

Aviso



Informationsdienst der Deutschen

Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Nr. 31

D G P U K

September 2002

LOB UND TADEL

DEBATTE: PARADIGMENWECHSEL IN DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT?

Maletzkes Menetekel

Warum muss überhaupt ein Ansatz „führen“?

VON JOACHIM WESTERBARKEY

Diskrepanz von Sein und Sollen

Plädoyer für eine ganzheitliche Denkweise

VON BARBARA THOMAS

Ganzheitlich ist gut. Irgendwie.

Eine Provokation

VON HELMUT SCHERER

Hermeneutik als Perspektive

Sozialwissenschaft muss Verstehensprozesse analysieren

VON VERENA BLAUM

DER FRAGEBOGEN

Ausgefüllt von Stefanie Averbek

FACHGRUPPEN

Berichte von Jahrestagungen und Workshops

DIE KOLUMNE

Uwe S. Schuricht fordert mehr weibliche Führungskräfte

AUS DEM VORSTAND

IN KÜRZE

NEU ERSCHIENEN

NACHGEFASST

EINSPRUCH

2

5

6

8

10

12

14

16

17

18

19

20

22

24

AVISIERT

Das Selbstverständnispapier der DGpuK vom Januar vergangenen Jahres beschreibt die Kommunikationswissenschaft als „theoretisch und empirisch arbeitende Sozialwissenschaft mit interdisziplinären Bezügen“. Zugleich wird dort die Vielfalt der methodischen Zugänge hervorgehoben, bis hin zu „kulturwissenschaftlich orientierten Ansätzen“.

Aber sind wir alle so souverän, unterschiedliche Denk- und Arbeitsweisen nicht nur zu tolerieren, sondern ihre wissenschaftlichen Erträge auch wirklich anzuerkennen? Ich habe da meine Zweifel. Die einen empfinden zum Beispiel Cultural Studies als läppisch oder sehen in texthermeneutischen Ansätzen eine Abkehr von sozialwissenschaftlicher Seriosität. Die anderen sind der Vielzahl quantifizierender empirischer Studien überdrüssig und betrachten sie nur noch als unergiebig und hohl.

Sind quantifizierende Verfahren in unserem Fach dominant? Und wie, wenn sich die Kräfteverhältnisse am Ende einmal umkehrten? Wäre ein „Paradigmenwechsel“ in der Kommunikationswissenschaft wünschenswert? Horst Pöttker hat vier Kolleginnen und Kollegen um ihre Meinung gebeten. Ihre Beiträge lesen Sie auf den Seiten 6 bis 13.

Mag sein, dass Sie das alles ganz anders sehen. Dann schreiben Sie doch an „Aviso“. Ich würde mich freuen.

IHR GUNTER REUS

Zum Debattenthema „Nutzen für die Praxis“

Das Fach hat die Zielgruppe Medienpraxis nie wirklich ins Auge gefasst

Der Beitrag von Dr. Uwe Zimmer hat für mich wieder einmal gezeigt, dass es um den Transfer der Forschungsleistungen unseres Faches in

die Kommunikationswissenschaft zu dieser Frage sehr wohl Ergebnisse vorgelegt hat, zum Beispiel die Untersuchungen Klaus Schönbachs und Edmund Laufs zur „Zukunft der Tageszeitung“, die Studie „Zeitungen in den Neunzigern“, ebenfalls von Klaus Schönbach, sowie zahlreiche Untersuchungen über spezifische Lesergruppen wie etwa Frauen oder junge LeserInnen. Auch etliche Studien zum Wandel der Mediennutzung im Zeitalter des World Wide Webs liegen vor.

Unsere Leistungen müssen neu kommuniziert werden

Wieder einmal lernen wir, dass unsere Forschungsergebnisse in der Praxis nicht bekannt sind. Das liegt nicht nur daran, dass die Medienpraxis im Alltagsgeschäft nun mal wenig Zeit hat, umfangreiche und hochkomplexe, weil für ein wissenschaftliches Publikum verfasste Forschungsberichte zu lesen. Es liegt auch daran, dass wir alle in der Regel für die Zielgruppe „Medienpraxis“ kaum publizieren. Im Streben nach wissenschaftlicher Anerkennung und Qualifikation haben wir diese Zielgruppe nie wirklich konsequent und kontinuierlich ins Auge gefasst.

Unser vom Kollegen Michael Meyen (München) betreuter DGPK-Newsletter, der über Mailinglisten an einschlägige Zielgruppen verschickt werden soll, kann hier möglicherweise bald Abhilfe schaffen. Dieser neue DGPK-Service wird uns allerdings nicht von der Notwendigkeit entbinden, unsere Leistungen zusätzlich zur streng wissenschaftlichen Publikation auch in einer Form

aufzubereiten und zu kommunizieren, die für die Profis in der Medienpraxis schnell und gut verständlich rezipierbar ist.

Meiner Erfahrung nach sind die einschlägigen praxisorientierten und berufsständischen Fachzeitschriften jedenfalls sehr daran interessiert, entsprechende Beiträge zu veröffentlichen.

✉ ROMY FRÖHLICH, MÜNCHEN

die Praxis schlecht bestellt ist. Zimmer beklagt, es gäbe keine wissenschaftlich fundierten Erklärungen zu der Frage, warum sich im zurückliegenden Jahrzehnt Zeitungleser und -leserinnen „von der Lektüre ihrer Zeitung verabschiedet haben“, oder zur Vermutung, dass sie „zu lesen aufgehört“ haben und „stattdessen elektronische Medien (nutzen)“. Wir alle wissen, dass

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



Leserbriefe

Wissenschaft kann nicht einer herrischen Praxis als Magd oder Hebamme dienen

Wer sich über Wissenschaft und Praxis der Kommunikation äußert, in der Absicht, die andere Seite zu beharken, macht nur noch eine komische Figur. Schon haben mehrere Generationen Kommunikationswissenschaftler studiert, mit integrierten Praktika, so dass beide Arbeitsgebiete vergleichbar werden – vorausgesetzt, es wird ein distanzierteres theoretisches Beobachten gelernt. Dazu dürfte sich das Kausalprinzip nicht eignen, das besagt: Aus nichts wird nichts, alles hat seine Ursache, und zwar als Realgrund. Dieser Satz ist logisch weder zu beweisen noch zu widerlegen. Empirisch widerspricht er dem Alternativen- und Folgenreichtum menschlicher Kommunikation, deren Semantik sich typischerweise mit Gesellschaftsstrukturen wechselseitig bedingt.

Der Theologe Friedrich Schleiermacher hatte (1826) die Pädagogik im Sinn, als er je eigene Prämissen und Beobachtungsformen für „Praxis“ und „Theorie“ formulierte. Schleiermacher bevorzugte die Praxis. Seither räsoniert vor allem die Welt des Journalismus über die Verhältnisse zwischen beiden, ohne zu einer begrifflich-theoretischen Klärung zu kommen. Kommunikationswissenschaftlich unbefriedigend ist eine Position, die unter anderem James E. Grunig (1989) vertritt, der die „public relations practice“ für die wahre Ausgangslage der PR-Forschung hält – ohne diese „Praxis“ empirisch zugänglich zu konzipieren.

Auch Laien und Praktiker argumentieren nicht theoriefrei

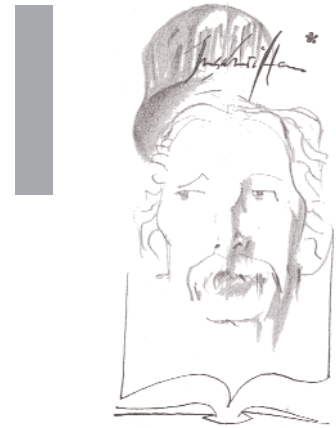
Beim Studium von Erfahrungswissenschaften kann man lernen, dass sie üblicherweise Normaltheorien bearbeiten, und zwar epistemisch und methodologisch. Auch Laien und Praktiker argumentieren nicht theoriefrei, sondern anhand von Reflexionstheorien und Methodentheorien. Zum Vergleich drei verschiedene Aussagen über den Journalismus. *Aussage 1:* Journalismus ist Scheiß! *Aussage 2:* Journalismus ist die als Handwerk betriebene Kunst der Berichterstattung über aktuelle Ereignisse. *Aussage 3:* Journalismus ist ein persuadierendes, das ist ein primär überredendes und überzeugendes Kommunikationssystem, das alltagspublizistische Themen zirkulär re-produziert und re-rezipiert, als eine Einheit in Differenz zur Weltgesellschaft, funktional und strukturell unter-

scheidbar von den Kommunikationssystemen Public Relations, Werbung und Propaganda.

Diese unterschiedlich langen, sprachlich divergierenden Aussagen markieren abweichende Positionen, dokumentieren verschiedene Schauweisen, und ihre Herkunft wird nicht angegeben. Die kommunikationswissenschaftliche Analyse muss deshalb tiefer ansetzen. *Aussage 1* ist an süddeutschen Biertischen und norddeutschen Theken zu hören. Sie baut reflexionstheoretisch auf das Vorhandensein eines gemeinen Menschenverstandes (common sense) und wird geleitet von der Methode Versuch und Irrtum (trial and error). *Aussage 2* ist das Produkt mehrerer Lehrbuchdefinitionen und reflektiert auf Erfahrungswissen (Know-how), das sich aus Erwerbsarbeit ergibt und das Praktiker als Arbeitstheorien (working theories) formulieren, um es gegebenenfalls beim Ausüben von Lehraufträgen zu verbreiten.

Aussage 3 beansprucht – vor dem Horizont einer 2500-jährigen Kommunikationsforschung – wissenschaftsfähige Theorien (researchable theories) programmieren zu können. Reflexionstheoretisch verbindet sie ein System/Umwelt-Schema mit der funktional-vergleichenden Methode. Die Wahl dieser Erkenntnishilfe schließt die traditionelle Subjekt/Objekt-Theorie aus, weil sie sich beim Nachdenken über Kommunikation nicht bewährt hat. Wird dennoch versucht, ein vernunftrationales Subjekt als „Träger“ von Kommunikation vorzustellen (Akteur, Gatekeeper, Robinson, Guru, Medienmogul, Spin doctor, Homo ludens und andere), dann ist zu konstatieren: Das Individuum kann handeln, und es kann sich verhalten; menschliche Kommunikation kommt nur durch Systeme zustande, an denen mindestens zwei beteiligt sind.

Ein Beispiel: Äußerte sich der damalige DJV-Vorsitzende Siegfried Weischenberg über Journalismusprobleme, dann in der sozialen Rolle des Interessenpolitikers und in der organisatorischen Spitzenposition dieses Berufsverbandes. Systemrational unzulässig ist es deshalb, andere Aussagen Weischenbergs über den Journalismus, etwa



Zum Schwerpunktthema dieser Ausgabe präsentiert „Aviso“ eine kleine Galerie von Autoren, die als Belletristen und als Tagespublizisten arbeiteten und somit unterschiedliche Methoden der Wirklichkeitsdeutung beherrschten. Die Zeichnungen stammen von dem Berliner Künstler Wolfgang Würfel. Wir danken herzlich für die Abdruckerlaubnis.

THEODOR FONTANE arbeitete als Auslandskorrespondent und Redakteur konservativer preußischer Blätter. Für die „Vossische Zeitung“ schrieb er 20 Jahre lang Theaterkritiken.

Thesen aus Forschungsberichten oder Texte aus Lehrbüchern, unmittelbar mit Aussagen des Verbandsfunktionärs in eins zu setzen. Oder: Horst Avenarius legte einen PR-Forschungsüberblick vor. Für die kommunikationswissenschaftliche Kritik dieser Publikation ist unerheblich zu wissen, dass Avenarius eine Public-Relations-Karriere absolviert hat, dass er für eine politische Partei kandidierte und als Liebhaber des Kabarets gilt.

Die System/Umwelt-Theorie der *Aussage 3* vernetzt Journalismusprobleme heterarchisch. Dieser Ansatz lässt nicht zu, Journalismus gegenüber Public Relations, Werbung oder Propaganda zu hierarchisieren, sozusagen: Journalismus „oben“, die anderen „unten“. Wird eine „Höherwertigkeit“ des Journalismus vermutet, dann ist dies offen zu begründen, etwa demokratietheoretisch.

Lösungen für Begriffsprobleme sind kein Glasperlenspiel

Konjunktur hat in der Kommunikationswissenschaft die Empirik, insbesondere die Forschungsmethoden Befragung und Inhaltsanalyse. Funktionalisten sind nicht sonderlich bemüht, Forschungsmethoden zu entwickeln. Auch Historiker, Phänomenologen, Hermeneutiker und Dialektiker mahnen gelegentlich die Gleichstellung ihrer Methoden an, ohne methodologische Anstrengungen erkennen zu lassen. Dies erinnert an Abraham Kaplans Law of the instrument: „It comes as no particular surprise to discover that a scientist formulates problems in a way which requires for their solution just those techniques in which he himself is especially skilled.“

Auf die Frage, wie Journalismus, PR, Werbung und Propaganda als Persuasionssysteme funktional-strukturell verglichen werden können, kann ich gegenwärtig nur mit einer historischen Vermutung antworten. Eingangs des 17. Jahrhunderts produzierte im gesellschaftlichen Kontext des Absolutismus und des Merkantilismus, sowie in den organisations- und marktförmigen Zusammenhängen der in Paris erscheinenden „Gazette“ und des „Bureau d'Adresse et de Rencontre“, eine teils persuadierende, teils manipulierende Alltagspublizistik. Journalismus, PR, Werbung und Propaganda waren noch nicht erfunden. Ihre Ausdifferenzierung als funktional spezielle Persuasionssysteme erscheint plausibel, bringt man sie in Zusammenhang mit der Ausdifferenzierung der Industriegesellschaft zur Weltgesellschaft.

