

Aviso

Informationsdienst der Deutschen

Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Nr. 34

DGPuK

Oktober 2003

LOB UND TADEL

DEBATTE: DAS GENDERING DER FACHGESELLSCHAFT

Quäntchensprünge

Frauen und Männer in der DGPuK

VON ELISABETH KLAUS

Erfolg ist so einfach!

Frauen, die ausziehen, Wissenschaft zu betreiben

VON ULLA WISCHERMANN

Gezielte Weitergabe von Erfahrung

Mentoring und Netzwerke für Wissenschaftlerinnen

VON IRENE NEVERLA

Ein denkwürdiger Beschluss...

oder: http://www.dgpuk.de/fg_geschlecht/

VON JUTTA RÖSER/PETRA WERNER/UTA SCHEER

DER FRAGEBOGEN

Ausgefüllt von Carsten Reinemann

FACHGRUPPEN

Berichte von Jahrestagungen und Workshops

DIE KOLUMNE

Astrid Frohloff rät Journalisten, Unsicherheit zu bekennen

AUSGESTELLT

NEU ERSCHIENEN

IN KÜRZE

AUS DEM VORSTAND

EINSPRUCH

2

AVISIERT

4

Wenn die Mitglieder unserer Fachgesellschaft die wissenschaftliche Bedeutung der einzelnen Fachgruppen beurteilen, schneidet die FG „Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht“ am schwächsten ab. Nachzulesen in den Ergebnissen der DGPuK-Mitgliederbefragung vom Frühjahr dieses Jahres.

4

8

Und was heißt das jetzt? Taugt nichts, dieses Frauengedöns, bringt keine Quote – also absetzen?

9

Über die Ursachen, die zu einem solchen Ranking führen, lässt sich trefflich streiten. Vielleicht steckt die Antwort ja auch in den Analysen, Berichten, Glossen und Kommentaren, die Elisabeth Klaus für den „Aviso“ zusammengestellt hat.

10

Diese Zeitschrift jedenfalls folgt keinem Quotenzwang. Sie soll – das ist ihr einziger Zweck – ihre Leser über Strömungen und Tendenzen in der Fachgesellschaft auf dem Laufenden halten. Sie versteht sich als Forum der Artikulation und der Debatte, der Bekenntnisse und der Polemik im guten, streitbaren Sinne. Und es wäre schön, wenn es gelänge, dass alle dabei einander zuhörten.

14

16

18

Was nicht heißen soll, dass man nicht widersprechen, sich nicht aneinander reiben und erhitzen darf. Im Gegenteil. Ein paar Funken und ein bisschen Leidenschaft können auch einer ehrbaren Fachgesellschaft nicht schaden.

19

20

22

22

24

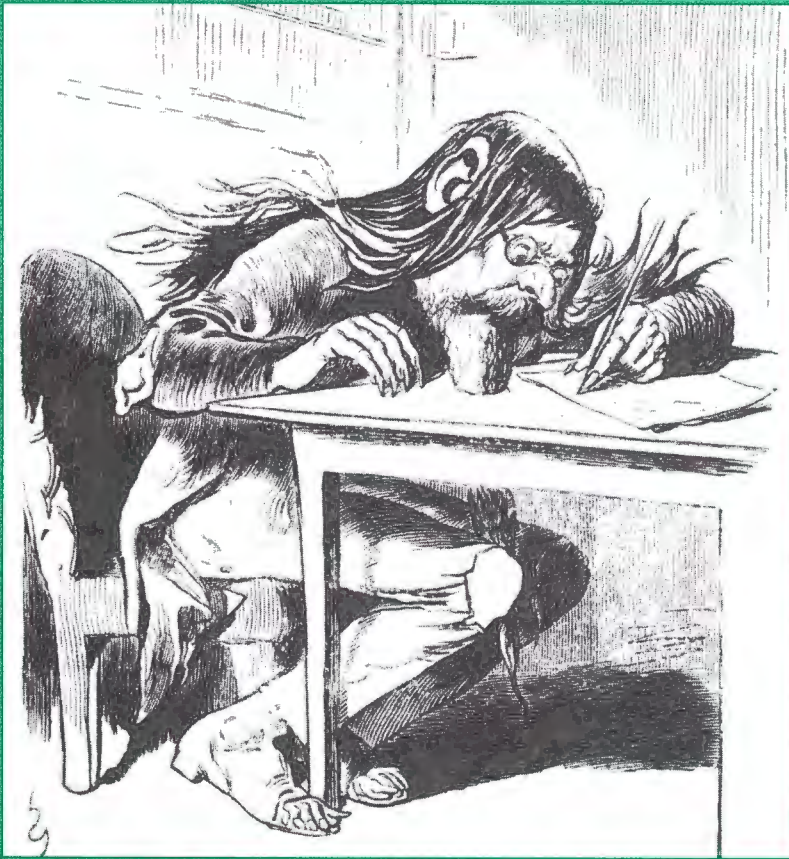
IHR GUNTER REUS

Glückwünsche

Vielen Dank für die Übermittlung von „Aviso“. Das Heft gefällt mir wieder sehr gut.

HEINZ PÜRER,
 ➡ MÜNCHEN

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



Leserbriefe

Die Abbildungen sprechender Frauenhände auf den Seiten 4 bis 13 entnehmen wir mit freundlicher Genehmigung Motiven des Katalogs „Wo ist Minerva? Wegbeschreibungen erfolgreicher Frauen“ (Ausstellung des Niedersächsischen Ministeriums für Wissenschaft und Kultur, in Zusammenarbeit mit der Hochschule für Bildende Künste Braunschweig). Braunschweig: Appelhaus Verlag, 2003. Ein besonderer Dank geht an die Fotografin Anke Erdmann

Hier könnte Ihre Meinung zur „Aviso“-Debatte stehen



Geschrieben war Ihr Leserbrief ja schon: kritisch, Streitbar, anregend. Sie haben bloß vergessen ihn abzuschicken. Macht ja nichts. Dann eben beim nächsten Mal. Und zwar an die folgende Adresse:

Redaktion „Aviso“, Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung,
 Hochschule für Musik und Theater, Expo Plaza 12, 30539 Hannover

Debattenthema „Standardisierung“

Selbstkommerzialisierung statt Studium?

Zur „Aviso“-Debatte möchte ich folgende Aspekte zusammenführen: Verbindliche Ordnungen zur Stabilisierung des Studiums gehören zum Wissenschaftsgeschäft der Hochschulen. Inhalte im Wandel zu formieren und zu lehren, dafür sind die Einzelwissenschaften zuständig. Sie wählen aus der wachsenden (und wuchernden) Forschungsliteratur jene aus, die zur Einführung ins Studium anderen Veröffentlichungen vorzuziehen ist. Denn im Hauptstudium ist – nunmehr forschend – daran anzuknüpfen. Heute wird nur noch professionalisierte Kommunikationsarbeit nachgefragt, und die ist nun einmal nur als wissenschaftliche Arbeit zu haben.

Vergleicht man die oft als „household work“ verfasste Lehrbuchliteratur mit der bewahrten bzw. bewahrenswerten Forschungsliteratur (etwa den „Schlüsselwerken“), dann wird überdeutlich: Die Kommunikationswissenschaft diesseits und jenseits des Atlantiks hat es versäumt, sich selbst wissenschaftskritisch zu beschreiben. Deshalb tut sie sich, hier wie dort, mit der Zusammenstellung eines „Lesekanons“ und der Gliederung des Lehrstoffs so schwer. Das „Selbstverständnispapier“ der DGPK will nach draußen wirken. Es stellt das Fach als einen bunten Würfel vor, mit Medien-, Publizistik-, Massenkommunikations-, Journalistik-, Public Relations- und Kommunikationsseiten. Eine Einheit in Differenz zwischen Kommunikationswissenschaft und gesellschaftlicher Mitwelt kommt nicht zum Vorschein.

Keine Ansätze von Stil

In diesem Zusammenhang noch der Hinweis auf ein folgenreiches Ärgernis. Seit Jahren kommerzialisieren Studierende Lehrleistungen im Internet. Ein Erstsemester lässt das bearbeitete Thema „Die Kultivierungshypothese von George Gerbner et al.“ ins Internet stellen, das Opus kann heruntergeladen werden, für 6,99 €. Um wie missbraucht zu werden? In einem Brief wird George Gerbner, 84, der seit 40 Jahren die Kultivierungshypothese bearbeitet, selbst darüber umfangreich publiziert (ganz zu schweigen von

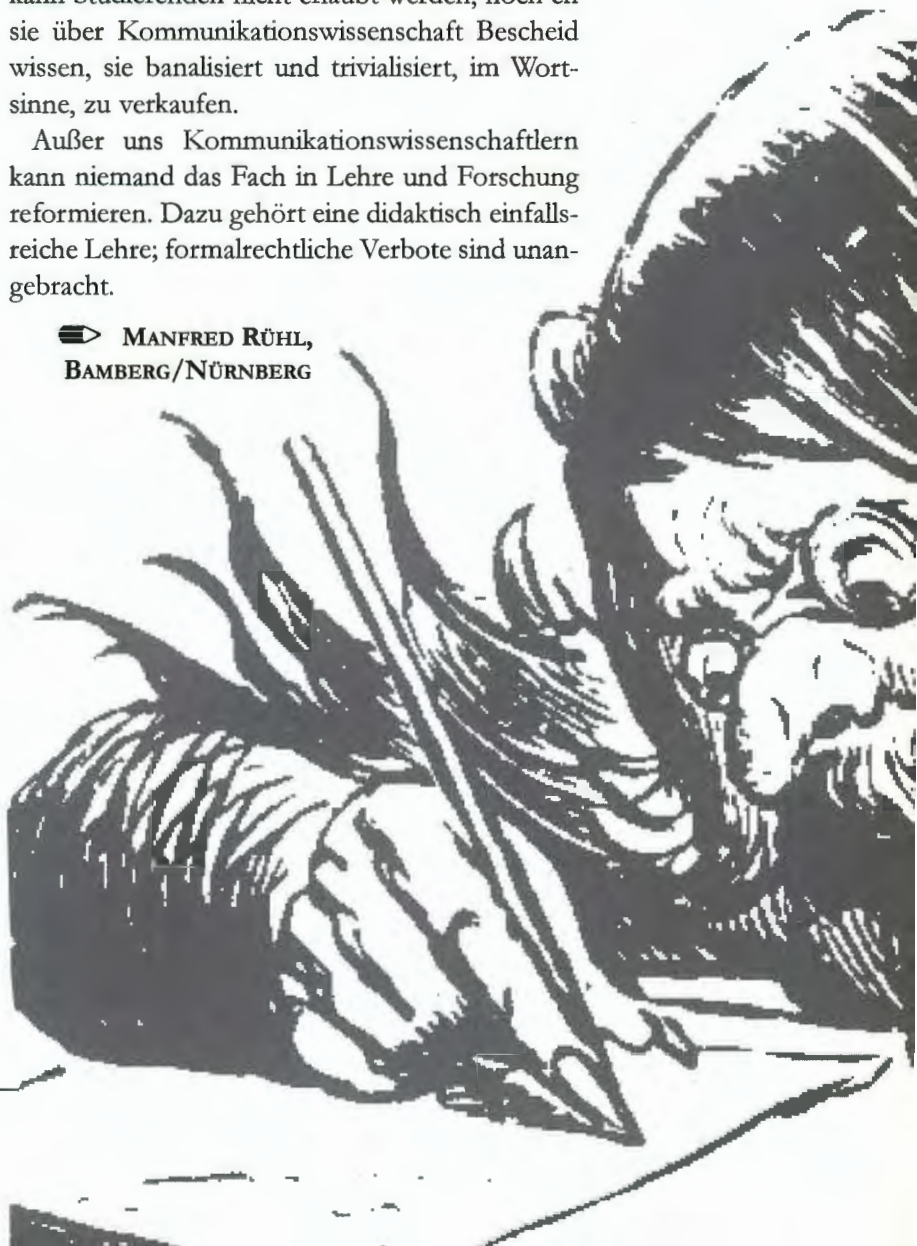
der Sekundärliteratur), naiv angehauen, etwas über seine Forschungen herauszurücken – in einer Art Pidgin-English: „May be something about the latest stuff about it?“

Das ist kein Fall, fehlende Manieren anzunehmen, über fehlende Distanz zwischen Lehrenden und Lernenden zu moralisieren. Es soll auch keine Nachsicht gegenüber ungeschulter Einfalt geübt werden, und es ist auch nicht bloß zu hoffen „Wird schon werden“. Woran es mangelt? Es sind keine Ansätze für wissenschaftlichen Stil zu erkennen. Im Grundstudium einer empirisch kontrollierenden Textwissenschaft sind Forschungstechniken, Methoden und Literaturrecherche zu üben, weil sie ermöglichen, Ergebnisse und Erkenntnisse wissenschaftlich zu vergleichen. Es kann Studierenden nicht erlaubt werden, noch eh sie über Kommunikationswissenschaft Bescheid wissen, sie banalisiert und trivialisiert, im Wortsinne, zu verkaufen.

Außer uns Kommunikationswissenschaftlern kann niemand das Fach in Lehre und Forschung reformieren. Dazu gehört eine didaktisch einfallreiche Lehre; formalrechtliche Verbote sind unangebracht.

➤ MANFRED RÜHL,
BAMBERG/NÜRNBERG

DE
BATE



DEBATE

In der Rubrik „Debatte“ thematisiert Aviso zentrale Fragen der Entwicklung des Faches und der Fachgesellschaft

Leserbriefe, in denen die Debatte fortgesetzt und vertieft wird, sind willkommen

Ein Skandal

Um gleich in die Debatte einzusteigen: Wer den Begriff des Gendering nicht kennt, ist dabei den Anschluss zu verpassen – wissenschaftlich, hochschulpolitisch und international.

Dass geschlechtliche Markierungen, trotz aller gegenteiligen Beteuerungen, in der DGPUK eine Rolle spielen, zeigt der Geschlechtertausch im „Einspruch!“ dieses Heftes. Aber zuvor sollen die Beiträge zwei unterschiedliche Aspekte des Gendering in der DGPUK beleuchten. Zum einen werfen wir einen (frustrierenden) Blick auf deren personelle Entwicklung und die traditionelle und aktuelle Männerdominanz im Fach. Was sind die Ursachen für die „Quäntchensprünge“, und wie können sie im Zuge des Gender Mainstreaming beispielsweise durch Mentoring-Programme vergrößert werden? Auch in der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft gab und gibt es Pionierinnen, von denen wir fünf kurz vorstellen.

