkte einzuführen.

Wie viele *fremdsprachige Lehrveranstaltungen* wurden im letzten Semester angeboten? An 16 Einrichtungen konnten die Studierenden Veranstaltungen in englischer Sprache belegen, vier Institutionen boten Vorlesungen und Seminare auf Französisch. Andere Sprachen spielen dagegen eine untergeordnete Rolle. In 13 Fällen gab es lediglich deutschsprachige Veranstaltungen.

Internationale Kooperationen

Über 80 Prozent der befragten Institutionen unterhalten mindestens eine *Partnerschaft* zu einer kommunikations- oder medienwissenschaftlichen Einrichtung im Ausland. Die Höchstzahl liegt bei 17 Partnerschaften. Vergleicht man die Anzahl der ausländischen Partnerinstitute in den jeweiligen Ländern, so liegen die USA an erster Stelle.



„Trotz aller aufgezeigten Bemühungen offenbart die Studie, welcher Nachholbedarf bei einigen Maßnahmen zur Internationalisierung von Forschung und Lehre noch besteht“

Auf dem zweiten Platz folgt Großbritannien, und den dritten Rang der Häufigkeiten teilen sich Frankreich und Österreich. Institutspartnerschaften entstehen eher auf der Ebene der Einrichtungen und weniger auf Hochschulebene.

Mitarbeiter von nur 11 Einrichtungen waren im vergangenen Jahr an internationalen *Forschungs-koooperationen* beteiligt. Die Institutionen konnten dabei bis zu 10 gemeinsame Arbeitsprojekte vorweisen.

Internationale Mobilität

Ein differenziertes Bild ergibt sich bei der *Mobilität der Studierenden*. 23 von 29 Angaben gehen auf Schätzungen der Befragten zurück – besonders zur nicht-organisierten Mobilität liegen vielfach keine Daten vor. In 27 Fällen konnte der Anteil errechnet werden, den die mobilen Studierenden an den Immatrikulierten haben. Zwischen 0,3% und 20% der Studierenden waren im Sommersemester 2004 im Ausland. Der Mittelwert liegt bei 4,2%. Eine große Rolle bei der Studierenden-Mobilität spielt das Bildungsprogramm ERASMUS. Darüber hinaus kommt es zu Austauschaktivitäten über Institutspartnerschaften oder Initiativen auf Hochschulebene. Der Anteil von Gaststudierenden aus dem Ausland liegt zwischen 0,6% und 25%.

Auch die *Mobilität der Wissenschaftler* fällt an den einzelnen Instituten unterschiedlich aus: 19 Einrichtungen entsandten bis zu 11 Mitarbeiter ins Ausland, während 14 Institutionen Ziel von ausländischen Wissenschaftlern waren. Sie empfangen bis zu 12 Gastdozenten. Die Ziel- und Herkunftsländer sind bevorzugt im angloamerikanischen oder deutschsprachigen Raum zu finden. Persönliche Netzwerke sind die meistgenannte Organisationsform internationaler Kontakte.

Die Möglichkeiten einer *virtuellen Mobilität* (E-Learning) nutzen dagegen lediglich drei Institutionen.

Fachgesellschaften und Publikationen

Was sowohl die Mitgliederzahlen als auch die Tagungsbesuche angeht, kristallisieren sich relevante internationale *Fachgesellschaften* heraus: Die ICA wurde mit Abstand am meisten genannt, gefolgt von der IAMCR.

Betrachtet man die Sprachen, in denen internationale *Publikationen* (Monografien und Aufsätze) verfasst wurden, so zeigt sich die deutliche Dominanz des Englischen. Es gibt zwar eine Vielfalt an genutzten Sprachen, aber verglichen mit Englisch als Lingua Franca haben die meisten anderen nur eine verschwindend geringe Bedeutung.

Infrastruktur

Das Angebot an *Sprachkursen* erreicht eine flächendeckende Versorgung; weniger verbreitet sind dagegen themenspezifische Kurse (z. B. zum Publizieren in internationalen Zeitschriften). Zu Internationalisierungsbemühungen gehört auch, dass *fremdsprachige Informationen über das eigene Institut* veröffentlicht werden. 16 der befragten Einrichtungen besitzen fremdsprachige Broschüren und 18 fremdsprachige Informationen auf der Homepage.

Die Befragten wurden gebeten, die an ihrer Einrichtung im Hinblick auf Internationalisierung zur Verfügung stehende *Infrastruktur* zu beurteilen. Der Mittelwert liegt auf einer fünfstufigen Skala bei 3,0 – was einer Beurteilung der Infrastruktur als „durchschnittlich“ entspricht. Kein Befragter stufte die vorhandene Infrastruktur als „sehr gut“ oder „sehr schlecht“ ein.

Stellenwert der Internationalisierung

Nur 6 Einrichtungen gaben an, dass der eigene Kurs beim Ausbau der Internationalisierung in einem *Strategiepapier* festgehalten sei. 20 Einrichtungen leisten sich hingegen einen *Referenten für Internationales*. Internationale Aspekte haben laut Einschätzung der Befragten eher bei einzelnen Anlässen (z. B. Berufungen) hohe *Relevanz*; im Arbeitsalltag wurde ihnen dagegen weniger Bedeutsamkeit zugesprochen.

Schließlich sollten die befragten Personen die *Entwicklung der Internationalisierung* einschätzen. Fast 60% waren der Meinung, dass die Bemühungen um Internationalisierung im vergangenen Semester zugenommen hätten. Dass sie auch in Zukunft zunehmen würden, prognostizierten 83%.

Letzteres wäre der Kommunikationswissenschaft dringend zu wünschen, denn trotz aller aufgezeigten Bemühungen offenbart die Studie, welcher Nachholbedarf noch bei einigen Maßnahmen zur Internationalisierung von Forschung und Lehre besteht.

MELANIE RISCHKE



K a l e n d e r

Januar

Fachgruppe Rezeptions-
forschung:

„Media use and selectivity –
New approaches to explain-
ing and analysing audien-
ces“,

26.-28. 1. 2006, Erfurt

Februar

Fachgruppe Journalistik/
Journalismusforschung:

„Journalismus: Empirie
und Theorie“,

16.-18. 2. 2006, Münster

Fachgruppe Kommunikation
und Politik/Arbeitskreis Politik
und Kommunikation DVPW:

„Von der Medienpolitik
zur Media Governance?
Neue Problemstellungen,
Ansätze und Formen der
Regulierung öffentlicher
Kommunikation“,

16.-18. 2. 2006, Zürich

Fachgruppe Medienökonomie

„Politische Ökonomie der Medien“, 30. Juni-2. Juli 2005,
Salzburg

Teilnehmerzahl: 40

Anzahl der Vorträge: 13

Tagungsfazit:

Verschiedene Ansätze Politischer Ökonomie wurden deutlich, z. B. laboristische Ökonomie (Jürgen Heinrich) oder die Neue Institutionenökonomik (Thomas Döbler). Wolfgang Seufert nahm einen Vergleich von Politischer Ökonomie und Neuer Politischer Ökonomie vor, Christian Steininger fragte nach der Heterodoxie Politischer Ökonomie. Berührungspunkte zwischen letzterer und den Cultural Studies wurden von Elisabeth Klaus und Martina Thiele sowie Carsten Winter verdeutlicht. Fragen der Macht aus Sicht der Politischen Ökonomie behandelten Andrea Grisold und Werner A. Meier, das Verhältnis von Herrschaft, Ideologie und Bewusstsein Manfred Knoche. Dass die Anwendungsfelder der Politischen Ökonomie vielfältig sind, zeigten die Vorträge von Harald Rau (Journalismus), Jan Krone (Konzentrationsregelung), Frank Lobigs (Öffentlichkeit), Boris Romahn und Christian Steininger (Wohlfahrt) sowie Siegbert Messmer (Programmvielfalt). Die Dokumentation der Tagung wird in Manfred Knoches Reihe „Beiträge zur Medienökonomie“ im Lit Verlag erscheinen.

CHRISTIAN STEININGER

Informationen <http://www.medienmanagement.uni-flensburg.de/fachgruppe>

Fachgruppe Visuelle Kommunikation

„Emotional Visuals – Emotionalisierung durch Bilder“, 1.-2. Juli 2005,
Bremen

Teilnehmerzahl: 45

Anzahl der Vorträge: 14

Tagungsfazit:

Bilder und Emotionen sind ein „heißes Thema“. Dies verdeutlichten die Anzahl der eingereichten Abstracts und die Bandbreite der vom Tagungsthema angesprochenen Disziplinen. Tagungsziel war es, einen interdisziplinären Austausch herzustellen zwischen (medien-)psychologischen Zugangsweisen, die emotionstheoretische Ansätze auf visuelle Phänomene anwenden, sowie bild- und v. a. kommunikationswissenschaftlichen Zugängen. Bei Letzteren dienten massenmedial erzeugte Bilder, wie etwa Screen-Shots von TV-Nachrichten oder EU-Antirauchkampagnen auf Zigarettenpackungen, als Ausgangspunkt, um deren emotionale Bedeutungen zu untersuchen. Dabei wurden aktuelle und kurzfristige emotionalisierende Ereignisse wie die Tsunami-Katastrophe oder der Tod des Papstes ebenso thematisiert wie langfristige Trends, etwa die zunehmend visualisierte interpersonelle Kommunikation per MMS. Fazit: Die Methoden der emotionalen Bildanalyse/visuellen Emotionsanalyse variieren je nach der Kernfrage: In der empirischen Wirkungsforschung ergänzen psychophysiologische Verfahren das traditionelle Methodenspektrum der Kommunikationswissenschaft. Umgekehrt erwiesen sich hermeneutische und ikonografische Zugangsweisen zur Erschließung der emotionalen Funktionsfrage von Bildern als zukunftsweisend.

