

ISSN 0259-7446
EUR 6,50

medien

Kommunikation in Vergangenheit und Gegenwart

& zeit

**Thema:
Perspektiven der
JournalistInnenausbildung
und der historischen
Kommunikationsforschung**

Begrenzter Aufbruch

**Öffentliche Förderung der
journalistischen Aus- und Fort-
bildung der MitarbeiterInnen
österreichischer Privatmedien**

Brücken und Grenzen

**Multidimensionale
Geschichtsvermittlung**

3/2012

Jahrgang 27

fjum_Kurse und Diskurse

Wir bieten: Mid-career Training für Journalistinnen und Journalisten.

Mit: Sree Sreenivasan +++ Gerlinde Hinterleitner
+++ Ken Doctor +++ Maria Nicolini +++ Herbert
Lackner +++ Madeleine Swistelnicki +++ Chris Moran
+++ Pari Niemann +++ Bill Mitchell +++ Richard
Gutjahr +++ David Röhler +++ Ulrike Schnellbach
+++ Guido Meyn +++ Nikolaus Forgó +++
Peter Laufer

Über: Crowdsourcing +++ Bewegtbild im Netz +++
Social Media Optimization +++ Bildredaktion +++
Entrepreneurship +++ Crashkurs Finanzmärkte +++
Innovation +++ Redigieren +++ Charisma +++
Diversity +++ Recht 2.0 +++ Schreibtraining +++
Conflict Sensitive Reporting +++ Interviewtraining
+++ Magazinjournalismus

Programm & Anmeldung: www.fjum-wien.at



medien & zeit

Inhalt

Begrenzter Aufbruch. Die Etablierung österreichischer Journalisten- ausbildung in den 1970er Jahren. Roman Hummel.....	6
Öffentliche Förderung der journalistischen Aus- und Fortbildung der MitarbeiterInnen österreichischer Privatmedien. Oder warum dauert bei uns alles Jahre länger? Erich König.....	17
Brücken und Grenzen. Der Studiengang „Journalismus und Unternehmenskommunikation“ bzw. „Journalismus und Public Relations (PR)“ an der FH JOANNEUM Heinz M. Fischer, Heinz P. Wassermann.....	24
Multidimensionale Geschichtsvermitt- lung. Ein theoretisch-methodisches Konzept zur Untersuchung von Medienwirkungen auf der Basis mediatisierter historischer Stoffe Jürgen Grimm.....	32
Rezensionen.....	57

Impressum

Medieninhaber, Herausgeber und Verleger:

Verein „Arbeitskreis für historische Kommunikationsforschung
(AHK)“, Währinger Straße 29, 1090 Wien,
ZVR-Zahl 963010743
<http://www.medienundzeit.at>

© Die Rechte für die Beiträge in diesem Heft liegen beim
„Arbeitskreis für historische Kommunikationsforschung
(AHK)“

Redaktion:

Wolfgang Duchkowitsch, Fritz Hausjell

Lektorat & Layout:

Christina Krakovsky, Roland Steiner, Irina Pöschl, Karina Auer;
Christina Krakovsky, Irina Pöschl

Redaktion Buchbesprechungen:

Gaby Falböck, Roland Steiner

Korrespondenten:

Prof. Dr. Hans Bohrmann (Dortmund),
Univ.-Prof. Dr. Hermann Haarmann (Berlin),
Univ.-Prof. Dr. Ed Mc Luskie (Boise, Idaho),
Univ.-Prof. Dr. Arnulf Kutsch (Leipzig),
Prof. Dr. Markus Behmer (Bamberg),
Prof. Dr. Rudolf Stöber (Bamberg)

Druck:

digitaldruck.at Druck- und Handelsgesellschaft mbH
2544 Leobersdorf, Aredstrasse 7

Versand:

ÖHTB, Humboldtplatz 7, 1100 Wien

Erscheinungsweise:

medien & zeit erscheint vierteljährlich

Bezugsbedingungen:

Einzelheft (exkl. Versand): 6,50 Euro
Doppelheft (exkl. Versand): 13,00 Euro

Jahresabonnement:

Österreich (inkl. Versand): 22,00 Euro
Ausland (inkl. Versand auf dem Landweg): 30,00 Euro

StudentInnenjahresabonnement:

Österreich (inkl. Versand): 16,00 Euro
Ausland (inkl. Versand auf dem Landweg): 24,00 Euro

Info und Bestellung unter abo@medienundzeit.at

Bestellung an:

medien & zeit, Währinger Straße 29, 1090 Wien
oder über den gut sortierten Buch- und Zeitschriftenhandel

ISSN 0259-7446

Medieninhaber, Herausgeber und Verleger:

Verein „Arbeitskreis für historische Kommunikationsforschung
(AHK)“, Währinger Straße 29, 1090 Wien

Vorstand des AHK:

Dr. Gaby Falböck (Obfrau),
a.o. Univ.-Prof. Dr. Fritz Hausjell (Obfrau-Stv.),
Univ.-Prof. Dr. Wolfgang Duchkowitsch (Obfrau-Stv.),
Mag. Christian Schwarzenegger (Obfrau-Stv.),
Mag. Roland Steiner (Geschäftsführer),
Barbara Fischer, Bakk. (Geschäftsführer-Stv.),
Mag. Christina Krakovsky (Schriftführerin),
Arne Sytelä (Schriftführer-Stv.),
Dr. Norbert P. Feldinger (Kassier),
Katriina Janhunen, Bakk. (Kassier-Stv.),
Mag. Bernd Semrad,
Dr. Erich Vogl,
Mag. Klaus Kienesberger,
Dr. Johann Gottfried Heinrich

Editorial

JournalistInnenenaus- und -weiterbildung wurde in Österreich nach 1945 zunächst im Gegensatz zu Deutschland lange nur in kleinen Ansätzen entwickelt. Die Gründe dafür sind vielfältig, die Folgen für den Journalismus waren jedenfalls negativ. Abgesehen vom universitären Publizistikstudium leistet sich die Medienbranche erst seit den 1970er Jahren auf etwas breiterer Basis eine professionelle Aus- und Weiterbildung für das Berufsfeld Journalismus. Heute ist sie fast in aller Munde und wird gepriesen als Helferin gegen die Medienkrisen. Zugleich bekommen gut ausgebildete JungjournalistInnen häufig den Eindruck, dass sehr viele Medienunternehmen kaum mehr bereit sind, ihr Qualitätsarbeit auch entsprechend finanziell zu honorieren.

Bei einer aktuellen Onlinebefragung (Erhebungszeitraum September bis November 2012), durchgeführt vom OGM-Institut im Auftrag des *Österreichischen Journalistenclubs* (ÖJC), gaben 60% der 718 befragten JournalistInnen an, dass die Grundausbildung für ihre journalistische Tätigkeit „on the Job“ erfolgte. Nur 22% indes erhielten diese durch ein Journalismus-nahes Studium an der Universität und 10% erlernten den Beruf durch Journalismuskurse an Fachhochschulen und berufsbildenden Einrichtungen. Trotz der hohen Zahl der Befragten kann die Studie allerdings keine Repräsentativität für alle JournalistInnen Österreichs beanspruchen. In derselben Untersuchung gaben 58% der Befragten an, Weiterbildungsangebote genutzt zu haben, davon 63% während der Arbeitszeit und in 68% der Fälle vom Arbeitgeber finanziert. Wozu wünschen sich die befragten JournalistInnen künftig Weiterbildung? Vor allem zu Onlinejournalismus (55%), Journalistisches Schreiben (49%), Recherche und Quellen (47%) sowie Rechtsfragen (37%). Insgesamt kritisieren die JournalistInnen die Weiterbildung seitens der Medienunternehmen, denn 52% sind weniger oder nicht zufrieden damit und nur 34% eher bis sehr zufrieden.

