

Avisos



Informationsdienst der Deutschen
Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Nr. 45

D G P u K

November 2007

LOB UND TADEL

DEBATTE: EMPFEHLUNGEN DES WISSENSCHAFTSRATES

Notwendig, anregend, hilfreich VON GERHARD VOWE

Ehre, wem Ehre gebührt VON ANNE-KATRIN ARNOLD

Entweder – oder VON WOLFGANG DONSBACH

Konsequenzlos VON ROMY FRÖHLICH

Das Votum hört man gern VON OTFRIED JARREN

Sachlich richtig VON HANS MATHIAS KEPPLINGER

Voneinander lernen VON FRIEDRICH KROTZ

Konsequent VON JULIANA RAUPP

Weltfremd VON KLAUS SCHÖNBACH

Wie mit Beton VON GABRIELE SIEGERT

NACHGEFASST I

NEU ERSCHIENEN

DER FRAGEBOGEN

Ausgefüllt von Simone Ehmig

TAGUNGEN

GRUPPENBILD

IN KÜRZE

NACHGEFASST II

RÜCKBLICK

AUS DEM VORSTAND

EINSPRUCH

2

AVISIERT

3

Die meisten der „Jungtürken“ unseres Faches, also jener Generation, die seit den 60er Jahren den Wandel zur Sozialwissenschaft vollzogen hat, wollten einmal Journalist werden. Das ist eines der Forschungsergebnisse, über die Michael Meyen in diesem Heft berichtet.

5

6

7

7

7

8

8

8

9

10

11

14

16

Daran hat sich offenbar wenig geändert. 11 von 17 jungen Wissenschaftlern haben seit 2002 im „Aviso-Fragebogen“ bekannt, dass es sie zunächst eigentlich in die Medienpraxis zog. „Vor allem“, schrieb Michaela Maier, „wollte ich lernen, wie man gute Reportagen schreibt.“

Vom Journalismus in die Hochschule – ein ehrenhafter Weg. Aber manchmal frage ich mich, ob dabei nicht viele von uns das Interesse an guten Reportagen verloren haben. Treibt uns der Wunsch nach guten und gut ausgebildeten Journalisten wirklich noch um?

Mit dieser Frage gebe ich die „Aviso“-Redaktion ab an andere. 17 Ausgaben sind es geworden. Jetzt will ich mich wieder mehr anderen Dingen widmen. Wie man gute Reportagen schreibt, zum Beispiel.

IHR GUNTER REUS

Anzeige



Klaus-Dieter Altmeyden / Thomas Hanitzsch / Carsten Schlüter (Hrsg.)
Journalismustheorie: Next Generation
Soziologische Grundlegung und theoretische Innovation
2007. 451 S. Br. EUR 29,90
ISBN 978-3-531-14213-5
www.vs-verlag.de



NEUE BÜCHER

Reihe Rezeptionsforschung

Reihe Rezeptionsforschung
Bd. 12

Leila Katharina
Steinhilper
**Vorschulkinder
sehen fern**

Das kindliche Unter-
haltungserleben
während der Rezeption
von Fernsehfilmen.

348 Seiten, € 25,-,
ISBN 978-3-88927-436-6, 2007



Reihe Rezeptionsforschung
Bd. 11

Inga Schlimbach
**Emotionen und
Informations-
verarbeitung bei
der Medien-
rezeption**

Entwicklung und Über-
prüfung eines neuen
Ansatzes.

328 Seiten, € 25,-,
ISBN 978-3-88927-432-8, 2007



Reihe Rezeptionsforschung
Bd. 10

Elke Kronewald
**Fernsehnutzung
von Singles und
Liierten**

Die Relevanz des
Merkmals Beziehungs-
stand für Fernseh-
nutzungsmotive und
parasoziale Beziehungen.

252 Seiten, € 22,-,
ISBN 978-3-88927-431-1, 2007



Reihe Rezeptionsforschung
Bd. 9

Andreas Ettenhuber
**Die Beschleunigung
des Fernsehver-
haltens**

Sekundäranalyse von
Daten aus dem GfK-
Fernsehpanel.

Hat die Tendenz der
Beschleunigung
Auswirkungen auf die
Zuschauer?

188 Seiten, € 20,-, ISBN 978-3-88927-426-7, 2007



Verlag Reinhard Fischer

Weltstr. 34, 81477 München
Tel: 089 / 791 88 92
Fax: 089 / 791 83 10

www.verlag-reinhard-fischer.de

Herzlichen Glückwunsch zur aktuellen „Aviso“-Ausgabe, die ich gestern in meinem Briefkasten fand. Vor allem fand ich den Übersichtsbeitrag über die Schweiz sehr gelungen.

Da ich ja selbst eine lange akademische Gastzeit dort verbracht habe und die Stadtorte Lugano und Zürich sehr gut sowie Winterthur, Fribourg und Genf einigermaßen kenne, kann ich zu der „Debatte“ nur gratulieren!

Im letzteren Kontext werde ich immer wieder von deutschen Studierenden angefragt, die über Studium und Promotion in der Schweiz nachdenken. Gern würde ich diesen ein aktuelles „Aviso“-Heft zur Verfügung stellen. Könnten Sie mir deshalb vielleicht freundlicherweise zehn weitere gedruckte Exemplare zukommen lassen?

⇒ **HOLGER SIEVERT,
DÜSSELDORF**

Gerade habe ich die neue „Aviso“-Ausgabe gelesen und fand den Schwerpunkt Schweiz und die insgesamt internationale Ausrichtung sehr gelungen. Anlass für ein „Danke schön“!

⇒ **SILVIA KNOBLOCH-
WESTERWICK, COLUMBUS/OHIO**

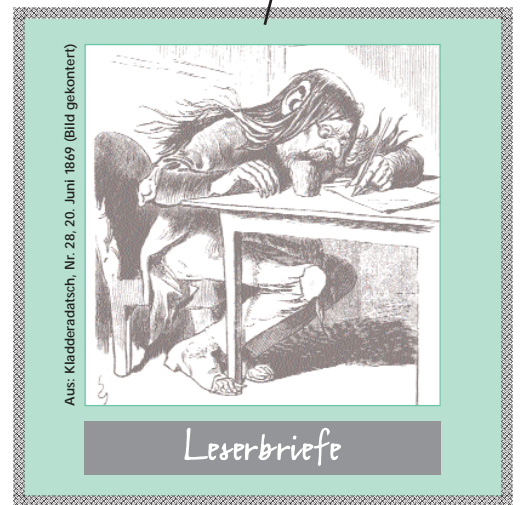
Erneute Glückwünsche zu einem sehr gelungenen „Aviso“ Nr. 44! Die Einblicke in die Schweizer Forschungslandschaft und die unterschiedlichen Traditionen, aber auch die „augenzwinkernden Klischees“ haben mir ebenso gut gefallen wie der „Einspruch!“ zum Hochzeitsjournalismus.

In kompakter Form über Wesentliches und Interessantes im Fach zu informieren ist Ihnen erneut gelungen.

⇒ **MARION MÜLLER, BREMEN**

Etwas verwundert liest man im neuesten „Aviso“ den Beitrag über die Geschichte unseres Faches in der Schweiz. Erst jetzt blühende Landschaften? Und früher? Scheinbar nichts, vor 1990 „nur“ vier Lehrstühle (im Vergleich auch mit Deutschland damals doch nicht wenig).

Ich erinnere mich gern anders und nenne die Namen der Schweizer Fachvertreter, die es jetzt nicht einmal mehr wert sind, erwähnt zu werden: Siegfried Frey, Christian Padrutt, Ulrich Saxer und Louis



Bosshart, die damals aber für uns die angesehene Schweizer Kommunikationswissenschaft vertraten.

Bereits 1981 hielt die DGesPKw ihre 25. Arbeitstagung im Zürcher Institut ab, wohl mit Erfolg, sonst hätte zwei Jahre später die 27. Tagung nicht auch schon wieder in Zürich stattgefunden. Und Verlag, Herausgeber und Redaktion der „Publizistik“ freuten sich, Ulrich Saxer 1980 als Festredner zum 25jährigen Bestehen der „Publizistik“ gewonnen zu haben.

⇒ **WALTER J. SCHÜTZ, BONN**

Habe heute „Aviso“ erhalten. Den Einblick in die Schweizer Verhältnisse fand ich sehr interessant.

⇒ **JO REICHERTZ,
CASTROP-RAUXEL**

Im Plural

Zu den Empfehlungen des Wissenschaftsrates VON PATRICK RÖSSLER

Nun liegen Sie also vor, die Empfehlungen des Wissenschaftsrats (WR) zur „Weiterentwicklung der Kommunikations- und Medienwissenschaften in Deutschland“. Nach knapp zweijähriger Vorbereitungszeit konnte sich eine 17-köpfige Expertenrunde auf einen 108-seitigen Text einigen, der in letzter Lesung Satz für Satz abgestimmt wurde. An der Arbeitsgruppe, die auch eine größere Zahl von Sachverständigen gehört und Sonderauswertungen offizieller Statistiken einbezogen hatte, waren aus der Mitgliedschaft der DGPK lediglich Frank Esser (Zürich, als internationaler Vertreter) und ich selbst (als Vertreter der „neuen Länder“) beteiligt, neben einer größeren Anzahl von u. a. Philologen, Informatikern, Ingenieur- und Medienwissenschaftlern. Die DGPK selbst war offiziell nicht an der Erstellung des Papiers beteiligt.

Wenngleich wir die Grundtendenz der Empfehlungen begrüßen, hat sich der Vorstand der DGPK entschlossen, zunächst keine „offizielle“ Lesart des Papiers zu formulieren – nicht zuletzt, um den Beratungen des Selbstverständnisausschusses nicht vorzugreifen. Stattdessen kommt in dieser Ausgabe des „Aviso“ eine Reihe von Fachvertretern mit unterschiedlicher inhaltlicher und wissenschaftstheoretischer Ausrichtung zu Wort, um in kurzen Beiträgen ihre Wahrnehmung des Papiers (oder einzelner Aspekte davon) zu verdeutlichen. An dieser Stelle sollen daher lediglich einige Kernpunkte des Papiers, das sich in eine Beschreibung der Ausgangslage und einen Teil mit Analysen und Empfehlungen aufteilt, aus Sicht der Kommunikationswissenschaft zusammengefasst werden.

- Grund für die Einsetzung der Arbeitsgruppe waren die enorme Dynamik der Entwicklungen in diesem Wissenschaftsfeld, eine unüberschaubare Begriffs- und Forschungsvielfalt sowie der Wildwuchs im Bereich der Studiengänge.

- Der WR erkennt drei Ausrichtungen: die sozialwissenschaftlich-empirische, die kulturwissenschaftliche und die technisch-informatikorientierte, für die er die Begriffe „Kommunikations-

wissenschaft“, „Medialitätsforschung“ und „Medientechnologie“ vorschlägt.

- Als Sammelbegriff für das Fach, der auch die in dem Papier weniger prominent behandelten Anwendungsfelder mit Medienbezug (z. B. Journalistik, Mediendesign, Medienpädagogik usw.) einschließt, wird „Kommunikations- und Medienwissenschaften“ (im Plural) verwendet.

- Das Fach ist von einer überproportionalen Steigerung der Studierendenzahl gekennzeichnet (von 28 000 im WS 1995/96 auf 55 000 im WS 2005/06), bei einem insgesamt konstanten Frauenanteil von etwa 52%. In ähnlichem Umfang wuchs die Zahl der Promotionen.

- Im selben Zeitraum stieg zwar die Zahl der Professuren um 44%, aber relativ geringer als die Zahl der Studierenden. Da der ohnehin geringe Bestand an Mittelbaustellen kaum mitgewachsen ist, ergibt sich eine insgesamt defizitäre Betreuungsrelation. Besonders gravierend ist dieser Missstand an Universitäten, wo im Jahr 2003 jeder Professor durchschnittlich 122 Studierende „betreuen“ musste (im Vergleich zu 81 an den Fachhochschulen und 28 an Kunsthochschulen).

- Im Bereich der Projektförderung waren in der Vergangenheit vor allem Initiativen der Medialitätsforschung und der Medientechnologie erfolgreich. Als Gründe für die geringere Nutzung der Instrumente der DFG durch die Kommunikationswissenschaft wurden die hohe Lehrbelastung und die Finanzierungsmöglichkeiten durch Auftragsforschung genannt.

- Der Arbeitsmarkt für Medienberufe ist durch eine überdurchschnittliche Akademisierungsquote gekennzeichnet. Kommunikations- und Medienwissenschaftler haben sich in diesem Segment in den vergangenen Jahren deutlicher durchgesetzt als andere Fächergruppen. Knapp 90% der Absolventen (insbesondere solche mit Universitätsabschluss) sind in adäquaten Berufen erwerbstätig – ein im Vergleich zu anderen Fächergruppen besonders hoher Anteil.

DE
BATE
TE



„Die Jury“: fotografiert von Christoph Catewicz, mit Studierenden des Faches „Multimediale Kommunikation“ an der Hochschule für Musik und Theater Hannover

DE BATE

Prof. Dr. Patrick Rössler lehrt empirische Kommunikationsforschung an der Universität Erfurt und ist Vorsitzender der DGPK

Die „Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Kommunikations- und Medienwissenschaften in Deutschland“ hat der Wissenschaftsrat Anfang Juni 2007 veröffentlicht (Drs. 7901-07). Das 166 Seiten starke Papier ist als Download abrufbar unter www.wissenschaftsrat.de und dort auch als Ausdruck zu bestellen.

- Im Empfehlungsteil erkennt der WR die drei Fachtraditionen als selbstständige Disziplinen an, die über jeweils spezifische, aber wechselseitig anschlussfähige Studienangebote verfügen sollten. Im Bereich der Forschung plädiert er hingegen für mehr Forschungsverbundprojekte, um Tendenzen zur Abschottung und mangelnde Kooperationsbereitschaft zu überwinden.

- Speziell die Kommunikationswissenschaft wird zu verstärkter Grundlagenforschung ermutigt, verbunden mit einer Stärkung der Theoriebildung. Die hohe Lehrbelastung und die geringe Zahl der Mitarbeiterstellen werden als mögliche Ursachen für die eingeschränkten Freiräume im Bereich der Grundlagenforschung genannt.

- Insgesamt wird der Forschung im Fach ein international konkurrenzfähiges Niveau bescheinigt. Geeignete Maßnahmen sollten allerdings die internationale Orientierung in der Lehre und das Publikationsverhalten gerade des wissenschaftlichen Nachwuchses verbessern.

- Als Beitrag zur Qualitätssicherung in der Lehre schlägt der WR spezifische Modellcurricula für jede der drei Teildisziplinen vor, auch um Studierenden eine größere Transparenz zu verschaffen. Er wendet sich strikt gegen die beliebige Kombination von Elementen der unterschiedlichen Ausrichtungen in so genannten Patchwork-Studiengängen („schwach strukturierte Kombinationsmodelle“) und gegen die modische Umkettierung bestehender Studiengänge. Er empfiehlt vor Einrichtung entsprechender Studienangebote eine sorgfältige Prüfung, ob die notwendige Fachkompetenz vorhanden ist.