MARION G. MÜLLER

Weitere Informationen zur Tagung: <http://www.fg-viskomm.de>.

Fachgruppe Methoden

„Inhaltsanalyse unter besonderer Berücksichtigung nonverbaler Medieninhalte“, 22.-24. September 2005, Düsseldorf

Mitveranstalter: Sozialwissenschaftliches Institut Universität Düsseldorf

Teilnehmerzahl: 60

Anzahl der Vorträge: 13

Tagungsfazit:

Zwei Keynotes (Siegfried Frey, Nicole Krämer) und acht Beiträge zeigten: Die Analyse von Bildern ist nicht nur aufwändiger als die klassische Inhaltsanalyse, sondern bleibt in ihrer Ausgereiftheit zurzeit noch deutlich hinter dieser zurück. Noch immer wird hier an Operationalisierungen zur intersubjektiven Deskription visueller Inhalte gearbeitet; prognostische oder diagnostische Folgerungen sind eher Zukunftsmusik. So beherrschte auch die Debatte über die Trennung von Deskription und Evaluation sowie über den Unterschied von Bild- und Rezeptionsanalysen die Diskussion. Zusätzlich wurde wieder ein offenes Panel angeboten. Themen waren: Qualitative Online-Interviews, die Validität von RTR-Messungen sowie Sinn und Zweck von Signifikanztests. Ebenfalls zum zweiten Mal bot die Fachgruppe einen Workshop an, diesmal zu Software für Inhaltsanalysen (Dank an die Kolleginnen und Kollegen Geis, Züll, Baumann, Olbrecht und Woelke).

GREGOR DASCHMANN

Weitere Informationen zur Tagung: http://www.dgpuk.de/fg_meth/

Fachgruppe PR und Organisationskommunikation

„wwwdotORG: Organisationskommunikation im digitalen Zeitalter“, 6.-8. Oktober 2005, Bonn

Mitveranstalter: Universität Bonn, Institut für Kommunikationsforschung und Phonetik, Prof. Caja Thimm

Teilnehmerzahl: 40

Anzahl der Vorträge: 13

Tagungsfazit:

Internet und E-Mail sind für das Kommunikationsmanagement Segen und Fluch zugleich. Die digitale Kommunikation bietet neben großen kommunikativen Chancen für Organisationen auch erhebliche Risiken. Beide Pole wurden im Verlauf der Tagung aufgezeigt, sowohl in den theoretisch orientierten als auch in den empirisch ausgerichteten Beiträgen. Im Vordergrund stand die Frage nach den besonderen Herausforderungen an strategisches Kommunikationsmanagement im Umgang mit neuen Medien und digital vernetzten Zielgruppen. Die größten strategischen Potenziale scheint Online-Kommunikation dann zu bieten, wenn es sich um ein Thema handelt, das auf ein großes Informationsbedürfnis der Teilöffentlichkeiten stößt. Am Beispiel des Gesundheitsportals www.die-gesundheitsreform.de wurde aufgezeigt, wie erfolgreich eine Plattform sein kann, wenn sie technisch hochwertig ist und dialogfähige Elemente enthält. Die größten Schwierigkeiten werden bei der internen Kommunikation gesehen, wenn E-Mails die Mitarbeiter überfluten. Das Thema „Gefährdung von Unternehmen, Politik und Massenmedien durch Weblogs“ hielten die Tagungsteilnehmer für eher überschätzt. STEFAN WEHMEIER

Weitere Informationen zur Tagung: http://www.dgpuk.de/fg_pr/index.shtml

Kalender

Februar

Fachgruppe Kommunikations- und Medienethik/Fachgruppe Visuelle Kommunikation/ Netzwerk Medienethik:

„Bildethik“,
23.-24. 2. 2006, München

Mai

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

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

K a l e n d e r

September

Fachgruppe Methoden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft/Fachgruppe Methoden der SGKM:

„Die Brücke zwischen Theorie und Empirie: Operationalisierung, Messung und Validierung in der Kommunikationswissenschaft“, 21.-23. 9. 2006, Zürich

Fachgruppe Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht

„Achsen der Differenz‘ – Soziale Ungleichheiten und Medien“, 7.-8. Oktober 2005, Frankfurt/Main

Mitveranstalter: Sektion Frauen- und Geschlechterforschung in der DGS; Cornelia Goethe Centrum, Universität Frankfurt

Teilnehmerzahl: 54

Anzahl der Vorträge: 15

Tagungsfazit:

Bereits der Eröffnungsvortrag verwies auf die aktuelle und historische Brisanz des Themas. Er zeigte, wie sehr die programmatische Idee des „Rundfunks für alle“, also der Auftrag der gesellschaftlichen Integration, von gegenläufigen Exklusionsprozessen und vielfältigen Differenzkonstruktionen begleitet und unterlaufen wird. Der Bogen der Beiträge und der Podiumsdiskussion spannte sich von der Produktion von Differenz in ICT-Diskursen am Beispiel Afrikas, über die Konstruktion von „Whiteness“ im deutschen Fernsehen, die Präsentation medialer „Weiblichkeiten“ und die Karriere des Begriffs „Unterschichtenfernsehen“ bis hin zum Thema Migration in den Medien. In der Abschlussdiskussion wurde deutlich, dass der Einstieg in das Thema „Achsen der Differenz“ gelungen ist, es nun aber darum gehen muss, einzelne Aspekte zu vertiefen. Dazu gehört vor allem, mehr medienpolitische Perspektiven und Strategien zu entwickeln und die Diskussion um Qualitätsstandards neu zu forcieren. Generell wurde der interdisziplinäre Austausch zwischen Medien- und Kommunikationswissenschaft und der Soziologie als ausgesprochen anregend und produktiv bewertet.

ULLA WISCHERMANN

Fachgruppe Medienpädagogik

„Eine besondere Herausforderung: Risikobehaftete Medieninhalte aus kommunikationswissenschaftlicher und medienpädagogischer Sicht“, 21.-22. Oktober 2005, München

Teilnehmerzahl: 26

Anzahl der Vorträge: 9

Tagungsfazit:

Der erste Tag war offensichtlichen und versteckten Risiken in audiovisuellen Angeboten, der Frage nach Medienwirklichkeiten sowie der Grenzverschiebung ethischer Maßstäbe im gesamten Mediensystem gewidmet. Dabei wurden sowohl Studien zu einzelnen Formaten, senderübergreifende Programmanalysen als auch Ergebnisse zu Rezeptions- und Umgangsweisen von Jugendlichen mit problematischen Angeboten vorgestellt. In einem Gastbeitrag aus der Praxis diskutierte Verena Weigand, Leiterin der KJM-Stabsstelle in München, anschließend aktuelle Problembereiche des Jugendmedienschutzes. Vor dem Hintergrund konvergierender Medienwelten beleuchteten die Beiträge des zweiten Tages aktuelle Entwicklungen im Medienalltag Heranwachsender sowie mögliche Risiken von Handy- und Internetnutzung. Insgesamt machte die Veranstaltung deutlich, dass effizienter Jugendmedienschutz nur im Zusammenspiel von Wissenschaft, aktiver Medienpädagogik und Regulierung gelingen kann.

CHRISTINA ORTNER

Weitere Informationen: <http://www.hans-bredow-institut.de/medpaed/>

Prof. Dr. Peter Vorderer (Los Angeles) gibt seit November gemeinsam mit Mary Beth Oliver und LJ Shrum die US-amerikanische Fachzeitschrift „Media Psychology“ heraus. Bisheriger Herausgeber waren der frühere ICA-Präsident Jennings Bryant und David Roskos-Ewoldson. „Media Psychology“ ist nach dem ISI-Ranking die zweitwichtigste Zeitschrift der Kommunikationswissenschaft.

Dr. Thorsten Quandt (München) betreut ab sofort als Editor gemeinsam mit Mark Deuze (Indiana University) und Karin Wahl-Jorgensen (Cardiff) die neu eingerichtete „Theory Review“-Section der Zeitschrift „Journalism Studies“. Als einen der ersten deutschen Autoren konnte er **Dr. Armin Scholl** (Münster) gewinnen.

Das PR-Ausbildungsinstitut com⁺plus hat auf seiner Website (www.complus-network.de) die **PR-Literaturdatenbank Comdata** freigeschaltet. Mit über 2000 Titeln ergänzt sie die unlängst erschienene „Bibliographie Public Relations“,

die **Prof. Dr. Klaus Merten** (Münster) und Dr. Katja Scheidt im Lit Verlag vor kurzem herausgegeben haben. Studierende und Lehrende der Kommunikationswissenschaft können die Datenbank Comdata kostenlos nutzen.

Dr. Martina Thiele (Salzburg) vertritt im Wintersemester 2005/06 die Professur „Allgemeine Publizistik- und Kommunikationswissenschaft“ an der Universität Göttingen.

Dr. Margreth Lünenborg hat sich am Institut für Journalistik der Universität Dortmund habilitiert und eine Einladung für ein Jahr als Gastprofessorin am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Freien Universität Berlin erhalten.

Habilitiert hat sich außerdem **Dr. Stephan Buchloh** in Leipzig.

Nachrichten & Personalien

Peter Glotz zum Gedenken

Peter Glotz war kein langes Leben gegönnt, aber ein ungemein produktives: So viel und so vielfältig gedacht, diskutiert und publiziert wie der gelernte Zeitungswissenschaftler haben nur wenige. Kaum ein Jahr ohne Monographie – von Vorträgen, Podiumsdiskussionen und Fernsehinterviews zu schweigen. Gerade angekommen, brach der Rastlose schon wieder auf: Ein Meister der Parallelaktion (wenn auch nicht im Sinne des von ihm geschätzten Musil), ein Grenzgänger, fasziniert davon, gleichzeitig Bildungspolitik zu betreiben, die Zukunft des Internet zu erforschen und als politischer Intellektueller im Fernsehen Stellung zu beziehen.

