

Avisio



Informationsdienst der Deutschen
Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Nr. 43

D G P u K

Dezember 2006

LOB UND TADEL

DEBATTE: OSTEUROPA

Blick über alte Grenzen

VON HORST PÖTTKER

Mit Bruchkanten

Russisch-Deutsche Institute in Moskau und Rostow

VON WERNER D'INKA

Hindernisse bei der Recherche

Ukrainische Medien in der Forschung

VON MARINA SVERDEL

„Wahnsinnig viele Pläne“

Journalismus in Sibirien

INTERVIEW MIT JURIJ ERSHOW UND IRINA KORNEWA

Virtual but included in SSCI

EURICOM Institute in Slovenia

BY SLAVKO SPLICAL

DIE LITERATURECKE

NEU ERSCHIENEN

DER FRAGEBOGEN

Ausgefüllt von Katrin Döveling

TAGUNGEN

IN KÜRZE

AUS DEN INSTITUTEN

NACHGEFASST

AUS DEM VORSTAND

EINSPRUCH

2

AVISIERT

3

Manchmal, sagt Jurij Erchow, Dekan der journalistischen Fakultät an der Universität Tomsk, manchmal habe er das Gefühl, die Deutschen beschäftigten sich mehr mit dem Problem der Pressefreiheit in Russland als die Russen selbst. Das ist wohl anerkennend gemeint. Vielleicht schwingt da aber auch ein leiser Vorwurf mit: Warnt nicht immer nur mit dem erhobenen Finger. Helft uns lieber praktisch.

3

4

Unsere Hilfe bei der Etablierung eines kritischen, selbstbewussten und freien Journalismus vor allem in Russland sollte in der Tat eine Selbstverständlichkeit sein. In anderen postsozialistischen Ländern Europas ist es um die Freiheit der Medien besser gestellt; Unterstützung beim Aufbau einer modernen, empirischen Kommunikationswissenschaft oder Journalistik ist aber auch dort geboten. „Internationalisierung“ als Selbstverpflichtung kann nicht nur in eine, die westliche Richtung gehen.

6

8

Horst Pöttker hat für diese „Aviso“-Ausgabe einige Erfahrungsberichte zusammengestellt. Ihnen allen ein gutes Jahr 2007!

IHR GUNTER REUS

11

13

14

16

18

22

23

24

26

28

Anzeige



VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN

www.vs-verlag.de

Undifferenziert

Über Ihren „Einspruch“ habe ich wieder herzlich gelacht. Danke!

Nicht so gefreut habe ich mich über den Themenschwerpunkt „Fachhochschulen“, weil er etwas einseitig und undifferenziert war. Die Fachhochschulen agieren eben nicht nur nach dem platten Motto „so viel Theorie wie nötig, so viel Praxis wie möglich“, sondern etliche Fachhochschulen haben ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Forschung, Anwendung und beruflicher Praxis gefunden. Gerade das Spektrum zwischen anwendungsorientierter Forschung und Auftragsforschung ist hier wichtige Basis für eine berufsfeldbezogene Lehre, die zum

Beispiel nicht nur den Status quo der Praxis reproduziert, sondern nach vorne denkt und Alternativen auslotet.

Die Hauptautorin, Gabriele Goderbauer-Marchner, spiegelt leider nur die bayerische Sichtweise von Fachhochschulen wider: Dort ist in Berufungsverfahren eine wissenschaftliche Basis weitgehend irrelevant – Forschung gehört traditionell nicht zwingend zur Dienstaufgabe der Professoren.

Andere Bundesländer und Fachhochschulen haben ganz andere rechtliche Verpflichtungen und Traditionen. An der Hochschule Darmstadt zum Beispiel wird anwendungsorientierte Forschung gefördert und in Zielvereinbarungen mit Fachbereichen und Professoren (nach W-Besoldung) gefordert. Das Hessische Hochschulgesetz sieht „Forschung und Lehre“ als Dienstaufgabe aller Professoren – egal ob Fachhochschule oder Universität (natürlich mit dem institutionellen Unterschied der Anwendungsorientierung versus Grundlagenorientierung) – und fordert einen regelmäßigen Forschungs- und Lehrbericht auch von FH-Professoren.

Als Gutachter in Akkreditierungsverfahren habe ich andere Hochschulen zum Beispiel in Nordrhein-Westfalen oder Niedersachsen kennengelernt, die ähnlich denken und sich vom skizzierten bayerischen Modell distanzieren würden – und schon gar von der praktizistischen Unternehmer-„Schule“ in Calw. Diese Differen-

zierung ist leider in „Aviso“ nicht zur Sprache gekommen. Mit dieser Ausgabe hat „Aviso“ bestehende Vorurteile erhärtet und kaum zu Aufklärung und gegenseitigem Verständnis beigetragen.

➡ **KLAUS MEIER, DARMSTADT**

Nicht ganz richtig

Wir haben uns sehr gefreut, dass „Aviso“ sich des Themas Fachhochschulen (Ausgabe 42) angenommen hat. Leider sind die Inhalte unseres Studiengangs („Medienwirtschaft und Journalismus“ an der FH in Wilhelmshaven) im Artikel von Gabriele Goderbauer-Marchner nicht ganz richtig wiedergegeben, obwohl sie im Studienführer von Walter Hömberg, auf den sich die Autorin bezieht, korrekt aufgelistet sind. Aus einem Halbsatz über mögliche Berufsfelder für unsere Absolventen hat die Autorin unsere Studieninhalte herausgelesen – was aber nicht dasselbe ist. Auch wenn viele Absolventen der Kommunikationswissenschaften später als PR-Berater arbeiten, heißt das ja nicht, dass PR-Beratung dort ein Studienschwerpunkt ist.

Der Studiengang „Medienwirtschaft und Journalismus“ bildet für das Management von Medienprojekten aus. Deshalb ist er interdisziplinär angelegt; die Studierenden sollen die verschiedenen für Medienprojekte relevanten Fachgebiete kennenlernen. Das Studium ist in sechs Bereiche gegliedert: Medien- und Kommunikationswissenschaften, Journalismus, Wirtschaft (BWL-Grundlagenfächer, nicht nur Marketing), Gestaltung und Statistik/Recht. Diese Bereiche ziehen sich durch das ganze Studium; in jedem Semester wird ein Modul aus jeder der Säulen belegt. Das Studium dauert inkl. fünfmonatigem Praxissemester sieben Semester. Wer Journalist/in werden möchte, kann über 60% der 210 Leistungspunkte in den Gebieten Medien- und Kommunikationswissenschaften sowie Journalismus erwerben.

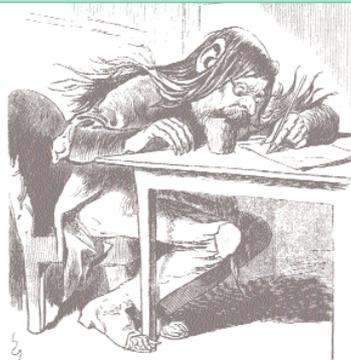
➡ **ANDREA CZEPEK, WILHELMSHAVEN**

Gut und informativ

Die Behandlung der Fachhochschulstudiengänge in der letzten Nummer fand ich gut und informativ. Optimal wäre ein Kasten mit den Web-Adressen der genannten Studiengänge gewesen

➡ **GÜNTER BENTELE, LEIPZIG**

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



Leserbriefe

Blick über alte Grenzen



DE
BAT
TE

Journalistik-Studierende der Staatlichen Universität Tomsk (Sibirien) mit ihrem Dekan Jurij Erchow (links). Auch die folgenden Seiten zeigen Gesichter aus Tomsk.

Vor langer Zeit, als es noch den Eisernen Vorhang gab, war es einfach – man war sich fern und fremd, und man durfte es sein. Besuche waren etwas Exotisches. Heute ist es schwieriger. Man soll sich verstehen, zumindest kennen, und das ist gar nicht so leicht, wie man zunächst gedacht hat. Dabei gibt es für Wissenschaftler, besonders wenn sie mit Medien und Journalismus zu tun haben, viele Möglichkeiten des Kennenlernens und der Verständigung.

Gemeinsame Projekte. Man trifft sich hier oder dort, spricht sich ab, startet voller Elan. Und dann stellt sich irgendwann heraus, dass die andere Seite nicht so gearbeitet hat, wie es vereinbart war. Und noch später stellt man fest, dass das gar nicht am mangelnden Willen oder Vermögen der Partner liegt, sondern bloß daran, dass Wissenschaftler in Russland kraftraubende Nebenjobs brauchen, um über die Runden zu kommen.

Forschung zu Fragen, die Kommunikationsverhältnisse und Mediensysteme in Osteuropa betreffen. Man bemüht sich um die einschlägige Fachliteratur, und dann stellt man fest, dass nur ein Bruchteil ins Englische oder Deutsche übersetzt worden ist, und dass man eigentlich erst einmal Ukrainisch, Ungarisch oder Tschechisch lernen müsste.

Journalistenpreise. Man geht in eine Jury, die unter anderen auch weißrussische Journalistinnen oder Journalisten für ihren Mut zur

Unabhängigkeit auszeichnet und mit einem Praktikum bei einer deutschen Zeitung belohnt. Und dann geht einem durch den Kopf, dass man denen vielleicht auch schaden kann, wenn der an die Macht angeschraubte Präsident Lukaschenko von solchen Bemühungen um die Pressefreiheit in seinem Land erfährt.

Partnerschaften, Studierendenaustausch, Reisen. Man fährt sogar einmal mit der Eisenbahn in die russische Partneruniversität, um das viele Land zu sehen, das dazwischen liegt, und einige seiner Leute kennenzulernen. Und dann kann man kein Ticket für die Rückfahrt durch die Ukraine bekommen und wird wegen eines abgelaufenen weißrussischen Transitvisums nachts aus dem Zug geholt.

Es ist nicht leicht, angesichts solcher Erfahrungen am Bemühen um Verständigung festzuhalten. Aber es gibt Potentiale dafür, zum Beispiel Migrant(inn)en aus der Ukraine, Polen oder Russland, die Mittler sein können. Und es gibt keine Alternative zum Bemühen um Verständigung auch mit Osteuropa, wenn wir auf unserer mittelgroßen deutschen Kulturinsel nicht im Provinzialismus versinken wollen.

Die folgenden Texte präsentieren Möglichkeiten, über die alten Grenzen hinweg an der Verständigung mit Osteuropa zu arbeiten, ohne dass dabei die Schwierigkeiten verschwiegen werden.

HORST PÖTTKER

Prof. Dr. Horst Pöttker lehrt Theorie und Praxis des Journalismus am Institut für Journalistik der Universität Dortmund

Mit Bruchkanten

Russisch-Deutsche Institute in Moskau und Rostow VON WERNER D'INKA

DE
BATE
TE

Werner D'Inka ist Mitherausgeber der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“ und Gastprofessor an der Staatlichen Universität Rostow am Don

Für Jelisaweta Borsenko läuft derzeit alles nach Wunsch. Sie hat eine Stelle in der Redaktion des Magazins „Kto glawnij“ (sinngemäß „Wer gilt etwas“?) gefunden. Und sie hat mit Anfang zwanzig ihr Examen am „Freien Russisch-Deutschen Institut für Publizistik Rostow am Don“ (FRDIP) abgelegt. Das 2002 gegründete Institut an der Staatlichen Universität Rostow (RGU) bietet – ebenso wie das seit 1994 bestehende FRDIP an der Moskauer Lomonossow-Universität – deutschsprechenden russischen Studenten ein Zusatzstudium, das sie mit dem deutschen Medienwesen und den hier praktizierten professionellen Berufsnormen vertraut macht. Etwa 100 Studenten sind derzeit am FRDIP Rostow eingeschrieben. Das im Regelfall sechs Semester dauernde Studium wird ergänzt um Praktika in deutschen Redaktionen. Unterrichtssprachen sind Deutsch und Russisch. Hinreichende Deutschkenntnisse und Interesse am Journalismus müssen in einer Aufnahmeprüfung nachgewiesen werden. Das Studium ist kostenlos, es wird von deutschen Institutionen, Stiftungen und Unternehmen finanziert.

Stipendium und Journalistenpreis

Vielen Moskauer FRDIP-Absolventen hat das Studium den Weg in interessante berufliche Positionen erleichtert, wenn nicht gar ermöglicht. Ei-

ner von ihnen ist Sergej Sumlonny. Ausgestattet mit einem Bundeskanzler-Stipendium der Alexander-von-Humboldt-Stiftung, untersuchte er Anfang 2006 die Wahlkampfberichterstattung deutscher Medien am Beispiel der hessischen Kommunalwahlen. Während seines Aufenthalts in Deutschland veröffentlichte er mehrere Artikel in der angesehenen russischen Wirtschaftszeitschrift „Expert“, einer wurde beim „Petersburger Dialog“ in Dresden mit einem Journalistenpreis ausgezeichnet. Die „Expert“-Redaktion hält so große Stücke auf Sumlonny, dass sie ihn inzwischen als Deutschland-Korrespondenten engagiert hat. Etliche FRDIP-Absolventen arbeiten in deutschen Medienunternehmen in Russland, andere haben es auf Posten in der Öffentlichkeitsarbeit großer Unternehmen gebracht.

Mehr Selbstvertrauen

Moskau kann russischen Nachwuchsjournalisten also allherhand bieten, doch wie aufnahmefähig und -bereit ist der Medienmarkt in Rostow? Zwar erscheinen in der südrussischen 1,5-Millionen-Einwohner-Stadt und in der Region mehr als 100 Zeitungen, senden über 20 staatliche und private Radio- und Fernsehstationen, doch welcher Chefredakteur wartet ausgerechnet auf Journalisten, die ein Zusatzstudium am FRDIP absolviert haben? Die Berufswege der ersten sechs Absolventen, die das FRDIP im September 2006 verlassen haben, geben durchaus Anlass zur Zuversicht. Jelisaweta Borsenko arbeitet für die ambitioniert gemachte Lifestyle-Zeitschrift „Kto glawnij“ und hat eine Kommilitonin gleich mitgenommen. Eine andere schreibt für eine ebenfalls neue Zeitschrift, die sich an Geschäftsleute richtet. Drei Absolventen streben eine wissenschaftliche Laufbahn an.

Schwer zu sagen, ob ihr Weg ohne das Studium am FRDIP anders verlaufen wäre. Zweifellos hat es aber ihr Selbstvertrauen gestärkt. Sie haben eigenständige wissenschaftliche Arbeiten auf Deutsch vorgelegt, und sie haben während ihrer Praktika in Deutschland journalistische Beiträge in einer fremden Sprache veröffentlicht – wer das je versucht hat, weiß, welche Leistung dahintersteckt. In jedem Fall erhalten die FRDIP-Studen-



ten die Chance, zwei Modelle miteinander zu vergleichen. Der russische Journalismus ist bis heute geprägt durch seine Herkunft aus der Literatur, die Journalistenausbildung stark philologisch ausgerichtet. Breiten Raum nimmt die Beschäftigung mit der Geschichte des Journalismus, mit dem Werk großer Publizisten ein. Der Praxisbezug kommt so kurz, dass ein russischer Medienwissenschaftler sarkastisch bemerkte, die Studenten erführen alles über die „Geschichte des vaterländischen Journalismus“, seien aber nicht in der Lage, ein Mikrofon richtig zu halten. Deshalb verwundert es nicht, dass Kurse deutscher Gastdozenten über die neuere sozialwissenschaftliche Journalismus- und Medienforschung, über Publikumsanalysen oder über Medienmanagement auf großes Interesse stoßen.