Medien & Zeit beschäftigt sich in dieser Ausgabe einerseits mit der Aus- und Weiterbildung für das Berufsfeld Journalismus in Österreich sowie andererseits mit der Forschungsperspektive medialer Geschichtsvermittlung, die eine identitätsstiftende Säule unserer Zeitschrift betrifft. Historische Kommunikationsforschung hat uns von Beginn an bewegt (und wird es weiter tun)

– auch und gerade in einer um Medienwirkungsforschung erweiterten Variante der Untersuchung von Geschichte und Öffentlichkeit. Es ist auch kein Zufall, dass mit dieser Heftausgabe und gleichzeitig mit dem Umzug des Wiener Publizistik-Instituts in die neuen Räume der Währingerstraße JournalistInnenausbildung und der *historical approach* einer kritischen Revision und Standortneubestimmung unterzogen werden. Die beiden Themen sehen wir schon dadurch verzahnt, dass der wissenschaftliche Charakter der JournalistInnenenausbildung durch Kenntnisse im Bereich Medienwirkungen, speziell bezüglich Informationstransfer und Meinungsbildung profitiert und in unruhigen (und unruhiger werdenden) Zeiten auf dem Medienmarkt ein essentielles Qualifikationskriterium für professionellen Journalismus markiert. Im Übrigen gehört Geschichtswissen seit eh und je zu den Tugenden eines gesellschaftlich reflektierten Journalismus. Die Beiträge des Heftes leisten zunächst eine kritische Bestandsaufnahme des Journalismus und der JournalistInnenausbildung im Spannungsfeld zwischen Auflage/Quotenorientierung und gesellschaftlicher Verantwortung. Im Weiteren werden Perspektiven der Ausbildung mit geschichtsbezogenen Forschungsfragen verknüpft – in der vollen Überzeugung, dass die Krise des Journalismus nur durch die Vertiefung des wissenschaftlichen und gesellschaftlichen Anspruchs gelingen kann.

Roman Hummel, schon früh in der gewerkschaftlich orientierten Aus- und Weiterbildung für JournalistInnen engagiert, hat heute den Lehrstuhl für Journalistik am Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg inne. Er beschäftigt sich in seinem Beitrag mit der Etablierung der journalistischen Berufsbildung in Österreich, die zu den zahlreichen medienpolitischen Errungenschaften der 1970er Jahre zählt. Sein Resümee fällt nüchtern aus: Die journalistische Berufsgruppe interessierte sich nicht oder nicht besonders für sozial- oder politikwissenschaftliche Zugänge, sondern vornehmlich für Bildungsinhalte des journalistischen Handwerks. Es bestätigt, dass praktische *skills* im Journalismus viel stärker belohnt werden als theoretisches Hintergrundwissen.

Erich König, erfahrener Fachmann in medienpolitischen Fragen, zuletzt 2009/10 Referent für Medienpolitik im Büro des Medienstaatssekre-

tärs und seit 2011 in der *Rundfunk- und Telekom Regulierungs-GmbH* (RTR) tätig, präsentiert in seinem Beitrag zunächst die vielfältigen Gründe, weshalb Entwicklungen im Bereich der journalistischen Aus- und Fortbildung in Österreich hinter jenen in Deutschland lange nachhinkten. Sein aktueller, nachdenklich stimmender Befund:

Das 1992 neu geregelte Förderungsinstrumentarium erweist sich als unflexibel, der Onlinebereich werde fast überhaupt nicht berücksichtigt.

Ein Jahrzehnt Erfahrung in der JournalistInnen-ausbildung an der Grazer Fachhochschule Joanneum sind Anlass für eine Bilanz der im Süden Österreichs praktizierten Zugänge und gemachten Erfahrungen. Schwerpunktmäßig behandeln der dort tätige Studiengangsleiter Heinz M. Fischer und der dort hauptberuflich Lehrende Heinz P. Wassermann den Vollzeit-Bachelorstudiengang „Journalismus und Public Relations (PR)“, der mit Wintersemester 2008/09 als Nachfolger des im Wintersemester 2002/03 gestarteten Diplomstudiengangs „Journalismus und Unternehmenskommunikation“ etabliert wurde. Der Beitrag gibt nach einem kurzen Blick auf die Genese des Diplomstudiengangs einen genauen Einblick in den aktuellen Studienplan und bilanziert die Entwicklung der AufnahmebewerberInnen sowie die Studierenden- und AbsolventInnenzahlen. Ein Überblick über die am Studiengang geleistete Forschung von Lehrenden und Studierenden sowie ein Ausblick auf einen zu entwickelnden Masterstudiengang runden den aktuellen Beitrag ab.

Mit der Vermittlung von österreichischer Zeitgeschichte in Medien beschäftigte sich übrigens Heinz P. Wassermann schon mehrfach.¹ Er wäre deshalb wohl ein gefragter Lehrender an einem spezifischen Studiengang zum Geschichtsjournalismus in Österreich, wenn es derartiges gäbe. Aber dies ist hierzulande noch Zukunftsmusik.

Dass Geschichtsvermittlung durch Journalismus zunehmend bedeutsamer für eine Gesellschaft wird, lässt sich einfach argumentieren: Wenn die verschiedenen Länder Europas nun wesentliche Wandlungen im Zuge des Europäisierungsprozesses durchmachen, kommt die Identität des jeweiligen Landes sowie der EU als Ganzem wiederholt auf den Prüfstand. Die Geschichte eines Landes bzw. die Sichtweise auf die eigene

Geschichte ist ein wesentliches Element der nationalen Identität. Wie gelingt es hier etwa, aus einer Geschichte der heftigen – auch kriegerischen – Auseinandersetzungen und Abgrenzungen zwischen den einzelnen europäischen Ländern künftig eine gemeinsame historische Identität zu schaffen? Zudem adressiert die Geschichtsvermittlung durch Bildungseinrichtungen und via Medien ein durch höhere Migration inzwischen noch stärker disperses Publikum als früher. Welche Geschichte ist also „unsere“? Dies sind nur ein paar Herausforderungen an JournalistInnen, die Geschichte heute in Europa vermitteln wollen.

Damit ist die Brücke geschaffen zu Jürgen Grimms programmatischen Beitrag in diesem Heft, der einen neuen Forschungsansatz zum Thema mediale Geschichtsvermittlung darlegt. Kennzeichnend ist eine konsequente Empirisierung journalistisch relevanter Qualitätsmaßstäbe wie Informationsgehalt, politischer Gegenwartbezug, Zugänglichkeit im lebensweltlichen Kontext des Publikums und nationale und europäische Identitätsstiftung. Geschichtsvermittlung wird hier verstanden als ganz und gar gegenwartsgetrieben und maßgeblich von JournalistInnen als Mittler zwischen Vergangenheit und Zukunft bestimmt. Professionelle HistorikerInnen haben längst ihre Alleinstellung (vielleicht auch schon jede Sonderstellung) im Hinblick auf verbindliche Geschichtsdeutungen eingebüßt. Eine Vielzahl von InterpretInnen, MediatorInnen und PublizistInnen sorgen in den klassischen Massenmedien und im Internet für ein Potpourri an Angeboten historisierender Elaborate, emotional einschmiegsamer Histörchen, nationaler Legenden und globaler Geschichtskonstruktionen, die dem Publikum – sagen wir es klar – mitunter nur die Chance lassen, im „Trüben“ zu fischen. Zwischen historischer „Beliebigkeit“ und ideologischer „Geschichtsverengung“ ist nur ein schmaler Grat, den zu bevölkern zu den vornehmsten Aufgaben des Journalismus zählt. Dies beginnt mit der Auswahl der Themen und der verständlichen Strukturierung; umfasst aber auch die zeitgemäße Aufarbeitung, z.B. den Einsatz von ZeitzeugInnen, von dramatisierenden Mittel und narrativen Gestaltungsformen. Für den empirischen Kommunikationsforscher ist es ebenso wie für den Journalisten (und ihre weiblichen Pendanten) überaus wichtig zu verstehen,

¹ Siehe u.a.: Wassermann, H. P. (2000). „Zwivel Vergangenheit tut nicht gut!“ Nationalsozialismus im Spiegel der Tages-

presse der Zweiten Republik. Innsbruck.

ob und inwieweit im Kommunikat eine Helden-geschichte mit Nachahmungsappell erzählt wird. Will er das? Wird es so und nicht anders vom Publikum verstanden? Noch wichtiger ist die Unterscheidung bei der Konfrontation mit nationalen Traumata: Dienen sie der Konservierung opportuner Feindbilder oder der Warnung vor zukünftigen Zivilisationsbrüchen? Klarerweise vollendet sich Geschichtsvermittlung erst in der Rezeption und kann daher auch nur mit kommunikationswissenschaftlichen Methoden der Rezeptions- und Wirkungsforschung angemessen untersucht werden. Darauf weist Grimm insistierend hin und liefert das entsprechende forschungsleitende Modell (MuG) gleich mit. Mit Hilfe des MuGs können einzelne journalistische Formate auf ihre kommunikative Leistungsfähigkeit (z.B. im Hinblick auf Wissenstransfer, nationale Identitätsbildung und Humanitätsvermittlung) getestet werden und den JournalistInnen zur allfälligen Optimierung ihrer Produkte dienen.