Zum anderen beschäftigen wir uns auf der inhaltlichen Seite des Gendering mit der – immer noch nicht als solche anerkannten – Teildisziplin der „kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung“ oder auch „feministischen Medienforschung“. Zu deren Bedeutung haben wir Stellungnahmen internationaler WissenschaftlerInnen eingeholt. Weiter reflektieren wir die Entwicklung der Fachgruppe „Medien, Öffentlichkeit und

Geschlecht“, die einer der früheren DGPUK-Vorsitzenden vorzugsweise „die Frauengruppe“ nannte.

Dabei ist das Thema „Frauen und Männer in der DGPUK“ doch offensichtlich ein ganz anderes als die Entwicklung der Gender Studies im Fach: Nicht alle Kommunikationswissenschaftlerinnen sind Gender-Forscherinnen, und nicht alle Beiträge der Gender Studies, wenn auch zugegebenermaßen die weitaus meisten, stammen von Frauen. Und doch sind beide Aspekte miteinander verknüpft, weil die hierarchische Geschlechterstruktur in der DGPUK ein Skandal ist und die Gender Studies das Instrumentarium bereitstellen zur Analyse und Veränderung nicht nur öffentlicher Kommunikationsprozesse, sondern auch des fachwissenschaftlichen Kommunikationssystems. EK



Quäntchensprünge

Frauen und Männer in der DGPUK VON ELISABETH KLAUS

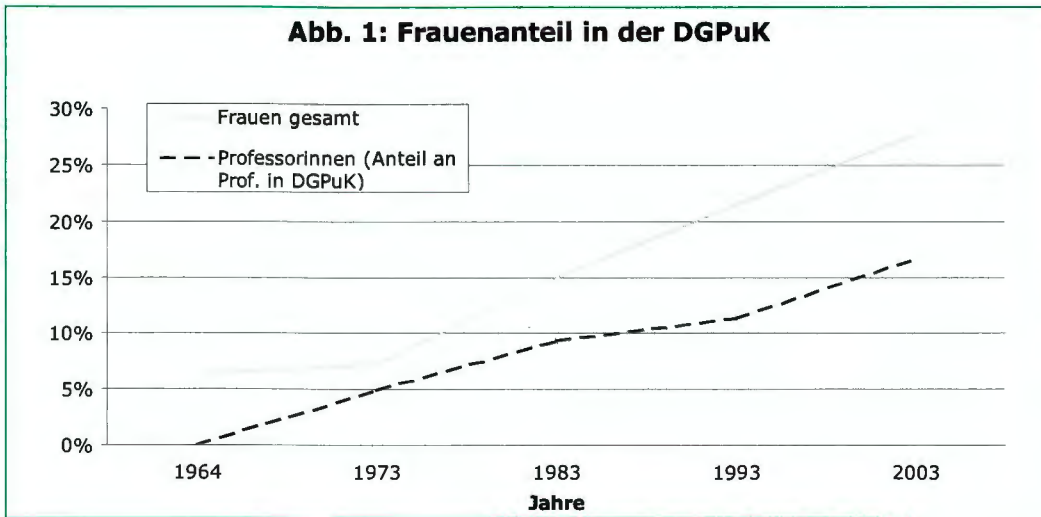
Ende Oktober 1963: Dr. Elisabeth Löckenhoff, wissenschaftliche Rätin am Institut für Publizistik der Freien Universität Berlin, unterzeichnet als einzige Frau das Gründungsdokument der „Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft“. Auf der ersten Mitgliederliste der DGPUK 1964 finden sich 59 Männer, was einem Anteil von 93,7 Prozent entspricht, und vier Frauen – Dr. Margot Lindemann (Dortmund), Dr. Ruth Münster-

Göldner (Starnberg) und Dr. Elisabeth Noelle-Neumann (Allensbach) sind der Fachgesellschaft zwischenzeitlich beigetreten. Noelle-Neumann und Löckenhoff werden später die ersten Professorinnen im Fach.

Die Geschichte der Frauen in der DGPUK lässt sich als Erfolgsgeschichte schreiben. Eine Auswertung der Mitgliederverzeichnisse zeigt, dass der Anteil und die Zahl der Frauen in der DGPUK ständig zugenommen hat: von 6,3 Pro-



Abb. 1: Frauenanteil in der DGPUK



zent 1964 auf 27,7 Prozent im letzten Mitgliederverzeichnis 2003, von 4 auf 195 weibliche Mitglieder. Erfreulich ist, dass besonders viele junge Frauen anscheinend eine Karriere in der Kommunikationswissenschaft anstreben. Jedenfalls ist der Frauenanteil unter den Mitgliedern ohne Titel – hier handelt es sich wohl überwiegend um „den Nachwuchs“ – mit 40 Prozent besonders hoch, während nur ein gutes Viertel (27 Prozent) der Mitglieder mit Dokortitel und lediglich 17 Prozent der ProfessorInnen Frauen sind. Die damit sichtbare Pyramide verweist aber zugleich auf Probleme der Akzeptanz von Frauen in der Fachgesellschaft.

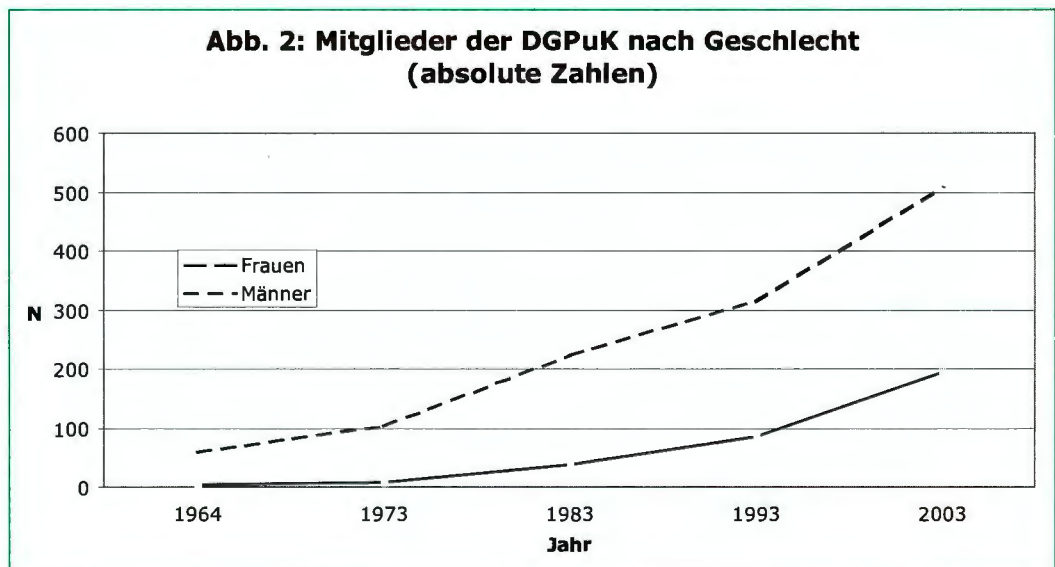
Die Geschichte der Frauen in der DGPUK ließe sich deshalb mit gleichem Recht als eine Geschichte der Stagnation und der fortdauernden Verletzung des Gleichberechtigungsgebotes schreiben. Abbildung 1 zeigt eine (für alle gesellschaftlichen Männerdomänen typische) vertikale Pyramide mit einem bis heute sehr überschaubaren Professorinnenanteil. Abbildung 2, die die Mitgliederzahlen nach Geschlecht präsentiert, weist darüber hinaus darauf hin, dass die Differenz zwischen Männern und Frauen in absoluten Zahlen immer größer geworden ist. So hat zwar die Zahl der weiblichen Mitglieder zwischen 1993 und 2003 um 109 insgesamt und um 22 in der Gruppe der ProfessorInnen zugenommen. Dem entspricht bei den Männern aber ein Zuwachs von 195 bzw. 70.

Das offensichtliche Gender Malestreaming gehört zum problematischen Erbe der deutschen Kommunikationswissenschaft und behindert heute deren wissenschaftliche, politische und internationale Ausstrahlung. Angesichts der positiven Entwicklung im Bereich des wissenschaftlichen Nachwuchses gäbe es eine historisch bisher einmalige Chance, das zu ändern, jedoch nur dann, wenn dies als gemeinsames Ziel der Fachgesellschaft und zur „CheffInnensache“ erklärt würde. ♦

Die Ausführungen beruhen auf einer Auswertung der Mitgliederverzeichnisse 1964, 1973, 1983, 1993 und 2003. Die Autorin dankt Walter J. Schütz für die freundliche Bereitstellung der Unterlagen sowie Thale Fleming und Claudia Riesmeyer für die Auszählung der Daten.

Prof. Dr. Elisabeth Klaus
lehrt Publizistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Salzburg

Abb. 2: Mitglieder der DGPUK nach Geschlecht (absolute Zahlen)



Freundschaft, auch wissenschaftlich: **Hertha Sturm und Marianne Grewe-Partsch**

DEBATE



Prof. Dr. Marianne Grewe-Partsch und Prof. Dr. Hertha Sturm (gest. 1998) sind Wissenschaftlerinnen der ersten Nachkriegsgeneration, die aktiv am Aufbau des Faches beteiligt

waren. Als Frauen mit Ausbildungen in Jura und Psychologie stehen sie für Interdisziplinarität. Theoretisch betrachtet beinhaltet das menschliche Lernen – auch die Massenkommun-

Sturm Leiterin der Abteilung „Schul- und Jugendfunk“ war. Ihre intensive gedankliche Kooperation entwickelte sich zu einer Freundschaft, die mehr als 30 Jahre andauerte. Beim Süd-

nikation – eine humanistische und eine sozialwissenschaftliche Komponente. Grewe-Partsch orientierte sich am humanistisch-juristischen, Sturm am sozialwissenschaftlichen Pol.

Marianne Grewe-Partsch, die kürzlich ihren 90. Geburtstag feierte, lernte Hertha Sturm 1963 beim Südwestdeutschen Rundfunk kennen, wo sie im Frauenfunk arbeitete und

„Geschäftsführende Assistentin“:

Elisabeth Löckenhoff

Prof. Dr. Elisabeth (Maria) Löckenhoff, geb. Herrmann (1929, Gerdauen/Ostpr.) studierte an der FU Berlin und promovierte dort 1954 in Publizistik bei Emil Dovifat mit einer Arbeit über die propagandistische Funktion der Schule in der DDR.

Sie wurde Assistentin Dovifats und unter dessen Nachfolger Fritz Eberhard Akademische Rätin (1962) und Geschäftsführerin des Instituts für Publizistik. Ihr Interesse in Forschung und Lehre galt der Publizistik der DDR, der sie zwei

Monographien und mehrere Aufsätze widmete. Dabei wandelte sich ihr Ansatz von der antikommunistischen Konfrontation zur immanenten Interpretation, die nach Ansatzpunkten von Entwicklung und Veränderung suchte.

Löckenhoff betreute von Beginn an zahlreiche Examensarbeiten, obwohl sie erst durch die Habilitation 1972 berechtigt wurde, als Professorin selbst Gutachten zu zeichnen und Prüfungen abzunehmen. Sie starb 1985 in Berlin.

HANS BOHRMANN

Institutsleiterin a.o.: **Marianne Lunzer**

Prof. Dr. Marianne Lunzer (geb. 1919) studierte Germanistik und Anglistik und war mit dem Institut für Zeitungswissenschaft der Universität Wien seit seiner Gründung im Jahr 1942 verbunden. Im gleichen Jahr promovierte sie auch.

Als einzige nicht belastete Institutsinhaberin wurde sie nach dem Weltkrieg als Assistentin weiterbeschäftigt. Sie habilitierte sich 1956 und wurde 1973 zur außerordentlichen Professorin ernannt. Ihre Arbeiten beschäftigten sich

Freundschaft, auch wissenschaftlich: **Hertha Sturm und Marie Grewe-Partsch**



Prof. Dr. Marianne Grewe-Partsch und Prof. Dr. Hertha Sturm (gest. 1998) sind Wissenschaftlerinnen der ersten Nachkriegsgeneration, die aktiv am Aufbau des Faches beteiligt

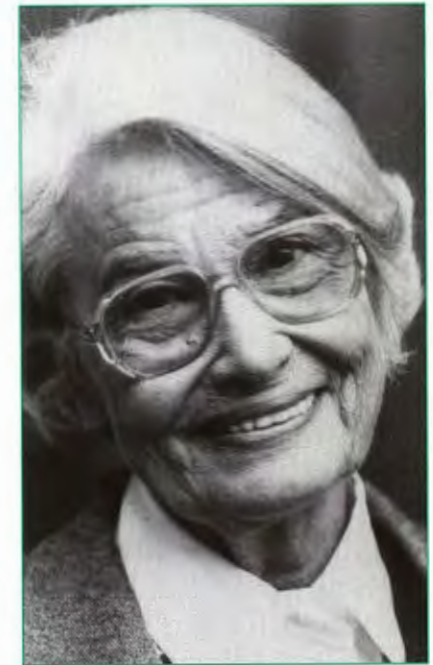
waren. Als Frauen mit Ausbildungen in Jura und Psychologie stehen sie für Interdisziplinarität. Theoretisch betrachtet beinhaltet das menschliche Lernen – auch die Massenkommunikation – eine humanistische und eine sozialwissenschaftliche Komponente. Grewe-Partsch orientierte sich am humanistisch-juristischen, Sturm am sozialwissenschaftlichen Pol.

Marianne Grewe-Partsch, die kürzlich ihren 90. Geburtstag feierte, lernte Hertha Sturm 1963 beim Südwestdeutschen Rundfunk kennen, wo sie im Frauenfunk arbeitete und Sturm Leiterin der Abteilung „Schul- und Jugendfunk“ war. Ihre intensive gedankliche Kooperation entwickelte sich zu einer Freundschaft, die mehr als 30 Jahre andauerte. Beim Süd-

westfunk verantworteten sie gemeinsam die „Elternschule“. 1974 folgte Hertha einem Ruf als Professorin für Psychologie und Kommunikationswissenschaft an die Universität München, wo Marianne die Zeitschrift „Fernsehen und Bildung“ herausgab und die ersten rezipientenorientierten Studien Herthas veröffentlichte.

Ihre Forschungstätigkeit bildete die Grundlage einer Medienpädagogik, die sie von 1982 bis 1997 in den neuen Studiengang „Kommunikationspsychologie und Medienpädagogik“ in Landau einbrachten. Erst hier kamen die sich komplementierenden Talente richtig zur Geltung. Grewe-Partsch beschäftigte sich mit juristischen und soziologischen Medienfragen, während Sturm dem Einfluss der Medien auf das Lernen und die Emotionen nachging. Zusammen legten sie den Grundstein zu einer Psychologie der Kommunikation, die auch in Nordamerika Anhänger fand.

