

# Avisos



Informationsdienst der Deutschen  
Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Nr. 44

DGPuK

Mai 2007

## LOB UND TADEL

## DEBATTE: KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT IN DER SCHWEIZ

### Gräben, Boom und Aufbruch

Der Weg des Schweizer Fachs aus dem Ghetto

VON ROGER BLUM

### Wer? Was? Wo?

Ein Überblick über die Forschungslandschaft

VON HEINZ BONFADELLI

### Eigensinnige Medialität

VON KLAUS NEUMANN-BRAUN UND GEORG CHRISTOPH THOLEN

### Mehr diskursiv im Süden

Das Fach in der italienischen Schweiz

VON STEPHAN RUSS-MOHL

### Im Westen was Neues

Blick in die französische Schweiz

VON PHILIPPE VIALON UND ROGER BLUM

## IN KÜRZE

## NEU ERSCHIENEN

## DER FRAGEBOGEN

Ausgefüllt von Martin Emmer

## TAGUNGEN

## INTERNATIONALISIERUNG

## NACHGEFASST

## AUSGESTELLT

## AUS DEM VORSTAND

## EINSPRUCH

2

4

4

5

8

10

11

13

14

16

18

20

22

23

26

28

## AVISIERT

Wenn man im Internet die Suchbegriffe „Schweiz“ und „anders“ eingibt, dann stößt man bei *wissen.de* auf folgenden Text: „Die Schweiz gilt als kompliziert. Das beginnt schon mit der Kommunikation.“ Stimmt nicht. Empirisch widerlegt. Die Zusammenarbeit mit Roger Blum war alles andere als kompliziert, als ich ihn bat, für den „Aviso“ diesen Schwerpunkt zum Thema „Schweiz“ zusammenzustellen.

„Auch die Entdeckung der Langsamkeit wird den Schweizern zugeschrieben: Beim Streichen der Turmuhr schlägt der Stundenzeiger den Eidgenossen bekanntermaßen den Pinsel aus der Hand.“ Stimmt auch nicht. Kollege Blum war schnell, und wenn man bedenkt, wie viel er in diesem Schwerpunkt selbst recherchieren und schreiben musste, so gebührt ihm der größte Respekt.

Das hingegen stimmt: „Schweizer Bedachtsamkeit und Qualitätsarbeit...“. Aber genug der Klischees. Wer will, findet auf den folgenden Seiten noch ein paar. Vor allem aber findet er informative und übersichtliche Texte. Herzlichen Dank dafür an Roger Blum.

IHR GUNTER REUS

Anzeige

Klaus Kamps  
**Politisches Kommunikationsmanagement**  
Grundlagen und Professionalisierung moderner Politikvermittlung  
2007. 454 S. Bz. EUR 29,80  
ISBN 978-3-531-13280-8  
www.vs-verlag.de

# Ausbildung im Bologna-Loch

Eine Replik auf den Journalistik-Beitrag von Klaus Meier

In der letzten Ausgabe von „Aviso“ hat Klaus Meier ausführlich und kompetent über den „Bologna-Prozess in der Journalistik“ berichtet. Ergänzend dazu möchten Holger Sievert und Stephan Russ-Mohl dieselbe Entwicklung in den aus ihrer Sicht notwendigen, perspektivisch weiteren Zusammenhang der Journalistenausbildung stellen. Sie skizzieren damit verbundene Schwierigkeiten und Chancen.

Nach Rom mögen viele Wege führen, aber in den Journalismus gelangt man über drei breitgetrampelte Pfade: Volontariate, der Besuch privater Journalistenschulen oder ein einschlägiges Hochschulstudium ebnet den Zugang in die Redaktionen. Angehende Journalisten achten dabei auf die Qualität der Ausbildung, auf Einstiegschancen und auf ökonomische Anreize. Stimmt dies, so landet die Crème de la Crème des Nachwuchses meist an einer der Journalistenschulen – und zwar vorzugsweise an jenen, die von den großen Medienkonzernen mitgetragen werden. Sie können am ehesten einen Anschluss-Arbeitsvertrag in Aussicht stellen. Um Talente

anzulocken, gewähren einige recht großzügige Ausbildungsbeihilfen.

## Konsolidierung an Privatschulen

In Deutschland leisten sich praktisch alle großen Medienunternehmen ihre eigenen Journalistenschulen. Deren Leiter sprechen übereinstimmend von einer Konsolidierung. Es habe in den letzten beiden Jahren kaum noch Budgetkürzungen gegeben, da und dort werde behutsam ausgebaut. Auch die Übernahmequoten sind wieder besser – 80 bis 90 Prozent der Absolventen sind es etwa bei Springer. Bei der 2001 gegründeten Burda-Journalistenschule wurden anfangs alle übernommen; das sei aber, so ihr Leiter Hanspeter Oswald, schwieriger geworden. Häufig werden befristete Arbeitsverträge abgeschlossen; mancher Absolvent hangelt sich von Vertretungs- zu Vertretungsjob oder arbeitet als freier Mitarbeiter.

Um an einer Journalistenschule aufgenommen zu werden, sind ein Studium – eher klassische

Fächer (Geschichte, Wirtschaft, Jura, Naturwissenschaften) als Journalistik oder Kommunikationswissenschaft – sowie erste journalistische Erfahrungen hilfreich. Praktika werden häufig nicht mehr bezahlt. An der Axel-Springer-Akademie haben, so deren Geschäftsführer Rudolf Porsch, inzwischen 85 Prozent der Volontäre ein abgeschlossenes Studium, rund 10 Prozent sind sogar promoviert. Die Ausbildungszeiten werden offenbar eher länger als kürzer.

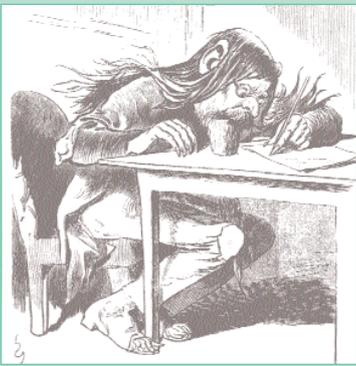
Zugleich zeichnet sich eine noch stärkere Spaltung des Markts als bisher ab. Während nur wenige Einsteiger einen der raren Plätze an den renommierten Schulen bekommen, muss sich das Gros der Nachwuchsjournalisten unter weniger günstigen Bedingungen durchboxen. Überfüllte Hörsäle, schlecht koordinierte Lehrangebote und überlange Studienzeiten gehören vielerorts seit Jahren zum Hochschulalltag.

## Bologna-Loch an den Unis

Inzwischen sind Universitäten und Fachhochschulen dabei, auch in der Journalistik und der Kommunikationswissenschaft auf das Bologna-Modell umzustellen. Damit gerät etwas in Gefahr, was bisher eher zu den Errungenschaften der hochschulgebundenen Journalistenausbildung zählte. Weischenberg hatte Anfang der neunziger Jahre eine Trias journalistischer Kompetenz als notwendig vorgegeben: Medienbezogenes Fachwissen, Sachkunde im Berichterstattungsfeld und Vermittlungskompetenz sollten sich ergänzen. Besonders leicht ließ sich dieser Dreiklang im Rahmen eines klassischen Magisterstudiums intonieren. Die Kombination aus zwei Hauptfächern oder einem Hauptfach mit zwei Nebenfächern erlaubte es, parallel in allen drei Bereichen das nötige Wissen zu vertiefen.

Ähnlich, nur noch praxisnäher, waren auch die meisten Diplomstudiengänge in Journalistik konzipiert. Dagegen stellt das neue Modell diese

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



Leserbriefe

„Kompetenz-Trias“ in Frage: Ein meist dreijähriger Bachelor zwingt dazu, sich auf ein Fach zu konzentrieren. Am Journalismus interessierte Studierende haben so erst einmal die Qual der Wahl zwischen Fach- oder Sachkompetenz. Mindestens ein Bereich droht ins „Bologna-Loch“ zu fallen.

### Manches Angebot ist markteng

In Deutschland waren kleinere Hochschulen mit der Umstellung besonders schnell; manches neue Angebot ist allerdings sehr markteng, beispielsweise Journalismus mit Schwerpunkt TV-Producer. Ressortspezifische Studiengänge – etwa zum Wissenschafts-, Kultur- oder Wirtschaftsjournalismus, wie sie sich an der Universität Dortmund, der Universität der Künste in Berlin, der Hochschule Bremen oder der privaten BiTS-Hochschule in Iserlohn finden – weisen vielleicht einen Ausweg aus dem Dilemma. Online-Studienführer verzeichnen über 100 Ausbildungsangebote, die sich im deutschsprachigen Raum der Journalistik zuordnen lassen, davon sind allerdings erst rund 20 Bachelor- und knapp 10 Master-Angebote.

Die großen kommunikationswissenschaftlichen Institute in Deutschland stecken derzeit meist noch in der Übergangsphase. Drei Beispiele: In München ist ein neues Masterprogramm vorgesehen. Es soll die erfolgreiche Kooperation mit der Deutschen Journalistenschule fortsetzen. Bereits seit 2003 bietet die Universität einen Bachelor of Arts in Kommunikationswissenschaft an. In Hamburg gibt es einen neuen Masterstudiengang „Journalistik und Kommunikationswissenschaft“. Parallel bietet die Universität mit der Hamburg Media School einen Master of Arts in Journalism an.

Die Universität Mainz plant eine Art Doppel-Bachelor, der Nebenfächer ins Publizistikstudium integriert. Allerdings sieht ein Lehrender im Hintergrundgespräch auch das Risiko, mit dieser Kombination geradezu ein Weiterstudieren zu erzwingen, wenn nicht halbgebildete Akademiker auf die Redaktionen losgelassen werden sollen.

Während an Ausbildungsstätten wie der Evangelischen Journalistenschule in Berlin Studierende sogar erfahrene Journalisten als persönliche Mentoren haben, sind Massen- und Schulbetrieb, wie sie inzwischen an Hochschulen gang und gäbe sind, einer guten Journalistenausbildung eher abträglich. An den Hochschulen schwinden eigenständiges Forschen, ja oft schon selbstständige

Literaturrecherche und die Bereitschaft, regelmäßig Zeitung oder auch nur pro Seminar mehr als ein Buch zu lesen.

So nimmt es nicht wunder, dass etwa die Springer-Journalistenschule in jüngster Zeit mehr das Sachwissen akzentuiert. Akademiker lernen auch das Recherchieren. Irgendwie nachvollziehbar, dass solche Anstrengungen geadelt werden möchten, indem jüngst die Journalistenschule zu einer hauseigenen Akademie aufgewertet wurde.

### Ausbildung dennoch besser denn je

Wenn also vielerorts über den Verfalls journalistischer Kultur geklagt wird, ist womöglich doch nicht die Ausbildung dafür in Haft zu nehmen. Im Gegenteil: Trotz aller erkennbarer Defizite und Mängel ist diese insgesamt wohl besser denn je. Mit Einschränkungen gilt das sogar für die Hochschulen. Im Rückblick mutet es tragisch an, dass sich Journalistik und Kommunikationswissenschaft als stark frequentierte Fächer erst spät etablieren konnten – so spät, dass ihr Ausbau mit der Zerstörung dessen zusammenfiel, was einmal die Raison d'être der Universität war: die intensive, persönliche Kommunikation zwischen Forschenden und Lernenden.

➡ **HOLGER SIEVERT, GÜTERSLOH/  
STEPHAN RUSS-MOHL, LUGANO**

Holger Sievert ist Direktor bei der Kommunikationsberatung *komm.passion*. Er hat viele Jahre für die Bertelsmann Stiftung u. a. Hochschulprogramme im Kommunikationsbereich entwickelt. Stephan Russ-Mohl ist Professor an der Universität Lugano und leitet dort das European Journalism Observatory. Dieser Beitrag geht auf einen Artikel zurück, den die beiden Autoren am 24. November 2006 in der „Neuen Zürcher Zeitung“ veröffentlicht haben.

### Glückwünsche

Ich gratuliere Ihnen zu einem wie immer hervorragenden „Aviso“!

**RENE WEBER, SANTA BARBARA/USA**

Vielen Dank für den – wie immer (!) – sehr gelungenen „Aviso“.

**ANDREAS FAHR, MÜNCHEN**

# Gräben, Boom und Aufbruch

Der Weg des Schweizer Fachs aus dem Ghetto VON ROGER BLUM

DEBATE

Roger Blum ist Professor für Kommunikations- und Medienwissenschaft an der Universität Bern. Von 1999 bis 2005 war er Präsident der Schweizerischen Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft (SGKM)

**70 Jahre lang blieb die Kommunikations- und Medienwissenschaft in der Schweiz marginalisiert. Dann hat sie sich organisiert, langsam emanzipiert. 2004 wurde sie evaluiert. Jetzt ist sie auf dem Weg aus dem Ghetto.**

Die schweizerische Kommunikations- und Medienwissenschaft ist, wie das Land, sehr vielfältig. Drei Gräben durchziehen das Fach: der Graben zwischen der angelsächsischen Ausrichtung der Deutschschweiz und der frankophonen der Westschweiz, der Graben zwischen dem sozialwissenschaftlichen Ansatz der Mehrheit und dem kulturwissenschaftlichen der Minderheit sowie der Graben zwischen der rein theoretischen und der stärker praktischen Orientierung.

Alles begann ganz früh und stark praktisch: Nachdem Karl Bücher in Basel bereits zwischen 1884 und 1890 Vorlesungen über das Pressewesen gehalten hatte, ohne dass dies zu einer Institutionalisierung geführt hätte, etablierte sich das Fach früher als in Deutschland auf Initiative des Vereins der Schweizer Presse, der Standesorganisation der Journalisten, 1903 in Zürich und in Bern. Die ersten Hochschullehrer dieser Journalistik, die sich explizit in den Dienst der Ausbildung von Medienschaffenden stellte, waren Journalisten und Politiker: in Zürich Oscar Wettstein, Chefredakteur der demokratischen (linksbürgerlichen) „Zürcher Post“ und später Ständerat, in Bern Michael Bühler, Chefredakteur des freisinnigen „Bund“ und später Nationalrat. 1916 trat zwar Bühler zurück, und Bern nahm den Faden

erst 1942 wieder auf. Im gleichen Jahr stieß Freiburg hinzu, 1968 Lausanne. Dabei blieb es bis in die neunziger Jahre hinein. Als daher 1974 die Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft (SGKM) gegründet wurde, war sie nur zum kleinsten Teil ein Zusammenschluss akademischer Forscher. Die meisten kamen aus der Medienpraxis oder arbeiteten als Forscher und Experten in Medienunternehmen, Verbänden und der Politik. Noch 1990 gab es in der Schweiz bloß vier Lehrstühle der Kommunikations- und Medienwissenschaft: je einen in Zürich, Freiburg und Lausanne und einen halben in Bern.

## Zuwachs von 600 Prozent

Dies hat sich inzwischen gründlich verändert. Das Fach erlebte einen beispiellosen Studierendenboom. In wenigen Jahren vermehrte sich die Zahl der Absolventen um 600 Prozent und schnellte auf über 7000. Die Zahl der Professoren stieg auf über 50, doch der Ausbau der Stellen hielt mit der Belastung nicht Schritt; das Betreuungsverhältnis war das ungünstigste aller Fächer in der Schweiz. Gleichzeitig sah sich das Fach mehreren Herausforderungen gegenüber: Es war heterogen wegen der unterschiedlichen Traditionen in den verschiedenen Sprachregionen, wegen der unterschiedlichen Interessen von Universitäten und Fachhochschulen und wegen der auseinanderdriftenden Fachdiskurse zwischen den mittlerweile erstarkten sozialwissenschaftlichen und den neu aufkommenden kulturwissenschaftlichen Ansätzen. Das Fach war zu groß, um noch übersehen zu werden, aber zu klein, um in den schweizerischen Wissenschaftsinstitutionen den nötigen Einfluss zu erlangen. Es hatte wegen seines traditionellen Praxisbezugs teilweise zu wenig wissenschaftliche Reputation. So war es Zeit

Schweiz-Klischee Nr. 14

für eine Evaluation. Diese fand 2004 unter der Ägide des Schweizerischen Wissenschafts- und Technologierates statt. Auf einen umfangreichen Selbstevaluationsbericht folgte die Analyse der internationalen Expertengruppe unter der Leitung von Prof. Klaus Schönbach (Amsterdam) und mit Mitgliedern aus sieben Ländern. Die Experten kamen zum Schluss, dass das Fach aus seiner Vielfalt ein Markenzeichen machen müsse und dass es international sichtbarer werden sollte – durch Tagungsauftritte, Publikationen, Kooperationen und durch Lehre in Englisch. Sie empfahlen, eine Zukunftskommission einzusetzen, die die Empfehlungen konkretisiert.