Medien & Zeit wird sich in Zukunft verstärkt der Erforschung medialer Geschichtsvermittlung auf fortgeschrittenem methodischem Niveau widmen. Damit wollen wir eine Tradition des Wiener Publizistik-Instituts, nämlich die historische Kommunikationsforschung, fortsetzen und fortentwickeln, indem wir sie mit der empirischen Medienwirkungsanalyse eng verzahnen. Dies dient nicht nur, so hoffen wir, der wissenschaftlichen Solidität unseres Ansatzes, sondern auch der

Befruchtung der journalistischen Praxis. Denn Weiterbildung von JournalistInnen vollzieht sich – *Gott sei Dank!* möchten wir sagen angesichts der Ausbildungsmisere – nicht nur im engen institutionellen Rahmen definierter Ausbildungsstätten, sondern auch und gerade im lebendigen Austausch mit der Forschung, die ein permanenter Stachel zur kritischen Überprüfung eingeschlif-fener Kommunikationspraktiken darstellt und das Tor zu kommunikativen Innovationen offen hält.

Fritz Hausjell, Wolfgang Duchkowitsch

PS.: Durch ein Versehen der Druckerei erschien ein Teil der Auflage von Heft 2/2012 mit der Titelseite des Heftes 1/2012, was wir erst nach dem Versand bemerkten. Die HerausgeberInnen bitten um Nachsicht. Es war kein Beitrag zum Fasching, auch wenn der Versandtermin nahe beim 11.11. lag.

Die räumliche Übersiedlung des Instituts für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien und damit auch der Redaktion und Verwaltung von *Medien & Zeit* in das neue Institutshaus (1090 Wien, Währinger Straße 29) hatte die Heftproduktion ins Stocken gebracht. Wir versprechen, nachdem nun alle Übersiedlungskartons ausgeräumt sind, die Verzögerungen zügig abzarbeiten und bald wieder im gewohnten Rhythmus zu erscheinen.

Begrenzter Aufbruch

Die Etablierung österreichischer Journalistenausbildung
in den 1970er Jahren

Roman Hummel

Fachbereich Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg

Abstract

Die Etablierung der Berufsbildung für den österreichischen Journalismus gehört zu den zahlreichen nachhaltigen medienpolitischen Errungenschaften der 1970er Jahre. Der folgende Artikel zieht aufgrund der Faktenlage das Resümee, dass sich die in Frage kommende Berufsgruppe allerdings überwiegend nur für Bildungsinhalte des „journalistischen Handwerks“, nicht jedoch für sozial- oder politikwissenschaftliche Themen interessierte. Dies liegt, so die Schlussfolgerung, darin begründet, dass die journalistische Arbeitswelt bis heute praktische Fähigkeiten eher gratifiziert als theoretisches Hintergrundwissen.

Die österreichischen Journalisten sind entschieden gegen die Errichtung von Journalistenschulen. Sie sind mit der Abhaltung rein theoretischer Kurse über den Journalismus für Personen, deren Tätigkeit sie verpflichtet, die Rolle der Zeitung im modernen Leben zu kennen, einverstanden; sie sind jedoch gegen jeden Unterricht, der die Vorbereitung zum Journalistenberuf bezweckt. Sie halten ihr System, bei dem der Anwärter allmählich im Redaktionssaal für seinen Beruf angelernt wird, für weit besser.

(Internationales Arbeitsamt, 1928)

Offensichtlich hat die Einstellung, Journalismus sei ein Anlernberuf in Österreich Tradition. Was diese Tradition aufrecht erhält, welche Ideosynkrasien von potentiellen Auszubildenden wie Auszubildenden hier existieren, inwieweit diese Tradition allerdings auch wiederum gar nicht mehr in Reinkultur existiert, soll hier anhand der – auch – medienpolitischen Aufbruchsstimmung der siebziger Jahre nachgezeichnet werden. Diese Rückschau lässt auch Interpretationen der gegenwärtigen Bildungs- und Professionalisierungsdebatte zu, die sie möglicherweise verständlicher macht und auch Anhaltspunkte für eine Erklärung dieser Tradition bietet.

Medienpolitisch waren die siebziger Jahre – trotz Einrichtung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks 1966, trotz Abschaffung des öffentlich-rechtlichen Rundfunkmonopols in der ersten Hälfte der

neunziger Jahre – die wohl nachhaltigste Periode von 1945 bis zur Gegenwart¹: 1970 wurde von den Medien-Sozialpartnern (*Journalistengewerkschaft, Verband österreichischer Zeitungs-herausgeber und Zeitschriftenverleger, Österreichischer Zeitschriftenverband, Syndikat der Pressefotografen*) das „Kuratorium für Presseausweise“ gegründet, das bis heute die offiziellen Journalisten-Legitimationen der Republik ausstellt. 1972 wurde das Publizistikförderungsgesetz beschlossen, aufgrund dessen Subventionen an Zeitschriften, die der politischen Bildung dienen, ausgeschüttet werden. 1974 wurde dem Rundfunk eine „öffentliche Aufgabe“ per Verfassungsgesetz zuerkannt, 1975 das erste Presseförderungsgesetz, 1978 das Datenschutzgesetz und 1981 (wir nehmen es mit der Dekade jetzt nicht ganz so genau) das Mediengesetz vom Nationalrat beschlossen. Auch die *Gesellschaft für Kommunikationsfragen* (heute *Gesellschaft für Kommunikationswissenschaft*), die seit 1977 das *Medien Journal* herausgibt, wurde in diesem Dezennium gegründet. Etliche andere relevante Initiativen dieser Zeit haben inzwischen wiederum ihr Ende gefunden: so die medienpolitische Vierteljahresschrift der *Journalistengewerkschaft Information und Meinung*, die aus den ÖGB-Vertretungen der Journalisten, Drucker und Verlagsangestellten gebildete *Gewerkschaftliche Arbeitsgemeinschaft Publizistik und Medien*, die sich als Keimzelle einer Mediengewerkschaft sah; oder auch das *Projektteam Medienforschung*,

¹ Vgl. dazu die Zeittafel (siehe Seite 14)

das im Wissenschaftsministerium einschlägige Forschung initiierte und koordinierte.

Neuanfang nach Flop

Vor dem Hintergrund dieser reichhaltigen medienpolitischen Agenda wurde auch die, in der Nachkriegszeit letztlich als gescheitert abgehackte Debatte um Journalistenausbildung wieder aufgenommen. 1948, 1949, 1951 und 1964 gab es einzelne Kurse, die offensichtlich auf Initiative des langjährigen Obmannes der Sektion Wochenzeitungen des Herausgeberverbandes, Leonidas Martinides, in Zusammenarbeit mit einer Wiener Handelsschule und unter den Auspizien der Medien-Sozialpartner zustande kamen; 1966 wurden sie mangels Teilnehmerinteresses eingestellt (vgl. Martinides, 1973).

Um zu analysieren, weshalb formalisierte Ausbildungsgänge für österreichische Journalisten von der Zielgruppe immer nur sehr verhalten angenommen worden sind, lohnt es sich, über die prinzipiellen Bildungsanforderungen an den Journalistenberuf, über die durchschnittliche Bildung dieser Berufsgruppe, wie auch über die spezifischen Bildungsangebote zu recherchieren. In den späten sechziger Jahren ist die schulische Durchschnittsbildung von Journalisten Matura, außerhalb Wiens teilweise auch nur Pflichtschule: ein Fünftel hat ein Studium abgeschlossen (vgl. Paupié, o.J., B4). Die Nachwuchspflege bei Tageszeitungen, wird dort konstatiert, sei „völlig ohne Bedeutung“ (ebd., B1). Eine IFES-Umfrage unter Gewerkschaftsmitgliedern (vgl. Fabris, 1979, S. 42) kommt 1974² zu ähnlichen Ergebnissen wie die Paupié-Recherche: rund ein Viertel der österreichischen Journalistinnen und Journalisten hat nur die Pflichtschule besucht, ein weiteres Viertel hat Universitätsabschluss, der Rest Matura. Zwei Drittel gaben damals an, durch „praktische Einarbeitung“ den Journalismus erlernt zu haben, 21% blieben demnach ohne jede Instruktion, 10% verweisen auf „Kurse, Seminare“. Die Etablierung von Fortbildungskursen wurde nur von 11% befürwortet; 62% hielten ein Anlernen in der Redaktion für das Beste (vgl. Inst. f. Publizistik Salz-

burg, 1977, S. 168). Rund ein Vierteljahrhundert später meint Wolfgang Höllrigl, der beim Wochenmagazin *profil* seine Karriere begonnen hatte,