Andererseits gibt es durchaus Anzeichen für eine Re-Literarisierung im deutschen Journalismus, jedenfalls bei Zeitungen, die im Wettbewerb mit den schnellen elektronischen Bildmedien wieder darauf setzen, Geschichten zu erzählen. Von einer „Konvergenz“ der literarisch geprägten Journalismustradition und der eher sozialwissenschaftlich ausgerichteten neueren deutschen Praxis zu sprechen wäre allerdings zu weit hergeholt. Dass es Gemeinsamkeiten durchaus gibt, hat Julia Uraktschejewa dargestellt. Für ihre FRDIP-Abschlussarbeit griff sie einen Aspekt ihrer Mitarbeit am „Deutsch-russischen Handbuch der journalistischen Genres“ auf, das in Kooperation der Partner-Universitäten Dortmund und Rostow entsteht, und untersuchte, was jeweils unter dem Begriff „Reportage“ verstanden wird. Sie zeigt, dass sowohl in der Theorie als auch in der Praxis die deutschen und die russischen Vorstellungen nahe beieinander liegen.

Schleichwerbung

Schärfer kommen die Bruchkanten im beruflichen Alltag zum Vorschein. Uwe Krüger aus Leipzig hat in seiner (vom FRDIP mit einem Duckkostenzuschuss geförderten) Diplomarbeit empirisch nachgewiesen, dass in Rostower Zeitungen das Trennungsgebot zwischen redaktionellem Inhalt und PR-Material oder Werbung systematisch verletzt wird. Nun kommt es auch in deutschen Lokalzeitungen gelegentlich zu solcher Grenzgängerei, aber jeder Einzelfall wird immer noch als Verletzung einer theoretisch und praktisch anerkannten Norm angesehen. Hingegen würde in Rostow (und in Russland allgemein)

zumindest wegen Schleichwerbung „kein Medium ein anderes an den Pranger stellen. So gut wie alle Akteure sind darin involviert, die Praxis ist normal, und im Prinzip fühlen sich die politisch gleichgeschalteten Medien damit auch ganz wohl“, konstatiert Krüger. Den jungen Russen bei ihren Praktika in deutschen Redaktionen vor Augen zu führen, dass Journalisten nicht nur aus berufsethischen Gründen die Finger von Schleichwerbung lassen müssen, sondern auch aus purem Eigennutz, weil andernfalls ihre Glaubwürdigkeit fadenscheinig wird, trägt durchaus zur Professionalisierung des russischen Journalismus bei.

Werkzeuge der Macht

Muss derlei aus russischer Sicht nicht als fremde Zumutung, gar als Anmaßung empfunden werden? In der Tat werden Stimmen laut, Russland brauche keine Belehrung in Sachen Medienfreiheit und Zivilgesellschaft. Soeben hat die Rostower Pädagogische Universität einem Sprachlektor der Robert-Bosch-Stiftung den Stuhl vor die Tür gesetzt. Andererseits bietet gerade das Dach der Universität den Instituten in Moskau und in Rostow einen gewissen Schutz vor staatlichem Einfluss. Zwar ist es bisher nicht zu entsprechenden Versuchen gekommen, aber auch das neue NGO-Gesetz lässt befürchten, dass Russland unter Putin wirklich auf dem Weg zu einem „bürokratischen Autoritarismus“ (Lilia Shewtsowa) ist. Während das Fernsehen inzwischen strikt auf Kreml-Kurs getrimmt ist, wird bei Zeitungen etwas Leine gelassen – aber nur deshalb, weil im russischen Riesenreich die elektronischen Medien der Schlüssel zur Beeinflussung der Öffentlichkeit sind. Doch „die Macht“ ist jederzeit bereit, die Werkzeuge vorzuführen.

Nach *einem* Kreml-kritischen Kommentar geschehe noch nichts, sagt eine Verlegerin in Rostow. Vielleicht auch nach dem zweiten nicht, aber irgendwann erscheine dann beispielsweise ein Vertreter der Steuerbehörde im Verlag. Freundlich erkundige er sich nach dem Gang der Geschäfte und nach der neuen Druckerei. Sei doch bestimmt teuer, so eine neue Anlage – und man höre, sie sei unter anderem mit ausländischen Krediten finanziert worden. Ihm persönlich sei das ja einerlei, aber es gebe ganz andere, und die hielten derlei für unpatriotisch.

Spätestens dann weiß die Verlegerin, was die Stunde geschlagen hat. ♦

Hindernisse bei der Recherche

Ukrainische Medien in der Forschung VON MARINA SVERDEL

DE
BATE
TE

Marina Sverdel kam vor acht Jahren aus der Ukraine nach Deutschland. Sie hat in Dortmund Journalistik und Anglistik studiert, ein Volontariat beim WDR absolviert und im November 2006 ihre Diplomarbeit über den Transitionsprozess der Medien in der Ukraine abgeschlossen

Der Systemwechsel im östlichen Europa und die Auflösung der Sowjetunion haben es notwendig gemacht, eine wissenschaftliche Diskussion über die demokratische Konsolidierung neu entstandener postsozialistischer Staaten zu führen. Während des kommunistischen Regimes wussten die Westeuropäer über ihre osteuropäischen Nachbarn nur sehr wenig. Das galt auch für die Medienentwicklung in der Ukraine. Anderhalb Jahrzehnte nach dem Zusammenbruch des Sowjetimperiums jedoch ist das Wissen über jenen jungen unabhängigen Staat im europäischen Osten immer noch viel zu gering.

In meiner Abschlussarbeit im Fach Journalistik habe ich mich mit der Pressegeschichte der Ukraine und dem gegenwärtigen Stand der Pressefreiheit dort befasst. Meine Herkunft aus der Ukraine und mein Hintergrundwissen über deren Geschichte und Kultur bieten die Grundlage für eine intensive Auseinandersetzung mit dieser osteuropäischen Gesellschaft.

Ohne Kenntnis der ukrainischen und russischen Sprache wäre die Umsetzung dieser Vorhaben nicht möglich gewesen. Forschungsergebnisse ukrainischer Wissenschaftler werden kaum in eine westliche Sprache übersetzt. Daher ist es kein Wunder, dass in Deutschland zu dieser Thematik ein Wissensvakuum herrscht.

Die Vernachlässigung der ukrainischen Medien in der deutschsprachigen wissenschaftlichen Diskussion liegt in der historischen Entwicklung der Ukraine und in der Entwicklung ihrer Geschichtswissenschaft und Journalistik begründet. Bis vor fünfzehn Jahren existierte kein einheitlicher und unabhängiger

ukrainischer Staat, an dessen politischer Entwicklung sich die Entwicklung der Medien hätte festmachen lassen. In einem zerrissenen Land konnte keine einheitliche Presselandschaft entstehen. Erst nach der ukrainischen Unabhängigkeit 1991 begannen Historiker, neue Forschungsansätze und methodologische Zugänge für die Untersuchung der ukrainischen Presse zu entwickeln. Zuerst galt es, ein glaubwürdiges Geschichtsbild der Medien in der Ukraine und ein neues, nicht-sowjetisches Verständnis von Journalismus aufzubauen.

Während der Sowjetzeit existierte in der Ukraine nur eine schwach ausgebildete Geschichtswissenschaft. Die marxistisch-leninistische Ideologie

der Journalistik verhinderte jede tiefgründige wissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Gesamtbestand der ukrainischen Presse. Ziel war es, den ukrainischen Nationalgedanken zu unterdrücken. Da der Medienkurs für die Sowjetrepubliken zentral von Moskau aus vorgegeben wurde, war die Medienentwicklung in der Ukraine für westliche Osteuropaforscher zu Sowjetzeiten wenig überschaubar. Erst Mitte der achtziger Jahre löste die von Michail Gorbatschow initiierte politische Öffnung eine Welle wissenschaftlicher und publizistischer Veröffentlichungen aus. Sie befassten sich mit den sowjetischen Massenmedien und der Medienpolitik im Rahmen von Glasnost.

Mit der Gründung des Forschungszentrums für ukrainische Periodik 1993 in Kiew erhielt die Wissenschaft eine neue und wertvolle Basis. Nun erst konnte vor allem das bisher unbekannte und unerforschte Material für eine historisch-monographische Analyse zusammengetragen und systematisiert werden. Das

„Zuerst galt es, ein nicht-sowjetisches Verständnis von Journalismus aufzubauen“

erklärt, warum die deutsche Osteuropaforschung bis dahin gar nicht in der Lage war, Erkenntnisse über den ukrainischen Journalismus aus historischer Perspektive zu liefern. Zu den seit 1993 entstandenen, erwähnenswerten Veröffentlichungen über die Geschichte der Ukraine gehören die deutschsprachigen Publikationen von Ernst Lüdemann und Guido Hausmann/Andreas Kappeler sowie die englischsprachigen Aufsätze des kanadischen Ukraineforscher Taras Kuzio. Diese Studien gehen zurück zu den Wurzeln der ukrainischen Nation und stellen die ukrainische Nationalbewegung im historischen Kontext dar. Sie sind allerdings keine pressehistorischen oder journalistischen Publikationen.

Anderthalb Jahrzehnte nach der ukrainischen Unabhängigkeit liegt über die Massenmedien in der Ukraine weder eine historische Untersuchung noch eine aktuelle, umfassende Studie vor. Um einige Lücken in der Fachliteratur zu schließen, habe ich die Entwicklung der Pressefreiheit in der Ukraine untersucht. Ausgangspunkt für die Fallstudie waren die Präsidentschaftswahlen 2004 und die Revolution in Orange. Die Fallstudie präsentiert eine möglichst aktuelle Bestandsaufnahme der ukrainischen Massenmedien und verdeutlicht deren Entwicklungsprozess seit Perestrojka. Während meines Forschungsaufenthalts in Kiew habe ich Interviews mit Journalisten geführt und eine umfangreiche Literaturrecherche betrieben.

Doch wider Erwarten stieß ich auf große Hindernisse. Eine nicht zu unterschätzende Hürde war der eingeschränkte Zugang zu Informationsquellen in den Bibliotheken. Einige in den Katalogen recherchierte Titel lagen zwar vor. Sie konnten mir jedoch nicht ausgehändigt werden. Aufgrund der schlechten Qualität von Buchbindungen durfte ich eine Vielzahl von Publikationen weder im Lesesaal benutzen noch kopieren. Ich war gezwungen, einige Seiten an den Ausgabeschaltern der Bibliotheken zu fotografieren, da ich mir aufgrund fehlender Sitzmöglichkeiten keine Notizen machen konnte. Ukrainische Studenten sind bei ihren Recherchen mit derselben Problematik konfrontiert.

Neben Gesetzestexten basiert meine Fallstudie über den Grad der Pressefreiheit in der Ukraine auf den Publikationen ukrainischer Medienwissenschaftler. Zudem habe ich Berichte ukrainischer Forschungsinstitute und des Medienmagazins „Telekrytyka“ herangezogen. Darüber hinaus sind Veröffentlichungen ukrainischer Ministerien, Staatskomitees und anderer staatlicher Institutionen in die Studie eingegangen – zumindest jener, die mir zur Verfügung gestellt wurden. Denn der Zugang zu einer Vielzahl von offiziellen Daten ist stark reglementiert oder wird von staatlichen Behörden behindert. Ein weiteres Problem ist die Verlässlichkeit der Quellen. Manche Daten über die Struktur des Medienmarktes sind widersprüchlich und können nicht verifiziert werden.

Ohne den Aufenthalt in der Ukraine wäre die Umsetzung der Fallstudie in angestrebter Qualität und Gründlichkeit trotz aller Widrigkeiten nicht möglich gewesen. Die in Deutschland vorhandene Fachliteratur gibt lediglich einen Überblick über die länderübergreifende Entwicklung der

Massenmedien in Osteuropa im Transformationsprozess. Die ehemalige Sowjetunion ist häufig nur mit Beiträgen über den größten Nachfolgestaat der Sowjetunion, Russland, vertreten. Nur wenige Autoren befassen sich mit den ukrainischen Massenmedien in ihren Aufsätzen. Erwähnenswert ist ein Beitrag von Barbara Oertel in der Zeitschrift „Osteuropa“ (1/2003), in dem sie den Entwicklungsstand der Medienlandschaft im Jahr 2003 anreißt. Der russische Journalist Wladimir Medjany ging 1994 in dem von Gerd Hallenberger herausgegebenen Sammelband „Osteuropa – Medienlandschaft im Umbruch“ auf den Medienmarkt in den ersten Jahren der ukrainischen Unabhängigkeit ein. Und der ukrainische Medienrechtler Andrej Schewtschenko beschrieb in einem Beitrag für den Band „Die Ukraine in Europa“ (Wien 2003) relativ aktuell den Entwicklungsstand auf dem ukrainischen Medienmarkt.

Die gegenwärtige und traditionelle Osteuropafor schung beschäftigt sich mit den Entwicklungsprozessen in der Ukraine vorrangig unter wirtschaftlichen, sozialen und innenpolitischen Gesichtspunkten. Hier sei eine aktuelle Publikation des Osteuropa-Experten Heiko Pleines hervorgehoben, in der er die Lage in der Ukraine seit der Präsidentschaft von Viktor Juschtschenko darstellt (Bremen 2006). In einer weiteren Publikation befasst sich Pleines mit der Einflussnahme von Akteuren aus Politik und Wirtschaft in der Ukraine („Osteuropa“ 10/2005). Weitere lesenswerte aktuelle Darstellungen der Ukraine haben Eberhard Schneider (Wiesbaden 2005) sowie Juliane Besters-Dilgers/Irma Oswald (Wien 2003) vorgelegt.

Seit Februar 2006 geben die Forschungsstelle Osteuropa der Universität Bremen und die Deutsche Gesellschaft für Osteuropakunde in kontinuierlichen Abständen Hintergrundanalysen über die Ukraine heraus. In die Veröffentlichung ist bisher kein Beitrag über die Entwicklung des ukrainischen Mediensystems eingegangen. ♦



„Wahnsinnig viele Pläne“

Journalistik in Sibirien: Interview mit Jurij Erchow und Irina Kornewa

DE
BATE
TE

Jurij Erchow ist Dekan der Fakultät für Journalistik an der Staatlichen Universität Tomsk (Sibirien).

Irina Kornewa hat dort studiert und arbeitet seit einem Jahrzehnt in Tomsk als Journalistin. Sie organisiert von russischer Seite aus seit 2005 ein Kooperationsprogramm der Fakultät mit dem Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung (IJK) der Hochschule für Musik und Theater Hannover.