Die SGKM hat inzwischen viele Hausaufgaben gemacht. Das Fach wurde akademisiert. Die Tagungen fußen seit einigen Jahren auf Papers, die ein Peer-Review-Verfahren durchlaufen haben. Sie bieten auf diese Weise dem Nachwuchs vermehrt Auftrittsmöglichkeiten. Angehörige des Mittelbaus strömten in die SGKM. Das Fach bewegte sich weg von der Praxis, hin zu den Hochschulen. Als nationales Koordinationsorgan

wurde der Dozentenrat geschaffen, der sich jährlich trifft. In langwierigen Verhandlungen gelang die Fusion der beiden Zeitschriften „Medienwissenschaft Schweiz“ (SGKM) und „Studies in Communication Sciences“ (Universität Lugano); Mitte 2007 wird die erste Nummer erscheinen.

2005-2006 tagte die Zukunftskommission unter der Leitung von Prof. Werner Wirth (Zürich). Sie schlug unter anderem vor, dass im Internet das Swiss Network of Communication and Media Research zur internationalen Präsentation der Schweizer Medienforschung eingerichtet wird, dass im Netz ein Atlas der Studiengänge geschaffen wird, dass Kooperationen angebahnt, in der Lehre englische Angebote eingebaut werden usw. Ein Teil der Vorschläge richtet sich an die Institute, andere nehmen die SGKM in die Pflicht, wieder andere die Universitätsrektorenkonferenz und Wissenschaftsinstitutionen. Noch ist nicht klar, was letztlich alles umgesetzt werden kann. Doch das Fach in der Schweiz ist im Aufbruch, es drängt hinaus aus dem Ghetto, auch wenn es sich den Weg meist selber bahnen muss. ◆



## Wer? Was? Wo?

Ein Überblick über die Forschungslandschaft VON HEINZ BONFADELLI

**Sucht man die sozialwissenschaftliche Medienforschung in der Deutschschweiz nach einer Art Lasswell'schen Formel ab, so ergibt sich ein vielfältiger Ertrag: Praxisorientierte Forschung und universitäre, durch nationale Institutionen geförderte und privat finanzierte, makro- und mikroorientierte. Der Themenbereich ist breit, die internationale Orientierung noch schwach.**

Die sozialwissenschaftlich orientierte Kommunikations- und Medienforschung in der Deutschschweiz soll im Folgenden einerseits nach Auftraggebern und Institutionalisierungsformen, andererseits nach Themenfeldern und den darin tätigen Forschern skizziert werden. Trotz der im Vergleich zu Deutschland kleinen Forschungskapazität wird es kaum möglich sein, allen und allem gerecht zu werden.

Im Bereich der praxisorientierten angewandten Medienforschung sind beim Rundfunk die Publikumsforschung der öffentlichen und privaten Veranstalter ([www.mediapulse.ch](http://www.mediapulse.ch)/[www.publicadata.ch](http://www.publicadata.ch)) und bei den Printmedien die AG für Werbemediaforschung WEMF ([www.wemf.ch](http://www.wemf.ch)) an erster Stelle zu nennen. Sie erheben periodisch und auf

repräsentativer Basis mit ihren Messsystemen Telecontrol und Radiowatch die Nutzung von Radio und Fernsehen und mit dem MACH-Forschungssystem die Reichweiten von Zeitungen und Zeitschriften sowie seit zehn Jahren auch den Umgang mit dem Internet. Daneben sind weitere kleinere Gesellschaften zu nennen wie das Institut GfS mit seinem alle zwei Jahre durchgeführten Univox-Mediensurvey ([www.gfs-zh.ch](http://www.gfs-zh.ch)) oder die Publicom AG ([www.publicom.ch](http://www.publicom.ch)), die für Medienhäuser oder andere Auftraggeber produktorientierte Evaluationen durchführt.

Als Schnittstelle zwischen universitärer und angewandter Medienforschung kommt dem Bundesamt für Kommunikation BAKOM ([www.bakom.admin.ch](http://www.bakom.admin.ch)) in der Forschungsförderung ein besonderer Stellenwert zu, unterstützt es doch

Heinz Bonfadelli ist Professor für Publizistikwissenschaft an der Universität Zürich

jedes Jahr gut zehn Forschungsprojekte meist zu zwei ausgeschriebenen Themenbereichen. Der Schwerpunkt liegt, wie bei den Landesrundfunkanstalten in Deutschland, auf Fragestellungen im Bereich der privaten elektronischen Medien. In jüngster Zeit wurden Forschungsprojekte ausgeschrieben und unterstützt zu Themen wie lokales Nachrichtenangebot, Bildungs- und Integrationsfunktionen des Rundfunks, neue Werbeformen oder Journalisten im Privatrundfunk.

Eine Schnittstellenfunktion nehmen auch jene Forschungsaktivitäten an den Universitäten und Fachhochschulen ein, die mehr oder weniger stark praxisorientiert ausgerichtet sind wie beispielsweise das kontinuierliche Monitoring von Aufmerksamkeitszyklen der Medien durch den Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft von Kurt Imhof an der Universität Zürich ([www.foeg.unizh.ch](http://www.foeg.unizh.ch)) oder die Evaluationen von Kommunikationskampagnen durch den Verfasser am IPMZ der Universität Zürich ([www.ipmz.unizh.ch](http://www.ipmz.unizh.ch)). Zu erwähnen ist hier auch eine ganze Palette von medienökonomischen Projekten am Institut für Medien- und Kommunikationsmanagement der Hochschule St. Gallen ([www.mcm.unisg.ch](http://www.mcm.unisg.ch)), neu geleitet von Miriam Meckel mit den drei Arbeitsschwerpunkten Informations- und Medienmanagement (Beat Schmid), Corporate Communications (Miriam Meckel) und Medien und Kultur (Werner Wunderlich).

### Nationalfonds finanziert Kompetenzzentren

Sozialwissenschaftlich ausgerichtete universitäre Forschung wird vor allem an den entsprechenden universitären Instituten betrieben. Dazu zählen das Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich (ipmz) ([www.ipmz.unizh.ch](http://www.ipmz.unizh.ch)), der Fachbereich für Medien und Kommunikationswissenschaft an der Universität Fribourg ([www.unifr.ch/mukw](http://www.unifr.ch/mukw)), das Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Bern ([www.ikmb.unibe.ch](http://www.ikmb.unibe.ch)) sowie das Institut für Angewandte Medienforschung an der Zürcher Fachhochschule Winterthur ([www.iam.zhwin.ch](http://www.iam.zhwin.ch)) und in ökonomischer Ausrichtung die Hochschule St. Gallen ([www.mcm.unisg.ch](http://www.mcm.unisg.ch)).

Geld erhält die akademische Forschung in der Schweiz in der Hauptsache vom Schweizerischen Nationalfonds zur Förderung der Wissenschaften ([www.snf.ch](http://www.snf.ch)). Wie die DFG finanziert er Einzelprojekte, aber auch über mehrere Jahre laufende

„Nationale Forschungsprogramme“ (NFP) und neuerdings auf noch breiterer Basis „Nationale Forschungskompetenzzentren“ (NCCR). Ende 2005 wurde ein solches NCCR zum Thema „Herausforderungen der Demokratie im 21. Jahrhundert“ ([www.nccr-democracy.unizh.ch](http://www.nccr-democracy.unizh.ch)) an die Universität Zürich verliehen, wo die Politikwissenschaft und die Publizistikwissenschaft als Hauptpartner mit insgesamt 18 Projekten zusammenarbeiten. Die Kommunikationswissenschaft ist unter anderem mit den Professoren Frank Esser, Kurt Imhof, Otfried Jarren, Frank Marcinkowski, Gabriele Siegert, Werner Wirth und dem Verfasser beteiligt. Nicht zuletzt muss auch auf die Aktivitäten des SwissGIS ([www.swissgis.unizh.ch](http://www.swissgis.unizh.ch)) hingewiesen werden, das sich vor allem im Forschungsbereich „Informationsgesellschaft Schweiz“ einen Namen geschaffen hat.

### Große Vielfalt an Forschungsthemen

Betrachtet man die Forschung nach Themenbereichen, so lassen sich in der Deutschschweiz etwa folgende Schwerpunkte erkennen: Otfried Jarren leitet und repräsentiert in Zürich mit seinen Mitarbeitern (namentlich Patrick Donges) den Forschungsbereich „Medienpolitik“ ([www.mediapolicy.ch](http://www.mediapolicy.ch)), wobei in den letzten Jahren in europäischer Perspektive Fragen der Medienregulierung und Media Governance untersucht worden sind. Gabriele Siegert, ebenfalls in Zürich, konzentriert sich auf das Forschungsfeld „Medienökonomie“, wobei sie speziell dem Thema Medienmarketing Aufmerksamkeit schenkt, während Werner A. Meier und Josef Trappel sich mit Fragen der Medienkonzentration befasst haben. Neben Zürich ist vor allem das St. Galler Institut mit Beat Schmid und seit kurzem Miriam Meckel ebenfalls im Bereich Medienökonomie forschend sehr aktiv, das speziell Fragen der Internet-Ökonomie, des Informations- und Medienmanagements und der Corporate Communications bearbeitet.

Die Journalismusforschung, aber auch Fragen der Mediengeschichte, beispielsweise zum Medienkonzern Ringier, sowie Themen der politischen Kommunikation, etwa die Untersuchung von politischen Diskursen in Radio, Fernsehen und Online-Foren, bilden einen Forschungsschwerpunkt von Roger Blum am Berner Universitätsinstitut. Mit Fragen des Qualitätsmanagements im Journalismus beschäftigt sich Vinzenz

Wyss von der Fachhochschule Winterthur intensiv, neben vielen weiteren eher angewandten Forschungsprojekten etwa zur Evaluation von Firmenzeitschriften. Vor allem in komparativer Hinsicht wird sich auch Frank Esser, neu in Zürich seit dem Winter 2006, mit Fragen des Journalismus beschäftigen.

### Veränderungen in den schweizerischen Medien

Wie im Zusammenhang mit dem Medienmonitoring des Forschungsbereichs Öffentlichkeit und Gesellschaft schon angedeutet, beschäftigen sich praktisch alle Institute für Kommunikationswissenschaft in der Deutschschweiz immer wieder inhaltsanalytisch auch mit den Strukturen und den Veränderungen der Medienrealität der schweizerischen Medien. So hat beispielsweise der Verfasser an der Universität Zürich Studien zur Vielfalt und Qualität der Information im Lokalraum oder zur Berichterstattung über Ausländer und Migranten in der Schweiz vorgelegt. Mit dem Zuzug von Philomen Schönhagen und Joachim Trebbe zu Louis Bosshart an den Fachbereich „Medien- und Kommunikationswissenschaft“ der Universität Fribourg lässt sich dort ein Schwerpunkt „Programm- und Inhaltsanalyse“ erkennen. Dort sind in jüngster Zeit Projekte zum Integrationspotential sprachregionaler Medien, zur Wirtschaftsberichterstattung in den Fernseh- und Radionachrichten und die Langzeitstudie „Nachrichten in einem mehrsprachigen Land“ entstanden bzw. in Arbeit.

Als Spezialbereiche stießen auch Wissenschafts- und Gesundheitskommunikation in den Medien auf verstärkte Aufmerksamkeit, etwa durch die Arbeiten von Urs Dahinden in Zürich, Michael Schanne an der Fachhochschule Winterthur oder Stephan Russ-Mohl und Peter Schulz an der neu gegründeten Fakultät für Kommunikationswissenschaft der Universität Lugano ([www.com.unisi.ch](http://www.com.unisi.ch)).

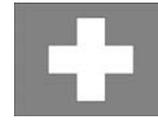
### Digital Divide, PSI und Mediensozialisation

Im Mikrobereich von Medienrezeption und Medienwirkungen schließlich sind die Forschungen des Verfassers und von Werner Wirth an der Universität Zürich angesiedelt. Während der Verfasser und Mirko Marr die Wissensklutperspektive unter dem Stichwort des „Digital Divide“ mit

verschiedenen Projekten im Kontext der Online-Kommunikation untersucht haben, befassen sich Werner Wirth und seine Mitarbeiter, so etwa Holger Schramm, mit Fragen der parasozialen Interaktion und der Emotionen bei der Rezeption von Unterhaltung. Schließlich hat sich das IPMZ unter Ulrich Saxer bereits seit Mitte der 1970er Jahre kontinuierlich mit dem Medienumgang von Kindern und Jugendlichen sowie mit Fragen der Medienpädagogik beschäftigt. Diese Tradition der Mediensozialisationsforschung setzt Daniel Süss mit seinen medienpsychologischen Arbeiten an der Hochschule für Angewandte Psychologie in Zürich ([www.bap.ch](http://www.bap.ch)) und am IPMZ der Universität Zürich fort.

### Heterogen und vielstimmig

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass das Bild der sozialwissenschaftlich orientierten Kommunikations- und Medienforschung in der Deutschschweiz heterogen und vielfältig ist, wobei Profilbildung und Forschungsleistung von der Größe und dem Selbstverständnis des jeweiligen Instituts und seiner Professoren bestimmt werden. Als Auftraggeber spielen der SNF und das BAKOM für die Grundlagenforschung einerseits und andererseits Medienunternehmen für eher praxisorientierte kleinere Projekte eine wichtige Rolle. Im nationalen Bereich sind eingespielte Kontakte zwischen einzelnen Instituten und Professoren deutlich erkennbar; im Vergleich dazu erscheint die internationale Orientierung verbesserungsfähig. ◆



Schweiz-Klischee Nr. 29



## „Wir sind wer“

Interview mit Werner Wirth

DE  
BATE  
TE

Werner Wirth  
ist Professor  
für Publizistik-  
wissenschaft  
an der Univer-  
sität Zürich

Wie kann sich die schweizerische Kommunikations- und Medienwissenschaft für die Zukunft fit machen? Auf diese Frage versuchte die Zukunftskommission Antwort zu geben, die als Folge der Evaluation des Fachs durch internationale Experten 2005/06 einen ganzen Strauß konkreter Maßnahmen empfahl. Präsident der Kommission war Prof. Werner Wirth (Zürich).

*Die Zukunftskommission hat versucht, die Empfehlungen der internationalen Experten zu konkretisieren. Hat sich diese Anstrengung überhaupt gelohnt?*

**Wirth:** Es hat sich vor allem gelohnt, weil die Verfechter sozialwissenschaftlicher und kulturwissenschaftlicher Ansätze überhaupt miteinander gesprochen haben. Diese Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Fachphilosophien war lohnend. Der eigentliche Wert der Arbeit wird sich aber erst bei der Umsetzung durch die Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft (SGKM) zeigen. Als Erstes soll der Atlas der Studiengänge im Internet realisiert werden, ein Vorhaben, das auch von deutschen Kolleginnen und Kollegen schon als tolle Idee bewertet wurde.