Er selbst hat sich einmal als „bewegliches Ziel, das man nicht so leicht trifft“ bezeichnet. Immerhin, als sein Erfurter Assistent habe ich ihn getroffen – manchmal im Büro (wenn ich besonders früh erschien und der Nachtarbeiter Glotz etwas länger geblieben war), oft noch am späten Abend (großzügig von ihm in der Erfurter Altstadt bewirtet) oder eben im abendlichen Fernsehprogramm. Medienpräsenz war dem streitbaren Intellektuellen wichtig, weil er

an eine kritische Öffentlichkeit glaubte. Als Erfurter Gründungsrektor hat Glotz der Kommunikationswissenschaft en passant einen neuen „Standort“ beschert. Der Aufbau des Lehrstuhls und des Studiengangs lag ihm sehr am Herzen. Für den damit beauftragten Assistenten bot das ungewohnte Möglichkeiten: Frei von jeglicher Lehrverpflichtung konnte ich versuchen, (fast) alles anders zu machen. Und dank Glotz ging das sogar: Dem Sachargument zugänglich, auch die interessanten Aufgaben gerne delegierend und sogar länglich geratene Konzeptpapiere in beneidenswertem Tempo auffassend, war Glotz ein Mann der Entscheidung: „Ja, so machen wir das!“ Bürokratische Hindernisse ließ er nicht gelten, Bedenkenträger hat er nie geschätzt.

Der „Berufspolitiker“ (Glotz über Glotz) war kein Verwaltungsmensch, sondern ein Impulsgeber. Den Vollzug der Erfurter Reform hat der Ungeduldige nicht abgewartet; schon zog es ihn zu neuen Aufgaben in die Schweiz.

Dort ist er, viel zu früh, jetzt verstorben.

KLAUS BECK

Qualitätssicherung revisited

Jahrestagung in Hamburg: Publikum urteilte kritischer als Reviewer

Auch nach der Hamburger Jahrestagung der DGPK im Mai dieses Jahres haben die Veranstalter versucht, die Aussagekraft des 2001 eingeführten Peer-Review-Verfahrens für Tagungsbeiträge zu überprüfen. Ergebnis: Die Urteile der Gutachter über die vorab eingereichten Abstracts und die Urteile des Publikums über die im Mai gehaltenen Vorträge zeigen keine signifikanten Zusammenhänge. Das hatte vor zwei Jahren in Hannover noch ganz anders ausgesehen.

Nach der Jahrestagung 2003 hatte Helmut Scherer eine erste Evaluation dieser Art vorgelegt (siehe „Aviso“ Nr. 36, S. 24-25). Er verglich die Urteile der Gutachterinnen und Gutachter, die aus dem Reviewverfahren vorlagen, mit den Bewertungen der Zuhörerinnen und Zuhörer, die im Anschluss an die Vorträge schriftlich befragt worden waren. In einer Regressionsanalyse überprüfte Scherer, welche Vorhersagekraft die Reviews für die Qualität des Beitrags haben, die durch die Bewertung des Publikums operationalisiert wird. Die Ergebnisse aus Hannover zeigten, dass es einen starken Zusammenhang zwischen Reviewer- und Zuhörerurteilen gab, der über die Hälfte der Varianz erklärte.

Dieses Ergebnis wurde jetzt bei der zweiten Evaluation in Hamburg nicht bestätigt: Es konnten keine signifikanten Zusammenhänge zwischen den durchschnittlichen Bewertungen der Gutachter und der Zuhörer ermittelt werden. Dies gilt sowohl für die Gesamtbewertung der einzelnen Beiträge als auch für die einzelnen zu bewertenden Kriterien (Bezug zum Tagungsthema/Originalität bei den Beiträgen der offenen Panel, theoretische Fundierung, Relevanz der Fragestellung, Angemessenheit der Methode/Vorgehensweise, Klarheit und Prägnanz der Darstellung). Damit haben im Falle der Hamburger Daten die Reviewerurteile keine Vorhersagekraft für die auf der Tagung abgegebenen Zuhörerbewertungen.

Gutachterurteile fielen bei abgelehnten Vorträgen vielfach uneinheitlich aus

Gleichwohl führten deskriptive Auswertungen der Daten zu aufschlussreichen Ergebnissen. Vor der Hamburger Tagung hatten die Reviewer insgesamt jeweils drei Gutachten zu 103 eingereichten Beiträgen erstellt. Von diesen wurden schließlich 49 abgelehnt und 54 angenommen (42 für die

Themenpanel, 12 für die offenen Panel). Die abgelehnten Beiträge erhielten im Durchschnitt eine Gesamtbewertung von 2,5 Punkten, die angenommenen Beiträge kamen auf 3,7 Punkte, wobei die Standardabweichung für die abgelehnten Beiträge mit 0,8 deutlich höher ist als für die angenommenen Beiträge ($s=0,3$). Die Gutachterurteile fielen bei den abgelehnten Vorträgen also vielfach uneinheitlicher aus. Die stärksten Abweichungen zeigten sich bei den durchschnittlichen Bewertungen der Kriterien „Bezug zum Tagungsthema/Originalität“ ($s=1,1$) und „Relevanz der Fragestellung“ ($s=1,1$). Bei den angenommenen Beiträgen lagen die größten Abweichungen beim Kriterium „Theoretische Fundierung“ ($s=0,7$).

Das Publikum vergab deutlich schlechtere Noten als die Gutachter

Die Evaluation des Reviewverfahrens sieht den Vergleich der Gutachterurteile mit den auf der Tagung im Anschluss an die Vorträge von den Zuhörern ausgefüllten Bewertungsbögen vor. Während den Daten des Reviewverfahrens pro Vortrag jeweils Urteile von drei Gutachtern zugrunde lagen, erbrachte die Zuhörerbefragung für die einzelnen Vorträge ganz unterschiedliche Werte: Die Spannweite reicht von 7 bis zu 38 ausgefüllten Evaluationsbögen pro Vortrag ($mw=19,9$, $s=8,1$), was auf die weniger und besser besuchten Panel und die unterschiedlich stark ausgeprägte Bereitschaft zur Teilnahme an der Publikumsbefragung zurückzuführen ist. Insgesamt haben die Zuhörer 1.075 vollständig ausgefüllte Vortragsbewertungen abgegeben.

Über Aufnahme oder Ablehnung der eingereichten Beiträge zur Tagung hat ein Ranking entschieden, das mit Hilfe des durchschnittlichen Gesamturteils aus allen drei Gutachterurteilen gebildet wurde. Der Vergleich dieser Gesamtnote (die ursprüngliche Skala für die zu bewertenden

Kriterien reicht von 0 bis 5) mit den Zuhörervoten zeigt, dass das Publikum tendenziell schlechter urteilte (mw= 3,4, s= 1,0) als die Gutachter (mw= 3,7, s= 0,7). Bedingt durch die höheren Fallzahlen streuten die Urteile zudem stärker. Dieses Verhältnis zeigt sich auch auf der Ebene der einzelnen Bewertungskriterien, die von den Zuhörern im Schnitt um 0,2 (Relevanz der Fragestellung) bis 0,5 Punkte (Bezug zum Tagungsthema/Originalität) schlechter bewertet wurden als von den Gutachtern der Abstracts.

Der Vergleich unterschiedlich großer Samples ist problematisch

Auch wenn die Ergebnisse anders ausgefallen wären und den für die hannoversche Tagung ermittelten Zusammenhang zwischen Reviewer- und Zuhörerurteilen erneut bestätigt hätten: Grundsätzlich werden beim Vergleich der Reviewer- und der Publikumsurteile trotz identischer Bewertungskriterien und Skalen zwei unterschiedliche Dinge bewertet. Die Gutachter urteilen auf Basis der schriftlichen Abstracts, die Zuhörer unter dem Eindruck der Präsentation des Vortrages. Die unter diesen Umständen ermittelten Werte können sich also – wenn überhaupt – nur in sehr eingeschränktem Maße gegenseitig validieren. Das heißt allerdings nicht, dass das Verfahren der Zuhörerbewertung nicht auch zur Qualitätssicherung der Vorträge beitragen könnte.

Vielleicht haben die guten Ergebnisse der ersten Evaluation zu viel Sicherheit suggeriert, so dass nicht ausführlich über die Probleme des Verfahrens nachgedacht wurde. Schon rein statistisch gesehen ist ein Vergleich von unterschiedlich großen Samples problematisch. Abgesehen davon ist aber auch die Form des Review- und des Evaluationsverfahrens verbesserungsfähig: Die Abfrage der fünf einzelnen Kriterien hat sich schon in der ersten Evaluation als problematisch herausgestellt, weil sie offensichtlich nicht den Kategorien entsprechen, in denen die Reviewer bzw. die Zuhörer denken und bewerten. Zudem fehlt eine Erläuterung der schlagwortartigen Kriterien, was vor allem für die Zuhörer und weniger routinierte Gutachter problematisch sein kann.

Auf der Hamburger Tagung wurde während der Mitglieder- und der Fachgruppensprecherversammlung eine intensive Debatte über das Für und Wider des Reviewverfahrens als Instrument der Qualitätssicherung geführt. Beispielsweise

hatten die Veranstalter ihre Vorstellungen von der Tagungsgestaltung nicht umsetzen können, da einige inhaltlich einschlägige Beiträge abgelehnt worden waren. Darüber hinaus wurde kritisch angemerkt, dass das Kriterium „Angemessenheit der Methode/Vorgehensweise“ empirische Beiträge systematisch bevorzuge bzw. dass ein Kriterium für alle nicht empirischen Beiträge fehle.