„[...] sechs Jahre Uni, aber zwei Wochen Praxis und ich war in einem Beruf, von dem ich null gewusst habe. Im Laufe der nächsten weiteren drei, vier Jahre habe ich dann mühsam step by step versucht daraufzukommen, worum es geht.“

(Fabris, Hummel, Renger & Zimmermann, 1999)

Es ist interessant, wie diese Ergebnisse systematischer Untersuchungen wie von Einzelbefunden über einen langen Zeitraum konsistent bleiben und einander ergänzen. Auch eine 2010 durchgeführte Umfrage unter österreichischen Journalisten (vgl. Hummel, Kirchhoff & Prandner, 2012, S. 7f.) weist einem Universitätsabschluss – egal auf welchem Gebiet – nur eine sehr geringe Bedeutung für eine „erfolgreiche Karriere im Journalistenberuf“ zu, obwohl inzwischen die Akademikerrate bei rund einem Drittel liegt (vgl. Hummel & Kassel, 2009). Bilden Journalistinnen und Journalisten eine „bildungsferne Parallelgesellschaft“ oder handelt es sich dabei um ein Missverständnis, das nicht zuletzt von Vertretern der Kommunikations- bzw. früher Publizistik- bzw. Zeitungswissenschaft mit in die Welt gesetzt wurde? Eine Faktenanalyse ist zielführender als moralische Verdikte.

Zu konstatieren ist jedenfalls, dass sich der formale Bildungsgrad österreichischer Journalistinnen und Journalisten seit den 60er Jahren zwar erhöht hat, nicht aber im Ausmaß der Gesamtbevölkerung.³ Bis in die Mitte der 70er Jahre konnte der Journalistenberuf durchaus auch nur mit einem Pflichtschulabschluss erfolgreich ausgeübt werden. Seither ist insgesamt in Österreich, nicht nur im Journalismus, der durchschnittliche Akademikeranteil gestiegen. Eine formal höhere Bildung wurde und wird von den Medienhäusern aber weder verlangt noch finanziell honoriert: mit einem Studienabschluss bekommt man nicht mehr bezahlt und macht dadurch auch nicht

² n = 271; damit eine Stichprobe von rund 10% der damaligen Mitglieder der Journalistengewerkschaft (vgl. Hummel/Kassel, 2009)

³ Die Akademikerquote der österreichischen Bevölkerung hat sich zwischen 1971 und 2001 von 2,1% auf 7,5% mehr als verdreifacht. Die Maturantenquote hat sich im selben Zeitraum in etwa verdoppelt (Statistik Austria: *Ergebnisse im Überblick: Bevölkerung nach der höchsten abgeschlossenen*

Ausbildung. http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bevoelkerung/volkszaehlungen_registerzaehlungen/bevoelkerung_nach_dem_bildungsstand/index.html, Zugriff am 25. 08 2012.) Der Akademikeranteil der österreichischen Journalisten stieg von der Umfrage 1974 mit 23% (vgl. Fabris, 1975) bis zum Jahr 2006 auf 36% (berechnet nach Kaltenbrunner, Karmasin, Kraus & Zimmermann, 2007, S. 95).

schneller Karriere (vgl. Kaltenbrunner, Karmasin, Kraus & Zimmermann, 2007, S. 94f.). Mit anderen Worten: Um als Journalist eine für österreichische Medienunternehmen (und in letzter Konsequenz auch für das Publikum) adäquate Leistung zu erbringen, war (und ist) ein Universitätsabschluss nicht notwendig.

Schreibtraining oder Sozialtheorie?

Argumente für eine Berufsaus- und Weiterbildung im Journalismus waren in den 60er und 70er Jahren sowohl von den Vorläuferinstituten der Kommunikationswissenschaft wie auch von Praxisvertretern (hier vor allem Verleger) zu hören. Sie unterschieden sich jedoch wesentlich in der Stoßrichtung: Während schon Paupié für die Errichtung von Ausbildungsinstitutionen argumentierte, „da Journalisten im demokratischen Staat eine hohe Verantwortung tragen“ (Paupié, o.J., B2) und Fabris (vgl. 1974, S. 27) Journalisten in ihrem Aus- und Weiterbildungsbedarf mit Ärzten

und Psychologen verglich, sahen das die Medien-Sozialpartner pragmatischer: Der erste Bildungs-Anstoß seit dem wegen Teilnehmermangels 1966 abgesagten Kurs erfolgte 1971 durch den Presserat und schlug Ausbildungsmodule in Schreibtraining, Layout-Gestaltung und Verlagsmarketing vor. Idealerweise, so die Initiatoren, könnte dies in Hochschulkursen gelehrt werden, da hierfür von den Teilnehmern keine Matura verlangt und damit dem Grundsatz, „dass der Journalismus grundsätzlich ein freier Beruf bleiben muss“ (Martinides, 1973, S. 14) Rechnung getragen werde. Daher wurde das Publizistikinstitut der Universität Salzburg, dessen Gründung vor allem auf die Initiative

„des aus der Tagespublizistik an die Universität gewechselten damaligen Chefredakteurs der ‚Salzburger Nachrichten‘, René Marcic zurückzuführen war.“

(Fabris, 1979, S. 37)

mit der Konzepterstellung beauftragt. 1974 fand dann auf Initiative der Zeitungsverleger und „schon in loser sozialpartnerschaftlicher Zusam-

menarbeit“ (Pürer, 1982, S. 62) der erste dreiwöchige Grundkurs zur Journalistenausbildung (weitere folgen 1975, 1977 und 1978) unter der Leitung des damaligen Universitätsassistenten, Heinz Pürer, am Salzburger Publizistikinstitut statt. Der Kurs wird von den Verlegern, vom Sozialministerium, einzelnen Medienhäusern und einzelnen Landesregierungen gemeinsam finanziert. Pürer stellt sich ein weitgespanntes Programm vor: Es seien Staats- und Verwaltungsrecht, Soziologie, Philosophie, Zeitgeschichte und Erkenntnisse der Kommunikationswissenschaft neben praktischem journalistischem Handwerk zu lehren (vgl. Pürer, 1974, S. 21f.). Er muss aber bereits nach dem 1. Grundkurs von 1974 feststellen, dass rund die Hälfte der Teilnehmer ausschließlich an praxisorientierten Veranstaltungen interessiert sind (vgl. ebd.). Ein Spezialkurs für

Sportjournalisten musste 1975 aus Teilnehmermangel abgesagt werden, ein konzipierter Kurs zum Thema Innenpolitik wurde daraufhin gar nicht mehr ausgeschrieben (vgl. Pürer, 1977, S. 12). Die Journalistenausbildung, stellt Pürer fest, werde vor allem von Publizistikwissenschaftlern und „einigen aufgeschlossenen

Medienpraktikern vereinzelt thematisiert“ (Pürer, 1977, S. 4), finde darüber hinaus aber in der Öffentlichkeit keine Aufmerksamkeit.

Einige dieser aufgeschlossenen Medienpraktiker in der Journalistengewerkschaft wollten – man merkt den „linken Zeitgeist der siebziger Jahre“ – in der Journalistenausbildung 1977 sogar noch ein Stück weiter: Unter einem gemeinsamen Titel formulieren Günther Nennung (damals Präsident der Journalistengewerkschaft) Hermann Polz (damals Chefredakteur der *Oberösterreichischen Nachrichten*) und Gerfried Sperl (damals bei der *Kleinen Zeitung*) Grundzüge einer Journalistenausbildung (vgl. Nennung, Polz & Sperl, 1977). Nennung forderte eine Ausbildung, die zu gesellschaftlichem Engagement statt zu objektiver Berichterstattung führe und für Polz sollte das Journalistentraining vor allem eine Hinführung zur Zivilcourage sein, die so weit gehen müsse, notfalls sogar die eigene Position zu opfern. Am konkretesten – und abseits deklamatorischer Rhetorik am weitestgehenden – ist der Vorschlag von Sperl, der nichts weniger als eine formale Professionalisierung des Journalistenberufes vorschlug:

Nach einer der dualen Lehrlingsausbildung vergleichbaren viersemestrigen standardisierten Ausbildung, die teilweise im jeweiligen Medienhaus, teilweise in einem Sozialpartnerinstitut zu durchlaufen ist, erfolgt eine Abschlussprüfung. Nur wer diese erfolgreich abschließt darf sich „Journalist“, mit allen daran zu knüpfenden positiven Rechtsfolgen, nennen. Nach heutigen Standards, das Mediengesetz gab es damals noch nicht, würde also nur für solche Personen z.B. Zeugnisverweigerungsrecht aus Gründen des Informantenschutzes oder Straffreiheit bei übler Nachrede gegen Nachweis ordnungsgemäßer Recherche gelten. Formale Bildung (Matura oder Studium) dürfe jedoch im Sinne der Offenheit des Berufes keine Voraussetzung zur Journalistenprüfung sein. Diesen Vorschlägen entwachsen allerdings keinen nachhaltigen Konsequenzen.