GERTRUDE J. ROBINSON



Zwischen den Welten:

Elisabeth Noelle

Die Öffentlichkeit ist Medium und Gegenstand des wissenschaftlichen Werks von Prof. Dr. Elisabeth Noelle. Nach journalistischer Tätigkeit, Studium bei Emil Dovifat in Berlin, Studienaufenthalt in den USA und Promotion gründet sie 1947 das Institut für Demoskopie Allensbach.

1964/65 wird sie auf eine neu eingerichtete Professur für Publizistik an der Universität Mainz berufen, aus der sich das heutige Mainzer Institut für Publizistik entwickelt hat. Zuvor lehrt sie bereits an der FU Berlin. 1978-91 ist sie Gastprofessorin an der Universität Chicago.

Ein Schwerpunkt ihrer Forschung liegt auf der Theorie der Schweigespirale, mit der Elisabeth Noelle Prozesse der Öffentlichen Meinung aus der sozialen Natur der Menschen – ihrer Fähigkeit zur Wahrnehmung des Meinungsklimas und ihrer Furcht vor sozialer Isolation – erklärt.

SIMONE CHRISTINE EHMIG



Pionier **Innen**

Institutsleiterin a.o.: **Manne Lunzer**

Prof. Dr. Marianne Lunzer (geb. 1919) studierte Germanistik und Geschichte, Anglistik und war mit dem Institut für Pressegeschichte, Zeitungswissenschaft der Universität Wien seit seiner Gründung im Jahr 1942 verbunden. Im gleichen Jahr promovierte sie auch.

Als einzige nicht belastete Institutsleiterin übertrug man ihr die provisorische Leitung des Instituts (1944-1945, 1948-1951). Im Jahr ihrer Emeritierung 1985 erhielt sie die Ernennung zur außerordentlichen Professorin.

Ihre Arbeiten beschäftigen sich mit der Entwicklung des Parteiensystems in Österreich. Ihre Arbeiten beschäftigen sich mit der Entwicklung des Parteiensystems in Österreich.

JOHANNA DORER



„Geschäftsführende Assistentin“:
Elisabeth Löckenhoff

Prof. Dr. Elisabeth (Maria) Löckenhoff, geb. Herrmann (1929, Gerdauen/Ostpr.) studierte an der FU Berlin und promovierte dort 1954 in Publizistik bei Emil Dovifat mit einer Arbeit über die propagandistische Funktion der Schule in der DDR.

Sie wurde Assistentin von Emil Dovifat und unter dessen Nachfolger Fritz Eberhard Akademische Rätin (1962) und Geschäftsführerin des Instituts für Publizistik. Ihr Interesse in Forschung und Lehre galt der Publizistik der DDR, der sie zwei

Monographien und mehrere Aufsätze widmete. Dabei wandelte sich ihr Ansatz von der antikommunistischen Konfrontation zur immanenten Interpretation, die nach Ansatzpunkten von Entwicklung und Veränderung suchte.

Löckenhoff betreute von Beginn an zahlreiche Examensarbeiten, obwohl sie erst durch die Habilitation 1972 berechtigt wurde, als Professorin selbst Gutachten zu zeichnen und Prüfungen abzunchmen. Sie starb 1985 in Berlin.

HANS BOHRMANN

Grewe-Partsch

westfunk verantworteten sie gemeinsam die „Elternschule“. 1974 folgte Hertha einem Ruf als Professorin für Psychologie und Kommunikationswissenschaft an die Universität München, wo Marianne die Zeitschrift „Fernsehen und Bildung“ herausgab und die ersten rezipientenorientierten Studien Herthas veröffentlichte.

Ihre Forschungstätigkeit bildete die Grundlage einer Medienpädagogik, die sie von 1982 bis 1997 in den neuen Studiengang „Kommunikationspsychologie und Medienpädagogik“ in Landau einbrachten. Erst hier kamen die sich komplementierenden Talente richtig zur Geltung. Grewe-Partsch beschäftigte sich mit juristischen und soziologischen Medienfragen, während Sturm dem Einfluss der Medien auf das Lernen und die Emotionen nachging. Zusammen legten sie den Grundstein zu einer Psychologie der Kommunikation, die auch in Nordamerika Anhänger fand.

GERTRUDE J. ROBINSON



Pionier *Innen*

anne Lunzer

vor allem mit Fragen der österreichischen Pressegeschichte, insbesondere der Entwicklung des Parteienjournalismus und der Pressepolitik im 19. Jahrhundert. Zweimal wurde ihr die provisorische Leitung des Instituts übertragen (1944-1945, 1981-1984). Im Jahr ihrer Emeritierung 1985 erhielt sie schließlich die Ernennung zur ordentlichen Professorin.

JOHANNA DORER



Foto: Manfred Bobrowsky

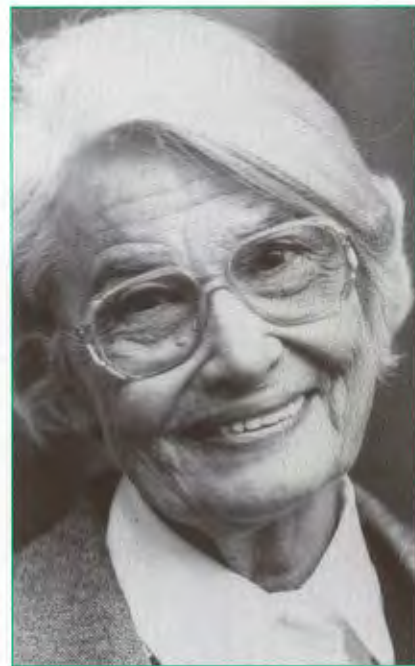


Foto: privat

Zwischen
den Welten:

Elisabeth Noelle

Die Öffentlichkeit ist Medium und Gegenstand des wissenschaftlichen Werks von Prof. Dr. Elisabeth Noelle. Nach journalistischer Tätigkeit, Studium bei Emil Dovifat in Berlin, Studienaufenthalt in den USA und Promotion gründet sie 1947 das Institut für Demoskopie Allensbach.

1964/65 wird sie auf eine neu eingerichtete Professur für Publizistik an der Universität Mainz berufen, aus der sich das heutige Mainzer Institut für Publizistik entwickelt hat. Zuvor lehrt sie bereits an der FU Berlin. 1978-91 ist sie Gastprofessorin an der Universität Chicago.

Ein Schwerpunkt ihrer Forschung liegt auf der Theorie der Schweigespirale, mit der Elisabeth Noelle Prozesse der Öffentlichen Meinung aus der sozialen Natur der Menschen – ihrer Fähigkeit zur Wahrnehmung des Meinungsklimas und ihrer Furcht vor sozialer Isolation – erklärt.

SIMONE CHRISTINE EHMIG

Erfolg ist so einfach!

Frauen, die ausziehen, Wissenschaft zu betreiben VON ULLA WISCHERMANN



PD Dr. Ulla Wischermann ist Frauenbeauftragte und lehrt Medien- geschichte und Öffentlich- keitstheorien an der Univer- sität Frankfurt

Seit das „weibliche Geschlecht“ im Jahr 1908 an deutschen Universitäten zugelassen wurde, hat es sich als äußerst bildungswillig erwiesen. So sind die Räume der Alma Mater zunehmend auch von Studentinnen bezogen worden, und ihr Anteil bei den Studienanfängern hat sogar inzwischen den der Männer überholt. Für Frauen, die sich heute entscheiden, Wissenschaft zu betreiben, gibt es zahlreiche rechtliche und institutionelle „flankierende“ Maßnahmen, die ihre Karriere befördern sollen:

- Frauenförderpläne, die Zielquoten für die Beteiligung von Frauen an den Wissenschaften aufstellen;
- Zielvereinbarungen, die Gender Studies in Forschung und Lehre einbinden;
- finanzielle Anreizsysteme, wie die leistungsorientierte Mittelzuweisung, in denen die Weiterqualifizierung von Frauen und die Berufung zur Professorin höher „belohnt“ wird als die von Männern;
- dazu noch die Schaffung von Infrastrukturen für eine „familienfreundliche Hochschule“, durch die die leidige Frage der Kinderbetreuung endlich gelöst wird.

Schon an diesen Maßnahmen ist zu sehen, wie privilegiert Frauen in der Universität sind! Ganz zu schweigen von Finanzspritzen für den weiblichen Nachwuchs, etwa durch das HWP – Teilprogramm „Chancengleichheit für Frauen in Forschung und Lehre“ oder von ministeriell gesponserten Organisationen wie dem CEWS („Center of Excellence Women and Science“), in denen Networking und Coaching zur selbstverständlichen Karrierebegleitung gehören.

Viele Gründe, Männer das Fürchten zu lehren?

Bleiben Sie ganz ruhig: Die Universität befindet sich noch längst nicht in Frauenhand. Die aktuellen Zahlen (2002) zur Geschlechterverteilung im Wissenschaftsbetrieb sprechen eine deutliche Sprache in Sachen Chancengleichheit. Der bedrohliche Überhang von Frauen unter den

Studierenden wird auf jeder nachfolgenden Hierarchiestufe weiter getilgt: Bundesweit stellen Frauen 32,1% der Promotionen, 15,7% nehmen die Hürde der Habilitation. Aber nur auf 11% der C3-Professuren und auf ganze 7% der C4-Professuren werden noch Frauen berufen. Auch fachbezogene Auszählungen (vgl. den Beitrag zur Mitgliederentwicklung in der DGPK) belegen, dass die Geschlechterhierarchie im universitären Bereich im Gegensatz zu Wirtschaft und Politik bis heute kaum verändert ist – auch wenn böse Zungen behaupten, dass die Universitäten so zu einem Schlusslicht in der deutschen Gesellschaft und im europäischen Vergleich werden.

Barrieren vor Karrieren

Wissenschaftlerinnen erleben nach wie vor – durch strukturell bedingte und individuelle Barrieren und Zäsuren bei Promotion, Habilitation und Professur – eine Stagnation ihrer Karriere. „Glass ceiling“-Effekte sind in der Medienwirkungsforschung ja nicht unbekannt, aber was sind die Ursachen dafür, dass Wissenschaftlerinnen an eine (unsichtbare) Decke stoßen?

- Liegt es an den gut funktionierenden Old-Boys-Networks sowie hermetischen Macht- und Zitierkartellen, die diese Ausschlüsse provozieren?
- Fehlen weibliche Vorbilder, die zum Durchhalten ermuntern?
- Oder scheitern Wissenschaftlerinnen an der alten und immer wieder neuen Frage der Vereinbarkeit von Mutterschaft und Beruf, weil im Berufsfeld unbegrenzte Arbeitsbelastung und extreme Mobilität gefordert werden?

Möglicherweise erfüllt sich aber auch nur die düstere, über 130 Jahre alte Prognose von Professor Jacobi, einem energischen Kämpfer gegen das Frauenstudium. Frauen, so der Ordinarius, könnten ihr universitären Ziele nur „auf Kosten ihrer leiblichen Gesundheit und seelischen Anmut erreichen. Sie gehen zu Grunde, und zwar ohne die Wissenschaft zu fördern.“ ♦

DE
BAT
TE

Gezielte Weitergabe von Erfahrung

Mentoring und Netzwerke für Wissenschaftlerinnen VON IRENE NEVERLA

Die Bedeutung von Mentoring und Netzwerken für Laufbahnen in hochqualifizierten Berufen wird mehr und mehr erkannt. Dies gilt generell für verschiedenste Professionsfelder wie Wissenschaft und Journalismus, Politik und Management. Und es gilt speziell für Frauen: In dem Maße, wie sich herausstellt, dass allgemeine, programmatische und förmliche Instrumente wie Frauenförderpläne und Frauenquoten nur begrenzt wirksam werden, richten sich die Erwartungen stärker auf Mittel der individuellen, auf die Person und ihr Berufsfeld zugeschnittenen Karriereförderung. Dem kommen Mentoring, Coaching und Netzwerkbildung entgegen. Dabei sollen die von Wissenschaftlerinnen oft vernachlässigten „weichen“ Kriterien der Berufslaufbahn transparenter werden. Das gesellschaftspolitische Ziel ist, im Zuge des Generationenwechsels an den Universitäten mehr Frauen in wissenschaftliche Führungspositionen zu bringen.

Solche Überlegungen liegen offenbar dem einmütigen Beschluss der DGPUK-Mitgliederversammlung 2003 in Hannover zu Grunde: Eine Beauftragte für Mentoring und Netzwerkbildung von Wissenschaftlerinnen wurde ernannt, um die Aktivitäten auf diesem Feld zu koordinieren. Die ersten Schritte sollen auf zwei Horizonte hin ausgerichtet sein. Einmal gilt es, Nachfrage und Bedarfslage auf Seiten der DGPUK-Wissenschaftlerinnen zu erkunden. Diesem Zweck soll ein Informationsfenster bei der nächsten

DGPuK-Jahrestagung vom 19. bis 21. Mai 2004 in Erfurt dienen. Zum anderen kann im Vorfeld der Jahrestagung schon einmal das Repertoire an möglichen Aktivitäten zusammengestellt werden, die von verschiedenen Institutionen wie Universitäten, Berufsverbänden, Wissenschaftsorganisationen, aber mittlerweile auch von privaten Anbietern für Coaching und Supervision entwickelt und zum Teil schon erprobt wurden.

Mentoring meint die gezielte und unterstützende Weitergabe von beruflichen Erfahrungen zwi-

schenden Personen, die sich auf demselben Berufsfeld bewegen. Üblicherweise handelt es sich bei der Mentorin oder dem Mentor um die ältere Person in gehobener beruflicher Position gegenüber den Mentees, die in der Regel jüngere Nachwuchskräfte

sind. Mentoring kann völlig auf eine Einzelperson zugeschnitten sein oder allgemeiner in Form von Mentoringkursen stattfinden. Es kann dabei sowohl um Perspektivisches gehen, wie Karriereplanungen und geeignete Bewerbungsstrategien, als auch um konkrete Empfehlungen, wie Kommunikationsstile bei Vorträgen oder in Vorstellungsgesprächen.

Mit *Netzwerkbildung* sind effektive Kleingruppengefüge gemeint mit dem Ziel des Austausches von Informationen, die für Karriereverläufe relevant sind. So können informell hochschulpolitische Hintergrundinformationen weitergegeben oder auch zügig Kandidatinnen für Vorträge, Stellenbesetzungen oder Gremien gefunden werden.