*Die Vorschläge der Zukunftskommission nehmen die SGKM und die Institute in Pflicht. Muss man nicht befürchten, dass sich die Institute den Teufel um die Vorschläge scheren, sondern auf ihre Autonomie pochen?*

**Wirth:** Die Frage ist berechtigt. Es gibt Anzeichen, dass es so sein könnte. Dennoch existiert eine gewisse Macht des Faktischen. Die Vorschlä-

ge der Zukunftskommission liegen auf dem Tisch und werden diskutiert. Sie fließen in den Meinungsbildungsprozess ein und werden mittelfristig Wirkungen haben. Vieles wird wohl nicht sofort umgesetzt, aber auf Dauer werden sich die Ideen durchsetzen.

*Was muss das Fach in der Schweiz vor allem tun, damit es seine Zukunft nicht verpasst?*

**Wirth:** Wichtig ist, dass das Fach selbstbewusst und offensiv gegenüber den anderen Sozialwissenschaften auftritt. Wir sind wer, und wir sollten diesen Platz behaupten. Es herrscht ein Verteilungskampf, zumal man nicht auf volle Töpfe zurückgreifen kann. Zudem sollten wir uns intern nicht gegenseitig zerfleischen. Die Teildisziplinen haben ihr je eigenes Selbstverständnis entwickelt, das sollten wir anerkennen. Und mit Teildisziplinen meine ich nicht nur die großen wissenschaftstheoretischen Schulen, sondern auch die verschiedenen intra- und transdisziplinären Bezüge, wie sie sich beispielsweise in den Fachgruppen der DGPK niederschlagen. In Deutschland treten die Grabenkämpfe zwischen den verschiedenen Ausrichtungen immer wieder auf. So kommen wir aber nicht weiter.

DIE FRAGEN STELLTE ROGER BLUM

## Eigensinnige Medialität

VON KLAUS NEUMANN-BRAUN UND GEORG CHRISTOPH THOLEN

Die kulturwissenschaftlich orientierte Medienwissenschaft hat in Basel ihren Schwerpunkt mit Anschlüssen in Luzern, Lugano und anderswo.

Die vergleichsweise junge Disziplin der kulturwissenschaftlich orientierten Medienwissenschaft untersucht die Struktur und den Wandel der Medien in historischer wie systemati-

scher Perspektive. Ihr Gegenstandsbereich ist weit gefächert und umfasst die Entwicklung von der Schrift über die traditionellen Massenmedien bis zum Computer als Medium der Medieninte-



Schweiz-Klischee Nr. 3

nation und Simulation Bildwelten erzeugt, deren Sinngehalt und Lesbarkeit noch nicht erschlossen sind.

Kulturwissenschaftlich orientierte Medienwissenschaft strebt im Kern also eine Analyse von einzelnen Medien und komplexen Mediensystemen mit ihren spezifischen Darstellungsformen, Apparaten, Institutionen an. Dabei kommt eine Vielfalt von Methoden zum Einsatz, die Produktionsweisen und mediale Ästhetiken, kulturelle Praktiken und Kontexte aufschlüsseln. Sie zielt zugleich auf eine Theorie der Medien, die im Dialog mit benachbarten Disziplinen die eigensinnige Medialität der Medien in den Vordergrund rückt.

Eine so verstandene kulturwissenschaftlich konzipierte Medienforschung ist 2001 an der Universität Basel eingerichtet worden: Die dortigen Ordinariate sind an einer der literatur- und kulturwissenschaftlichen Tradition verpflichteten

Medienwissenschaft respektive kulturtheoretisch orientierten Medien- und Kommunikationssoziologie ausgerichtet. Kultur- und Sozialwissenschaften verschränken sich theoretisch und methodologisch auf fruchtbare Weise.

Folgerichtig wurde auch eines der ersten interdisziplinären Graduiertenprogramme der Schweiz dem Basler Institut für Medienwissenschaft zugesprochen. Das von den Universitäten Basel und Bern ge-

meinsamgetragene Pro\*Doc-Programm „Intermediale Ästhetik. Spiel – Ritual – Performanz“ umfasst die Forschungsbereiche Theatralität und Dramatik von der Antike bis zur Postmoderne, Ritual und Spiel zwischen Mimesis und Agonistik sowie Intermedialität und intermediale Inszenierungen.

An anderen kommunikations- und medienwissenschaftlichen Instituten der Schweiz wie zum Beispiel in Luzern, Lugano, Genf oder St. Gallen ist teilweise ein mit dem Basler Profil verwandter Schwerpunkt in Lehre und Forschung vorhanden. ◆

„Es sind solche  
Epochenschwellen, die  
ein historisch vergleichendes  
Wissen über Entstehung  
und Funktion medial  
eingerahmter  
Wahrnehmungs- und  
Kommunikationsformen  
notwendig machen“

gration. Überdies hat die Dynamik der weltweit beschleunigten Verwendung des Computers in nahezu allen gesellschaftlichen Bereichen seit Mitte der 1980er Jahre dazu geführt, die Erforschung der medienvermittelten Welterschließung einem universitären Fach, nämlich der integralen Medienwissenschaft, zu überantworten.

Gerade weil die digitalen Medien die Möglichkeit eines umfassenden Medienverbunds eröffnet haben, mit dem Bilder, Texte und Töne neu kombiniert, gespeichert und verbreitet werden können, verändert sich der Anwendungsbereich bisher getrennter Medien (Fotografie, Radio, Film, Fernsehen, Presse) in einem vergleichsweise dramatischen Tempo. Und seitdem auch Informatik und Wissenschaftsgeschichte die kulturprägende Bedeutung der Medientechnologien erkannt haben, ist die Reflexion über die Geschichte und Zukunft der digital erzeugten bzw. internetbasierten Repräsentation von Daten jeglicher Art vorrangig geworden. Multimedia, Hypertext und Digitalisierung sind die Stichworte einer zeitnahen Medienforschung und -lehre.

Es sind solche Epochenschwellen, die ein historisch vergleichendes Wissen über Entstehung und Funktion medial eingerahmter Wahrnehmungs- und Kommunikationsformen notwendiger denn je machen. Ein entscheidender Aspekt hierbei ist die Analyse der vielgestaltigen visuellen Kultur, die im Wechselspiel von Imagi-

DE  
BAT  
TE

Klaus Neumann-Braun  
und Georg Christoph Tholen sind Professoren für Medienwissenschaft an der Universität Basel

## Mehr diskursiv im Süden

Das Fach in der italienischen Schweiz VON STEPHAN RUSS-MOHL

DE  
BATE  
TE

Stephan Russ-Mohl ist Professor für Journalismus an der Universität der italienischen Schweiz in Lugano und leitet dort das European Journalism Observatory

In einer frischen Mischung präsentiert sich die Kommunikationswissenschaft in der italienischen Schweiz an der neuen Universität Lugano – mit sonst nicht üblichen Ansätzen, einem Master in Communication Management, einem Journalismus-Observatorium und sehr multikulturell.

Interdisziplinär, interkulturell, innovativ – das ist der Anspruch, mit dem Mitte der 90er Jahre die kleine Università della Svizzera italiana (USI – [www.unisi.ch](http://www.unisi.ch)) in Lugano gegründet wurde. Außer Kommunikationswissenschaft kann man dort Wirtschaftswissenschaften, Architektur und Informatik studieren – neu hinzugekommen ist soeben ein Lehrstuhl für italienische Kultur und Sprache. Bereits der Bachelor offeriert verschiedene Spezialisierungsmöglichkeiten. Acht verschiedene Masterprogramme bauen darauf auf, wobei die Angebote – wie meist im romanischen Sprachraum – stark verschult sind.

Lästermäuler, und solche gibt es in unserem Fach ja zu Hauf, werden behaupten, man habe im Tessin die Kommunikationswissenschaft neu erfinden wollen. Denn vom Zuschnitt her unterscheidet sich die Facoltà di scienze della comunicazione von herkömmlichen Instituten beträchtlich: Während etwa Marketing sonst meist bei der Betriebswirtschaftslehre „ressortiert“, ist dieser Bereich inzwischen zum stärksten Eckpfeiler innerhalb der kommunikationswissenschaftlichen

cherweise stark. Zu den Besonderheiten des Fachs im Tessin zählen ein Master of Science in Communication Management (MScCom), der Profis in der Corporate Communication weiterbildet (Unterrichtssprache Englisch). Für ein eigenständiges Ausbildungsangebot im Journalismus ist der Markt im Tessin zu klein – und man kann sich in der Schweiz schwer vorstellen, Studierende auf ein Staatsexamen in Italien vorzubereiten, das überall sonst in der westlichen Welt als überflüssig erachtet wird.

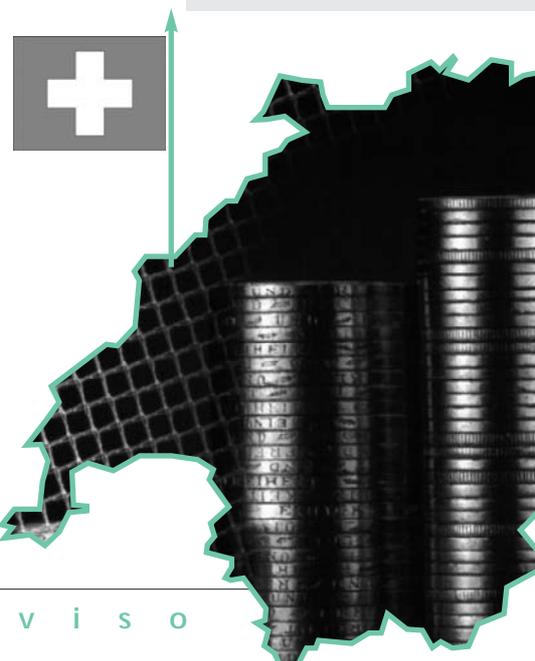
Dafür gibt es aber das „European Journalism Observatory“, das die verschiedenen Journalismus-Kulturen in Europa beobachtet und insbesondere Brücken zwischen dem Norden und dem Süden baut. Es erschließt praxisrelevante Ergebnisse der Kommunikationsforschung und macht diese in mehreren Sprachen Journalisten, Medienmanagern und anderen „Medienschaffenden“ zugänglich ([www.ejo.ch](http://www.ejo.ch)).

Mehrsprachig ist auch der Lehr- und Forschungsbetrieb an der Universität: Zumindest in der Schweiz gibt es keine andere Hochschule mit Dozenten, die in vergleichbarer Weise aus aller Herren Länder stammen. In der Studentenschaft dominieren zwar die Tessiner und die Italiener, aber auch sie ist „bunter“ zusammengewürfelt als anderswo. Dieses multikulturelle Ambiente gibt der kleinen, aber feinen USI fraglos ihren ganz spezifischen Reiz. ♦

Fakultät ausgebaut worden. Auch „Kommunikation in Aus- und Weiterbildung“ würde man anderswo eher bei der Pädagogik als bei den Kommunikationswissenschaften vermuten.

Dem Standort entsprechend, ist das Fach stark von „Italianità“ geprägt. Wie südlich (und westlich) der Alpen üblich, ist der wissenschaftliche „Zugriff“ eher diskursiv als faktengesättigt-empirisch. Seit Jahren ringt man darum, einen einzigen Lehrstuhl für qualitative und quantitative Methoden zu besetzen, dagegen gibt es inzwischen drei Professuren für Semiotik. In der Forschung sind als „Spezialitäten“ außerdem die Bereiche Wissenskommunikation und Gesundheitskommunikation zu nennen. Letzterer expandiert erfreuli-

Schweiz-Klischee I



a v i s o

# Im Westen was Neues

Blick in die französische Schweiz VON PHILIPPE VIALON UND ROGER BLUM

In der Westschweiz ist die Anlehnung an die französische Forschung dominierend, schließt aber Unterschiede nicht aus. So legt beispielsweise die Genfer Kommunikations- und Medienwissenschaft den Schwerpunkt nicht auf die „*information*“ – ein Begriff, der in Frankreich von Bedeutung ist, denn die *Sciences de l'information et de la communication (SIC)* befassen sich auch mit Fragen des Bibliothekswesens oder des Umgangs mit Daten, was in der Schweiz nicht der Fall ist.

In Genf (Leitung des Masters und der *École doctorale*: Prof. Uli Windisch) kann man von einer Ausbildung mit zwei Schwerpunkten sprechen: Ziel des Masters ist es zunächst, den Studierenden, die ein gutes Grundstudium in einem anderen Fach absolviert haben, die wichtigsten Grundlagen des Faches zu vermitteln. Im Durchschnitt werden nur ein Drittel der Studenten, die sich beworben haben, zugelassen. Gelehrt werden Theorie, Geschichte und Soziologie der Kommunikation und der Medien, Medienrecht und Medienwirtschaft sowie unterschiedliche Formen angewandter Kommunikation auf den Gebieten der Organisation, der Politik, des Tourismus, der Wissenschaft.

Der zweite Schwerpunkt liegt auf methodischen Ansätzen; dabei kommt der Inhalts-, Diskurs- und Bildanalyse eine sehr hohe Bedeutung zu. Alle Medien werden im Unterricht thematisiert und in Diplomarbeiten oder Dissertationen analysiert. Die Schriften renommierter Autoren wie

Barthes, Eco, Charaudeau im linguistisch-semiologischen oder Touraine,

Morin, Hall im soziologisch-anthropologischen Bereich gehören zu den Standardwerken.

Demnächst wird ein neuer Master-Studiengang eingeführt, der zum Ziel hat, Journalisten auszubilden. Eine Mischung aus Theorie und Praxis, gewährleistet durch die Mitwirkung von Lehrbeauftragten aus dem Journalismus, soll eine an-

In der französischsprachigen Westschweiz ist die Kommunikations- und Medienwissenschaft an vier Universitäten vertreten: Genf, Neuenburg, Lausanne und Freiburg. Am Beispiel Genf soll gezeigt werden, wie das Fach ausgerichtet ist. Und was es Neues plant.

spruchsvolle Ausbildung bieten, die bis jetzt in der romanischen Schweiz so noch nicht vorhanden ist. Eine enge Zusammenarbeit mit der Universität Freiburg und der Fachhochschule Winterthur soll es ermöglichen, sich mit mehreren Sprachen und Kulturen auseinanderzusetzen.

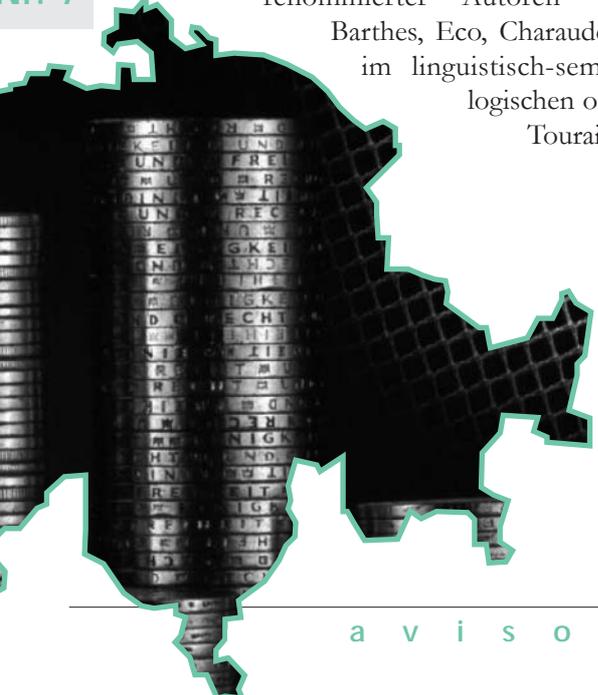
Bislang gab es in der stark soziologisch und linguistisch ausgerichteten Medienforschung der Westschweiz zwei Stränge der Zusammenarbeit: Die eine Allianz war jene der eher „marxistisch“ orientierten Professoren von Lausanne und Fribourg, die andere die der stärker bürgerlich verankerten Professoren von Genf und Neuenburg. Zurzeit ist alles offen. Denn Anfang 2007 starben überraschend die Lehrstuhlinhaber von Lausanne, Paul Beaud, und Fribourg, Jean Widmer; außerdem ging der Institutsleiter Neuenburgs, der journalistische Praktiker Antoine Maurice, in Pension. Das Neuenburger Institut heisst jetzt nicht mehr „*Institut du journalisme et de la communication*“, sondern „*Sciences de l'information et de la communication*“ und wird vorerst von einem linguistischen Assistenzprofessor geleitet.