Ausbildungsinstitute entstehen

Unabhängig davon erfolgten 1977 wesentliche Weichenstellungen für die Etablierung berufsbegleitender Journalistenausbildung und Weiterbildung: Den Journalisten bei Tages- und Wochenzeitungen wurde durch Kollektivvertrag erstmals Bildungsfreistellung bei Wahrung ihrer Entgelt- und Urlaubsansprüche zugebilligt. Zur selben Zeit wurden die Statuten eines sozialpartnerschaftlichen Kuratoriums für Journalistenausbildung (Kfj) paraphiert. Die „Gewerkschaftliche Arbeitsgemeinschaft Publizistik und Medien“, ein von 1977 bis 2001 bestehendes Koordinationsgremium der Gewerkschaften im österreichischen Mediensektor⁴, beschloss ebenfalls 1977 (vgl. GAGPUM, S. 1978) ein von Publizistikwissenschaftlern und Gewerkschaftern⁵ verfasstes Positionspapier zu „Journalistenausbildung und Medienakademie“. Fabris (vgl. GAGPUM 1978, S. 22f.) begründet darin die Notwendigkeit der Journalistenausbildung mit der „öffentlichen Aufgabe der Medien“ woraus ein „Anspruch der Gesellschaft auf ein funktionierendes Informations- und Kommunikationssystem“ folge sowie mit der beginnenden Digitalisierung der Medienproduktion. JournalistInnenbildung werde auch eine soziale Aufwertung des Berufes mit sich bringen und eine stärkere Konkurrenzfähigkeit gegenüber importierten Medienprodukten. Die Ausbildung

solle von den Sozialpartnern gemeinsam mit den Universitätsinstituten für Publizistik und Kommunikationswissenschaft sowie öffentlichen Stellen betrieben werden. Neben berufsbegleitender Journalistenausbildung „sollte im Rahmen der Studienrichtung Publizistik- und Kommunikationswissenschaft ein Studienzweig ‚Journalistik‘ eingerichtet werden“, da das Fach seit einiger Zeit bemüht sei, das Studium praxisbezogen zu organisieren (ebd.). In gemeinsamer Redaktion der Beteiligten spricht sich das Positionspapier für die Gründung einer aus öffentlichen Mitteln finanzierten Medienakademie aus, die für alle Interessierten – auch hier wird wieder betont: ohne jegliche Bildungsvoraussetzungen – zugänglich sein sollte. Einzelne Lehrveranstaltungen der Publizistikinstitute sollten zum Lehrangebot der Akademie beitragen, deren Abschluss zum Studium der Publizistik auch ohne Matura berechtigen sollte. Einigermaßen sarkastisch (wohl aber nicht ganz zu Unrecht) bemerkte Pürer zwei Jahre dazu später (Pürer, 1980a, S. 15f.):

„Zu einer breit angeregten Debatte über dieses umfassende Reformpapier unter den Journalisten selbst sowie unter den durch eine solche Reform ja auch betroffenen Presseverlegern oder Arbeitnehmerinteressen wahrnehmenden Funktionsträgern im Österreichischen Rundfunk ist es in der Folge nie gekommen. Möglicherweise ist es gerade diesem Umstand zu verdanken, dass ein wesentliches Anliegen der Arbeitsgruppe, nämlich die Journalistenausbildung innerhalb eines eigenen Organisationsrahmens zu institutionalisieren, relativ rasch verwirklicht werden konnte.“

Der ORF blieb bei alledem in „splendid isolation“, entsprach jedoch mit der Installierung interner Ausbildungskurse ab 1973 und der Einrichtung einer Abteilung „Berufsfortbildung für alle Programmbereiche“ dem bildungspolitischen Zeittrend. Zu einer intensiveren Zusammenarbeit mit dem Kfj ist es trotz einiger Kooperationen wohl aus Gründen der Konkurrenz mit den Zeitungsverlegern, v.a. seit Gründung des Privatrundfunks, nicht gekommen.

Im November 1976 hatte die Journalistengewerkschaft bei Bundeskanzler Kreisky den Wunsch nach kontinuierlicher öffentlicher Förderung der

⁴ Die GAGPUM wurde 2001 infolge des Übertritts der Journalisten von der Gewerkschaft Kunst, Medien, Freie Berufe zur Gewerkschaft Druck und Papier de facto aufgelöst.

⁵ Mitarbeiter neben nicht namentlich genannten Gewerkschaftsmitgliedern sowie Publizistik-Studenten: Hans H.

Fabris (Publizistik Univ. Salzburg), Max Gottschlich (Publizistik Univ. Wien), Arnold Meyer-Lange (ORF-Ausbildung), Heinz Pürer (Publizistik Univ. Salzburg), Georg Rohrecker (Studentenvertreter Publizistik Univ. Salzburg), Karl Studnar (ÖGB).

Journalistenausbildung deponiert. Bereits zwei Jahre später hatte sie damit Erfolg: 1978 wurde das erst drei Jahre junge Bundespresseförderungsgesetz dahingehend novelliert, dass nun auch berufsbegleitende Journalistenausbildung aus diesem Topf subventioniert werden konnte.⁶ Diese Finanzierungsmöglichkeit erlaubte nun einerseits eine längerfristige Planung derartiger Kurse und weckte andererseits die Begehrlichkeit unterschiedlicher weltanschaulicher Gruppen, über diese Schiene Einfluss und Mittel zu erhalten.

Am schnellsten reagierte die Kirche: Die Österreichische Bischofskonferenz beschloss 1977 die Gründung der „Katholischen Medienakademie“, welche mit 1978 operativ wurde⁷. Ein Jahr später wurde das sozialpartnerschaftlich organisierte „Kuratorium für Journalistenausbildung“ gegründet, 1979 die gewerkschaftsnahe „Österreichische Gesellschaft für Publizistik und Medienforschung“, der 1981 die parteinahen Journalistenausbildungsinstitute „Friedrich-Austerlitz-Institut“ (SPÖ) und „Friedrich-Funder-Institut“ (ÖVP) folgten (vgl. Medien-Journal, 3/81, S. 11.) Katholischerseits war eine Medienakademie, die gleichermaßen Journalisten wie PR-Leute ausbilden sollte bereits seit Beginn der siebziger Jahre in Diskussion. Eine derartige Ausbildungsstätte sollte der Lehrerausbildung in pädagogischen Akademien ähnlich sein, vier Semester umfassen und praktisches journalistisches Handwerk ebenso wie erweiterte Allgemeinbildung (Recht, Geschichte, Fremdsprachen etc.) vermitteln und journalistisches Fußvolk heranbilden. Führungskräfte sollten nach dieser Vorstellung in einem durch Praxismodule modifizierten Publizistikstudium bzw. durch ein neu zu schaffendes Studium aus Recht und Volkswirtschaft in Verbindung mit journalistischer Praxis ausgebildet werden (vgl. Gamillscheg, 1971, S. 21). Der Sinn der Katholischen Medienakademie wurde eindeutig mit der ideologischen Pflege des eigenen Nachwuchses

wie auch mit Öffentlichkeitsarbeit für die Kirche begründet:

„Es liegt auf der Hand, dass [...] eine bloß nominelle Zugehörigkeit zur katholischen Kirche kaum ausreichen kann um später die vorgesehenen Aufgaben in einem kirchlichen oder kirchennahen Medium erfüllen zu können. Dabei erfolgt die Aufnahme nach einem Informationsgespräch [...] Ein bereits vorhandenes kirchliches Engagement bietet dafür natürlich die besten Voraussetzungen. [...] Wir streben auch an, die von der KMA ausgebildeten Journalisten in neutralen Medien unterzubringen damit die kirchlichen Interessen dort nicht nur inhaltlich sondern auch sachlich richtig vertreten werden.“

(Interview mit Felix Gamillscheg in Medien-Journal 1/79, S. 11-13, hier S. 12)

Am schnellsten reagierte die Kirche: Die Österreichische Bischofskonferenz beschloss 1977 die Gründung der „Katholischen Medienakademie“ [...]. Ein Jahr später wurde das sozialpartnerschaftlich organisierte „Kuratorium für Journalistenausbildung“ gegründet [...].