„Aviso“ stellte Erchow und Kornewa in getrennten Interviews die gleichen Fragen. Ihre Antworten werden hier zusammengefügt.

Aviso: *Die deutschen Medien verfolgen sehr kritisch, welche Entwicklung die Pressefreiheit in Russland nimmt. Wo steht Russland heute? Ist das Land noch auf einem demokratischen Weg?*

Erchow: Manchmal habe ich das Gefühl, dass die Deutschen sich mehr mit dem Problem der Pressefreiheit in Russland beschäftigen als die Russen selbst. Es ist nicht alles so einfach, so eindeutig. Eigentlich reicht es dem Präsidenten, die Kontrolle über die wichtigsten Fernsehsender zu haben, damit man die Gehirne der Bevölkerung erreichen kann. Und in der Provinz hängt der Grad der Freiheit von der Regierungsweise des jeweiligen Gouverneurs ab. Das kann man am Beispiel der Tomsker Region sehen, wo der Gouverneur ziemlich liberal ist, wo die Journalisten überhaupt keinen Druck spüren. Und schon in der Nachbarregion ist der Gouverneur ziemlich strikt und übt richtig Druck aus, so dass es fast gar keine Pressefreiheit gibt.

Kornewa: Die Situation hat sich sozusagen geteilt – in die Situation in Moskau und die Situation in Russland. Die Moskauer Medien kamen ziemlich schnell nach und nach unter die Kontrolle der Macht. Die Provinz aber ist weit von Moskau entfernt und ist sozusagen regional geschützt vor der direkten Kontrolle durch Putin. Aber da sind natürlich die Gouverneure und Bürgermeister, und Putin hat es verstanden, mit ihnen eine vertikale Macht aufzubauen. Und deswegen versuchen jetzt auch die Gouverneure, die Presse zu kontrollieren.

Aviso: *Das heißt, der Druck ist inzwischen doch in der Provinz angekommen.*

Kornewa: Ja, genau. Aber es gibt verschiedene Arten von Druck. Direkte Zensur existiert nicht. Die Informationen, die Journalisten schreiben, kommen schon in die Zeitungen. Aber es wird einfach von unseren Geheimdiensten gesammelt... oder sogar von Putin, man weiß es nicht.

Aviso: *Was kann einem Journalisten dann passieren?*

Kornewa: Etwas Ernstes kann nicht passieren. Aber du hast dieses Gefühl, dass man dich zu führen versucht. Ich habe das schon zu spüren bekommen. Bevor in Tomsk der Gipfel mit Merkel und Putin stattfand, gab es eine Diskussion, ob man das Denkmal von Lenin mitten in der Stadt entfernen soll oder nicht. Ich habe einen Artikel darüber geschrieben, auf Deutsch in der „Moskauer Deutschen Zeitung“. Wurde auch gedruckt. Und irgendwann nach ein paar Monaten habe ich in der Regionalverwaltung einen Bekannten gesehen, der in der Öffentlichkeitsarbeit



tätig ist. Und der hat gesagt: Wie konntest du nur so etwas schreiben, dieser Artikel ist vom Geheimdienst entdeckt und übersetzt worden. Und jetzt liegt er auf dem Tisch von unserem Gouverneur. Und der Gouverneur war natürlich total unzufrieden. Er hat mich aufgefordert, nie wieder so etwas zu schreiben.

Aviso: *Das heißt, es gibt über dich ein Dossier.*

Kornewa: Ja, ein Dossier.

Aviso: *Sprechen Sie in der Ausbildung über solche Konflikte und politischen Zwänge?*

Erchow: Ich kann nicht für alle Kollegen sprechen. Aber ich weiche diesen politischen, kritischen Themen überhaupt nicht aus. Das letzte

Beispiel war der Tod von Anna Politkowskaja, den ich auch in den Vorlesungen mit Studenten besprochen habe. Das ist eine ziemlich komplexe Sache, denn man versucht natürlich als Dozent, die Prinzipien der Journalistik zu lehren. Und dann kann es sein, dass die Studenten an eine Zeitung geraten, wo ganz andere Prinzipien herrschen. Und man muss dann versuchen, die Studenten irgendwie zu schützen.

Aviso: *Wie sieht es denn aus mit den beruflichen Möglichkeiten von Journalisten? In Deutschland werden die Stellen in den klassischen Medien zunehmend rarer, während in der PR-Branche viele neue Arbeitsplätze entstehen. Ist das in Russland auch so?*

Erchow: Leider ja, es gibt diese Entwicklung. Und das spüren wir in der Hochschulausbildung.



Russland hat auch das Bologna-Abkommen unterschrieben, und wir führen jetzt das Zwei-Ebenen-Studium mit Bachelor und Master ein. Dabei will man Journalistik-Studiengänge ziemlich reduzieren und eigentlich nur Öffentlichkeitsarbeit bestehen lassen. Aber die Hochschulen wehren sich und wollen gegen das Ministerium kämpfen, denn in mehr als 60 Universitäten Russlands wird Journalistik als Fach gelehrt. Und das sind nicht die schlechtesten Universitäten.

Kornewa: Einer der Gründe, warum die Zeitungen bei uns ihre Qualität verlieren, ist natürlich, dass die Pressefreiheit beschränkt ist, mehr oder weniger, und talentierte Journalisten gehen einfach weg. Wir haben jetzt zum Beispiel einen Pressesprecher beim Gouverneur. Vor zehn oder

fünfzehn Jahren war er ein ganz, ganz talentierter Journalist. Er hat kritische Artikel geschrieben, er war immer so oppositionell. Aber natürlich konnte er sich hier nicht weiterentwickeln. Er musste jedes Jahr über Weihnachtsmärkte schreiben oder über die Jahresrede des Gouverneurs oder so etwas. Und dann kann man auch nicht gut verdienen in Zeitungen, egal ob in Tomsk oder Moskau. So. Und wenn du schon eine Familie hast und natürlich etwas verdienen willst, dann gehst du eben in eine andere Richtung und wirst z. B. Pressesprecher des Gouverneurs.

Aviso: *Kommt es auch vor, dass der Gouverneur oder ein Bürgermeister versucht, kritische Journalisten einfach wegzukaufen?*

Irina: Das gibt es. Ich habe in einer Zeitung gearbeitet, in der „Tomsker Woche“, und da war ein Journalist, der viele kritische Sachen geschrieben hat über den Gouverneur. Das waren tolle Artikel, ironisch, professionell und intelligent geschrieben. Und jetzt arbeitet er beim Gouverneur. Wir sagten damals, er wurde einfach verkauft.

Aviso: *Tomsk liegt weit hinter dem Ural, 3500 Kilometer von Moskau entfernt. Die Stadt war lange „verboten“, Ausländer durften sie nicht betreten. Heute suchen Sie intensiv internationale Kontakte. Was ist an Ihrer Universität anders als zum Beispiel in Moskau, St. Petersburg oder Rostow?*

Erchow: Erstens ist es eine junge Fakultät. Und deswegen ist sie nicht so konservativ und nicht so „gestanden“ wie die anderen, sondern man hat auch Mut zu Veränderungen. Natürlich ist es für uns auch ein Nachteil, dass wir jung und klein sind. Man hat nicht genug Dozenten, die die Fakultät nach vorne bringen. Wir haben wahnsinnig viele Pläne, neue Fächer einzurichten, aber einfach nicht genug Menschen dafür.

Aviso: *Was sind das für neue Fächer?*

Erchow: Seit vielen Jahren hegen wir den Gedanken, Medienmanagement anzubieten. Nächstes Jahr kommen Online-Journalismus und Web-Design ins Programm. Durch einen Glücksfall haben wir dafür einen „Grant“ gewonnen.

Aviso: *Und wo sind fachliche Defizite?*

Kornewa: Die Fakultät braucht jetzt vor allem junge Dozenten und solche, die Journalistik anders unterrichten können. Es gibt bei uns ein Fach „Geschichte der internationalen Presse“. Die Dozentin, die das unterrichtet, erzählt ein-

fach über die Zeitungen, die in Deutschland z. B. in den 80er Jahren erschienen sind. Aber das ist fast 20 Jahre her!

Dann brauchen wir wahnsinnig viel Praxis. Viele Dozenten, die jetzt unterrichten, waren nie Journalisten, die haben nie praktisch gearbeitet. Aber die Fakultät fängt an, das zu ändern. So kommt jetzt eine Redakteurin von einer großen Zeitung und unterrichtet auch etwas Medienmanagement. Oder ein Politikredakteur hat einen Lehrauftrag. Aber das ist wirklich ganz neu.

Natürlich braucht man in Russland auch so ein Fach wie Medienrecht, was es in Russland gar nicht gibt. Und mein Traum ist es, dass die Dozenten vom IJK das bei uns unterrichten. Die können Kenntnisse nach Tomsk bringen. Ihr habt momentan für uns einfach, wie kann ich sagen, exklusive Kenntnisse. Traditionell forschen die russischen Dozenten gern in der Vergangenheit der Journalistik. Und die westlichen Dozenten versuchen, wirklich den heutigen, den Jetzzeitstand der Journalistik zu erforschen. Das ist sehr, sehr, sehr wichtig.

Aviso: *Auf der anderen Seite liegt eine Stärke der russischen Journalistik in ihrer philologischen Tradition. Man legt viel Wert auf Sprache, man begreift Journalismus als Teil der Literatur. Das können wir sicher von euch lernen, diese Sensibilität für die Sprachausbildung.*

Kornewa: Das ist klar. Es stimmt, dass der Journalismus in Russland wirklich ein Teil der Literatur ist. Und das verstehen nicht nur die Leser, sondern das verstehen auch die Journalisten so. Sie sehen sich als Literaten. In den 90er Jahren wollten viele russische Journalisten allerdings das amerikanische Journalismussystem übernehmen, und zwar als Teil der Politik, als etwas Handwerkliches und nicht Literarisches. Damals gab es wahnsinnig viele Seminare; Menschen aus Amerika kamen nach Russland und haben ihren Kollegen dort beigebracht, wie man Journalistik auf amerikanisch macht. Ich habe selbst an zehn solcher Seminare in Moskau teilgenommen. Aber irgendwann wurde klar, dass die Menschen einfach nicht so arbeiten wollen. Und unsere Leser wollen oder können so etwas auch nicht lesen.

Aviso: *Kam die Entwicklung denn zu schnell? Oder glaubst du, dass die Menschen in Russland generell mit einem politisch ausgerichteten Informationsjournalismus wenig anfangen können?*

Kornewa: Ich glaube, wir hatten und wir haben einfach immer noch diese andere Tradition. Für

uns war Journalismus immer etwas Literarisches, du hast absolut Recht. Und dieses andere System, viel mehr Information, ohne Kommentierung, einfach ohne gute Erzählung, einfach ohne gute Sprache, ohne gute literarische Sprache... die Leute wollen das nicht lesen. Die amerikanischen Journalisten versuchten mit unseren Journalisten auch neue Zeitungen aufzubauen. Aber diese Blätter waren überhaupt nicht erfolgreich. Ich glaube, jetzt gibt es nur noch eins davon, in St. Petersburg.

Aviso: *Das IJK in Hannover und die Fakultät für Journalistik in Tomsk stehen seit zwei Jahren miteinander in Kontakt. Es gab einige Begegnungen von Studenten und Dozenten, zwei gemeinsame journalistische Produktionen und auch ein wissenschaftliches Forschungsseminar. Wie wird es weitergehen?*

Erchow: Es wird sich in den nächsten Jahren von selbst entwickeln. Die wichtigste Grundlage ist die journalistische Praxis, das hat schon der Film gezeigt, den die IJK-ler in Tomsk gedreht haben. Und die Interviews mit Russland-Deutschen, die die Tomsker Studenten in Hannover geführt haben. Dann werden wir gemeinsame Seminare auf die Beine stellen, nicht nur für Studenten, sondern auch für die Dozenten. Am besten wären natürlich Veranstaltungen für die jungen Dozenten, die das Neue wie ein Schwamm in sich aufsaugen können. Und drittens die wissenschaftlichen Publikationen. Möglich, dass wir gemeinsam an einem Werk arbeiten, möglich auch, dass die deutschen Kollegen ihre Arbeiten nach Tomsk schicken und dort publizieren oder umgekehrt.

Und noch eine interessante Sache sind Lehrbücher. Wir haben schon Lehrbücher aus dem Ausland, die ins Russische übersetzt worden sind. Aber das sind nur amerikanische Bücher, keine deutschen. Es wäre jetzt ein sehr interessanter Schritt und ein gewagter Schritt, Bücher aus Deutschland zu übersetzen. Lehrbücher.

Alles das zusammen ist so ein Meer von Arbeit, dass Irina und ich das zu zweit natürlich nicht bewältigen können. Und deswegen sehe ich eigentlich in Zukunft so ein kleines russisch-deutsches Institut in Tomsk, das den Austausch einfach viel kontinuierlicher organisieren kann.

Aviso: *So wie in Moskau und in Rostom..*

Erchow: Njet. Besser.

INTERVIEW: GUNTER REUS

Virtual but included in SSCI

EURICOM Institute in Slovenia VON SLAVKO SPLICHAL

EURICOM ist eine wichtige Brücke zwischen Kommunikationswissenschaftlern aus Osteuropa und dem Westen. Bei den internationalen Kolloquien im Küstenort Piran kann man sich in ebenso produktiver wie entspannter Atmosphäre austauschen. Slavko Splichal bezeichnet EURICOM als virtuelles Institut, weil es keinen festangestellten Stab hat. Aber seine englischsprachige Zeitschrift „Javnost – The Public“ hat etwas erreicht, von dem deutschsprachige Fachzeitschriften der Kommunikations- und Medienwissenschaft bisher nur träumen: Sie wird im S(ocial) S(cience) C(itation) I(index) geführt.

The European Institute for Communication and Culture (Euricom) is an international non-profit organization founded by six communication scholars from different countries (Andrew Calabrese, Hanno Hardt – now President of the Board, Nicholas W. Jankowski, Colin Sparks, Slavko Splichal – at present director of the Institute, and Michael Traber) and registered under the Slovenian law. Euricom was established with the aim to further research collaboration and publication in the general areas of mass communication, media studies, and cultural studies.

In keeping with its unique position, bridging two parts of the formerly divided Europe, Euricom is particularly concerned with the relationship of the mass media to issues of democracy and democratization. The activities of the Institute include:

-) Research in the fields of communication and culture;
-) Organization of Communication and Culture Colloquia and educational programs in the fields of communication and culture;
-) Publications;
-) Consultancies on problems of communications development;
-) Organizing networks to link researchers, research users, and experts in the fields of communication and culture.

The Institute functions on the basis of projected work. Its programs are approved by the Board. The activities of the Institute are financed through founding shares, grants, subsidies and other contributions by founders and other per-

sons and organizations and interested branches of governments. In fact, EURICOM as a legal person is a „virtual institute“ – there are no full-time employees in the Institute. However, its activities expand far beyond the virtual space, and that's particularly obvious from its two main spheres of activity: organization of the Colloquia on Communication and Culture, and publishing activities.