- Auf der Ebene des grundständigen Studiums spricht sich der WR für die Einrichtung eines kommunikationswissenschaftlichen Bachelors aus und hält einen medientechnologischen Bachelor für möglich. Die kulturwissenschaftlich orientierte Medienforschung sollte erst im Masterstudium als Studienfach etabliert werden.

- Für den BA Kommunikationswissenschaft werden Basismodule zu (1) sozialwissenschaft-

lichen Theorien und Modellen der Kommunikation, zur (2) Entstehung medialer, insbesondere journalistischer Inhalte, zu (3) typischen Medienformen, Medieninhalten und medialen Berichterstattungsweisen, zum (4) deutschen Mediensystem im internationalen Vergleich, zu (5) Medienrezeption und Medienwirkung sowie zu (6) der empirischen Methodenlehre vorgeschlagen. Um die wechselseitige Anschlussfähigkeit zu den anderen Teildisziplinen zu sichern, wären ein kulturwissenschaftlich orientiertes Modul zu „Medientheorie und Mediengeschichte“ sowie ein medientechnologisches Modul „Grundlagen der Datenkommunikation“ vorzusehen.

- Für kommunikationswissenschaftliche Master-Programme können zum einen die für den BA genannten Inhalte vertieft werden, zum anderen berufsbezogene Programme unterschiedliche Bereiche (vom Journalismus bis zum Medienmanagement) profilieren.

- Insbesondere für die Kommunikationswissenschaft wird ein eklatanter Mangel bei der Heranbildung des wissenschaftlichen Nachwuchses konstatiert, verbunden mit einem Appell an Hochschulen, Länder und Förderinstitutionen, diesem Defizit durch geeignete Maßnahmen abzuwenden. Genannt werden strukturierte Promotionsprogramme und Graduiertenkollegs.

- Ein besonderes infrastrukturelles Defizit wird im Bereich der Archivierung audiovisueller Medien ausgemacht, das nur durch umfangreiche dezentrale Maßnahmen zur Digitalisierung und Speicherung von Medieninhalten behoben werden kann. Der WR plädiert außerdem für die Öffnung nicht-öffentlicher Archive (z. B. der Medienanstalten) zu wissenschaftlichen Zwecken bei reduzierten Kosten.

Diese Kernaspekte werden in dem Papier des WR ausführlich erläutert und mit weiteren Daten und Fakten untermauert. Darüber hinaus finden sich noch einer Reihe weiterer Empfehlungen, die die anderen Teildisziplinen betreffen und durchaus aufschlussreich sein können. Der Vorstand empfiehlt allen Fachvertretern dringend die Lektüre dieses Papiers, das auch für die Argumentation am eigenen Hochschulstandort bedeutsam sein kann.



Notwendig, anregend, hilfreich

Ist das Gutachten des Wissenschaftsrates hilfreich für die Diskussion um unser Selbstverständnis? Die Frage lässt sich mit „Ja“ beantworten, und zwar aus drei Gründen:

1. Eine Verständigung über das Selbstverständnis ist notwendig!

Das Gutachten legt offen, welcher Wildwuchs sich vor allem in Ausbildungsgängen durchgesetzt hat, und zeigt deutlich die Notwendigkeit einer Selbstvergewisserung auf – als Voraussetzung für eine Gestaltung der Landschaft. Damit rennt das Gutachten keineswegs offene Türen ein; es ist nicht immer und nicht jedem zu vermitteln, wie erforderlich es ist, dass ein Fach seiner Struktur, seiner Funktion und seiner Entwicklung vergewissert. Der WR macht deutlich, dass ein wenig mehr Ordnung gut täte und dass es dies klar zu kommunizieren gilt, nicht nur gegenüber den Studierwilligen.

2. Der Vorschlag für eine Fachsystematik ist nicht zielführend, aber anregend!

Das Gutachten schlägt eine umfassende Fachsystematik vor. Das gesamte Feld wird mit „Kommunikations- und Medienwissenschaften“ bezeichnet. Darin werden drei Bereiche unterschieden:

- die sozialwissenschaftliche „Kommunikationswissenschaft“;
- die kulturwissenschaftlichen „Medienwissenschaften“, die nun „Medialitätsforschung“ heißen sollen;
- die aus der Informatik kommende „Medientechnologie“.

Die Terminologie wird sich wohl nicht durchsetzen. So wird die „Kommunikationswissenschaft“ es sich nicht nehmen lassen, den Medienbezug auch in ihrer Benennung auszuweisen.

Es ist aber auch zu bezweifeln, dass sich die vorgeschlagene Fachsystematik durchsetzt. Denn die Strukturierung des Feldes entbehrt nicht der Willkür: Die Medieninformatik wird als Kernbestandteil herausgehoben, aber ein tragender Bestandteil unseres Faches (und unserer Fachgesellschaft), nämlich die Querschnittsbereiche mit anderen Disziplinen wie der Medienpsychologie, wird dem Feld überhaupt nicht zugerechnet. Dadurch wird auch die interne Strukturierung der Bereiche asymmetrisch. Denn die „Medialitätsforschung“ in der Anglistik oder in der Kunstgeschichte wird den „Kommunikations- und Medienwissenschaften“ zugerechnet, nicht aber „unsere“ Querschnittsbereiche.

Ferner wird den Medienwissenschaftlern empfohlen, in ihren jeweiligen „Herkunftsdisziplinen“ verankert zu bleiben und keine weiteren Schritte zur Ausdifferenzierung eines eigenen Wissenschaftsbereichs zu gehen. Ziel müsste aber

wohl auf beiden Seiten eine doppelte Identität sein: im Hinblick auf die „Mutterdisziplin“ und im Hinblick auf die „Stiefmutterdisziplin“, die Kommunikationswissenschaft (bzw. die „Medialitätsforschung“).

Bei der Bestimmung des kognitiven Kerns der Kommunikationswissenschaft gelingt dem WR eine elegante Formulierung: „Ihre Differenz zu anderen Sozialwissenschaften [ist] die Fokussierung auf die *medial vermittelte* öffentliche Kommunikation.“ (S. 18) Die Diskussion im Fach geht aber in eine andere Richtung – hin zu einer Relativierung der öffentlichen Kommunikation.

3. Der politische Anstoß ist hilfreich, auch für das Selbstverständnis!

Die meisten der wissenschaftspolitischen Forderungen des WR haben Bezüge zum Selbstverständnis. Sie fordern es und sie fördern es: So setzt die Verstärkung der Kooperation mit anderen Fächern ein selbstbewusstes Fach voraus. Und die angemahnte Verstärkung der Grundlagenforschung wäre auch eine solide Basis für ein erneuertes Selbstverständnis. Die Bälle gilt es aufzunehmen.

GERHARD VOWE
UNIVERSITÄT DÜSSELDORF
(SPRECHER DES SELBSTVERSTÄNDNIS-AUSSCHUSSES
DER DGPUK)

Ehre, wem Ehre gebührt

Was macht deutsche Wissenschaft international erfolgreich? Eine beachtliche Anzahl fremdsprachiger Publikationen? Arbeiten, die ein Fach weltweit entscheidend mitprägen? Starke Präsenz auf internationalen Konferenzen und in internationalen Fachgesellschaften? Denkste – das reicht dem Wissenschaftsrat noch lange nicht. Im Mai 2005 schrieb die „Zeit“, die Kommunikationswissenschaft sei „international wettbewerbsfähig wie kaum ein anderes Fach in Deutschland“ und bescheinigte „eine tolle Bilanz“ bei der Internationalisierung. Ganz beeindruckt davon vergibt der Wissenschaftsrat für internationale Präsenz gerade mal ein „mangelhaft“.

Dem Wissenschaftsrat sei empfohlen, sich die Sache mal von außen, aus dem Ausland, anzuschauen. Die Präsenz deutscher Kommunikationsforschung z. B. in den Vorlesungen meines Promotionsstudienganges an der University of Pennsylvania ist beeindruckend. Ein durchaus nennenswerter Anteil der Pflichtlektüre stammt aus der Feder deutscher Autoren, deutsche Forschungstraditionen spielen in der Lehre eine wichtige Rolle. Deutsche Referenten sind hier gern gesehen und häufig eingeladen. Die Arbeiten deutscher Wissenschaftler sind wohl bekannt und respektiert – nicht zuletzt weil man sie auf



internationalen Konferenzen kaum vermeiden kann.

Besser geht immer, deshalb ist eine Empfehlung zur Stärkung der internationalen Präsenz an sich nicht fragwürdig. Ob dieses Problem in der Liste der Empfehlungen zwischen Lehrsituation, Nachwuchsmangel und Infrastruktur einen angemessenen Stellenwert erhält, erscheint mir jedoch zweifelhaft.

ANNE-KATRIN ARNOLD

PHD CANDIDATE, UNIVERSITY OF PENNSYLVANIA

Entweder – oder

Es ist zunächst ein gutes Zeichen, dass sich der WR mit unserem Fach (oder besser: unseren Fächern) beschäftigt. Es zeigt, dass wir zwar als problematisch, aber wenigstens als relevant wahrgenommen werden. Zwei Punkte überzeugen mich nicht:

Erstens ergibt die Aufteilung des Faches in drei Bereiche insofern keinen Sinn, als die kulturwissenschaftliche „Medialitätsforschung“ (ein hässliches und unsinniges Wort) sich überwiegend mit den gleichen Gegenständen beschäftigt wie die sozialwissenschaftlich-empirische Kommunikationsforschung (anders beim dritten vom WR identifizierten Bereich, der „Medientechnologie“, die sich in der Tat überwiegend anderen Dingen hingibt). Entweder man organisiert eine Disziplin entlang der Gegenstände oder entlang des epistemologischen Zugangs, aber man kann nicht beides gleichzeitig machen.

Zweitens ist es blauäugig anzunehmen, die vorher getrennten Hemisphären des Faches würden ausgerechnet in der Forschung enger zusammenarbeiten. Gerade hier, wo es um den Kern der wissenschaftlichen Tätigkeit geht, fällt es den Kollegen ja noch schwerer, zu gemeinsamen Anträgen oder gar Ergebnis-Interpretationen zu kommen, während man sich in der Lehre irgendwie zusammenrauft – weil man ohnehin nicht so genau mitbekommt, was der Kollege von der Kulturabteilung (bzw. vice versa) so lehrt.

WOLFGANG DONSBACH
UNIVERSITÄT DRESDEN

Konsequenzlos

Nach Jahrzehnten meldet sich endlich wieder eine gewichtige Institution in Sachen Kommunikationswissenschaft/Medienwissenschaft zu Wort. Das ist sehr begrüßenswert, denn diverse hochschulpolitische Aktivitäten des Faches selbst, die z. B. unhaltbare Betreuungsrelationen oder sinnlose Patchwork-Neugründungen problematisierten, verhalten bisher konsequenzlos. Der Prophet im eigenen Haus gilt bekanntlich nichts. So werden Schmerzgrenzen munter weiter überschritten: Die schlechten Betreuungsrelationen unseres Faches sind längst internationale Spitzenwerte. Die Einführung gestufter Studiengänge nach angelsächsischem Modell hat hieran nicht das Geringste geändert.

Der WR moniert also Zustände, die die Folge einer jahrzehntelangen Ausbeutung des Faches durch hochschul- und bildungspolitische Entscheider sind.

Qualitätssicherungsmaßnahmen haben aber nur Sinn, wenn sich an diesem grundlegenden Problem endlich etwas ändert. Warum bezieht das WR-Papier hier nicht viel deutlicher Position? An keiner Stelle findet sich etwa eine Forderung, den Curricularen Normwert im NC-Fach Kommunikationswissenschaft klar nach unten zu korrigieren.

Und so werden wohl auch diese „Empfehlungen...“ konsequenzlos eingehen in die ewigen Jagdgründe hochschulpolitischer Rhetorik.

ROMY FRÖHLICH
UNIVERSITÄT MÜNCHEN

Das Votum hört man gern

Schräg ist die Sache schon: Obwohl die empirisch ausgerichtete Kommunikationswissenschaft erhebliche Lehrlasten trägt und konkrete Leistungen vorzuweisen hat, befasst sich der WR mit Medienwissenschaft. Noch schräger wird es, wenn das WR-Expertengremium gar eine „Medialitätsforschung“ am grünen Tisch kreiert. Aber das ist (Wissenschafts-/Fach-)Politik. DGpuK und KW-Institute müssen da noch lernen.

Dennoch: Das Votum für „fachlich verantwortbare“ Studiengänge hört man gern. Die Kommu-

nikationswissenschaft sollte bei BA und MA um vergleichbare sozialwissenschaftliche Curricula bemüht sein, um die Mobilität innerhalb des Fachs zu erhöhen. Graduiertenschulen gehören in das Netzwerk: Nachwuchsförderung ist die zentrale Aufgabe der Kommunikationswissenschaft. Zur angemahnten Stärkung der Grundlagenforschung gehört der Ausbau des Bredow-Instituts. Und natürlich sollte es mehr Forschungsk Kooperationen zwischen Kommunikations- und Medienwissenschaft vor Ort und heftige Diskurse in der KW+MW-Community innerhalb einer DGKM geben.

OTFRIED JARREN
UNIVERSITÄT ZÜRICH

Sachlich richtig

Die Untergliederung unseres Forschungsfeldes in drei Teilbereiche und ihre Benennung als „Kommunikationswissenschaft“, „Medialitätsforschung“ und „Medientechnologie“ ist sachlich richtig und begrifflich treffend. Sie ist vor allem deshalb zu begrüßen, weil der Begriff „Medienwissenschaft“ vielfach in einer die Öffentlichkeit irreführenden Weise gebraucht wird.

Die Themen der Basismodule eines BA in Kommunikationswissenschaft sind gut gewählt. Allerdings vermisse ich ein Basismodul „Medienrecht/Medienwirtschaft“. Beides ist angesichts der zunehmenden Bedeutung von Rechts- und Wirtschaftsfragen unverzichtbar. Begrüßenswert ist die Forderung nach einer Infrastruktur für die Aufzeichnung und Archivierung der audiovisuellen Medien. Hierzu gehört neben der apparativen und personellen Ausstattung auch die Schaffung von Rechtsgrundlagen, die eine Speicherung der Materialien ermöglichen und die kostenfreie Analyse sicherstellen.

Für völlig verfehlt halte ich die Feststellung, der deutschen Kommunikationswissenschaft mangle es an internationaler Präsenz. Dies ist – wie man quantitativ belegen kann – faktisch falsch und hochschulpolitisch töricht.