Insgesamt sollte die schlechte Vorhersagekraft der Reviews, die die Evaluation 2005 belegt hat, aber nicht als Argument dienen, um die Abschaffung des Reviewverfahrens zu fordern. Jede Qualitätssicherung ist gut, auch wenn sie nicht optimal funktioniert. Zur Verbesserung wurden auf der Jahrestagung in Hamburg bereits erste Vorschläge gemacht. Zum Beispiel könnten längere Abstracts oder Full Papers besser begutachtet werden. So sind die Abweichungen zwischen Gutachter- und Zuschauerbewertung bei den Beiträgen der offenen Panel, die auf Basis von vollständigen Artikeln bewertet wurden, tendenziell geringer als bei den restlichen Beiträgen. Hilfreich könnte auch ein „Begutachtungs-Leitfaden“ mit einer genaueren Beschreibung der zu bewertenden Kriterien sein. Daran könnten sich auch die Autorinnen und Autoren beim Verfassen ihrer Beiträge orientieren, um die Begutachtung zu erleichtern.

Diskussion muss jetzt zu konkreten Verbesserungsvorschlägen führen

Insgesamt zeigen die beiden bisher durchgeführten Evaluationen des Reviewverfahrens widersprüchliche Ergebnisse. Trotzdem oder gerade deswegen stehen am Ende nahezu identische Schlussfolgerungen: Die Qualität des Reviewprozesses kann auf Basis der vorliegenden Daten und des dahinter stehenden Verfahrens nicht abschließend bewertet werden. Die bisher gemachten Erfahrungen sollten aber in jedem Falle dazu führen, dass die bereits angestoßene Diskussion um die Verbesserung der Qualitätssicherung zu konkreten Vorschlägen führt.

STEFFEN KOLB/WIEBKE LOOSEN



Arnold, Klaus/Neuberger, Christoph (Hrsg.): Alte Medien – neue Medien. Theorieperspektiven, Medienprofile, Einsatzfelder. Festschrift für Jan Tonnemacher. Wiesbaden: VS Verlag, 2005, 377 Seiten.

Averbeck, Stefanie/Kutsch, Arnulf (Hrsg.): Zeitung, Werbung, Öffentlichkeit. Biographisch-systematische Studien zur Frühgeschichte der Kommunikationsforschung. Köln: Halem, 2005, 186 Seiten.

Behmer, Markus/Blöbaum, Bernd/Scholl, Armin/Stöber, Rudolf (Hrsg.): Journalismus und Wandel. Analysedimensionen, Konzepte, Fallstudien. Wiesbaden: VS Verlag, 2005, 270 Seiten.

Bentele, Günter/Fröhlich, Romy/Szyszka, Peter (Hrsg.): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen – Theorien – berufliches Handeln. Mit Lexikon. Wiesbaden: VS Verlag, 2005, 624 Seiten.

Böning, Holger/Albrecht, Peter (Hrsg.): Historische Presse und ihre Leser. Studien zu Zeitungen, Zeitschriften, Intelligenzblättern und Kalendern in Nordwestdeutschland. Bremen: edition lumière, 2005, 362 Seiten.

Böning, Holger/Blome, Astrid: Täglich neu! 400 Jahre Zeitungen in Bremen und Nordwestdeutschland. Bremen: edition lumière, 2005.

Böning, Holger/Jäger, Hans W./Katny, Andrzej/Szczodrowski, Marian (Hrsg.): Danzig und der Ostseeraum. Sprache, Literatur, Publizistik. Bremen: edition lumière, 2005, 348 Seiten.

Büsching, Thilo (Hrsg.): Mediengeschäftsmodelle der Zukunft. Baden-Baden: Nomos, 2005, 251 Seiten.

Döveling, Katrin: Emotionen – Medien – Gemeinschaft. Eine kommunikationssoziologische Analyse. Wiesbaden: VS Verlag, 2005, 340 Seiten.

Eisenegger, Mark: Reputation in der Mediengesellschaft. Konstitution – Issues Monitoring – Issues Management. Wiesbaden: VS Verlag, 2005, 226 Seiten.

Emmer, Martin: Politische Mobilisierung durch das Internet? Eine kommunikationswissenschaftliche Untersuchung zur Wirkung eines neuen Mediums. München: Fischer, 2005, 262 Seiten.

Fischer, Heinz-D./Fischer, Erika J.: Chronicle of the Pulitzer Prizes for History. Discussions, Decisions and Documents. München: K. G. Saur, 2005, 414 Seiten.

Friedrichsen, Mike (Hrsg.): Deutschquote im Radio. Analysen und Positionen in einem klassischen Diskurs der Musikwirtschaft. München: Fischer, 2005, 230 Seiten.

Fröhlich, Romy/Peters, Sonja/Simmelbauer, Eva-Maria: Public Relations. Daten und Fakten der geschlechtsspezifischen Berufsfeldforschung. München, Wien: Oldenbourg, 2005, 296 Seiten.

Fröhlich, Romy/Wutz, Gertraud/Rossmann, Raphael: Einführung in die sozialwissenschaftliche Datenanalyse. Ein multimediales Selbstlernprogramm. Wiesbaden: VS Verlag, 2005, 90 Seiten.

Gehrau, Volker/Bilandzic, Helena/Woelke, Jens (Hrsg.): Rezeptionsstrategien und Rezeptionsmodalitäten. München: Fischer, 2005, 252 Seiten.

Gehrau, Volker/Fretwurst, Benjamin/Krause, Birgit/Daschmann Gregor (Hrsg.): Auswahlverfahren in der Kommunikationswissenschaft. Köln: Halem, 2005, 288 Seiten.

Goldhammer, Klaus/Wiegand, André/Krüger, Ellen/Haertle, Jonas: Musikquoten im europäischen Radiomarkt. Quotenregelungen und ihre kommerziellen Effekte. München: Fischer, 2005, 200 Seiten.

Hafez, Kai: Mythos Globalisierung. Warum die Medien nicht grenzenlos sind. Wiesbaden: VS Verlag, 2005, 252 S.

Hagen, Lutz M.: Konjunkturnachrichten, Konjunkturklima und Konjunktur. Wie sich die Wirtschaftsberichterstattung der Massenmedien, Stimmungen der Bevölkerung und die aktuelle Wirtschaftslage wechselseitig beeinflussen – eine transaktionale Analyse. Köln: Halem, 2005, 432 Seiten.

bücher bücher bücher bücher bücher
bücher bücher bücher bücher bücher

Bücher von DGPUK-Mitgliedern

bücher bücher bücher bücher bücher
bücher bücher bücher bücher bücher

Holtz-Bacha, Christina (Hrsg.): Europawahl 2004. Die Massenmedien im Europawahlkampf. Wiesbaden: VS Verlag, 2005, 312 Seiten.

Hömberg, Walter/Hackel-de Latour, Renate (Hrsg.): Studienführer Journalismus, Medien, Kommunikation (3., völlig überarb. Aufl.). Konstanz: UTB, 2005, 624 Seiten.

Jacke, Christoph: Medien(sub)kultur. Geschichten – Diskurse – Entwürfe. Bielefeld: Transcript Verlag, 2004, 351 Seiten.

Jackob, Nikolaus: Öffentliche Kommunikation bei Cicero. Publizistik und Rhetorik in der späten römischen Republik. Baden-Baden: Nomos, 2005, 353 Seiten.

Jäckel, Michael (Hrsg.): Mediensoziologie. Grundfragen und Forschungsfelder. Wiesbaden: VS Verlag, 2005, 388 Seiten.

Jäckel, Michael/Brosius, Hans-Bernd (Hrsg.): Nach dem Feuerwerk: 20 Jahre duales Fernsehen in Deutschland. München: Fischer, 2005, 152 Seiten.

Jäckel, Michael/Mai, Manfred (Hrsg.): Online-Vergesellschaftung? Mediensoziologische Perspektiven auf neue Kommunikationstechnologien. Wiesbaden: VS Verlag, 2005, 224 Seiten.

Klaus, Elisabeth: Kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung. Zur Bedeutung der Frauen in den Massenmedien und im Journalismus (Akt. u. korr. Neuauflage). Wien: Lit Verlag, 2005, 448 Seiten.

Knieper, Thomas/Müller, Marion G. (Hrsg.): *War Visions. Bildkommunikation + Krieg*. Köln: Halem Verlag, 2005, 434 Seiten.

Kohring, Matthias: *Wissenschaftsjournalismus. Forschungsüberblick und Theorieentwurf*. Konstanz: UVK/UTB, 2005, 340 Seiten.

Kolb, Steffen: *Mediale Thematisierung in Zyklen. Theoretischer Entwurf und empirische Anwendung*. Köln: von Halem, 2005, 336 Seiten.

Kops, Manfred (Hrsg.): *Der Kulturauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks*. Münster: Lit Verlag, 2005, 184 Seiten.



Krone, Jan: *Alle auf Empfang? Kommerzielles Fernsehen und die Ökonomie der Aufmerksamkeit*. Baden-Baden: Nomos, 2005, 340 Seiten.

Lünenborg, Margreth: *Journalismus als kultureller Prozess. Zur Bedeutung von Journalismus in der Mediengesellschaft*. Wiesbaden: VS Verlag, 2005, 240 Seiten.

Mast, Claudia/Spachmann, Klaus: *Reformen in Deutschland. Wege einer besseren Verständigung zwischen Wirtschaft und Gesellschaft*. Wiesbaden: VS Verlag, 2005, 377 Seiten.