Before its formal foundation in 2002, „Euricom“ (i. e. scholars who later founded it) started to organize annual Colloquia dedicated to specific



topics within the general theme of the mass media and democracy under the auspices of the Faculty of Social Sciences, University of Ljubljana. The first Communication and Culture Colloquium was organized in 1987 and discussed „The Role of the Media in the Cultural, Socio-political, and Economic Frames of Democratic Industrial Societies“. Over twenty colloquia followed until

DE
BAT
TE

Prof. Dr. Slavko Splichal lehrt Kommunikationswissenschaft an der Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität Ljubljana (Slowenien)

today; mostly in collaboration with universities and international organizations such as World Association for Christian Communication (WACC) and International Association for Media and Communication Research (IAMCR). Most of them took place in Slovenia with the support of local grants, but many were organized in other countries such as Italy, the UK, the Netherlands, Finland, and the USA.

The Colloquia are usually limited to around 25 participants from around the world invited to present papers. The advantage of Euricom colloquia in comparison to similar meetings is that papers are focused on a clearly defined theme, which allows for intense and exhaustive discussion after presentations of papers. In addition, the organizers attempt to ensure that each year there are both elements of continuity from previous events and that there is participation of new people and fresh ideas.

Another distinguishing trait of the colloquia is that there is always a public outlet for the event. The proceedings of the colloquia have been regularly published in book form or as a special issue of a journal. In 1990, Euricom organized the colloquium on „Information Society and Civil Society“ prior to the 1990 IAMCR Conference in Bled, Slovenia. The book published after the colloquium (Information Society and Civil Society, Purdue University Press, West Lafayette 1994) opened another venue of Euricom activities. On many occasions, Euricom colloquia gave an impetus to book projects. Eventually, these efforts resulted in the book series „Euricom Monographs: Communicative Innovations and Democracy“ established in cooperation with the US publisher Hampton Press under the editorship of Nicholas W. Jankowski.

Euricom decided to launch this series due to the increasing impact of new forms of communication on democratic institutions and the public sphere. Publications of Euricom Monographs ought to consider internet-based discussions and political discourse, politics and political action online, teledemocracy initiatives and e-voting, implications of the digital divide for public discourse, online media as arenas for public information and debate, community networks and community development, and broader theoretic-

ally relevant topics. Studies published in the series are concerned with advancements in democratic theory, and are grounded in empirical investigations of recent communicative innovations. Although the primary objective of Euricom Monographs is to contribute to intellectual understanding of transformations in the democratic process, it is also meant to contribute to improved political practice, policy and action.

The flagship of the institute is its publication „Javnost – The Public“, established in 1994 as an interdisciplinary journal in the social sciences which addresses problems of the public sphere on international and interdisciplinary levels, stimulates the development of theory and research in the field, and helps understand and bridge the differences between different cultures. „Javnost – The Public“ is published quarterly by the University of Ljubljana, Faculty of Social Sciences, for EURICOM. The editor is Slavko Splichal. The journal is included in Social Sciences Citation Index and over 15 other bibliographical indexes and abstract banks.

The major part of each issue is devoted to a specific theme, whereas the remainder of the issue is reserved for manuscripts centered on general topics. The journal also carries book reviews, essays, research reports, and commentaries. During the thirteen years, the journal covered a number of resounding topics including communication, freedom and change; public service broadcasting (colloquia covered issues like accountability of public service media, their role and contribution towards change in democratic societies and societies in transition in East-Central Europe, South-East Asia and China, and digitalization of broadcasting in Europe); new developments in journalism; the importance of communication for class relationships; public opinion and political representation; perspectives of small-scale media and community media; tabloidization of the media; globalization of media and media policies; popular culture as political communication; media (in) war and peace; democratic rhetoric and duty of liberation; transformations in the public sphere(s) and the development of a European public sphere; E-networks and democratic life; „forgotten“ communication scholars, and many others. ◆

EURICOM

The European Institute for
Communication and Culture,

Kardeljeva ploščad 5,
1000 Ljubljana, Slovenija

Phone: 003861 5805 242

Fax: 003861 5805 106

Website: <http://www.euricom.si>

E-mail: Euricom@telemach.net

Der besondere Vortrag:

Im Rad der Fortuna

von Gerhard Vowe

[...] Auf der Mitgliederversammlung 1997 hat man mich zum Sprecher der FG mit dem längsten Namen gewählt: 19 Silben! Klaus Beck wurde Stellvertreter. Ich kann mich an die gequälten Gesichter der Kollegen noch gut erinnern. Aber einen Sammy brauchte die Fachgruppe. Und so viele Dienstbeflissene, äußerlich Pumperlgsunde und Kompromiss-Stiefel gab es nicht.

Nun brach ein anderes Leben an: ich war „Fachgruppensprecher“. Vorbei die Zeit, als man unerkannt über die Jahrestagung huschen musste. Nun war man wer. Wenn man durch das Foyer des Tagungsgebäudes schlenderte, zu Vorträgen brauchte man ja nun nicht mehr gehen, bei eigenen brauchte man sich auch nur noch am Anfang und am Ende kurz zeigen, also wenn man dann so flanierte, hörte man die Fremden aus anderen Wissenschaften flüstern: „Wer ist das?“ Und die

Eigenen gaben Auskunft: „Der Fachgruppensprecher der CÖK!“ Ja, das tat gut. Man wurde plötzlich um Rat gefragt: Man brauche da eine SHK mit 4 Stunden im Monat, die einem dieses Mailen und so abnehmen könne und so, ob man da jemanden kenne? Mütter brachten einem ihren Halbwüchsigen, der konnte sich mit Computern aus, ob man da etwas tun könne, eine Professur vielleicht? Am besten für Atari, mit besonderer Berücksichtigung von Tennis.

Ja, man hatte jetzt Einfluss. Ich machte reichlich davon Gebrauch, wer wusste, wie lange man im Rad der Fortuna oben saß, vielleicht gab es bald eine FG „Mobile computervermittelte öffentliche Kommunikation“ mit 22 Silben und dann vielleicht „Automobile ...“ – und schon war man nicht mehr topp und abgemeldet. So weit zur Gründung. Seitdem ist viel passiert. [...]

Aus: „Zehn Jahre ‚Computervermittelte (Öffentliche) Kommunikation‘. Dinner Speech zum zehnjährigen Geburtstag der Fachgruppe ‚Computervermittelte Kommunikation‘ der DGPK in Karlsruhe am 2.11.2006. Der gesamte Vortrag ist im Internet nachzulesen unter www.dgpuk.de/jg_cvk/

Das besondere Gedicht:

Souffleure in Rage

von „den Gender-Forscherinnen“

Es war einmal ein Souffleur,
der wollte vor allem Gehör:
„Mit den Medien steht's schlecht“,
flüsterte er selbstgerecht.
„Schuld daran sind die Frauen,
die bevorzugt Seichtes schauen.“

Nicht nur eine Frau vom Fach
denkt ganz kühl genauer nach:
„Unterhaltung – Boulevard
sind doch gar kein Zwillingsspaar.
Unterhaltung – Information
auch nicht stets Opposition.“

Hätte er besser nachgelesen,
statt mit derlei kruden Thesen
aus dem Kasten sich zu wagen.
Doch schwer muss es am Ego nagen,
wagt mal eine Widerspruch
und den Hinweis auf ein Buch.

Aus dem Souffleur im Rampenlicht
bricht es heraus, sein Gedicht:
„Welch ein Graus sind Gender Studies,
finden ich und meine Buddies!“
Kaum jemand spendet noch Applaus,
Vorhang zu, Lichter aus.

Das Gedicht ist eine Reaktion aus der Fachgruppe „Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht“ auf eine Passage in dem Buch „Die Souffleure der Mediengesellschaft“ von Weischenberg/Malke/Scholl. Darin heißt es auf S. 17: „Aus der Perspektive von Frauen erfährt die Boulevardisierung sogar eine unerwartete Legitimation, wenn Gender-Forscherinnen aus der Kommunikationswissenschaft kühl feststellen, das Gegenteil von Information sei nicht Unterhaltung, sondern Desinformation, und das Gegenteil von Unterhaltung sei Langeweile. Da vor allem Frauen Unterhaltung zu goutieren wüssten, könne sie grundsätzlich nicht schlecht sein, und man solle sich nicht so haben mit der Kritik am Infotainment.“

Baldi, Paolo/Hasebrink, Uwe (Hrsg.): Broadcasters and Citizens in Europe. Trends of Media Accountability and Viewer Participation. Bristol: Intellect, 2006, 116 Seiten.

Bentele, Günter/Deutscher Fachjournalisten-Verband (Hrsg.): PR für Fachmedien. Professionell kommunizieren mit Experten. Konstanz: UVK, 2006, 468 Seiten.

Bentele, Günter/Großkurth, Lars/Seidenglanz, René: Profession Pressesprecher. Vermessung eines Berufsstandes. Berlin: Helios Media, 2005.

Berns, Margie/de Bot, Kees/Hasebrink, Uwe (Hrsg.): In the Presence of English. Media and European Youth. New York: Springer, 2006, 161 S.

Bökelmann, Frank/Mahle, Walter A./Macher Gerd/Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München: Hörfunk in Deutschland. Rahmenbedingungen und Wettbewerbssituation. Bestandsaufnahme 2006. Berlin: Vistas, 2006, 300 S.

Bösch, Frank/Borutta, Manuel (Hrsg.): Die Massen bewegen. Medien und Emotionen seit dem 19. Jahrhundert. Frankfurt: Campus, 2006, 412 S.

Bösch, Frank/Frei, Norbert (Hrsg.): Medialisierung und Demokratie im 20. Jahrhundert. Göttingen: Wallstein, 2006, 279 Seiten.

Branahl, Udo: Medienrecht. Eine Einführung. 5., vollst. überarb. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag, 2006, 312 Seiten.

Burkhardt, Steffen: Medienskandale. Zur moralischen Sprengkraft öffentlicher Diskurse. Köln: Halem, 2006, 486 Seiten.

Faulstich, Werner (Hrsg.): Das Erste Jahrzehnt. Kulturgeschichte des 20. Jahrhunderts, Bd. 1. München: Fink, 2006, 231 Seiten.

Faulstich, Werner (Hrsg.): Unterhaltungskultur. München: Fink, 2006, 217 Seiten.

Feil, Georg: Fortsetzung folgt. Schreiben für die Serie. Konstanz: UVK, 2006, 264 Seiten.

Friedrichsen, Mike/Mühl-Benninghaus, Wolfgang/Schweiger, Wolfgang (Hrsg.): Neue Technik, neue Medien, neue Gesellschaft? Ökonomische Herausforderungen der Onlinekommunikation. München: R. Fischer, 2006, 363 Seiten.

Gehrke, Gernot (Hrsg.): Public-Private Partnerships in der Medienkompetenzförderung. Potenziale und Grenzen. München: Kopaed, 2006, 120 S.

Gottwald, Franzisca: Gesundheitsöffentlichkeit. Entwicklung eines Netzwerkmodells für Journalismus und Public Relations. Konstanz: UVK, 2006, 312 Seiten.

Gottwald, Franzisca/Kaltenbrunner, Andy/Karmasin, Matthias: Medienselbstregulierung zwischen Ökonomie und Ethik. Erfolgsfaktoren für

ein österreichisches Modell. Münster: Lit, 2006, 176 Seiten.

Grimm, Jürgen: Super Nannys. Ein TV-Format und sein Publikum. Konstanz: UVK, 2006, 252 S.

Haller, Michael: Die Reportage. 5., überarbeitete Auflage. Konstanz: UVK, 2006, 332 Seiten.

Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): Medien von A bis Z. Mit Beiträgen von Joan Kristin Bleicher, Mascha Brichta, Hardy Dreier, Stephan Dreyer, Christiane Eilders, Kerstin Engels, Uwe Hasebrink, Thorsten Held, Anja Herzog, Hans J. Kleinsteuber, Till Kreutzer, Claudia Lampert, Arne Laudien, Wiebke Loosen, Christiane Matzen, Jutta Popp, Christoph

bücher bücher bücher bücher bücher
bücher bücher bücher bücher bücher

Bücher

von DGpuK-Mitgliedern

bücher bücher bücher bücher bücher
bücher bücher bücher bücher bücher
bücher bücher bücher bücher bücher
bücher bücher bücher bücher bücher

Rybarczyk, Albrecht Schneider, Hermann-Dieter Schröder, Wolfgang Schulz, Kathrin Voss und Hans-Ulrich Wagner. Wiesbaden: VS Verlag, 2006, 411 Seiten.

Heinrich, Jürgen/Moss, Christoph: Wirtschaftsjournalistik. Grundlagen und Praxis. Wiesbaden: VS Verlag, 2006, 334 Seiten.

Heinrich, Jürgen/Kopper, Gerd G. (Hrsg.): Media Economics in Europe. Berlin: Vistas, 2006, 258 Seiten.

Hepp, Andreas: Transkulturelle Kommunikation. Konstanz: UVK, 2006, 342 Seiten.

Herrmann, Friederike: Unter Druck. Die journalistische Textwerkstatt; Erfahrungen, Analysen, Übungen. Wiesbaden: VS Verlag, 2006, 212 Seiten.

Holtz-Bacha, Christina: Die Massenmedien im Wahlkampf. Die Bundestagswahl 2005. Wiesbaden: VS Verlag, 2006, 360 Seiten.

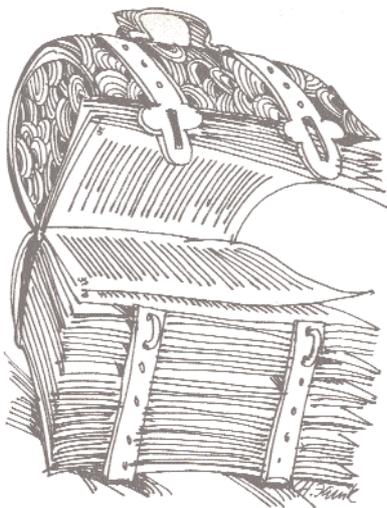
Hömberg, Walter (Hrsg.): Dietrich Schwarzkopf: Zwischen Anspruch und Akzeptanz. Der öffent-

che Rundfunk im Wandel. Beiträge aus dreißig Jahren. Berlin: Lit Verlag, 2006, 255 Seiten.

Imhof, Kurt/Blum, Roger/Bonfadelli, Heinz/Jarren, Otfried: Demokratie in der Mediengesellschaft. Wiesbaden: VS Verlag, 2006, 384 Seiten.

Jacke, Christoph/Kimminich, Eva/Schmidt, Siegfried J. (Hrsg.): Kulturschutt. Über das Recycling von Theorien und Kulturen. Bielefeld: Transcript, 2006, 364 Seiten.

Keil, Klaus/Milke, Felicitas/Hoffmann, Dagmar/Schuegraf, Martina/Zoll, Marcus: Demografie und Filmwirtschaft. Studie zum demografischen Wandel und seinen Auswirkungen auf Kino-



publikum und Filminhalte in Deutschland. Berlin: Vistas, 2006, 152 Seiten.