Die nordamerikanische Communications rückt den Kommunikationsbegriff zunehmend in den Mittelpunkt. Die Kommunikationswissenschaft in Deutschland hält weithin an Gegenstandsarten fest (Zeitung, Fernsehen, Medien etc.). Mit der Empirik als Methode distanziert sie sich vom traditionellen Idealisieren, Ideologisieren, Individualisieren und Hierarchisieren. Doch mit dem Grundbegriff Kommunikation geht sie extrem salopp um. Lösungen für Begriffsprobleme sind kein Glasperlenspiel. Analysiert man den Kommunikationsbegriff in seiner Sachdimension, dann kann man Sinn, Information, Thema, Äußerung, Gedächtnis und Verstehen unterscheiden und aufeinander bezogen problematisieren. Kommunikation systemrational zu rekonstruieren gelingt nur sozial, überwiegend in drei unterscheidbaren Typen: einfachen Kommunikationssystemen (Gesprächen, Telefonaten), organisierten Kommunikationssystemen (Unternehmen, Agenturen, Krankenhäusern, Redaktionen) und lokalen, regionalen, nationalen, internationalen oder globalen Kommunikationssystemen.

Der umlaufende Praxisbegriff ist schwarz vom Ruß vieler Opferkerzen. Welches Wissen sich zur Lösung von Problemen der Kommunikation, insbesondere der Probleme der Alltagspublizistik, besser eignet, hängt ab von hinreichend komplexen Theorienpluralitäten. Es ist ein arges Missverständnis, zu vermuten, die Kommunikationswissenschaft könne einer herrischen Praxis als Magd oder Hebamme dienen, wenn diese Praxis selbst nur als Black-Box-Begriff daherkommt, der sich angeblich nur Insidern öffnet.

⇒ **MANFRED RÜHL, BAMBERG/NÜRNBERG**

Glückwünsche

... zum ersten Mal erwäge ich, den Aviso zu sammeln. Vielen Dank.

⇒ **KLAUS SCHÖNBACH, AMSTERDAM**

... und mit einem Lob für die neue Aviso.

⇒ **FRIEDRICH KROTZ, MÜNSTER**

Die (Jubiläums-)Nummer 30 des „Aviso“ ist wieder sehr anregend geraten! Sie greift manche gute Traditionen unseres Informationsdienstes auf und führt sie mit neuen Akzenten – im frischen Grün – weiter.

⇒ **WALTER HÖMBERG, EICHSTÄTT**

Ironischer Feuilletonist und ich-starker Lyriker, präziser Berichterstatter und spöttisch-unterhaltsamer Richter des Tagesgeschehens – HEINRICH HEINE verkörpert den „ganzheitlichen“ Typus des Publizisten im 19. Jahrhundert. Seine Korrespondenzen über den Aufstand in Paris, die er 1832 für die „Augsburger Allgemeine“ schrieb, sind politische Reportagen *avant la lettre*.



DEBATE

Zukunfts-Forschung

Die Kommunikationswissenschaft wird weitermachen wie bisher, ohne tiefgreifende Änderungen, mit vielen Einzelstudien, die niemand mehr überblicken kann, und mit Versuchen, wenigstens in Teilbereichen noch Zusammenfassungen zustande zu bringen. Auf absehbare Zeit wird man mit dem Variablenansatz arbeiten und in der empirischen Forschung szientistisch denken und quantifizierend vorgehen. Die ganzheitlich-qualitative Richtung, wie bisher eine Minderheit, wird auch weiterhin geduldet und wenig gewürdigt werden; sie wird nach wie vor um Beachtung und Anerkennung kämpfen müssen. Ich kann mir aber auch ein Szenario vorstellen, in dem – irgendwann, nicht morgen – die humanwissenschaftliche Orientierung die Führung übernimmt; freilich wohl nur im Rahmen eines allgemeinen und grundlegenden Wandels der Wertorientierungen. Und dieser Wandel kann nur einsetzen, wenn wir erkennen, wie zerbrechlich die Welt ist, die wir selbst gebaut haben, und wenn wir bereit sind, dieser Einsicht gemäß zu handeln.“

Gerhard Maletzke, von dem diese Sätze stammen (vgl. seinen anregenden Beitrag „Erlebte Kommunikationswissenschaft im Rückblick“ im ersten Sonderheft der „Publizistik“, 1997), hat am Ende seiner autobiografischen Retrospektive einen Paradigmenwechsel in unserem Fach ins Auge gefasst. Ist ein solcher Paradigmenwechsel wünschenswert oder gar erforderlich? Ist er überhaupt möglich? Was könnte man sich gegebenenfalls darunter vorstellen?

Diese Fragen haben wir den Autor(inn)en der folgenden Diskussionsbeiträge gestellt. Gunter

Reus und ich werden sie weiteren Kolleginnen und Kollegen stellen und die hoffentlich prononcierten Antworten in einem Sammelband zusammenfassen. Wer uns schon jetzt und ohne besondere Einladung einen Beitrag von etwa 10.000 Zeichen Umfang senden will, sei herzlich dazu ermuntert (gunter.reus@hmt-hannover.de und poettker@ifj.fb15.uni-dortmund.de). Wir ahnen ja allenfalls, können aber nicht wissen, in welchen Regionen des unübersichtlich gewordenen Faches Bedarf und Engagement besteht, sich zu Maletzkes Vision zu äußern.

Vorläufig lässt sich nur ein provokatives Fazit aus den explorativ erbetenen, hier gedruckten Antworten ziehen, wenn man von Barbara Thomaß' klarer Stellungnahme absieht: Nein, ein Paradigmenwechsel vom quantitativen Variablenansatz zu einer ganzheitlich-qualitativen Alternative, wie auch immer diese aussehen mag, ist nicht notwendig, vielleicht nicht einmal möglich. Denn auch der Variablenansatz lässt hermeneutisches Vorgehen zu, und auch innerhalb einer humanwissenschaftlichen Richtung muss mit Unterscheidungen gearbeitet werden. Oder: Der Methoden- und Schulenkonflikt, der vor vier Jahrzehnten „Positivismusstreit“ genannt wurde und sich seitdem in wechselnden Nomenklaturen fortgesetzt hat, ist überflüssig, weil die quantitativ-szientistische Richtung ohnehin qualitativer und die hermeneutische Richtung ohnehin quantitativer ist, als die akademische Lust auf Zuspitzung und Kontroverse wahrhaben will.

Ist das wirklich so? Das wäre eine neue Frage für die weiter gehende Debatte, die wir uns vorstellen.

HORST PÖTTKER

Prof. Dr.
Horst Pöttker
lehrt Journalistik an der
Universität
Dortmund

Maletzkes Menetekel

Warum muss überhaupt ein Ansatz „führen“? VON JOACHIM WESTERBARKEY

„In derselben Stunde erschienen die Finger einer Menschenhand und schrieben [...] etwas auf die weißgetünchte Wand des königlichen Palastes. [...] Da kamen alle Weisen des Königs herbei; aber sie waren nicht imstande, die Schrift zu lesen oder dem König zu sagen, was sie bedeutete. [...] Das Geschriebene lautet aber: Mene mene tekel u-parsin.“ (Daniel 5,5-5,25)

Auch nach erneuter Lektüre der Erinnerungen und Reflexionen Maletzkes geht es mir ähnlich wie einst den babylonischen Weisen: Ich verstehe nicht so recht, was er meint. Namentlich seine Vision einer „humanwissenschaftlichen Orientierung“ hat sich mir nicht erschlossen, zumal er nirgends definiert, was „humanwissenschaftlich“ heißen soll. Deshalb stützen sich meine kritischen Anmerkungen auf Deutungen, und ich bitte den Autor vorsorglich um Pardon für mögliche Missverständnisse, auch wenn er sie durch „dunkles Reden“ provoziert haben mag.

Die Schlüsselpassage, um die es hier geht, steht am Ende des Textes und offenbart vor allem Maletzkes Hoffnung auf eine bessere Welt, in der ethische Maximen das Handeln aller bestimmen, auch das der Wissenschaftler. Allerdings plagt den Autor ein Entscheidungskonflikt zwischen seinem Bekenntnis zur empirischen Kommunikationswissenschaft (in Abgrenzung zur Publizistikwissenschaft, die er als „eine vorwiegend historisch-hermeneutische und oft auch normative Disziplin“ qualifiziert) und seinem Bemühen, „ganzheitlich-qualitativen Ansätzen mehr Aner-

kennung und Geltung zu verschaffen“, weil er diesen jene humanwissenschaftliche Orientierung unterstellt, die er mehrfach postuliert. Ein Grund für seine Unschlüssigkeit mag in seiner Erfahrung liegen, „daß wir mit den verfügbaren Instrumenten der empirischen Forschung oft das Eigentliche und Wesentliche der zu untersuchenden Phänomene nicht erfassen können“ (was immer solche Essenzen auch sein mögen). Deshalb geht er wiederum auf kritische Distanz zu „aller rigorosen Empirie“, deren oft unzulässige Generalisierungen er ebenso beanstandet wie die „Scheinexaktheit“ mancher Daten und Statistiken.

Leider bleiben die hier skizzierten Konturen alternativer Möglichkeiten jedoch äußerst unscharf, wie ein Blick auf seine Listen vernachlässigter Themen und Schriften zeigt, die außerdem stellenweise überraschen: So würdigt er ausgerechnet den Kulturpessimisten Günter Anders, der explizit normativ argumentiert, was Maletzke der Publizistikwissenschaft immerhin implizit vorwirft (s.o.). Per saldo drängt sich der Eindruck auf, dass er zwar auf der methodologischen Trennung von Hermeneutik und Empirie besteht (und damit den längst beigelegten Positivismusstreit fortschreibt), sie andererseits aber auch überwinden möchte, ohne allerdings zu wissen wie: „Auf ein neues Paradigma, das ich mir zu eigen machen könnte, warte ich bisher vergebens.“

Doch warum sollte überhaupt irgendein Ansatz (wieder) „die Führung“ übernehmen, also zu einer neuen wissenschaftlichen Leitkultur werden, wie er es imaginiert? Und argumentiert der skeptische Positivist Maletzke nicht gleichfalls normativ, wenn er ethisch begründete Maximen formuliert, nämlich Aufklärung und wertorientiertes Handeln (leider ohne konkrete Konsequenzen für die Kommunikationswissenschaft zu benennen)? Und kann eine „humanwissenschaftliche, ganzheitlich-qualitative Orientierung“ denn nicht auch unter den gegebenen Umständen umgesetzt werden?

Ganzheitliche Forschungsansätze gibt es spätestens seit Diltheys Hermeneutik, sie finden sich in Adornos „prismatischem“ Denken ebenso wie in Foucaults Diskurstheorie oder im aktuellen

DE
BATE

Priv.-Doz. Dr. Joachim Westerbarkey ist Hochschul-lehrer am Institut für Kommunikations-wissenschaft der Universität Münster



Als Burschenschaftler und seiner Herkunft aus dem jüdischen Ghetto wegen wurde KARL EMIL FRANZOS 1871 vom Staatsdienst ausgeschlossen. Der Jurist arbeitete als Journalist in Wien („Neue Illustrierte Zeitung“) und Berlin. Berufliche Reisen führten ihn durch Europa, Kleinasien und Ägypten. Seine Erzählungen und Romane schildern das Leben der Völker in der Donaumonarchie und auf dem Balkan.

Konzept der Kommunikationsökologie. Sie alle faszinieren durch das Bemühen, die Komplexität von Erscheinungen und Zusammenhängen zumindest annähernd zu erfassen, doch die damit verbundenen Probleme sind sattem bekannt: Auch eine ganzheitliche Orientierung befreit niemanden von der heuristischen Notwendigkeit, Unterschiede zu machen und diese möglichst präzise zu benennen, also die Welt (oder was wir dafür halten) zuerst zu zerlegen (Dekonstruktion), um sie kognitiv und kommunikativ rekonstruieren zu können. Dieser Prozess unterscheidet sich von den oft reduktionistischen Verfahren nomothetischer Empirie im Idealfall durch einen planmäßigen Perspektivenwechsel des Beobachters, der freilich erneut Selektions- und Präferenzentscheidungen voraussetzt und obendrein eine breite, möglichst interdisziplinäre Kompetenz erfordert. Insofern ist auch Maletzkes Variablenansatz durchaus damit kompatibel, strebt er doch nach einer Verknüpfung möglichst vieler Aspekte und Daten eines Untersuchungsgegenstands. Nur dogmatische Denkschulen dürften ganzheitlicher Orientierung unverzüglich im Wege stehen.

Das Postulat ganzheitlicher Erkenntnisgewinnung hat übrigens mit der Unterscheidung qualitativer und quantitativer Methoden weit weniger zu tun, als oft angenommen wird. Zum einen ist längst unstrittig, dass jede Erkenntnis qualitative Entscheidungen und Semantiken voraussetzt (Validitätsproblem), und zum anderen werden Qualitäten bekanntlich auch an Mengen und Zahlen festgemacht, sowohl im Alltagswissen als auch bei der wissenschaftlichen Interpretation von Daten.