Matschke, Manfred Jürgen/Brösel, Gerrit: *Unternehmensbewertung. Funktionen – Methoden – Grundsätze*. Wiesbaden: Gabler, 2005.

Merten, Klaus/Nafroth, Katja/Top, Jasmin (Hrsg.): *Bibliographie Public Relations*. Münster: Lit Verlag, 2005, 336 Seiten.

Perrin, Daniel/Kessler, Helga (Hrsg.): *Schreiben fürs Netz*. Wiesbaden: VS Verlag, 2005, 246 Seiten.

Pörksen, Bernhard: *Die Konstruktion von Feindbildern. Zum Sprachgebrauch in neonazistischen Medien* (2., erweiterte Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag, 2005, 290 Seiten.

Pöttker, Horst: *Abgewehrte Vergangenheit. Beiträge zur deutschen Erinnerung an den Nationalsozialismus*. Köln: Halem, 2005, 270 Seiten.

Quandt, Thorsten: *Journalisten im Netz. Eine Untersuchung journalistischen Handelns in Online-Redaktionen*. Wiesbaden: VS Verlag, 2005, 453 Seiten.

Rössler, Patrick/Scherer, Helmut/Schlütz, Daniela (Hrsg.): *Nutzung von Medienspielen – Spiele der Mediennutzer*. München: Fischer, 2004, 166 Seiten.

Rössler, Patrick: *Inhaltsanalyse*. Konstanz: UVK/UTB, 2005, 300 Seiten.

Roth, Judith: *Internetstrategien von Lokal- und Regionalzeitungen*. Wiesbaden: VS Verlag, 2005, 193 Seiten.

Sarcinelli, Ulrich: *Politische Kommunikation in Deutschland. Zur Politikvermittlung im demokratischen System*. Wiesbaden: VS Verlag, 2005, 329 Seiten.

Scheffler, Ingrid (Hrsg.): *Literatur im DDR-Hörfunk*. Konstanz: UVK/UTB, 2005, 312 Seiten.

Scheufele, Bertram: *Sexueller Missbrauch – Mediendarstellung und Medienwirkung*. Wiesbaden: VS Verlag, 2005, 242 Seiten.

Schmidt, Siegfried J. (Hrsg.): *Medien und Emotionen*. Münster: Lit, 2005, 440 Seiten.

Schramm, Holger/Wirth, Werner/Bilandzic, Helena (Hrsg.): *Empirische Unterhaltungsforschung: Studien zu Rezeption und Wirkung von medialer Unterhaltung*. München: Fischer, 2005, 220 Seiten.

Schütz, Walter J.: *Zeitungen in Deutschland. Verlage und ihr publizistisches Angebot 1949-2004. Teil 1 und 2*. Berlin: Vistas, 2005, 1170 Seiten.

Seufert, Wolfgang/Müller-Lietzkow, Jörg (Hrsg.): *Theorie und Praxis der Werbung in den Massenmedien*. Baden-Baden: Nomos, 2005, 286 Seiten.

Siegert, Gabriele/Brecheis, Dieter: *Werbung in der Medien- und Informationsgesellschaft. Eine kommunikationswissenschaftliche Einführung*. Wiesbaden: VS Verlag, 2005, 287 Seiten.

Sjurts, Insa: *Strategien in der Medienbranche. Grundlagen und Fallbeispiele* (3., überarb. und erw. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag, 2005, 523 Seiten.

Spachmann, Klaus: *Wirtschaftsjournalismus in der Presse. Theorie und Empirie*. Konstanz: UVK/UTB, 2005, 418 Seiten.

Stöber, Rudolf: *Deutsche Pressegeschichte. Von den Anfängen bis zur Gegenwart* (2., überarb. Aufl.). Konstanz: UVK/UTB, 2005, 396 Seiten.

Tenscher, Jens (Hrsg.): *Wahl-Kampf um Europa. Analysen aus Anlass der Wahlen zum Europäischen Parlament 2004*. Wiesbaden: VS Verlag, 2005, 322 Seiten.

Thiele, Martina (Hrsg.): *Konkurrenz der Wirklichkeiten. Wilfried Scharf zum 60. Geburtstag*. Göttingen: Universitätsverlag, 2005, 219 Seiten.

Wienand, Edith/Westerbarkey, Joachim/Scholl, Armin (Hrsg.): *Kommunikation über Kommunikation. Theorien, Methoden und Praxis. Festschrift für Klaus Merten*. Wiesbaden: VS Verlag, 2005, 290 Seiten.

Wilke, Jürgen (Hrsg.): *Die Aktualität der Anfänge. 40 Jahre Publizistikwissenschaft an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz*. Köln: Halem, 2005.

Zeh, Reimar: *Kanzlerkandidaten im Fernsehen. Eine Analyse der Berichterstattung der Hauptabendnachrichten in der heißen Phase der Bundestagswahlkämpfe 1994 und 1998*. München: Fischer, 2005, 230 Seiten.

Zöllner, Oliver (Hrsg.): *Targeting International Audiences. Current and Future Approaches to International Broadcasting Research*. Bonn: CIBAR, 2005, 202 Seiten.

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

Gern auch in Polen oder Russland

15 Fragen an Jens Woelke



Dr. Jens Woelke ist Universitätsassistent am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg

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

Ein geordnetes und erprobtes Studium. Ich hatte mich in Potsdam für das Diplomstudium Sozialwissenschaft eingeschrieben, denn es wurde als Reformstudiengang nach dem Konstanzer Modell hoch gelobt. Leider verliefen die Berufungen nicht optimal, und eine klassische Teilung in Soziologie und Politik- bzw. Verwaltungswissenschaft war die Folge. Zudem fielen Medien- und Medienwirkungsforschung als Themen weg. So kam es, dass ich drei Semester später im Studiengang Publizistik an der FU Berlin von vorn begann.

2 Haben sich diese Erwartungen erfüllt?

Mit dem Wechsel von Potsdam nach Berlin habe ich kleine Seminare, intensive Betreuung und manchmal ungewöhnliche Themen gegen Großveranstaltungen, eine gewisse Anonymität und einen festen Lehrveranstaltungsplan eingetauscht. Dafür konnte ich endlich mein Interesse an Medien- und Medienwirkungsforschung ausleben, es gab eine gültige Studien- und Prüfungsordnung und festes Lehrpersonal. Außerdem verstand ich nun, warum uns ein Chefredakteur des ORB bei einer Exkursion während des Studiums in Potsdam geraten hatte, alles Mögliche, aber auf keinen Fall Publizistik zu studieren, wenn wir Journalisten werden wollten. Aber das wollte ich ja auch nicht.

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

Auch wenn sie mich wegen ihrer harschen Art, ihrer manchmal unfair erscheinenden Kritik oder ihrer unverständlichen Ausdrucksweise im Studium teilweise sehr verärgert haben – im Rückblick waren es genau diese Personen und genau diese Eigenschaften an ihnen, die mich motiviert haben. Und ganz unabhängig davon: Ohne Lutz Erbrings ansteckende Begeisterung für Statistik

und empirische Forschungsmethoden, ohne Armin Scholl, den ich als überaus offenen und sowohl theoretisch als auch methodisch interessierten Wissenschaftler erlebt habe und dessen Betreuung mir die Abschlussarbeit zur Freude werden ließ, aber auch ohne die bereitwillige Unterstützung meines ersten eigenen Experiments durch Barbara Baerns sowie Gerhild Nieding von der TU Berlin wäre ich heute vermutlich nicht in der Wissenschaft.

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

Der damals schon sehr ausgeprägte Massenbetrieb an der Freien Universität Berlin, der hat mich arg irritiert. Aber ich studierte ja in Lankwitz und hatte damit – im Vergleich zu den Juristen – fast schon ideale Bedingungen.

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

Ich kenne niemanden, der mit höchster Freude und freiwillig in den Semesterferien Hausarbeiten schreibt, nächtelang an der Dissertation arbeitet oder später, statt mit seiner Familie Zeit zu verbringen, an der Habilitationsschrift sitzt. Nur stellt man rückblickend doch immer wieder fest, dass man unglaublich viel Neues an Erkenntnissen hinzugewonnen hat. Allerdings: Wenn man sich die Änderungen im Dienstrecht in Österreich anschaut und das Durch- und Nebeneinander unterschiedlichster Laufbahnmodelle, können schon Zweifel am Sinn eines derart langen und vielstufigen Qualifikationsverfahrens aufkommen. Ganz abgesehen von der Frage nach den gesellschaftlichen Kosten.

6 Haben Sie hartnäckig wiederkehrende berufliche Träume?

Darüber, ob ich dasselbe Fach und denselben Beruf wieder angehen würde, wenn ich zum Anfang zurück könnte, habe ich schon nachgedacht. Und immer ist die Antwort: Ja. Fliegen zum Beispiel, das hat mich auch immer fasziniert. Aber als Beruf? Nein. Allerdings würde ich gern eine Zeit in Polen, Lettland oder Estland lehren und for-

schen. Vielleicht auch in den GUS-Staaten, wenn ich meine Russischkenntnisse aktivieren kann. Ja, davon träume ich gelegentlich.

7 Was würden Sie als Wissenschaftsminister Ihres Landes sofort ändern?

Das Reformtempo. Ich würde versuchen, nicht an jeder Ecke zugleich eine Baustelle zu eröffnen. Bologna und das EuGH-Urteil zur Gleichbehandlung von Studienbewerbern aus anderen EU-Ländern sind zwei Vorlagen, die Herausforderung genug sind für die österreichischen Universitäten. Ich befürchte, mit den Uni-Reformen von 2002 und dem radikalen Umbau des Dienstrechts nimmt man die Menschen, die der Universität und dem Fach letztlich ein Gesicht geben, nicht mit.