Kleiner, Marcus S.: Medien-Heterotopien. Diskursräume einer gesellschaftskritischen Medientheorie. Bielefeld: Transcript, 2006, 460 Seiten.

Kopper, Gerd G. (Hrsg.): „How are you, Mr. President?“ Nachrichtenarbeit, Berufswirklichkeit und Produktionsmanagement an Korrespondentenplätzen deutscher Medien in den USA. Arbeitsbuch für Medienpraxis und Forschung. Berlin: Vistas, 2006, 182 Seiten.

Küchenhoff, Helmut/Knieper, Thomas/Eichhorn, Wolfgang/Mathes, Harald/Watzka, Kurt: Statistik für Kommunikationswissenschaftler. 2., überarb. Aufl.. Konstanz: UVK, 2006, 384 Seiten.

Kunczik, Michael/Zipfel, Astrid: Gewalt und Medien. 5. völlig überarb. Auflage. Köln/Weimar/Wien: Böhlau, 2006, 474 Seiten.

Marr, Mirko (Hrsg.): Kommunikationsallrounder für die Mediengesellschaft Schweiz. Die Absolven-

tinnen und Absolventen des IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich. Zürich: vdf, 2006, 140 Seiten.

Mast, Claudia/Huck, Simone/Zerfaß, Ansgar: Innovationskommunikation in dynamischen Märkten. Empirische Ergebnisse und Fallstudien. Münster: Lit Verlag, 2006, 144 Seiten.

Möhring, Wiebke/Schneider, Beate (Hrsg.): Praxis des Zeitungsmanagements. Ein Kompendium. München: R. Fischer, 2006, 273 Seiten.

Niesyto, Horst/Rath, Matthias/Sowa, Hubert (Hrsg.): Medienkritik heute. Grundlagen, Beispiele und Praxisfelder. München: Kopaed, 2006, 288 Seiten.

Posner-Landsch, Marlene: StoryTelling – StorySelling. Märchen und Märchenerzähler in der Wirtschaft. Köln: Halem, 2006, 180 Seiten.

Pürer, Heinz/Eichhorn, Wolfgang/Pauler, Karl (Hrsg.): Medien, Politik, Kommunikation. Festschrift für Heinz-Werner Stuber. München: R. Fischer, 2006, 500 Seiten.

Rau, Harald (Hrsg.): Zur Zukunft des Journalismus. Frankfurt/Main u. a.: Peter Lang, 2007, 196 Seiten.

Rosenstock, Roland/Schubert, Christiane/Beck, Klaus (Hrsg.): Medien im Lebensverlauf. Demographischer Wandel und Mediennutzung. München: Kopaed, 2006, 240 Seiten.

Siegert, Gabriele/Weber, Rolf H./Lobigs, Frank/Spacek, Dirk: Der Schutz innovativer publizistischer Konzepte im Medienwettbewerb. Eine medienökonomische und medienrechtliche Untersuchung. Baden-Baden: Nomos, 2006, 157 Seiten.

Tillmann, Angela/Vollbrecht, Ralf (Hrsg.): Abenteuer Cyberspace – Jugendliche in virtuellen Welten. Frankfurt/Main: Peter Lang, 2006, 200 Seiten.

Wagner, Ulrike/Theunert, Helga: Neue Wege durch die konvergente Medienwelt. München: R. Fischer, 2006, 250 Seiten.

Weichert, Stephan Alexander: Die Krise als Medienereignis. Über den 11. September im deutschen Fernsehen. Köln: Halem, 2006, 474 Seiten.

Weischenberg, Siegfried/Malik, Maja/Scholl, Armin: Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland. Konstanz: UVK, 2006, 316 Seiten.

Wolf, Malthe: Ökonomische Erfolgsfaktoren privater Fernsehveranstalter. Eine empirische Analyse externer und interner Erfolgsfaktoren. München: R. Fischer, 2006, 394 Seiten.

Die angezeigten Monographien und Sammelbände sind in den letzten Monaten erschienen. Die Liste beruht auf Hinweisen von Autoren sowie auf den Ankündigungen der Verlage Hogrefe, Kopaed, Lit, Nomos, R. Fischer, UVK, Halem, Verlag für Sozialwissenschaften und Vistas. Wenn Sie bei anderen Verlagen publizieren, aber in der „Aviso“-Liste erscheinen wollen, bitten wir um eine kurze Information

Aber meine Neugier bleibt

15 Fragen an Katrin Döveling

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



Dr. Katrin Döveling ist wissenschaftliche Assistentin am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Freien Universität Berlin

Ja, ich weiß noch genau, wie froh ich war, als ich nach meinem mit mehr oder weniger Qualen überstandenen Wirtschaftsstudium in Frankreich endlich in der ersten Vorlesung in Düsseldorf saß. Ich schrieb gespannt alles mit. Währenddessen stellte ich mir die Frage: Warum reden wir oft von den Menschen so einseitig, als wären sie nicht auch emotional? In einer Vorlesung wurde dann diese Problematik angesprochen, und ich wusste: Darüber will ich mehr erfahren. Ich wollte mehr über die Zusammenhänge wissen, in die wir in unserem Alltag eingebunden sind: Menschen, Medien, Organisationen.

2 **Haben sich diese Erwartungen erfüllt?**

Zum großen Teil ja, aber meine Neugier bleibt. Das ist das Schöne an der Kommunikationswissenschaft. Wenn man meint, eine Antwort gefunden zu haben, gibt es noch viele weitere offene Fragen, gerade wenn man sich mit dem emotionalen Spektrum und allen Facetten der emotionalen Motive und Wirkungen beschäftigt. Es ist daher schön, dass sich die Kommunikationswissenschaft in den verschiedenen Fachgruppen aktuell hiermit beschäftigt. Und: Emotionen können nicht getrennt von anderen Handlungs-, Motivations- und Rezeptionsmodalitäten betrachtet werden. Diese Verbindungen, die Analyse, das weitergehende Verständnis dieser Verflechtungen finde ich spannend.

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

Ich habe die Erfahrung machen können, an der Universität Erfurt offen Fragen anzusprechen und ein konstruktives Klima vorzufinden, das mich persönlich und fachlich motiviert hat. Aber nicht nur in der Kommunikationswissenschaft haben mich Kollegen motiviert und fasziniert.

Zum Beispiel die Emotionssoziologin Arlie Hochschild (UC Berkeley). Sie ist unpräntentös und „down to earth“, jemand, der fragt: Wie können wir diese Idee gemeinsam weiterentwickeln? Es gibt einige Personen, Paul Ekman, Klaus Scherer u. v. a., deren Ideen mich beeindruckten. Gleichzeitig kommt eine große Portion der Motivation für das Fach aus intrinsischen Beweggründen und Beobachtungen der Medienlandschaft. Als Lady Diana starb, zum Beispiel, haben Menschen auf der ganzen Welt getrauert. Wie kann dies sein? Oder aktuell, zur Fußball-WM, Thema „Public Viewing“: Wie kann es sein, dass so viele Menschen auf der ganzen Welt da so emotional mitgehen? Wie mobilisieren Wahlkampagnen? Es sind viele Beobachtungen, die immer wieder für Neugier sorgen und mich motivieren.

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

Ich finde es nicht konstruktiv, wenn bestimmte „Schulen“ versuchen, für sich eine Theoriedominanz aufzubauen. Ich denke, dass wir in dieser Hinsicht noch viel von den amerikanischen Kollegen lernen können. Ich habe vier Jahre in den USA gelebt (Berkeley) und fand das Wissenschaftsklima dort sehr angenehm und in mancherlei Hinsicht offener für interdisziplinäre Diskurse und Dialoge. Das hat mich sehr beeindruckt.

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

Zum Thema Habilitation: Ich finde, auch da können wir durchaus vom US-amerikanischen System lernen. Zudem halte ich die damit verbundenen Rahmenbedingungen für anstrengend. Von Nachwuchswissenschaftlern wird in diesem Wissenschaftssystem sehr viel Einsatz und Engagement erwartet. Dies betrifft nicht nur die Betreuung von vielen Studenten in zum Teil überfüllten Seminaren, sondern einen ständigen Einsatz. Und dann kommt eine gewisse Unsicherheit dazu. Wenn man sich schließlich habilitiert hat (neben dem normalen Universitätsalltag), dann ist der weitere Werdegang noch ungewiss.

6 Haben Sie hartnäckig wiederkehrende berufliche Träume?

Ja.

7 Was würden Sie als Wissenschaftsministerin Ihres Landes sofort ändern?

Ich würde mehr Geld in Wissenschaft und Forschung investieren. Gerade an der FU Berlin sieht man, dass das alltägliche Arbeiten für Dozenten, aber auch für Studenten in überfüllten Seminaren schwer ist. Und: Ich würde mehr für Frauenförderung tun.

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

Keine einfache Frage. Ich denke, dass die Kommunikationswissenschaft sich mit wichtigen Themen befasst. Manche Themen kommen vielleicht etwas zu kurz. Ich fände es daher wünschenswert, wenn gerade bei den sich verändernden Universitätsstrukturen weiterhin Themen auf die „Agenda“ rücken, die gesellschaftspolitisch enorme Relevanz haben.

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

Ich finde, dass die verschiedenen Fachgruppen noch stärker zusammenarbeiten könnten. Schließlich gibt es Probleme, die gemeinsam gelöst werden sollten. Man kann nur durch die Zusammenarbeit mit anderen Fachrichtungen den eigenen wissenschaftstheoretischen Horizont erweitern. Die Vielschichtigkeit und Heterogenität innerhalb des Fachs sehe ich eher als Gewinn denn als Makel. Ich finde es daher auch sehr gut, dass zum Beispiel zunehmend qualitative und quantitative Ansätze in aktuellen Forschungsarbeiten gebündelt und gemeinsam angewandt werden. Ich sehe durchaus eine Tendenz, dass wissenschaftliche Probleme im Zentrum stehen. Aber ich denke, wir sollten unbedingt weiter daran arbeiten.

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

Im Uni-Alltag ist dies aufgrund von steigenden Anforderungen zunehmend schwerer geworden. Es ist ja eine Frage der Zeit, und Zeit wird immer knapper.

11 Ist die Kommunikationswissenschaft eine kommunikative Wissenschaft?

Wenn ich mir z. B. unsere Tagungen anschau, denke ich, dass sie eine sehr kommunikative und produktive Wissenschaft ist.

12 Welchen Kongress wollten Sie immer schon einmal organisieren?

Das wäre ein Kongress zum Thema „Emotionen und Medien“. Er sollte die verschiedenen Aspekte einmal bündeln. Emotionen werden einerseits zu Recht der psychologischen Sphäre zugeordnet. Aber die Beispiele Fußballweltmeisterschaft, Wahlen, Wahlkampagnen oder die Ereignisse und Folgen des 11. September verdeutlichen, dass Emotionen eine enorme gesellschaftspolitische Relevanz beinhalten, die es weiter zu erforschen gilt. Ich denke, dass wir hier durch einen Austausch der verschiedenen Fachgruppen viel über die Zusammenhänge erfahren könnten. Es wäre also eine Tagung, in der systematisch weitergedacht wird und die Grenzen der Disziplinen weniger auffallen als das Gemeinsame und Ergänzende.

13 Und welches Buch werden Sie irgendwann einmal schreiben?

Es gibt viele Themen, die mich interessieren. Ich werde mich sicher weiterhin mit der Thematik der Emotionen befassen. Zugleich interessiert mich die Entwicklung auf dem Gebiet der Unterhaltungsforschung, Politainment, Infotainment, Reality TV. Die Frage „Was ist Unterhaltung?“ scheint genauso schwierig oder einfach zu beantworten zu sein wie die Frage „Was sind Emotionen?“.

14 Welche Projekte beschäftigen Sie zurzeit?

Im Moment beschäftige ich mich mit Unterhaltungsforschung.

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?

Für mich ist auch ein Kinobesuch erholsam oder in aller Ruhe die Zeitung zu lesen oder Radio zu hören. Aber wenn ich mich keinen Medien zuwende, gehe ich gerne in die Natur oder male. Dann vergesse ich für den Augenblick (nicht nur) die mediale Welt. ◆

Den „Fragebogen“ beantworteten jüngere Wissenschaftler in der DGPUK



Ich fand das Wissenschaftsklima in den USA sehr angenehm und in mancher Hinsicht offener



K a l e n d e r

Januar

Fachgruppe Kommunikationsgeschichte/Zentrum für Zeithistorische Forschung Potsdam/Studienkreis Rundfunk und Geschichte:

„Von der Politisierung der Medien zur Medialisierung des Politischen? Zum Verhältnis von Medien und Politik im 20. Jahrhundert“, 18.-20. 1. 2007, Berlin

Fachgruppe Rezeptionsforschung:

„Integrative Modelle in der Rezeptions- und Wirkungsforschung: Dynamische und transaktionale Perspektiven“, 25.-27. 1. 2007, Leipzig

FG Methoden der Publizistik- und K-wissenschaft

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

Mitveranstalter: Fachgruppe Methoden der SGKM

Teilnehmerzahl: 61

Anzahl der Vorträge: 19

Tagungsfazit:

Untersuchungsgegenstände in der Kommunikationswissenschaft sind häufig Konstrukte, die nicht direkt beobachtbar sind, sondern in messbare Indikatoren übersetzt bzw. operationalisiert werden müssen. Die Tagung hat sich deshalb aus unterschiedlichen Perspektiven mit den Problemen, die dabei auftreten können, beschäftigt. Aus theoretischer Sicht und am Beispiel von empirischen Untersuchungen (v. a. aus Journalismusforschung, Mediennutzungs- und Medienwirkungsforschung) wurden dabei Probleme wie Konstruktvalidierung, Skalenentwicklung und die Vor- und Nachteile unterschiedlicher Messzugänge diskutiert. Dabei wurde noch einmal deutlich, wie zentral der Prozess der Operationalisierung für die empirische Forschung ist. Die Güte von Operationalisierungen kann auf unterschiedliche Weise geprüft werden. In der Regel ist es sinnvoll, für diese Prüfung mehrere Kriterien heranzuziehen. Die Tagung hat fraglos einen substanziellen Beitrag zum Austausch über die unterschiedlichen Ansätze geleistet.

MARCUS MAURER

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

FG Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht

„Alltag in den Medien – Medien im Alltag. Repräsentation, Rezeption, Geschlechterverhältnisse“, 5.-7. Oktober 2006, Lüneburg

Mitveranstalter: Forschungszentrum für Medienkultur und Mediensozialisation der Universität Lüneburg

Teilnehmerzahl: 62

Anzahl der Vorträge: 18 + 4 Poster

Tagungsfazit:

Die Tagung widmete sich dem Verhältnis von Medien und Alltag mit Blick auf die Repräsentation und bezogen auf die Rezeption, also auf den Alltag als Kontext der Mediennutzung und -aneignung. Die Repräsentation des Alltags in den Medien bedeutet sowohl eine Inszenierung von Alltag, wenn z. B. Alltagsdarstellungen im Reality-TV den Charakter des Sensationellen und Skandalösen erhalten, als auch eine Normierung dessen, was (z. B. in Geschlechterverhältnissen) als „alltäglich“ zu gelten hat. Die Rezeption in ihrer Alltagseinbettung rückt besonders ins Blickfeld, wenn digitale Medien und Kommunikationstechnologien analysiert werden, wie mehrere Beiträge belegten. Die Interaktion von alltagsbezogenen Medienangeboten mit alltagsbezogenen Aneignungsweisen wurde anhand populärer Printmedien, u. a. Frauen- und Männerzeitschriften, herausgearbeitet. Dabei wurde deutlich, dass individuelle Identitätskonstruktion und gesellschaftliche Konstruktion von Gender auch und insbesondere im alltäglichen Umgang mit Medien stattfinden.