Das Kuratorium für Journalistenausbildung (Kfj)

war bei seiner Gründung im November 1978 und der Betriebsaufnahme im darauf folgenden Jahr die zweite Gründung einer österreichischen Institution der Journalistenweiterbildung. Wie der Presserat oder das Kuratorium für Presseausweise war auch diese Institution ein Kind der Sozialpartnerschaft: Der Trägerverein besteht aus dem Verband

Österreichischer Zeitungsherausgeber und Zeitungsverleger, Österreichischer Zeitschriftenverband sowie der Gewerkschaftsvertretung der Journalisten. „Ich bin ein Befürworter der Sozialpartnerschaft im Medienwesen“ erklärte Heinz Pürer, der erste Geschäftsführer des Kuratoriums für Journalistenausbildung,⁸ „und halte die jetzige Konstruktion für eine sehr gute. Gemeinsamkeiten liegen sicher in allen praktischen Fragen des Journalismus [...] Unterschiede wird es in Fragen geben wie der gesellschaftlichen Funktion des Journalisten und der organisatorischen Verfassung der Medien – ob öffentlich-rechtlich oder in Privateigentum, in der Frage der inneren Pres-

⁶ Ab 1979 3,2% der Gesamtsumme der staatlichen Presseförderung, ab 1980 aufgrund einer neuerlichen Gesetzesnovelle 4,3%. 1980 wurden 80 Millionen Schilling in diesem Zusammenhang vom Bund für Journalistenweiterbildung aufgewendet (vgl. Pürer, 1980, S. 20).

⁷ Sie folgte damit intentional und nominell einem 1968 von

der Deutschen Bischofskonferenz gegründeten Institut (vgl. Müller, 1994, S. 48f.)

⁸ Bei der Kfj-Gründung noch Teil der Gewerkschaft Kunst, Medien, freie Berufe; später der Gewerkschaft Druck und Papier; nach deren Fusion mit der GPA heute in der „GPA-DJP“ genannten Teilorganisation des ÖGB.

sefreiheit (Redaktionsstatute), im Einsatz neuer Technologien und auch in wirtschaftlichen Dingen. Wir werden bei den Kursen versuchen, dieses Problem dadurch zu bewältigen, dass eine breite Palette von Meinungen zu Wort kommen soll.“ (Interview mit Heinz Pürer in Medien-Journal 1/79, S. 8-10, hier S. 9)

Um ideologische Konflikte gar nicht erst aufkommen zu lassen wurde für die inhaltliche Konzeption ein Fachbeirat aus Sozialpartner- und Vertretern der Publizistikinstitute gebildet, der bezeichnenderweise ab den späten neunziger Jahren nicht mehr einberufen wurde. – Bezeichnenderweise deswegen, weil kommunikationswissenschaftliche oder -politische Fragen aufgrund mangelnden Teilnehmerinteresses bestenfalls „in homöopathischen Dosen‘ eingestreut“ (Pürer, 1980c, S. 13) werden konnten, sollten die Kurse von den Journalisten akzeptiert werden. „Die Jungjournalisten wollen das beim Kurs Vermittelte nach Möglichkeit direkt oder indirekt praktisch verwerten können. Theorie wird dann nicht abgelehnt, wenn sie diesem Postulat entspricht und vor allem auch inhaltlich größtmöglichen Praxisbezug enthält“ (Pürer, 1980b, S. 24). Die von der Zielgruppe gewünschten „praktischen Übungen zum Zeitungsmachen“ bedurften offensichtlich keiner politischen Diskussion in einem Beirat.

Genau als Gegengewicht zu einem möglicherweise sozialpartnerschaftlich allzu ausgewogenen Fortbildungsprogramm wurde 1979 die GESPU (Gesellschaft für Publizistik und Medienforschung – Verein für arbeitnehmerorientierte Journalistenausbildung) gegründet, welches das Kfj nicht konkurrenzieren, aber ergänzen wollte (vgl. Sedlacek, 1980) – aufgrund ihrer Ausrichtung aber nie wirklich einen Marginalbereich überschreiten konnte. Wie auch das Kfj (vgl. Kuratorium für Journalistenausbildung, 1980, S. 15f.) plädierte der Gründungsgeschäftsführer Robert Sedlacek für eine pluralistisch verfasste Medienakademie als Zukunftslösung. Diese Medienakademie, obwohl in zahlreichen Artikeln über einen längeren Zeitraum in die Diskussion gebracht¹⁰ wurde bis heute nicht verwirklicht. Gleiches gilt für die vom Kfj angedachten Hochschulkurse für Journalistik in Zusammenarbeit mit den Instituten für Publizistik- und Kommunikationswis-

senschaft in Wien und Salzburg, welche Theorie und Praxis zu Themen wie Kultur-, Politik- oder Wirtschaftsjournalismus zusammenführen sollten (vgl. Pürer, 1983). Die Gründe dafür liegen aller Wahrscheinlichkeit am Interesse der Zielgruppe – welches wiederum von der konkreten journalistischen Arbeitssituation bestimmt ist.

Der begrenzte, aber unbestreitbare Erfolg der Gründung des Kuratoriums für Journalistenausbildung wurde von Heinz Pürer mit der positiven Bilanz der ersten Grundkurse, der Sozialpartnerakzeptanz und der öffentlichen Finanzierung durch die Bundespresseförderung begründet (vgl. Pürer, 1982, S. 62). Ebenso wichtig dürfte aber aus heutiger Sicht seine Kompromissfähigkeit gewesen sein, zwischen den Inhalten, die er als Kommunikationswissenschaftler für sinnvoll hielt und denjenigen, die sein Klientel wünschte und brauchte, Balance zu halten.

„Praxis“ versus „Theorie – ein Missverständnis?

In einer von Mai bis August 1981 durchgeführten Umfrage unter 144 Personalentscheidern der österreichischen Tages- und Wochenpresse (Chefredakteure, Ressortleiter, Verlagsleiter) (vgl. Pürer, S. 1981) wurde der Maturant von drei Viertel als der ideale Berufseinsteiger eingestuft, auch Personalentscheider mit Universitätsabschluss sahen dies nur geringfügig anders. Journalistenschulen oder Universitätsstudien an Stelle von Lernen in der redaktionellen Praxis, wurden von der überwiegenden Mehrheit abgelehnt, da die Beherrschung der journalistischen Darstellungsformen, die Fähigkeit, unter Zeitdruck Beiträge zu verfassen und sich rasch auf geänderte Prioritäten einzustellen die wichtigsten journalistischen Fähigkeiten seien. Dies entspricht frappant einer Umfrage unter 86 journalistischen Praktikanten aus Fachhochschulen und Universitätsinstituten¹¹, die 2007 ihre Praxiserfahrungen machten: „Fähigkeit zur Informationsbeschaffung“ und „unter Zeitdruck effizient zu arbeiten“ wurden als die wichtigsten Lernerfahrungen angesehen (Hummel, 2008, S. 13ff.). Ein Publizistikstudium wurde – deshalb? – von drei Fünftel der Personalentscheider als überwiegend unnützlich angesehen (vgl. Pürer, 1981, S. 11). Damit waren sie derselben

¹⁰ Vgl. u. a. Gamillscheg, 1971; Fabris, 1974, S. 26; Nennig, Polz & Sperl, 1977; Pürer, 1977, S. 4; GAGPUM, 1978, S. 33; Sedlacek, 1980; Pürer, 1980a, S. 22; Kuratorium für Journalistenausbildung, 1980, S. 15f.; Hummel, 1981; Pürer, 1982, S. 72.

¹¹ Kommunikationswissenschaft Universität Salzburg, Medien- und Kommunikationswissenschaft Universität Klagenfurt, Journalismus und Medienmanagement FH Wien, Journalismus und Unternehmenskommunikation FH Graz.