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

Ich vermag das nicht zu beurteilen. Ich kann nur sagen, dass mir meine akademischen Lehrer bisher jede Freiheit ließen, die Themen zu bearbeiten, die ich für wichtig und entscheidend hielt.

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

Ich denke, unserer Fach zeichnet sich durch eine enorme methodische und theoretische Vielfalt aus. Es soll ja bereits Standorte geben, wo kein einziger Mitarbeiter Kommunikations- oder Medienwissenschaft studiert hat. Bei so viel Transdisziplinarität scheint es mir weniger zielführend, noch mehr Pluralität einzufordern, sondern wichtig, dass man sich disziplinär definiert und identische Kerne findet.

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

Was die Frage des Nutzens für die Gesellschaft betrifft, bin ich mir nicht sicher. Ich bezweifle jedoch, dass die Gesellschaft derzeit besonders interessiert an grundlegendem und kritischem Wissen ist. Und es ist eigentlich nicht Aufgabe einer öffentlichen Institution, Probleme einzelner Medienunternehmen zu lösen.

11 Ist die Kommunikationswissenschaft eine kommunikative Wissenschaft?

Es gehört ja zum Basiswissen des Fachs, dass Kommunikation nicht bei der Informationsabgabe aufhört, sondern auch ein Verstehen braucht. Und da wir wissen, dass dieses Verstehen von der Art und Weise der Mitteilung abhängt, sind wir vielleicht erfolgreicher, uns als kommunikative Wissenschaft darzustellen. Allerdings: Weniger komplex werden weder die Umwelt noch unsere Forschungsmethoden und Ergebnisse – wir werden wohl nach wie vor und vielleicht noch häufiger auf das Vermittlungsgeschick professioneller Kommunikatoren angewiesen sein.

12 Welchen Kongress wollten Sie immer schon einmal organisieren?

„Wie wirklich ist eigentlich der Konstruktivismus?“ Aber so eine Tagung gab es schon – 1992 in Heidelberg.

13 Und welches Buch werden Sie irgendwann einmal schreiben?

Bei der Methodenfachgruppentagung im September wurde bemerkt, ein „Inventar der Bedeutung piktoraler Angebote“, einfacher gesagt ein „Lexikon der Bildzeichen“ wäre hilfreich. Vielleicht haben Bilder doch eine Grammatik und ich dann auch die Sachkenntnis, ihre Logik zu erfassen.

14 Welche Projekte beschäftigen Sie zurzeit?

Mein größtes Projekt derzeit ist, dass mein Sohn nicht irgendwann „Onkel“ zu mir sagt. Denn neben der alltäglichen Lehr- und Prüfungstätigkeit nimmt unser Projekt „Potentialanalyse“ – wir untersuchen, wie soziale Faktoren, Motivationen, aber auch Studienvorleistungen mit dem Studienerfolg zusammen hängen – doch einiges an Zeit in Anspruch. Auch ein spannendes Teleteaching-Seminar beschäftigt mich sehr.

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

Dann nehmen unsere „Große“ und ich unsere Modellflieger und lassen sie über bayrischen Wiesen kreisen – so lange, bis der Bauer kommt, uns mit derben Sprüchen in die Realität zurückholt und „von seinem Boden“ verjagt. ♦

Den „Fragebogen“ beantworten jüngere Wissenschaftler in der DGPK



Mein größtes Projekt derzeit ist, dass mein Sohn nicht irgendwann „Onkel“ zu mir sagt



Farbe der Wissenschaft

Zum Tod von Otto B. Roegele (6.8.1920 – 6.9.2005)

Am 6. September dieses Jahres ist Otto B. Roegele im hohen Alter von 85 Jahren verstorben. Er war 22 Jahre Direktor des Instituts für Zeitungswissenschaft/Kommunikationswissenschaft der Ludwig-Maximilians-Universität in München. Als Initiator einer systematischen journalistischen Berufsforschung, als Förderer einer wissenschaftlich fundierten Journalistenausbildung, als Mitbegründer der Hochschule für Film- und Fernsehen in München ist sein Nachleben in der Geschichte des Faches, jedenfalls was die Münchner Prägung anbetrifft, gesichert. Aber zum Soziogramm dieses engagierten Lehrers, Wissenschaftsmanagers und Förderers des wissenschaftlichen Nachwuchses gehören weitere Facetten, die dieser Zeit eine gewisse spannungsgeladene Farbigkeit verliehen. Petra Dorsch-Jungsberger erinnert sich für „Aviso“ an eine große Persönlichkeit.

Zunächst einmal dominierte in den Gesprächen der Anfangsjahre die Farbe Schwarz. Otto B. Roegele wurde den neu ankommenden Studenten bekannt gemacht als sehr konservativer Katholik. Er war ein Seiteneinsteiger des Faches, seine Studienfächer waren Medizin und Geschichte, und an das Institut berufen wurde er aus der Position des Chefredakteurs der ebenfalls konservativen katholischen Wochenzeitung „Rheinischer Merkur“, für die er aus Gründen der Kompatibilität dann mit Beginn seiner Münchner Professur als Herausgeber fungierte. Auf der Suche nach Belegen für diese schwarze Tönung wurde man jedoch kaum fündig, was von den erfahrenen Studenten und Assistenten damit erklärt wurde, dass er trotz allem ein „badischer Liberaler“ sei – nicht mit den Farben Gelb-Blau, sondern dem badischen Rot-Gelb. Das konnte nur Gutes bedeuten.

Dass ihm das Spiel mit den politischen Farben ein intellektuelles Vergnügen zu bereiten schien, könnte man daran ablesen, dass Roegele zwei „Rote“, den ebenfalls kürzlich verstorbenen Peter Glotz und Wolfgang Langenbacher, zu seinen Assistenten machte, die ihm bei seinen Projekten aktiv zur Seite standen. Das war eine glückliche Wahl – insbesondere, wenn man an das Krisenmanagement von Glotz bei der Institutsbesetzung durch die linken Studenten im Jahr 1968 erinnert. Brigitte Mohnhaupt und Rolf Heisler, die in der späteren RAF – Rote-Armee-Fraktion – an vorderster Front das Establishment bekämpften, hatten vor dem Sozialdemokraten Glotz einen gewissen Respekt. Mit ihm sprachen sie wenigstens. Nicht erwartet hatten sie, dass er mit dem Herrschaftswissen, über das er bezüglich

der Ausstattung des Amerika-Hauses verfügte (in dem das Institut mitresidierte), der Belagerung in den folgenden frühen Morgenstunden mit Hilfe der Polizei ein unblutiges Ende machte.

Die Farbe Schwarz kam dann später doch ins ernste Spiel mit der Wissenschaft. Anlass war der erste Besuch von Johannes Paul II in Deutschland, darunter auch in Bayern. Roegele machte im Rahmen seines Doktorandenseminars den (rhetorischen?) Vorschlag, dass man doch dieses Ereignis wissenschaftlich begleiten und untersuchen sollte. Insbesondere interessierte ihn die Frage, wie die Presse auf diesen von der deutschen Publizistik durchaus kritisch eingeschätzten Pontifex reagieren würde.

Außerhalb der Agenda

Seine Wahl für die Leitung des Projektes fiel auf mich. Diese Ehre brachte mir sicher nicht eine „angemessene“ Katholizität ein. Kirchenpresse, kirchliche Informationspolitik standen weit außerhalb meiner wissenschaftlichen Agenda. Ich wandte daher umgehend ein, dass ich zur Einstimmung in das Thema eines eingehenden Privatissimums in päpstlicher, mindestens jedoch bischöflicher Informationspolitik bedürfe. Mein Eingeständnis der völligen Unwissenheit löste bei Roegele keinerlei Reaktion aus. Zusammen mit zwei Studenten machte ich mich an die Arbeit. Aber die Informationspolitik der katholischen Kirche? Bei der nächsten Begegnung im Foyer des Instituts erneut die Bitte um einen Termin: Herr Roegele schaute mich an, er dehnte den Blick ein wenig in die Länge, drehte sich um und verschwand wortlos in seinem Büro. So geschah

es ein weiteres Mal. Ich war konsterniert und konnte mir darauf keinen Reim machen.

Die „Konfliktpotentiale im Nachrichtenproduktionsprozess“ am Beispiel des Papstbesuches in Deutschland wurden auf der Basis eines komplexen Untersuchungsdesigns herausgearbeitet (Vorher-Nachher-Befragung Münchner Journalisten, Inhaltsanalyse der PR-Materialien und der Presseberichte). Kurze Zeit nachdem Otto B. Roegele der Berichtsband übergeben worden war, erzählte er mir – ja, er erzählte! –, dass er über die Ergebnisse im Rahmen eines Vortrages berichtet habe. Statt einer Veröffentlichung des ganzen Werks wurde eine Kurzfassung für die „Publizistik“ (Heft 2-3/1985) erstellt, in der auch der Name Roegele unter den Autoren ist. Aber die Frage blieb im Raum, warum die Öffentlichkeitsarbeit der Kirche kein Thema sein konnte/durfte.

Neue Ausgangslage

Im August 2004 besuchte ich meinen körperlich schwer leidenden Doktor- und Habilitationsvater in seinem Haus in Bergisch-Gladbach. Sein Geist war ganz auf die Arbeit und das Zeitgeschehen gerichtet. Und dann folgte die Fortsetzung von 1980: Wäre es nicht interessant, Johannes Paul II, den „Medienpapst“, zu untersuchen? Wir plauderten ein wenig über den „Reisepapst“, und Roegele verblüffte mit der trockenen Bemerkung, dass dieser bei jedem Besuch einen Heiligen als Gastgeschenk im Koffer habe. Weitere das Projekt betreffende Ausführungen hielten sich auch diesmal in Grenzen.