Der entscheidende Vorzug von Empirie liegt folglich nicht in exakten Berechnungen, sondern in der präzisen Angabe verbindlicher Konstruktionsregeln für Realitätsentwürfe, die die Entstehung von „Wahrheiten“ möglichst nachvollziehbar und nachprüfbar machen. Damit werden die Empirie und ihr Sonderfall Statistik in besonderem Maße den Funktions- und Qualitätsanforderungen an das Wissenschaftssystem gerecht, wie etwa Systematik, Plausibilität, Überprüfbarkeit oder Anschlussfähigkeit. Wahrheit im ontologischen Sinne entsteht aber auch dadurch nicht, jedenfalls nicht mehr oder weniger als auf anderen Erkenntniswegen.

„Der Vorzug von Empirie liegt in der Angabe von Konstruktionsregeln für Realitätsentwürfe“

Bleibt die Kernfrage, worin das *humanum* einer kommunikationswissenschaftlichen Orientierung liegt. Zunächst sollte man es in allen handlungstheoretischen Konzepten suchen, da dort der Mensch im Mittelpunkt steht. Außerdem kann man es im neuerlichen Re-Entry des Akteurs in die Systemtheorie und in jüngeren Ansätzen der Cultural Studies finden, in denen prinzipiell eigensinnige Aktanten unterstellt und respektiert werden. Geht es primär um die Frage, wie Menschen miteinander auskommen können, dann müssen Verständigungsprobleme im Mittelpunkt wissenschaftlicher Aufmerksamkeit stehen.

Um sie lösen zu helfen, können Kommunikationswissenschaftler bereits elaborierte Konzepte zu Rate ziehen, etwa Habermas' Theorie kommunikativen Handelns oder Luhmanns Modell der Genese allgemein akzeptabler Entscheidungen im politischen System. Beide Konzepte basieren sehr wohl auf normativen Prämissen, nämlich einerseits auf der Anerkennung verschiedener Geltungsansprüche, die als Prüfsteine verständigungsorientierter Kommunikation fungieren, und andererseits auf der Einhaltung von Verfahrensregeln bindender Entscheidungen durch „diskussionsgestaltete“ öffentliche Meinungen. Das zentrale Anliegen einer verständigungsorientierten Kommunikationswissenschaft wäre mithin,

zum Abbau interpersonaler, interorganisatorischer und interkultureller Kommunikationsbarrieren beizutragen, also gegenseitiges Verstehen ermöglichen zu helfen, mit Hilfe welcher Forschungsmethoden und Medien auch immer. Selbstverständlich dient ein solches Ziel nicht jedem Verwertungsinteresse, verspricht also Wissenschaftlern nicht notwendig Reputation oder gar Gewinne, und wer etwas werden und verdienen will, befasst sich wohl besser mit Problemen einflussreicher Auftraggeber und Förderer.

Humanwissenschaftliche Orientierung ist eben nicht nur eine Frage des persönlichen Forschungsinteresses, sondern auch des fachlichen Selbstverständnisses und der Forschungspolitik, und Geld, Macht oder Publizität sind nun einmal andere Systemwährungen als Aufklärung oder „Liebe“. Folglich dürfte ein allgemeiner Wertewandel für einen grundlegenden wissenschaftlichen Paradigmenwechsel allein kaum ausreichen, wie Maletzke vielleicht hofft. ◆

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

Diskrepanz von Sein und Sollen

Plädoyer für eine ganzheitliche Denkweise VON BARBARA THOMAß

DE
BATE
TE

Dr. Barbara
Thomaß
forscht an der
Arbeitsstelle
Medien und
Politik der
Universität
Hamburg

Der Streit zwischen quantitativen und qualitativen Methoden in der Sozialwissenschaft wird oft mit dem Argument ihrer Leistungsfähigkeit geführt. Geschieht dies anhand von zurückliegenden Studien (wären die vorliegenden Ergebnisse auch auf anderem Wege zu erlangen gewesen?), so wird das Ergebnis einer solchen Auseinandersetzung in der Mehrheit der Fälle für die jeweils angewandte Methode sprechen. Da wir es in der Kommunikationswissenschaft überwiegend mit dem quantitativen Variablenansatz zu tun haben, nimmt es wenig wunder, dass dieser dann auch als der überlegene erscheint. Wissenschaftler, die neue Studien planen oder vorbereiten, zum Beispiel in der Phase der Antragsstellung, wissen um diese Dominanz und werden sie möglicherweise angemessen berücksichtigen.

„Eine Fülle von
Forschungsdesideraten
geht auf die Tatsache zurück,
dass sich das Mediensystem
in einem tiefgreifenden
Wandel befindet“

Wie aber, wenn wir die Fülle noch nicht bearbeiteter Probleme in der Kommunikationswissenschaft betrachten und fragen, mit welchen methodischen Herangehensweisen man diesen am besten gerecht werden könnte? Ich greife hierfür auf die Veröffentlichung von Gutachten zu Stand und Perspektiven der kommunikationswissenschaftlichen Forschung zurück, die Mitte der 90er Jahre vom Bundesministerium für Forschung und Technologie und dem Wissenschaftszentrum Berlin in Auftrag gegeben worden waren und die die Zeitschrift „Publizistik“ im ersten Heft des Jahres 1997 der Fachöffentlichkeit zugänglich gemacht hat.

Eine Fülle von Forschungsdesideraten, die in diesem Band genannt werden, geht auf die Tatsache zurück, dass sich das Mediensystem derzeit in einem umfassenden und tiefgreifenden Wan-

del befindet, dessen Auswirkungen auf das gesellschaftliche System erst in Ansätzen zu erkennen sind. Dies gilt für Veränderungen in räumlicher Hinsicht; Globalisierung, Europäisierung, aber auch Regionalisierung sind hier die entscheidenden Stichworte. Veränderungen in technischer Hinsicht werden durch die Digitalisierung, die Konvergenz von Telekommunikation, Informationstechnologie und Massenkommunikation ermöglicht, womit die Möglichkeit zu völlig neuen Anwendungen, Angeboten und Dienstleistungen gegeben ist. Die Zahl der Akteure erhöht sich und damit auch die Komplexität der Akteurskonstellationen. Und letztlich erleben wir Veränderungen hinsichtlich Ziel- und Zwecksetzungen im Mediensystem, die einen Wechsel von gesellschafts- und kulturpolitischen Zielsetzungen hin zu industrie- und wirtschaftspolitischen Zwecksetzungen gebracht hat.

Sicherlich lassen sich in diesen vielfältigen und miteinander verschränkten Wandlungsprozessen jedwede Variablen isolieren und ihre Wirkungen beschreiben. Doch ist fraglich, welcher Erkenntnisgewinn damit erzielt werden kann.

Es stellt sich vielmehr die Frage, wie mit einem ganzheitlich-humanistischen Ansatz der Komplexität dieser Wandlungsprozesse entsprochen werden kann, wie durch eine methodisch angemessene Einbettung von Einzelphänomenen in ihren größeren Zusammenhang wissenschaftliche Erkenntnis mit größerem Gewinn vorangetrieben werden kann.

Unter anderem wurde in den oben genannten Gutachten wiederholt die Notwendigkeit international vergleichender Perspektiven hervorgehoben. Und dies mit gutem Grund. Denn erst im Vergleich lassen sich die Besonderheiten, die Gewordenheit und die Veränderbarkeit der Verhältnisse im eigenen Land erkennen. Zwar liegen etliche vergleichende Studien vor, die mit dem Variablenansatz beachtliche Erkenntnisse zu Tage gefördert haben. Doch stoßen Forscher beim Vergleich zwischen verschiedenen Mediensystemen, der immer auch implizit oder explizit einen Gesellschaftsvergleich beinhaltet, schnell an Verständnisgrenzen, wenn sie sich auf wenige Variablen beschränken und nicht auch den ganzen

Kontext berücksichtigen, in dem die jeweiligen Variablen eingebettet sind. Sind Missverständnisse und Fehlinterpretationen aufgrund mangelnder Kenntnisse über die Verhältnisse in anderen Staaten eine ständige Gefahr in der Anwendung der komparativen Methode, so erhöht sich diese noch, wenn isolierte Variablen interpretiert werden.

„Die Leistung des Vergleichs beweist sich vor allem dort, wo ein Strauß von nationalen Besonderheiten für die Erklärung eines Phänomens heranzuziehen ist“

Die Leistungsfähigkeit des Vergleiches als Methode ist mittlerweile auch in der Kommunikationswissenschaft gewürdigt worden, unter anderem von Kleinsteuber (2002) und Esser (2000). Sie beweist sich vor allem dort, wo ein Strauß von nationalen Besonderheiten, der sich nicht auf wenige Variablen reduzieren lässt, für die Erklärung eines Phänomens heranzuziehen ist. Warum steht die BBC so weitgehend unangefochten in einer kommerzialisierten, deregulierten, digitalisierten und konvergierenden Medienumwelt da? Verfolgt sie die überlegeneren Unternehmensstrategien? Ist das Regulierungsumfeld besonders vorteilhaft? Wissen die Briten qualitativvolles Fernsehen einfach mehr zu schätzen als andere Europäer? Lässt der britische „Common sense“ die traditionsreiche Institution eher unangetastet? Vieles davon trifft zu und bedingt einander, und es wäre eine Verkürzung, wollte man eine eindeutige Aussage aus einem einzigen Bedingungs-zusammenhang herausdestillieren.

Hier wird also für eine Ganzheitlichkeit plädiert, die in Rechnung stellt, in welchem Gesamt-zusammenhang ein Forschungsgegenstand steht, um Erkenntnisse aus der einen Perspektive für eine andere nutzbar zu machen.

Offenbar schien eine junge Kommunikationswissenschaft lange gut beraten, „durch eine rigore Selbstbeschränkung auf Ansätze und Methoden, die dem Erfassen von Tatsachen dienen“ (Maletzke), sich ihre Reputation in der gesamten Scientific community zu erarbeiten. Doch ist dies,

u.a. angesichts der oben genannten Veränderungen, zu einer Fessel geworden. Es ist nun an der Zeit, die Phänomene der Kommunikation in einer holistischen, synthetischen, kontextuellen Weise zu analysieren und Dimensionen wie Werte, Sinn oder Intentionen darin einen angemessenen Stellenwert zuzuordnen.

In diesem Zusammenhang soll ein letztes Argument das Plädoyer für einen Paradigmenwechsel hin zu einer ganzheitlich-qualitativen Denkweise abrunden. Angesichts der Veränderungen im Mediensystem bedarf das Wissen, welche Funktionen und Leistungen Medien innerhalb einer Gesellschaft erbringen, einer ständigen Aktualisierung. Dies gilt sowohl für deskriptive (hier können wir auf keinen Fall auf den bewährten quantitativen Variablenansatz verzichten) wie für normative Elemente. Wie ist öffentliche Kommunikation, die den Namen noch verdient, angesichts des Wandels im Mediensystem, der Fragmentierung, Segmentierung etc. zu sichern? Damit eine moderne Kommunikationswissenschaft sich nicht nur als Chronistin von Wandlungsprozessen begreift, sollte die Deutung und Erklärung durch ein streitbares Vertreten von Visionen und wünschbaren Szenarien ergänzt werden.

Es ist die Diskrepanz von Sein und Sollen, die als Thema einer gesellschaftlich nützlichen Kommunikationswissenschaft zu verstehen ist.

Dafür ist eine humanistische Orientierung unabdingbar. ◆

DEBATE



Redakteur ist er nie gewesen, aber mit seinem Buch „Spaziergang nach Syrakus“ (1803) hat JOHANN GOTTFRIED SEUME Maßstäbe gesetzt für eine Publizistik, die soziale Zustände „ernsthaft geschichtsmäßig“ und kritisch in Augenschein nimmt. Neun Monate war er dafür zu Fuß von Sachsen nach Sizilien und zurück unterwegs – Feldforschung von einst. Eine bürgerliche Karriere war Seume nie beschieden, obwohl er es in Leipzig nach einem Jura- und Philosophiestudium bis zur Habilitation brachte. Er, der mit 18 Jahren als Soldat nach Amerika verkauft worden war, schlug sich auch als Dichter mehr schlecht als recht durchs Leben. In der Druckerei des Verlegers Göschen in Grimma, gleich neben dem Rathaus (Bild), arbeitete Seume einige Jahre als Korrektor.

Ganzheitlich ist gut. Irgendwie.

Eine Provokation VON HELMUT SCHERER

DEBATE

Prof. Dr. Helmut Scherer ist Direktor des Instituts für Journalistik und Kommunikationsforschung der Hochschule für Musik und Theater Hannover

Ohne Zweifel ist „ganzheitlich“ ein Modewort. Es gibt ganzheitliche Medizin, ganzheitliche Pädagogik, ganzheitliche Aromatherapie, und nun soll es auch noch eine ganzheitliche Kommunikationswissenschaft geben. Ein Paradigmenwechsel wird angestrebt. Abschied wird genommen vom Variablenansatz, der in scheinbar geradezu schamloser Weise den Menschen auf ein paar zählbare Eigenschaften reduziert. Ist der sogenannte Variablenansatz tatsächlich so ignorant? Wohl kaum. Woher rührt also dieser Wunsch nach grundsätzlicher Neuorientierung? Ich denke, das Bedürfnis nach Ganzheitlichkeit in unserer Wissenschaft beruht im Wesentlichen auf Illusionen, Sentimentalitäten und Missverständnissen. Es besteht auch der leise Verdacht, dass hier materielle Interessen im Spiel sind.