Auch in Fribourg und in Lausanne herrscht eine Übergangssituation, aber dort dürfte die Ausrichtung auf Kommunikationssoziologie („*Sociologie de la communication et des médias*“ in Fribourg, „*Sociologie de la communication de masse*“ in Lausanne) bestehen bleiben. ♦



Philippe Vialon ist Professor für Kommunikationswissenschaft an der Universität Genf. Er hat 2006 eine internationale Sommer School organisiert

Nr. 7





Hier ist Platz für Ihr ganz persönliches  
Schweiz-Klischee. Einfach ausmalen  
– und fertig!

## Wo vieles läuft, was niemand weiß

**W**as läuft eigentlich an den Fachhochschulen der Schweiz im Bereich Kommunikationswissenschaft? Wer gibt einen Überblick? Darauf angesprochene Fachhochschulprofessoren verwerfen sichtlich die Arme. Jeder traut sich zu, das eigene Institut vorzustellen. Doch einen Überblick über die gesamte Landschaft hat niemand. Fakt ist indessen, dass bei der jüngsten Tagung der Schweizerischen Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft (SGKM) zahlreiche Beiträge aus Fachhochschulen stammten. An den Fachhochschulen wird offensichtlich geforscht. Fakt ist, dass die internationale Expertengruppe 2004 auch drei Fachhochschulen evaluierte. Und Fakt ist, dass Kommunikation und Information in irgendeiner Weise an mehr als zehn Schweizer Fachhochschulen gelehrt wird. Es gibt viel Kommunikationswissenschaftliches, was da krencht und fleucht. Doch wie ordnen? Und was ausscheiden?

Kreisen wir den Themenbereich systematisch ein. Ausser vor lassen wir jene Institute, die sich mit Telekommunikation und Elektronik, Technikommunikation, Information Security und Ähnlichem befassen. Auch die mehrsprachige Kommunikation (Winterthur) beziehen wir nicht ein, ebenso wenig all die Studiengänge für Design, visuelle Kommunikation und Medienkunst.

Schon näher beim Kernfach befinden sich die Fachhochschulen, die sich mit Medienpädagogik befassen, etwa der Fachbereich Medienbildung an der Pädagogischen Hochschule Zürich ([www.phz.ch](http://www.phz.ch)). Es gibt aber nirgends ein Institut, das sich ausschließlich der Medienpädagogik widmet. Hingegen hat sich innerhalb der SGKM eine Fachgruppe Medienpädagogik gebildet, deren Sprecher Prof. Daniel Süss ist. Er verantwortet an der Hochschule für Angewandte Psychologie in Zürich den Bereich Kommunikations- und Medienpsychologie ([www.hapzh.ch](http://www.hapzh.ch)).

### Mit den Fachhochschulen ist zu rechnen

An vier Fachhochschulen unterhält die Kommunikationswissenschaft im engeren Sinn eigene Institute oder Studiengänge. Auf die bedeutendsten Angebote treffen wir in Winterthur und Luzern: Das Institut für Angewandte Medienwissenschaft der Zürcher Hochschule Winterthur (Leitung: Prof. Daniel Perrin; [www.iam.zhwin.ch](http://www.iam.zhwin.ch)) konzentriert sich in der Grundausbildung auf Journalismus und Organisationskommunikation und in der Weiterbildung auf Communication Management und Leadership (MAS) sowie

auf Kommunikationsmanagement, Wirtschaftskommunikation, Politische Kommunikation und Kulturkommunikation (CAS). In der Forschung ist das Institut im Bereich des Journalismus, der Organisationskommunikation und der Linguistik engagiert. Das Institut für Kommunikation und Marketing der Hochschule für Wirtschaft Luzern (Leitung: Bettina Durrer; [www.hsw.fhz.ch/index/institute/ikm.htm](http://www.hsw.fhz.ch/index/institute/ikm.htm)) beschäftigt sich mit Unternehmenskommunikation, Online-Kommunikation, Marketing, professioneller Kommunikation und Wirtschaftssprachen und bietet diverse Weiterbildungsstudiengänge an.

Am Institut für Kommunikation und Marketing der Hochschule für Wirtschaft in Olten ([www.fhnw.ch/wirtschaft/icc](http://www.fhnw.ch/wirtschaft/icc)) ist Prof. Norbert Winistörfer zuständig für den MAS Corporate Communication Management. Das Institut befasst sich im Weiteren mit integriertem Kommunikationsmanagement, Campaigning und interpersonaler Kommunikation. Und an der Hochschule für Wirtschaft in Zürich ([www.fhhwz.ch](http://www.fhhwz.ch)) ist Cyrill Meier verantwortlich für den Studiengang in Business Communication.

Man siebt: Da läuft vieles, gerade in Forschung und Weiterbildung. Mit den Fachhochschulen ist zu rechnen!

ROGER BLUM

**Prof. Dr. Peter Vorderer** (USC Annenberg School for Communication) lehrt und forscht seit diesem Sommer an der Vrije Universiteit Amsterdam. Mit ihm ist die Zeitschrift „Media Psychology“ nach Amsterdam umgezogen.

**Dr. Tilo Hartmann** übernimmt an der Vrije Universiteit Amsterdam zum Juli 2007 die Stelle eines Assistant Professors. Er ist außerdem zum Vice-Chair „Audience and Reception Studies Division“ der ECREA berufen worden.

**Dr. Wolfgang Schweiger** vertritt bis zum Ende des Wintersemesters 2007/2008 **Prof. Dr. Wolfgang Donsbach** an der TU Dresden. Donsbach konzentriert sich in zwei Forschungsfreiemestern auf die Arbeit als Herausgeber der International Encyclopedia of Communication.

**Prof. Dr. Jürgen Wilke** (Universität Mainz) wurde zum Obmann des Beirats des Zentrums für Sozialwissenschaften der Österreichischen Akademie der Wissenschaften gewählt.

**Dr. Stefan Wehmeier** hat zum Januar 2007 die neu eingerichtete Junior-Professur für

Organisationskommunikation an der Universität Greifswald übernommen.

**Dr. Maren Hartmann** arbeitet seit April als Juniorprofessorin für Allgemeine Kommunikationswissenschaft an der UdK Berlin.

Einen Ruf haben erhalten und angenommen:

**Prof. Dr. Volker Gehrau**,

Kommunikationswissenschaft,

Universität Münster; **Prof. Dr. Matthias Kohring**,

Kommunikationswissenschaft, Universität Münster; **Prof. Dr. Frank Marcinkowski**,

Kommunikationswissenschaft, Universität Münster; **Prof. Dr. Bertram Scheufele**,

Empirische Methoden der Kommunikationswissenschaft, Universität Jena; **Prof. Dr. Ansgar Zerfaß**,

Kommunikationsmanagement in Politik und Wirtschaft, Universität Leipzig.

## Nachrichten & Personalien

Anzeige

### Lehrende müssen auf korrekte Bezeichnung achten

Die Dynamik unseres Fachs bringt es mit sich, dass Dozierende vorübergehend Lehrverpflichtungen an anderen Hochschulen wahrnehmen. Bei der Bezeichnung dieser Aktivitäten sind feine Unterschiede zu beachten: Während Lehraufträge meist für einzelne Veranstaltungen erteilt werden, setzt die Bezeichnung „Gast-“ oder „Vertretungsprofessur“ ein entsprechendes vertragliches Verhältnis voraus.

Der Vorstand bittet alle Mitglieder, diese Bezeichnungen entsprechend zu verwenden. Anlass für diesen Hinweis ist ein Berufungsverfahren, in dem ein Bewerber die Bezeichnung „Gastprofessur“ verwendet hat, obwohl es sich nur um einen Lehrauftrag handelte. Der Betroffene hat diese Darstellung umgehend korrigiert und sich entschuldigt. Deshalb war es nicht erforderlich, den Ethik-Ausschuss der DGPK mit dem Fall zu befassen. PR



Korinna Kuhnen

### Kinderpornographie und Internet

*Medium als Wegbereiter für das (pádo-)sexuelle Interesse am Kind?*

(Reihe: »Internet und Psychologie: Neue Medien in der Psychologie«, Band 9), 2007, 344 Seiten, € 34,95 / sFr. 56,- ISBN 978-3-8017-2085-8

Der Band liefert die erste in Deutschland erhältliche, interdisziplinäre Zusammenschau zum Thema Kinderpornographie und schafft damit eine umfassende Grundlage für die aktuelle Debatte. Mit differenziertem Blick auf die Kommunikations- und Distributionsoptionen der unterschiedlichen Internetdienste analysiert die Autorin nicht nur die konkreten Handlungsspielräume von Tätern und internationaler Strafverfolgung, sondern untersucht auch Erscheinungsformen, typische Wahrnehmungsmuster und Definitionsproblematiken rund um die Bilder. Kritisch hinterfragt werden zudem gängige Wirkungsannahmen.

HOGREFE



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

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

- Bell, Daniela/Sievert, Holger** (Hrsg.): Communication and Leadership in the 21st Century. An international anthology. New York: Bertelsmann Foundation Publishers, 2007, 320 S.
- Bergmann, Jens/Pörksen, Bernhard** (Hrsg.): Medienmenschen. Wie man Wirklichkeit inszeniert. Münster: Solibro, 2007, 352 S.
- Bockstette, Carsten/Jertz, Walter/Quandt, Siegfried** (Hrsg.): Strategisches Informations- und Kommunikationsmanagement. Bonn: Bernard & Graefe, 2006.
- Breyer-Mayländer, Thomas**: Managementaufgabe integrierte Unternehmenskommunikation. Renningen: Expert-Verlag, 2006, 260 S.
- Breyer-Mayländer, Thomas/Seeger, Christof**: Medienmarketing. München: Vahlen, 2006, 250 S.
- Donges, Patrick** (Hrsg.): Von der Medienpolitik zur Media Governance?. Köln: Halem, 2007, 272 S.
- Estermann, Monika/Lersch, Edgar** (Hrsg.): Deutsch-deutscher Literaturaustausch in den 70er Jahren. Wiesbaden: Harrassowitz, 2006, 187 S.
- Femers, Susanne**: Wirtschaftskommunikation. Rinteln: Merkur, 2006, 396 S.
- Fischer, Heinz-D./Fischer, Erika J.**: Der Pulitzer-Preis. Konkurrenten, Kämpfe, Kontroversen. Berlin: Lit Verlag, 2007, 456 S.
- Gehrke, Gernot** (Hrsg.): Web 2.0. Zwischen Hype und Zukunftstrend. München: Kopaed, 2007, 150 S.
- Haas, Alexander**: Medienmenüs. Der Zusammenhang zwischen Mediennutzung, SINUS-Milieus und Soziodemographie. München: R. Fischer, 2007, 144 S.
- Hoffmann, Dagmar/Mikos, Lothar**: Mediensozialisationstheorien. Neue Modelle und Ansätze in der Diskussion. Wiesbaden: VS Verlag, 2007, 222 S.
- Hoffmann, Jella**: Krimirezeption. Genre-Inkongruenz und Genrewahrnehmung bei Auswahl, Erleben und Bewertung von Kriminalfilmen. München: R. Fischer, 2007, 315 S.
- Burkart, Roland/Hömbert, Walter** (Hrsg.): Kommunikationstheorien. 4., erw. u. akt. Aufl. Wien: Braumüller, 2007, 282 S.
- Hügel, Hans-Otto**: Lob des Mainstreams. Zu Begriff und Geschichte von Unterhaltung und Populärer Kultur. Köln: Halem, 2007, 408 S.
- Jacke, Christoph** (Hrsg.): Siegfried J. Schmidt: Beobachtungsmanagement. Über die Endgültigkeit der Vorläufigkeit. Audio-CD. Köln: Supposé, 2007
- Jackob, Nikolaus**: Wahlkämpfe in Deutschland. Fallstudien zur Wahlkampfkommunikation 1912-2005. Wiesbaden: VS Verlag, 2007, 352 S.
- Jarren, Otfried/Donges, Patrick** (Hrsg.): Ordnung durch Medienpolitik?. Konstanz: UVK, 2007, 412 S.

- Kamps, Klaus**: Politisches Kommunikationsmanagement. Grundlagen und Professionalisierung moderner Politikvermittlung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2007, 454 S.
- Kunczik, Michael**: Odnosi s javnoscu. Koncepti I teoije. Zagreb, 2006, 279 S.
- Lampert, Claudia**: Gesundheitsförderung im Unterhaltungsformat. Wie Jugendliche gesundheitsbezogene Botschaften in fiktionalen Fernsehangeboten wahrnehmen und bewerten. Baden-Baden: Nomos, 2007, 311 S.

bücher bücher bücher bücher bücher  
 bücher bücher bücher bücher bücher

## Bücher von DGPK-Mitgliedern

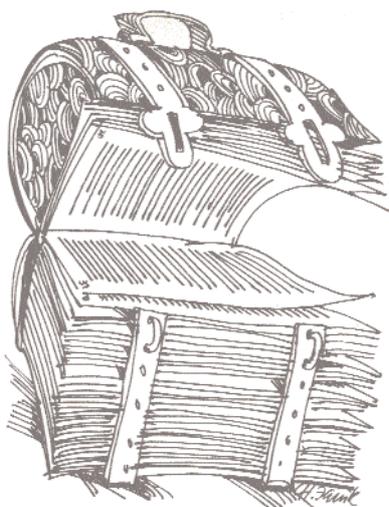
bücher bücher bücher bücher bücher  
 bücher bücher bücher bücher bücher

- Langen, Claudia/Sievert, Holger** (Hrsg.): Strategisch kommunizieren und führen. Gütersloh: Verlag Bertelsmann Stiftung, 2006, 151 S.
- Lücke, Stephanie**: Ernährung im Fernsehen. Eine Kultivierungsstudie zur Darstellung und Wirkung. Wiesbaden: VS Verlag, 2007, 355 S.
- Machill, Marcel/Beiler, Markus** (Hrsg.): Die Macht der Suchmaschinen/The Power of Search Engines. Köln: Halem, 2007, 352 S.
- Marci-Boehncke, Gudrun/Rath, Matthias** (Hrsg.): Medienkompetenz für ErzieherInnen. Ein Handbuch für die moderne Medienpraxis in der frühen Bildung. München: Kopaed, 2007, 160 S.
- Mettler-von Meibom, Barbara**: Gelebte Wertschätzung. Eine Haltung wird lebendig. München: Kösel, 2007, 220 S.
- Puppis, Manuel**: Einführung in die Medienpolitik. Konstanz: UVK, 2007, 366 S.
- Saxer, Ulrich**: Politik als Unterhaltung. Zum Wandel politischer Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft. Konstanz: UVK, 2007, 346 S.

**Schaffrath, Michael** (Hrsg.): Traumberuf Sportjournalismus. Ausbildungswege und Anforderungsprofile in der Sportmedienbranche. Münster: Lit Verlag, 2007, 368 S.

**Schicha, Christian**: Legitimes Theater? Inszenierte Politikvermittlung für die Medienöffentlichkeit am Beispiel der ‚Zuwanderungsdebatte‘. Münster: Lit Verlag, 2007.

**Schorr, Angela/Seltmann, Stefan** (Hrsg.): Changing Media Markets in Europe and Abroad. New York: Pabst Science Publishers, 2006, 508 S.