SUSANNE KASSEL

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

FG PR und Organisationskommunikation

„Das Geschäft mit der Eitelkeit. Personalisierung der Organisationskommunikation“, 5.-7. Oktober 2006, Zürich

Mitveranstalter: Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich

Teilnehmerzahl: 60

Anzahl der Vorträge: 12

Tagungsfazit:

Die Präsentation von Themen über Personen wird zunehmend zum Bestandteil des Kommunikationsmanagements in Organisationen. Inzwischen liegen erste deutschsprachige Studien zum Trend der „Personalisierung“ vor. Als ein Ergebnis kann gelten, dass strategisch geplante Personalisierung in der Organisationskommunikation zwar stattfindet, aber nur eines unter anderen Werkzeugen ist. Dies zeigten unter anderem Studien zu CEO-Blogs in Deutschland, Frankreich und Italien. Ein weiteres Ergebnis: Zu starke Personalisierung kann einen nachhaltigen Reputationaufbau von Organisationen beschädigen, wenn etwa ein negatives Image des CEO auf die gesamte Organisation übertragen wird. Diese eher zurückhaltenden Einschätzungen empirischer Studien fanden ihre Unterfütterung in Grundlagenbeiträgen zum Thema: Insbesondere führt die mangelnde Klarheit der Begriffe (Personalisierung, Personal Relations, Personen-Marketing, Selbst-PR) zu Schwierigkeiten, dieses Phänomen empirisch zu erfassen. **FRANZISCA GOTTWALD**

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

FG Journalistik/Journalismusforschung

„Journalistenausbildung im Umbruch“, 19.-20. Oktober 2006, Münster

Mitveranstalter: Deutscher Journalisten-Verband (DJV)

Teilnehmerzahl: 57

Anzahl der Vorträge: 11 + 2 Podiumsdiskussionen

Tagungsfazit:

Während der Tagung bot sich ein ungewohntes Bild: Neben den universitären Fachgruppenmitgliedern waren Fachhochschul-Professoren, Vertreter der Journalistenschulen, Berufspraktiker und Verbandsvertreter nach Münster gekommen, um über aktuelle Fragen der Journalistenausbildung zu diskutieren. Die Heterogenität erwies sich als fruchtbar, denn hier kamen erstmals seit längerem wieder hochrangige Vertreter unterschiedlicher Ausbildungswege ins Gespräch. Dabei standen am ersten Tag die Herausforderungen des Bologna-Prozesses im Mittelpunkt. Zudem präsentierte der DJV eine Checkliste für die Journalistenausbildung an Hochschulen. Der zweite Tag konzentrierte sich auf praktische Aspekte. So wurden Konzepte verschiedener Journalistenschulen und Ausbildungsvorschläge aus den Hochschulen vorgestellt. Auch wenn die Erwartungen wohl ebenso heterogen wie die Teilnehmer waren – das Ziel, die längst überfällige Debatte um moderne Ausbildungskonzepte anzuregen, wurde erreicht. Zum Schluss der Tagung stand denn auch die Erkenntnis, dass diese Debatte dringend weitergeführt werden muss – gerade auch angesichts der aktuellen (hochschul-)politischen Entwicklungen rund um den Journalismus. **THORSTEN QUANDT**

Weitere Informationen zur Tagung: <http://wwuvid01.uni-muenster.de/dgpuk>

Kalender

Februar

Fachgruppe Kommunikations- und Medienethik/Netzwerk
Medienethik:

„Europäische Medienethiken“,

22.-23. 2. 2007, München

Fachgruppe Journalistik und Journalismusforschung/
Computervermittelte Kommunikation:

„Journalismus online: Partizipation oder Profession?“,

22.-24. 2. 2007, München

K a l e n d e r

Mai

Deutsche Gesellschaft für
Publizistik- und Kommunika-
tionswissenschaft:

„Medien und Kommuni-
kation in der Wissens-
gesellschaft/Media and
communication in know-
ledge based societies“,
Jahrestagung
16.-18. 5. 2007, Bamberg

FG Medienpädagogik

„Heranwachsen mit dem Internet – Herausforderungen für die
Medienpädagogik“, 20. Oktober 2006, Salzburg

Mitveranstalter: Universität Salzburg, Fachbereich Kommunikationswissenschaft,
Abteilung für Audiovisuelle Kommunikation

Tagungsfazit:

Kinder wachsen heute in Lebenswelten auf, in denen Onlinemedien zunehmend an Bedeutung gewinnen. Unklar ist allerdings nach wie vor, was die Kinder im Internet tun und wie sie sich die Onlinemedien aneignen. Die Vorträge befassten sich mit dem Thema aus unterschiedlichen Perspektiven. Vorgestellt wurden Daten zur Internetnutzung von Heranwachsenden in Österreich und Deutschland sowie Ansätze zur international vergleichenden Forschung, wie sie im Projekt EUKidsOnline umgesetzt werden (*www.eukidsonline.net*). Darüber hinaus wurden Projekte präsentiert, die sich die Potenziale der Online-Medien für unterschiedliche Zwecke zunutze machen, z. B. das Internetangebot *www.mymoment.ch*, das auf die Förderung der Lese-, Schreib- und Medienkompetenz von Kindern abzielt. Ein wichtiger Aspekt ist die Frage nach der Qualität von Internetangeboten für Kinder, die am Beispiel des Erfurter „Netcode“ in den Blick genommen wurde. Abgerundet wurde die Tagung mit einem Beitrag, der sich vor dem Hintergrund der Entwicklung von Web 2.0 mit der Frage beschäftigte, welche Möglichkeiten das Internet für die medienpädagogische Praxis bietet.

CLAUDIA LAMPERT/ULRIKE WAGNER

FG Computervermittelte Kommunikation

„Computervermittelte Kommunikation als Innovation“,
2.-4. November 2006, Karlsruhe

Mitveranstalter: Zentrum für Kunst- und Medientechnologie/Institut für Medien, Bildung und Wirtschaft, Karlsruhe

Teilnehmerzahl: 30

Anzahl der Vorträge: 4 Gastvorträge + 17 Referate

Tagungsfazit:

Die Fachgruppe CvK feierte in Karlsruhe ihr zehnjähriges Bestehen. Zu diesem Anlass waren mehrere Gastredner eingeladen worden, die über Phänomene der computervermittelten Kommunikation aus journalistischer, technischer und kultureller Sicht referierten. Der soziale Höhepunkt war zweifellos die „Dinner Speech“ des Gründungs-Fachgruppensprechers Gerhard Vowe zur Geschichte der Fachgruppe (siehe S. 13). Das wissenschaftliche Programm bot eine vielfältige Mischung von Beiträgen, bei denen soziale Aspekte des Internets (Stichwort: „Web 2.0“) dominierten. Die Themen reichten von Weblogs, Podcasting und Skype über Computerspiele, Mobilfunknutzung und E-Learning für ältere Menschen bis hin zu sozialen Prozessen in Chats und Themenagenden von On- und Offlinern. Ein Verdienst der nach einhelliger Meinung hochkarätigen Tagung besteht darin, gezeigt zu haben, welche dynamische Entwicklung die Onlinekommunikation in den vergangenen Jahren genommen hat – eine Tatsache, die man im wissenschaftlichen Tagesgeschäft leicht vergisst.

WOLFGANG SCHWEIGER

Weitere Informationen zur Tagung: www.dgpuk.de/gf_cvk/karlsruhe2006

FG Soziologie der Medienkommunikation

„Digitalisierung als Medienwandel“, 23.-25. November 2006, Bremen

Mitveranstalter: IMKI Institut für Medien, Information, Kommunikation/
Universität Bremen

Anzahl der Vorträge: 10

Tagungsfazit:

Im Mittelpunkt des Workshops standen insbesondere folgende Fragen: Welche neuen Kommunikationsangebote entstehen im Zuge der Digitalisierung? Wie verändert sich mit deren Nutzung die alltägliche Medienpraxis und welche Konsequenzen erwachsen daraus für Vergemeinschaftungs- bzw. Vergesellschaftungsprozesse? Wie lassen sich diese Entwicklungen methodisch fassen und theoretisch beschreiben? Was bedeutet dies im Hinblick auf Bildung und Erziehung, insbesondere auf die Ausbildung von Fach- und Führungskräften im Medienbereich? Über die thematischen und fachlichen Ansatzpunkte hinweg wurde deutlich, dass die zentrale Herausforderung dieses Forschungsfeldes darin zu sehen ist, die mit der zunehmenden Verbreitung digitaler Medien- und Kommunikationstechnologien verbundenen kulturellen Wandlungsdynamiken zu erfassen, ohne dabei in einen technologischen oder aber soziokulturellen Determinismus zurückzufallen. Zunehmend unumgänglich scheint neben einer historisch kontextualisierten Betrachtung zum einen die Berücksichtigung von Netzwerk- und Raumkonzepten, zum anderen eine kritische Auseinandersetzung mit den technischen Möglichkeiten und den Mustern des kulturellen Gebrauchs.

VERONIKA KRÖNERT

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

Kalender

Juli

Fachgruppe Soziologie der
Medienkommunikation/
Psychology and Public Opinion
Section of the IAMCR:

„Media Events, Globalization and Cultural Change“,
6.-7. 7. 2007, Bremen

Krisengipfel in Münster

Kommunikation und Medienarbeit in Krisensituationen sind Gegenstand von immer mehr Forschungsarbeiten. Das Krisennavigator-Institut für Krisenforschung, ein „Spin-Off“ der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel, und das Institut für Kommunikationswissenschaft der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster laden daher für den 15. März 2007 zum Krisengipfel 2007 ein.

Im Schloss der Universität Münster widmen sich 15 Referentinnen und Referenten aus Journalismus und Wissenschaft, Unternehmen und Behörden den Wirkungszusammenhängen zwischen Journalismus, Unternehmenskommunikation und Krisenmanagement. Diskutiert werden u. a. Konzepte betrieblicher Krisen-PR, präventive Themensetzungsprozesse von Ministerien und neue Herausforderungen an die Krisenkom-

munikation durch asymmetrische Bedrohungen (z. B. Terroranschläge und Naturkatastrophen).

Neben zahlreichen Fallstudien und Kurzvorträgen namhafter Referenten aus Unternehmen und öffentlichen Einrichtungen lotet DGpuK-Vorstandsmitglied Ulrike Röttger (Universität Münster) mit Redakteuren von „Die Zeit“, „Manager Magazin“, „Monitor“ und „Bildblog.de“ die Rolle der Medien in Krisenzeiten und den Umgang mit investigativen Journalisten aus.

DGpuK-Mitglieder erhalten zehn Prozent Nachlass auf den Teilnahmebetrag. Für Studierende steht ein begrenztes Kontingent an vergünstigten Kongresskarten bereit. Die Zahl der Teilnehmerinnen und Teilnehmer ist begrenzt. Anmeldeschluss ist Freitag, 2. März 2007 (Frühbucherrabatt bis 2. Februar): www.krisengipfel.de/anmeldung_dgpuk.pdf.

Nachrichten & Personalien

Zu Beginn des Wintersemesters hat der neue Fachbereich „Medien“ der **Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig** die Arbeit aufgenommen. Er vereint die bisherigen Fachbereiche „Buch und Museum“ und „Polygrafische Technik“ mit insgesamt 34 Profes-

soren, 28 Mitarbeitern und 1100 Studenten.

Prof. Dr. Jan Tonnemacher (Eichstätt) und **Dr. Klaus Goldhammer** (Berlin) haben gemeinsam eine Gastprofessur für Medienökonomie und Kommunikationspolitik an der FU Berlin übernommen.

Dr. Marcus S. Kleiner vertritt seit dem Wintersemester die Professur für Medienwissenschaften an der Fachhochschule Dortmund im Fachbereich Design.

Habilitiert haben sich: **Dr. Gerit Götzenbrucker** an der Universität Wien; **Dr. Christian Schicha** an der Universität Marburg.

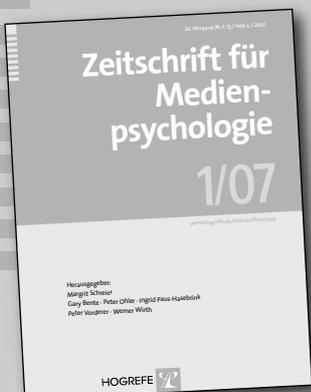
Einen Ruf haben erhalten und angenommen: **Prof. Dr. Insa Sjurts**, Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Medienmanagement, Universität Hamburg; **Prof. Dr. René Weber**, Mass Communication, University of California, Santa Barbara.

Prof. Dr. Siegfried Quandt (Gießen) wurde „für jahrzehntelanges Engagement in Wissenschaft, Medien und Wirtschaft“ das Verdienstkreuz 1. Klasse des Verdienstordens der Bundesrepublik Deutschland verliehen.

Informationen bitte an:

Gunter Reus, Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung, Expo Plaza 12, 30539 Hannover, Email gunter.reus@ijk.bmt-bannover.de

Anzeige



Herausgeber: M. Schreier, G. Bente, P. Ohler, I. Paus-Hasebrink, P. Vorderer und W. Wirth

Zeitschrift für Medienpsychologie

Einzelheft: € 36,95 / sFr. 59,-
Jahrgang (4 Hefte) Private: € 79,95 / sFr. 125,-
Institute: € 143,95 / sFr. 225,-
(Preise zzgl. Porto- und Versandkosten)
ISSN 1617-6383

www.hogrefe.de/zeitschriften/zmp

Die Zeitschrift für Medienpsychologie ist ein internationales Forum für psychologische Grundlagen- und Anwendungsforschung in allen Bereichen der Individual- und Massenkommunikation und versteht sich als Bindeglied zwischen Wissenschaft und Praxis. Die Zeitschrift bietet Beiträge zu aktuellen methodischen Problemen und Erprobungen, Berichte über Kongresse, Tagungen und Workshops, Forschungsberichte, Interviews mit Wissenschaftlern und Praktikern zu aktuellen anwendungsbezogenen Fragen der Medienpsychologie, Rezensionen zu neueren medienpsychologischen Arbeiten und Aktuelles aus der Fachgruppe.