Was soll dieses Ganze nun sein?

Die Vorstellung von einer ganzheitlichen Kommunikationswissenschaft, die grundsätzlich anders funktioniert als das, was wir bisher kennen, ist eine Illusion, eine äußerst unpräzise Überdies. Wie soll diese ganzheitliche Wissenschaft denn aussehen? Ganzheitliche Wissenschaft setzt ein Ganzes voraus. Was soll dieses Ganze nun sein: der Mensch, die Gesellschaft, das Medium? Dieses Ganze muss festgelegt und intersubjektiv nachvollziehbar beschrieben werden, damit es Ausgangspunkt für ganzheitlich-wissenschaftliche Überlegungen werden kann. Versucht man dies, so gerät man unvermittelt in die geschmähte quantitativ-szientistische Praxis. Man muss nämlich das Ganze definieren, das heißt, man muss Dinge als zum Ganzen gehörig eingrenzen und andere als nicht zum Ganzen gehörig ausgrenzen.

Wenn das Ganze der Mensch sein soll, wie steht es dann mit seiner sozialen und dinglichen Umwelt, inwieweit ist sie ihm zuzurechnen und inwieweit nicht? Wie grenzt man den Menschen überhaupt von seiner Umwelt ab? Was alles gehört zu einer Gesellschaft? Schnell wird man feststellen müssen, dass sich die Welt nicht so ohne weiteres in natürliche Einheiten zerlegen lässt, die jeweils als Ganzes gelten können, sondern

dass diese Ganzheiten immer Abstraktionen darstellen, dass sie nur durch Grenzziehungen entstehen. Damit aber wird der Anspruch nach Ganzheitlichkeit von vorneherein als Fiktion entlarvt. Man muss immer Entscheidungen treffen, bestimmte Dinge einzubeziehen und andere nicht. Diese Entscheidungen – so wohlbegründet sie auch sein mögen – fallen immer mit dem Risiko der Fehleinschätzung. Aber dieses Risiko lässt sich nicht aussitzen, man kann diese Entscheidungen nicht umgehen. Wenn man vermeintlich ohne Ausgrenzungen vorgeht, dann bedeutet dies letztlich nur, dass man die Entscheidungen nicht reflektiert, sondern sie intuitiv oder willkürlich trifft. Beides genügt aber wohl kaum wissenschaftlichen Ansprüchen.



Er war der Kulturchef von Marx und Engels: Der Lyriker und Erzähler **GEORG WEERTH** redigierte das Feuilleton der „Neuen Rheinischen Zeitung“ in Köln. Sein letzter Text, der dort 1849 erschien, war eine Hommage an die Frauen: „Von Anbeginn seid ihr Frauen gescheiter gewesen als alle Schriftgelehrten und Pharisäer.“

Will man diese Ganzheit nun betrachten, so kann dies nicht ohne Kategorien der Beobachtung geschehen. Es gibt keine Wesentlichkeiten der Ganzheit, die sich dem Beobachter unmittelbar als relevant aufdrängen. Auch die Beobachtungskategorien müssen definiert werden, damit sie nachvollziehbar und mitteilbar werden. Ich vermag nicht zu erkennen, wie man wissenschaftlich ohne dies auskommen könnte. Auch

Beobachtungskategorien sind Setzungen, auch sie schließen zwangsläufig mögliche Beobachtungen ein und andere mögliche Beobachtungen aus. Auch hier gilt, dass man, um wissenschaftlichen Ansprüchen zu genügen, nicht willkürlich vorgehen kann, sondern dass diese Grenzsetzungen systematisch und nachvollziehbar geschehen müssen. Dies ist aber nur schwer möglich, wenn man sich diese Notwendigkeit überhaupt nicht bewusst macht, sondern einem sentimentalen Ideal der Ganzheitlichkeit anhängt.

Akzeptiert man diese Notwendigkeiten, dann stellt sich die Frage, wo in diesem Vorgehen das Besondere einer ganzheitlichen Betrachtung liegen kann. Soll man etwa alle möglichen Kategorien analysieren? Dies wäre zum einen schon vom Aufwand her unmöglich, und zum anderen verkennt solch ein Anspruch wiederum, dass die Kategorien nur Abstraktionen darstellen, die auf Basis von theoretisch begründeten Überlegungen auf die Wirklichkeit angewendet werden, also implizit notwendigerweise selektiv sind. So viel Konstruktivismus sollte sein.

Eine der zentralen Ursachen für die Sehnsucht nach Ganzheitlichkeit ist der Rückbezug der Forschungspraxis auf die eigene Person. Man erkennt sich manches Mal nur schwer wieder in den Zahlen und Daten der empirischen Kommunikationsforschung. Man funktioniert – zumindest in der eigenen Wahrnehmung – nicht so vorhersagbar, wie es gelegentlich die Präsentation empirischer Ergebnisse nahe legt, man ist als Person wesentlich komplexer und hat ein Unwohlsein, wenn man gewissermaßen auf einige wenige Merkmale und deren statistische Beziehungen reduziert wird.

Eigentlich ist dieses Unbehagen rational nicht wirklich begründet. Letztlich beruht es auf einem Missverständnis über das Wesen sozialwissenschaftlichen Arbeitens. Die Reduktion auf wenige grobe, beobachtbare Merkmale ist keine Verkürzung, sondern eine Abstraktion. Verkürzend wäre

es nur dann, wenn Sozialwissenschaftler der Ansicht wären, damit ein vollständiges Abbild zu schaffen, wenn sie sich der Begrenztheit nicht bewusst wären.

Letztlich beruht das Problem auf einer grundlegenden Fehlinterpretation des Wesens quantitativer sozialwissenschaftlicher Forschung. Dieses Missverständnis bezieht sich auf das Verhältnis von Individuum und Stichprobe. Die Beschreibung einzelner Merkmale und die Analyse der Zusammenhänge zwischen verschiedenen Merkmalen geschieht auf Basis von Beobachtungen über eine Anzahl von Individuen. Damit wird kein Anspruch erhoben, Aussagen über einzelne Individuen zu machen. Die sozialwissenschaftliche Analyse führt zu einer Abstraktion, der kein Einzelfall entsprechen muss. Die individuellen Besonderheiten gehen als Zufallsstreuung in die Berechnungen ein. Damit wird die Individualität des Einzelfalls, sein besonderer Charakter, keineswegs geleugnet. Ganz im Gegenteil. Er wird als das nicht Erklärbare angesehen, als das, was jedem von uns seinen eigenen Wert gibt“

„Die sozialwissenschaftliche Analyse führt zu einer Abstraktion, der kein Einzelfall entsprechen muss. Damit wird die Individualität des Einzelfalls keineswegs geleugnet. Ganz im Gegenteil. Er wird als das nicht Erklärbare angesehen, als das, was jedem von uns seinen eigenen Wert gibt“

den anderen weder zu bestimmenden noch abzuschneidenden Wert gibt. Dieses nicht Erklärbare und nicht Systematisierbare macht letztlich das Wesen der Individualität aus, und jeder Anspruch, dies aufzuklären zu können, ist zutiefst anmaßend. Quantitative Sozialforschung kommt ohne diese Anmaßung aus. Sie kann die Individualität als Zufallsstreuung interpretieren, welche die Ergebnisse in ihren Tendenzen nicht beeinflusst. Die Forderung nach einem Paradigmenwechsel beruht auch auf einer Überzeichnung der Gegensätze zwischen quantitativer und qualitativer empirischer Kommunikationsforschung. Ich vermag keinen grundlegenden Unterschied zwischen beiden Forschungsstrategien zu erkennen. Beide Ansätze sind empirisch, sie versuchen also, Erkenntnisse auf der Basis systematischer Beobachtung zu gewinnen. Dazu müssen sie sowohl



Beobachtungseinheiten als auch Beobachtungskategorien festlegen. Quantitative Forschung untersucht eine große Anzahl von Beobachtungseinheiten mit einem vorher festgelegten Set an Beobachtungskategorien. Unter Zuhilfenahme statistischer Verfahren werden in dem so entstandenen Datenmaterial Strukturen aufgespürt und überprüft. Qualitative Forschung untersucht nur eine geringe Zahl von Einheiten, erfasst ihr empirisches Material aber in der Regel so, dass das Material immer wieder analysiert werden kann und dabei die Beobachtungskategorien weiterentwickelt werden können.

Beide Forschungsstrategien können sinnvoll aufeinander bezogen werden. Sie haben unterschiedliche Funktionen und werden bei unterschiedlichen Fragestellungen eingesetzt. Häufig findet man allerdings das Missverständnis, qualitative Studien hätten nur Vorstudiencharakter und man könne mit Hilfe quantitativer Daten nicht explorativ arbeiten. Beides ist falsch.

Konsequenterweise findet man auch kaum Forscher, die überwiegend quantitativ arbeiten und den Wert qualitativer Forschung nicht akzeptieren. Die Schärfe und Grundsätzlichkeit, mit der

die Auseinandersetzung zumindest von einer Seite geführt wird, erklärt sich wohl daraus, dass es hier nicht nur um wissenschaftstheoretische Positionen geht, sondern auch um materielle Fragen. Es geht auch um Forschungsmittel und attraktive berufliche Positionen. In diesem Bereich fühlen sich eher qualitativ orientierte Forscher unterprivilegiert. Der angemahnte Paradigmenwechsel soll dazu führen, die Karrierechancen einer bestimmten Klientel zu verbessern. Insbesondere diese Überlegungen machen es aber so unverstänlich, dass die Forderungen nach einer anderen Wissenschaft häufig in solch einem moralisierenden Gewand daherkommen.

Meines Erachtens wird mit dem Streben nach ganzheitlicher Kommunikationswissenschaft ein Anspruch formuliert, der nicht sinnvoll, wenn nicht sogar gefährlich ist. Es werden Leistungen von Sozialwissenschaft eingefordert, die diese nicht erbringen kann. Diese Überforderung kann zu einem Glaubwürdigkeitsverlust führen. Letztlich wird damit auch ein tiefsitzendes Misstrauen gegenüber Rationalität bedient. Überdies erscheint mir der Anspruch, Individuen ganzheitlich analysieren zu können, anmaßend. ◆

„So müssen wir uns
die Wissenschaft ... als Kunst denken,
wenn wir von ihr irgend eine Art
von Ganzheit erwarten.“

Goethe

Hermeneutik als Perspektive

Sozialwissenschaft muss Verstehensprozesse analysieren VON VERENA BLAUM

Prof. Dr.
Verena Blaum
lehrt und
forscht im
Fach Sprache
und Kommuni-
kation des
Fachbereichs
Kulturwissen-
schaften der
Universität
Lüneburg

Ist der quantitative Variablenansatz das methodologische Paradigma in der Kommunikationswissenschaft? Wäre ein Paradigmenwechsel wünschenswert? Keine dieser beiden Fragen würde ich bejahen.

Die erste nicht, weil der Begriff des Paradigmas hier, wie so häufig, wieder einmal inflationär wird: Es ist doch längst nicht klar, ob in den Sozialwissenschaften, im Vergleich zu den Naturwissenschaften, überhaupt von Paradigmen oder

Paradigmenwechsel gesprochen werden kann. Schon gar nicht im Bereich der Methoden. Und die nicht zu bestreitende Dominanz quantifizierender Vorgehensweisen in unserem Fach sehe ich andererseits nicht als Negativum. Im Gegenteil halte ich sie für angemessen dem, was grosso modo zu unserem Untersuchungsgegenstand zählt: die Kommunikation durch Massenmedien, Journalismus, Public Relations und deren wechselseitige Beziehungen.

Eine Problematisierung dieses überwiegend quantifizierenden Zugriffs auf den Forschungsgegenstand erscheint dennoch notwendig. Ich schließe mich ihr dort an, wo es um reduktionistische Erhebungstechniken und Interpretationen von Datenmaterial geht, wo übersehen wird, dass Befragungen und Inhaltsanalysen mit nichts anderem als sprachlichen Äußerungen menschlicher Individuen operieren und also immer den historischen und gesellschaftspolitischen Horizont solcher Materialisierungen mitreflektieren müssen – soll denn so etwas wie wissenschaftliche Wahrheit (die sich relational definieren lässt) das Erkenntnisziel sein.

Die mangelnde Reflexion darüber, womit wir eigentlich arbeiten, unsere eigene Sprache und das Gesprochene oder Gedruckte als Forschungsgegenstand, lässt sich allerdings bei sehr vielen, wenn nicht den meisten quantifizierenden Untersuchungen nachweisen. Sie wäre zu beheben, um der genaueren, besseren Erkenntnis willen.

Es ist dies eine Problematik, die auch andere Sozialwissenschaften betrifft, insbesondere die Soziologie. Hier gibt es seit gut zehn Jahren eine Art qualitativen „Turn“, abzulesen an den inzwischen zahlreicheren Veröffentlichungen zur sogenannten qualitativen Sozialforschung. Die Kommunikationswissenschaft partizipiert daran erst schrittweise. Sie könnte durchaus an Tempo zulegen, sowohl im Hinblick auf ihre Interviewtechniken wie auch auf ihre Inhaltsanalysen.

