

Modellversuch Journalisten-Weiterbildung (Hrsg.): Fernstudium Kommunikationswissenschaft.- München: Ölschläger 1984; Band 1: 435 S., DM 23,80; Band 2: 376 S., DM 19,80

Der besondere Gebrauchswert der beiden Bände besteht nicht etwa darin, daß sie neue wissenschaftliche Erkenntnisse zu dem facettenreich schillernden Analysebereich Massenmedien / öffentliche Kommunikation liefern wollen. In ihnen dokumentiert sich vielmehr der Versuch, das Konglomerat unterschiedlicher Theorien, Methoden und Definitionen für diesen Wirklichkeitsausschnitt, mit dem sich ja immer mehr akademische Fachdisziplinen auseinandersetzen, in einem Überblick zu sortieren und komprimiert darzustellen. Hintergrund für dieses schwierige Unternehmen ist ein für die Bundesrepublik einmaliger Modellversuch an der FU Berlin, der in den vergangenen Jahren Journalisten ein berufsbegleitendes Weiterbildungs-Studium anbot und der mit großer Resonanz erfolgreich durchgeführt wurde. Die Verlängerung dieses Modellversuchs steht gegenwärtig zur Entscheidung an. - Die in den beiden Bänden versammelten Texte sind auf der Basis der jeweiligen Standard-Literatur erstellt, für das Fern- und Selbststudium didaktisch aufbereitet, kapitelweise jeweils mit Kontrollfragen versehen und durch eine weiterführende Literaturliste ergänzt. Über die ursprünglich anvisierte Zielgruppe der berufstätigen Journalisten hinaus ist die Publikation damit ebenso geeignet für andere, die sich mit den Problemen von Medien- / Kommunikations- / Publizistikwissenschaft vertraut machen wollen: Studenten z.B. oder Multiplikatoren aus den diversen Bereichen der Bildung und Ausbildung.

Die beiden Bände sind in zehn Teile untergliedert, die insgesamt von dreizehn Autoren - vorwiegend einschlägigen Wissenschaftlern der FU Berlin - verfaßt wurden. Mit der Vielfalt von Gegenstandsdefinitionen

und Fachdisziplinen, die sich an dem Schnittpunkt Medien/öffentliche Kommunikation treffen, sowie mit den grundlegenden Modellen der (Massen-)Kommunikationsforschung setzt sich G. Bentele im ersten Teil auseinander. Er definiert Publizistik- als denjenigen Teil von Kommunikationswissenschaft, "der sich mit dem Objektbereich 'Massenkommunikation' bzw. 'Massenmedien' befaßt" (S. 19), und betont vor allem deren aus vielen Einzelwissenschaften zusammengesetzte "interdisziplinäre Struktur" (S. 20). Auffälliges Defizit in dem Schema (S. 21), das diese Struktur veranschaulicht: Als speziell auf die "Aussagenforschung" gerichtete Perspektive taucht hier lediglich die semiotische auf. Dies entspricht nicht nur dem Forschungsschwerpunkt des Autors, sondern bezeichnet das Programm, das sich durch die beiden Bände hindurchzieht. Die vor allem mit Problemen der Ästhetik befaßten Wissenschaften sowie ihre speziellen Fragestellungen an die Gegenstandsbereiche der Massenmedien (Literatur-, Theater-, Kunst-, Musik- und Medienwissenschaften) werden weitgehend ausgeklammert. Probleme der kulturellen Präsentation und Repräsentation werden lediglich behandelt, soweit sie als Untersuchungsfeld der Semiotik erscheinen bzw. noch enger gefaßt als Teilbereich der Linguistik (Teil 6: G. Bentele und A.v. Hoffmann: "Zeichen, Sprache und journalistischer Sprachgebrauch"). Probleme der Film-, Fernseh- oder Radio-Ästhetik, der Dramaturgie in den audiovisuellen Medien, der Wort-/Bild-Kombination in Presse, Fernsehen und Film, der Montage und anderer wichtiger Felder der journalistischen Alltagspraxis fallen heraus.