HOGREFE  Hogrefe Verlag GmbH & Co. KG
E-Mail: verlag@hogrefe.de · Internet: www.hogrefe.de

Mittelbau-Ausschuss nimmt Arbeit auf

Auf der Jahrestagung 2006 in Dresden hat die Vollversammlung einen Ausschuss eingesetzt, der sich mit der arbeitsrechtlichen Situation des so genannten Mittelbaus in Kommunikations- und Medienwissenschaft auseinandersetzen soll. Dabei geht es vor allem um die zurzeit noch gültige Höchstdauer der Beschäftigung (12 Jahre). Dem Ausschuss gehören an: Marco Dohle, Maren Hartmann, Matthias Kohring (Sprecher des Ausschusses), Wiebke Loosen, Michaela Maier und Jörg Matthes.

Bei einem ersten Treffen haben die Ausschussmitglieder in Münster ein Arbeitsprogramm entworfen. Ziel ist es, die arbeitsrechtliche Situation vor dem Hintergrund der gesamten Arbeitssituation des wissenschaftlichen Mittelbaus zu beschreiben, zu analysieren und zu bewerten. Das nächste Treffen findet Anfang März 2007, wiederum in Münster, statt. **MK**

Logik der Inszenierung

Hamburger Studierende schreiben das Buch „Medienmenschen“

Joschka Fischer, Michel Friedman und Verona Pooth haben etwas Wesentliches gemeinsam. Sie sind unbekannte Vertraute, fiktive und doch real erscheinende Persönlichkeiten, die man je nach aktueller Nachrichtenlage bewundert, bedauert oder verachtet. Was wir von ihnen wissen, wissen wir – frei nach Niklas Luhmanns hübscher Übertreibung – aus den Massenmedien. Auch die wenigen Momente scheinbarer Authentizität (der zerknirscht wirkende Auftritt in einem Untersuchungsausschuss, die öffentlich zelebrierte Liebeserklärung, der plötzliche Tränenausbruch in einer Talkshow) gehören zu einem fortwährenden Spiel strategischer Kommunikation, über dessen Hintergründe sich nur spekulieren lässt. Denn die Möglichkeiten persönlicher Realitätsüberprüfung sind begrenzt – und hinter jeder mühsam entlarvten Inszenierung steckt womöglich eine weitere. Man kann nur Motivverdacht äußern und sich fragen, wie Authentizität konstruiert wird und wie die Logik der Inszenierung funktioniert. Was machen Prominente mit den Medien? Was machen Medien mit den Prominenten? Wer ist Täter, wer Opfer?

Es waren Fragen dieser Art, die im Zentrum einer zweisemestrigen Lehrveranstaltung am Hamburger Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft standen (Leitung: „brand eins“-Redakteur Jens Bergmann und Juniorprofessor Bernhard Pörksen). Gut 25 Studierende waren aufgefordert, das große Geschäft mit den Images ein wenig zu entzaubern, um zu erfahren, was Medialisierung konkret heißt. Und so sind die Studierenden, ausgestattet mit erheblichen Stiftungsgeldern und nach einer intensiven Beschäftigung mit den Regeln der Aufmerksamkeitsökonomie, im In- und Ausland unterwegs gewesen, um einen Günter Netzer, einen Joschka Fischer, eine Verona Pooth oder einen Michel Friedman über ihre öffentliche Wirkung zu befragen.

30 Persönlichkeiten aus allen gesellschaftlichen Sphären gaben schließlich Auskunft über ihre Rollen in der heutigen Inszenierungsgesellschaft. Interviewt wurden Publizisten und Künstler, Klatsch-Reporter und Philosophen, PR-Berater

und Unternehmer über den Widerspruch zwischen Image und Ich, über das Geschäft mit der medialen Selbstdarstellung und den Preis der Prominenz. Der ehemalige Bundesaußenminister sprach über den Zwang zur symbolischen Politik und das „magische Element“ des eigenen Handelns. Die Leistungssportlerin Franziska van Almsick berichtete darüber, wie sie vor Gericht um ihr Privatleben und gegen die Paparazzi kämpft; Klatsch-Reporter Paul Sahner referierte die Entstehung der Pool-Fotos eines ehemaligen Verteidigungsministers. Der Philosoph Peter Sloterdijk räsonierte über das Denken unter Fernsehbedingungen. Und der Steuer-Experte Paul Kirchhof erläuterte, wie Politiker die Medien benutzen, um Gegner zu diffamieren – und wie er selbst den Ausflug auf die Wahlkampf Bühne erlebt hat.

„Es war ein lehrreiches Autonomietraining“

Alle Interviews wurden noch in den Semesterferien transkribiert und behutsam redigiert, um schließlich den Interviewten noch einmal zur Autorisierung vorgelegt zu werden. Was dann folgte, war ein ungeplantes und doch äußerst lehrreiches Autonomietraining für die Studierenden: Sehr viel Hartnäckigkeit, Fingerspitzengefühl und eine große Portion professionelles Selbstbewusstsein waren gefordert, um manchen von übervorsichtigen Pressesprechern und Imageberatern ruinierten Text im Autorisierungsprozess wieder zu reparieren.

Das Buch „Medienmenschen“ orientiert sich damit notwendigerweise an den Gesetzen der Mediengesellschaft – und versucht doch, einen Blick hinter die Kulissen zu werfen. Guter Journalismus, so wurde allen Seminarmitgliedern deutlich, reflektiert sich und seine Entstehungsbedingungen immer auch selbst. Er macht die Strategien und Taktiken der Inszenierung durchschaubar und verweigert sich dem Vermarktungskarussell. Die große Frage, mit der alle Beteiligten nach zwei Semestern harter Arbeit zurückbleiben, kann man erneut bei Niklas Luhmann nachlesen: „Wie ist es möglich“, so schreibt er, „Informationen über die Welt und über die Gesellschaft als Informationen über die Realität zu akzeptieren, wenn man weiß, wie sie produziert werden?“

JENS BERGMANN/BERNHARD PÖRKSEN

Krise oder Aufbruch?

Der Bologna-Prozess in der Journalistik

Über den Bologna-Prozess in der Kommunikationswissenschaft ist in „Aviso“ schon oft berichtet worden, über die Herausforderungen für berufsfeldorientierte Studiengänge unseres Faches dagegen nicht. Für Studiengänge mit dem Profil „Kommunikationswissenschaft“ hat die DGPK Handreichungen zum Kerncurriculum und zum Selbstverständnis des Faches erarbeitet. Für Journalistik-Studiengänge gibt es keine derartigen integrativen Bemühungen. Der Bologna-Prozess hat hier eher den Wettbewerbsgedanken forciert: Die Profilierung des jeweils eigenen Standorts steht vor der Profilierung der Journalistik als wissenschaftliche Disziplin und als Studiengangsmodell.

Steckt die Journalistik in der Krise oder im Aufbruch? Indizien für eine Krise sind der Abbau von Journalistik-Studiengängen an Universitäten – zum Beispiel in München und Hannover – und die Umwidmung von Professuren an großen Instituten. Wenn überhaupt an der Journalistik als Forschungs- und Lehrbereich festgehalten wird, heißen die Denominationen „Medienpraxis“ oder „Journalismus“ (Berlin und Wien) oder weit gefasst „Kommunikatorforschung“ (München).

Bachelor-Studiengänge Journalistik werden an Universitäten nur in Eichstätt und Dortmund eingerichtet. Der Leipziger Diplomstudiengang wird auf einen Master reduziert. Die traditionellen Diplomstudiengänge der Journalistik hinken im Bologna-Prozess oft hinterher, weil der Sinn der Transformation bezweifelt wird. Die Ziele des Bologna-Prozesses sieht man schon lange im Diplomstudiengang verwirklicht: Berufsbezug, Outcome-Orientierung der Lehre oder die (internationale) Mobilität der Studierenden.

Indizien für einen Aufbruch finden sich dagegen an den Fachhochschulen: Seit fünf bis zehn Jahren werden immer mehr Studiengänge gegründet, die für das Berufsfeld Journalismus ausbilden. Dabei haben sich die Fachhochschulen von Bundesland zu Bundesland, von Standort zu Standort erheblich differenziert.

Drei Spezialisierungen

Traditionelles Ziel des Studiengangsmodells „Journalistik“ ist die integrative Vermittlung der journalistischen Kompetenzen in allen Dimensionen. Vorbilder waren in den 1970er und 1980er Jahren Dortmund, München und Eichstätt. Mit zunehmender Differenzierung des Journalismus musste man sich indes davon verabschieden, allen Studierenden alles beizubringen.

Im Wesentlichen gibt es derzeit drei Spezialisierungen:

- Profilierung nach medientypischer Fach-, Vermittlungs-, Gestaltungs- und Technikkompetenz: z. B. Online-Journalismus an der FH Darmstadt und der FH Köln oder Fernseh-Journalistik an der HTWK Leipzig;
- Profilierung nach Themengebiet, also Sachkompetenz: z. B. an den FH Iserlohn (Business Journalism), Darmstadt (Wissenschaftsjournalismus), Bonn-Rhein-Sieg (Technikjournalismus) und Bremen (Fachjournalistik) oder an den Universitäten Dortmund (Wissenschaftsjournalismus) und Berlin (UdK, Kulturjournalismus);
- Profilierung durch bewussten Bezug zu Medienmanagement/Medienwirtschaft: z. B. an den FH Magdeburg-Stendal, Oldenburg-Ostfriesland-Wilhelmshaven und Würzburg-Schweinfurt.

In der Konzeption neuer Studienangebote sind die Hochschulen – so scheint es – meist auf ein eigenes Profil bedacht: Wo liegt unser Alleinstellungsmerkmal? Das Profil der Journalistik im Allgemeinen verschimmt zunehmend – mit der Konsequenz, dass weder Fachgesellschaft, Fachöffentlichkeit und Fachwissenschaft noch die journalistische Praxis die Journalistik als konsentiertes Erfolgsmodell der Journalistenausbildung wahrnimmt.

Drei weitere Beispiele für die unterschiedlichen Profilbildungen:

- An Fachhochschulen reicht das Spektrum der Konzepte von der traditionellen Einheit von Forschung und Lehre – in der für Fachhochschulen typischen anwendungsorientierten Art – bis zum Praktizismus-Modell, das eher einer Fachschule denn einer Hochschule gleicht (vgl. „Aviso“ 42, S. 3-11).

- Das Verhältnis zum Berufsfeld Public Relations schwankt zwischen Tabu (wie bei den traditionellen Journalistik-Studiengängen), Ko-Existenz (wie bei Studiengängen mit zwei alternativen Schwerpunkten zum Beispiel in Darmstadt) und Umarmung (wie in den Studiengängen „Journalismus & Public Relations“ an der FH Gelsenkirchen oder „Medienkommunikation & Journalismus“ an der FHM Bielefeld, die beides kombinieren).
- Das wissenschaftliche Grundverständnis der Journalistik unterscheidet sich von Standort zu Standort erheblich: Einerseits wird sie als integrative Wissenschaftsdisziplin definiert; Theorie und Praxis des Journalismus werden in Modulen verbunden, die Professoren für beides berufen. Dieses Modell findet sich in Dortmund und an vielen Fachhochschulen. Andererseits wird die Kommunikationswissenschaft im Allgemeinen als wissenschaftliche Grundlage des Studiengangs gesehen, und die Professoren werden dafür berufen. Für journalistische Praxis sind separate Module und Studienbereiche zuständig; Praxisdozenten sind Lehrkräfte für besondere Aufgaben oder Lehrbeauftragte. Nach diesem Konzept richten sich zum Beispiel die Uni Eichstätt und die Hochschule Bremen.

Es geht also letztlich um die Kernfrage: Was ist überhaupt „Journalistik“? Eine eigene wissenschaftliche Disziplin, ein Teilbereich der Kommunikationswissenschaft oder ein Studienangebot, das sich pragmatisch aus vielen Fächern bedient? Worin besteht das Kerncurriculum?

Fünf Masterkonzepte

Die stark divergierenden Profile der Bachelor- und Master-Studiengänge verhindern ein Kernziel des Bologna-Prozesses: die Austauschbarkeit der Module und damit die Mobilität der Studierenden. Es war schon bislang nicht üblich, dass Journalistik-Studierende innerhalb von Deutschland wechseln – künftig wird das noch schwerer sein. Bedauerlich ist das vor allem deshalb, weil sich abzeichnet, dass nicht einmal über die Anschlussfähigkeit zwischen Bachelor und Master nachgedacht wird.

Die Master-Programme der Journalistik sind erst in Planung oder im Aufbau – mit Ausnahme von Standorten, die einen traditionellen Aufbaustudiengang in einen Master umgewandelt haben (wie zum Beispiel in Mainz).

Grundsätzlich sind fünf Master-Konzepte denkbar:

- Der *nicht-konsekutive* Master ist nach dem traditionellen Aufbaustudium konzipiert und nimmt keine Journalistik-Bachelor auf, sondern versucht, Absolventen aller möglichen Studiengänge den Journalismus anwendungsorientiert beizubringen. Die Fachinhalte entsprechen eher einem Bachelor. Die Bologna-Vorgaben („hohes fachliches und wissenschaftliches Niveau“) sind nicht-konsekutiv schwer einzuhalten. Ein Studiengang dieser Art *mit Sachbezug* ist der „Kulturjournalismus“ (UdK Berlin). Beispiele für Master *ohne Sachbezug* gibt es an den Universitäten in Mainz und Leipzig sowie an der Hamburg Media School.
- Der *konsekutive* Master baut auf einem Journalistik-Bachelor auf und kann entweder *forschungsorientiert* (wie an der Uni Hamburg und in Dortmund geplant) oder *anwendungsorientiert* konzipiert sein (noch ohne Beispiel).
- Der *Weiterbildungsmaster* entspricht dem Bologna-Ziel lebenslangen Lernens und soll frühestens nach einem Jahr Berufspraxis aufgenommen werden. Bislang gibt es nur wenige Modelle; ein Beispiel ist der Master „Science Communication“ der Hochschule Bremen, der allerdings nicht nur Journalisten weiterbildet. Gerade in Sachen Weiterbildung signalisieren Berufsverbände Bedarf. Problematisch ist allerdings, dass in vielen Bundesländern Weiterbildungsmaster nur mit hohen Studiengebühren möglich sind.

Die Perspektive: Kann die Fachgesellschaft eine integrative und profilstärkende Rolle einnehmen? Kann die Fachgruppe Journalistik und Journalismusforschung ein Forum für das Forschungsgebiet wie für das Studiengangsmodell sein? Kann sie dazu beitragen, das Selbstverständnis der Journalistik zu schärfen?

Eine zweiseitige Annäherung wäre nötig: Einerseits spielt die DG PuK bzw. die Fachgruppe als Forschergemeinschaft für viele Professoren von Journalistik-Studiengängen (an Universitäten und FH) keine große Rolle; sie müssten sich stärker an Tagungen und anderen (Forschungs-)Aktivitäten beteiligen. Andererseits müsste die Fachgruppe die einseitige Gewichtung als Forschergemeinschaft aufgeben und die Doppelrolle akzeptieren, die eben auch das Studiengangsmodell und Ausbildungskonzept „Journalistik“ umfasst.