„Es gilt,
die Nachfrage
der DGPUK-
Wissenschaftlerinnen
zu erkunden“

**Prof. Dr.
Irene Neverla
ist Lehrstuhl-
inhaberin am
Institut für
Journalistik
der Univer-
sität Hamburg**

Dabei sind elektronische Hilfsmittel wie Mailinglisten oder Expertinnendateien hilfreich. Eine solche (fachübergreifende) Wissenschaftlerinnen-Datenbank, die formale Abschlüsse, Qualifikations- und Erfahrungsprofile sowie gewünschte Tätigkeitsfelder umfasst, hat etwa die Universität Bonn an ihrem „Kompetenzzentrum Frauen in Wissenschaft und Forschung“ eingerichtet (www.cews.uni-bonn.de und www.femconsult.de).

Viele Universitäten bieten bereits Mentoring-Programme für Frauen an. So hat die Universität Hamburg das „Women's Career Center“ eingerichtet (www.uni-hamburg.de/womenscc). Hier stehen den Absolventinnen aller Fachrichtungen Seminare offen, in denen es zum Beispiel darum geht, „sich stark (zu) bewerben“ oder sich wissenschaftlich zu qualifizieren: „Hallo Frau Doktor – auf dem Weg zur Promotion“. Literatur wie „Die Kunst des Klügelns. Erfolgsstrategien für Frauen“ wird hier ebenso empfohlen wie die Inanspruchnahme des „Expertinnen-Beratungsnetzes Hamburg“. In der regelmäßigen Vortragsreihe „Fishing for Careers“ berichten Personalleiterinnen aus Unternehmen über Personalauswahl und -entwicklung.

Ein wissenschaftsspezifisches Programm hat die Universität Zürich mit der „Mentoring- Werkstatt“ ins Leben gerufen. Hier haben sich rund

100 Doktorandinnen, Habilitandinnen und Privatdozentinnen in zehn Peer-Mentoring-Gruppen organisiert. Sie haben ein Budget für Workshops, Kongresse oder Informationsnetzwerke.

Auch Berufsverbände haben Mentoring-Programme entwickelt. Im Journalistinnen-Bund beispielsweise hat man gute Erfahrungen mit dem Konzept fester Mentoring-Paare gemacht. Mentorin und Mentee werden dabei nach Wohnortnähe, Interessen, Erwartungen und Tätigkeitsfeldern zusammengeführt. Und auch wissenschaftliche Vereinigungen und Verbände fördern die Netzwerkbildung von Wissenschaftlerinnen, mindestens auf internationaler Ebene. So bot die IAMCR (International Association for Mass Communication Research) bei der Jahrestagung 2002 in Barcelona ein 90-minütiges Programmmodul „Women in Communication Scholarship: Achievements and Aspirations“, dessen Bedeutung auch durch die Anwesenheit des designierten IAMCR-Präsidenten unterstrichen wurde. Anschließend trafen sich die Wissenschaftlerinnen beim „Women's Meeting“, wo ebenfalls ein Mentoring-Programm beschlossen wurde (www.coventry.ac.uk/ccmr/staff/Sarikakis.htm).

Wer daran mitwirken möchte, in der DGPUK Mentoring und Netzwerkbildung für Wissenschaftlerinnen voranzutreiben, kann sich bei der Mentoring-Beauftragten melden oder am Informationstreffen in Erfurt teilnehmen. ◆



Beauftragte der DGPUK für Mentoring:

Prof. Dr. Irene Neverla
Institut für
Journalistik und
Kommunikations-
wissenschaft
Universität Hamburg
Allende Platz 1
20146 Hamburg
irene.neverla@uni-hamburg.de

PD Dr. Jutta
Röser vertritt
die Professur
für Kommunikati-
onswissen-
schaft an
der Univer-
sität Lüneburg

Dr. Petra Wer-
ner (Köln) und
Uta Scheer
(Göttingen)
sind gegen-
wärtig die
Sprecherinnen
der Fachgrup-
pe Medien,
Öffentlichkeit
und
Geschlecht

Ein denkwürdiger Beschluss...

oder: http://www.dgpuk.de/fg_geschlecht/ VON JUTTA RÖSER/PETRA WERNER/UTA SCHEER

Fribourg 1992: Etwas überraschend fasst die DGPUK-Mitgliederversammlung einen weit in die Zukunft weisenden Beschluss. Sie nimmt sich vor, Wissenschaftlerinnen in die professionellen Aktivitäten adäquat einzubeziehen. Und sie erkennt die Frauen- und Geschlechterforschung als Teilbereich des Faches an, will ihren Befunden auf künftigen Tagungen Gehör verschaffen, sogar in Form eines Plenumsreferats. Noch ein Jahr zuvor in Bamberg hatte eine nahezu hundertprozentige Männerriege „Theorien öffentlicher Kommunikation“ unter sich verhandelt.

Was bewegte eine deutliche Mehrheit der Mitglieder vor elf Jahren zu einem solch weitsichtigen Beschluss? Einem Beschluss, um dessen Um-

setzung in jahrelangen, kleinen Schritten gerungen werden musste und immer noch gerungen werden muss? Vielleicht lag es an der Dynamik der Diskussion. Dort wurde gegen den Antrag der AG Frauenforschung das altbekannte Argument vorgebracht, dass es um Qualifikation und nicht um das Geschlecht ginge. Da meldete sich ein profiliertes Kollege und langjähriges Mitglied und widersprach: Es sei bei der Entscheidung über Vorträge und Positionen in der DGPUK immer um alles Mögliche gegangen, aber niemals um Qualifikation. Allgemeine Erheiterung erfassende den Saal in diesem Moment der Erkenntnis.

Vielleicht überzeugte auch die Ausstellung, die die AG Frauenforschung organisiert hatte. „Hat Unterhaltung ein Geschlecht?“ fragten die Orga-

nisatorinnen und zeigten die blinden Flecken im Tagungsprogramm auf. Denn obwohl viele Themen – etwa zur Regenbogenpresse, Sportberichterstattung oder zu Soap Operas – implizit Genderperspektiven enthielten und obwohl die Arbeitsgruppe im Vorfeld entsprechende Referate und Referentinnen vorgeschlagen hatte, wurden diese in den Vorträgen nicht berücksichtigt.

Dies änderte sich in den folgenden Jahren. Es war die Zeit erster Modernisierungsversuche in der DGPK. Trotz der Skepsis vieler Mitglieder wurde die Einrichtung dezentraler Arbeitsgruppen 1991/92 ins Auge gefasst. Und so stießen die Initiativen der AG Frauenforschung beim damaligen Vorstand – Wolfgang Hoffmann-Riem, Irene Neverla und Walter Hömberg – auch deshalb auf positive Resonanz, weil sie in die organisatorische Zukunft der DGPK verwiesen. Denn die heutige Fachgruppe „Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht“ begann schon 1990 als Arbeitsgruppe Frauenforschung, noch bevor sich institutionalisierte Formen der Fachgruppenarbeit in der DGPK etabliert hatten. Die späteren Sprecherinnen Elisabeth Klaus und Jutta Röser sowie Vorstandsmitglied Irene Neverla versammelten Wissenschaftlerinnen und – für die DGPK ein Novum – interessierte Studentinnen, die Kommunikation und Medien mit geschlechterbewusstem Blick unter die Lupe nehmen wollten.

Die Geschlechterforscherinnen setzten sich für die satzungsgemäße Verankerung von Arbeitsgruppen ein und entwickelten schon damals jene Aktivitäten, die heute die Arbeit aller Fachgruppen ausmachen: Rundbriefe, Wahl von KoordinatorInnen, eigene Workshops und Sammelbände, systematische Kooperationen.

Elf Jahre nach Fribourg

Heute ist die Fachgruppe Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht eine unter vielen, mit vergleichbaren Arbeitsweisen. Sie bietet einen stabilen Forschungszusammenhang und kann auf Fortschritte in der Akzeptanz verweisen. Nur auf den ersten Blick zählt sie mit ihren rund 35 Mitgliedern zu den kleineren Fachgruppen. Da in der deutschen Kommunikationswissenschaft Genderforschung bis heute nur von weiblichen Kollegen betrieben wird und Frauen nur ein gutes Viertel der DGPK-Mitglieder ausmachen, verfügt die Fachgruppe über eine deutlich kleinere Bezugsgruppe zur Mitgliedergewinnung. Kurz

gesagt: Die Mitgliederzahl ist mit vier zu multiplizieren, um einen adäquaten Vergleich zu anderen FG ziehen zu können. Hinzu kommt eine größere Zahl von nicht-organisierten Interessentinnen aus Wissenschaft und Medienpraxis.

Uneingelöst bleibt die Integration der Querschnittsperspektive Geschlecht in die verschiedenen Felder der Kommunikationswissenschaft, wie ein Blick in Lehrbücher veranschaulicht. Der geänderte Name der Fachgruppe soll diesen Anspruch deutlich machen: Geschlecht ist nicht als additives Forschungsfeld zu verstehen („Frauen und ...“), sondern wirkt als Strukturkategorie und als kulturelles Klassifikationssystem auf allen Feldern der Kommunikationswissenschaft. Problematisch ist ferner die nicht vorhandene Institutionalisierung in Form von entsprechend denominierten Stellen – innerhalb der deutschen Geistes- und Sozialwissenschaften ein inzwischen einzigartiges Defizit.

Geschlechtergerechtigkeit

Die Fachgruppe hat sich über lange Zeit nicht nur als Pool für Forschungsinteressen verstanden. Viele Kolleginnen, die auf anderen inhaltlichen Feldern arbeiten, haben sie auch im Sinne einer Interessenvertretung für Frauen in der DGPK genutzt. Eine große Rolle in der Fachgruppenarbeit spielte deshalb die Stärkung der Präsenz von Frauen in der Fachgesellschaft. Um die Aufgabe der Interessenvertretung nicht länger mit der inhaltlichen Arbeit der Fachgruppe verknüpfen zu müssen, wurde auf der Mitgliederversammlung der DGPK in Hannover Irene Neverla mit der Koordination eines informellen Netzwerks der DGPK-Frauen betraut. Ihr erstes Ziel ist ein Mentoring- und Coaching-Programm.

Der Beschluss von Fribourg ist übrigens noch immer gültig. ♦



Die Deutsche Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft setzt sich zum Ziel,

- die Gleichstellung von Frauen in den Kommunikations- und Medienwissenschaften zu fördern und den Anteil von Wissenschaftlerinnen an den professionellen Aktivitäten der DGPK in den kommenden Jahren deutlich zu erhöhen;
- dazu beizutragen, die Frauen- und Geschlechterforschung als einen Teilbereich der Kommunikationsforschung zu etablieren und ihre Ergebnisse einer breiten wissenschaftlichen Öffentlichkeit zugänglich zu machen.“

(Auszug aus dem Beschluss der Mitgliederversammlung der DGPK, Fribourg 1992)



Incomplete Knowledge

When I was looking for a supervisor for my Magisterarbeit during my studies in Germany, I asked this professor whether he would be willing to supervise my research into women and the media. Before I concluded my sentence, he made an exclamation „oh, no! not one of those [theses]!“ He sent me away to find another supervisor or a proper topic. I did both.

Five years later, I was co-convening the first-ever all-women plenary in the International Association of Mass Communication Researchers in Barcelona that sought to address the difficulties of ‚doing‘ women (and gender) in communications and to celebrate the advances that the study of women has brought to the subject field of knowledge. Because what we *know* is what matters. It is the knowledge we pass on to next generations that has the power to inform the world of science, our policies and cultures, our everyday lives. It is having the words to express one’s voice, the frameworks to explain systems of injustice, to imagine a better world, to achieve a more inclusive academia, to strive to do good science, to build critical minds and free bodies.

But knowledge is not gender neutral: it bears with it the power of the beholder. To realise how incomplete knowledge can be, is to identify the missing pieces of the story of truth. Communication studies investigate the stories told about the human condition. We examine the conditions under which these stories are made and told, and the impact they have. Feminist communication scholarship makes the subtext of gender dynamics visible, therefore enabling the acquisition and construction of emancipatory knowledge systems. The future of our discipline depends upon the tools we are using today to gain knowledge, so the question is whether we shall persist on the selective use of some and the dismissal of „those“ truths?

KATHARINE SARIKAKIS
(COVENTRY UNIVERSITY, GROSSBRITANNIEN)

Nicht als „enge wissenschaftliche Qualifikation“, sondern als breiter interdisziplinärer Ansatz treten die Gender Media Studies im englischsprachigen Raum auf. Kein Wunder, dass der „cultural turn“, der die Sozial- und Sprachwissenschaften in Deutschland (verspätet) erreicht, dort seinen Ausgang genommen hat. Die Geschlechterforschung bietet damit Gelegenheit, zentrale europäische und amerikanische Diskurse in die deutsche Kommunikationswissenschaft zu transportieren. **MARGRETH LÖNENBORG** hat vier Kolleginnen und einen Kollegen gebeten, zur Relevanz einer Geschlechterperspektive in der Kommunikationswissenschaft Stellung zu nehmen.



International Gender and Communication

A Framework for Media Studies

Gender theory is grounded in the insight that human beings construct their notions of the social world through the use of language. Language users are active participants in the naming process, in which gender is a basic structuring variable. Gender combines with and reinforces existing social criteria, and thus constructs not only the prevailing hierarchies of power, but also those of interpretation. The relevance of gender theory to communication and media studies can be summarized in three propositions, which have by now been tested in close to fifty years of international and comparative research:

1. Biological „sex“ is not identical with socially constructed „gender“. This theoretical distinction helps us to analyze questions of what it „means“ to be a female or a male in a particular time and place.

2. All human behavior involves interpretation, which is structured through the bi-polar lens of gender. Consequently, all communicative situations, because they involve meaning-making, are also implicitly gendered.

3. Human society is structured through power relations and these are in turn determined by gender, through notions of „appropriate“ attitudes and behaviors, as well as segregated work domains for females and males.

Together these propositions provide a framework for analyzing such media questions as journalistic practices and values in different countries; people’s differential decoding abilities of media programs; the role of public broadcasting in globalization and the „sensationalization“ of the news under increased competition.

GERTRUDE J. ROBINSON
(MCGILL UNIVERSITY, KANADA)

n s c h l u s s f ä h i g :

Studies ation Research

Exciting Project

I recently attended an interview for a senior academic appointment in a second-rate London university. I was asked to make a short presentation on a current research topic and I chose to talk about an exciting (to me at any rate) project I'm working on which looks at the relationship between the Northern Ireland Women's Coalition and the media. It's important because the way in which women's voices are allowed or disavowed is often in the gift of news journalists, most of whom are men.