HANS MATHIAS KEPPLINGER
UNIVERSITÄT MAINZ

Voneinander lernen

Drei Punkte aus meiner Sicht:

1) Der WR benennt Defizite der Kommunikations- und Medienwissenschaft: Zu wenig Lehrpersonal und akademischer Nachwuchs, defizitäre Grundlagenforschung und eine einseitig auf die USA ausgerichtete internationale Anbindung. Zudem eine unzureichende Infrastruktur, was etwa Archive für audiovisuelle Medien angeht. Toll, wenn hier etwas geschieht.

2) Während weltweit Media Studies und Communication Studies zu einem Fach zusammenwachsen, soll die Medienwissenschaft in Deutschland mit seiner besonderen geisteswissenschaftlichen Tradition randständiger werden – wir brauchen aber Kommunikationswissenschaft und Medienwissenschaft, um voneinander zu lernen.

3) Schließlich die Behauptung einer gleichberechtigten und kompatiblen Medientechnologie: Offensichtlich sieht der WR den Sinn der Geistes- und Sozialwissenschaften darin, der technologischen Entwicklung zuzuarbeiten. Von ihrer Bedeutung für Kultur und Gesellschaft ist nicht die Rede. Kooperation mit Informatik und Elektrotechnik ist selbstverständlich, aber da, wo sie hingehört, und in angemessener Form.

FRIEDRICH KROTZ
UNIVERSITÄT ERFURT

Konsequent

Wenn der Wissenschaftsrat der Kommunikationswissenschaft eine disziplinär eindeutige und vergleichsweise feste Institutionalisierung bescheinigt, dann kann dies dem Fach nur nutzen. Denn nach wie vor ist die Wahrnehmung unseres Fachs durch Außenstehende – auch und gerade innerhalb von Universitäten – von Unkenntnis und zahlreichen Missverständnissen geprägt.

Konsequent und nicht nur für uns als Forschende und Lehrende, sondern auch für unsere Studierenden und Absolventen hilfreich ist die Empfehlung des Wissenschaftsrates, die Fächergliederung des Statistischen Bundesamtes zu überarbeiten. Die damit verbundene Korrektur der Klassifizierung der Kommunikations- und

Medienwissenschaften ist längst überfällig. Eine in ihren Konturen sichtbare und in ihrem Selbstverständnis sichere sozialwissenschaftliche Kommunikationswissenschaft kann auch viel gelassener den innerdisziplinären Diskurs und die angelehnte interdisziplinäre Forschungsk Kooperation mit anderen Fächern suchen.

JULIANA RAUPP
FREIE UNIVERSITÄT BERLIN

Ständig erfahre ich hautnah, warum es keine gemeinsame Forschung gibt und geben kann, obwohl im Amsterdamer Institut fast alle einander nett finden. An persönlichen Animositäten kann es also nicht liegen. Stattdessen ist es einfach so: Die einen wollen generalisieren, die anderen typisieren. Die einen gehen angeblich in die Breite, die anderen in die Tiefe. Die einen reduzieren die Wirklichkeit auf „Variablen“, während die anderen immer das Ganze im Blick hätten. Die einen wollen Kausalbeziehungen finden; die anderen sind überzeugt, dass es die gar nicht gibt.

Weltfremd

Der Wissenschaftsrat hat nützliche Vorschläge zur Zukunft des Faches vorgelegt. Einer davon allerdings ist weltfremd, ja sogar widersprüchlich: Da wird aus guten Gründen davon abgeraten, Medialitätsforschung in einen BA mit Kommunikationswissenschaft zu integrieren. Aber in der *Forschung* ergänzen die beiden Richtungen einander aufs Vortrefflichste. Denn die Medialitätsforschung studiere ja, „wie Medien dazu beitragen, das mit zu schaffen, was sie bloß zu vermitteln scheinen“ (S. 76). Offenbar tut das die Kommunikationswissenschaft nicht.

Das bekümmert mich, weil ich dachte, dass meine eigene Forschung zum Kern der *Kommunikationswissenschaft* gehört – nämlich Rezeption und Wirkung z. B. von Zeitungen und Fernsehen miteinander zu vergleichen, oder neuerdings des Internets und traditioneller Medien. Nun scheine ich aber doch Medialitätsforscher zu sein... bin ich aber nicht, weil die tatsächliche Kluft zwischen den beiden Ausrichtungen sich nämlich nicht in den Forschungsgegenständen findet. Die können wir wirklich beide behandeln. Selbst auf Seifenoper und Trivialromane sind „Media studies“ ja nicht exklusiv abonniert. Die Unterschiede bestehen in den Erkenntniszielen und – daraus abgeleitet – in den Methoden. Die WR-Definition von „Medialitätsforschung“ verschweigt und verharmlost diese Unterschiede.



Kurzum: Hier stoßen völlig verschiedene Konzepte davon aufeinander, welche Art wissenschaftlicher Erkenntnis wichtig ist und wie man sie sinnvoll gewinnt. Wie stellt sich der Wissenschaftsrat vor, solche Gegensätze außer in Zweckbündnissen für DFG-Anträge zu überwinden?

KLAUS SCHÖNBACH
UNIVERSITÄT AMSTERDAM/
ZEPPPELIN UNIVERSITY FRIEDRICHSHAFEN

Wie mit Beton

Mit den „Empfehlungen des Wissenschaftsrats zur Weiterentwicklung der Kommunikations- und Medienwissenschaften in Deutschland“ ist es wie mit Beton...

...denn so lautete ein alter Werbeslogan: „Es kommt darauf an, was man daraus macht.“

Dass sich der Wissenschaftsrat mit dem Fach und dessen Stellenwert überhaupt befasst hat, ist sehr zu begrüßen. Zumal sich bereits in der Fra-

sen eben ihre Wirkung. Und: Viele Empfehlungen des Wissenschaftsrats sind für mich nicht nur nachvollziehbar, sondern unterstützenswert.

Aber – was passiert mit all den Empfehlungen? Werden Hochschulen und Länder diesen folgen und die Strukturen für das Fach verbessern? Hier bin ich skeptisch. Erfahrungen aus anderen Kontexten zeigen, dass Entscheidungsträger dazu neigen, sich nur die Empfehlungen und Argumente aus Vorlagen herauszupicken, die bereits gefällte oder unabänderliche Entscheidungen legitimieren, und andere, zumal solche, für die kein Bud-



geformulierung Konzepte (Medialisierung) und Erklärungsansprüche des Fachs wiederfinden. Das Fach ist also relevant und hat sich „als wissenschaftliche Disziplin [...] erfolgreich konstituiert“ (S. 74).

Die Tatsache, dass es dieses Papier gibt, erscheint mir an sich bereits nützlich. Kann man doch die Situation des Fachs einmal kompakt auf 166 Seiten (inklusive Datensammlung, von deren Validität ich allerdings nicht durchgehend überzeugt bin) in Händen halten.

Nun steht vieles in den Empfehlungen, für dessen Diskussion hier kein Platz ist, das so aber nicht unwidersprochen bleiben kann. Mit dem Plural im Namen habe ich mittlerweile weniger Probleme als manch anderer – die französischen und italienischen Fachbezeichnungen hinterlas-

get da ist, zu ignorieren. Ob man also dem Fach gegenüber reservierte und kritische Entscheidungsträger mit den Empfehlungen des Wissenschaftsrats „umstimmen“ kann, bleibt fraglich.

Ich wünsche mir allerdings, nicht Recht zu haben!

GABRIELE SIEGERT
UNIVERSITÄT ZÜRICH

Inzwischen Standard

Fortschreibung der Instituts-Enquete zu BA/MA-Studiengängen

Im Sommer 2004 veröffentlichte der „Aviso“ die erste Enquete über die Studiensituation im Fach Kommunikationswissenschaft. Ziel der Erhebung war es, anhand einiger weniger Kenndaten Transparenz herzustellen, insbesondere hinsichtlich der Lehrbelastung und der Bewerberlage der einzelnen Einrichtungen. Inzwischen befragt auch das CHE im Rahmen seines Rankings die Institute. Bis zur Veröffentlichung der aktuell laufenden Tranche im kommenden Sommer stellen wir übergangsweise eine systematische Annäherung an die derzeitige Lehrsituation in unserem Fach vor. Der Vorstand ermittelte die Angaben im Frühjahr 2007 anlässlich der Beratungen des Wissenschaftsrats; sie wurden auf dem BA/MA-Themenfenster der Bamberger Tagung bereits auszugsweise gezeigt.

Die Daten stammen aus dem Frühjahr 2007 und beziehen sich in der Regel auf das Wintersemester 2006/2007. Für die Bereitstellung danke ich allen Verantwortlichen in den Instituten herzlich. Bedauerlicherweise liegen uns keine Daten aus Berlin und auch keine aus Münster vor, einer der im CHE-Ranking höchstplatzierten Einrichtungen. Und erneut gilt: Alle Ergebnisse sind nur so gut wie die uns verfügbaren Daten – wir haben die übermittelten Zahlen ohne weitere Prüfung für die untenstehende Tabelle übernommen und je nach ihrem Auflösungsgrad für einzelne Studiengänge oder gesamte Standorte aufbereitet.

Insgesamt scheint die Datenlage in vielen Fällen immer noch desolat. Hier ist aber Besserung zu erwarten, da mit den bevorstehenden Akkreditierungs- und Re-Akkreditierungsverfahren auch entsprechendes Zahlenmaterial gesammelt und vorgelegt werden muss.

Aufgrund der derzeitigen Umbruchsituation existieren für manche Studiengänge noch keine Absolventenzahlen; zukünftig werden für die Mittelzuweisungen das Landes allerdings auch eher die Absolventenquoten wichtig (d. h. der Anteil der Absolventen innerhalb der Regelstudienzeit, gemessen an der Zahl der Zulassungen in der betreffenden Kohorte). Auslaufende Diplom- und Magisterstudiengänge sind in den vorliegenden Berechnungen nicht immer ausgewiesen, aber so weit wie möglich berücksichtigt. Dennoch besitzen die Zahlenwerte in einigen Fällen eher den Charakter plausibler Schätzungen.

Zwei konkrete Beispiele mögen dies verdeutlichen: An der Universität Düsseldorf steht ein differenziertes medienbezogenes Angebot zur Wahl, zu dem (neben den eigentlichen Kernprofessuren in der Kommunikationswissenschaft) andere Kollegen beitragen. Aus Gründen der Vergleichbarkeit haben wir hier nur die Kernprofessuren gezählt: Zentral scheint uns die Frage, wie viele Professuren den Studierenden als Ansprechpartner zur Verfügung stehen, wenn sie eine kommunikationswissenschaftliche Frage haben. Dass die tatsächliche Belastung der betreffenden Kollegen deutlich niedriger ist, da nicht die gesamte Lehrlast nur auf ihren Schultern ruht, können die Zahlenwerte leider nicht angemessen ausdrücken.

Umgekehrt ist die Situation in Hamburg: Hier sind dem neu gestarteten BA-Programm acht Professuren unseres Fachs zugeordnet, die derzeit (noch) 92 Studierende betreuen. Mangels Daten über Verpflichtungen in anderen (auch: auslaufenden) Studiengängen darf der rechnerische Wert von 12 Studierenden pro Professur nicht pauschal als Indiz für paradiesische Lehrbedingungen an der Alster gedeutet werden.

Genauso wenig berücksichtigen alle ausgewiesenen Quoten das in durchaus unterschiedlichem Umfang verfügbare weitere wissenschaftliche Personal – von der Zahl an Mitarbeitern (die zwischen den Standorten erheblich variiert) über

„Alle
Ergebnisse
sind nur so gut
wie die
uns übermittelten
Daten“

(Fortsetzung auf S. 13)



Universität/Studiengang	Abschluss	Anzahl Studenten	Studenten pro Prof.	Absolventen 2006	NC-Note	Anzahl Bewerber	Zulassungsquote in %
Universität Augsburg		525	525				
Medien und Kommunikation	BA	333			1,7**	2178	2,16
Medien und Kommunikation	MA	29					
Kommunikationswissenschaft	Dipl. Wahlpfl. (Magister NF)	163				(ausl.)	
Universität Bamberg		452	226			62	
Kommunikationswissenschaft	Diplom HF	272	136			26	100
Kommunikationswissenschaft	Magister NF	180	90			36	
Ruhr-Universität Bochum		920	115	84			
Medienwissenschaft	BA/MA	488		40		3476	4,29
Film- & Fernsehwissenschaft	BA/MA	313		27			
Publizistik Kommunikationswissenschaft	(Magister)	119		17		(ausl.)	
Universität Darmstadt							
Online-Journalismus	Diplom HF	126	25		2,2***	277	15,16
Universität Dortmund		367	54	76		913	6,79
Wissenschaftsjournalismus	BA HF	30	5	0	1,4***	185	5,41
Journalistik	Diplom	337	49	76	1,5***	728	7,14
TU Dresden		441	221				
Kommunikationswissenschaft	Magister HF	217		32			
Kommunikationswissenschaft	Magister NF	81					
Medienforschung/Medienpraxis	BA	143			1,6	651	7,68
Universität Duisburg-Essen		215	108	76		1411	6,45
Angew. Kommunik.- und Medienwissenschaft	BA HF	204		12	1,5	1400	5,71
Angew. Kommunik.- und Medienwissenschaft	MA	11				11	100
Universität Düsseldorf		1211	110			5409	3,99
Sozialwiss. Medien-Politik-Gesellschaft	BA	399	44	309 (seit 2002)	1,4	2185	4,30
Kommunikations- und Medienwissenschaft	BA NF	126	42	14 (seit 2004)	1,7	512	7,42
Medien- und Kulturwissenschaft	(Magister) BA	287 301		135 (seit 2005)	1,3	(ausl.) 2643	2,27
Politische Kommunikation	MA	31	10		**	69	34,78
Medienkulturanalyse	MA	67			**		
Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt		129	65	27	***	34	85,29
Journalistik	Diplom-FH/NF						
Universität Erfurt		266	53	95			
Kommunikationswissenschaft	BA HF	174	34,8	47	**	303	23,10
Kommunikationswissenschaft	BA NF	57	11,4	34	**	66	57,58
Kommunikationswissenschaft	MA	35	7	14	**	37	45,95
Universität Erlangen		300	300				
Kommunikationswissenschaft	BA NF (Wahl)						
Justus-Liebig-Universität Gießen		200	200	21	**	35 (2006)	
Fachjournalismus Geschichte	Magister NF						
Pädagogische Hochschule Freiburg		77	77	12		18	
Medienpädagogik	Dipl. Wahlpfl.	58	58	10		12	100
Medienpädagogik	Dipl. Aufbau	19	19	2		6	66,67
Universität Hamburg		92	12			2000	2,30
Medien- und Kommunikationswissenschaft	BA HF/NF	92	12		1,2/1,5		
Hochschule f. Musik und Theater Hannover		295	74	42		283	24,03
Medienmanagement	BA	104	26	21		208	17,79
Medienmanagement	MA	60	15	9		42	30,95
Multimediale Kommunikation	MA	36	9	12		33	54,54
Medienwissenschaft	NF	95	24				
	(Div. Abschl.)						
Universität Hohenheim		342	86	49		1351	27,76
Kommunikationswissenschaft	BA	72	18		**	1283	25,33
Kommunikationswissenschaft	(Diplom)	203	51	35		(ausl.)	
Journalistik	Dipl. (Aufbau)	67	17	14	**	68	73,53
TU Ilmenau		682	97	90			
Angewandte Medienwissenschaft	Diplom	481		90	1,9	419	27,92
Angewandte Medienwissenschaft	BA	198		keine	2	607	15,82
Medien- und Kommunikationsforschung	MA	3		keine	**	15	20,00
Universität Jena		705	141			701	41,51
Medienwissenschaft	Magister HF	498	100	230	1,9	551	19,06
Medienwissenschaft	Magister NF	207	41		2	150	30,67
Universität Leipzig		3190	290	228			
Kommunikations- und Medienwissenschaft	BA	180 incl. MA			1,6	1878	9,58
Kommunikations- und Medienwissenschaft	MA	siehe BA			1,6	1001	10,69
Kommunikations- und Medienwissenschaft	Magister HF	782		68	1,6	640	23,75
Kommunikations- und Medienwissenschaft	Magister NF	873		60			
Journalistik	Diplom	429		27	**		
Journalistik	Magister	36		2		497	28,97
	2. HF						
Journalistik	Magister NF	846		66	1,6		
PR/Kommunikationsmanagement	BA	44		5			