Immerhin konnte ich ihm noch im Frühjahr 2005 mitteilen, dass dieses Vorhaben in Vorbereitung sei. Die Ausgangslage unterscheidet sich erheblich von der im Jahr 1980. Damals drängte die Zeit, für intensive Vorarbeiten blieb kaum Raum, einschlägige Quellen zur Kommunikationspolitik der Katholischen Kirche waren nicht bekannt. Bücher über Päpste schienen zu weit vom eigentlichen Erkenntnisinteresse entfernt. Ganz anders nach dem 27-jährigen Pontifikat von Johannes Paul II. Die große Affinität dieses Papstes nicht nur für die Gläubigen seiner Kirche, sondern auch der Dialog mit anderen Glaubensgemeinschaften, die insgesamt 102 Reisen, die er in alle Welt unternommen hat, und die Einblicke in das Leben des Papstes haben eine beträchtliche Zahl von Büchern generiert, darunter auch solche von Autoren aus der Welt des Vatikans. Im Gegensatz zu den meisten anderen Päpsten war es die Poli-

tik von Johannes Paul II, nicht nur als Rollenträger, sondern auch als Person gesehen zu werden. Ein zentrales Thema in den von Theologen, Wissenschaftlern und Journalisten verfassten Kommentaren und Berichten in Buchform ist in der Tat der spezifisch neue Kommunikationsstil dieses Papstes. Insbesondere aus den Insider-Berichten von „I millennari“ und den „Discepoli di verità“ gewinnt man eine Vorstellung davon, wie die politischen und damit auch kommunikativen Verhältnisse innerhalb des Vatikans beschaffen waren und noch sind. Er wird beschrieben als uneingeschränkt autoritär geführte Organisation. Jeder, der dazu gehören will, muss sich ihren strengen Regeln unterwerfen. Das gilt auch für die Kommunikation nach innen und außen. Johannes Paul II, so scheint es, hat seine Energien darauf verwendet, die Beziehungen zwischen Vatikan und Außenwelt zu moderieren. Trotz allen Beharrens auf den von ihm dogmatisch vertretenen Grundwerten war es sein großes Anliegen, einen Beitrag zur katholischen, d. h. universellen Kommunikation zu leisten.

Nach dem Studium dieser neuen Quellen kehrt man unweigerlich zurück zum Jahr 1980 und zum Schweigen darüber, was katholische Kommunikationspolitik sei. Man kann nur spekulieren: War es Roegele darum zu tun, das Projekt über die Papstberichterstattung unbeeinflusst von Informationen über „seine“ Institution Kirche zu lassen? Wollte er den zu erwartenden kritischen Beitrag etwa über die Informationspolitik der Deutschen Bischofskonferenz nicht noch durch fundierte Belege verschärfen und mit Informationen über die tatsächlichen Kommunikationsverhältnisse im Vatikan Interpretationshilfe gewähren, die sich auf die Lesart der Ergebnisse hätten auswirken können? Durchaus denkbar erscheint auch, dass Otto B. Roegele im Sinn hatte, die erste wissenschaftliche Untersuchung wie auch die nun folgende nicht auf einem Grund von schwarzer Farbe entstehen zu lassen, damit sie als Beitrag für die Bestrebungen einer langsamen Öffnung der Kirche umso glaubwürdiger erscheine.

PETRA DORSCH-JUNGSBERGER

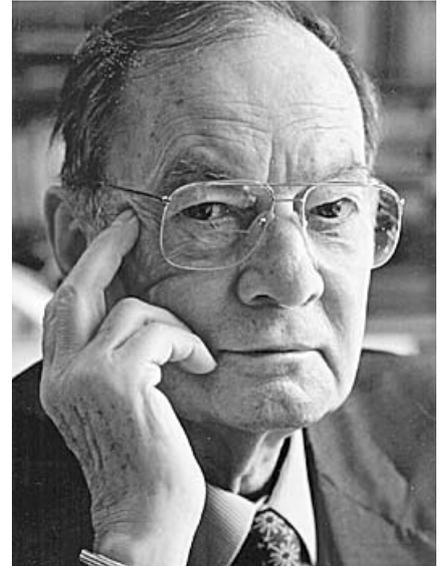


Foto: Rheinischer Merkur

Die Nerven liegen blank

Beim Thema „Ausgrenzung“ geht es um Ressourcen und Stellen

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

Günter Bentele hat Recht, wenn er im Hinblick auf „[d]ie Auslassungen“ von Werner Faulstich in „Aviso“ Nr. 39 schreibt: „Einen Anstoß zur Diskussion von Inhalten und Methoden von Kommunikations- oder Medienwissenschaft geben sie [...] nicht.“ (S. 7) Dazu waren sie sicherlich auch nicht gedacht. Wenn der Beitrag Faulstichs aber etwas Gutes hatte, dann ist es der Anstoß einer Debatte, die zwar weiß Gott nicht neu ist, die aber nicht besser terminiert in die Neuauflage hätte gehen können.

Nicht wenige der Forumsbeiträge legen denn auch den Finger in die Wunde: Es ging und geht bei diesem alten Thema immer schon um Ressourcen und Stellen, um Karrieremöglichkeiten und Forschungsgelder – heute mehr denn je! Was das angeht, so liegen da bei uns allen die Nerven mittlerweile doch sehr blank. Das sind keine guten Voraussetzungen für mehr Gelassenheit und Sachlichkeit.

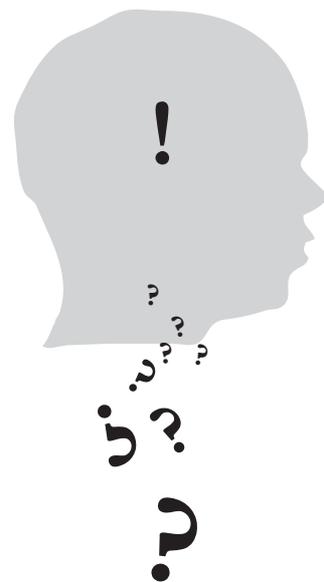
Was mich an der ganzen Debatte vor allem stört, ist diese argumentative „pars pro toto“-Strategie, in deren Mittelpunkt die DGPK steht. Ich will das an einem Beispiel verdeutlichen: Hans-Dieter Kübler schreibt, es gebe in der DGPK Ignoranz und Diskriminierung gegenüber medienwissenschaftlichen Fachvertreter/innen oder auch gegenüber Fachhochschulkolle-

gen. Mehr noch, die DGPK ignoriere ganze FH-Studiengänge und zeige sich diesen gegenüber arrogant. Ich frage mich, wie man sich das vorzustellen hat? Wodurch genau und wie manifestiert sich eine derartige Ignorierung von Seiten der DGPK? In welcher Weise verhält sich die DGPK „arrogant“ gegenüber diesen Studiengängen und ihren Vertreter/innen? Was sind also bitte schön die konkreten „Messgrößen“ für ignoranten und arrogantes Verhalten einer wissenschaftlichen Gesellschaft als *Institution*?

Wenn überhaupt, dann können solche Erfahrungen doch nur auf *individueller* Ebene gemacht werden. Stellt sich also die Frage, ob sich die Repräsentanten der Gesellschaft – also ihr Vorstand bzw. einzelne Vorstandsmitglieder – ignorant oder arrogant verhalten. Das ist grundsätzlich vorstellbar und könnte thematisiert werden.

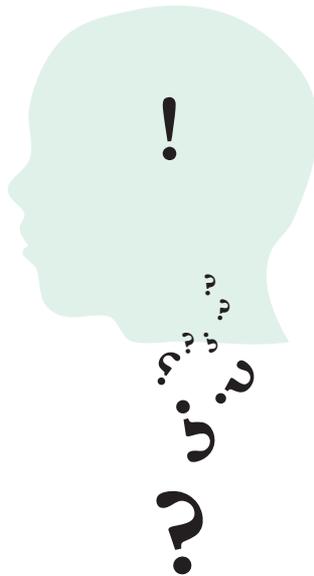
Eine andere Frage wäre, ob es konkrete institutionelle Ausgrenzungsszenarien bei der DGPK gibt, z. B. durch die Nichtaufnahme von Fachhochschulstudiengängen in die Linkliste unserer Homepage oder die Ausgrenzung von FH-Kollegen aus unseren Tagungsprogrammen oder die Zurückweisung von vorgeschlagenen Neumitgliedern. Alles Fehlanzeige. Ich bin nun seit fast acht Jahren im Vorstand der DGPK. Zumindest in dieser Zeit ist mir kein einziger Fall bekannt geworden, in dem es aus disziplinären (inhaltlichen) oder institutionellen (Fachhochschule) Gründen auch nur ansatzweise Diskussionen über die Aufnahmefähigkeit von Vorgeschlagenen gegeben hätte – schon gar nicht im Vorstand!

Wer sich aber in der DGPK nicht einbringt (auch nie zu Tagungen kommt oder keine Vorträge einreicht), der kann auch nicht erwarten,



» Mir sind in unserer kleinen Scientific Community immer wieder erstaunlich viele Menschen begegnet, deren Tendenz zu Verschwörungsszenarien und Minderwertigkeitskomplexen das Normalmaß deutlich überschreitet – und zwar quer über alle disziplinären und institutionellen Scheingrenzen hinweg. «

wahrgenommen zu werden. Dass die DGPuK in ihrem Selbstverständnispapier – das im Übrigen nicht das Selbstverständnis der DGPuK als wissenschaftliche Gesellschaft repräsentiert, sondern jene disziplinären Gegenstände, die die ihr angeschlossenen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler vertreten – den Versuch unternimmt, den



Gegenstand zu bestimmen und zu beschreiben, mit dem sich das Fach, das sie repräsentiert, wissenschaftlich beschäftigt, ist legitim. Das ist notwendig, und das tun andere Wissenschaften auch. Für die Medien- und Kommunikationswissenschaft ist es sogar bedeutend wichtiger als für andere klassische Disziplinen, weil sie eben keinen semantisch eindeutigen Namen trägt wie etwa „Medizin“ oder „Jura“ oder „Informatik“.