Sprachanalytische Vorgehensweisen sollten nicht nur den Linguisten, Philosophen und den aus anderen Disziplinen (vor allem der Literaturwissenschaft) stammenden, neu ernannten Kulturwissenschaften überlassen bleiben, die den Unterschied zwischen fiktionalen und nonfiktionalen Texten methodisch gern vernachlässigen. Auf einer vergleichsweise hohen Abstraktionsebene funktioniert das zwar, entsprechend erratisch und jedenfalls nicht falsifizierbar kommen dann aber die mancherorts herumschwirrenden „Diskurse“ und „Dekonstruktionen“ daher. Wahrheit als Erkenntnisziel verliert sich darin. Qualitative Sprachanalyse aus sozialwissenschaftlicher Perspektive, die sich ausschließlich mit nonfiktionalen Texten befasst, bedarf der Hermeneutik, der Systematisierung von Verstehensprozessen. Die Hermeneutik entstand aus dem Verste-

hen fiktionaler Bibeltexte, hat sich jedoch von der Theologie zur Jurisprudenz, Geschichtswissenschaft und Soziologie hin entwickelt, ist also im Umgang mit nonfiktionalen Texten längst erprobt. Dass sie weiter im Bereich fiktionaler Texte, vor allem der belletristischen Literatur und Kunst, aufs vielfältigste angewandt wird, widerspricht dem nicht.

Vorsichtig taucht heute schon vereinzelt die Bezeichnung „sozialwissenschaftliche Hermeneutik“ auf. In sozialwissenschaftlichen Lexika sucht man nach diesem Begriff noch vergebens. Aber es lohnt die Vertiefung in manche philosophischen Lexika, die alle etwas zur Hermeneutik zu sagen haben. Insonderheit Hans-Georg Gadamer, für den die Hermeneutik auch noch weit mehr war als nur eine wissenschaftliche Methode sprachlichen Verstehens, lenkt den Blick auf die Notwendigkeit offener, zugleich historisch reflektierter „Erfahrungsbereitschaft“ jeder Wissen-

„Sprachanalytische Vorgehensweisen sollten nicht nur den Linguisten, Philosophen oder neu ernannten Kulturwissenschaften überlassen bleiben“

schaft. Denn „alle Welterkenntnis des Menschen ist sprachlich vermittelt... Alle Erfahrung vollzieht sich in beständiger kommunikativer Fortbildung unserer Welterkenntnis... und hermeneutische Anstrengung gelingt überall da, wo Welt erfahren, Unvertrautheit aufgehoben wird, wo Einleuchten, Einsehen, Aneignung erfolgt, und am Ende auch dort, wo die Integration aller Erkenntnis der Wissenschaft in das persönliche Wissen des Einzelnen gelingt.“ Diese Integration, diese Eingliederung verstehender wissenschaftlicher Wahrheitssuche in die Erkenntnis und das Wissen des forschenden Individuums erscheint so selbstverständlich, dass sie selten bedacht wird. ◆

Jahrestagung vier Wochen früher

Wegen einer Messe in Hannover Ende Mai hat der DGPK-Vorstand beschlossen, die nächste Jahrestagung vorzuzerlegen. Sie beginnt nun bereits am 30. April und endet am 2. Mai 2003. In Messezeiten sind die Hotelzimmerpreise doppelt so hoch wie sonst.

Die Lage ist nicht so zum Träumen

15 Fragen an Stefanie Averbek



Dr. Stefanie Averbek arbeitet als wissenschaftliche Assistentin am Lehrstuhl für Historische und Systematische Kommunikationswissenschaft der Universität Leipzig

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

Ich erinnere mich sehr gut an diffuse Vorstellungen. Ich habe „Publizistik“ 1986 in Münster gewählt, um Journalistin zu werden. Meine Berufsvorstellungen waren, gelinde gesagt, ebenso vage wie meine Vorstellungen von Studieninhalten. Die Wahl meiner Nebenfächer, Romanistik und Politologie, war dagegen viel weniger intuitiv.

2 Haben sich diese Erwartungen erfüllt?

Sie haben sich entwickelt und mehr als erfüllt. Sonst wäre ich kaum an die Universität zurückgekehrt.

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

Was mich fasziniert hat, war die Erkenntnis, dass „Kommunikation“ ein gesellschaftliches Problem auf allen Ebenen ist und zugleich über „Gesellschaft“ im soziologischen Sinne hinausgeht. Was mich außerdem interessiert hat, war, dass dieses merkwürdige Kommunikationsproblem synchrone und diachrone Ebenen hat: Auch vor uns wurde über Kommunikation als gesellschaftliches Phänomen nachgedacht. Meine ersten Erfahrungen mit dem historischen Gegenstand habe ich in einem Projektseminar von Arnulf Kutsch gemacht. Ich kannte ihn nicht, und ich habe auch nicht Geschichte studiert; eine intuitive Wahl also, die sich langfristig als richtig erwiesen und meine Dissertation über Kommunikationstheorien im soziologischen Milieu der Weimarer Zeitungswissenschaft vorbereitet hat. Bis heute ist der Austausch mit Arnulf Kutsch sehr intensiv. Im Zuge meiner Recherchen habe ich Ernest Mannheim kennen. Er hat bei seinem Cousin Karl Mannheim und noch bei Ferdinand Tönnies studiert. In den Gesprächen mit ihm habe ich viel über Zusammenhänge zwischen Wissenssoziologie und Kommunikationswissenschaft gelernt.

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

Frustriert hat mich als junge Studentin die Unübersichtlichkeit des Faches, der Ansätze, der Gegenstände. Ich denke, heute ist die Situation besser, die Studierenden haben inzwischen eine Auswahl an zusammenfassenden Einführungen in die Kommunikationswissenschaft.

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

Ich bin gerade dabei zu habilitieren und kann mein eigenes Tun schlecht als überflüssig ansehen. Natürlich ist es oft ein etwas zielloses Tun, da es in Zeiten der Abschaffung der Habilitation stattfindet. Kreatives Arbeiten bleibt so der Selbstmotivation überlassen.

6 Haben Sie hartnäckig wiederkehrende berufliche Träume?

Zunächst den, die Habilitation in der vorgegebenen Zeit zu schaffen. Das ist natürlich ein mehr funktioneller Traum, aber dito: Die Lage ist nicht so zum Träumen. Natürlich träume ich trotzdem und denke nicht nur an ablaufende Zeitverträge.

7 Was würden Sie als Wissenschaftsministerin Ihres Landes sofort ändern?

Ich würde zunächst versuchen, eine Art „teilnehmende Beobachtung“ auf allen Ebenen zu vollziehen, um die Probleme aus der Warte der Studierenden, der Forschenden und Lehrenden, der Verwaltung kennen zu lernen. Die Kooperation von Verwaltung und Forschenden ist oft mangelhaft. Viele Vorschriften, etwa zur Drittmittelverwaltung, sind kontraproduktiv. Die Unterfinanzierung der Hochschulen ist grotesk. Grundlegernd würde ich versuchen, das System so zu ändern, dass es nicht länger Leute produziert, die in abhängigen und hochgradig unsicheren Positionen arbeiten, bis sie über 40 sind, und deren berufliche Träume (siehe oben) dadurch eher mittelmäßig werden. Natürlich produzieren Lebenszeitstellen umgekehrt unflexible Haltungen. Da muss es einen Mittelweg geben.

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

Ich meine ja. Bereichernd ist allerdings der internationale Vergleich: Denn was entscheidend ist, welche theoretische Perspektive, welche methodische Herangehensweise, wird durchaus unterschiedlich bewertet. Die deutsche Kommunikationswissenschaft hat meines Erachtens eine zu stark anglo-amerikanisch zentrierte Sicht.

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

Man hat den Eindruck, dass die Fachgruppen innerhalb der DGPK zu abgeschottet arbeiten. Das liegt wohl auch daran, dass es für den Einzelnen schlicht ein Zeitproblem ist, andere Angebote als die „angestammten“ wahrzunehmen. Gleiches gilt für die Veröffentlichungen. Eine Trennlinie sehe ich auch zwischen „Empirikern“ und „Nicht-Empirikern“, die meiner Ansicht nach überflüssig ist (da auch Hermeneutik empirisch arbeitet) und akademischen Abgrenzungsstrategien geschuldet.

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

Wissenschaft sollte für die Gesellschaft vor allem in dem Sinne „nützlich“ sein, als sie irritiert, Fragen an diese Gesellschaft stellt und nicht nur instrumentell die Fragen dieser Gesellschaft beantwortet. In diesem Sinne war die Kommunikationswissenschaft – historisch gesehen – bisher zu sehr eine „nützliche“ Wissenschaft.

11 Ist die Kommunikationswissenschaft eine kommunikative Wissenschaft?

Der Jargon ist in hohem Maße ein interner und kaum nach „außen“ vermittelbar. Wissenschaft ist aber meines Erachtens nicht komplett vulgarisierbar, was ich nicht in einem elitären Sinne meine. Wissenschaft braucht Experten, die tatsächlich wissen, woher dieses Wissen kommt, mit dem man handelt, und welche Probleme es lösen soll. Dieser Diskurs muss natürlich auch öffentlich geführt werden. Hier hat die Kommunikationswissenschaft offensichtlich Probleme. Die Frage, was eigentlich Kommunikationswissenschaft sei, hört man etwa von Kollegen aus anderen Wissen-

schaften viel zu oft. Die Kommunikation mit der Berufspraxis ist allerdings immens gestiegen.

12 Welchen Kongress wollten Sie immer schon einmal organisieren?

Einen, der Wissenschaftler zusammenbringt, die einander sonst nicht wahrnehmen, nach Möglichkeit in einem internationalen Kontext. Zugespielt: Es ist schade, wenn sich die DGPK über die Fachvergangenheit im Dritten Reich aufregt, ein Diskurs per Internet und brieflicher Korrespondenz in Gang kommt und dann beim entsprechenden Kongress die Experten wieder unter sich sind... Es ist zwar fruchtbar, wenn sich Leute treffen, die sich gegenseitig lesen, aber das ist meiner Ansicht nach nicht der Hauptzweck von Kongressen. Die Anklage kann ich aber gleich gegen mich selbst richten: Die Mehrzahl der Einladungen zu Kongressen wandert in den Papierkorb.

13 Und welches Buch werden Sie irgendwann einmal schreiben?

Sie merken schon, eines meiner Lieblingsthemen ist im Moment mangelnde Zeit bzw. der Versuch, „Zeit“ nicht von der Warte eines Mangels aus zu beurteilen. Vielleicht sollte man über den Zusammenhang von Zeit(wahrnehmung) und Kommunikationsprozessen arbeiten. Gibt es aber auch schon, siehe die Arbeiten von Edward Hall.

14 Welche Projekte beschäftigen Sie zur Zeit?

Mein Habilitationsprojekt befasst sich mit Kommunikationstheorien in Frankreich. Das Fach Kommunikationswissenschaft ist jenseits des Rheins so „jung“, nämlich erst seit etwas mehr als dreißig Jahren universitär etabliert, dass es jetzt zu erfrischenden Debatten über die erreichte Identität kommt, auch mit Blick auf eine allgemeine Epistemologie der Kommunikationswissenschaft.

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?

Ich mache dann etwas, das garantiert nicht in die kommunikationswissenschaftliche Hirnregion fällt: Ich male, oder ich treffe mich mit Freunden, die zwar sehr gut kommunizieren, das aber absolut unprofessionell... ♦

Den „Fragebogen“ beantworteten jüngere Wissenschaftler in der DGPK



Die Trennlinie zwischen Empirikern und Nicht-Empirikern ist akademischen Abgrenzungsstrategien geschuldet



Soziologie der Medienkommunikation:

Begriffliche Schwierigkeiten

Zum Workshop „Globalisierung der Medien – Herausforderungen für Kultur, Gesellschaft und transkulturelle Kommunikation“ trafen sich in Münster vom 4. bis zum 7. Juli zwanzig Teilnehmer. Organisiert wurde die interdisziplinäre Tagung von Andreas Hepp und Friedrich Krotz für die Fachgruppe Soziologie der Medienkommunikation. Die Vorträge und Diskussionen zeigten, dass die Beschäftigung mit einer Reihe drängender Fragen erst am Anfang steht. Das ist insofern überraschend, als das Thema seit den 70er Jahren innerhalb unseres Faches wie in weiteren Disziplinen, z.B. der interkulturellen Pädagogik, auf eine wechselvolle Geschichte verweist. Leider haben die bisherigen Auseinandersetzungen weder zu länger anhaltender interdisziplinärer Verständigung noch zu kontinuierlicher Beschäftigung geführt.

Das liegt nicht zuletzt an terminologischen Schwierigkeiten. Viele der Phänomene und Ent-

wicklungen, die heute mit Begriffen wie Transkulturalität, Translokalisierung oder Deterritorialisierung umschrieben werden, wurden noch vor kurzem unter der Perspektive der Internationalisierung von Massenkommunikation und ihren Folgen behandelt, ohne dass die Entwicklungslinien nachgezeichnet sind. Während die aktuelle Situation zusehends auch von einer postnationalen Konstellation geprägt ist, weisen die früheren Diskussionen zur Internationalisierung noch deutliche nationalkulturelle Bezüge auf. Die Auswirkungen der Globalisierung dürften für Europa im Vergleich mit Asien oder Nordamerika unterschiedliche Folgen haben, so dass gerade die kulturvergleichende Per-

spektive immer wichtiger wird. Auf diese begrifflichen, konzeptionellen und theoretischen Schwierigkeiten konnte und wollte der Workshop keine abschließenden Antworten geben.