Universität/Studiengang	Abschluss	Anzahl Studenten	Studenten pro Prof.	Absolventen 2006	NC-Note	Anzahl Bewerber	Zulassungsquote in %
Universität Mainz		1029	114	154		1044	21,74
Publizistik	Magister HF	622	150	89	2,1	628	25,64
Publizistik	Magister NF	279	150	36	1,7	280	14,64
Medienmanagement	Diplom	94	94	11	1,5	0	
Journalismus	MA	34	17	21	**	136	18,38
Universität Marburg		398	100				
Medienwissenschaft	BA	104			2,2	900	7,22
Sprache und Kommunikation	BA	214				249	24,10
Medien und kulturelle Praxis	MA	8					
Kunst, Musik, Medien	BA	72			2,3	281	12,46
Universität München		1266	253	175		1720	17,27
Kommunikationswissenschaft	BA	495		40	1,7	1500	9,87
Kommunikationswissenschaft	MA	25		0	2,3**	80	31,25
Kommunikationswissenschaft	(Magister HF)	211		47		(ausl.)	
Kommunikationswissenschaft	Magister NF	423		60	2,0		
Journalistik	(Diplom)	66		14		(ausl.)	
Praktischer Journalismus	Dipl. (Aufbau)	46		14	**	140	10,71
Universität Münster		1044	150	1150			
Kommunikationswissenschaft	BA	92		-	1,6	1728	30,30
Kommunikationswissenschaft	BA Kernfach	57		-	1,5	1175	20,60
Kommunikationswissenschaft	Magister HF	587		104	1,7	1496	12,50
Kommunikationswissenschaft	Magister NF	308		46	1,9	783	8,60
Universität Trier		389	195	24		836	7,18
Medienwissenschaft	Magister HF	201	101	10	1,6	664	4,37
Medienwissenschaft	Magister NF	188	94	14	2,1	172	18,02

Bereits im Wintersemester 2006/07 auslaufende Studiengänge sind in Klammern gesetzt („ausl.“); weitere laufen zum Wintersemester 2007/08 aus (z. B. Jena, Mainz)

* integrierter Studiengang unter Beteiligung weiterer Professuren aus der Fakultät

** besonderes Auswahlverfahren, Eignungstest oder Eignungsfeststellungsverfahren

*** abgeschlossenes Praktikum

Privatdozenten, Lehrkräfte für besondere Aufgaben mit hohem Deputat und Honorarprofessuren bis hin zu Lehraufträgen.

An dieser Stelle sollen wieder nur einige Kernbefunde herausgehoben werden: Die Enquete erfasst Studiengänge mit insgesamt etwa 12.000 Studierenden, sowohl im Haupt- als auch im Nebenfach, die von 89 Professuren des Fachs im engeren Sinne betreut werden (allerdings fehlen mit Berlin und Münster Angaben aus zwei großen Einrichtungen). Insgesamt lagen für das vergangene Wintersemester rund 25 000 Bewerbungen von Menschen vor, die „irgendwas mit Medien“ studieren wollten. Diese hatten vermutlich in Ilmenau, Mainz und Hohenheim die relativ besten Chancen, wo etwa ein Viertel der Bewerber zum Zuge kam.

Umgekehrt war die Konkurrenz in Augsburg, Bochum, Düsseldorf und Hamburg am schärfsten, wo sich teilweise mehrere Tausend Bewerber um die begrenzten Studienkapazitäten stritten. Unter den Angeboten mit NC-Verfahren war folglich auch in Hamburg die Hürde am höchsten, wo Bewerber einen Abiturschnitt von 1,2 vorweisen mussten, um eine Zulassung zu erhalten. Dass es immer noch nur wenige Studiengänge mit Eignungsfeststellungsverfahren gibt, kann

angesichts der genannten Bewerberzahlen nicht verwundern.

Die Betreuungssituation ist weiterhin in den angewandten Studiengängen (wie z. B. der Journalistik) und den sich langsam entwickelnden Master-Programmen noch eher entspannt; auf breiter Front ist aber keine Verbesserung gegenüber der Erhebung aus dem Jahr 2004 eingetreten (allerdings sind zusätzliche Kapazitäten wie z. B. befristete Dozentenstellen aus erhobenen Studiengebühren in der Tabelle nicht enthalten). Unter den klassischen kommunikationswissenschaftlichen Studiengängen sind es, den Sonderfall Hamburg ausgenommen, weiterhin einzig Erfurt (53) und Hohenheim (86) sowie neuerdings Ilmenau (97), wo sich weniger als 100 Studierende einen Prof teilen.

Die in den Empfehlungen des Wissenschaftsrats beklagte ungünstige Ressourcenausstattung im Fach bestätigt unsere Erhebung also erneut, ebenso wie die ungebrochene Popularität der Medienstudiengänge.

PATRICK RÖSSLER

Adam, Silke: Symbolische Netzwerke in Europa. Der Einfluss der nationalen Ebene auf europäische Öffentlichkeit. Köln: Halem, 2007, 400 S.

Adelmann, Ralf/Fahr, Andreas/Katenhusen, Ines/Leonhardt, Nic/Liebsch, Dimitri/Schneider, Stefanie (Hrsg.): Visual Culture Revisited. German and American Perspectives on Visual Culture(s). Köln: Halem, 2007, 314 S.

Adolf, Marian: Die unverstandene Kultur. Perspektiven einer kritischen Theorie der Mediengesellschaft. Bielefeld: Transcript, 2006, 286 S.

Altmeyen, Klaus-Dieter/Hanitzsch, Thomas/Schlüter, Carsten (Hrsg.): Journalismustheorie: Next Generation. Soziologische Grundlegung und theoretische Innovation. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2007, 451 S.

Bartsch, Anne/Eder, Jens/Fahlenbrach Kathrin (Hrsg.): Audiovisuelle Emotionen. Emotionsdarstellung und Emotionsvermittlung durch audiovisuelle Medienangebote. Köln: Halem, 2007, 456 S.

Döveling, Katrin/Mikos, Lothar/Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.): Im Namen des Fernsehvolkes. Neue Formate für Orientierung und Bewertung. Konstanz: UVK, 2007, 318 S.

Faulstich, Werner (Hrsg.): Beziehungskulturen. München: Fink, 2007, 211 S.

Filipovic, Alexander: Öffentliche Kommunikation in der Wissensgesellschaft. Sozialethische Analysen. Bielefeld: W. Bertelsmann Verlag, 2007, 329 S.

Früh, Werner: Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis. 6., überarbeitete Aufl. Konstanz: UVK, 2007, 310 S.

Funiok, Rüdiger: Medienethik. Verantwortung in der Mediengesellschaft. Stuttgart: Kohlhammer, 2007, 223 S.

Gebhardt, Winfried/Hepp, Andreas u. a.: Megaparty Glaubensfest Weltjugendtag. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2007, 235 S.

Goldhammer, Klaus/Wiegand, André/Polley, Cay-Norbert: Wirtschaftliche Situation des lokalen und regionalen Fernsehens in Bayern. München: R. Fischer, 2007, 196 S.

Göttlich, Udo: Die Kreativität des Handelns in der Medienaneignung. Zur handlungstheoretischen Kritik der Wirkungs- und Rezeptionsforschung. Konstanz: UVK, 2006, 346 S.

Götz, Maya/Durner, Alexandra (Hrsg.): Journalismus mit Jugendlichen für Jugendliche. München: Edition TelevIZion, 2007, 260 S.

Gries, Rainer/Schwarzkopf, Stefan (Hrsg.): Ernest Dichter – Doyen der Verführer. Wien: Mucha, 2007, 329 S.

Grittmann, Elke: Das politische Bild. Fotojournalismus und Pressefotografie in Theorie und Empirie. Köln: Halem, 2007, 504 S.

Hoffmann, Jochen/Steiner, Adrian/Jarren, Otfried: Politische Kommunikation als Dienstleistung. Public-Affairs-Berater in der Schweiz. Konstanz: UVK, 2007, 292 S.

Holtz-Bacha, Christina/König-Reiling, Nina (Hrsg.): Warum nicht gleich? Wie die Medien mit Frauen in der Politik umgehen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2007, 218 S.

Kimpeler, Simone/Mangold, Michael/Schweiger, Wolfgang (Hrsg.): Die digitale Herausforderung. Zehn Jahre Forschung zur computervermittelten Kommunikation. Wiesbaden: VS Verlag, 2007, 256 S.

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

Bücher von DGPK-Mitgliedern

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

Krischke-Ramaswamy, Mohini: Populäre Kultur und Alltagskultur. Funktionelle und ästhetische Rezeptionserfahrungen von Fans und Szenegängern. Konstanz: UVK, 2007, 330 S.

Kronewald, Elke: Fernsehnutzung von Singles und Llierten. Die Relevanz des Merkmals Beziehungsstand für Fernsehnutzungsmotive und parasoziale Beziehungen. München: R. Fischer, 2007, 252 S.

Krotz, Friedrich: Mediatisierung. Fallstudien zum Wandel von Kommunikation. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2007, 333 S.

Ludwig, Johannes: Investigativer Journalismus. 2., überarb. Aufl. Konstanz: UVK, 2007, 438 S.

Matthes, Jörg: Framing-Effekte. Zum Einfluss der Politikberichterstattung auf die Einstellungen der Rezipienten. München: R. Fischer, 2007, 360 S.

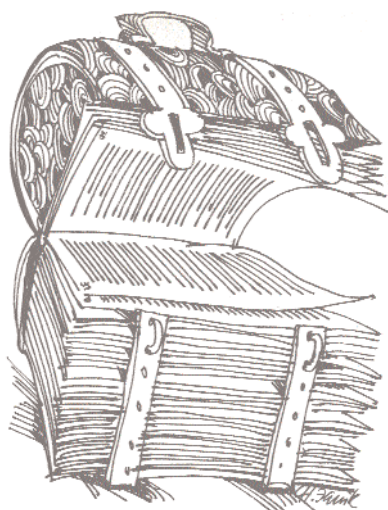
Maurer, Marcus/Reinmann, Carsten/Maier, Jürgen/Maier, Michaela: Schröder gegen Merkel. Wahrnehmung und Wirkung des TV-Duells 2005 im Ost-West-Vergleich. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2007, 258 S.

Meier, Klaus: Journalistik. Konstanz: UVK, 2007, 276 S.

Möhring, Wiebke/Schütz Walter J./Stürzebecher, Dieter (Hrsg.): Journalistik und Kommunikationsforschung. Festschrift für Beate Schneider. Berlin: Vistas, 2007, 380 S.

Neverla, Irene/Brichta, Mascha/Kamp, Hans-Christian/Lüdecke Dieter K.: Wer krank ist, geht ins Netz. Eine empirische Untersuchung zur Medien- und Internetnutzung im Krankheitsverlauf. München: R. Fischer, 2007, 211 S.

Pleil, Thomas (Hrsg.): Online-PR im Web 2.0. Fall-



beispiele aus Wirtschaft und Politik. Konstanz: UVK, 2007, 236 S.

Pöttker, Horst/Schulzki-Haddouti, Christiane unter Mitarbeit von Eberwein, Tobias (Hrsg.): Vergessen? Verschwiegen? Verdrängt? 10 Jahre „Initiative Nachrichtenaufklärung“. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2007, 255 S.

Pühringer, Karin: Journalisten – Kapital und Herausforderung im Zeitungsunternehmen. Münster: Lit, 2007, 272 S.

Pürer, Heinz/Raabe, Johannes: Presse in Deutschland. 3., völlig überarbeitete u. erweiterte Aufl. Konstanz: UVK, 2007, 656 S.

Rau, Harald: Qualität in einer Ökonomie der Publizistik. Betriebswirtschaftliche Lösungen für die Redaktion. Wiesbaden: VS Verlag, 2007, 303 S.

Raupp, Juliana: Politische Meinungsforschung. Die Verwendung von Umfragen in der politischen Kommunikation. Konstanz: UVK, 2007, 202 S.

Reichertz, Jo: Die Macht der Worte und der Medien. Wiesbaden: VS Verlag, 2007, 340 S.

Renner, Karl Nikolaus: Fernsehjournalismus. Entwurf einer Theorie des kommunikativen Handelns. Konstanz: UVK, 2007, 522 S.

Riesmeyer, Claudia: Wie unabhängig ist Journalismus? Zur Konkretisierung der Determinationsthese. Konstanz: UVK, 2007, 210 S.

Röser, Jutta (Hrsg.): MedienAlltag. Domestizierungsprozesse alter und neuer Medien. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2007, 228 S.

Rössler, Patrick: Das Bauhaus am Kiosk. Die neue Linie 1929-1943. Bielefeld: Kerber, 2007, 176 S.

Schäfer, Mike S.: Wissenschaft in den Medien. Die Medialisierung naturwissenschaftlicher Themen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2007.

Schierl, Thomas (Hrsg.): Prominenz in den Medien. Zur Genese und Verwertung von Prominenten in Sport, Wirtschaft und Kultur. Köln: Halem, 2007, 360 S.

Scholl, Armin/Renger, Rudi/Blöbaum, Bernd (Hrsg.): Journalismus und Unterhaltung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2007, 278 S.

Schramm, Holger (Hrsg.): Musik und Medien. M&K – Sonderband. Baden-Baden: Nomos, 2007, 201 S.