The one and only question I was asked about the presentation was, „what's the point of your research?“ to which I replied, „the fact that you ask that question is what makes the work important!“ Needless to say, the all-male panel didn't offer me the job. The media's gate-keeping proclivities are often a microcosm of the wider social inequalities between women and men. Our task, as feminist media researchers is to keep asking the awkward questions: why are women mostly portrayed in news media as victims or eye candy? Why are most industry decision-makers men? Why do most women journalists work for magazines or freelance? Why do more men than women access the internet? The media industry, like any other, is irrevocably bound up with issues of commerce and better understanding the political economy of the media and women's role therein is crucial for the development of the feminist media project. The world turns and we must keep with the rhythm.

KAREN ROSS
(COVENTRY UNIVERSITY, GROSSBRITANNIEN)

As a feminist, I have always also been a post-structuralist. Gender, for me, is neither a given nor an inescapable reality. Rather, we choose to take up certain identities and not others – even if the margins may be narrow and the cost of such choices high. Especially in media and mass communication research, the materiality of gender difference in representation strategies seems inescapable. The overly slender, long-haired, long-legged and big-busted actresses and supermodels that populate screens, billboards and magazines to me however suggest especially that there is apparently a need for strong pressures on all of us as media audiences to assimilate and to aspire to undiluted and perfect womanhood.

From the perspective of audiences however, and especially from a cultural studies perspective that focuses on how audiences accord meaning to media texts in their everyday lives, it makes sense to also look at the weird combinations of choices and preferences that we have; and to the gender-challenging that is so much part of everyday survival. All those women who love to watch football; all the men who like to watch soaps – they tell us of both the pleasures and the burdens of the gender regimes we live and the obligation we therefore have to research questions of gender, femininity and masculinity.

JOKE HERMES
(UNIVERSITEIT VAN AMSTERDAM, NIEDERLANDE)

DE
BAT
TE

Kritische Forschung

Jahrhundertlang galten die Gleichungen „Frau“ = Romantik, Harmonie, Nest; „Mann“ = Gewalt, Konkurrenz, Nahrung. Diese Sphären bezogen sich auf die menschliche Evolution, auf Reproduktion (privat) und Überleben (öffentlich, männlich). Seit gut 50 Jahren werden die Karten neu gemischt. Frauen finden ihren Platz in der Außensphäre des Arbeitsplatzes und der Öffentlichkeit. Und was hat dies mit der Geschlechterforschung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft zu tun?

In Bezug auf die Neuverteilung der Rollen erleben wir eine nachhaltige gesellschaftliche Evolution. Kritische Begleitforschung tut dabei Not. Transformationsprozesse bedürfen der distanzierten Analyse durch über-

geordnete, die BeobachterInnen beobachtende Instanzen. So sollte die Produktion geschlechtlicher Identitäten und Lebensentwürfe in der Populärkultur nicht als naturhaft hingenommen, sondern als gesellschaftliche Konstruktion sichtbar werden. Ihr zugrunde liegt die Umverteilung von Selektions-, Artikulations- und Definitionsmacht. Die Kategorie Geschlecht als Strukturkategorie in der Kommunikationswissenschaft leistet einen wichtigen Beitrag zur Definition geschlechtlicher Rollen und Identitäten für Akteure in einer Gesellschaft, die sich in der Verfassung zu Gleichberechtigung bekennt.

LOUIS BOSSHART
(UNIVERSITÉ MISÉRICORDE
FRIBOURG, SCHWEIZ)

Nah am alltäglichen Leben

15 Fragen an Carsten Reinemann



Dr. Carsten Reinemann ist wissenschaftlicher Assistent am Institut für Publizistik der Johannes Gutenberg-Universität Mainz

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

Ja. Dass sie mir helfen würde, Journalist zu werden. Am liebsten in der Politikredaktion einer großen Zeitung oder eines Magazins.

2 **Haben sich diese Erwartungen erfüllt?**

Nein. Denn nach diversen praxisbezogenen Lehrveranstaltungen und Redaktionspraktika wurde meine Begeisterung für den Journalismus eher kleiner und das Interesse für die Wissenschaft immer größer. Das lag nicht zuletzt dran, dass ich als Hilfskraft an einigen spannenden Forschungsprojekten teilnehmen konnte.

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

Fasziniert hat mich immer, dass die Kommunikationswissenschaft sehr nah am alltäglichen Leben ist. Sie beschäftigt sich mit Fragen, deren Relevanz für viele Menschen unmittelbar einsichtig ist und die hohe Aktualität besitzen. Das ist zwar auch ein Problem, weil es in Deutschland 80 Millionen Medienexperten gibt und das Fach manchmal wie der Journalismus in der Gefahr ist, dem Zwang der Aktualität zu unterliegen. Dennoch: Die Lebensnähe macht das Fach spannend.

Fasziniert hat mich immer, dass die Kommunikationswissenschaft sehr nah am alltäglichen Leben ist. Sie beschäftigt sich mit Fragen, deren Relevanz für viele Menschen unmittelbar einsichtig ist und die hohe Aktualität besitzen. Das ist zwar auch ein Problem, weil es in Deutschland 80 Millionen Medienexperten gibt und das Fach manchmal wie der Journalismus in der Gefahr ist, dem Zwang der Aktualität zu unterliegen. Dennoch: Die Lebensnähe macht das Fach spannend.

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

Natürlich hat man für manche Themen mehr, für andere weniger Interesse. Deshalb weiß ich sehr das Privileg zu schätzen, dass sich ein Wissenschaftler vorwiegend mit Dingen beschäftigen kann, die ihm wirklich am Herzen liegen – abgesehen vielleicht von Verwaltungsaufgaben.

5 **Was empfinden Sie im langen Prozess Ihrer akademischen Qualifikation (Promotion,**

Habilitation, Berufungsverfahren) als lästig, überflüssig oder unzumutbar?

Als belastend empfinde ich manchmal, dass man sich nach der Promotion auf einen Weg einlässt, dessen Ausgang letztlich offen ist. Denn dass man als Habilitierter Mitte, Ende 30 auf dem außeruniversitären Stellenmarkt kaum noch vermittelbar ist, ist ja kein Geheimnis. Und obwohl die Situation in unserem Fach im Moment sicherlich besser ist als in anderen – Berufungsverfahren haben ja ihre ganz eigenen Gesetze.

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

Ja, aber die bleiben so lange ein Geheimnis, bis sie sich erfüllt haben.

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

Vielleicht drei Punkte für den Anfang: (1) Ich würde darauf achten, dass man sich beim Import von Modellen der Studienorganisation nicht nur die Rosinen eines Systems herauspicks, ohne Kontextfaktoren und Konsequenzen zu bedenken. (2) Ich würde bei meinen Kollegen in Bund und Ländern darauf insistieren, dass man sich bei Reformen nicht zu stark an den Gegebenheiten von Naturwissenschaften und Medizin orientiert (wie z. B. bei den Regelungen zur Verwendung der Anschubfinanzierungen für die Juniorprofessuren). (3) Ich würde darauf drängen, dass die Folgen der Einführung von BA/MA-Studiengängen für die Forschung jetzt diskutiert werden. Dies würde vielleicht zu der Erkenntnis führen, dass man bei einer vollständigen Umstellung auf BA/MA aufgrund des damit verbundenen Aufwands für Lehre und Verwaltung um eine Differenzierung in primär lehrende und primär forschende Lehrstühle und/oder Institute nicht herumkommt. In den USA ist das ja auch üblich. Allerdings würde dies die Einheit von Forschung und Lehre langfristig auflösen.

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

Was genau die „entscheidenden“ Themen sind, davon hat jeder Forscher glücklicherweise seine eigenen Vorstellungen. Alles in allem würde ich aber sagen, dass es um die soziale Relevanz unserer Themen recht gut bestellt ist: Die Auswirkungen des stärker gewordenen ökonomischen Drucks auf Arbeitsweisen und Qualität des Journalismus werden ebenso untersucht wie die Marketing-Maschinerie von „Big Brother“, die Rolle von Daily Talks im Alltag von Jugendlichen oder die Ursachen der Entertainisierung der Politik.

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

Natürlich gibt es in unserem Fach in den verschiedensten Bereichen sehr unterschiedliche Positionen, die die Kommunikation allein schon aufgrund der unterschiedlichen Verwendung von Begriffen (z. B. „Theorie“) nicht immer leicht machen. Ich denke da beispielsweise an die Differenzen zwischen „qualitativ“ und „quantitativ“ ausgerichteten, systemtheoretisch und akteurs-theoretisch argumentierenden oder „konstruktivistisch“ und „realistisch“ denkenden Forschern. Solange aber nicht dogmatisiert wird und andere Ansichten unfair abqualifiziert werden, können diese Unterschiede das Fach eher befruchten – sofern man sich gegenseitig zur Kenntnis nimmt. Allerdings sollte bei allen Differenzen die sozialwissenschaftliche Ausrichtung der Kern des Faches bleiben. Nur so kann es sich nach außen erfolgreich als eigene Disziplin profilieren.

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

Die Frage ist, was man unter „Nützlichkeit“ versteht. Was die Arbeitgeber in Journalismus, Public Relations, Werbung oder der Markt-, Media- und Meinungsforschung angeht, so hat das Fach als „Produzent“ geeigneter Absolventen heute sicher einen besseren Stand als vor 20 Jahren. Auch Unternehmen und Institutionen, die Beratung suchen oder medienbezogene Forschungsaufträge vergeben, wissen, dass sie bei uns entsprechende Kompetenzen finden. Ob allerdings die Grundlagenforschung und die kritische Reflektion von Entwicklungen z. B. im Journalismus, die meiner Ansicht nach eine ebenso zentrale Aufgabe des Faches sind wie die Ausbildung von Studierenden, ebenso wahr- und ernst genommen werden, wage

ich zu bezweifeln. Allerdings ist hier auch jeder Einzelne gefordert, sich öffentlichkeitswirksam Gehör zu verschaffen. Das kann nicht allein Sache der Fachgesellschaft sein.

11 Ist die Kommunikationswissenschaft eine kommunikative Wissenschaft?

Sie ist vermutlich nicht kommunikativer als andere Wissenschaften, denn Kommunikationswissenschaftler sind ja nicht notwendigerweise auch große Kommunikatoren. Defizite sind deshalb wohl eher normal.

12 Welchen Kongress wollten Sie immer schon einmal organisieren?

Eigentlich drängt es mich nicht nach der Organisation eines Kongresses. Angesichts der derzeitigen Krise im Medienbereich würde mich aber eine Tagung interessieren, bei der Verlage, Medienunternehmen und Wissenschaftler Konzepte diskutieren, wie man mit Investitionen in Qualität und redaktionelles Personal auch ökonomisch erfolgreich sein kann.

13 Und welches Buch werden Sie irgendwann einmal schreiben?

„Akteurstheoretische Ansätze in der Kommunikationswissenschaft“.

14 Welche Projekte beschäftigen Sie zurzeit?

Die Suche nach einem Habilitationsthema, die Nachwehen der Studie, die Marcus Maurer und ich zum zweiten TV-Duell gemacht haben, und ein Lehrbuch zum Thema „Medieninhalte“.

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?

Ja. Denn man entwickelt aufgrund der Allgegenwart unseres Forschungsgegenstandes „Massenmedien“ schon eine ganz spezielle „déformation professionnelle“. Da denkt man bei der Zeitungslektüre unwillkürlich an „Synchronisation“, überlegt sich bei Werbespots, wer die Zielgruppe einer Fernsehsendung ist, oder fängt an, Freunde und Verwandte verschiedenen Mediennutzungstypen zuzuordnen. Da hilft nur: Urlaub nehmen und alle Romane wieder weglegen, in denen sich einer der Protagonisten als Journalist erweist. ♦

Den „Fragebogen“ beantworten jüngere Wissenschaftler in der DGPUK



Man entwickelt schon eine spezielle ‚déformation professionnelle‘



Vorschau

Fachgruppe
Visuelle Kommunikation:
„War Visions: Bildkommunikation und Krieg“, 7.-8. November 2003, Hamburg

Fachgruppe
Medienökonomie:
„Globale Krise der Medienwirtschaft? – Ursachen, Dimensionen und Folgen“, 5.-6. Dezember 2003, Stuttgart

Fachgruppe
Kommunikationsgeschichte/
Bayerischer Rundfunk:
„Studien zur Rundfunkgeschichte nach 1945. Interdisziplinäre Ansätze und Forschungsperspektiven“, 16.-17. Januar 2004, München

Fachgruppe
Rezeptionsforschung:
„Rezeptionsstrategien und Rezeptionsmodalitäten: Formen der Nutzung, Aneignung

Methoden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft: Integrationsstreben

Sind die Zeiten vorbei, in denen quantitative und qualitative Forschung noch verfeindete Lager waren? Scheinbar, denn in jüngster Zeit bewegt sich die Scientific Community weg vom kategorischen Grabenkampf und zeigt versöhnliches Integrationsbestreben. So ist auch die Tagung der FG Methoden in Münster zu sehen.

Eine Tagung auf Schmusekurs also – konnte sie das einlösen? Zwar zeigen die Teilnehmerzahl sowie die vielen eingereichten Beiträge das hohe Interesse am Thema. Gleichwohl konnten die Beiträge insgesamt die im Call for Papers formulierten Erwartungen nicht erfüllen. Den Problemaufriss markierten zwei Keynotes, die das Zusammenspiel quantitativer und qualitativer Methoden erörterten – einmal aus Perspektive eines „qualitativ“ Forschenden (Friedrich Krotz) und entsprechend aus der Perspektive eines „quantitativ“ Forschenden (Uwe Hasebrink). Hier kamen zum einen die Grenzen, aber auch die Chancen im gegenseitigen Zusammenspiel der unterschiedlichen Verfahren zur Sprache.

Die Tagungsbeiträge lassen sich grob zu drei Themenkomplexen bündeln: (1) Einen eher wissenschaftstheoretischen Überblick über das Zusammenspiel qualitativer und quantitativer Verfahren sowie über Fragen des Theoriebezugs lieferten Bilandzic, Scherer/Baumann et al., Wenger und Matthes. (2) Anwendungsbeispiele für Methodenkombinationen sowie dabei entstehende Probleme wurden von Maurer/Reinemann, Hackenberg et al., Loosen, Michel, Jäger und Maier angesprochen. (3) Einen empirischen Blick auf qualitative und quantitative Forschungstätigkeit zeigten die Beiträge von Peiser und Möhring/Scherer.