**Siegert, Gabriele/Wirth, Werner/Matthes, Jörg/Pühringer, Karin/Rademacher, Patrick/Schemer, Christian/von Rimscha, Björn**: Die Zukunft der Fernsehwerbung. Produktion, Verbreitung und Rezeption von programmintegrierten Werbeformen in der Schweiz. Bern: Haupt Verlag, 2007, 242 S.

**Volpers, Helmut**: Public Relations und werbliche Erscheinungsformen im Radio. Berlin: Vistas, 2007, 264 S.

**Voss, Kathrin**: Öffentlichkeitsarbeit von Nichtregierungsorganisationen. Mittel – Ziele – interne Strukturen. Wiesbaden: VS Verlag, 2007, 349 S.

**Wied, Kristina**: Der Wahlabend im deutschen Fernsehen. Wiesbaden: VS Verlag, 2007, 420 S.

**Wilke, Jürgen**: Presseanweisungen im zwanzigsten Jahrhundert. Erster Weltkrieg – Drittes Reich – DDR. Köln u. a.: Böhlau, 2007, 320 S.

**Wirth, Werner/Stiehler, Hans-Jörg/Wünsch, Carsten** (Hrsg.) (2007). Dynamisch-Transaktional denken. Theorie und Empirie der Kommunikationswissenschaft. Köln: Halem, 2007, 280 S.

**Bilandzic, Helena** (2006). The Perception of Distance in the Cultivation Process. A Theoretical Consideration of the Relationship Between Television Content, Processing Experience, and Perceived Distance. *Communication Theory*, 16 (3), 333-355.

**Fröhlich, Romy & Rüdiger, B.** (2006). Framing political public relations: Measuring success of strategies in Germany. *Public Relations Review*, 32, 18-25.

**Knobloch-Westerwick, Silvia & Alter, Scott** (2006). Mood Adjustment to Social Situations Through Mass Media Use: How Men Ruminate and Women Dissipate Angry Moods. *Human Communication Research*, 32 (1), 58-73.

**Knobloch-Westerwick, Silvia & Coates, Brendon** (2006). Minority Models in Advertisements in Magazines Popular with Minorities. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 83(3), 596-614.

**Knobloch-Westerwick, Silvia & Hastall, Matthias R.** (2006). Social Comparisons With News Personae: Selective Exposure to News Portrayals of Same-Sex und Same-Age Characters. *Communication Research*, 33 (4), 262-284.

**Knobloch-Westerwick, Silvia & Keplinger, Caterina**: Mystery Appeal: Effects of Uncertainty and Resolution on the Enjoyment of Mystery. *Media Psychology*, 8(3), 193-212

**Latzer, Michael, Just, Natascha, Saurwein, Florian & Slominski, Peter** (2006). Institutional Variety in Communications Regulation. Classification scheme and empirical evidence from Austria. *Telecommunications Policy*, 30 (3-4), 152-170.

**Machill, Marcel, Beiler, Marcus & Fischer, Corinna** (2006). Europe-Topics in Europe's Media. The Debate about the European Public Sphere: A Meta-Analysis of Media Content Analyses. *European Journal of Communication*, 21(1), 57-88.

**Matthes, Jörg** (2006). The Need for Orientation Towards News Media: Revising and Validating a Classic Concept. *International Journal of Public Opinion Research*, 18 (4), 422-444.

**Meier, Klaus** (2007). Innovations in Central European Newsrooms. Overview and case study. *Journalism Practice*, 1 (1), 4-19.

**Peter, Jochen & Valkenburg, Patti M.** (2006). Adolescents' Exposure to Sexually Explicit Material on the Internet. *Communication Research*, 33 (2), 178-204.

**Peter, Jochen & Valkenburg, Patti M.** (2006). Adolescents' Exposure to Sexually Explicit Online Material and Recreational Attitudes Toward Sex. *Journal of Communication*, 56 (4), 639-660.

**Quandt, Thorsten, Löffelholz, Martin, Weaver, David H., Hanitzsch, Thomas & Altmeppen, Klaus-Dieter** (2006). American and German online journalists at the beginning of the 21st century. A bi-national survey. *Journalism studies*, (2), 171-186.

**Reinemann, Carsten & Schulz, Winfried** (Ed.) (2006). News decisions and news values. *Communications. The European Journal of Communication Research* (1). (Special Issue)

**Scheufele, Dietram A., Hardy, Bruce W., Brossard, Dominique, Waismel-Manor, Israel S., Nisbet, Erik** (2006). Democracy Based on Difference. Examining the Links Between Structural Heterogeneity, Heterogeneity of Discussion Networks, and Democratic Citizenship. *Journal of Communication*, 56 (4), 728-753.

**Weber, René, Ritterfeld, Ute & Mathiak, Klaus** (2006). Does Playing Violent Video Games Induce Aggression? Empirical Evidence of a Functional Magnetic Resonance Imaging Study. *Media Psychology*, 8(1), 39-60.

**Zöllner, Oliver** (2006). A Quest for Dialogue in International Broadcasting. Germany's Public Diplomacy Targeting Arab Audiences. *Global Media and Communication*, 2 (2), 160-182.

international journals 2006  
international journals 2006  
international journals 2006  
international journals 2006  
international journals 2006

## Internationales von DGPK-Mitgliedern

international journals 2006  
international journals 2006  
international journals 2006  
international journals 2006  
international journals 2006

„Aviso“ informiert einmal im Jahr über internationale Publikationen der DGPK-Mitglieder. Aufgeführt sind Aufsätze, die 2006 in ausgewählten Zeitschriften erschienen sind. Wir freuen uns über jeden Hinweis

# Guter Hoffnung

## 15 Fragen an Martin Emmer

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



Dr. Martin Emmer ist wissenschaftlicher Assistent am Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft der TU Ilmenau

Ja. Als Kind aus einem nicht besonders bildungsnahen Umfeld war der Beginn meines Studiums, nach einem langen Weg über Realschulabschluss, Berufsausbildung, Berufsoberschule und Wehrdienst, ein ungeheurer Aufbruch in eine völlig neue Welt. Ich wollte so viel wie möglich von allem lernen, was es über unsere Welt zu wissen gab. Die LMU in München, damals größte deutsche Universität, war der ideale Ausgangspunkt dafür. Die Erwartungen an mein Hauptfach waren wie bei vielen anderen zu Beginn natürlich sehr am Praktischen und Sichtbaren orientiert: Wie wird man Journalist, wie arbeiten Zeitung und Fernsehen und Ähnliches. Ein wissenschaftliches Berufsbild hatte ich dabei noch nicht im Kopf.

### 2 **Haben sich diese Erwartungen erfüllt?**

Die Bildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten, die die Freiheit eines Magisterstudiums bietet, habe ich so weit wie möglich ausgenutzt, in meinen Nebenfächern Politikwissenschaft und Psychologie ebenso wie in der Kommunikationswissenschaft. Aber die eher naive Vorstellung, in einem Studium zu erfahren, was die Welt im innersten zusammenhält (den „Faust“ hatte ich in der Schule noch nicht gelesen), musste ich mir natürlich im Laufe der Zeit abschminken: Viel mehr als gesicherte Antworten nimmt man ja neue Unsicherheiten und Fragen mit. Die Welten, die sich immer wieder öffnen, entschädigen dafür aber.

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

Der Kontakt zu Lehrern, denen man die Begeisterung für ihre Arbeit abgenommen hat, konnte den abschreckenden Massenbetrieb der (west-)deutschen Universitäten, an denen ich studiert habe, bei weitem aufwiegen. Ohne solche Vorbilder wäre mein Weg sicher ein anderer gewesen.

Das Publizistik-Institut der FU Berlin war dafür Mitte der neunziger Jahre eine gute Adresse (allerdings für beides: die anonymen Massen und die wissenschaftlichen Vorbilder).

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

Ja: Man begegnet sowohl im Lehr- wie auch im Forschungsbetrieb immer wieder Wissenschaftlern, die in ihrer feudalen Machtfülle ihre Verantwortung als Forscher und Lehrer vergessen haben. Aber solche charakterlichen Defizite sind weder ein fach- noch überhaupt ein wissenschaftsspezifisches Problem.

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

Wenn ich so deutlich zum Jammern aufgefordert werde: Grundsätzlich habe ich gegen ein mehrstufiges System, das mich durch Zeitvorgaben zwingt, Ziele ins Auge zu fassen und eigene Projekte zu verwirklichen, nichts einzuwenden. Ob es allerdings wissenschaftlich und ökonomisch sinnvoll ist, hochqualifizierte Fachleute bis Mitte Vierzig in vielfältigen Abhängigkeiten und ständiger Unsicherheit über ihre berufliche Zukunft zu halten, um sie danach entweder auf die Straße zu setzen oder in ein professorales Paradies uneingeschränkter und kaum kontrollierbarer Freiheit eingehen zu lassen, wage ich zu bezweifeln. Eine kürzere und besser strukturierte Qualifikationsphase bei intensiverer Qualitätskontrolle professoraler Tätigkeit wäre mein Wunschmodell.

### 6 **Haben Sie hartnäckig wiederkehrende berufliche Träume?**

Nein. Ich bin gespannt und lasse mich überraschen.

### 7 **Was würden Sie als Wissenschaftsminister Ihres Landes sofort ändern?**

Als halber Politikwissenschaftler weiß ich natürlich, dass „Minister“ und „sofort ändern“ nicht zusammenpasst. Das Thema „idealistischer Seiteneinsteiger wird plötzlich Politiker“ ist nicht zu Unrecht ein gerne genommener Plot für Komödien und Satiren. Wenn ich es versuchen müsste:

Ein funktionierendes Anreizsystem, das Lehr- und Forschungsleistung auf allen Qualifikationsstufen direkter als heute belohnt und fördert, wäre sicherlich einen Versuch wert.

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

An den Themen habe ich nichts auszusetzen, hier bewährt sich die inhaltliche Freiheitsgarantie des deutschen Wissenschaftssystems meiner Meinung nach immer noch sehr gut. Problematisch finde ich, dass die Strukturen des Betriebs häufig eine bestimmte Art der Arbeit fördern, die ein Kollege mal als „Projektli-Forschung“ bezeichnet hat: kurzfristige und kleinteilige Projekte, die kaum vernetzt und wenig nachhaltig sind. Da geht viel Potential verloren, das in vielen Forschungsfragen steckt. Ich denke, dass unser Fach einen deutlichen Nachholbedarf in Sachen langfristiger, internationaler, kooperativer Forschung hat.

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

Theoretische und methodische Schulen haben eine identitätsbildende und auch den Wettbewerb fördernde Funktion, die man nicht unterschätzen sollte und die ich begrüße. Manchmal stecken wir uns immer noch gerne in Schubladen. Ich bin aber guter Hoffnung, dass unser Fach seine Pubertät, in der es nun mal wichtig ist, sich vor allem gegen die „anderen“ abzugrenzen, langsam hinter sich lässt. Ich persönlich pflege guten Kontakt zu Vertretern aller Schulen.

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

Das kann man sicher nicht behaupten. Wir wissen im Prinzip alle, wie wichtig eine öffentliche Sichtbarkeit der Wissenschaft, nicht nur unseres Faches, ist, und am „Wie“ sollte es in der Kommunikationswissenschaft ja auch nicht scheitern. Aber wenn ich mit meiner knappen Zeit und vielen Plänen vor der Entscheidung stehe, etwa eine Pressemitteilung über meine letzte Studie oder doch ein Abstract für die nächste Tagung zu schreiben, diktiert der befristete Vertrag oft letzteres. Dass man im Fach gerne auch die Nase rümpft über Kollegen, die sich in die Niederungen der Medien oder der Kommunikationspraxis begeben, ist auch nicht gerade hilfreich.

#### **11 Ist die Kommunikationswissenschaft eine kommunikative Wissenschaft?**

Bestimmt, allerdings habe ich auch schon Tagungen von Informatikern, Elektrotechnikern, Politologen und Juristen besucht, die mir nicht weniger kommunikativ vorgekommen sind. Vielleicht ist es der Kommunikation ja sogar förderlich, wenn man mit weniger theoretischem Hintergrundwissen belastet ist.

#### **12 Welchen Kongress wollten Sie immer schon einmal organisieren?**

Es gibt eine Menge Dinge, die ich schon lange einmal machen wollte, ein Kongress gehört allerdings nicht dazu. Wenn ich müsste, würde ich es mit einem Forum für „Gescheiterte Hypothesen in der empirischen Kommunikationsforschung“ versuchen. Leider werden unbestätigte Annahmen gerne als Versagen der Forscher interpretiert; im Geiste des kritischen Rationalismus sind sie aber natürlich ein klarer Erkenntnisfortschritt.

#### **13 Und welches Buch werden Sie irgendwann einmal schreiben?**

Die Lebensgeschichte meiner Großmutter und ihrer Untermieter im München der dreißiger und vierziger Jahre des letzten Jahrhunderts. Stoff für ein mehrbändiges Werk.

#### **14 Welche Projekte beschäftigen Sie zurzeit?**

Unsere Langzeitbeobachtung der politischen Online-Kommunikation, die wir in Ilmenau seit 2001 durchführen, ist ein Baby, das ich weiter pflege, aktuell noch bis 2009. Darüber hinaus beschäftigt mich im Augenblick das Missverhältnis zwischen den Versprechen der boomenden Kommunikationsberater-Branche und der doch relativ disparaten Erkenntnislage der Medienwirkungsforschung: Wo sind die Grenzen „strategischer Kommunikation“?

#### **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?**

Sport ist für mich ein wichtiger Ausgleich: Fechten mit Florett und Säbel, oder auch mit Worten in unserem gerade gegründeten Debattierklub in Ilmenau – ganz ohne Kommunikation geht es eben auch nicht. ◆

Den „Fragebogen“ beantworteten jüngere Wissenschaftler in der DGpuK



Manchmal stecken wir uns immer noch gerne in Schubladen



## K a l e n d e r

## Juni

Netzwerk Medienökonomie/  
FG Medienökonomie:

„Erster Workshop für junge  
Wissenschaftlerinnen und  
Wissenschaftler in Medien-  
ökonomie und Medien-  
management“,  
14. 6. 2007, Zürich

## Juli

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

„Media Events, Globaliza-  
tion und Cultural Change“,  
6.-7. 7. 2007, Bremen

## FG Kommunikationsgeschichte

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

**Mitveranstalter:** Studienkreis Rundfunk und Geschichte, ZZF Potsdam

**Teilnehmerzahl:** 175

**Anzahl der Vorträge:** 29

**Tagungsfazit:**

Die Medialisierung des Politischen ist kein Prozess, der erst in den letzten Jahrzehnten eingesetzt und eine Phase der Politisierung der Medien abgelöst hat. So lautet, sehr kurz zusammengefasst, das Fazit der interdisziplinär angelegten Tagung zum Verhältnis von Medien und Politik im 20. Jahrhundert. Historische Fallbeispiele sowie verschiedene Längsschnittstudien machten deutlich, dass vor allem die Entstehung der Massenpresse im späten 19. Jahrhundert einen Medialisierungsschub nach sich zog und Phänomene wie die unterhaltende Präsentation von Politik in den Medien durch das ganze 20. Jahrhundert hinweg zu beobachten sind. Demgegenüber gibt es immer wieder Phasen der stärkeren Politisierung der Medien wie z. B. bei der Berichterstattung über Wahlen. Fallstudien zeigen weiter den – zumindest unter demokratischen Verhältnissen – begrenzten Einfluss der Politik auf die Medien; so ist z. B. die Regierungspropaganda in der Ära Adenauer zumindest teilweise gescheitert.