Insgesamt sieben Beiträge waren in drei thematischen Blöcken zusammengefasst. Im ersten Block, der dem theoretischen Rahmen der Medienglobalisierung galt, gab Friedrich Krotz einen Überblick über Zugänge und Problemlagen und verlängerte die Problembeschreibung mit Blick auf die Entwicklung digitaler Medien und die Mediatisierung des Alltags. Andreas Hepp (Ilmenau) stellte das Begriffskonzept der translokalen Medienkulturen vor und lotete diejenigen Phänomene und Entwicklungen aus, die bisherige, vor allem begriffliche Grenzziehungen herauszufordern scheinen. Hepp legte das Gewicht auf die Aspekte und Momente, die mit dem Nationalkulturbegriff beschreibbare Phänomene überschreiten bzw. herausfordern.

Im zweiten Vortragsblock ging es um Strategien von Medienunternehmen und Repräsentationen des Globalen. Michael Neuner (Ludwigshafen) und Swaran Sandhu (Hohenheim) wählten das Beispiel Harry Potter und diskutierten die Strategie von Warner Bros., einen „Deutungsimperialismus“ über die gesamte mediale Wertschöpfungskette hinweg global durchzusetzen. Jens Ruchatz (Köln) behandelte Internationalisierung in diskursanalytischer Hinsicht und verfolgte mediengeschichtlich rekonstruierbare Phasen.

Der dritte Themenblock handelte von Weltgesellschaft und Weltkommunikation. Alexander Görke (Münster) betrachtete die Entwicklung unter systemtheoretischer Perspektive und fasste die Weltgesellschaft als „Gesamt der kommunikativ erreichbaren Welt“. Einen komparativen Standpunkt verfolgte Frank Esser (Mainz) und diskutierte Probleme im Umgang mit kulturellen Gemeinsamkeiten und Unterschieden. Aus medienökonomischer Perspektive fragte Carsten Winter (Klagenfurt) nach den Bedingungen der Entwicklung und deren Einflußgrößen.

Die Tagung machte deutlich, dass Medienglobalisierung ein vielversprechendes Thema mit großen theoretischen Herausforderungen ist.

UDO GÖTLICH

Vorschau

FG Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht: „Medienkörper – Körper in den Medien“, 11.-12. Oktober 2002, Göttingen

FG Computervermittelte Kommunikation: „Gute Seiten – schlechte Seiten. Qualität in der computervermittelten Kommunikation“, 1.-2. November 2002, München

FG Medienökonomie: „Vom Theorien-Diskurs zur Theorien-Anwendung! Anwendung und Erklärungspotenzial theoretischer Ansätze für medienökonomische Fragestellungen“, 7.-9. November 2002, Zürich

FG PR und Organisationskommunikation: „PR-Ausbildung im deutschsprachigen Raum – eine Zwischenbilanz“, 21.-23. November 2002, Lingen

FG Visuelle Kommunikation: „Visuelle Wahlkampfkommunikation“, 22.-23. November 2002, Ilmenau

FG Rezeptionsforschung: „Vom Publikum zum User – Mediennutzung und Medienrezeption in konvergierenden Medienumgebungen“, 24.-25. Januar 2003, Potsdam

FG Journalistik/Journalismusforschung und FG Kommunikationsgeschichte: „Journalismus im Wandel – Wandel des Journalismus“, 24.-25. Januar 2003, Bamberg

FG Kommunikation und Politik/AK Politik und Kommunikation (DVPW): „Repräsentation und Präsentation in der Mediengesellschaft“, 6.-8. Februar 2003, Passau

FG Kommunikations- und Medienethik/Netzwerk Medienethik: „Medienethik in der Aus- und Fortbildung von Medienberufen“, 20.-21. Februar 2003, München

DGPuK-Jahrestagung: „Die Zukunft der Kommunikationsberufe – Ausbildung, Berufsfelder, Arbeitsweisen“, 30. April-2. Mai 2003, Hannover

Mut zur Frau

Uwe S. Schuricht fordert mehr weibliche Führungskräfte

In den Kanzlerduellen und im Wahlkampf erhält die Diskussion über die beruflichen Möglichkeiten von Frauen neue Aktualität. Hoffentlich führt diese Diskussion nicht nur zur Mobilisierung weiblicher Wählerpotenziale. Es wäre sehr zu wünschen, dass in der nächsten Legislaturperiode mit der Verbesserung der Rahmenbedingungen für Frauen in der Wirtschaft Ernst gemacht wird.

Die These, dass Frauen besser sein müssen als ihre männlichen Konkurrenten, wenn sie Karriere in der Wirtschaft machen wollen, hält sich hartnäckig. In der Unternehmenskommunikation größerer und vor allem internationaler deutscher Unternehmen ist das Thema Gleichberechtigung angekommen. Die hiermit verbundenen Fragen werden ernst genommen und zum Teil auch als Aufträge an das Management, Führungsgrundsätze oder Leitlinien der Unternehmenskultur dokumentiert. Wie im wirklichen Leben klafft jedoch auch im Leben der Unternehmen eine große Lücke zwischen Anspruch und Wirklichkeit. Im internationalen Vergleich, und insbesondere im Vergleich mit Nordamerika, erhalten deutlich weniger weibliche Führungskräfte in Deutschland Verantwortung für wichtige Bereiche oder die Leitung von Unternehmen.

Dies liegt sicherlich mit daran, dass es in der Bundesrepublik auch zu Beginn des 21. Jahrhunderts keine verlässlichen Infrastrukturvoraussetzungen für Frauen gibt, die ihrer Verwirklichung im Beruf nicht den Wunsch nach Kindern und der Gründung einer Familie opfern wollen. Die nach wie vor unbefriedigenden Kinderbetreuungs-Möglichkeiten für berufstätige Mütter, die unzulänglichen Rah-

menbedingungen für Teil- oder Vollzeitarbeitskräfte, die berufstätige Mütter im Haushalt unterstützen, und die daraus resultierenden Wettbewerbsnachteile für Frauen belasten nicht nur den Arbeitsmarkt in Deutschland. Vielmehr entstehen aus den unvorteilhaften Rahmenbedingungen und der erkannten Handlungsunfähigkeit von Arbeitgebern, Gesetzgeber und Tarifpartnern auch internationale Wettbewerbsnachteile.

Zum einen bereits deshalb, weil die Wirtschaft Erfahrungsschatz, Kompetenz und Ressourcen von Frauen zu wenig nutzt. Zum anderen, weil sich deutsche Frauen

im globalen Arbeitsmarkt Standorte suchen werden, die attraktivere Rahmenbedingungen bieten. Schließlich auch deshalb, weil internationale weibliche Führungskräfte für den deutschen Arbeitsmarkt aus den oben genannten Gründen nicht gewonnen werden können.

Der Crash der New Economy und die anhaltende wirtschaftliche Rezession verstellen derzeit den Blick auf diese Fragen. Aber die demografische Entwicklung und die daraus resultierenden Veränderungen im Markt für Führungskräfte zwingen die Arbeitgeber von morgen, neue Wege bei der Rekrutierung, der Ausbildung und der Bindung („retention“) von Führungskräften zu gehen.

Es ist zu wünschen, dass die deutsche Wirtschaft die Entwicklung nicht erneut verschläft, sondern entschieden und frühzeitig darauf drängt und dabei mitwirkt, dass Frauen rasch bessere Karrieremöglichkeiten erhalten. Und dies hoffentlich nicht trotz, sondern wegen der Mehrbelastung, die Frauen bereit sind auf sich zu nehmen. ◆



Dr. Uwe S. Schuricht

In der Aviso-„Kolumne“ kommen Vertreter der Medienpraxis, Medienwirtschaft und Medienpolitik zu Wort

Dr. Uwe S. Schuricht ist Generalbevollmächtigter für Personalentwicklung beim Axel Springer Verlag

Diskussion der Standards

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

Der neue Vorstand der DGPK hat im August zum ersten Mal getagt. Er will in einem „Meilensteinplan“ Zielvorgaben definieren und auf der Mitgliederversammlung 2003 in Hannover vorstellen. Romy Fröhlich, die neue Vorsitzende, gibt einen Überblick

In Anknüpfung an die „alte“ Zielvorgabe steht das Bemühen um eine Konsolidierung der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft sowie die damit zusammenhängende weitere Professionalisierung der DGPK auch für uns an erster Stelle. Dazu muss zunächst einmal intern die Diskussion um den Kern und um Standards unserer Disziplin geführt und vorangebracht werden. Erste konkrete Initiativen hierfür hat der neue Vorstand bereits beschlossen; in Hannover gibt es dazu dann genauere Informationen.

Zur Konsolidierung des Faches gehört aber auch das Bemühen um mehr Internationalität, um mehr internationale Sichtbarkeit der Leistungen unseres Faches. So hat der neue Vorstand z.B. finanzielle Mittel freigestellt, mit denen es den Fachgruppen in Zukunft erleichtert werden soll, ihre Tagung international auszurichten. Außerdem sollen der Informationsfluss, die Kooperation und der Austausch auf internationaler Ebene stärker institutionalisiert werden – unter anderem durch eine stärkere Kooperation mit internationalen Fachverbänden unserer Disziplin. Es ist geplant, einen eigenen Ausschuss mit den Aufgaben einer stärkeren Internationalisierung zu betrauen.

Darüber hinaus beschäftigen wir uns auch mit der Frage, was die DGPK dazu beitragen kann, um gerade beim wissenschaftlichen Nachwuchs eine stärkere internationale Orientierung anzuregen (internationale Veröffentlichungen, Kongressbeiträge, Short-term Lectureships usw.). Der Vorstand konzipiert hierfür in Zusammenarbeit mit erfahrenen DGPK-Kolleginnen und -Kollegen ein entsprechendes Coachingsystem.

Solche Maßnahmen zur weiteren Profilierung unseres Faches sind zugleich Maßnahmen der

Nachwuchsförderung, die unverändert auch zu den Prioritäten des neuen Vorstands zählt. So sieht der in Arbeit befindliche Meilensteinplan unter anderem vor, eine Bestandsaufnahme zur beruflichen Situation des wissenschaftlichen Nachwuchses unserer Disziplin zu erarbeiten. Hierbei werden wir von zwei engagierten Mitgliedern unterstützt.

Der Profilierung nach innen muss eine stärkere, selbstbewusstere Außendarstellung des Faches und ihrer Gesellschaft folgen – z.B. auch der DFG gegenüber. Einen ersten Schritt in diese Richtung hat bereits der vorhergehende Vorstand mit der Einrichtung des DGPK-Online-Newsletters getan (betreut von Michael Meyen). Die erste „Ausgabe“ haben die meisten von Ihnen mittlerweile via E-mail erhalten. Dieser Newsletter ist in erster Linie für externe Zielgruppen konzipiert. Er wird so gut oder so schlecht sein wie die Informationsarbeit, die jede und jeder von Ihnen bereit ist hierfür zu leisten – durch regelmäßige für die Zielgruppe relevante Informationen aus den Instituten, über Projekte, Forschungsergebnisse, Publikationen, Tagungen usw.

Zur Zeit überlegen wir, wie wir diesen Online-Newsletter auch in unsere Bemühungen um Internationalisierung einbinden können. Und was die DFG angeht, so werden wir uns aktiv in die aktuelle Diskussion um die erfolgten Strukturveränderungen des Gutachter- und Wahlverfahrens einbringen. In Hannover ist außerdem wie schon in Dresden ein DFG-Sonderfenster geplant.

All das (und vieles mehr, über das wir Sie in Hannover informieren werden) wird nicht zum Nulltarif erhältlich sein. Eine Erhöhung der Mitgliederbeiträge steht aber für uns nicht zur Diskussion. Die DGPK steht finanziell gut da. Bei den vielen Projekten und Aufgaben, die wir uns vorgenommen haben, werden wir trotzdem mit spitzem Stift rechnen müssen. Ohne das ehrenamtliche Engagement unserer Mitglieder würde aber auch das nicht weiterhelfen. Also: Engagieren Sie sich für die DGPK und für unser Fach. Wir brauchen Ihre Mitarbeit. Und all denen, die dies schon heute tun, sage ich auf diesem Wege und im Namen des Vorstands herzlichsten Dank.

ROMY FRÖHLICH

„Zur Konsolidierung gehört das Bemühen um mehr Internationalität“

Dr. Ralf Hohlfeld, wissenschaftlicher Assistent am Lehrstuhl für Journalistik I der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt, hat sich an der dortigen Sprach- und Literaturwissenschaftlichen Fakultät habilitiert.

Dr. Daniel Süß ist im April 2002 zum Professor für Kommunikations- und Medienpsychologie an der Hochschule für Angewandte Psychologie in Zürich ernannt worden.

Aus Anlass der Bundestagswahl hat die Redaktion der Zeitschrift „vorgänge“ ein Sonderheft zum Thema **Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft** herausgebracht. Das Heft versammelt Beiträge u.a. von Jürgen Falter, Ulrich Sarcinelli, Günter Bentele, Andreas Dörner und Ludgera Vogt sowie von Matthias Machnig und Uwe-Karsten Heye. Es kann beim Verlag Leske + Budrich zum Preis von 9,50 € bestellt werden.

Prof. Dr. Insa Sjurts (Flensburg) ist zum Mitglied der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich ernannt worden.