Die relevante Frage, wann und wie Methoden tatsächlich integriert werden können, konnten leider auch die in den Vorträgen illustrierten Beispiele für Methodenkombinationen nicht immer zufriedenstellend klären. Die meisten Beiträge blieben abstrakt „integrationsprogrammatisch“. Fazit: Es besteht zu wenig Wissen über Methoden und Verfahren des jeweils „anderen Lagers“. Mangelndes Wissen führt zu Vorurteilen und

Akzeptanzproblemen. So zeigen sich Defizite und große Unterschiede in der Verwendung von Begrifflichkeiten. Damit geht einher, dass es Unsicherheiten darüber gibt, was letztlich eine echte Methodenkombination bzw. -integration ist. Wenn das Methodenspektrum im Fach verbreitert werden soll, braucht die Fachgruppe Mitglieder aus dem qualitativen Lager.

In der Methodenlehre ist ein weiterer Grund für die unterdurchschnittliche Wahrnehmung der qualitativen Forschung im Fach zu sehen. Die Methodenlehre ist bislang immer noch von quantitativen Verfahrensweisen dominiert. Viele Fachgruppenmitglieder sprechen sich dafür aus, dass qualitative Verfahren klarer in den Methodenkannon einbezogen werden.

Grundlegende Unterschiede traten im Hinblick auf das Theorie- und Wissenschaftsverständnis hervor, das auf beiden Seiten paradigmengelenkt ist. Um Positionen deutlicher herauszuarbeiten, wurde ein Tagungsthema angeregt, das sich mit den Verfahren und Methoden der Theoriebildung auseinander setzen soll.

Die entscheidende Frage bleibt, wo der Verständigungsbereich zwischen quantitativer und qualitativer Forschung liegt. Sinn haben Kooperationen erst, wenn sich alle Beteiligten über die Begrifflichkeiten und deren Verwendungskontext, über zentrale Gütekriterien sowie Forschungstechniken der jeweils anderen Forschungstradition informiert und positioniert haben. Viele der quantitativen Forscher haben im Zuge der Tagung ihr Defizit und ihre Holschuld im Hinblick auf das Know-how qualitativer Forschung erkannt.

Auch wenn die Aktivitäten bislang noch nicht wirklich integrativ waren, so ist doch von quantitativer Seite Offenheit gegeben. Letztlich nützt es nichts, auf eigene Standards zu pochen und die anderen zu trivialisieren. So steht die Meinung am Ende der Tagung auch gegen zwei getrennte Fachgruppen, denn wir lernen nichts voneinander, wenn wir weiterhin im eigenen Saft schmoren.

ANNETTE BRANDL

Zu wenig Wissen
über Methoden und
Verfahren des
„anderen Lagers“

PR und Organisationskommunikation:

Jagd auf die schwarze Katze

Rund 40 PR-Fachleute aus Theorie und Praxis versuchten im österreichischen Krems, eine schwarze Katze einzufangen. Anlass war die Tagung der Fachgruppe PR und Organisationskommunikation, die in den Räumen der gastgebenden Donau-Universität das zu Beginn der 90er Jahre aufgekommene, nach rund einem Jahrzehnt aber noch immer schwer greifbare, weil noch immer nicht ausreichend beleuchtete Thema der Integrierten Kommunikation diskutierte.

Ob und – wenn ja – auf welchem Weg eine Integration von Kommunikationsprozessen bzw. -leistungen erfolgen könnte und welche Strukturen und Voraussetzungen für eine erfolgreiche Umsetzung nötig sind – das war Gegenstand der Beiträge und Diskussionspunkte. Weitgehend Einigkeit herrschte unter den Teilnehmern der Fachgruppentagung über die grundsätzliche Notwendigkeit, Kommunikationsprozesse im Sinne der relevanten Teilöffentlichkeiten einer Organisation zu integrieren. Es wurden aber auch kritische Stimmen laut, die dieser (Königs-)Disziplin der Kommunikation vor dem Hintergrund der seit etlichen Jahren erlebten Realität in der Praxis kaum echte Chancen einräumten.

Andererseits wurde auch deutlich, dass die Marketinglehre von der langjährigen Diskussion um die Integrierte Kommunikation sehr profitiert hat. (Also wirkt sie doch?) Als Ursprung dieser Diskussion hat sie inzwischen einen Perspektivenwechsel erlebt, der sie nachhaltig in das Feld der Kommunikationsdisziplinen gerückt und ihr eine (vorläufige?) Führungsrolle bei der Definition der Integrierten Kommunikation verschafft hat.

Im weiteren Verlauf der Tagung rangen die Teilnehmer um eine Einordnung des Begriffs „Integrierte Kommunikation“. Definiert er sich tatsächlich durch die Brille und die Vorgaben des Marketings (eine klare Machtfrage)? Definiert er sich – womöglich als Folge dieser Sichtweise – durch eine Abstimmung der einzelnen Disziplinen der Unternehmenskommunikation, bezogen

auf Kommunikationsinhalt und koordinierte Maßnahmen mit geeignetem Instrumenten-Mix? Oder handelt es sich ganz einfach um eine Frage der grundsätzlichen Kommunikationsqualität?

Aus dem Blickwinkel der Praxis erging der Appell, im Hinblick auf eine möglichst widerspruchsfreie Kommunikation die Perspektive von der Absenderorientierung („inside-out“) zu wechseln hin zur konsequenten Ausrichtung auf die Anforderungen der Anspruchsgruppen („outside-in“). Dabei gehe es nicht um das strikte Vereinheitlichen von Prozessen und Strukturen, sondern vielmehr um das strategisch angelegte Management von Vielfalt durch Vernetzung. Und damit war die Katze aus dem Sack.

Es folgte eine Reihe von Beiträgen, die – sei es als Studien, sei es als angewandte Fallbeispiele aus der Praxis – einen entscheidenden Anstoß für die weitere Diskussion um die Voraussetzungen für wirksame Integration beleuchteten: Ein Erfolg versprechender Ansatz ist die Messbarkeit von Kommuni-

kationsleistungen, d. h. die Betrachtung der Disziplinen unter einem ökonomischen Aspekt. Die Balanced Scorecard wurde als ein möglicher Weg vorgestellt. Dennoch blieben noch viele Fragen im Hinblick auf eine Standardisierung unbeantwortet, die für die breite Anwendung in der Praxis notwendig erscheint.

Als Fazit der Tagung kann man festhalten, dass es – wie man erwarten musste – zunächst beim Versuch geblieben ist, der schwarzen Katze endgültig Herr zu werden.

Aber immerhin gelang es bis zu einem gewissen Grade, sie zu vermessen und zu strukturieren. Und es wurden Perspektiven aufgezeigt, wie man ihr beikommen kann, nämlich auf dem Weg der Wertschöpfungsorientierung bzw. der Wirkungskontrolle.

Somit konnten sich die Jäger der schwarzen Katze am Ende der Tagung recht zufrieden in der spätsommerlich schönen Wachau ihrem Kaiserschmarrn zuwenden.

ULRIKE BUCHHOLZ

Viele Fragen
im Hinblick auf
Standardisierung
bleiben offen

und Verarbeitung von Medienangeboten“, 23.-24. Januar 2004, Salzburg

Fachgruppe Kommunikation und Politik/AK Politik und Kommunikation: „Krieg als mediatisiertes Ereignis“, 13.-14. Februar 2004, Hamburg

Fachgruppe Kommunikations- und Medienethik/ Netzwerk Medienethik: „Medien und globale Konflikte. Wie werden globale Konflikte in den Medien behandelt?“, 19.-20. Februar 2004, München

Fachgruppe Computervermittelte Kommunikation: „Computervermittelte Kommunikation. Aktuelle Problemfelder und Studien“, 27.-28. Februar 2004, Dortmund

Berichte in den nächsten Ausgaben

In der Aviso-
„Kolumne“
kommen Ver-
treter der
Medienpraxis,
Medienwirt-
schaft und
Medienpolitik
zu Wort

**Astrid Frohloff
moderiert die
Sat.1-Nachricht-
tensendung
„18:30“ .
Zuvor arbeite-
te sie fünf
Jahre lang als
Fernsehkor-
respondentin
im Nahen
Osten**

Im Krieg gilt das Prinzip des Zweifels

Astrid Frohloff ermuntert Journalisten, Unsicherheit zu bekennen

Nie zuvor gab es einen Krieg, über den mit mehr Aufwand berichtet wurde. Während des Irakfeldzuges der Amerikaner und Briten wurde erstmals ein Krieg live übertragen. Millionen Menschen weltweit waren als Fernsehschauer dabei, in Real Time und 24 Stunden am Tag. „Tank cams“, die auf Panzer montiert wurden, lieferten spektakuläre, nie gesehene Aufnahmen. Eine wochenlange Flut an Bildern, Informationen und Spekulationen.

Erstmals gestatteten Amerikaner und Briten, dass Journalisten an der Seite der Truppen mit in den Krieg ziehen konnten. Rund 500 ausgewählte „embedded journalists“ durften direkt von der Front berichten, wenn auch mit erheblichen Einschränkungen. Das hatte Vor- und Nachteile für die Berichterstattung: Jedem mitreisenden Journalisten musste klar sein, dass die Nähe zur Truppe bindet – auch emotional. Manche eingebetteten Journalisten teilten mit den Soldaten nicht nur das Zelt in der Wüste, sondern auch die Sicht der Dinge.

Andererseits boten die Berichte von der Front die Möglichkeit, das Kriegsgeschehen mit eigenen Augen zu beobachten – anders als im Golfkrieg 1991, wo US-Presseoffiziere einem Häufchen ausgewählter amerikanischer Journalisten lediglich „Führungen“ ins Kriegsgebiet anboten. So kam es, dass damals so gut wie keine Bilder vom Krieg existierten. Keine Bilder hieß aber auch, keine oder wenig öffentliche Empörung über den Krieg.

Im jüngsten Irakkrieg erwies sich als Segen für die Berichterstattung, dass die mächtigen amerikanischen Networks, die die öffentliche Meinung wesentlich beeinflussten, erstmals Konkurrenz durch hochprofessionelle arabische Fernsehsender bekamen. Al Dschasira und El Arabiya trugen zu einer ausgewogeneren Sicht der Dinge bei. Nun gab es auch Bilder, die zivile Opfer zeigten, darunter Kinder oder verschüchterte US-Gefangene. Trotzdem blieb es für uns Journalisten eine gewaltige Herausforderung, in diesem Krieg zwischen Wahrheit und Fälschung zu unterscheiden. Denn immer,

wenn die Kriegstrommeln schlagen, haben die Propaganda-Abteilungen ihre große Stunde. Insbesondere in den Nachrichtenredaktionen war deshalb größte Skepsis gegenüber allen Informationen und Bildern, die herumschwirrten, angesagt. Wie aber können sich Redaktionen gegen Propaganda wappnen?

Einige Kritik wurde laut an der Bilderflut und dem Ausmaß der Kriegsberichterstattung. Trotzdem war es aus Fernsehmachersicht gerade die Quantität der Informationen und Bilder, die es Redaktionen möglich machte, den Krieg von verschiedenen Seiten zu beleuchten. Wie in einem Puzzle wurden die unterschiedlichsten Meldungen, Korrespondentenberichte, Interviews und Bilder gesammelt, verglichen, aussortiert und eingeordnet. Je mehr Informationsquellen es gab, je mehr Bildmaterial zur Verfügung stand, umso vielschichtiger und differenzierter wurde das Gesamtbild.

Dennoch: Es blieb schwierig, das Gesammelte zu überprüfen. Was war inszeniert, was echt? Welche Nachricht lanciert, welche wirklich wahr? Zwar hatten die deutschen Fernsehsender dutzende Reporter ins Kriegsgebiet geschickt, doch unter dem Saddam-Regime wurde jeder Journalist überwacht, jede Aufnahme, jedes Interview zensiert. Auch Korrespondenten in Kuwait, in den Kurdengebieten, Katar oder Jordanien mussten sich oft auf Spekulationen stützen.

Wie kann unter solchen Umständen eine glaubwürdige Berichterstattung gewährleistet werden? Die Möglichkeiten sind begrenzt: In Kriegszeiten können Journalisten ihre Unabhängigkeit nur bewahren, wenn sie all die Widersprüche und Unsicherheiten bei der Informations- und Bildbeschaffung zur Schau stellen. Dazu gehört auch, Zweifel zu benennen und Informationsquellen offenzulegen. Die Berichterstattung einzuschränken, wie mitunter gefordert wird, kann nicht die Alternative sein. Schließlich ist gerade in Kriegszeiten das Informationsbedürfnis größer denn je. ♦



Astrid Frohloff

Modellprojekt mit Vernissage

Ein gängiger Vorwurf, dem die Universitäten heute zu begegnen haben, ist ihre angebliche oder tatsächliche Praxisferne. Primär richtet sich der Blick der Kommunikationswissenschaft dabei auf die Medienpraxis und sonstige Öffentlichkeitsberufe. Dass dafür aber auch noch andere „Umwelten“ in Frage kommen, hat ein Projekt erwiesen, das im Institut für Publizistik der Universität Mainz in Zusammenarbeit mit dem Frankfurter Museum für Kommunikation (früher Postmuseum) durchgeführt wurde. Wie man leicht per Internet feststellen kann, gibt es solche Kommunikationsmuseen heute in vielen Ländern der Welt. Eine virtuelle Tour stand daher am Anfang des Projekts.

In einem zweisemestrigen Hauptseminar sollten die Studierenden das Konzept für eine Ausstellung erarbeiten und diese dann auch realisieren. Vorgegeben war zunächst nur ein abstraktes Thema: Die Entfesselung der Kommunikation von Raum und Zeit. Es wurde in eine Reihe von Teilthemen zerlegt und im Wintersemester wissenschaftlich erschlossen: Beginnend bei der vorindustriellen Nachrichtenübermittlung, über die Erfindungen von Telegrafie, Funk und Satelliten, die Aktualitätsverdichtung und Ausbreitung von Nachrichtenagenturen bis hin zur Liveberichterstattung, zu Globalisierung und Internet. Auch die Hinzuziehung von Utopien und kulturkritischen Reaktionen lag bei dem Thema nahe. Angesichts des weiten Bogens konnte es nicht auf enzyklopädische Vollständigkeit ankommen. Aber exemplarisch sollte eine „geraffte Zeitreise“ durchgeführt werden.