Schweiger, Wolfgang: Theorien der Mediennutzung. Eine Einführung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2007, 397 S.

Steinhilper, Leila Katharina: Vorschulkinder sehen fern. Das kindliche Unterhaltungserleben während der Rezeption von Fernsehfilmen. München: R. Fischer, 2007, 348 S.

Steininger, Christian/Woelke, Jens (Hrsg.): Fernsehen in Österreich 2007. Konstanz: UVK, 2007, 348 S.

Thiele, Martina: Publizistische Kontroversen über den Holocaust im Film. 2., überarb. Auflage. Münster: Lit, 2007, 576 S.

Thomaß, Barbara (Hrsg.): Mediensysteme im internationalen Vergleich. Konstanz: UVK, 2007, 368 S.

Trepte, Sabine/Witte, Erich H. (Hrsg.): Sozialpsychologie und Medien. Lengerich: Pabst, 2007, 216 S.

Volpers, Helmut/Werner, Petra (Hrsg.): Bürgerfernsehen in Nordrhein-Westfalen. Berlin: Vistas, 2007, 236 S.

Weichert, Stephan/Zabel, Christian (Hrsg.): Die Alpha-Journalisten. Deutschlands Wortführer im Porträt. Köln: Halem, 2007, 416 S.

Wilke, Jürgen (Hrsg.): Journalisten und Journalismus in der DDR. Berufsorganisation – Westkorrespondenten – „Der schwarze Kanal“. Köln, Weimar, Wien: Böhlau, 2007, 313 S.

Wimmer, Jeffrey: (Gegen-)Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft. Analyse eines medialen Spannungsverhältnisses. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2007, 297 S.

Zurstiege, Guido: Werbeforschung. Konstanz: UVK, 2007, 234 S.

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

Lust am Denken

15 Fragen an Simone Ehmig



Dr. Simone Ehmig leitet am Institut für Gesundheitskommunikation der Universität Lugano das „Centre for Applied Research in Communication and Health“

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

Ich habe Publizistikwissenschaft (mit Germanistik und Kunstgeschichte) zu studieren begonnen, weil ich als Journalistin im Feuilleton arbeiten wollte. Meine Vorstellungen und Erwartungen waren eher vage und stärker auf das Berufsfeld denn auf die wissenschaftliche Disziplin gerichtet.

2 **Haben sich diese Erwartungen erfüllt?**

Nach zwei Semestern, in denen mir die Orientierung nicht so recht gelingen wollte, hatte ich Gelegenheit, als studentische Hilfskraft in einem empirischen Forschungsprojekt zu arbeiten. Von da an begann sich der Nebel zu lichten. Ich lernte die Weite des Faches kennen und entdeckte Möglichkeiten, mich systematisch alltäglichen Phänomenen zu nähern,

hinter denen sich eine ganze Welt substanzieller Fragen auftat. Auf diesem Wege wurde der Journalismus, der zunächst Berufsziel war, mehr und mehr Gegenstand wissenschaftlicher Beschäftigung bis hin zu meiner Dissertation über den Generationswechsel im deutschen Journalismus. In diesem Sinne haben sich die Erwartungen in eine Herausforderung verwandelt.

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

Hans Mathias Kepplinger hat mich über viele Jahre für das Fach und seine Fragen fasziniert, meine Lust am Denken und im besten Sinne handwerklichen Arbeiten gefördert. Das Mainzer Institut bot mir ein Umfeld, in dem auch einmal gegen den Strich gedacht wurde, in dem Kreativität und praktischer Verstand gefragt waren – ebenso wie die Bereitschaft und Fähigkeit, sich grundlegend theoretisch auseinanderzusetzen, gedanklichem Stillstand und allzu glatten Lösungen zu misstrauen, mich selbst und mein Denken weiterzuentwickeln, in vielerlei Hinsicht eigen-

ständig zu werden. Davon profitiere ich nachhaltig. Eine große Anziehungskraft besitzt für mich gleichrangig mit der Forschung die Lehre, die vor dem Rückzug in den Elfenbeinturm bewahrt.

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

Langweilig ist für mich jede Art von Mainstreaming, die Beschäftigung mit Themen, nur weil sie gerade Mode oder opportun sind. Erschreckend finde ich die zunehmende Lustlosigkeit, sich als Lehrende wie Lernende mit Grundlagen- und Pionierstudien zu beschäftigen – möglichst noch mit dem Argument, sie seien ohnehin überholt oder widerlegt. Dabei sind viele vermeintlich neuere Ansätze dort bereits angelegt. Abgestoßen hat mich schon als Studentin jede Voreingenommenheit gegenüber Ansätzen und Untersuchungen, weil sie nicht in ein gerade vorherrschendes Schema passen, weil sie für bestimmte Auftraggeber durchgeführt wurden oder aus einer bestimmten wissenschaftlichen Ecke stammen.

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

Wirklich unzumutbar sind sachfremde Kriterien in Besetzungsverfahren, die pseudo-wissenschaftlich oder verfahrenstechnisch verbrämt daherkommen. Davon abgesehen steckt in „Qualifikation“ der Begriff „Qualität“, und Qualität ist weder ohne Anstrengung noch ohne klare Qualitätskriterien zu haben. Natürlich ist es beschwerlich, ein Verfahren nach dem anderen durchlaufen zu müssen. Natürlich ist es auch mühsam, sich ohne längerfristige finanzielle Absicherung von Zeitvertrag zu Zeitvertrag zu hangeln. Man kann es aber auch als – nicht immer sehr glücklich von außen reglementierte – innere Notwendigkeit wissenschaftlicher Arbeit sehen: nicht stehen zu bleiben, sich nicht einzurichten im Status Quo, sich nicht zufriedenzugeben mit dem Gefundenen, das immer nur ein Bruchstück sein kann.

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

Ich träume selten von beruflichen Dingen.

7 Was würden Sie als Wissenschaftsministerin Ihres Landes sofort ändern?

Mein aktuelles Land, die Schweiz, und dort die besondere Situation im Tessin erlebe ich erst seit fünf Monaten. Zu kurz, um wissenschaftspolitische Aussagen zu treffen. In Deutschland würde ich gegen die etwa in der Etablierung der BA-Curricula sichtbaren Vereinheitlichungstendenzen vorgehen, die Studiengänge austauschbar statt kompatibel machen und die Vielfalt der Profile auf einen Minimalstandard zusammenschmelzen, die die Freiheit der Lehre massiv in Frage stellen und die sehr fruchtbare Einbeziehung aktueller Forschung in die Ausbildung der Studierenden deutlich erschweren.

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

Wenn „entscheidend“ entscheidungsrelevant bedeutet, zum Teil ja, etwa wenn es um medienpolitisch relevante Themen geht oder um Wirkungsfragen wie bei Wahlentscheidungen oder im Bereich der Gesundheitskommunikation. Inwieweit die Entscheidungsrelevanz faktisch gegeben ist, liegt an der Rezeption in der Öffentlichkeit und durch Entscheidungsträger. Ob vieles „entscheidend“ ist im Sinne von bedeutsam und substantiell, muss jeder Kommunikationswissenschaftler für sich selbst und mit Blick auf die Grenzen des Fachs und seiner Methoden klären.

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

Solange die Vertreter der einzelnen inhaltlichen und methodischen Richtungen einander mit Respekt und im Bewusstsein der eigenen Grenzen begegnen, sehe ich darin eine große Chance. Sobald aber persönlich und ideologisch motivierte Animositäten ins Spiel kommen, ist einem fruchtbaren Umgang miteinander der Boden entzogen. Die inhaltliche Offenheit des Fachs birgt neben vielen Vorteilen und Möglichkeiten aber auch die Gefahr der Beliebigkeit, die Konturen verwischt und sachlich notwendige qualitative Differenzierungen erschwert.

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

Ich frage mich grundsätzlicher, ob sich das Fach

unbedingt mit seiner „Nützlichkeit“ verkaufen und damit in der Öffentlichkeit das Image einer angewandten Disziplin etablieren muss. Dazu wäre vieles aus der Grundlagenforschung, das nicht schnell und einfach öffentlich kommunizierbar ist, zu schade.

11 Ist die Kommunikationswissenschaft eine kommunikative Wissenschaft?

Misst man das an der Tagungsdichte, ist das Kriterium unbedingt erfüllt. Es liegt aber selbstverständlich auch an jedem einzelnen Fachvertreter, wie sehr er oder sie den Austausch sucht.

12 Welchen Kongress wollten Sie immer schon einmal organisieren?

Sprechen wir nicht von Wollen: Ich werde die Jahrestagung der DGPK 2008 in Lugano mit organisieren und lade herzlich ein, sich mit „Identität und Vielfalt“ in der Kommunikationswissenschaft zu beschäftigen. Alles Nähere unter www.dgpuk2008.ch.

13 Und welches Buch werden Sie irgendwann einmal schreiben?

Eines über einfache praktische Fragen und Probleme von empirischen Studien, die in den meisten Methodenbüchern vernachlässigt werden.

14 Welche Projekte beschäftigen Sie zurzeit?

Vordringlich für meine Qualifikation ist der Abschluss meiner Habilitation über den Beitrag einzelner Nachrichtenfaktoren zur Erklärung des Nachrichtenwerts. Am Institut für Gesundheitskommunikation laufen in meinem Arbeitsbereich verschiedene Studien u. a. zur Gesundheitskompetenz der Bevölkerung, zum Erfolg von Kampagnen gegen Übergewicht usw.

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?

Natürlich gibt es die. Vor allem, wenn die Selbstreferentialität oder sollte ich besser sagen Selbstbespiegelung überhandnimmt (gut, dass dies die letzte Frage ist). In diesem Fall – tja, dann kommuniziere ich, nutze Medien und schaue über den Zaun auf andere Disziplinen, um mich der Verhältnismäßigkeit der Dinge zu vergewissern. ◆

Den „Fragebogen“ beantworten jüngere Wissenschaftler in der DGPK



Langweilig ist die Beschäftigung mit Themen, nur weil sie gerade Mode sind



K a l e n d e r

Januar

FG Kommunikationsgeschichte:
 „Was ist Kommunikations-
 wissenschaft? Entstehung
 und Entwicklung von
 Schulen, Paradigmen und
 Mythen“,
 17.-19.1.2008, München

FG Rezeptionsforschung:
 „Rezeptions- und Wirkungs-
 forschung: Zur Praxisrele-
 vanz der Forschung und zur
 Theorie Relevanz der Praxis“,
 24.-26.1.2008, Hamburg

FG Soziologie der Medienkommunikation

„Media Events, Globalization and Cultural Change“,

6.-7. Juli 2007, Bremen

Mitveranstalter: Goldsmiths College London (Nick Couldry); Psychology and Public Opinion Section of the IAMCR (Friedrich Krotz)

Teilnehmerzahl: 110

Anzahl der Vorträge: 57 (darunter drei geladene Keynotes)

Tagungsfazit:

Rund 15 Jahre nach Erscheinen des Klassikers „Media Events“ von Daniel Dayan und Elihu Katz hat die u. a. von der DFG geförderte, internationale Fachtagung deutlich gemacht, wie zentral eine Auseinandersetzung mit Medienevents ist: Inter- und transkulturelle Kommunikation vollzieht sich insbesondere durch herausragende Medienereignisse wie Terrorattentate, Sport- oder Politikgeschehen. Über die Beiträge von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern aus rund 25 Ländern hinweg machte die Tagung zweierlei deutlich: Erstens bedarf die Theorie von Medienevents einer grundlegenden Weiterentwicklung, wenn sie die innere Widersprüchlichkeit von heutigen rituellen wie auch populären Medienevents fassen möchte. Zweitens haben die präsentierten Untersuchungen gezeigt, wie wichtig gerade qualitativ differenzierte, die Ebenen von Produktion, Produkt und Aneignung einschließende Fallstudien sind, wenn man Medienevents als einschneidende Phänomene des Medien- und Kulturwandels fassen möchte. **ANDREAS HEPP**

Weitere Informationen zur Tagung: <http://www.media-events-bremen07.org> (dort auch Videomitschnitte der Plenarvorträge)

Anzeige

Ein Hauptdarsteller der medienpolitischen Bühne



Mit offenem Visier

Peter Voß – Intendant, Journalist, Literat

Herausgegeben von Peter Boudgoust

2007, 462 S., brosch., 49,- €, ISBN 978-3-8329-2788-2

(SWR Schriftenreihe – Medienpolitik, Bd. 5)

Ende April 2007 hat sich Peter Voß (66) nach über 14 Jahren als SWF- und SWR-Intendant von der medienpolitischen Bühne verabschiedet. Ein Manager, Medienexperte und Journalist, der in der deutschen Rundfunklandschaft deutliche Akzente gesetzt hat. Insbesondere bei der Fusion von Südwestfunk (SWF) und Süddeutschem Rundfunk (SDR) zum Südwestrundfunk (SWR), dem neuen länderübergreifenden Südwestsender. Als SWR-Gründungsintendant erwies sich Voß als Vordenker, der zwei unterschiedliche Programm- und Unternehmenswelten zu einer neuen zusammenführte und so in hohem Maße dazu beitrug, dass der SWR heute als zweitgrößte Rundfunkanstalt der ARD zu deren stärksten Pfeilern gehört.

Der vorliegende Band umfasst Essays, Kommentare, Laudationen von (und über) Peter Voß aus fast vierzig Jahren. Peter Voß bezieht Stellung, steht Rede und Antwort in Interviews und Gesprächen und lässt sich per Fragebogen in die Karten schauen. Ein Intendant und Journalist, der – als „Gegenpol zum dünnen Code des Faktischen“ – seit längerem Gedichte schreibt. Im Jahr 2000 erschien sein erster Lyrikband „Zwischen den Kratern“.

Bitte bestellen Sie bei Ihrer Buchhandlung oder bei Nomos

Telefon 07221/2104-37 | Fax -43 | www.nomos.de | sabine.horn@nomos.de



Nomos

K o m m u n i k a t i o n s g e s c h i c h t e

Die historische Perspektive

Wann und warum entstanden Berufsrollen wie Journalist oder Public-Relations-Experte? Was für Veränderungen erlebten Medien, Medieninstitutionen und Mediensysteme? Welche Inhalte waren für bestimmte Zeitperioden kennzeichnend? Wie ging das Publikum damit um, und welchen Einfluss nahmen Medien auf die Realitätsvorstellung der Menschen? Und nicht zuletzt: Welchen Einfluss hatten Individuen auf die öffentliche Kommunikation?

Solche und ähnliche Fragen stehen im Mittelpunkt der Arbeit der Fachgruppe Kommunikationsgeschichte. Bei der Erforschung medialer Produktions-, Verarbeitungs- und Rezeptionsprozesse spielt jedoch auch stets das Verhältnis zwischen öffentlicher Kommunikation und Gesellschaft eine wichtige Rolle. Es geht also um die Einordnung von Kommunikationsprozessen in den jeweiligen historischen Kontext, mit dem Ziel, unsere heutige Situation besser zu verstehen. Denn oft lässt sich die Bedeutung aktueller Phänomene nur so adäquat erfassen.