KLAUS ARNOLD

**Weitere Informationen zur Tagung:** [http://www.dgpuk.de/fg\\_geschichte/](http://www.dgpuk.de/fg_geschichte/)

## FG Rezeptionsforschung

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

**Mitveranstalter:** Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft, Universität Leipzig

**Teilnehmerzahl:** 65

**Anzahl der Vorträge:** 14

**Tagungsfazit:**

Anliegen der Tagung war eine Bestandsaufnahme und Selbstreflexion unseres Faches und insbesondere der Rezeptions- und Wirkungsforschung in Bezug auf ihre paradigmatischen und metatheoretischen Grundlagen. Anlass dafür war das 25jährige Jubiläum des „dynamisch-transaktionalen Ansatzes“. Die Bestandsaufnahme zeigte zum einen die Allgegenwärtigkeit solcher metatheoretischen Modellannahmen in den Theorien unseres Faches. Zum anderen haben sicherlich die meisten Tagungsteilnehmer das Fazit mitgenommen, dass die explizite Auseinandersetzung mit den metatheoretischen Grundlagen und Modellen unserer Theorien nicht nur interessant, sondern auch ergiebig und sogar unabdingbar ist. Eine bewusster Auseinandersetzung damit könnte den Erkenntnisfortschritt an zahlreichen Stellen vergrößern oder beschleunigen. Die Fachgruppe hat deshalb beschlossen, solch eine Auseinandersetzung in Form eines jeweils eigenen Panels auf den nächsten Fachgruppentagungen zu institutionalisieren.

CARSTEN WÜNSCH

**Weitere Informationen:** [www.uni-leipzig.de/~fgrez](http://www.uni-leipzig.de/~fgrez) und [www.dgpuk.de/fg\\_rez](http://www.dgpuk.de/fg_rez)

## FG Kommunikation und Politik

„Politikherstellung und Politikdarstellung“, 15.-17. Februar 2007, Landau

**Mitveranstalter:** DVPW-Arbeitskreis Politik und Kommunikation

**Teilnehmerzahl:** 76

**Anzahl der Vorträge:** 11 + 2 Podiumsdiskussionen

### Tagungsfazit:

Im Mittelpunkt der Tagung stand die Analyse der Durchdringung von politischen Entscheidungsprozessen und deren Resonanzen in der massenmedialen Öffentlichkeit. Dabei ging es sowohl um die Binnenkommunikation politischer Akteure als auch um das Spannungsverhältnis von Binnen- und Außenkommunikation. Die zumeist empirisch ausgerichteten Tagungsbeiträge brachten die vielfältigen Folgen der viel zitierten „Mediatisierung“ politischer Kommunikation zum Vorschein. Sie verdeutlichten vor allem, dass die Grenzen von Politikherstellung und Politikdarstellung zusehends verschwimmen, wodurch deren Wert als analytische Kategorien verloren gehen könnte. Dieser Eindruck wurde durch zwei prominent besetzte Podiumsdiskussionen verstärkt, in denen Experten der politischen Kommunikationspraxis (u. a. der Grünen-Chef Reinhard Bütikofer, der Publizist Jürgen Leinemann und der Politikstratege Mathias Machnig) über den Einfluss der Medienlogik auf politische Prozesse diskutierten – und dabei die wissenschaftlichen Erkenntnisse auf den Prüfstand stellten.

JENS TENSCHER/TORSTEN STOLLEN

**Weitere Informationen unter:** <http://ipw.uni-landau.de/tagung2007/>

## FG Kommunikations- und Medienethik

„Europäische Medienethiken“, 22.-23. Februar 2007, München

**Mitveranstalter:** Netzwerk Medienethik, Verein zur Förderung der publizistischen Selbstkontrolle e. V.

**Teilnehmerzahl:** 75

**Anzahl der Vorträge:** 15

### Tagungsfazit:

Die Tagung beschäftigte sich mit ethischen Dimensionen der Kommunikationspraxis, wobei auch die gesellschaftliche Verantwortung in den Medienbetrieben postuliert wurde. Die Analyse relevanter Fallstudien widmete sich u. a. dem Karikaturenstreit und der „Idomeneo“-Absetzung. Dabei wurde kontrovers diskutiert zwischen Vertretern, die für eine uneingeschränkte Meinungs- und Kunstfreiheit plädierten, und Diskutanten, die blasphemische Beleidigungen und Verletzungen religiöser Gefühle als moralische Grenzverletzungen klassifizierten.

In dem Themenblock „Länderprofile“ wurden medienethische Standards in Österreich, der Schweiz und Italien vorgestellt. Diskutiert wurde auch über die Möglichkeit eines europäischen Modells für die Struktur der Ethikinstitutionen. Beim Blick auf die heterogene Entwicklung wurde konstatiert, dass in Europa insgesamt nur wenige Ombudsstellen in den Medienhäusern vorhanden sind, deren Funktion kaum bekannt ist. Gefordert wird ein mehrstufiges europäisches Mischmodell einer Kombination von Professionsethik und Organisationsethik, das individual- und publikumsethische Aspekte einschließt.

CHRISTIAN SCHICHA

**Weitere Informationen zur Tagung unter:** [www.netzwerk-medienethik.de](http://www.netzwerk-medienethik.de)

## Kalender

### September

Fachgruppe Methoden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft/Seven One Media/Eye Square:

„Forschungsmethoden für die Markt- und Organisationskommunikation“, 27.-29. 9. 2007, Salzburg

Fachgruppe Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht/FU Berlin:

„Politik auf dem Boulevard? Die Rolle von Männern und Frauen bei der Popularisierung von Politik durch die Medien“, 27.-29. 9. 2007, Berlin

### Oktober

FG PR und Organisationskommunikation:

„Wer kommuniziert, wer rezipiert? Die Organisationskommunikation und ihre Rezipienten in Zeiten strukturellen und medialen Wandels“, 4.-6. 10. 2007, Berlin

Medienwissenschaftliches Lehr- und Forschungszentrum (MLFZ), Universität Köln:

„Alte und neue Medien – Zum Wandel der Medienpublika in Deutschland seit den 1950er Jahren“, 5.-6. 10. 2007, Köln

## K a l e n d e r

## Oktober

FG Visuelle Kommunikation/  
FB Geschichte und Soziologie  
der Universität Konstanz:

„Visuelle Stereotypen“,  
11.-12. 10. 2007, Konstanz

ECREA:

„Equal Opportunities and  
Communication Rights:  
Representation, Participa-  
tion & the European Demo-  
cratic Deficit“,  
11.-12. 10. 2007, Brüssel

## FG Computerverm. Kommunikation/FG Journalistik

„Journalismus online: Partizipation oder Profession?“,

22.-24 Februar 2007, München

Teilnehmerzahl: 80

Anzahl der Vorträge: 15 + 1 Keynote + 1 Podiumsdiskussion

### Tagungsfazit:

Angesichts des momentanen Medien-Hypes um Web 2.0, Wikis & Co. bot die von den Fachgruppen „Computervermittelte Kommunikation“ sowie „Journalistik und Journalismusforschung“ gemeinsam ausgerichtete Veranstaltung ein hochaktuelles und vielseitiges Programm. Es wurden aktuelle Entwicklungen wie Weblogs, Community-Seiten und neue Formen der Nutzerintegration diskutiert, die außerhalb des klassischen Journalismus vonstatten gehen. Die Folgen und Veränderungen im traditionellen Journalismus selbst bildeten den zweiten Schwerpunkt.

Eine Podiumsdiskussion mit Medienvertretern wie auch die wissenschaftlichen Vorträge verdeutlichten zwei grundlegende Positionen zum Thema „Partizipation“: Während die einen die Chancen und Möglichkeiten der Nutzerbeteiligung hervorheben, betonen die anderen, dass man die Entwicklungen nicht überbewerten solle und erst noch abwarten müsse, ob sich dadurch substantielle Veränderungen des Journalismus ergeben. Für die Kommunikationswissenschaft sind dies indes gute Nachrichten: Denn es bedarf weiterhin umfassender Forschung in diesem dynamischen Feld, und deren Ergebnisse sind auch für die „Praxis“ unmittelbar relevant.

THORSTEN QUANDT

Weitere Informationen zur Tagung unter: [http://www.dgpuk.de/fg\\_cvk](http://www.dgpuk.de/fg_cvk) und <http://ivv7srv15.uni-muenster.de/dgpuk/>

## Aufbruchstimmung

Die ECREA will dem Fach ein europäisches Gesicht geben

**Die zunehmende Integration Europas und die Internationalisierung von Forschung und Lehre gehen nicht spurlos an der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft vorüber. Essentieller Bestandteil dieser Entwicklung ist der Ausbau einer integrativen Organisation, die der europäischen Kommunikationswissenschaft ein Gesicht verleiht, die Interessen der verschiedenen Strömungen bündelt und den Austausch in Forschung und Lehre fördert. Mit der European Communication Research and Education Association (ECREA, [www.ecrea.eu](http://www.ecrea.eu)) wurde eine solche Organisation geschaffen, von der momentan Aufbruchstimmung ausgeht. Ein guter Zeitpunkt also, um sich die ECREA einmal genauer anzusehen.**

Eine kritische Frage vorweg: Wozu ein Verband europäischer Kommunikationswissenschaftler,

wo es doch weltweite Organisationen wie ICA und IAMCR und nationale wie die DGPK gibt (bei denen man selbst womöglich bereits Mitglied ist)? Die Antwort ist einfach: Zwischen weltweiten und nationalen Plattformen der Kommunikationswissenschaft klaffte bislang eine Lücke, die von der ECREA nun aufgefüllt wird. Sie versteht sich als europäisches Pendant zu ICA und IAMCR. Assoziierte Mitgliedschaften sind bereits möglich. Künftig kann, wer der ECREA angehört, zu einem ermäßigten Beitragssatz Mitglied jener beiden Organisationen sein und von günstigeren Tagungsgebühren profitieren. Gleichzeitig sucht die ECREA den engen Kontakt zu nationalen Organisationen wie der DGPK, die allerdings längst nicht in jedem europäischen Staat existieren.

Es gibt eine ganze Reihe an politischen, strategischen und individuellen Argumenten für die ECREA. So werden die Weichen von Forschung

und Lehre in allen Wissenschaftsbereichen schon jetzt maßgeblich auf europäischer Ebene gestellt (man beachte z. B. die Fördersummen, die momentan im Rahmen des 7. EU-Forschungsprogramms ausgeschüttet werden). Die Kommunikationswissenschaft sollte sich bei diesen Entscheidungen Gehör verschaffen. Bislang gliedert die europaweite Kommunikationswissenschaft einem (immer noch nicht komplett überschauten) Wald, aus dem viele vereinzelte Stimmen erschallen. Nun soll die ECREA diese Stimmen bündeln und ihnen Prägnanz verleihen. So wie europäische Kultur und Wissenschaft generell zusammenwachsen, bietet die ECREA zudem die Chance, eine typisch europäische Kommunikationswissenschaft zu formen.

Für deutsche Forschungseinrichtungen und Wissenschaftler öffnet sich der Zugang zu Kollegen, die in Europa möglicherweise an ganz ähnlichen Themen arbeiten, ähnliche Wege in der Lehre beschreiten und an gemeinsamen Projekten interessiert sind (z. B. Netzwerken oder Forschungskollaborationen). Bereits jetzt hält die ECREA auf ihrer Website detaillierte Steckbriefe aller ihrer Mitglieder mit Forschungsschwerpunkten und Kontaktadressen bereit. Mittelfristig soll die gesamte europäische Kommunikationswissenschaft vermessen und auf einer Landkarte nachgezeichnet werden. Nachwuchswissenschaftler finden mit dem „Young Scholars Network“ eine Möglichkeit, europäische Kontakte zu knüpfen.

### Fortwährender Prozess

Zudem richtet die ECREA zukünftig alle zwei Jahre eine große Tagung aus, die ein auch nach außen hin sichtbares Forum bietet, um aktuelle Erkenntnisse und Thementrends der Publizistik, Medien- und Kommunikationswissenschaft auszutauschen. Nach der First European Communication Conference in Amsterdam (2005) wird die zweite ECREA-Tagung im November 2008 in Barcelona stattfinden. Neben Mitgliedschaft und Tagungsbeiträgen ergeben sich noch viele weitere Möglichkeiten, im Rahmen der ECREA aktiv zu werden und die deutsche Medien- und Kommunikationswissenschaft auf europäischer Ebene zu vertreten – zum Beispiel in der Gremienarbeit.

Momentan gliedert sich die ECREA in 13 Sektionen auf. Darunter finden sich vertraute Fachgruppen wie „Audience and Reception Studies“, „Political Communication“, „Journalism Studies“

und „Organisational Communication“. Die ECREA bemüht sich, die fachlichen Richtungen, für die Bezeichnungen wie „Publizistik“, „Medien-“ und „Kommunikationswissenschaft“ stehen, in ihrer Struktur abzubilden. Natürlich ist das ein fortwährender Prozess, der auch maßgeblich von den Mitgliedern der ECREA geprägt wird. Gleichzeitig ist die ECREA bestrebt, zwischen Ansätzen zu vermitteln, die sich in der Vergangenheit nicht immer reibungsfrei gegenüberstanden. So sollen zum Beispiel „qualitative“ und „quantitative“ Forschungen gleichermaßen berücksichtigt werden. Auch die Erreichung dieses Ziels hängt maßgeblich davon ab, wer der ECREA beiträgt und sich in der Organisation engagiert. Ein integrativer europäischer Dachverband der Kommunikations- und Medienwissenschaft ist in jedem Fall nur möglich, wenn *alle* Stimmen Gehör finden.

Die 13 Sektionen der ECREA veranstalten in unregelmäßigen Abständen themenspezifische Tagungen. So unterstützt die Fachgruppe „Audience and Reception Studies“ zum Beispiel im September dieses Jahres eine Tagung zu „Transforming Audiences“ in London, die sowohl „qualitative“ als auch „quantitative“ Publikumsforscher zusammenbringen will.

Momentan bemüht sich die ECREA, Einzelpersonen und Institute europaweit als Mitglieder zu gewinnen. Der Beitritt ist bequem über die Website möglich. Wie ein Blick in das dortige Mitgliederverzeichnis zeigt, wächst die Zahl der DGPK-Vertreter beständig.

Wer gerne mehr über die Organisation erfahren möchte, dem sei neben dem Blick auf die Website der Kontakt zu Uwe Hasebrink empfohlen, der sich als „Board-Member“ der ECREA engagiert. „Vice-Chair“ Tilo Hartmann steht ebenfalls als Ansprechpartner zur Verfügung. Gespräche und Diskussionen sind natürlich auch bei vielen anderen Gelegenheiten möglich.

TILO HARTMANN



Neu zum Thema „Europa“:

Sarikakis, Katharina (Hrsg.): *Media and Cultural Policy in the European Union. Amsterdam/New York, 2007, 249 Seiten*

## logna-Splitter ✕ Bologna-Splitter ✕ Bologna

### Anerkennung des dreijährigen BA

Es ist nicht allzu lange her, da geisterte ein Phantom durch Gremiensitzungen und Planungskommissionen: Die auf sechs Semestern beruhenden BA-Abschlüsse würden, so hieß es, insbesondere in den USA nicht anerkannt. In Einzelfällen erhielten Bewerber mit dem Verweis auf ein fehlendes Ausbildungsjahr tatsächlich keine Zulassung zu einem weiterführenden Studiengang. Diese Praxis, die die Idee der internationalen Anschlussfähigkeit ad absurdum führen würde, konnte zunächst dadurch abgewendet werden, dass man auf die umfassendere (und ein Jahr längere) Schulausbildung in Deutschland abstellte. Das Argument akzeptierten die Amerikaner weitgehend – worauf an manchen Hochschulen allerdings Listen derjenigen Bundesländer erzeugt wurden, die nur ein zwölfjähriges Abitur aufweisen.