Im Sommersemester ging es darum, das Ausstellungskonzept umzusetzen. Als „Fundgrube“ diente in erster Linie das sehr reichhaltige Depot des Museums für Kommunikation. Es gesehen zu haben ist für sich schon imposant. Doch wurden darüber hinaus Teile der Ausstellung auch eigenständig organisiert. Mit einem Fragebogen wurden Prominente – von Edmund Stoiber bis Tony Marshall – um Auskunft gebeten, wo sie gerade waren, als sie von den Terroranschlägen auf das World Trade Center am 11. September 2001 erfuhren. Im Kollektiv haben wir auch nach dem endgültigen Titel der Ausstellung gesucht: „Vom

Boten zum Bit“ – das fand (vielleicht schon aufgrund des Stabreims) den meisten Anklang.

Gehörten die Studierenden zunächst jeweils einer inhaltlichen Arbeitsgruppe an, so mussten sie sich jetzt auch für die Mitarbeit in einer Vorbereitungsgruppe entscheiden. Diese Gruppen befassten sich – immer im Zusammenwirken mit den Experten des Museums – mit Exponatbeschaffung und -beschriftung, mit Grafik (Plakat, Flyer), Öffentlich-

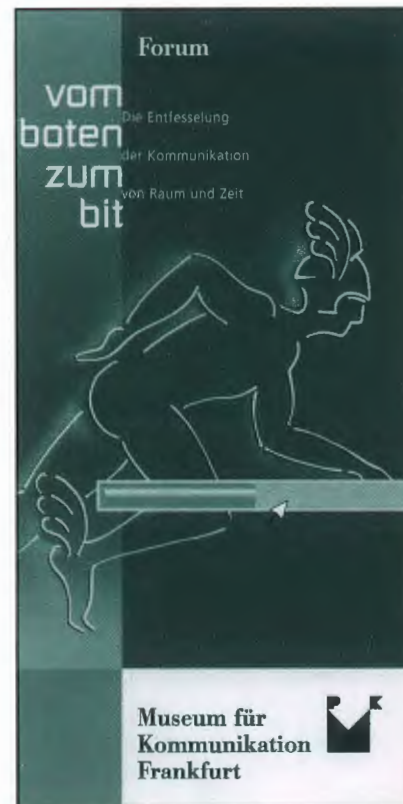
keitsarbeit für die Ausstellung und Ausstellungsaufbau. Sie hatten für die Eröffnungsveranstaltung, das Begleitprogramm und die Museumspädagogik (Führungen) zu sorgen. Wie es sich für eine sozialwissenschaftliche Disziplin gehört, wurde auch eine Evaluierung durch Befragung der Ausstellungsbesucher geplant. Am 1. Juli 2003 war es dann so weit: Mit einer richtigen Vernissage, bei der die Studierenden ihr Projekt auch selbst vorstellten, öffneten sich die Türen für die Öffentlichkeit.

Bei dem Modellprojekt waren die Studierenden – zumal in seiner Schlussphase – mit großem Engagement dabei. Es würde kein „normales“ Seminar sein, das wussten sie. Die notwendige Koordination war bei 40 Teilnehmer(innen) erheblich und hätte ohne das Internet kaum funktioniert. Wohl gab es „Durststrecken“, aber zum Schluss etwas Präsentables erarbeitet zu haben hat alle begeistert. Und die Praxiserfahrung unterwegs war nicht gering. Das Projekt sollte auch insofern „realistisch“ sein, als zumindest für eine Teilfinanzierung Sponsoren gesucht wurden. Zum Glück hatten wir auch damit Erfolg.

Publizistik-Studierende sind schon qua Studienfach dafür sensibilisiert, dass nichts wirklich ist, was nicht in den Medien ist. Deshalb interessierten sie sich selbstverständlich für die Medienresonanz auf ihre Ausstellung. Immerhin hat sie es am Eröffnungstag bis ins Mittagmagazin der ARD „geschafft“. Niemand wird es wundern, wenn auch danach der Lohn der Arbeit bemessen wurde.

JÜRGEN WILKE

Mainzer Studenten sammeln Praxiserfahrung im Museum



Beuthner, Michael/Buttler, Joachim/Fröhlich, Sandra/Neverla, Irene/Weichert, Stephan A. (Hrsg.): Bilder des Terrors – Terror der Bilder? Krisenberichterstattung am und nach dem 11. September. Köln: Halem, 2003, 377 Seiten.

Czygan, Marco: Wettbewerb im Hörfunk in Deutschland. Eine industrieökonomische Analyse. Baden-Baden: Nomos-Verlag, 2003, 199 Seiten.

Donges, Patrick/Puppis, Manuel (Hrsg.): Die Zukunft des öffentlichen Rundfunks. Internationale Beiträge aus Wissenschaft und Praxis. Köln: Halem, 2003, 336 Seiten.

Engels, Kerstin: Kommunikationsarbeit in Online-Medien. Zur beruflichen Entwicklung kommunikativer Erwerbstätigkeiten. Eine explorative Studie aus institutionentheoretischer Perspektive. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2003, 329 Seiten.

Fischer, Heinz-D./Fischer, Erika J.: Complete Historical Handbook of the Pulitzer Prize System 1917-2000. Decision-Making Processes in all Award Categories based on unpublished Sources. München: K. G. Saur, 2003, 470 Seiten.

Frey, Gerlinde/Steinmetz, Rüdiger (Hrsg.): Rundfunk in Ostdeutschland. Erinnerungen – Analysen – Meinungen. Konstanz: UVK, 2003, 230 Seiten.

Friedrichsen, Mike/Göttlich, Udo (Hrsg.): Diversifikation in der Unterhaltungsproduktion. Köln: Halem, 2003.

Groebel, Jo: Die Globalstudie zur Mediengewalt. Eine international vergleichende Untersuchung von UNESCO und LfR (Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen). Leverkusen: Leske + Budrich, 2003, 160 Seiten.

Hack, Günter: Synchronisierte Verbundformate. Taktgeber Internet: verteilte Medienprodukte am Beispiel „Big Brother“. München: Fischer, 2003, 352 Seiten.

Hagen, Lutz (Hrsg.): Europäische Union und mediale Öffentlichkeit. Theoretische Perspektiven und Befunde zur Rolle der Medien im europäischen Einigungsprozess. Köln: Halem, 2003.

Haller, Michael (Hrsg.): Das freie Wort und seine Feinde. Zur Pressefreiheit in den Zeiten der Globalisierung. Konstanz: UVK, 2003, 220 Seiten.

Hitzler, Ronald/Reichertz, Jo (Hrsg.): Irritierte Ordnung. Die gesellschaftliche Verarbeitung von Terror. Konstanz: UVK, 2003, 350 Seiten.

Klingler, Walter/Roters, Gunnar/Gerhards, Maria (Hrsg.): Humor in den Medien. Baden-Baden: Nomos, 141 Seiten.

Knieper, Thomas/Müller, Marion G. (Hrsg.):

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

Bücher

von DGPUK-Mitgliedern

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

Authentizität und Inszenierung von Bilderwelten. Köln: Halem, 2003, 216 Seiten.

Kopper, Gerd G./Mancini, Paolo (Hrsg.): Kulturen des Journalismus und politische Systeme. Probleme internationaler Vergleichbarkeit des Journalismus in Europa – verbunden mit Fallstudien zu Großbritannien, Frankreich, Italien und Deutschland. Berlin: Vistas-Verlag, 2003, 146 Seiten.

Kops, Manfred (Hrsg.): Öffentlich-rechtlicher Rundfunk in gesellschaftlicher Verantwortung. Anspruch und Wirklichkeit. Münster: Lit Verlag, 2003, 152 Seiten.

Kruse, Jörn (Hrsg.): MultiMedia Mobil. Dienste und Inhalte über mobile Plattformen. München: Fischer, 2003, 211 Seiten.

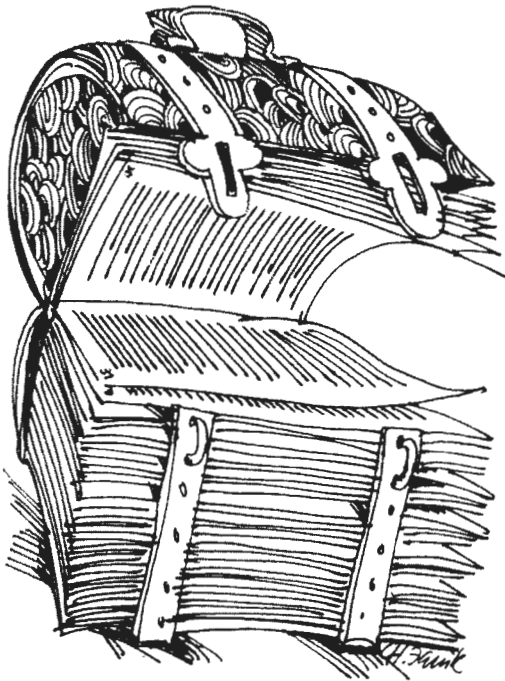
Machill, Marcel/Welp, Carsten (Hrsg.): Wegweiser im Netz. Qualität und Nutzung von Suchmaschinen. Gütersloh: Bertelsmann Stiftung, 2003, 350 Seiten.

Mast, Claudia: Unternehmenskommunikation. Ein Leitfaden. Stuttgart: Lucius & Lucius, 2002, 451 Seiten.

Mettler-v. Meibom, Barbara (Hrsg.): Macht und Moral – Acht Porträts. Münster: Lit Verlag, 2003, 168 Seiten.

Mikos, Lothar: Film- und Fernsehanalyse. Konstanz: UVK/UTB, 2003, 362 Seiten.

Müller, Marion G.: Grundlagen der visuellen Kommunikation. Theorieansätze und Analyseme-



thoden. Konstanz: UVK/UTB, 2003, 300 Seiten.

Oehmichen, Ekkehardt/Ridder, Christa-Maria (Hrsg.): Die MedienNutzerTypologie. Ein neuer Ansatz der Publikumsanalyse. Baden-Baden: Nomos, 320 Seiten.

Pätzold, Ulrich/Röper, Horst/Volpers, Helmut: Medienstrukturen auf lokaler Ebene (Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen). Leverkusen: Leske + Budrich, 2003, 300 Seiten.

Pietraß, Manuela: Bild und Wirklichkeit. Zur Unterscheidung von Realität und Fiktion bei der Medienrezeption. Leverkusen: Leske + Budrich, 2003, 256 Seiten.

Pirner, Manfred L./Rath, Matthias (Hrsg.): Homo medialis. Perspektiven und Probleme einer Anthropologie der Medien. München: kopaed, 2003, 222 Seiten.

Pürer, Heinz: Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Handbuch. Konstanz: UVK/UTB, 2003, 598 Seiten.

Rinsdorf, Lars/Weber, Bernd/Wellmann, Falk/Werner, Petra (Hrsg.): Journalismus mit

Bodenhaftung. Annäherungen an das Publikum. Münster: Lit Verlag, 2003, 336 Seiten.

Roessing, Thomas: Politik und Kommunikation. Interdisziplinär betrachtet. Leverkusen: Leske + Budrich, 2003, 160 Seiten.

Röttger, Ulrike/Hoffmann, Jochen/Jarren, Otfried: Public Relations in der Schweiz. Eine empirische Studie zum Berufsfeld Öffentlichkeitsarbeit. Konstanz: UVK, 2003, 345 Seiten.

Ruß-Mohl, Stephan: Journalismus. Das Lehr- und Handbuch. Frankfurt: F.A.Z.-Institut für Management-, Markt- und Medieninformationen, 2003.

Scheufele, Bertram: Frames – Framing – Framing-Effekte. Theoretische und methodische Grundlegung des Framing-Ansatzes sowie empirische Befunde zur Nachrichtenproduktion. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2003, 248 Seiten.

Schicha, Christian: Die Theatralität der politischen Kommunikation. Medieninszenierungen am Beispiel des Bundestagswahlkampfes 2002. Münster: Lit Verlag, 2003, 136 Seiten.

Scholl, Armin: Die Befragung. Sozialwissenschaftliche Methode und kommunikationswissenschaftliche Anwendung. Konstanz: UVK/UTB, 2003, 384 Seiten.

Sösemann, Bernd (Hrsg.): Öffentliche Kommunikation in Brandenburg Preußen. Eine Spezialbibliographie. Stuttgart: Steiner, 2002.

Spieß, Karl-Heinz (Hrsg.): Medien der Kommunikation im Mittelalter. Stuttgart: Steiner, 2003.

Tonnemacher, Jan: Kommunikationspolitik in Deutschland. Eine Einführung. 2., überarbeitete Auflage. Konstanz: UVK/UTB, 2003, 384 Seiten.

Volpers, Helmut/Salwiczek, Christian/Schnier, Detlef: Hörfunklandschaft Niedersachsen 2001. Eine vergleichende Analyse der öffentlich-rechtlichen und privaten Radiosender. Berlin: Vistas-Verlag, 2003, 268 Seiten.

Weber, Stefan (Hrsg.): Theorien der Medien. Von der Kulturkritik bis zum Konstruktivismus. Konstanz: UVK/UTB, 2003, 360 Seiten.

Wienand, Edith: Public Relations als Beruf. Kritische Analyse eines aufstrebenden Kommunikationsberufes. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2003, 424 Seiten.

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

Der Schweizerische Wissenschafts- und Technologierat hat **Prof. Dr. Klaus Schönbach** (Amsterdam) zum Vorsitzenden eines Expertengremiums gemacht, das die gesamte Kommunikationswissenschaft in der Schweiz evaluieren soll.

„100 Jahre Medienforschung an der Universität Zürich“ feiert das **Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung (IPMZ)**.

Während der Tagung „Beiträge der Publizistikwissenschaft zur Analyse und Gestaltung öffentlicher Kommunikation“ (7.-8. November) werden verschiedene Forscher den Blick auf Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft des Faches richten. Infos: www.ipmz.unizh.ch/100jahre

PD Dr. Jutta Röser, zuvor Vertretungsprofessorin für Kommunikationswissenschaft an der Universität Lüneburg, hat im Sommersemester 2003 eine Gastprofessur am Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich wahrgenommen. Im Wintersemester ist **Prof. Dr. Rudi Renger** von

der Universität Salzburg Gastprofessor am IPMZ.

Prof. Dr. Insa Sjurts hat zum 1. Oktober 2003 die wissenschaftliche Leitung der „Hamburg Media School“ übernommen. Von ihrer Tätigkeit als Professorin an der Universität Flensburg wurde sie für zwei Jahre beurlaubt.

Dr. Ulrike Röttger hat einen Ruf als Professorin für Public Relations (C3-Stiftungsprofessur) an die Westfälische Wilhelms-Universität Münster erhalten und angenommen.

Dr. Gregor Daschmann ist seit Beginn des Wintersemesters C3-Professor für Medienwissenschaft/Kommunikationswissenschaft am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der Hochschule für Musik und Theater Hannover. Er war zuvor wissenschaftlicher Assistent in Mainz.