Daneben gewann in den letzten Jahren auch die kritische Beschäftigung mit der Geschichte der Kommunikationswissenschaft an Bedeutung. Ziel ist es dabei, Forschungsergebnisse im wissenschaftlichen und historischen Zusammenhang zu betrachten, um so langfristige Entwicklungen aufzuzeigen und sich der Identität des Fachs zu vergewissern.

Die FG Kommunikationsgeschichte wurde 1991 als eine der ersten Fachgruppen in der DGPK gegründet. Die ersten Sprecher waren Winfried B. Lerg und Hans Bohrmann. Nach Lergs plötzlichem Tod 1995 übernahmen Arnulf Kutsch und Ursula E. Koch die Leitung. Spätere Sprecher und Co-Sprecher waren Rudolf Stöber, Markus Behmer und Michael Meyen. Derzeit wird die Fachgruppe von Klaus Arnold und Susanne Kinnebrock vertreten. In den ersten Jahren trafen sich die Mitglieder während der DGPK-Jahrestagungen und beteiligten sich hier mit Vorträgen aus ihrem Kreis. Die erste eigene Jahrestagung fand im Millenniumsjahr 2000 zum Thema „Jahrhundertwechsel als Kommunikations- und Medienereignisse“ statt.

Mit zurzeit 115 Mitgliedern gehört die Fachgruppe zu den großen in der DGPK. Die Interessen und Spezialgebiete sind durchaus differenziert, ebenso wie die methodischen Zugänge, die von klassischen Quellen- und Dokumentanalysen und der Auswertung historischer Datenbestände bis hin zu systematischen Zeitzeugenbefragungen und quantitativen Inhaltsanalysen reichen. Den zwar teilweise noch lückenhaften, aber insgesamt doch beeindruckenden Forschungsstand zur Geschichte der öffentlichen Kommunikation und der Kommunikationswissenschaft belegen zahlreiche Veröffentlichungen aus den letzten Jahren.

Gut vernetzt

Die Fachgruppe ist gut vernetzt; so wurden die Tagungen in den letzten Jahren häufig in Kooperation mit anderen Gruppen oder historisch arbeitenden Institutionen veranstaltet. An der letzten Jahrestagung zum Verhältnis von Politik und Medien im 20. Jahrhundert, die im Berliner Bundestag stattfand, nahmen zahlreiche Kommunikations- und Medienwissenschaftler sowie Historiker teil. Sie hielten einschließlich der Kommentare fast 30 Vorträge.

Um kommunikationshistorisch interessierte Nachwuchswissenschaftler zu fördern, hat die Fachgruppe im Frühjahr dieses Jahres ein Nachwuchsforum gegründet, das inzwischen über 40 Mitglieder zählt und sich an der Veranstaltung spezieller Workshops beteiligt. Die Tagung im Januar 2008 wird die aktuelle Selbstverständnisdebatte historisch vertiefen: Unter dem Titel „Was ist Kommunikationswissenschaft?“ soll es um die Entwicklung von Schulen, Paradigmen und Mythen in unserem Fach gehen.

KLAUS ARNOLD

Im „Gruppenbild“ präsentieren die Fachgruppen der DGPK ihr Selbstverständnis und ihre Anliegen



Nachrichten & Personalien

Prof. Dr. Silvia Knobloch-Westerwick arbeitet ab Oktober 2007 als Associate Professor an der School of Communication der Ohio State University in Columbus.

Prof. Dr. Marion G. Müller (Jacobs University Bremen) ist auf der Tagung der ICA zum Chair der ICA Visual Communication Studies Division gewählt worden.

Dr. Marian Adolf ist seit dem WS 06/07 als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Department of Communication and Cultural Management der Zeppelin University Friedrichshafen tätig.

Dr. Bernhard Pörksen ist an der Universität Hamburg habilitiert worden und hat die Venia legendi für Kommunikations- und Medienwissenschaft erhalten.

Christian Filk leitet seit dem Sommersemester das neue Institut für Kommunikationsfor-

schung und Informationstechnologie (IKIT) der Fernfachhochschule Schweiz in Zürich.

PD Dr. Klaus-Dieter Altmeppen hat einen Ruf auf den Lehrstuhl für Journalistik II an der katholischen Universität Eichstätt erhalten, den er im WS 2007/08 zunächst vertreten wird.

Dr. Holger Schramm vertritt im Wintersemester die Professur für Medienwissenschaft am IJK in Hannover.

Dr. Jörg Matthes (Universität Zürich) hat den „Best-Paper-Award“ der FG Medienpsychologie der Deutschen Gesellschaft für Psychologie erhalten. Die World Association of Public Opinion Research ehrte ihn mit dem „Naomi C. Turner Prize“.

Einen Ruf haben erhalten und angenommen: **Prof. Dr. Klaus Beck**, Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, FU Berlin; **Prof. Dr. Christiane Eilders**, Kommunikationswissenschaft, Universität Augsburg; **Prof. Dr. Carsten Winter**, Medien- und Musikmanagement, Hochschule für Musik und Theater Hannover.

Anzeige



Korinna Kuhnert

Kinderpornographie und Internet

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

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

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

HOGREFE



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

Traut nicht den Lecturer-Stellen!

Sie könnten die Probleme der Hochschulen noch verschärfen

Ohne dass es groß publik gemacht oder gar besprochen wurde, werden mit ministerieller Rückendeckung die Fächer und die dort residierenden Professorinnen und Professoren zurzeit von ihren Hochschulleitungen mit großzügigen Geschenken überschüttet, die sie in dieser Form weder gefordert noch jemals erwartet hatten: nämlich mit Lehrkräften für besondere Aufgaben, neuerdings auch *Lecturer-Stellen* genannt. Das sind Stellen, die den Fächern zusätzlich zu dem normalen Personal eines Fachs zur Bewirtschaftung übergeben werden. Ziel dieser Geschenke ist die deutliche Verbesserung des Lehrangebots und die bessere Betreuung der Studierenden.

Gründe genug, das Glas zu heben und den großzügigen Hochschulleitungen zu danken. Dennoch gibt es einige Kolleginnen und Kollegen, die glauben, dass es unverantwortlich ist, dem akademischen Nachwuchs solche Stellen anzubieten. Sie weigern sich deshalb, derartige Stellenausschreibungen (und die hat es auch in der Kommunikationswissenschaft gegeben) in Sektionsrundbriefe aufzunehmen.

Eine Weiterqualifikation ist ausgeschlossen

Zuerst einmal zu den Begriffen, die allein schon für Verwirrung sorgen. Von den Lecturern zu unterscheiden sind die vom Wissenschaftsrat im Januar 2007 ins Spiel gebrachten *Lehrprofessuren*. Dies sollen, so der Wissenschaftsrat, in Zukunft neben sogenannten *Forschungsprofessuren* eigenständige Professuren an Hochschulen sein, die zwei Drittel ihrer Zeit mit der Lehre (12 SWS) und ein Drittel ihrer Zeit mit der Forschung zubringen dürfen.

Die *Lecturer-Stellen* tragen in den Ausschreibungen je nach Bundesland und Hochschule andere Namen. Aber im Kern sind diese Stellen so zu beschreiben: Es sind auf ein oder zwei Semester befristete, nach 13 TV-L bezahlte Mitarbeiterstellen mit einem Lehrdeputat von 12 bis 18 SWS. Eine Weiterqualifikation auf diesen Stellen ist ausgeschlossen. Bezahlt werden sie zu 100 Prozent aus den Studiengebühren, und da diese Studiengebühren in Zukunft unbefristet fließen, sollen auch die Stellen auf Dauer gestellt werden,

wenn auch nicht die Stelleninhaber. Die Möglichkeit einer Entfristung wird grundsätzlich verneint. Ausdrücklich, und das ist sehr wichtig, dürfen diese Stellen nicht in die Kapazitätsberechnungen für die Fächer aufgenommen werden. Dies deshalb, weil sie zusätzliche Stellen bleiben und nicht einen Abbau der „normalen“ Stellen nach sich ziehen sollen. So der Plan.

Die Kämmerer dürfen sich über das Danaer-Geschenk freuen

Während Lehrende und Studierende ob des unerwarteten Geschenks noch gemeinsam feiern, ist man am Tag danach gut beraten, an die Worte Laokoons zu denken, mit denen er (laut Vergil) vor dem Geschenk der Danaer warnte: „Traut nicht dem Pferde, Trojaner! Was immer es ist, ich fürcht' die Danaer, auch wenn sie Geschenke bringen.“ (Aeneis, Buch II, Vers 48-49) Denn bei Tage betrachtet haben allein die Kämmerer Grund, sich über die Lecturer-Stellen zu freuen.

Man muss kein Prophet sein, um Folgendes vorauszusagen: Anfangs, sagen wir vier oder fünf Semester lang, werden die Lecturer-Stellen nicht in die Kapazitätsberechnungen aufgenommen. Dann aber, erzwungen durch die stetige Absenkung der von den Ländern an die Universitäten überwiesenen Etats, werden sie mit kleinen und leisen Schritten in die Kapazitätsberechnungen Eingang finden. Gute Gründe hierfür finden sich immer, auch weil das Ganze erst völlig harmlos klingt. Besonderen Rückenwind wird diese Entwicklung von dem gerade ausgehandelten Hochschulpakt erhalten, mit dem der auf die Hochschulen zukommende „Studierendenberg“ bewältigt werden soll.

Keinen Grund zur Freude hat der wissenschaftliche Nachwuchs

Spätestens jedoch dann, wenn die ersten am Numerus Clausus gescheiterten Studierenden sich mit Hinweis auf die zusätzlichen Kapazitäten der Lecturer-Stellen erfolgreich eingeklagt haben, wird das Anrechenverbot Stück um Stück fallen. Erst werden Etatstellen, wenn sie frei werden, länger unbesetzt bleiben (was auch noch die



Heinz Pürer, Johannes Raabe
Presse in Deutschland
 3., völlig überarbeitete u.
 erweiterte Auflage
 2007, 656 Seiten, gebunden
 ISBN 978-3-8252-8334-6
 € (D) 34,90 / SFr 58,50

Mit »Presse in Deutschland« liegt ein umfassender Überblick der Entwicklung und Struktur der deutschen Presse von ihren Anfängen bis zur unmittelbaren Gegenwart vor. Der Schwerpunkt liegt dabei auf den Entwicklungen der Presse seit 1945 wobei insbesondere auch auf das Pressewesen der DDR in Zusammenhang mit der deutschen Wiedervereinigung eingegangen wird.

Neben ökonomischen Grundlagen und politisch-rechtlichen Rahmenbedingungen der Printmedien zeigen die Autoren die derzeitigen Pressestrukturen und aktuellen Herausforderungen für Zeitungen, Zeitschriften und Online-Zeitungen.

Heinz Pürer ist Professor für Kommunikationswissenschaft an der Universität München.

Johannes Raabe ist wissenschaftlicher Assistent am Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft der Universität Bamberg.

www.uvk.de



UVK Verlagsgesellschaft mbH

Dekane freuen wird), dann wird man die Lecturer-Stellen bleibend zu 10 Prozent in der Kapazitätsberechnung berücksichtigen, später mit 50 Prozent, am Ende wahrscheinlich mit 95 Prozent.

Die verbleibenden 5 Prozent werden dann immer dazu dienen, von einer deutlichen „Verbesserung“ der Lehre durch die Studiengebühren zu sprechen. Kurz: Die Einbeziehung der Lecturer-Stellen in die Kapazitätsberechnung führt dazu, dass manche der C- und W-Stellen und natürlich auch der Mittelbaustellen abgebaut und durch kostengünstige Lecturer-Stellen ersetzt werden.

Keinen Grund zur Freude hat der wissenschaftliche Nachwuchs, der sich vor oder nach der Promotion gezwungen sieht, wegen nicht vorhandener und weiter schwindender Qualifikationsstellen oder Arbeitsplätzen in Forschungsprojekten Lecturer-Stellen anzunehmen. Wer eine Lecturer-Stelle ausfüllen darf, hat keine Zeit mehr zur Qualifikation, was bedeutet, dass er wegen des scharfen Entfristungsverbots nach Ablauf seines Vertrags nicht nur ausgelaugt ist, sondern auch arbeitslos. Wo sollte er auch noch eine Stelle finden? In der Forschung? Nein, da auf keinen Fall mehr.

Die Hoffnung auf Entlastung der Professoren ist trügerisch

Grund zur Freude haben zunächst einmal die jetzt verbeamteten Professorinnen und Professoren: Ihr Lehr-, Betreuungs- und Prüfungsaufwand wird nach unten gefahren, was angesichts der aktuellen Lage an deutschen Hochschulen keineswegs heißt, dass sie nichts mehr zu tun haben werden. Dennoch: Sie werden ohne Zweifel entlastet. Und sie könnten geneigt sein zu glauben, mit den Lecturer-Stellen besäßen sie ein Mittel, ihrem wissenschaftlichen Nachwuchs (wenn auch mit prekären Stellen) eine Qualifikation zu ermöglichen. Weil also die aktuell beschäftigten Hochschullehrer in den

Lecturer-Stellen Vorteile sehen (können), kann man es ihnen nicht verübeln, diese Geschenke anzunehmen – auch wenn ihnen manchmal dabei zu Recht mulmig zumute ist. Denn die Arbeitsentlastung wird nur von kurzer Dauer sein, und die Hoffnung auf eine Möglichkeit, den wissenschaftlichen Nachwuchs zu fördern, wird sich als trügerisch erweisen.

Die Betreuung wird bald wieder schlechter werden

Nach ein paar Semestern wird es nämlich mit der Entlastung vorbei sein. Stattdessen hat man dann neben vollen Seminaren einen neuen Stamm kurzfristig beschäftigter, flexibel einsetzbarer Lecturer, denen man die Forschung ausgetrieben und deren Weiterqualifikation man verhindert hat. Und natürlich ist die Zahl der Kolleginnen und Kollegen, die fest angestellt noch forschen dürfen, kleiner geworden.

Keinen Grund zur Freude haben die Studierenden. Anfangs werden sie sich über kleinere Seminare und eine bessere Betreuung freuen, aber mit wachsender Berücksichtigung der Lecturer-Stellen bei den Kapazitätsberechnungen werden die Seminare wieder voller und die Betreuung schlechter werden. Nur dass die vollen Seminare jetzt von Lehrenden abgehalten werden, die nie geforscht haben und nie forschen werden, sondern dazu angestellt sind, Wissen aus Einführungsbüchern schmackhaft aufzubereiten und an Studierende weiterzureichen. Das wird vielleicht die Didaktisierung der universitären Lehre verbessern, aber nicht deren Qualität. Die wird nachhaltig sinken.