Natürlich wird durch dieses Selbstverständnis deutlich, dass andere – nicht weniger spannende und relevante – Fragen der Kommunikation nicht zum Kernbereich unseres Faches zählen. Der DGPuK als *Institution* deshalb vorzuwerfen, sie grenze dadurch in arroganter und ignoranter Art und Weise aus, ist absurd. Mit der gleichen ablehnenden Haltung gegen die Kerndefinition „öffentliche Kommunika-

tion“ könnten dann ja auch Kollegen aus den Bereichen Grafik-Design, Informatik oder Psychologie lamentieren, die DGPuK grenze sie aus, obwohl sie sich mit Kommunikation beschäftigen. Die DGPuK grenzt lediglich dort aus, wo ihr Charakter als *wissenschaftliche* Gesellschaft und damit ihre DFG-Akkreditierung gefährdet ist. Das schlägt sich zu Recht in den erst kürzlich konkretisierten Aufnahmekriterien nieder.

Gefühle und Wahrnehmungen von Ignoranz und Arroganz kommen auf Individualebene vor. Und dabei spielt nicht nur das Verhalten und Handeln jenes Interaktionspartners eine Rolle, von dem die vermeintliche Ignoranz und Arroganz ausgeht, sondern immer auch die Befindlichkeit jenes Interaktionspartners, auf den Ignoranz und Arroganz vermeintlich gerichtet sind. Was das angeht, so sind mir in unserer vergleichsweise kleinen Scientific Community immer wieder erstaunlich viele Menschen begegnet, deren Tendenz zu Verschwörungsszenarien und Minderwertigkeitskomplexen das Normalmaß deutlich überschreitet – und zwar quer über alle disziplinären und institutionellen Scheingrenzen hinweg. Das betrifft gestandene Kommunikationswissenschaftlerinnen und Medienwissenschaftler genau so wie FH-Kollegen und Uni-Kolleginnen.

Wie gesagt, wo es auch um Ressourcen und Stellen, um Karrieremöglichkeiten und Forschungsgelder geht, da liegen eben die Nerven der Menschen blank. Ich halte das für absolut normal, wenn auch für wenig erfreulich. Daraus aber der DGPuK als *Institution* Ausgrenzung, Ignoranz und Arroganz gegen Fachkolleginnen und Fachkollegen vorzuwerfen, halte ich für ignorant und arrogant.

ROMY FRÖHLICH

Qualitative Methode



Lothar Mikos, Claudia Wegener (Hg.)
Qualitative Medienforschung
 Ein Handbuch
 2005, 670 Seiten, Großformat, geb.
 ISBN 3-8252-8314-3
 € (D) 34,90 / SFr 60,40

Es wurde Zeit für dieses Handbuch: Zwar werden qualitative Methoden der Datenerhebung und Datenauswertung in zahlreichen Studien, die sich mit der Nutzung und Aneignung von Medien befassen eingesetzt. Sie können jedoch weder in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft noch in der Medienwissenschaft als etabliert gelten. Umfassend werden sie eher in Disziplinen wie der Erziehungswissenschaft, Psychologie, Sprachwissenschaft und Soziologie eingesetzt. Die qualitative Medienforschung fand über den Bereich der Medienpädagogik ihren Weg in die Kommunikationswissenschaft. So ist es nur konsequent, dass mit Lothar Mikos ein Professor der Hochschule für Film und Fernsehen »Konrad Wolf« in Potsdam-Babelsberg und Claudia Wegener eine Dozentin der Fakultät für Pädagogik der Universität Bielefeld dieses Handbuch gemeinsam herausgeben und 50 ausgewiesene Fachleute aus Medien- und Kommunikationswissenschaft, Pädagogik, Psychologie und Soziologie für die Mitarbeit gewannen.

www.uvk.de



Einspruch!

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

Impressum

Herausgeber:

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

Redaktion:

Gunter Reus (verantw.)
Eva Baumann
Tilo Hartmann, Anne-Katrin Arnold („Debatte“)
Gerhard Vowe (Vorstand)

Layout und Gestaltung:

Gunter Reus

Erscheinungsweise:

Dreimal jährlich

Anschrift der Redaktion:

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

Druck:

Verlagsgruppe Madsack, Göttingen

Der Abgang. Ein Dramolett

Auftritt W. Er trägt ein Schild vor sich her mit der Aufschrift „Distanzierung von Mickey-Mouse-Forschung“. Viel zu laut, viel zu hoch:

„Als Lehrbeauftragter des Fachbereichs ‚Kommunikationswissenschaft‘ der Universität S. möchte ich mich in aller Schärfe von einem Vortrag von Prof. K. distanzieren. [...] Ich halte es für unzumutbar, eine derartige Form der ‚Forschung‘ einer Öffentlichkeit als ‚Werkstattbericht‘ eines Instituts zu präsentieren. Das Niveau am S.er Fachbereich hat mit dieser Powerpoint-Show einen neuen Tiefpunkt erreicht. Ich kann nur hoffen, dass es sich bei dem Vortrag in Wahrheit um ein ethnomethodologisches Krisenexperiment handelte und ich nun das Intendierte tue, wenn ich mich (erneut) an die scientific community wende.“

Raunen im Parkett. In der zweiten Reihe flüstert Micky zu Minnie:

„Komisches Stück. Kennst du den Schauspieler? Übertreibt ein bisschen, oder?“

Von rechts Auftritt Lari Fari Mogelzahn. Großer Hut, entschieden zu große Gesten. Nach seinem ersten Gag auf einer Leuchttafel neben der Bühne die Aufforderung „Bitte lachen!“ Keiner lacht:

„Das Ende der Zeitungswissenschaften naht. Ist W. der Ösi, der in seiner Habil (ein einsinniges Werklein) unter anderem seinem Wirt und Koch für die Unterstützung dankt? Jetzt naht auch noch das Ende der Donaumonarchie, wie? Da sei das Wiener Schnitzel bzw. die Salzburger Nockerln vor!“

Reihe fünf, Dorette Duck zu Daniel Düsentrieb: Also das hab ich jetzt nicht verstanden.

Düsentrieb zu Dorette:

Ich auch nicht. Aber den Darsteller kenn ich, der hat mir immer seine Vorträge geschickt, die ich gar nicht haben wollte.

Dorette, enttäuscht:

Ach der, stimmt, ja, das habe ich auch gekriegt und nie gelesen. Den hätte ich mir aber viel größer und eleganter vorgestellt.

Lari Fari Mogelzahn, jetzt mit überschnappender Stimme, den Beifall der Galerie suchend:

Hier der Link zum Casus...

Das Stück schleppt sich so dahin. Schlechte Texte, schlecht gesprochen. Pfiffe. Am Ende ein doppelter Abgang. Dafür Applaus.

Anderntags ein Verriss im Feuilleton.

GUNTER REUS

Anzeige



HERBERT VON HALEM VERLAG



LUTZ M. HÄGEN
KONJUNKTURNACHRICHTEN, KONJUNKTURKLIMA UND KONJUNKTUR.
Wie sich die Wirtschaftsberichterstattung der Massenmedien, Stimmungen der Bevölkerung und die aktuelle Wirtschaftslage wechselseitig beeinflussen – eine transaktionale Analyse
2005, 432 S., 31 Abb., Broschur
EUR 11,00 / sFr. 14,90
ISBN 3-931606-97-X



VOLKER GEHRAU / BENJAMIN FREYWURST / BIRGIT KRAUSE / GREGOR DASCHIMANN (Hrsg.)
AUSWAHLVERFAHREN IN DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT
2005, 288 S., Broschur
EUR 29,50 / sFr. 49,60
ISBN 3-931606-10-1



EVELYN ENGISSEY
JOURNALISMUS IN FIKTION UND WIRKLICHKEIT. EIN VERGLEICH DES JOURNALISTENBILDES IN LITERARISCHEN BESTSELLERN MIT BEFUNDEN DER EMPIRISCHEN KOMMUNIKATORFORSCHUNG
2005, 444 S., Broschur
EUR 34,00 / sFr. 56,40
ISBN 3-931606-99-6



STEFFEN KOLB
MEDIALE THEMATISIERUNG IN ZYKLEN. THEORETISCHER ENTWURF UND EMPIRISCHE ANWENDUNG
2005, 336 S., Broschur
EUR 30,00 / sFr. 50,40
ISBN 3-931606-05-5



THOMAS KNIEFER / MARION G. MÜLLER (Hrsg.)
WAR VISIONS. BILDKOMMUNIKATION UND KRIEG
2005, 432 S., 160 Abb., Broschur
EUR 32,00 / sFr. 53,40
ISBN 3-931606-85-X

Informieren Sie sich über diese und andere Neuerscheinungen aus 2005 unter <http://www.halem-verlag.de>. Bestellungen sind dank der neuen integrierten Shop-Funktion besonders nutzerfreundlich. Wir liefern ab EUR 20,00 Bestellwert versandkostenfrei innerhalb Deutschlands. Der Herbert von Halem Verlag steht für Qualität im wissenschaftlichen Publizieren. Wir haben Ihr Interesse geweckt? Dann schreiben Sie uns unter: info@halem-verlag.de

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