Der Akademische Senat der FU Berlin hat **Dr. Joachim Klewes** zum Honorarprofessor im Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Arbeitsbereich Öffentlichkeitsarbeit/Kommunikationsmanagement ernannt.

Dr. Gregor Daschmann (Mainz) hat für seine Arbeit „Einfluss von Fallbeispielen auf Rezipientenurteile“ den Dissertations-Förderpreis 2002 der DGPK erhalten. Zweite Preise gingen an **Simone C. Ehmig** (Mainz) und an **Klaus Meier** (Eichstätt).

Dr. Gudrun Schäfer, bislang wissenschaftliche Mitarbeiterin im Bereich Medienwissenschaft an der Universität Paderborn und im Forschungsprojekt „Abkehr von der Politik?“ (Bochum), arbeitet nun als wissenschaftliche Koordinatorin am Essener Kolleg für Geschlechterforschung.

Die Manuskripte der Sendereihe „Medienforum“, die der SWR von Mai bis August ausstrahlte, sind kostenlos über den Sender zu beziehen (SWR Medienforschung, 76522 Baden-Baden). Die Reihe befasste sich mit den Schwerpunktthemen „Sprache und Medien im neuen Jahrtausend“, „Humor in den Medien“ und „Neue Medien und Gesellschaft“.

Prof. Dr. Peter Vorderer hat den Ruf auf eine Professur an der University of Southern Californ-

nia in Los Angeles angenommen. Die Hochschule für Musik und Theater hat ihn für fünf Jahre unter Zusicherung der Grundausrüstung teilzeitbeurlaubt. Von Hannover aus wird er drei Forschungsprojekte durchführen: „Unterhaltsamer Mediengebrauch und Spracherwerb“ (mit Dr. Ute Ritterfeld, Universität Magdeburg), „Computer- und Videospiele in der Verkehrssicherheitsarbeit“ und „Presence: Measurement, effects, and conditions“.

Journalisten aus Europa und den USA können sich noch bis zum 31. Oktober 2002 um eines der **Europäischen Journalisten-Fellowships** am Journalisten-Kolleg der FU Berlin bewerben (www.kommwiss.fu-berlin.de/-ejf).

Der Verlag Harrassowitz (Taunusstr. 14, 65019 Wiesbaden) bietet Mitgliedern der DGPK an, **Joachim Kirchners** zweibändige, in Leinen gebundene „Geschichte der Zeitschrift“ zum Vorzugspreis von 49 € zu erwerben.

Prof. Dr. Rudolf Stöber ist neuer Inhaber des Lehrstuhls für Kommunikationswissenschaft/Journalistik an der Universität Bamberg. Er tritt die Nachfolge von **Prof. Dr. Manfred Rühl** an, der 1999 emeritiert wurde.

Tagungen

„Information – Wissen – Bildung: Netzwerke für die Informationsgesellschaft“, Medienkongress Hamburg, 30. September/2. Oktober, www.gmkforum-2002.de +++ „Entwicklung von Public Relations als Spiegel der ökonomischen und sozialen Prozesse in Osteuropa“, 9./11. Oktober, Bremen +++ „German Online Research Konferenz“, 10./11. Oktober, Stuttgart-Hohenheim, <http://gor.de/gor02> +++ „Celluloid goes digital“, 21./23. Oktober, Trier, dvd-conference@uni-trier.de +++ „Wes Land ich bin, des Lied ich sing: Medien und politische Kultur“, 1./2. November, Bern +++ „Unterhaltung durch audiovisuelle Medien“, Leipziger Hochschultage, 8. November, mandyschossig@web.de +++ „Bilder des Terrors – Terror der Bilder“, 8./9. November, Hamburg, sandra.froehlich@uni-hamburg.de +++ „Mediengesellschaft: Strukturen, Merkmale, Entwicklungsdynamiken“, Mediensymposium Luzern, 28./30. November, www.foeg.unizh.ch

Nachrichten & Personalien

Hinweise bitte an:
gunter.reus@hmt-hannover.de

Averbeck, Stefanie/Wehmeier, Stefan (Hrsg.): Kommunikationswissenschaft und Public Relations in Osteuropa. Arbeitsberichte. Mit einem Vorwort von Günter Bentele und Arnulf Kutsch. Leipzig: Universitätsverlag Leipzig, 2002.

Blaes, Ruth/Richter, Arnd/Schmidt, Michael (Hrsg.): Zukunftsmusik für Kulturwellen. Neue Perspektiven der Kulturvermittlung im Hörfunk. Berlin: Vistas, 2002, 212 Seiten.

Bleicher, Joan K./Hickethier, Knut (Hrsg.): Aufmerksamkeit, Medien und Ökonomie. Münster: Lit, 2002, 232 Seiten.

Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 4., überarbeitete und aktualisierte Auflage. Wien/Köln/Weimar: Böhlau, 2002, 608 Seiten.

Fabris, Hans Heinz: Angewandte Kommunikationswissenschaft. Problemfelder, Fragestellungen, Theorie. Ausgewählte Beiträge 1978-2002. Herausgegeben und eingeleitet von Rudi Renger. München: R. Fischer, 2002, 320 Seiten.

Farrell, David M./Schmitt-Beck, Rüdiger (Hrsg.): Do Political Campaigns Matter? Campaign Effects in Elections and Referendums. London/New York: Routledge, 2002.

Faulstich, Werner/Glasenapp, Jörn (Hrsg.): Liebe als Kulturmedium. München: Fink, 2002, 184 Seiten.

Faulstich, Werner/Steininger, Christian (Hrsg.): Zeit in den Medien – Medien in der Zeit. München: Fink, 2002, 155 Seiten.

Früh, Werner: Gewaltpotentiale des Fernsehangebots. Programmangebot und zielgruppenspezifische Interpretation. Opladen: Westdeutscher Verlag, 2001, 221 Seiten.

Früh, Werner unter Mitarbeit von Anne-Katrin Schultze und Carsten Wunsch: Unterhaltung durch das Fernsehen. Eine molare Theorie. Konstanz: UVK, 2002, 286 Seiten.

Früh, Werner/Stiehler, Hans-Jörg: Fernsehen in Ostdeutschland. Eine Untersuchung zum Zusammenhang zwischen Programmangebot und Rezeption. Berlin: Vistas, 2002, 145 Seiten.

Goldhammer, Klaus/Zerdick, Axel: Rundfunk online. Entwicklung und Perspektiven des Internets für Hörfunk- und Fernsehanbieter. 3., überarbeitete Auflage. Berlin: Vistas, 2002, 356 Seiten.

Hafez, Kai: Die politische Dimension der Auslandsberichterstattung. Band 1: Theoretische Grundlagen. Band 2: Das Nahost- und Islambild der deutschen überregionalen Presse. Baden-Baden: Nomos, 2002, beide Bände zusammen 612 Seiten.

Heinrich, Jürgen/Pätzold, Ulrich/Röper, Horst: Werbepotenziale für die privaten elektronischen Medien in Nordrhein-Westfalen (= Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen, Bd. 42). Leverkusen: Leske + Budrich, 2002, 255 Seiten.

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

Hohlfeld, Ralf/Meier, Klaus/Neuberger, Christoph (Hrsg.): Innovationen im Journalismus. Forschung für die Praxis. Münster: Lit, 2002, 232 Seiten.

Holtz-Bacha, Christina/Kutsch, Arnulf (Hrsg.): Schlüsselwerke für die Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2002, 480 Seiten.

Holzweißig, Gunter: Die schärfste Waffe der Partei. Eine Mediengeschichte der DDR. Köln/Weimar/Wien: Böhlau, 2002, 295 Seiten.

Hömborg, Walter (Hrsg.): Deutschland – einig Medienland? Erfahrungen und Analysen. Münster: Lit, 2002, 128 Seiten.

Kepplinger, Hans Mathias/Ehmig, Simone Christine/Hartung, Uwe: Alltägliche Skandale. Eine repräsentative Analyse regionaler Fälle. Konstanz: UVK, 2002, 200 Seiten.

Ludwig, Johannes: Investigativer Journalismus. Recherchestrategien – Quellen – Informanten. Konstanz: UVK, 2002, 400 Seiten.

Maier, Klaus: Internet-Journalismus. 3., überarb. u. erweiterte Auflage. Konstanz: UVK, 2002, 488 Seiten.

Maier, Michaela: Zur Konvergenz des Fernsehens in Deutschland. Ergebnisse qualitativer und repräsentativer Zuschauerbefragungen. Konstanz: UVK, 2002, 380 Seiten.

Meyen, Michael: Hauptsache Unterhaltung. Medien-

Schierl, Thomas: Text und Bild in der Werbung. Bedingungen, Wirkungen und Anwendungen bei Anzeigen und Plakaten. Köln: Halem, 2001, 326 Seiten.

Schlütz, Daniela: Bildschirmspiele und ihre Faszination. Zuwendungsmotive, Gratifikationen und Erleben interaktiver Medienangebote. München: R. Fischer, 2002, 214 Seiten.

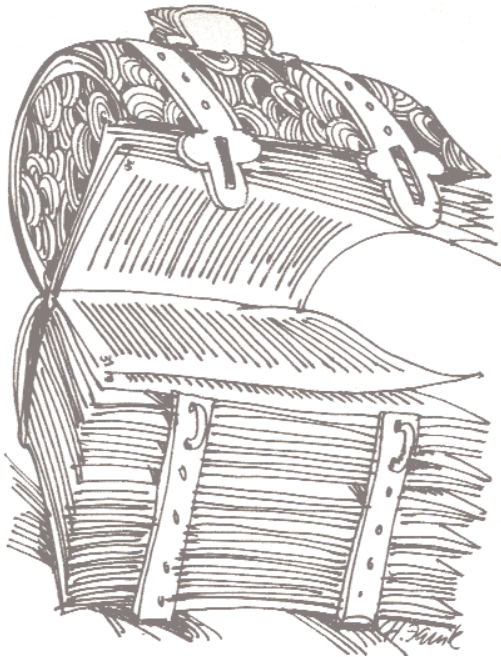
Schönbach, Klaus unter Mitarbeit von Ute Henzgen, Thorsten Müller, Thorsten Rector und Inga Scholz: Eine Inventur der Inventare. Übersichten zu Effekten von Anzeigen. Eine annotierte Bibliographie. Frankfurt a. M.: Deutscher Fachverlag, 2002, 256 Seiten.

Schulz, Wolfgang/Jürgens, Uwe: Die Regulierung von Inheldiensten in Zeiten der Konvergenz. Rundfunkrechtliche Überlegungen zu einer dienstespezifisch diversifizierten Ausgestaltung der Sicherung von Vielfalt, Zugangschancengerechtigkeit und Publizistik. Berlin: Vistas, 2002, 192 Seiten.

Schweer, Martin K. W./Schicha, Christian/Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.): Das Private in der öffentlichen Kommunikation. Big Brother und die Folgen. Köln: Halem, 2002, 446 Seiten.

Stiehler, Hans-Jörg: Leben ohne Westfernsehen. Studien zur Medienwirkung und Mediennutzung in der Region Dresden in den 80er Jahren. Leipzig: Leipziger Universitätsverlag, 2001, 138 Seiten.

Weiß, Ralph/Groebel, Jo (Hrsg.): Privatheit im öffentlichen Raum. Medienhandeln zwischen Individualisierung und Entgrenzung (= Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen, Bd. 43). Leverkusen: Leske + Budrich, 2002, 628 Seiten.



nutzung und Medienbewertung in Deutschland in den 50er Jahren. Münster: Lit, 2001, 328 Seiten.

Paus-Haase, Ingrid/Lempert, Claudia/Süss, Daniel (Hrsg.): Medienpädagogik in der Kommunikationswissenschaft. Positionen, Perspektiven, Potenziale. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2002, 223 Seiten.

Reus, Gunter/Reifarth, Jürgen (Hrsg.): Heinz Knobloch: „Lässt sich das drucken?“ Feuilletons gegen den Strich. Mit Illustrationen von Wolfgang Würfel. Konstanz: UVK, 2002, 288 Seiten.

Roters, Gunnar/Turecek, Oliver/Klingler, Walter (Hrsg.): Content im Internet. Trends und Perspektiven. Berlin: Vistas, 2002, 112 Seiten.

Roters, Gunnar/Turecek, Oliver/Klingler, Walter (Hrsg.): Inter@ktive Medien. Trends und Zukunftsperspektiven. Berlin: Vistas, 2001, 116 Seiten.

Schaffrath, Michael: Stilvoll um den Ball geredet. Kaiserschmarren und andere Köstlichkeiten. Münster: Lit, 2001, 136 Seiten.

Erratum

In Aviso 30 ist der Redaktion ein bedauerlicher Fehler unterlaufen. Autor des Titels „The Missing Link“ ist nicht Wolfgang Schweiger, sondern Michael Brüggemann. Wir bitten vielmals um Entschuldigung. Hier die korrekte bibliographische Angabe:

Brüggemann, Michael: The Missing Link. Crossmediale Vernetzung als Chance für Print und Online. Fallstudien führender Print-Medien in Deutschland und den USA. München: R. Fischer, 2002, 160 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

Konsekutive Studienmodelle

Erste Ergebnisse einer Institutsbefragung zur Einführung von

Das Fach befindet sich im Aufbruch: Eine wachsende Zahl von Einrichtungen stellt die Lehre auf das konsekutive BA-/MA-Modell um. Vielerorts werden neue Studienordnungen konzipiert, beantragt oder genehmigt. Um die derzeit noch unübersichtliche Lage zu klären, hat die DGpuK eine Pilot-Enquete durchgeführt, die den Stand der Planungen systematisch erhob. Deren Ergebnisse, die auf der Jahrestagung in Dresden vorgestellt wurden, bilanzieren die aktuellen Entwicklungen und sollen als erste Orientierung bei anstehenden Entscheidungen dienen.