Keinen Grund zur Freude hat die Wissenschaft. Für die kleine, alltägliche und vielfältige Forschung vor Ort, in der Regel von Nachwuchswissenschaftlerinnen und -wissenschaftlern erbracht, wird es keinen Platz mehr geben. Deshalb wird auch der großen exzellenten Forschung in den wenigen verbliebenen universitären Forschungszentren das Personal ausgehen.

Bei der Entwicklung solcher Szenarien sollte man aber die Kirche im Dorf lassen. Auch wenn man sicher annehmen darf, dass die Kämmerer der Hochschulen bei der Nutzung der Lecturer-Stellen zu Sparzwecken mit viel Phantasie vorgehen werden, sind deren Bestrebungen Grenzen gesetzt. So werden aus Studiengebühren, legt man einmal ein Fach mit 500 Hauptfachstudierenden zugrunde, nur ein bis drei Lecturer-Stellen finanzierbar sein. Damit lässt sich jedoch noch keine grundsätzliche Veränderung der Hochschullehre herbeiführen. Das geht erst, wenn man die vom Wissenschaftsrat gesponsorten Lehrprofessuren flächendeckend einführt oder wenn man neu ausgeschriebene W-Professuren von Beginn an mit höheren Lehrdeputaten versieht oder ganz allgemein die Lehrverpflichtung für alle Hochschullehrerinnen und Hochschullehrer deutlich erhöht.

Mehr Lehre und weniger Forschung sind offensichtlich gewollt

Kritikern solcher Maßnahmen wird man dann genüsslich vorrechnen (und das werden nicht nur die Kämmerer sein, sondern vor allem die Politiker jeder Couleur), dass die Ausbildung zum Bachelor und zum Master an Universitäten wegen des geringen Lehrdeputats der Universitäten doppelt so teuer ist wie an Fachhochschulen, ohne dass ein qualitativer Unterschied zwischen der Ausbildung an FHs und Universitäten noch genannt werden könne. Eine solche „Schieflage“

könne im Interesse der Gesellschaft (ich höre schon den volkstribunalen Ton in der Stimme der Fürsprecher), angesichts leerer Kassen und der Pflicht aller, gut zu haushalten, nicht länger hingenommen werden. Und das Perfide an dieser Rede wird sein, dass man dann gegen sie keine guten Gründe mehr ins Feld führen kann, da (Bologna sei Dank) nur noch Abschlüsse zählen und nicht deren Qualität.

Die Vermehrung von Lehre und die Verringerung von Forschung an deutschen Hochschulen ist offensichtlich gewollt, und viele (Politiker, Wissenschaftler, Drittmittelgeber und die Wirtschaft) sagen das auch. Insbesondere der Wissenschaftsrat spricht öffentlich diese Ansicht aus, wenn er mit dem Zwei-Säulen-Modell universitärer Ausbildung (Forschungs- und Lehrprofessuren) die Einheit von Forschung und Lehre zur Disposition stellt. Vielleicht wäre es sinnvoll, erst einmal einzuhalten und zu fragen, was man von dem unerwarteten Geschenk der Lecturer-Stellen zu halten hat – ob es wirklich ein Danaer-Geschenk ist oder ob es Gründe gibt, eine Feier anzusetzen. Während dieses grundsätzlichen Nachdenkens könnte man auch über die Lehrprofessuren debattieren und überlegen, ob es dazu Alternativen gibt und wie man sie verwirklichen kann.

Den Fachgesellschaften, also auch der DGPK, kommen bei diesem Nachdenken eine besondere Rolle und große Verantwortung zu. Sie sollten sie übernehmen.

JO REICHERTZ

Anzeige

NEU: KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT



Michael Schaffrath (Hrsg.)
Traumberuf Sportjournalismus
 Ausbildungswege und Anforderungsprofile in der Sportmedienbranche
 368 S., 19,90 €, br.,
 ISBN 978-3-8258-0139-7



Heinz-D. Fischer;
 Erika J. Fischer
Der Pulitzer-Preis
 Konkurrenten, Kämpfe, Kontroversen
 472 S., 29,90 €, br.,
 ISBN 978-3-8258-0339-1

Gesamtübersicht: www.lit-verlag.de

Gesamtverzeichnis und Fachkataloge senden wir Ihnen gerne zu.

LIT Verlag

Berlin – Hamburg – London – Münster – Wien – Zürich

Fresnostr. 2 D-48159 Münster Tel. 0251-62 032 22 Fax 0251-922 60 99 E-Mail: vertrieb@lit-verlag.de

Medienanalysen



Medienanalyse

Methoden, Ergebnisse,
Grenzen

Herausgegeben von
Thomas Wägenbaur
2007, 258 S., brosch., 34,- €,
ISBN 978-3-8329-2412-6

Dieser Band versammelt Beiträge, die auf die wissenschaftliche Definition von Medienanalyse eingehen, Methoden der Praxis vorstellen und erproben, von interessanten Ergebnissen

der Anwendung berichten, wichtige Grenzziehungen unternehmen und zuletzt auch kritisch die Relevanz der Medienanalyse in Frage stellen. Medienanalyse wird hier im weiteren Kontext der Gesellschaft und ihrer Dynamik gesehen. Zentral ist daher ihre Abgrenzung auf der einen Seite zum Journalismus und auf der anderen zur Werbung. Hinsichtlich der Methodik geht es um avancierte Techniken des basalen Clipping Service, der Bildanalyse, der Rolle der Medienanalyse im PR-Controlling und daher auch um die Frage der Bestimmung, Bedeutung und Problematik von Kennzahlen. Ein Schwerpunkt dieses Bandes liegt auf Fallstudien aus der Praxis. Der Band dient somit sowohl der Einführung als auch der Diskussion des aktuellen Stands der Medienanalyse.



Comparative Media Economic Research

A Competition Analysis
of the Newspaper and
Magazine Publishing Sectors
in Denmark and Germany

Von Mike Friedrichsen, Astrid
Kurad, Oliver Ohlemacher
und David Christopher Stahl
2007, 140 S., brosch., 19,- €,
ISBN 978-3-8329-2734-9

In dem Werk werden Zeitungen und Magazine aus Deutschland und Dänemark vergleichend untersucht.



Nomos

Nichts ist interessant

Auf der Suche nach den Anfängen der
auf die Generation der „Jungtürken“

Aviso: Was ist das eigentlich für ein komischer Ausdruck – „Jungtürken“?

Meyen: Eigentlich ein ganz alter. Jungtürken waren die Reformer, die das Osmanische Reich modernisieren wollten. In den 1950ern gab es in der FDP eine Gruppe, die im Landtag von NRW mit der SPD gegen die CDU gestimmt hat. Jungtürken. Walter J. Schütz hat dann in den 1960ern die jungen Leute in der DGPUZ so genannt. Assistenten und Doktoranden wie Langenbucher und Glotz, Lerg, Schmolke und Dröge, Bohrmann oder Stüber. Bei den Jungtürkentreffen wurde über das schlechte Image des Fachs diskutiert. Kein Geld, keine Stellen und viel zu viele Studenten. Die Jungtürken haben das Fach dann tatsächlich verändert und zu einer empirischen Sozialwissenschaft gemacht, die heute weitgehend respektiert wird.

Aviso: Sie versuchen, das Bild einer Wissenschaftlergeneration zu zeichnen. Worin liegt der Erkenntnisgewinn, z. B. für jüngere Leser?

Meyen: Die Jungtürken haben definiert, was Kommunikationswissenschaft ist. Wenn man nach einer Fachidentität sucht, dann sollte man die Wurzeln dieser Identität kennen. Man wird dann sehen, dass auch in der Wissenschaft soziale Faktoren eine ganz zentrale Rolle spielen. Außerdem ist nichts interessanter als die eigenen Kollegen. Man will schließlich wissen, was das für Menschen sind, die über Berufungen entscheiden oder über Publikations-Chancen.

Aviso: Methodisch haben Sie sich für biographische Interviews entschieden. Das ist bei diesem Thema gewiss nicht ohne Tücken. Wie können Sie sicherstellen, dass sich Ihre Gesprächspartner nicht in Eitelkeit ergehen und ihre wissenschaftliche Vita schönreden?

Meyen: Sicher sein kann man sich nie. Maria Löblich und ich haben aber versucht, vor den Interviews alles zu lesen, was es über die Gesprächspartner gibt. Aufsätze und Bücher natürlich, Festschriften, die Personaleinträge in der „Publizistik“ und manchmal auch graue Literatur wie zum Beispiel Studentenzeitschriften. Wenn eine Publikationsliste auf zwei Blätter passt und

ter als die Kollegen

er Fachidentität stieß Michael Meyen und führte 19 biografische Interviews

die Interviewer diese Liste kennen, dann funktioniert das mit dem Schönreden nicht. Oft haben wir besser gewusst, wann was passiert ist und wer an welchem Aufsatz mitgearbeitet hat.

Aviso: *Wer gehört überhaupt zu den „Jungtürken“?*

Meyen: Alle Professorinnen und Professoren des Fachs, die zwischen 1929 und 1940 geboren wurden. Das ist natürlich eine Konstruktion, weil so zum Beispiel auch Lutz Erbring oder Ursula E. Koch dabei sind, die bis Mitte der 1980er Jahre mit dem Fach gar nichts zu tun hatten. Wer jünger ist, hat „1968“ noch als Student erlebt und damit andere Erfahrungen als die Jungtürken.

Aviso: *Machten alle bereitwillig bei den Gesprächen mit, oder gab es auch Misstrauen und methodische Zweifel?*

Meyen: Die meisten haben sich sehr gefreut. Abgesagt hat nur Hansjürgen Koschwitz, und von Heinz-Dietrich Fischer kam eine schriftliche Antwort. Gezweifelt hat Manfred Rühl. Er meinte, dass eine wissenschaftliche Disziplin aus bewahrten Theorien bestehe und man die „Geschichte der Personalsysteme“ getrost vergessen könne. Marotten und Schnurrpfeifereien seien ja ganz nett, gehörten aber an den Biertisch. Das Gespräch hat dann trotzdem fünf Stunden gedauert.

Aviso: *Was haben Rühl und die anderen Jungtürken über ihre wissenschaftliche Sozialisation gesagt? Welche Rolle spielte zum Beispiel das geringe Ansehen des Faches in der akademischen Welt der Nachkriegsjahre?*

Meyen: Eine große. Wer Publizistik- oder Zeitungswissenschaft studierte, hatte das Gefühl, in einem drittklassigen Fach zu arbeiten. Rühl wurde in seiner Basketballmannschaft gefragt, was er denn in der Dovifat-Vorlesung treibe. Selbst ein Anfänger habe schnell gemerkt, dass das Fach nicht akzeptabel war. Viele Jungtürken haben erzählt, dass ihre Nebenfächer viel arbeitsintensiver und viel spannender gewesen seien. Dort sind die Jungtürken auf die modernen sozialwissenschaftlichen Verfahren gestoßen.

Aviso: *Ist das der Grund für den Paradigmenwechsel in der Kommunikationswissenschaft?*

Meyen: Ein Grund, sicher. Anders als ihre Lehrer Ronneberger, Roegele oder Pracke wussten die Jungtürken, wie man empirisch arbeitet. Sie konnten damit das aufgreifen, was in den Nachbar-disziplinen oder in den USA passierte.

Aviso: *Welche Gemeinsamkeiten gibt es noch? Was lässt sich zum Beispiel über Herkunft und Berufswunsch sagen?*

Meyen: Viele Jungtürken kommen aus einfachen Verhältnissen. Manche wollten Lehrer werden, die meisten aber Journalist. Deshalb sind sie zur Publizistikwissenschaft gegangen und haben in einer Redaktion gearbeitet.

Aviso: *Wie haben die Jungtürken weggesteckt, dass auch „die Praxis“ nicht viel von dem Fach hielt?*

Meyen: Einige wollten an der Universität das hinterfragen, was sie in der Praxis erlebt hatten. Ulrich Saxer zum Beispiel, Hans Wagner oder Barbara Baerns. Andere haben Studiengänge aufgebaut, die auf den Journalismus vorbereiten sollten. Langenbucher in München, Koszyk in Dortmund, Rühl in Hohenheim und in Bamberg, Roß in Hamburg.

Aviso: *Journalisten warf man ja lange und gerne vor, sie seien in anderen bürgerlichen Berufen gescheitert. Sind die Kommunikationswissenschaftler der „Jungtürkengeneration“ denn gescheiterte Journalisten?*

Meyen: Eher Journalisten, die etwas Besseres geworden sind: Universitätsprofessoren.

Aviso: *Sehen Sie einen Zusammenhang zwischen dem Misstrauen, das man der Kommunikationswissenschaft lange entgegenbrachte, und heutigen Vorbehalten vieler Kommunikationswissenschaftler gegenüber einer hermeneutisch arbeitenden Medienwissenschaft? Schlägt das „Imperium“ der erstarkten Disziplin zurück, weil es seine in sozialwissenschaftlichen Verfahren gründende „Wissenschaftlichkeit“ nicht wieder aufs Spiel setzen will?*

Meyen: Ich weiß nicht, wer im Moment stärker ist. Auf jeden Fall dürften die Jungtürken die Gewissheit vererbt haben, dass empirische Sozialforschung Legitimation verschafft und damit Ressourcen. Um nichts anderes geht es in akademischen Auseinandersetzungen.

DIE FRAGEN STELLTE GUNTER REUS

Michael Meyen/Maria Löblich: „Ich habe dieses Fach erfunden“. Wie die Kommunikationswissenschaft an die deutschsprachigen Universitäten kam. 19 biografische Interviews. Köln: Halem, 2007

Einen Aufsatz zum gleichen Thema finden Sie auch in der neuesten Ausgabe der Zeitschrift „Publizistik“ (Nr. 3, 2007)

Identitäten, Visibilitäten

Die Fachgesellschaft steht vor vielfältigen Herausforderungen

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

Der DGPK-Rundbrief im Juli mit elf Anhängen und eine mehr als vierstündige Mitgliederversammlung in Bamberg: Sind dies erste Anzeichen eines „information overload“ auch in der DGPK? Das hohe Informations- und Kommunikationsaufkommen ist in jedem Fall Ausdruck der Tatsache, dass unsere Fachgesellschaft immer größer, immer ausdifferenzierter und auch immer aktiver wird.