Sehr ausführlich indes werden diejenigen Gegenstandsbereiche vorgestellt, mit denen sich vor allem die institutionalisierte Publizistikwissenschaft befaßt: Teil 3 (O. Jarren, H. Völkel) thematisiert die wichtigsten Felder kommunikationspolitischer Auseinandersetzung nach 1945 in den Bereichen Presse, Rundfunk und Film. - In Teil 4 (J. Tonnemacher) werden gesondert "neue Telekommunikationstechniken und deren kommunikationspolitische Bedeutung" zum Gegenstand; eine Extrapolierung, die zumindest diskussionswürdig ist. Sie ist zwar einerseits gerechtfertigt durch die Brechungen, welche die traditionelle Massenkommunikation durch neue Techniken teilweise erfährt; sie zertrennt aber auch den Zusammenhang der neuen Techniken mit den tradierten, der gerade auch in kommunikationspolitischer Perspektive relevant ist. - Unter dem Begriff der "Kommunikatorforschung" werden in Teil 5 (J. Prott) Bedingungen und Perspektiven journalistischen Arbeitens aufgezeigt. - Massenkommunikationsforschung wird nach US-amerikanischem Vorbild auch in der Bundesrepublik vielfach und vor allem als Wirkungs- bzw. Publikumsforschung betrieben und orientiert sich in diesen Perspektiven zunehmend an Methoden der empirischen Sozialforschung. Den vielfach einander widerstrebenden Konzeptionen, Modellen und Erkenntnisinteressen dieser Schwerpunkte sind zwei separate Teile gewidmet. Teil 7 (T. Simeon und D. Storll) skizziert die wichtigsten bisherigen Theorien und Konzeptionen der Wirkungsforschung, von den mehr oder weniger eindimensionalen Stimulus-Response-Modellen bis hin zu den komplexeren vieldimensionalen Modellen, die auch soziologische und psychologische Bedingungen des Kommunikationsprozesses als essentielle Variablen miteinbeziehen. Diese Entwicklung ging paradigmatisch einher mit der Ablösung einer anfänglichen Orientierung auf die angebliche Allgewalt der Medieninhalte durch eine

Orientierung auf die Rezipienten als Subjekte des Kommunikationsprozesses; die neuere Richtung wird hier repräsentiert durch die Varianten des Uses-and-Gratifications-Ansatzes. Der den zweiten Band abschließende Teil 10 (P. Bott, K. Leitner, A. Windloff) stellt in einem orientierenden Überblick idealtypisch die Stufen des Prozesses empirischer Sozialforschung dar (von der Ausarbeitung der Forschungsfragen bis zur Interpretation der Ergebnisse) und behandelt anschließend mit der Befragung und der Inhaltsanalyse ihre beiden zentralen Untersuchungsmethoden.

Mit den Institutionen von Massenkommunikation beschäftigen sich die drei übrigen Abschnitte des Studien-Modells: Teil 8 (K.-D. Betz) umreißt im Schwerpunkt die medienökonomischen Grundlagen und Dimensionen von Presse, Hörfunk und Fernsehen in der Bundesrepublik; eher sporadisch werden ökonomische Aspekte von Film, Buch, Schallplatte und Tonkassette sowie von Video behandelt. - "Ausgewählte Probleme" des mittlerweile sehr umfangreichen Feldes "Medienrecht" stellt Teil 9 (M. Kötterheinrich) vor; und zwar nicht unter medienspezifischen Gesichtspunkten, sondern übergreifenden und systematischen wie z.B. der Medienrechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts, des Tendenzschutzes, der Mitbestimmung im Rundfunkbereich, des Zeugnisverweigerungsrechts oder des Rechts auf Gegendarstellung. - Einen Überblick über ein halbes Jahrtausend deutscher Mediengeschichte (1445 - 1945) "vom Buchdruck zum Hörfunk" versucht der an den wissenschafts-systematischen Einstieg anschließende Teil 2 (E. Jürgens) zu geben. Es liegt auf der Hand, daß bei diesem Unternehmen medienspezifische Eigenarten in der historischen Perspektive weniger beachtet werden als übergreifende Erklärungen des historischen Prozesses, wie der gesellschaftlichen Grundlagen für die Herausbildung von Medien und ihrer Entwicklung zu Massenmedien, als die Darstellung der widersprüchlichen Interessen, die auf die verschiedenen Kommunikationsmittel gerichtet waren, oder der herrschaftspolitischen Steuerungsversuche des Staates in den unterschiedlichen historischen Etappen.

Der Überblick über den Aufbau und die Schwerpunkte der beiden Bände sollte nicht zuletzt deutlich machen: Die Auseinandersetzung mit den Besonderheiten der einzelnen Medien und vor allem ihrer spezifischen kulturellen und publizistischen Ausdrucksformen und Leistungen hat sicher nach der Lektüre des "Fernstudiums Kommunikationswissenschaft" erst zu beginnen. Als Einführung in zentrale Felder und die medienübergreifende Analytik der Massenkommunikationsforschung sind die beiden Bände jedoch gut geeignet und füllen eine wichtige Lücke in der einschlägigen Literatur der Bundesrepublik. Der Rezensent wäre froh gewesen, hätte es etwas Vergleichbares gegeben zu dem Zeitpunkt, als er begann, sich mit Medienproblemen zu beschäftigen.

Siegfried Zielinski