Meinung wie die Mehrheit der Schulungsteilnehmer des KFJ in Seminarbefragungen der ersten Jahre: Das Studium der Kommunikationswissenschaft sei uninteressant, da es keine unmittelbar in der Praxis verwertbaren Kenntnisse vermittele (vgl. Pürer, 1982, S. 70).

Möglicherweise unterliegt die Debatte über Journalistenausbildung in Österreich einigen Missverständnissen, die sich gerade an Hand der Geschichte der Gründerzeit herausarbeiten lassen, obwohl die Missverständnisse nicht auf diese Zeit beschränkt sind:

1. Journalismus, meinen vor allem viele Vertreter der Kommunikationswissenschaft, hat eine Öffentliche Aufgabe und muss daher wie andere gesellschaftswichtige Berufe (Ärzte, Richter, Psychotherapeuten etc.) einer formalisierten Ausbildung unterliegen. Die Öffentliche Aufgabe wird durch die Pressefreiheit garantiert, jegliche formalisierte Zugangsordnung durch Bildungsdekrete wäre eine Einschränkung dieser Freiheit, ist die Position sowohl von Verlegern wie von Vertretern der Journalistengewerkschaft.
2. Ohne fundiertes Sachwissen der Produzenten gibt es schlechte journalistische Produkte, daher verbessern gut Ausgebildete die Marktchancen der Medien. Die Berufserfahrungen widersprechen dem offensichtlich:

„Vierzig Nachwuchsjournalisten lächeln überlegen, während Universitätsassistent Maximilian Gottschlich das Image ihres Berufes in der österreichischen Bevölkerung darlegt. [...] Auch bei mir als einem Teilnehmer des 5. Grundkurs des „Kuratoriums für Journalistenausbildung“ mehren sich langsam die Zweifel an den schönen Worten vom öffentlichen Auftrag der Presse, von sittlich-moralischen Normen und von Wahrheit und Unabhängigkeit als obersten Gesetzen der journalistischen Arbeit.“
(Sorz, 1980, S. 22)

3. Die Akademisierung des Journalismus ist in Österreich im Vergleich zu den Nachbarstaaten erschreckend gering, stellt die Berufsfeldforschung fest (vgl. Kaltenbrunner, Karmasin, Kraus & Zimmermann, 2007, S. 95). Der höhere Akademikeranteil unter Journa-

listen hat auch in anderen Ländern mehr mit dem allgemeinen Akademisierungsgrad der Bevölkerung sowie mit spezifischen historischen Entwicklungen zu tun als mit einer bildungswilligeren Journalistenpopulation, muss als Einwand dagegen geltend gemacht werden.¹²

4. Wer behauptet, dass Journalismus vor allem auf „rascher Auffassungsgabe, „Belastbarkeit“, „schnell Formulieren können“ beruhe, vertritt eine überholte Begabungsideologie, meinen jene, die sich über journalistische Ausbildung Gedanken machen. In weit unterbesetzten Redaktionen (mitunter als Urlaubs- oder Krankenstandsvertretung in einem fremden Ressort) bis zum Redaktionsschluss die wesentlichen Stories auszuwählen, sie so gut es in der kurzen Zeit geht zu recherchieren und zu formulieren, sei der Alltag, den es zu trainieren gelte, meinen viele Praktiker.⁴
5. Eine formalisierte Journalistenausbildung würde den Journalismus stärker zu einer Profession machen (vgl. Hummel, 1979; Hummel, 1981) und damit dessen Autonomie vergrößern. Das Überangebot am journalistischen Arbeitsmarkt durch immer zahlreicher vorhandene Bildungseinrichtungen, die „Wege in einen Traumberuf“ versprechen (vgl. Dorer, Götzenbrucker & Hummel, 2009) und so zu einer wachsenden Schar schlechtbezahlter Freiberufler führen, könnte damit verringert werden. Dazu wird seitens der „Praktiker“ das bereits im ersten Punkt dieser Aufzählung zitierte Gegenargument gebracht. Das Beispiel Italien, in dem es eine derartige Journalistenprüfung gibt, scheint überdies kein Beleg für eine dadurch erreichbare Qualitätsverbesserung zu sein.

Die Problematik der hier aufgeführten Punkte (zu denen auf jeden Fall das nicht immer klar definierte Ausbildungsprofil der Institute für Publizistik- bzw. Kommunikationswissenschaft zu zählen wäre) besteht darin, dass niemals eine der dargestellten Positionen „richtig“ ist. Aus der hier skizzierten historischen Entwicklung lässt sich jedenfalls – unabhängig davon welche der Posi-

¹² Der „hohe Anteil der Journalistik-Absolventen [unter deutschen Journalisten, R.H.] basiert freilich ganz wesentlich auf den Besonderheiten im ostdeutschen Journalismus“, der eine verpflichtende Hochschulausbildung vorsah. Dies führte nach der Wende zu deren überproportionalen Repräsentanz

in der Statistik (Müller, 1999, S. 21).

¹³ Dieser Satz beruht auf zahlreichen Diskussionen des Verfassers mit Journalistinnen und Journalisten zum Thema der Neuverhandlung des Kollektivvertrages bei Tages- und Wochenzeitungen in der ersten Jahreshälfte 2012.

tionen man normativ für „richtig“ halten mag – herauslesen, dass 1. der (österreichische) Journalismus ein „Feld“ konstituiert, dessen Regeln eine formalisierte Ausbildung, bislang jedenfalls, ausschließen. 2. belohnt dieses (Berufs-)Feld gegenüber seinen Akteuren nicht Wissen, sondern trainierbare Fertigkeiten. Damit hatten (und haben bis heute) 3. nur jene Journalisten-Kurse Erfolg, welche ihre Zielgruppe überzeugen können, dass vermittels der Kursinhalte unmittelbar Praxisprobleme gelöst werden können.

Von den Spielregeln des Feldes her betrachtet ist Journalismus ebenso wenig ein Begabungsberuf wie auf dem Weg zu einer Profession, sondern

schlicht ein Anlernberuf, in dem immer mehr akademisch Gebildete Fuß fassen – ohne dadurch die Anforderungen des Feldes zu verändern. Sowohl die Heterogenität der durch den Journalismus vermittelten Inhalte (vom Sport über die Tierecke zum wirtschaftspolitischen Kommentar) als auch die Illusion des „Pseudoprivilegs öffentlicher Auftrag“ (so Kieslich bereits 1970) reduzieren den gemeinsamen Bildungsstandard des Journalismus auf „Handwerk“. Hierfür wurden in den siebziger Jahren redaktionsübergreifende Ausbildungsmodelle geschaffen. Dies ist durchaus als begrenzter Fortschritt anzuerkennen.