Inzwischen scheint sich die Anerkennungspraxis liberalisiert zu haben: Debra W. Stewart, Präsidentin des Washingtoner Council of Graduate Schools, berichtete auf dem V. Symposium Hochschulreform der Hanns Martin Schleyer-Stiftung, dass noch im Jahr 2003 rund 40 Prozent der Graduate Schools in den USA einen dreijährigen BA als Zugangsvoraussetzung für ihre Graduate School ablehnten; im Jahr 2006 gaben dies nur noch 18 Prozent an. Bemerkenswert außerdem: 2006 akzeptierten alle Graduate Schools der 25 besten Forschungsuniversitäten den dreijährigen BA als Zugangsvoraussetzung.

### Pilotprojekt Prozessakkreditierung

Nahezu alle Bundesländer fordern mit der Umstellung der Studiengänge auf das BA/MA-System auch deren Akkreditierung durch eine der bundesweit tätigen Agenturen (vgl. die Akkreditierungsbroschüren der DGPuK). Der Aufwand, der auch die Agenturen an den Rand ihrer Kapazitäten treibt, ließ die Forderung nach alternativen Verfahren laut werden.

Dieser Tage ist nun ein von der DFG gefördertes Pilotprojekt zur Prozessakkreditierung erfolgreich abgeschlossen worden, demzufolge nicht ein einzelner Studiengang, sondern der

Prozess der Qualitätssicherung an einer Hochschule akkreditiert wird (Dokumentation als Policy Paper „Pilotprojekt Prozessqualität für Lehre und Studium“ von HRK und Acquin). Wenn eine Hochschule diese Akkreditierung erhält, sollen zukünftig alle Studiengänge, die diesen Prozess durchlaufen, als akkreditiert gelten.

Was auf den ersten Blick wie eine deutliche Vereinfachung erscheint, dient primär nur einem Zweck, nämlich der Kostenersparnis der Hochschule (was prinzipiell nicht Schlechtes ist). All jene Vertreter von Studiengängen, die sich damit auch ein verschlanktes Verfahren in ihrem konkreten Fall erhoffen, werden freilich eher enttäuscht sein: Die einzureichenden Unterlagen, die Dokumentations- und Konzeptionsleistung fallen keinen Deut geringer aus.

Denn erstens unterliegen die Ansprüche an das hochschulinterne Verfahren denselben Qualitätsstandards wie bei einem externen Akkreditierungsverfahren. Und zweitens sieht die Prozessakkreditierung die stichprobenartige Vollprüfung einzelner Studiengänge vor, weshalb alle Antragsteller im Prinzip die gleichen vollständigen Unterlagen vorlegen müssen. Es entfällt also lediglich die externe Begutachtung – aber gerade dies ist ein zweischneidiges Schwert: Der einzelne Studiengang verliert damit auch ein mögliches Korrektiv zur eigenen Hochschulleitung, denn in den meisten Verfahren, die unser Fach betreffen, liefert gerade die Außensicht wesentliche Anstöße zur Verbesserung der Studiensituation.

Der Verzicht auf ein eigenständiges Akkreditierungsverfahren zugunsten einer Prozessakkreditierung sollte also wohlüberlegt sein.

### BA/MA-Umstellung: aktueller Stand

Die DGPuK-Geschäftsstelle hat gerade die Übersicht kommunikationswissenschaftlicher Studiengänge (vgl. „Aviso“ 36, Mai 2004) aktualisiert. Sie konnte bereits zum Treffen der BA/MA auf der Jahrestagung in Bamberg vorgelegt werden und wird demnächst im „Aviso“ veröffentlicht. Ein herzliches Dankeschön allen, die bei der Dokumentation geholfen haben.

PATRICK RÖSSLER

# Reiz des Materiellen

Ein Plädoyer für die Ausstellung als andere Präsentationsform

**Immer wieder dasselbe Spiel: Nach dem Projekt ist vor dem Projekt, aus den Ergebnissen ein Paper gebastelt, mit einem Vortrag über die Konferenzen getingelt, den Aufsatz für eine Zeitschrift oder einen Sammelband eingereicht – undsoweiter undsofort. Wie wir Kommunikationswissenschaftler die Befunde unserer Forschungen mitteilen, folgt nur allzu oft diesem ausgetretenen Pfad. Da kann es nicht verwundern, wenn unsere Arbeit auch von einer interessierten Öffentlichkeit nur ausnahmsweise beachtet wird. Vor einigen Jahren habe ich mich deswegen entschlossen, ergänzend zu dem üblichen Repertoire eine alternative Form der Darstellung wissenschaftlicher Erkenntnisse zu erproben: mit Ausstellungen, die sich an ein Publikum jenseits der engeren Fachgrenzen richten. In diesem Beitrag fasse ich einige Erfahrungen zusammen, die ich in unterschiedlichen Projekten sammeln konnte; seine Form ist die eines persönlichen Plädoyers für die Mühen, auch einmal ungewöhnliche Wege zu gehen.**

Erste Einsichten in die Ausstellung als Kommunikationsform erschlossen sich mir bereits in den 1990er Jahren, als ich mehrere Themen entsprechend aufbereitete: Massensliteratur („Aus der Tasche in die Hand“ über frühe Taschenbuchreihen, „Der Asche entstieg“ über Taschenkrimis) und Publikumszeitschriften der 50er Jahre („Und immer lockt das Weib“ über Filmstars auf Illustriertentiteln). Manche DGPK-Mitglieder erinnern sich vielleicht auch noch an die kleine Präsentation „Rekonstruierte Realitäten“ anlässlich der Mainzer DGPK-Jahrestagung 1998, die zeitgeschichtlich bedeutsame Ereignisse im Spiegel der aktuellen Presse präsentierte. Diesen Projekten war ein Ausgangspunkt gemeinsam, nämlich der optische Reiz der Exponate.

Damit ist bereits eine notwendige Voraussetzung benannt: eine gewisse visuelle Attraktivität des Untersuchungsmaterials. In dieser Hinsicht ist unser Fach freilich in einer beneidenswerten Situation, denn sowohl Printmedien als auch bewegte Bilder aus Film und Fernsehen, digitale Anwendungen oder Töne eignen sich hervor-

gend für die öffentliche Präsentation (nicht umsonst setzt auch die Didaktik herkömmlicher Ausstellungen gerne auf eine Multimedia-Komponente). Und es macht Betrachtern großen Spaß, ihrer eigenen Mediensozialisation in Form der fast vergessenen Lieblingsserie von Anno dazumal oder der Zeitschriften im elterlichen Haushalt wieder zu begegnen.



Die Berliner Ausstellung „Das Bauhaus am Kiosk“ präsentierte mit wissenschaftlichem Anspruch die Geschichte der Zeitschrift „die neue linie“ (1929-1943)

Eine zweite Überlegung betrifft die Form des Erkenntnisgewinns. Von Vorteil sind hier komparative Ansätze: Beispielsweise lässt sich Kommunikation in unterschiedlichen Kulturen gut aufbereiten, ebenso wie ein Vergleich der Berichterstattung unterschiedlicher Medien zu einem Thema. Besonders faszinieren historisch-komparative Zugänge – nicht nur, weil man in diesem Zusammenhang aus anderen Disziplinen (wie etwa der Kunstgeschichte) eine museale Darbietung gewohnt ist, sondern weil entsprechende Exponate per se mit einer großen Publikumsresonanz rechnen können.

Damit soll aber nicht gesagt sein, dass empirisch-analytische Erkenntnisse grundsätzlich weniger geeignet für eine Ausstellung wären. Wieso nicht eine Wanderausstellung zum Thema „Gewalt in den Medien“ konzipieren, die Ergebnisse medienpsychologischer Forschung durch Anschauungsmaterial illustriert, die aus Inhaltsanalysen bekannten Dimensionen des Phänomens ausleuchtet und ganz nebenbei noch das Verständnis für methodische Aspekte der Forschung weckt? Dies setzt jedoch voraus, dass Wissenschaftler nicht nur offenkundige Hindernisse wie Zeit, Aufwand und Finanzierung überwinden, sondern dass sie bereit sind, mit der zwangsläufigen Verkürzung ihrer Resultate zu leben – und auch mit deren Einbettung in einen populärwissenschaftlichen Kontext. Denn eine Ausstellung sollte niemals wie eine Ansammlung von Tagungspostern daherkommen, sondern lebt von der Materialität ihrer Exponate.

### Studenten sind wichtig als Ideengenerator

Wie ein solcher Spagat gelingen kann, lässt sich gut an einer gerade zu Ende gegangenen Ausstellung dokumentieren: „Das Bauhaus am Kiosk“ über die Geschichte einer Publikumszeitschrift namens „die neue linie“ zwischen 1929 und 1943, gezeigt im Bauhaus-Archiv Berlin. Ausgangspunkt war in einer ersten Phase die wissenschaftlich erschöpfende Behandlung des Themas. Nach mehrjähriger Recherche in Archiven, Gesprächen mit Zeitzeugen und natürlich einer genauen Inspektion der Zeitschriftenexemplare selbst entstand ein Manuskript von gut 200 Druckseiten – eine klassische Monographie, die inzwischen auch im Buchhandel erschienen ist. Mit diesem

Manuskript im Hintergrund fiel es mir leicht, ein Exposé zu schreiben und eine öffentliche Einrichtung für das Thema zu begeistern. Pluspunkt war hier mein Vorsatz, Studierende in die Realisierung einzubinden, denn Museen und Archive sind, wie andere öffentliche Einrichtungen auch, notorisch klamm an Mitteln. In der Ausstellung wurden die wissenschaftlich-analytischen Texte auf ein Minimum reduziert – sie sollen sich dem Betrachter durch eine wohlüberlegte Auswahl der Exponate erschließen, die Appetit auf den ausführlichen Katalog macht.

Allerdings erledigt sich die Ausstellungskonzeption auch in einem Seminar nicht von selbst. Eine Gruppe interessierter Studierender ist als kreativer Ideengenerator nicht zu unterschätzen; diese Ideen in sinnvolle Bahnen zu lenken bleibt jedoch Aufgabe des Dozenten. Es bietet sich an, das Aufgabenspektrum frühzeitig zu strukturieren und Teilgruppen mit jeweils eigenen Verantwortungsbereichen zu versehen. Meist ist dabei eine Doppelstruktur nötig: Zum einen eine Aufteilung aus inhaltlicher Sicht (z. B. nach Epochen oder Facetten des Themas), zum anderen nach organisatorischen Aspekten. Als typische, immer wiederkehrende Teilgebiete seien hier genannt: Ausstellungsdesign (vom Farbkonzept bis zur Auswahl und Anordnung der Exponate), Ausstellungsbau (falls größere Raumobjekte vorgesehen sind), Ausstellungsdidaktik (Texte und Beschriftungen), Multimedia-Elemente (Ton- und Videodokumente, interaktive Elemente), publizistische Begleitung (Pressemitteilungen, Plakat, Einladungen, Flyer, Kataloge etc.) sowie die Organisation der Begleitveranstaltungen (Vernissage, Pressekonferenz, Führung, Vorträge etc.).

Die Koordination all dieser Arbeitsschritte ist ein komplexer Vorgang, weshalb es sich anbietet,

Anzeige



„Selbstverständlich müssen Sie als aufgeklärter Mensch immer davon ausgehen, dass ich lüge. Sie müssen sogar befürchten, dass ich die Wahrheit sage, ohne dass Sie es merken.“ **Klaus Kocks**

### Hinter den Kulissen der Inszenierungsgesellschaft

Was machen Prominente mit den Medien? • Was machen die Medien mit den Prominenten? • Wer ist Täter, wer Opfer? • Wie funktioniert das Geschäft mit der Selbstdarstellung, und was ist sein Preis?

Diesen Fragen haben sich 30 herausragende Persönlichkeiten aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Religion, Sport und Entertainment gestellt. Sie berichten in anekdotischer und sehr persönlicher Form über den Widerspruch zwischen Image und Ich, über ihre Hassliebe zu den Medien, über Schlüsselerebnisse, Grenzüberschreitungen und folgenschwere Fehler im Kampf um Aufmerksamkeit.

„Ein erstaunliches Buchprojekt der Universität Hamburg ...“ Süddeutsche Zeitung

352 Seiten | 58 Fotos | Broschur | Großformat  
19,80 € (D) | 34,80 sFr. | ISBN 978-3-932927-32-4

mehr Infos & Leseproben:  
[www.solibro.de](http://www.solibro.de)

zunächst Erfahrungen im Kuratieren von Ausstellungen an der eigenen Hochschule zu sammeln. Oft bieten Universitätsbibliotheken, Hörsaalgebäude oder Institute eine geeignete Infrastruktur für erste Gehversuche, und die Toleranz gegenüber nicht immer perfekten studentischen Arbeiten ist höher. Beispielsweise konnte ich im Sommer 2006 die Ausstellung „Die Sprache des Stummfilms“ über die Filmpublizistik der Weimarer Jahre an der UB Erfurt zeigen. Über zwei Semester hinweg hatte sich meine Seminargruppe die Inhalte erarbeitet und ein Ausstellungskonzept entworfen, gemeinsam mit einem Dozenten und Studierenden der FH Erfurt. Überhaupt sind Kooperationen mit künstlerisch-technischen Fachgebieten sinnvoll, um die eigenen Kompetenzen zu ergänzen – das Bauhaus-Projekt habe ich mit einer Kollegin aus der Kunst realisiert.

Bleibt die Frage nach Art und Herkunft der Exponate: Original oder Reproduktion ist hier die erste Entscheidung. Aus Sicht des Publikums ist der Fall klar, denn „die Gravitation des Materielles“ (Horst Bredekamp) und das Authentische machen für den Betrachter einen entscheidenden Reiz aus. Gleichzeitig erhöht dies den Aufwand exponentiell, denn die Objekte sind normalerweise in Rahmen und Vitrinen zu schützen, müssen bewacht werden, es sind konservatorische Vorkehrungen zu treffen (z. B. Schutz vor Lichteinfall) und Versicherungen abzuschließen. Eine Themenpräsentation mit Reproduktionen auf Tafeln ist vergleichsweise unkompliziert und kann leichter an unterschiedlichen Orten gezeigt werden. Dennoch sind Originale inhaltlich und aufmerksamkeitsstechnisch immer vorzuziehen, sofern es die Rahmenbedingungen erlauben, und manchmal hilft schon eine gezielte Mischung.

### Leichter ist es mit Exponaten aus eigenen Beständen

Daran schließt sich die Frage nach der Herkunft solcher Exponate an. In der Regel sind sie im Besitz von Archiven oder Museen, und die Ausleihe kann an einschneidende Bedingungen geknüpft sein. Generelle Verfügbarkeit, Einschränkungen in der Leihdauer, spezielle Präsentationsformen und insbesondere der sachgerechte Transport stellen erhebliche Hindernisse dar. Andererseits ist neben dem Sammeln und Bewahren auch das Deuten und Veröffentlichende Aufgabe der Einrichtungen, weshalb Anfragen meist wohlwollend geprüft werden. Eine

deutlich komfortablere Situation bietet sich frei, wenn die Exponate unkompliziert aus dem eigenen Bestand entnommen werden können. Bei mir war dies der Fall, und gerade die wissenschaftliche Bearbeitung ist in den heimischen vier Wänden um vieles leichter. Es besteht ferner ein grundsätzlicher Zusammenhang zwischen Forschung und Erschließung, und oft ergeben sich erst durch den mühsamen Aufbau einer Sammlung Erkenntnisse, die beim Zugriff auf fremde Bestände verborgen bleiben.

### Neue Zielgruppen rechtfertigen den Aufwand allemal

Allerdings setzt dies längere Planungen voraus, denn nicht immer sind aussagekräftige Stücke auf dem Markt schnell zu beschaffen. Deswegen entstehen Forschungsideen oft erst aus einer Sammlung heraus, die in ihrer Geschlossenheit eine neue Perspektive eröffnet. Dabei ist eine letzte grundsätzliche Entscheidung zu treffen: Sammle ich archival, d. h. auf Vollständigkeit hin, um tatsächlich alle relevanten Objekte zur Verfügung zu haben? Oder museal, also mit Blick auf das aussagekräftige Einzelstück, das später prototypisch für einen bestimmten Sachverhalt steht? In der Realität dominieren Mischformen, bei denen die sorgfältige Erschließung auf Basis eines Archivs zu einer Liste ausgewählter Beispiele führt, die zur Verdeutlichung benötigt werden.