Von 46 angeschriebenen Einrichtungen beantworteten 32 den Kurzfragebogen (vgl. die tabellarische Übersicht). Derzeit laufen bereits acht BA-Studiengänge, weitere fünf stehen vor der Einführung, und an sieben weiteren Standorten sind Planungen im

Gange. Lediglich an zehn Einrichtungen wird die Einführung des BA-/MA-Modells für die Kommunikationswissenschaft derzeit nicht diskutiert. Während Düsseldorf, Erfurt und Hannover mit dem ablaufenden Sommersemester bereits die ersten Absolventen vorweisen können, hat beispielsweise Salzburg erst mit dem BA-Studienbetrieb begonnen. Zum kommenden Wintersemester startet Bochum, und zum WS 2003/04 könnte bereits von einer flächendeckenden Einführung gesprochen werden: wenn nämlich auch die studierendenstarken Standorte Ilmenau, München, Münster und Wien ihr Magisterprogramm auf BA/MA umstellen.

Mit wenigen Ausnahmen haben sich alle diese Institute dazu entschlossen, dem sechssemestrigen Modell nach ECTS (European Credit Transfer System) zu fol-

BA

Hochschule	Einrichtung	BA ab/Facultät
RWTH Aachen	Germanistisches Institut	etwa 2003 (in P)
Universität Augsburg	Philosophische Fakultät I	2001/Medien u
Otto-Friedrich-Universität Bamberg	Komm.wiss./Journalistik	Planungsphase
Freie Universität Berlin	Institut f. Publizistik und Komm.wiss.	Termin offen, i
Ruhr-Universität Bochum	Sektion f. Publizistik und Kommunikation	2002/Medienw
Technische Universität Dresden	Institut f. Kommunikationswissenschaft	in Planung/Kor
Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf	Institut f. Medienwissenschaft	1999/Sozialwis
Katholische Universität Eichstätt	Diplom-Studiengang Journalistik	nicht geplant
Universität Erfurt	Phil. Fakultät/Lehrstuhl f. Komm.wiss.	1999/Kommun
Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nbg.	Lehrstuhl f. Komm.- u. Politikwissenschaft	nur Nebenfach,
Universität GH Essen	Fachbereich III/Komm.wiss.	nicht geplant
Georg-August-Universität Göttingen	Institut f. Publizistik und Komm.wiss.	etwa 2005 (Plar
Martin-Luther-Universität Halle/Saale	German. Institut/Abt. Medien- und KW	nicht geplant
Universität Hamburg	Institut für Journalistik	2000/Journalist
Hochschule für Musik und Theater Hannover	Institut für Journalistik u. Komm.forschung	2001/Medienm
Fachhochschule Hannover	Fachber. Informations- und Komm.wesen	1999/Journalist
Universität Hohenheim	Fachgebiet Komm.wiss. und Sozialforschung	nicht geplant
Technische Universität Ilmenau	Institut f. Medien- und Komm.wiss.	2003/Angewan
Friedrich-Schiller-Universität Jena	Bereich Medienwissenschaft	nicht geplant
Universität Klagenfurt	Institut f. Medien- und Komm.wiss.	nicht geplant
Kunsthochschule für Medien Köln	Fächergruppe Kunst- u. Medienwiss.	nicht geplant
Universität Leipzig	Institut f. Komm.- und Medienwissenschaft	2002/PR, Kom
Johannes Gutenberg-Universität Mainz	Institut für Publizistik	nicht geplant
Ludwig-Maximilians-Universität München	Institut f. Kommunikationswissenschaft	2003/Kommun
Westfälische Wilhelms-Universität Münster	Institut f. Publizistik und Komm.wiss.	2003/Kommun
Fachhochschule Osnabrück	Institut f. Kommunikationsmanagement	Termin offen
Hochschule für Film und Fernsehen Konrad Wolf	AV Medienwissenschaft	Kooperation m
Universität Salzburg	Institut f. Kommunikationswissenschaft	2001/Kommun
Universität Trier	FB Medienwissenschaft II	Termin offen/M
Bauhaus-Universität Weimar	Professur Medienmanagement, Fak. Medien	Termin offen/M
Universität Wien	Institut f. Publizistik und Komm.wiss.	2003/Kommun
Universität Miséricorde	Institut f. Journalistik und Komm.wiss.	nicht geplant

Modelle auf dem Vormarsch

BA-/MA-Studiengängen in der Kommunikationswissenschaft

gen. Dies scheint auch innerhalb Deutschlands von Vorteil, da Leistungen an einzelnen Studienorten relativ einfach miteinander verglichen oder aufeinander abgestimmt werden können. Über die Einführung eines Leistungspunkte-Systems besteht also große Einigkeit, gespalten sind hingegen die Auffassungen hinsichtlich der Abschlussprüfungen: Während alle Modelle zumindest teilweise studienbegleitende Prüfungen vorsehen, die in die Endnote einfließen, haben einige wenige Institute eine formelle Abschlussprüfung abgeschafft oder durch andere Studienleistungen ersetzt; andere Einrichtungen halten an einer separat ausgewiesenen Abschlussprüfung fest.

Ähnlich ist die Lage in Sachen Modularisierung, die ein Teil der aufgelegten Programme vorsieht. Allerdings – und das zeigte die lebhafteste und engagierte Dis-

kussion in Dresden – besteht allerorten noch Informationsbedarf. Dies nehmen Gunter Reus und Ursula Groettrup zum Anlass, alle Interessierten für den **25. Oktober zum 2. DGPuK-Workshop „BA-/MA-Modelle in der Kommunikationswissenschaft“** nach **Hannover** einzuladen. Wie beim ersten Workshop im November 2000 in Erfurt soll erneut ein Forum geschaffen werden, um drängende Fragen zu diskutieren und mögliche Problemlösungen auszutauschen. Nicht nur mit Blick auf die kommende Jahrestagung der DGPuK (ebenfalls in Hannover), die sich unter anderem mit der Ausbildungssituation im Fach auseinandersetzen wird, kommt diesem Workshop eine wichtige Funktion für die weitere Entwicklung unserer Studienorganisation zu.

PATRICK RÖSSLER

h	System	MA ab/Fach
Planung)		
und Kommunikation	ECTS 6 Sem., studienbegleitend	2001 (Fortf. BA)/Medien und Komm.
in Planung/Komm.wiss.		in Planung (nach BA)
issenschaft	ECTS 6 Sem., studienbegl. u. Abschluss	2003/Medienwissenschaft
omm.beratung, Komm.analyse		Termin offen/Wissenschaftstransfer
s, 2000/Medienwiss.	ECTS 6 Sem., Abschlussprüf. u. BA-Arbeit	2002/Social Sciences (oder Medienwiss.)
ikationswissenschaft	ECTS 6 Sem., studienbegl. u. Projektarbeit	2002/KW, Medienwandel, Interkult. K.
abhängig v. Uni-Planung		
) /Medien- u. Komm.wiss.		etwa 2005 (Plan)/Medien- u. Komm.wiss.
ik	7 Sem., klassischer Aufbau	nur konsekutiv nach BA
management	ECTS 6 Sem., studienbegl. u. Abschlussprüf.	2001/Multimediale K., 2002/Medienman.
ik, PR/ÖA	ECTS 6/8 Sem., Praxissem., Abschlussprüf.	
edte Medienwissenschaft	ECTS 6 Sem., studienbegl. u. Abschluss	2003/Angewandte Medienwissenschaft
ommunikationsmanagement	6 Sem., klassischer Aufbau	Termin offen/PR, Komm.management
		2003/Journalismus
ikationswissenschaft	ECTS 6 Sem., studienbegl. u. Abschluss	2003/Kommunikationswissenschaft
ikationswissenschaft	ECTS 6 Sem., studienbegl. u. Abschluss	2003/Kommunikationswissenschaft
it Weimar		
ikationswissenschaft	ECTS 6 Sem., stbgl. u. Abschl., Pflichtprakt.	2001/Kommunikationswissenschaft
Medienwissenschaft		
Medienkultur		Termin offen/Medienkultur, Medienman.
ikationswissenschaft	ECTS 6 Sem.	

Einspruch!

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

Impressum

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

Redaktion:
Gunter Reus (verantw.)
Horst Pöttker („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

Die Probevorlesung

Buller hatte sich um die C4 in Sindelfingen beworben, aber natürlich wollte er gar nicht nach Sindelfingen, bloß nicht Sindelfingen, wo Rottenköller das Sagen hatte, der ihm vor Jahren in Stendal die Empirie-Stelle weggeschnappt hatte, dabei hat Rottenköller nun wirklich keine Ahnung von Empirie, und als Buller am Bahnhof in Sindelfingen auf ein Taxi wartete und nochmal auf seinen Power-Point-Vortrag mit den Farbgrafiken schaute, mit denen er schon in Radebeul und Husum vorgesungen hatte, da war er sich ganz sicher: Nein, diese Stadt und diese Uni musste er sich nicht wirklich antun, und nicht Rottenköller, diesen Dünnbrettbohrer.

Aber wenn er den Ruf bekäme, dann hätte er zu Hause in Kulmbach natürlich einen Trumpf für die C4 in der Hand. Bleibeverhandlungen, Hausberufung. Vielleicht auch Institutsleitung. Konrad Buller fühlte sich zu manchem berufen. Und träumte davon, endlich Stichermann in seine Schranken zu weisen, diesen Schleimer, der ihm vorige Woche einen Doktoranden abgeworben hatte.

Buller schaute in seinen Vortrag. Wendig hatte gut gerechnet und die Farbtabelle toll hinbekommen, das würde auch hier Eindruck machen. Warm durchströmte ihn ein Gefühl von Fürsorge, und er nahm sich vor, mehr für seinen Assistenten zu tun.

Als das Taxi auf die Ausfallstraße zur Universität einbog, dachte er an die Probevorlesung in Husum. Husum wäre nicht schlecht, angenehmes Arbeiten dort, und nicht weit nach Sylt. Aber in Husum war Buller nur auf Platz zwei gekommen, hinter Fugenbrink-Hechel, die sich ja überall bewirbt. Genau wie Rüschen. Elmar Rüschen, die Pflaume. Sein Auftritt neulich in Bernkastel-Kues soll ein Skandal gewesen sein. Tabellen voller Fehler, erzählte Bellmann, aber schön bunt. Natürlich kam Rüschen trotzdem auf die Liste, denn in der Kommission saßen Hölzer und Laura Schüttelbeck. Wissenschaftliche Leistung? Gott, darüber lachte doch jeder im Fach. Erst neulich hatte ihm Campbell bei der Konferenz in Nashville zugeflüstert: Who the hell is Rüschen? Jeder wusste übr-

gens auch, dass Rüschen nur pokerte und gar nicht die Absicht hatte, von Wismar nach Bernkastel zu wechseln. Dann soll er doch bei seinen Ostseefischern bleiben, meine Güte, da gehört er ja wohl auch hin.

Buller gähnte. Wenn es wirklich rational zuginge, wenn wirklich die wissenschaftliche Leistung zählte, wieso hatte er dann nicht letztes Jahr die C4 in Wiebelskirchen bekommen? Keiner publizierte so viel wie er, keiner hatte diese internationalen...

Für einen Moment fielen ihm die Augen zu. Als der Wagen an einer Ampel bremste, schreckte er hoch – und erstarrte. Sein Blick fiel in ein entgegenkommendes Taxi und dort auf hennagefärbtes Haar und ein blau-grünes Brillengestell. Ilse! Ilse Morgenroth, Fachhochschule Pirna. Die mit ihm vor zwei Jahren die Studie der Landesmedienanstalt an Land gezogen hatte. Die dann (mit seinen Daten!) Eindruck schindete, gegen ihn intrigierte und ihm natürlich das DFG-Projekt vor der Nase wegschnappte. Hat Ilse hier etwa auch... ?

Na toll, dann konnte er ja gleich einpacken, so wie er Rottenköller kannte. Buller atmete tief, als er die Fakultät betrat. Jetzt nur nicht die Nerven verlieren. Präsenz zeigen, Konrad Buller. Marktwert beweisen.

Im Hörsaal saßen 200 Leute. Ganz vorn Schreckberger, neben dem Dekan. Buller jubelte innerlich. Schreckberger in der Kommission! Mit dem konnte er gut. Der war ihm noch etwas schuldig. Buller strahlte. Buller flog zum Mikrofon. Buller lächelte ins Auditorium. Jetzt würde er den Herrschaften mal zeigen, was Wissenschaft ist. Er lächelte Schreckberger zu. Er lächelte auch Rottenköller zu, extra lange. Er war ganz ruhig, als er die erste Farbtabelle anklickte.

*

In Kulmbach war das Proseminar zu Ende gegangen. 53 Teilnehmer. Wolfgang Wendig ging ins Büro, um Kaffee zu kochen. Er dachte an Sindelfingen. Wie viele Wochen war es her, dass er sich dort beworben hatte? Natürlich nichts, keine Reaktion.

Die Zeit wurde langsam knapp. In vier Monaten lief sein Zeitvertrag aus.

GUNTER REUS