Erste Daten aus dem Projekt **European Social Survey (ESS)** sind verfügbar. Unter <http://ess.nsd.uib.no> finden Interessierte Informationen aus 15 Ländern. Nutzer der Homepage können einfache statistische Analysen online durchführen oder sich die gewünschten Daten herunterladen. Sie stehen in verschiedenen Formaten (SPSS, SAS, STATA, DBASE) zur Verfügung.

Nachrichten & Personalien

Romy Fröhlich,
Wolfgang
Donsbach und
Gerhard Vowe
berichten über
Themen und
Projekte des
Vorstandes
der Deutschen
Gesellschaft
für Publizistik-
und Kommunika-
tionswissenschaft

DGPuK goes international

Die DGPuK und ihr Vorstand haben sich ja schon seit längerem auf ihre Fahne geschrieben, der Gesellschaft und ihren Mitgliedern ein noch größeres Gewicht auch auf internationaler Bühne zu geben. In diesem Zusammenhang ist wohl die wichtigste Nachricht, dass die deutsche Publizistik- und Kommunikationswissenschaft Gastgeber der Jahreskonferenz 2006 der International Communication Association wird. Das hat das Executive Committee der ICA gerade entschieden. Allerdings wird es nicht der Wunschort Berlin, mit dem die „Task Force“ der DGPuK ins Rennen ging, sondern die sächsische Landeshauptstadt Dresden. Den Ausschlag für die Entscheidung gaben die Hotel- und Konferenzbedingungen. Nachdem andere europäische Optionen mit Lissabon, London und Neapel früh ausgeschieden waren, spitzte sich die Entscheidung auf Berlin und Prag zu. Die Tschechische Republik hat zwar noch keine bedeutende Fachgesell-

schaft in Kommunikationswissenschaft vorzuweisen, die Hilton-Hotelkette machte aber ein für das ICA-Headquarter überaus attraktives finanzielles Angebot.

Im direkten Vergleich mit Prag geriet Berlin ins Hintertreffen, weil jede der präsentierten Optionen nach Eindruck von ICA-Direktor Michael Haley ein zu hohes finanzielles Risiko barg. Entweder waren die Hotelzimmer oder die Mieten für die Konferenzräume zu teuer, oder die Lage einfach unattraktiv, so dass man eine geringere Teilnahme befürchtete. Die ICA kämpft ohnehin regelmäßig mit finanziellen Risiken der Konferenzen außerhalb Nord- und Mittelamerikas. Erstens geht die Gesellschaft mit den jeweiligen Hotels Verträge über Mindestbuchungen ein, erfahrungsgemäß kommen aber weniger Teilnehmer zu den Konferenzen in Europa oder Asien. Zweitens gilt für das amerikanische Hotel-Business, dass bei bestimmten Mindestabnahmen von

Übernachtungen die Gebühren für Konferenzräume stark reduziert oder sogar ganz erlassen werden. Das Interconti in Berlin jedoch wollte alleine für die Konferenzräume an fünf Tagen über 65.000 Euro haben.

Als alles auf Prag hinauszulaufen schien und eine Entscheidungsvorlage für das Executive Committee anstand, habe ich Dresden als deutsche Alternative ins Spiel gebracht. Michael Haley besuchte zur abschließenden Entscheidungsfindung im Juli dieses Jahres noch einmal alle drei deutschen Alternativen (einschließlich München) und Prag. Bei Abwägung aller Kriterien kam Dresden als beste Option heraus. Ein neues Konferenzzentrum, das derzeit an der Elbe entsteht und den gesamten Platzbedarf einer ICA-Konferenz abdeckt, sowie Hotels verschiedener Preiskategorien im Umfeld gaben den Ausschlag. Dabei spielte im Vergleich mit Prag auch eine Rolle, dass man den deutschen Gastgebern eher zutraute, ein erfolgreiches Fundraising auf die Beine zu stellen, um Mieten für die Konferenzräume und andere Kosten abzufangen.

Die Berliner Kollegen Erbring und Weiß in der „Task Force 2006“ (weitere Mitglieder: Patrick Rössler, Helmut Scherer und der Autor) waren über die Entscheidung erwartungsgemäß nicht besonders erfreut. Dresden hat Berlin aber die Konferenz keineswegs weggeschnappt. Auf den ersten Blick mag zwar eine Kausalität zwischen der Mitgliedschaft des Verfassers dieser Zeilen im ICA-Vorstand, seinem Arbeitsplatz Dresden und der getroffenen Entscheidung nahe liegen, doch ist dies ein klassischer Fall von Scheinkorrelation. Ich selbst habe mich von Beginn an für Berlin stark gemacht im Vorstand der ICA, in der Task Force 2006 mitgearbeitet und erst, nachdem Berlin chancenlos wurde, die Dresdner Karte gezogen. Es ging um Prag oder eine deutsche Stadt als Konferenzort 2006 – und nichts anderes. Im Übrigen sehnen sich die Dresdner nach der Organisation der DGPK-Konferenz 2002 und der ICA-Konferenz 2004 in New Orleans (deren Organisation gehört zu den ersten Aufgaben des „president-elect“) bestimmt nicht nach einer weiteren Aufgabe dieser Art.

Mit der Entscheidung für Deutschland honoriert die ICA auch die Aktivität unserer Mitglieder in der Gesellschaft. Wir Deutschen waren neben den Amerikanern gemeinsam mit den Briten und zuletzt vor allem den Niederländern schon länger in der ICA die bedeutendste natio-

nale Gruppe. Immerhin sind nach der Mitgliederbefragung 20 Prozent unserer DGPK-Kollegen gleichzeitig auch Mitglied in der ICA, weitere 9 Prozent in der IAMCR. Zudem haben gerade in den letzten Jahren viele junge Wissenschaftler Angebote aus den USA angenommen oder sind aus eigenen Stücken dorthin gegangen. Fast alle haben sich dort sehr gut behauptet. Wenn man mit Amerikanern über Forschung außerhalb der USA spricht, kennen sie am ehesten deutsche Wissenschaftler und deutsche Forschung. Auch die Präsenz deutscher Kommunikationswissenschaftler in internationalen Fachzeitschriften ist extrem angestiegen.

Trotzdem gibt es Nachholbedarf. Die Bemühungen zur Internationalisierung laufen daher auch auf anderen Kanälen. Unsere Vorsitzende Romy Fröhlich trifft sich Ende des Jahres mit dem Präsidium der französischen Fachgesellschaft – der Société Française des Sciences pour Information et Communication – um über Kooperationsmöglichkeiten zwischen beiden Gesellschaften zu sprechen. Helena Bilandzic aus Erfurt arbeitet

an einem Leitfaden, der deutschsprachigen Autoren eine internationale Präsenz erleichtern soll. Ob man das im Einzelfall gut findet oder nicht – Journalism Quarterly oder das Journal of Communication und die vielen anderen Periodika mit internationalem Gewicht erwarten bestimmte Formen des Aufbaus und der Diktion, wenn Manuskripte eine Chance haben sollen, den Reviewprozess zu passieren. Ähnliches gilt für Papers bei Fachkonferenzen.

Nur 35 Prozent unserer Mitglieder hielten bei der Umfrage Anfang des Jahres die DGPK für „weltoffen“. Drei Viertel hielten es für sehr wichtig oder wichtig, dass die DGPK „Kontakte zu Fachkollegen und Fachgesellschaften im Ausland fördert“. Gleichzeitig meinten aber nur ganze 12 Prozent, dass sie dies auch tatsächlich sehr gut oder gut macht. Hier haben wir also auch als Vorstand einen deutlichen Auftrag, noch besser zu werden. Die gute Nachricht vom Anfang stellt eine große Verpflichtung, aber auch eine enorme Chance dar, unser Gewicht in der internationalen Kommunikationswissenschaft weiter zu stärken.

WOLFGANG DONSBACH

Die Frist zur Einreichung von Arbeiten für den DGPK-Dissertationspreis (siehe Aviso 33) endet am 1. Dezember. Vorschläge bitte an Anna Maria Theis-Berglmair (Bamberg), Irene Neverla (Hamburg) oder Helmut Scherer (Hannover)

Einspruch!

„Einspruch“
ist der Ort
für Polemik,
Satire, Stiche-
leien, kleine
Ungehörig-
keiten und
andere über-
raschende
Analysen

Impressum

Herausgeber:
Vorstand der Deutschen
Gesellschaft für Publizistik-
und Kommunikations-
wissenschaft (DGPUK)

Redaktion:
Gunter Reus (verantw.)
Eva Baumann
Tilo Hartmann
Elisabeth Klaus („Debatte“)
Gerhard Vowe (Vorstand)

Layout und Gestaltung:
Gunter Reus

Erscheinungsweise:
Dreimal jährlich

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

Druck:
Druckerei Hahn, Hannover

Nirgendwo und überall

Wohlgefällig lässt sie ihren Blick über die akkurat geschnittenen Kurzhaarfrisuren und die durchaus appetitlichen Hinterteile ihrer Mitarbeiter schweifen. Zu dunklen, körperbetont geschnittenen Hosen tragen sie eng anliegende T-Shirts, die beim einen oder anderen ein wenig Brusthaar sehen lassen, darüber taillierte Jackets. Sie kann sich auf ihre Jungs verlassen. Schließlich wollen sie gemeinsam einen überzeugenden Eindruck hinterlassen an diesem Donnerstagnachmittag im Mai. Mehrere Hundert Wissenschaftlerinnen und einige junge Wissenschaftler haben sich zur jährlichen Tagung versammelt.

Der Auftritt ist perfekt geplant und sorgfältig einstudiert. Frau Prof. Haberscheidt gibt ihrem jungen Assistenten ein Fingerzeichen, und zügig betreten ein knappes Dutzend Männer die Bühne: Assistenten, wissenschaftliche Mitarbeiter und Hilfskräfte. Die Zeiten, als junge Frauen für diese Jobs zur Verfügung standen, sind lange vorbei. Schlechte Bezahlung, ungewisse Zukunftsaussichten, immense Belastung bei der Betreuung der Studierenden – all das macht die Jobs bereits seit einigen Jahren für Frauen unattraktiv. Sie ziehen nach dem Studienabschluss Beschäftigungen in der Medienindustrie, der Beratung oder der angewandten Forschung vor. Da kommen die jungen Absolventinnen in der Regel zügig in Spitzenpositionen und können dann ein Wörtchen mitreden bei zentralen Entscheidungen der Kommunikations- und Medienwissenschaft an den Hochschulen.

Prof. Haberscheidt betritt als Letzte die Bühne. Ein Gefühl von Stolz erfüllt sie. Schließlich war sie es, die das Institut in Nirgendwo wieder in Schwung gebracht hat. Ihr Blick fällt auf den Kollegen Mitternich, der rechts außen auf einem Klappstuhl hockt. Besteht irgendein Grund, dass er mit ihr hier oben stehen sollte? Hatte er sich vielleicht um die öffentlichkeitswirksame Präsentation des Instituts gekümmert? War er mit der Rektorin der Universität schon früh morgens joggen gewesen? Hatte er denn Sponsorengelder eingeworben? Naja, der Kollege ist bei den Studierenden beliebt. Sie strömen zahlreich in seine Seminare. Aber das macht viel Arbeit und bringt wenig ein. Nein, auf diese Weise gelingt es nicht, Nirgendwo ins Gespräch zu bringen!

Leichter Bodennebel steigt auf, eine Fanfare erklingt, die Saalbeleuchtung wird heruntergedimmt, die Präsentation beginnt: *Männliche Kommunikationsrituale – subkulturelle Milieustudien im globalen Kontext*. Lange hat Prof. Haberscheidt am

endgültigen Titel für die kommende Jahrestagung gefeilt. Die wissenschaftliche Fachgesellschaft muss es endlich wagen, auch unterbelichtete Elemente des gesellschaftlichen Kommunikationsprozesses in den Blick zu nehmen. Nirgendwo sollte der Ort sein, das Neue zu erproben. Diese perfekt getimte Ton-Bild-Show, verbunden mit einzelnen Videosequenzen, vermittelt einen ersten Eindruck vom Möglichen: Männerkörper in der Werbung, Männlichkeitsstereotype in aktuellen Fernsehangeboten, Männer zwischen Privatsphäre und öffentlichem Raum, Handykommunikation zwischen Männern im interkulturellen Vergleich...

Prof. Haberscheidt spürt, wie während der Präsentation erneut bei ihren jungen Assistenten und Doktoranden ein Leuchten in die Augen tritt. Sie genießen die Vorstellung, dass ihre eigene Medienerfahrung – als Subjekte und Objekte – auch einmal (explizit) Gegenstand wissenschaftlicher Diskussion sein könnte. Sie gönnt den Jungs diese Diskurserfahrung! Aber mehr beschäftigt Prof. Ursula Haberscheidt die Frage, wie sie die Kollegin Hütteln erfolgreich bei der Riesch-Nachfolge in Überall platzieren kann. Die ist einfach fällig für diese Stelle: umfangreiche Publikationen, Auslandserfahrung, Projektmanagement, und dann die lukrative außeruniversitäre Berufspraxis. Wichtig ist jetzt eine kluge Listenbildung. Beim Mittagessen wird sie mit den vier Kolleginnen des inneren Zirkels die Strategie noch einmal durchgehen. Sie wird den Kolleginnen vorschlagen, ihren Assistenten Kurt auf den zweiten Platz zu setzen. Er würde keine Chance haben hinter Hütteln – sollte er auch nicht. Aber es würde ihm gut tun – psychologisch gesehen. Und Hütteln wäre abgesichert. Mit dem Männerbeauftragten dürfte es keine Probleme geben. Schließlich ist Kurts Habilitation von der Fertigstellung noch weit entfernt.

Die Abschlussfanfare erklingt, die letzte Überblendung zeigt eine Collage von Männern unterschiedlicher Hautfarben und Altersgruppen. Sie sind in medialer Kommunikation einander zugewandt. Eine fremdartige Utopie. Das Saallicht wird hochgedimmt, der Applaus setzt ein. „Ich freue mich, Sie im kommenden Jahr in Nirgendwo begrüßen zu können. Meine Mitarbeiter werden Ihnen den Aufenthalt so angenehm wie möglich machen.“ Beim Abgang fällt Prof. Haberscheidts Blick noch einmal auf Kurt, ihren Assistenten. Sie freut sich auf sein vor Aufregung gerötetes Gesicht, wenn er ihr von seinem zweiten Listenplatz in Überall berichten wird.

MARGRETH LÜNENBORG