Abschließend sei zugegeben: Nicht jedes Thema eignet sich für eine Ausstellung, nicht immer sind interessante Exponate verfügbar, und mit einer schlechten Präsentation ist letztlich auch nichts gewonnen. Aber obwohl Ausstellungsprojekten von Fachkollegen mitunter belächelt werden und ihnen die akademische Anerkennung oft versagt bleibt – die Chance, neue Zielgruppen für unsere Themen zu erreichen, rechtfertigt den Aufwand jederzeit. Im Falle der Bauhaus-Ausstellung schlug sich dies in Artikeln in der FAZ, der SZ, der FR, der taz und einer ganzen Reihe von Hörfunk- und Fernsehbeiträgen nieder. Und dass aus alledem auch ein akademischer Prestigegewinn erreicht werden kann, verdeutlicht das Beispiel der Ausstellung „VIEWing our LIFE and TIMES“, die ich zur letztjährigen ICA-Tagung eingerichtet hatte: Forscher der Annenberg School fanden sie interessant genug, um sie auch in Los Angeles zu zeigen, gepaart mit einer Einladung zu einem Gastaufenthalt und Vorträgen.

PATRICK RÖSSLER

# Passt scho

Nach der Bamberger Tagung: ein Dankeschön an alle

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

Eine gelungene Tagung kann man nicht organisieren. Wenn die Bamberger Jahrestagung aus der Sicht der Veranstalter dennoch gelungen zu sein scheint, dann wegen der allenthalben gut gelaunten Teilnehmer. Darum gilt der erste Dank allen Mitgliedern und Nichtmitgliedern, die mit uns gemeinsam für eine runde Tagung gesorgt haben. Abgesehen von dem reichlich ausgesprochenen Lob flüsterte mir mein quasistatistisches Wahrnehmungsorgan schon am Mittwoch Abend zu: Wo missmutige Gesichter fehlen, passt's scho – wie der Franke sagt.



Ein missmutiges Gesicht dürfte gleichwohl bemerkt worden sein – meines auf der Mitgliederversammlung. Ich bitte um Entschuldigung, dass ich, weil mir die Versammlung aus dem Ruder zu laufen schien und ich um die Stimmung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer fürchtete, meine persönlichen Veranstaltersorgen wichtiger nahm als die weitreichende Entscheidung über das zukünftige Publikationswesen.

## Ein Online-Journal wird sich langfristig sowieso durchsetzen

Dass sich die Mitglieder für die von mir präferierte Option entschieden haben, sei zumindest nachträglich nicht verschwiegen. Der Missmut, der die unterlegene Seite erfasst haben dürfte, wird vielleicht mit dem Hinweis etwas gemildert, dass die unterlegene Option eines Online-Journals sich langfristig sowieso durchsetzt – die Zeitschriften jedoch, die der Mitgliederbeschluss vorläufig gerettet hat, kann man nur einmal einstellen. Ist eine Tradition erst abgerissen, wird es unendlich schwer, wieder daran anzuknüpfen. Von dem schwer zu akkumulierenden Vertrauenskapital ganz zu schweigen. Überdies wird sich der Vorstand bemühen, in Zusammenarbeit mit Herausgebern und Verlagen eine Lösung zu finden, die auch die Zweifler nachträglich beruhigt.

Eine gelungene Tagung kann man nicht organisieren. Umso mehr freut es die Veranstalter, dass

alle vier inhaltlichen Plenarveranstaltungen – wie von uns gewünscht, aber nicht steuerbar – jeweils deutlich andere Akzente setzten und sich zugleich trefflich ergänzten. Der Dank geht an Walter Hömberg und Jimmy Wales, die einen gegensätzlichen, aber komplementären Blick auf Genese und derzeitigen Stand der Wissensgesellschaft warfen. Dass Walter Hömberg dabei zwangsläufig auf Diderot, d'Alembert und die anderen Enzyklopädisten der Aufklärung zu sprechen kam und wir anschließend den Diderot der Gegenwart zu Gast hatten, zeigte ganz nebenbei, dass manch „uraltes“ Konzept immer noch taurisch sein kann.

## Einheit in der Differenz wurde deutlich

Thomas Goppel betonte zum Auftakt des zweiten Tages die Verpflichtung der geistes- und sozialwissenschaftlichen Fächer, den gesellschaftlichen Wandel kritisch zu begleiten, aber auch leistungsfähiger und in der Öffentlichkeit sichtbarer zu werden. Die Podiumsdiskussion mit Margot Berghaus, Diemut Roether, Klaus Beck, Klaus Meier und Michael Schlechtriem diskutierte anschließend recht kontrovers über Gegenstand, Stand und Standing der Kommunikationswissenschaft in der Wissensgesellschaft. So wurde auch am zweiten Tag die Einheit in der Differenz deutlich: auch den Hauptdarstellern des zweiten Tages nochmaliger herzlicher Dank. Und an dieser Stelle gebührt auch den Moderatorinnen und Moderatoren der Panels ein großes Dankeschön.

Die Bamberger Tagung hatte nicht nur einen Star der Free-Access-Bewegung zu Gast, sondern konnte dank einer Fügung glücklicher Umstände auch zu den ersten beiden Abendveranstaltungen freien Zutritt gewähren. Das war nur durch die großzügigen Zuwendungen diverser Sponsoren möglich. Allen Sponsoren, insbesondere den Kollegen Thomas Gruber (BR) und Ernst Elitz (Deutschlandfunk/Deutschlandradio Kultur), sowie den weiteren Hauptsponsoren, der Oberfrankenstiftung und der T-Com, sei auch an dieser Stelle noch einmal gedankt. Dass wir am dritten Abend leider auch finanziell auf die Nase gefallen sind, weil wir die bestellten Essen für die

Nichterschienenen bezahlen mussten, konnte die Stimmung nur kurzzeitig trüben.

Die Bamberger Tagung 2007 knüpfte in mehrfacher, wenngleich indirekter Weise an die vor 16 Jahren an. Leider kann ich mir kein inhaltliches Urteil über die Qualität der diesjährigen Panelbeiträge erlauben – ich konnte keines besuchen. Doch wie damals ging es im weiteren Sinne um Wissen und Erkenntnis; allerdings stand 1991 die konstruktivistische Skepsis an der Allgemeinverbindlichkeit der Erkenntnismöglichkeiten im Vordergrund, diesmal eher ein pragmatisch orientierter Zugriff auf die Organisation und Verbreitung neuer Wissensbestände.

Es ist eine unglückliche Koinzidenz, dass während der diesjährigen Tagung der Bamberger Literat Hans Wollschläger verstarb, der auf der Tagung von 1991 mit seiner Lesung aus „Finnegans wake“ von James Joyce einen literarischen Glanzpunkt gesetzt hatte.

### Und hier die Auflösung des Semiotik-Rätsels

Nicht nur aus diesem Grund bleibt, wie nach anderen schönen Ereignissen auch, eine gewisse Melancholie. Um sie nicht überhandnehmen zu lassen, hier die obligatorische Auflösung der „Semiotik für Fortgeschrittene“, mit der ich auf der Tagung den einen oder die andere gequält habe. Die subtile Botschaft des Titelbildes auf dem Keller- und Kneipenführer unserer Studierenden war folgende: Das Logo der Otto-Friedrich-Universität ist nicht proportional skaliert worden, das heißt, es ist „breit“ gezogen. Das Ergebnis zu intensiven Zuspruchs zum Kellerbier könnte ähnlich ausfallen.

An das Deutungsproblem ließe sich eine Frage von methodischer Brisanz anschließen: Wie interpretiert man einen nicht intendierten Subtext, dessen Botschaft nicht erkannt wird, deren Effekte aber trotzdem messbar sind? Schwierig, schwierig. Doch darum darf sich die Methodengruppe kümmern.

Auch die Evaluation der Einreichungen könnte noch einmal Gegenstand der Verhandlungen der Methodengruppe werden, obwohl ich die Hauptprobleme auf einer anderen Ebene sehe. Ein umso herzlicherer Dank all jenen hilfreichen Geistern, die uns im Vorfeld der Bamberger Tagung bei der Zusammenstellung des Programms geholfen haben. Diese Anerkennung scheint mir auf der Mitgliederversammlung etwas zu knapp ausgefallen zu sein.

### Dank an alle hilfreichen Geister

Mein und meiner Kollegin Anna Maria Theis-Berglmair Dank gilt aber vor allem den vielen hilfreichen Geistern unserer Tagung: der Schar der Studierenden, die mit großem Engagement, gleichbleibender Freundlichkeit und steter Hilfsbereitschaft eine Hauptlast der Veranstaltung getragen und bis zum Umfallen geschuftet haben; Gabriele Mehling, die recht spät zu unserem Team hinzustieß; Helga Meinhardt, die im Vorfeld und während der Tagung ein resolutes Regiment im Hintergrund geführt hat, und Ulrike Fleischer, die nicht nur die gute Seele der Organisation war, sondern die immer dann, wenn sogar Plan B zu versagen schien, noch einen Plan C aus der Tasche zog. Insbesondere aber geht der Dank an Kristina Wied und Johannes Raabe, die seit mehr als einem Jahr und mit zunehmender Nähe zur Tagung immer mehr ackern mussten und sich mit vielen konstruktiven Vorschlägen in die Tagungsvorbereitung eingebracht haben.

Man kann also eine gelungene Tagung nicht organisieren, man muss es aber auch nicht: Man braucht nur hervorragende Mitarbeiter.

RUDOLF STÖBER

# Neu bei UVK



Wolfram Schrag  
**Medienlandschaft Deutschland**  
 2007, 382 Seiten, broschiert  
 mit 75 farbigen und 24 s/w-Abb.  
 ISBN 978-3-89669-597-0  
 € (D) 19,90 / SFr 34,70

Ob »Weblog« oder »Podcasting« – nicht nur neue Begriffe finden sich im Medienbereich, die Medienlandschaft an sich hat sich verändert. Konsumenten nutzen die Medien in Deutschland anders als bisher.

Wolfram Schrag zeigt mit seinem Buch die Veränderungen im Medienbereich, indem er die technischen Neuerungen der Medienlandschaft Deutschland mit den historischen und rechtlichen Entwicklungen seit 1945 in einen Zusammenhang stellt.



UVK Verlagsgesellschaft mbH  
[www.uvk.de](http://www.uvk.de)

# Einspruch!

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

## Impressum

### Herausgeber:

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

### Redaktion:

Gunter Reus (verantw.)  
Stefan Weinacht  
Roger Blum („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](mailto:gunter.reus@hmt-hannover.de)

### Druck:

Verlagsgruppe Madsack, Göttingen

## Berufsfeld Hochzeitsjournalismus

Seit einigen Jahrzehnten haben sich im Journalismus neue Berichterstattungsfelder herausgebildet: Wissenschaftsjournalismus, Reiseberichterstattung, Medienjournalismus, Gerichtsberichterstattung, Ratgeber- und Servicejournalismus. Der soziale Wandel und die Differenzierung der Wahrnehmungsstrukturen in den Redaktionen haben dazu geführt, dass nach angelsächsischem Vorbild neuerdings auch der Hochzeitsjournalismus zu einem eigenen Berufsfeld geworden ist. Die Universität Eichstätt, seit gut zwei Jahrzehnten in der Journalistenausbildung engagiert, plant derzeit einen neuen Aufbaustudiengang zur crossmedialen Hochzeitsberichterstattung.

Pflichtbestandteil ist ein Auslandssemester in den Vereinigten Staaten, und zwar an der Partneruniversität Las Vegas. Die Wüstenstadt im Südosten von Nevada ist nicht nur ein Spielhölleparadies, sondern auch ein bedeutendes Hochzeitszentrum: In den 25 Kapellen am Las Vegas Boulevard werden Jahr für Jahr etwa 80 000 Ehen geschlossen. Einige besonders spektakuläre Beispiele, ausgewählt aus dem Standardwerk von Natasha Bondy:

- ◆ In der Little Church of the West hat 1942 Mickey Rooney Ava Gardner gehehlicht. Der Bräutigam heiratete später in dieser Kirche noch weitere sechs Mal.
- ◆ Am gleichen Ort haben 1949 Zsa Zsa Gabor und George Sanders die Ehe geschlossen.

Die Braut war bereits zwei Mal verheiratet gewesen und ehelichte später noch mehrere Männer.

- ◆ Elvis Aaron Presley und Priscilla Anne Beaulieu schlossen 1967 im Milton Prell's Aladdin Hotel von Las Vegas den Bund fürs Leben. Die Ehe wurde 1973 geschieden.
- ◆ Joan Collins heiratete 1985 in der Little White Chapel den Sänger Peter Holm. Er war der vierte von ihren insgesamt fünf Ehemännern. Zwei Jahre später ließen sie sich scheiden.
- ◆ Am gleichen Ort versprachen sich Demi Moore und Bruce Willis 1987 ewige Treue. Die Ehe bestand 13 Jahre.
- ◆ Ähnliches gilt für Cindy Crawford und Richard Gere: Heirat 1991, Scheidung allerdings schon nach vier Jahren.
- ◆ Reif für das Guinness Book of Records ist die Ehe von Britney Spears und Jason Alexander in der Little White Chapel im Jahre 2004. Sie wurde nach zwei Tagen annulliert.

Im Kontrast dazu stehen die Eichstätt Erfahrungen. Kein Journalistik-Studiengang im deutschen Sprachraum hat bisher so viele (dauerhafte) Ehen gestiftet wie die Medienstadt im Altmühltal. Die Ehe ist zwar generell der Hauptgrund für Scheidungen. Die vielen Fach-Ehepaare, die sich in Eichstätt kennen und lieben gelernt haben, zeigen allerdings, dass es auch anders geht. Damit bestehen beste Voraussetzungen für ein erfolgreiches Curriculum, das eine Novität im deutschen Sprachraum darstellt.

WALTER HÖMBERG

Anzeige

**HV** HERBERT VON HALEM VERLAG



STEPHAN WEICHERT / CHRISTIAN ZABEL (Hrsg.)  
**Die Alpha-Journalisten.**  
Deutschlands Wortführer im Porträt  
2007, 416 S., Broschur, 190 x 120 mm  
ISBN 978-3-938258-29-3



MARCEL MACHILL / MARKUS BEILER (Hrsg.)  
**Die Macht der Suchmaschinen /**  
The Power of Search Engines  
2007, 352 S., 23 Abb., 9 Tab., Broschur,  
213 x 142 mm  
ISBN 978-3-938258-33-0



HANS-OTTO HÜGEL  
**Lob des Mainstreams.**  
Zu Begriff und Geschichte von  
Unterhaltung und Populärer Kultur  
2007, 408 S., 10 Abb., Broschur, 240 x 170 mm  
ISBN 978-3-938258-15-6



KARL-HEINZ LADEUR  
**Das Medienrecht und die Ökonomie**  
der Aufmerksamkeit.  
In Sachen Dieter Bohlen, Maxim Biller,  
Caroline von Monaco u.a.  
edition medienpraxis, 5  
2007, 304 S., 55 Abb., Broschur,  
190 x 120 mm  
ISBN 978-3-938258-16-3



SILKE ADAM  
**Symbolische Netzwerke in Europa.**  
Der Einfluss der nationalen Ebene auf euro-  
päische Öffentlichkeit. Deutschland und  
Frankreich im Vergleich  
2007, 400 S., 27 Abb., 42 Tab., Broschur,  
213 x 142 mm  
ISBN 978-3-938258-34-7

Informieren Sie sich über diese und andere Neuerscheinungen aus 2007 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](mailto:info@halem-verlag.de)

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