Breites Spektrum an Aktivitäten und Projekten

Die Zahl der „Baustellen“, wie der vorherige Vorstand die aktuellen und aktiv bearbeiteten Aufgaben bezeichnete, ist in den letzten Jahren erheblich angestiegen. Die folgende, keinesfalls vollständige Auflistung gibt einen groben Einblick in das breite Spektrum der Aktivitäten:

- **Selbstverständnisausschuss:** Das Redaktionsteam – bestehend aus Klaus Beck, Andreas Hepp, Gabriele Siegert und Barbara Thomaß – hat auf Basis der umfangreichen und intensiven Vorarbeiten des Selbstverständnisausschusses die erste Fassung eines internen Selbstverständnispapiers erstellt. Ziel ist zunächst die fachinterne Verständigung. Der vorliegende Entwurf ist also explizit kein „Policy-Paper“, das in den Formulierungen oder in den Gewichtungen auf eine Außenwirkung abstellt. Erst in einem zweiten Schritt sollen Policy-Paper, z. B. mit Blick auf politische oder journalistische Zielgruppen, erstellt werden.

Zurzeit durchläuft der Entwurf einen mehrstufigen Feedback- und Überarbeitungsprozess, in den alle Mitglieder des Selbstverständnisausschusses einbezogen sind und den Gerd Vowe und Marco Dohle mit viel Übersicht exzellent organisieren und moderieren. Die endgültige Version des Selbstverständnispapiers soll auf der nächsten DGPK-Jahrestagung in Lugano diskutiert werden. Dazu gehört auch die zentrale

Frage, wie unsere Fachgesellschaft in Zukunft heißen soll: „Deutsche Gesellschaft für Kommunikationswissenschaft“, wie es die Empfehlungen des Wissenschaftsrates zur Weiterentwicklung der Kommunikations- und Medienwissenschaften in Deutschland nahelegen, oder „Deutsche Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft“, wie es derzeit im Selbstverständnispaper vorgeschlagen wird? Noch ist die Diskussion zu diesem Punkt nicht abgeschlossen; relativ deutlich zeichnet sich derzeit aber ab, dass die Publizistik aus dem Namen der Fachgesellschaft verschwinden wird. In jedem Fall scheint das Oberthema der nächsten DGPK-Jahrestagung in Lugano „Identität und Vielfalt“ angesichts der aktuellen Selbstverständnisdebatte perfekt gewählt zu sein.

- Der **Ethik-Ausschuss** der DGPK (Walter Hömberg, Beate Schneider und Winfried Schulz), der bislang zum Glück noch nicht aktiv werden musste, erarbeitet zurzeit eine Geschäftsordnung, die auf der Mitgliederversammlung in Lugano vorgestellt und abgestimmt werden soll.

- Insbesondere aufgrund der 2005 in Hamburg geäußerten Kritik am Review-Verfahren zur Jahrestagung hat der **Ausschuss „Reviewverfahren und Tagungsdramaturgie“** (Juliana Raupp, Peter Szyszka, Werner Wirth und Jürgen Wilke) einen Vorschlag erarbeitet, der derzeit mit dem Vorstand abgestimmt wird und der ebenfalls in Lugano diskutiert werden soll.

- Der **Ausschuss „Arbeitsrechtliche Situation des Mittelbaus“** (Marco Dohle, Maren Hartmann, Matthias Kohring, Wiebke Loosen, Michaela Maier und Jörg Matthes) erarbeitet derzeit ein umfangreiches Papier, das den Mitgliedern auf der nächsten DGPK-Tagung vorgestellt werden wird.

- Auch die besondere Situation der **W-Professuren** ist das Thema eines Ausschusses, der sich derzeit konstituiert. Ein erstes Treffen von Interessierten bzw. Kolleginnen und Kollegen, die sich bereits in der W-Besoldung befinden, ist in Bamberg auf große Resonanz gestoßen und zeigt,

dass in dieser Frage ein hoher Informationsbedarf besteht.

- Die umfassende **Absolventenbefragung**, deren Fehlen auch der Wissenschaftsrat moniert hat, soll nun zügig unter Federführung von Christoph Neuberger realisiert werden.

Ein Problem, das von Mitgliedern immer wieder und sicherlich auch zu Recht angemahnt wird, ist die qualitativ und quantitativ unzureichende Öffentlichkeitsarbeit für unsere Fachgesellschaft und für das Fach insgesamt. Erste Ansätze in diese Richtung sind vorhanden, so zum Beispiel der von Ralf Hohlfeld betreute Newsletter, die derzeit von Wolfgang Eichhorn überarbeitete und verbesserte Website der DGPK und auch die Expertendatenbank, die die Fachgruppen ja bereits mehrfach beschäftigt hat. Jedoch sind hier ohne Frage deutliche Defizite erkennbar.

Die Erkenntnis allein hilft jedoch nur begrenzt weiter, denn es fehlen momentan schlicht die zeitlichen Ressourcen, um für die Gesellschaft kontinuierlich auf hohem Niveau PR zu betreiben. Aber auch hier diskutiert der Vorstand zurzeit Konzepte, die zu einer dauerhaften Professionalisierung unserer PR beitragen können. Wir bleiben also an diesem Thema dran.

Steigende Präsenz auf der internationalen Bühne

Ein sehr positives öffentliches Bild konnten wir in diesem Jahr auf der ICA-Tagung in San Francisco hinterlassen: Mehr als 100 DGPK-Mitglieder bzw. Kommunikationswissenschaftlerinnen und Kommunikationswissenschaftler aus dem deutschsprachigen Raum haben sich an der Konferenz Ende Mai beteiligt. Die seit Jahren steigende Präsenz unseres Faches auf der internationalen Bühne hat sich hier also erfolgreich fortgesetzt. Und nicht zu vergessen sind die zahlreichen anderen Tagungen und internationalen Or-

ganisationen wie z. B. die European Communication Research and Education Association (ECREA), in denen viele DGPK-Mitglieder aktiv sind. Die Kritik z. B. auch des Wissenschaftsrates, dass es trotz des konkurrenzfähigen Niveaus der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Forschung in Deutschland nach wie vor an internationaler Präsenz mangle, trifft sicher grundsätzlich, jedoch in abnehmendem Maße zu.

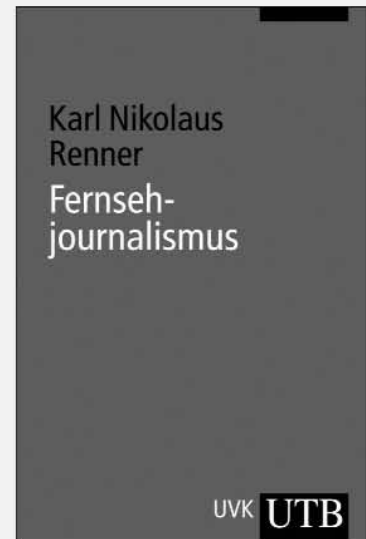
Internationalisierung braucht einen langen Atem

Allerdings gilt es zu berücksichtigen, dass internationale Präsenz nicht zwangsläufig dazu führt, in der internationalen Scientific Community präsent zu sein und wahrgenommen zu werden: Es zeigte sich auch in diesem Jahr auf der ICA-Tagung in San Francisco mehrfach, dass amerikanische und nicht-europäische Kollegen überwiegend europäisch oder deutsch besetzte Panels nicht zur Kenntnis nehmen. Die Erfahrung, auf der ICA-Tagung einen englischen Vortrag vor einem 17-köpfigen Publikum zu halten, darunter 16 deutsche Fachkollegen, die man eine Woche zuvor auf der DGPK-Tagung in Bamberg getroffen hat, ist durchaus speziell, beeinflusst die internationale Visibilität aber kaum.

Internationalisierung, sofern sie ernst genommen wird und auch inhaltlich produktiv sein soll, bedarf offensichtlich eines langen Atems und weitaus mehr als nur der Präsenz auf internationalen Tagungen oder in englischsprachigen Journals.

Bereits der knappe Überblick über einige Aktivitäten und Projekte der DGPK macht deutlich, dass wir auch in Lugano ein beachtliches Programm zu bewältigen haben werden. Aber keine Angst, mögliche Befürchtungen, der Vorstand wolle den diesjährigen Längenrekord der Mitgliederversammlung im kommenden Jahr brechen, entbehren jeder Grundlage. Versprochen!

ULRIKE RÖTTGER



Karl Nikolaus Renner
Fernsehjournalismus
Entwurf einer Theorie des kommunikativen Handelns
2007, 522 Seiten, broschiert
ISBN 978-3-8252-2753-1
€ (D) 19,90 / SFr 34,70

Das Fernsehen konfrontiert die Journalistik mit zahlreichen Problemen, die die Zeitung als das Paradigma der Journalistik ebenso in Frage stellen wie deren strikte sozialwissenschaftliche Orientierung. Karl Nikolaus Renner entwickelt einen interdisziplinären Ansatz, der semiotische, text- und kommunikationswissenschaftliche Konzepte verbindet, um das journalistische Handeln im audiovisuellen Medium zu erklären. Ausgangspunkt ist das kommunikative Handeln in der Face-to-Face-Situation, das als soziales Handeln mit Hilfe von Zeichen verstanden wird und das im Fernsehen Transformationen unterliegt.

Karl Nikolaus Renner ist Professor für Fernsehjournalismus an der Universität Mainz.

www.uvk.de



UVK Verlagsgesellschaft mbH

Einspruch!

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

Impressum

Herausgeber:

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

Redaktion:

Gunter Reus (verantw.)
Stefan Weinacht
Patrick Rössler („Debatte“)
Ulrike Röttger (Vorstand)

Layout und Gestaltung:

Gunter Reus

Erscheinungsweise:

Dreimal jährlich

Anschrift der Redaktion:

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

Druck:

Verlagsgruppe Madsack, Göttingen

200 Pinn-Nadeln (farblich sortiert)

So, jetzt nochmal rasch schauen, was wir dem anspruchsvollen „Aviso“-Leser auf unseren Serviceseiten bieten könnten. Also...

Klick. Klick. Klick.

(Der „Aviso“-Redakteur räumt mit nimmermüdem Redaktionsfinger seine Mailbox auf und klickt erst mal den ganzen Mist weg. Das dauert jetzt aber ein bisschen, Damen und Herren. Noch einen kleinen Moment Geduld bitte. Gleich geht's weiter. So, jetzt!)

Ah, das könnte was sein: „Ein SOFA für Ausgeschlafene“, Angebot der Firma Global Information Distribution GmbH aus... nein, doch nicht, leider kein Angebot für ein neues Lehr- und Forschungssofa, sondern bloß ein „Support Office Für Alle“ als „datenbankgestütztes Helpdesk-System“ zur „Anbindung an das CRM-Groupware-System“ und auf der Grundlage von „MySQL oder MS-SQL und PHP“. Prima. Aber Ironie versteht der Leser nicht. Klick.

Hallo, das ist... also jetzt aber, echt... hier kommt der Hammer, Hörer aller Fakultäten, ihre geschätzte Aufmerksamkeit für den „Moderationskoffer Mobile Case“ der Firma Schäfer Shop aus 57518 Betzdorf: „Stabiler Kunststoffkoffer mit vielfältigem Moderationszubehör für eine komplette Tagesveranstaltung. Ausgestattet mit einem Einsatz für 120 Karten mit einem Durchmesser von 95 und 135 mm, sowie für 120 Karten im Format 205 x 95 mm. Desweiteren mit 1

Schachtel Pinn-Nadeln (200 Stück, farblich sortiert), 1 Zeigestab, 10 Flipchart-Marker XL (4 x schwarz, je 2 x rot, blau, grün), 480 Klebepunkte (farblich sortiert) und einem Leerfach für eine Schere und Klebefilm.“ Oder lieber den „Profi Moderations-Koffer“? Mit „500 Karten (eckig)... 150 Karten (rund)... 1200 Markierungspunkten... 4 Jumbo-Markern... 1 Klebefilm-Abroller... 1 Klebeband Krepp-Rolle... 1 Nadelkissen...“.

Nur 178,- pro Stück. Best.-Nr. M-60. Und für schlappe 78,- gibt es noch den passenden „Rollwagen für Profi Koffer“. Best.-Nr. M-61. Ich bitte Sie, wer will da noch lange zögern. Klebeband Krepp-Rolle! Nadelkissen! 1200 Markierungspunkte! Rollwagen! Schere!! Zeigestab!!!

Und so wird's gemacht mit der Moderation:

Proseminare, Popädeutika, Veranstaltungen mit Seniorenhörern bis zu 1200 Teilnehmern: Einfach 1200 Markierungspunkte an die Hörer verteilen, auf den Mund kleben und mit Klebefilm-Abroller oder Klebeband Krepp-Rolle befestigen. Fertig.

Hauptseminare: Nadelkissen einsetzen, damit die Herrschaften sich hier nicht etwa gemütlich ausruhen.

Lehrredaktionen: Schulen Sie die Teilnehmer im Umgang mit Schere und Klebstoff, das haben Journalisten jahrhundertlang so gemacht.

Doktorandenkolloquium: Zeigestab. Viel Zeigestab. Und den Rollwagen halten wir für alt gewordene Habilitanden bereit.

Eigentlich ist Wissenschaft ganz einfach.

GUNTER REUS

Anzeige



HERBERT VON HALEM VERLAG



THOMAS SCHIERL (Hrsg.)
Prominenz in den Medien.
Zur Genese und Verwertung von Prominenten in Sport, Wirtschaft und Kultur
2007, ca. 362 S., Broschur, 213 x 142 mm
ISBN 978-3-938258-61-3



VASCO BOENISCH
Strategie. Stimmungsmache.
Wie man Kampagnenjournalismus definiert, analysiert – und wie ihn die BILD-Zeitung betreibt
2007, 378 S., 64 Abb., 2 Tab., Broschur, 213 x 142 mm
ISBN 978-3-938258-45-3



ANNE BARTSCH / JENS EDER / KATHRIN FAHLENBRACH (Hrsg.)
Audiovisuelle Emotionen.
Emotionsdarstellung und Emotionsvermittlung durch audiovisuelle Medienangebote
2007, 400 S., Broschur, 213 x 142 mm
ISBN 978-3-938258-30-9



RALF ADELMANN / ANDREAS FAHR / INES KATTEHUSEN / NIC LEONHARDT / DIMITRI LIEBSCH / STEFANIE SCHNEIDER (Eds.)
Visual Culture Revisited.
German and American Perspectives on Visual Culture(s)
2007, 314 S., 75 Abb., 3 Tab., Broschur, 213 x 142 mm
ISBN 978-3-931606-30-5



RAINER WINTER (Hrsg.)
Die Perspektiven der Cultural Studies.
Der Lawrence-Grossberg-Reader
2007, 308 S., Broschur, 213 x 142 mm
ISBN 978-3-938258-32-3

Informieren Sie sich über diese und andere Neuerscheinungen aus 2007 unter <http://www.halem-verlag.de>. Bestellungen sind dank der integrierten Shop-Funktion besonders nutzerfreundlich. Wir liefern ab EUR 20,00 Bestellwert versandkostenfrei innerhalb Deutschlands.

Der Herbert von Halem Verlag steht für Qualität im wissenschaftlichen Publizieren. Wir haben Ihr Interesse geweckt? Dann schreiben Sie uns unter: info@halem-verlag.de

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