KLAUS MEIER

Klaus Meier ist Professor für Journalistik an der Hochschule Darmstadt und war Gutachter in Akkreditierungsverfahren von Journalistik-Studiengängen für die Agenturen Aqas, Acquin, Fibaa und ZEvA. Dieser Beitrag geht auf die Keynote der DG PuK-Fachgruppen-Tagung „Journalistenausbildung im Umbruch“ am 19. Oktober 2006 an der Universität Münster zurück

Selbst ist das Verständnis

Selbstverständnisausschuss der DGPK hat die Arbeit aufgenommen

Patrick Rössler, Ulrike Röttger und Rudolf Stöber berichten über Themen und Projekte des Vorstandes der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Am 20. Oktober traf sich in Düsseldorf der auf der Jahreshauptversammlung konstituierte Selbstverständnisausschuss. Gerhard Vowe hatte die Sitzung sehr gut vorbereitet, dafür noch einmal der ausdrückliche Dank des Vorstands. Es kamen ungefähr die Hälfte der in Dresden bestimmten Ausschussmitglieder zusammen. Die Gruppe war zwar nicht quotenrepräsentativ, aber nach der Methode der gesättigten Beschreibung wurden zumindest die Strömungen der Fachgesellschaft berücksichtigt.



Die Diskussion war von einer konstruktiven Atmosphäre getragen; zwar wurden unterschiedliche Standpunkte alsbald deutlich, zumindest aber drückten alle Anwesenden aus, dass sie sich als Sozialwissenschaftler im weiteren Sinne verstünden.

Schon über Ziel und Zweck des Ausschusses existieren hingegen unterschiedliche Vorstellungen: Die eine Fraktion sieht in ihm den Selbstverständnisausschuss; sie möchte die diskursive, prozessorientierte Verständigung über den Charakter der Gesellschaft betonen. Die Minderheit, darunter der Vorstand, bevorzugt wegen äußerer Sachzwänge den produktorientierten Pragmatismus. Das ist zugleich der Unterschied zwischen Binnen- und Außenorientierung: d. h. interne Diskussionsplattform versus Erarbeitung einer knappen, konsistenten und präzisen Außendarstellung.

Ewige Selbstverständigung würde keine Ergebnisse produzieren

Dem Vorstand wäre mit einer Formulierung von Eckpunkten zur Außendarstellung hier und jetzt geholfen; wenn solche Eckpunkte erst nach langwierigen Diskussionen vorlägen, wäre das für die momentane Vertretung der Interessen der DGPK nicht mehr nützlich.

Nun kann prinzipiell erst nach ausführlichen Diskussionen ein Selbstverständnis der Gesellschaft formuliert werden, das sich zu der notwen-

dig knappen Außendarstellung kondensieren ließe. Das setzt aber voraus, dass überhaupt ein „verbindliches“ Selbstverständnis gefunden werden kann. Selbstverständnis ist dabei zunächst eine individuelle Angelegenheit, erst im selbstreflexiven Bezug auf andere Mitglieder einer sozialen Gruppe wird daraus eine kollektive. Das kollektive Selbstverständnis kann nur in permanentem Diskussionsprozess ausgehandelt werden und braucht fortlaufende Bestätigung. Ein „immerwährender“ Selbstverständigungsausschuss würde aber per definitionem keine Endergebnisse produzieren.

Regionale Untergruppen sollen Antworten auf Leitfragen finden

Zwischen den beiden Polen, auf einem Mittelweg zwischen immerwährendem Ausschuss und allzu hemdsärmeligem Pragmatismus, will sich die weitere Vorgehensweise orientieren: Die Ausschussarbeit soll bis zur DGPK-Jahrestagung 2008 in Lugano abgeschlossen sein; in Bamberg soll 2007 ein Zwischenbericht vorgelegt werden. Um den Diskurs voranzutreiben, wird sich der Selbstverständnisausschuss Ende März zu einer Klausurtagung zusammenfinden.

Die Kollegen Vowe, Klimmt und Hepp werden die Ausschussarbeit koordinieren. Bis zur Klausurtagung sollen vier regional gebildete Untergruppen Antworten auf einige Leitfragen erarbeitet haben. Sie reichen

- von der Frage, warum es erforderlich ist, sich mit dem Selbstverständnis des Faches zu beschäftigen,
- über die wissenschaftshistorischen Traditionen,
- die relevanten erwartbaren Veränderungen innerhalb und außerhalb des Faches,
- die internationale Vergleichbarkeit,
- die Unterschiede und Gemeinsamkeiten zu anderen Wissenschaften,
- die zukünftige Binnenstruktur, Organisation und Arbeitsprozesse der Gesellschaft,
- die Ausstattung der Institute,

- die Konsequenzen für den wissenschaftlichen Nachwuchs
- bis hin zu einer etwaigen Namensänderung der DGPK.

Der Fragenkatalog suggeriert eine überschaubare und lösbare Anzahl einzelner Probleme. Noch vor zwanzig Jahren hätte man vermutlich analog zu den Kriterien der Zeitungsbestimmung recht bald Antworten definieren können: Im Kern ging es der DGPK um aktuelle, massenmediale und öffentliche Kommunikation. Jedes der drei Kriterien steht inzwischen nicht mehr unangefochten da. Deshalb kann heute das Selbstverständnis nicht mehr deduktiv über Kriterien abgeleitet werden – selbst wenn der Katalog erweitert würde –, sondern nur noch induktiv über eine Addition einzelner Merkmale. Um im Vergleich zu bleiben: so wie z. B. das Bundesamt für Statistik die Zeitschriften definiert – einerseits in negativer Abgrenzung von Zeitungen (hier von anderen Wissenschaften), andererseits positiv durch Merkmalsaufzählungen.

Wir stehen vor Problemen, die keineswegs trivial sind

Die Veränderungen hängen auch mit den Aufnahme- und Ausschlussregularien der Gesellschaft zusammen. Bei Aufnahme findet zwar über die Publikationsliste eine allgemeine Prüfung der Erkenntnisinteressen der Neumitglieder statt; ausgeschlossen kann aber (glücklicherweise) nur, wer seinen finanziellen Verpflichtungen nicht nachkommt bzw. grobe Verstöße gegen die wissenschaftliche Ethik verschuldet hat. Darum verändert sich die Fachgesellschaft fortlaufend trotz Mitgliederkooptation.

So haben sich Probleme akkumuliert, die alles andere als trivial sind:

1. Das Wissenschaftsverständnis. Einige sehen sich im weitesten Sinne in der Tradition der kritischen Theorie,

andere in der des kritischen Rationalismus. Beides verhält sich zueinander wie Feuer und Wasser; im Kern steckt der Streit um die Wertfreiheit der Wissenschaft.

2. Manche wollen das Fach über Methoden definieren, andere über Erkenntnisinteressen. Im Falle einer Einführung wäre das das Gleiche in Grün: Da Gegenstand und Erkenntnisinteresse die Methode bestimmen, liefe sowohl eine einseitige Festlegung auf bestimmte Methoden wie eine einseitige Formulierung von Erkenntnisinteressen und Gegenständen auf Bevormundung hinaus.

3. Über die Schlüsselbegriffe „Medien“ und „Kommunikation“ herrscht kein Einvernehmen. So stehen sich der systemtheoretische und der handlungstheoretische Kommunikationsbegriff antagonistisch gegenüber.

4. Wie geht die Gesellschaft mit den ehemals bestimmenden Kriterien „öffentlich“ und „aktuell“ um?

Die Liste nichttrivialer Probleme ließe sich fortsetzen.

Was tun? Grundsätzlich sollte sich die Verbalisierung des Selbstverständnisses nicht allzu weit von dem letzten, 2001 von Bentele et al. formulierten entfernen. Allzu große Diskrepanzen ließen die Gesellschaft nach außen unglaubwürdig erscheinen. Vielleicht könnte man mit Referenz auf unterschiedliche bis gegensätzliche Fachtraditionen die Breite der Gesellschaft verdeutlichen, ohne in einen Glaubenskrieg über das Wissenschaftsverständnis zu verfallen.

„Wie funktioniert medial vermittelte Kommunikation?“

Vielleicht ließe sich – mehrfach tautologisch – ein Formelkompromiss für das zentrale Erkenntnisinteresse finden: Wie und warum funktioniert medial vermittelte soziale Kommunikation? Das bedürfte längerer Begründung, für die hier kein Platz mehr ist.

RUDOLF STÖBER

Neu bei UVK



Ulrich Saxer
Politik als Unterhaltung
 Zum Wandel politischer Öffentlichkeit
 in der Mediengesellschaft
 2006, ca. 200 Seiten, broschiert
 ISBN 978-3-89669-473-7
 ca. € (D) 24,00 / SFr 42,10
Neuerscheinung Oktober 2006

Ulrich Saxer stellt mit Hilfe kommunikationssoziologischer Ansätze die »Entertainingisierung« von Politik und Öffentlichkeit in einen mediengesellschaftlichen Gesamtzusammenhang und berücksichtigt dabei gleichermaßen die Ebenen von Individuum, Organisation und Gesellschaft.

»Politainment« als Verknüpfung von Politik und Unterhaltungskultur erweist sich dabei als komplexer Mechanismus, der Probleme politischer Öffentlichkeit in Mediendemokratien ebenso zu lösen hilft wie er sie vergrößern kann. Wahlkämpfe sind in einer auf Unterhaltung ausgerichteten Öffentlichkeit demnach weniger Ausdruck von »Amerikanisierung« als das Ergebnis der »Eventisierung« politischer Prozesse.

Ulrich Saxer war 1975-1996 Leiter des Seminars für Publizistikwissenschaft der Universität Zürich und lehrt heute als Honorarprofessor an der Universität Wien.



www.uvk.de
 UVK Verlagsgesellschaft mbH

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 (DGPKW)

Redaktion:

Gunter Reus (verantw.)
Stefan Weinacht
Horst Pöttker („Debatte“)
Ulrike Röttger (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

Luhmann auf Plattdeutsch

Sie wissen doch, wie die Systemtheorie entstanden ist? Nein? Na, also! Luhmann wollte eigentlich eine Philippika schreiben, gegen den Verwaltungsdespotismus, und zwar auf Plattdeutsch, damit ihn auch alle verstehen, dort, im Westfälischen. Dann hat er feststellen müssen, dass ihn viele nicht verstanden. Also hat er immer weiter geschrieben, um zu überzeugen, im Glauben, er schreibe plattdeutsch. So entstand die funktional-strukturelle Systemtheorie, aus einem Missverständnis – nur weil das mit Information, Mitteilung und Verstehen nicht geklappt hat. So gesehen ist es ein Witz der Geschichte, dass die Systemtheorie in Zürich so hoch gehandelt wird. Wo es doch eigentlich plattdeutsch ist.

Also, Luhmann auf Plattdeutsch, mit Untertiteln!

Alles was wir wissen, wissen wir aus den Medien.

Allet wat wie wet wet wi van dat Färnsähn und vanne Zietung.

Es gibt daher Systeme, und sie haben als „formale Organisation“ in der modernen Gesellschaft eine nicht-wegdenkbare Bedeutung gewonnen, die ihre Grenzen primär über Mitgliedschaftsrollen regulieren und Themen als etwas behandeln, was den Mitgliedern des Systems auf Grund der Mitgliedschaft zugemutet werden kann.

Et giv nu aber Deile, de sin so wat van wichtig inne Gesellschap, dat sint de Organisationen, nich, un de häbt Grenzen. Un düsse Grenzen dat is dat wat de Mensken inne Gesellschaft sin und sin wullen, de Rollen, nich. Un damit de Mensken

wättet, wat se to don en to loten hävt, giv dat de Themen. De sin ne Tomotung, man düsse Tomotung doet as de Organisationen tomoten. Un so wärn we to Mitglieiders inne Gesellschap, nich, so wät de eene en Buer un de ännere en Mürker. Un so is de eene innen Speelmannstog un de annere innen Schützenverein.

Funktion der Wirtschaft ist es, „eine zukunftsstabile Vorsorge mit je gegenwärtigen Verteilungen“ zu erreichen.

Een van düsse Deile is de Wirtschaft. Man dat is nich dat, wo wi usse Bier drinkt jeden Ovend. De Wirtschaft, dat is dat, wo hüde vadeelt wat damit wi een annern Dag ok noch wat te ätten un drinken häbt. Wenn nu Gerda de Bohnen schnibbelt un inkocht, dann is dat Wirtschaft. Un wenn de Gärd sinne Färkel mäset, dann is dat ok Wirtschaft. Weil, dor hebt wi ja ok dat nächste Johr noch wat van (wenn dat nich schimmelt).

Strukturelle Kopplungen sind Konsequenzen der funktionalen Gesellschaftsdifferenzierung.

Wat wi nog brukt wenn wi van de Systems vattellen sin de Strukturen. Dat is sowat wi de Misthoepen achter de Dör. Du bruks een Schwien, dat den Mist maket un dann een Trekker, denn den Mist most du ja uppen Akker kriegen. Jo, also dat sin de Strukturen. Dat is sowat wi dien Umgang mit dat Schwien un den Trekker un den Mist. Jo du wees ja, jeder deiht, wat e am besten kann, wo e am besten funktioneert. Un dat dat funktioneert, dörbie hölpt di dann de Jan, den ollen Öhm. De schmitt den Mist upen Wogen, de koppelt den Trekker an, un dann verdeelt he den Mist upen Akker. De reedet ok vull te vull, de Jan, man de Kommunikation is ja de Seele van dat groote System. **KLAUS-DIETER ALTMEPPEN**

Anzeige

HV HERBERT VON HALEM VERLAG



STEPHAN A. WICHERT
Die Krise als Medienereignis.
Über den 11. September im deutschen Fernsehen
2006, 474 S., 6 Abb., 12 Tab., Broschur,
213 x 142 mm
ISBN 3-938258-11-7
ISBN 978-3-938258-21-7



STEFFEN BERTHARDT
Medienkandale.
Zur moralischen Sprengkraft öffentlicher Diskurse
2006, 486 S., 7 Abb., 1 Tab., Broschur,
213 x 142 mm
ISBN 3-938258-17-6
ISBN 978-3-938258-27-0



MARLENE POSNER LANDSCIL
StoryTelling - Märchen und Märchenzähler in der Wirtschaft
edition medienpraxis 4
2007, 180 S., Broschur, 190 x 120 mm
ISBN 3-931606-98-8
ISBN 978-3-931606-08-5



KLAUS SACHS-HIMBACH (Hrsg.)
Bild und Medium.
Kunstgeschichtliche und philosophische Grundlagen der interdisziplinären Bildwissenschaft
2006, 280 S., 34 Abb., Broschur,
213 x 142 mm
ISBN 3-938258-22-5
ISBN 978-3-938258-22-4



PATRICK DÖNGES (Hrsg.)
Von der Medienpolitik zur Media Governance?
2007, 270 S., Broschur, 213 x 142 mm
ISBN 3-938258-02-0
ISBN 978-3-938258-02-6

Informieren Sie sich über diese und andere Neuerscheinungen aus 2006 unter <http://www.halem-verlag.de>. Bestellungen sind dank der 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>