	AKTIONEN ZUR JOURNALISTENAUSBILDUNG	ALLGEMEINE MEDIENPOLITIK
1948	Privater Journalistenkurs (Martinides, 1973), von Sozialpartnern unterstützt (Fabris, 2002)	
1949	Sozialpartner-Journalistenausbildungs-Kurse zusammen mit Handelsschule Weiß (Martinides, 1973)	
1951		
1964		
1966	Sozialpartnerkurs scheitert an Teilnehmermangel (Martinides, 1973)	
1970		Österreichisches Kuratorium für Presseausweise von Sozialpartnern gegründet (I+M 1/74, 2)
		<i>Information und Meinung</i> als medienpolit. Journal der Gewerkschaft gegründet (eingestellt 1982)
1971	Presserat beauftragt Salzburger Publizistikinstitut mit Konzepterstellung für neue Kurse (Martinides, 1973)	Einrichtung eines Arbeitskreises zur Reform des Presse- und Medienrechtes beim Justizministerium
		Einrichtung des „Projektteam Medienforschung“ beim BM f. Wissenschaft und Forschung (Fabris, 1979) (Ende 90er Jahre nicht mehr einberufen)
1972		Bundesgesetz über die Förderung staatsbürgerlicher Bildungsarbeit im Bereich der politischen Parteien wie der Publizistik beschlossen (Pürer, 1980)
1973	Herbst: interne Ausbildungskurse im ORF installiert	
1974	erster 16tägiger Kurs in Wien auf Initiative der Verleger (Pürer, 1981)	Neues Rundfunkgesetz beschlossen: Öffentliche Aufgabe des Rundfunks im Verfassungsrang
1975	26.1-14.2. 2. Grundkurs v. Sozialpartnern u. Presserat (I+M 4/1974, 11)	Bundespresseförderungsgesetz beschlossen
	Frühsommer: ORF richtet Abteilung „Berufsbildung für alle Programmbereiche“ ein (GAGPUM, 1978)	
1976	12. 11.: Journalistengewerkschaft deponiert beim Bundeskanzler Wunsch nach Fördermitteln für Journalistenausbildung (Pürer, 1977, S. 26)	Gründung Österreichische Gesellschaft für Kommunikationsfragen, Herausgabe von <i>Medien-Journal</i> ab 1977
		10. 3. Gewerkschaften Druck und Papier/ Kunst, Medien, freie Berufe/Privatangestellte kommen überein, medienpolitische Arbeitsgemeinschaft zu gründen
1977	Gewerkschaftliche Arbeitsgemeinschaft Publizistik und Medien beschließt „Reformpapier zu Journalistenausbildung (I+M 1978/1)	Statuten der „Gewerkschaftlichen Arbeitsgemeinschaft Publizistik und Medien“ (GAGPUM) vom ÖGB gebilligt
	Öst. Bischofskonferenz beschließt Gründung Katholischer Medienakademie (operativ ab 1978)	
	Dezember: Tages-/Wochenzeitungs-KV-Änderung: Bildungsfreistellung bei aufrechten Bezügen möglich (Pürer, 1980, S. 20)	
1978	November Gründung KFJ, operativ ab 1979 (Pürer, 1980, 1981)	Nationalrat beschließt Datenschutzgesetz
1979	Novelle Presseförderungsgesetz: erstmals auch berufsbegleitende Ausbildung subventioniert (Pürer, 1980)	
	Oktober: Gründung GESPU. Verein für Journalistenausbildung; operativ ab 1980 (Sedlaczek, 1980)	
1981	Parteinaher Journalistenausbildungen „Friedrich-Austerlitz-Institut“ (SPÖ) und „Friedrich-Funder-Institut“ (ÖVP) werden gegründet (MJ 3/81)	Nationalrat beschließt Mediengesetz

Bibliographie:

- Dorer, J., Götzenbrucker, G. & Hummel, R. (2009). The Austrian Journalism Education Landscape. In: Georgios T. (Hg.), *European Journalism Education*. Bristol and Chicago, S. 79-92.
- Fabris, H.H. (1974). Das Ende eines Tabus. Journalistenausbildung in Österreich. Praxis kontra Theorie. In: *Information und Meinung*, 1974 (1), S. 25-28.
- Fabris, H. H. (1975). Unsichere Zukunft für Journalisten? Ergebnisse zweier Umfragen zur beruflichen Situation und zur Ausbildung von Journalisten in Österreich. In: *Information und Meinung*, 1975 (2), S. 20-24.
- Fabris, H. H. (1979). Angewandte Kommunikationsforschung. In: Institute für Publizistik und Kommunikationswissenschaft Wien und Salzburg (Hg.), *Österreichisches Jahrbuch für Kommunikationswissenschaft*, 1979 (1). S. 35-53.
- Fabris, H. H. (2002). Österreich: auf halbem Weg zur Professionalisierung. In: Altmeppen K., Hömberg W. (Hg.), *Journalistenausbildung für eine veränderte Medienwelt*. Wiesbaden, S. 39-47.
- Fabris, H. H., Hummel, R., Renger, R., Zimmermann, A. (Hg.) (1999). *Journalismus in der Informationsgesellschaft*. Innsbruck, Wien.
- GAGPUM (= Gewerkschaftliche Arbeitsgemeinschaft Publizistik und Medien) (1978). Journalistenausbildung und Medienakademie. In: *Information und Meinung*, 1978 (1), S. 21-36.
- Gamillscheg, F. (1971). Eine Akademie für Publizistik. Zur Frage der Journalistenausbildung. In: *Information und Meinung*, 1971 (1), S. 20-22.
- Gesellschaft für Publizistik und Medienforschung (Hg.) (1979). *GESPU*. Handbuch für Journalisten. Wien.
- Hummel, R. (1979). Überlegungen zu einer gesellschaftlich relevanten Journalistenausbildung. In: *Medien-Journal*, 79 (1), S. 1-2.
- Hummel, R. (1981). Ausbildung statt Einbildung. In: *Medien-Journal*, 81 (3), S. 1-3.
- Hummel, R. (2008). *Kuli, Taschengeld, Händedruck und tschüss?* PraktikantInnen in österreichischen Medienunternehmen. Wien.
- Hummel, R. & Kassel, S. (2009). Strukturdatenanalyse der Entwicklung des österreichischen Journalismus 1946-2008. In: Stark, B., Magin, M. (Hg.), *Die österreichische Medienlandschaft im Umbruch*. Wien. S. 219-238.
- Hummel, R., Kirchhoff, S. & Prandner, D. (2012). "We Used to be Queens and now we are Slaves". Working conditions and career strategies in the journalistic field. In: *Journalism Practice*, S. 1-10.
- Institut für Publizistik und Kommunikationstheorie der Universität Salzburg (Hg.) (1977). *Massenmedien in Österreich*. Wien.
- Internationales Arbeitsamt (Hg.) (1928). Lebens- und Arbeitsbedingungen der Journalisten. Teilweiser Nachdruck. In: *Medien-Journal*, 1979 (1), 13f.
- Kaltenbrunner, A. (Hg.) (2001). *Beruf ohne (Aus-)Bildung*. Anleitungen zum Journalismus. Wien.
- Kaltenbrunner, A., Karmasin, M., Kraus, D., Zimmermann, A. (2007). *Der Journalisten-Report*. Österreichs Medien und ihre Macher. Eine empirische Erhebung. Wien
- Kieslich, G. (1970). Pressefreiheit – Narrenfreiheit. Ketzerische Gedanken über Auftrag und Ausbildung der Journalisten. In: *Information und Meinung*, 1970 (4), S. 11-14.
- Kuratorium für Journalistenausbildung (Hg.) (1980). *Situation und Ziele der Journalistenausbildung in Österreich*. Salzburg, Wien.
- Martinides, L. (1973). Journalistenausbildung im Wettstreit der Meinungen. In: *Information und Meinung*, 1973 (3), S. 14-16.
- Michenthaler, G. (1985). Journalistengewerkschaft im Umbruch. Anmerkungen zur journalistischen Berufspolitik. In: *Medien-Journal*, 85 (4), S. 17-26.

- Mindich, D. T. Z. (1998). *Just the facts*. How „objectivity“ came to define american journalism. New York, London.
- Müller, R. (1994). *Journalismus. Einstieg. Praxis. Chancen*. Frankfurt/Main
- Müller, W. (1999). *Journalistenausbildung in Europa*. Bestandsaufnahme, neue Modelle, Entwicklungsperspektiven. Berlin
- Nenning, G., Polz, H. & Sperl, G. (1977). Ausbildung für Journalisten. In: *Information und Meinung*, 1977 (1), S. 23-25
- N. N. (1981). Einrichtungen zur Aus- und Weiterbildung für Medien- und Kommunikationsberufe. In: *Medien-Journal*, 81 (3), S. 10-12.
- Paupié, K. (o.J.). *Bericht einer Bestandsaufnahme zur Lage der österreichischen Presse*. Verf. Man.
- Pürer, H. (1974). Journalistenausbildung in Österreich. In: *Information und Meinung*, 1974 (3), S. 20-24.
- Pürer, H. (1975). Erfahrungsbericht. In: *Information und Meinung*, 1975 (1), S. 33-35.
- Pürer, H. (1977). *Berufsbegleitende Journalistenausbildung*. Arbeitsberichte des Instituts für Publizistik und Kommunikationstheorie der Universität Salzburg. Heft 5. Salzburg
- Pürer, H. (1980a). *Aus- und Fortbildung für Journalisten in Österreich*. Eine Bestandsaufnahme. Hefte des Kuratoriums für Journalistenausbildung, 1980 (1). Salzburg
- Pürer, H. (1980b). Journalistenausbildung – Start geglückt. In: *Information und Meinung*, 1980 (3), S. 21-25.
- Pürer, H. (1980c). Journalistenausbildung und Medienforschung. In: *Medien-Journal*, 1980 (4), S. 13-16.
- Pürer, H. (1981). Journalistenausbildung im Urteil von Presseentscheidern. Ergebnisse einer Umfrage des „Kuratorium für Journalistenausbildung“. In: *Medien-Journal*, 81 (4), S. 9-15.
- Pürer, H. (1982). Publizistische Bildungsarbeit in Österreich. In: Institute für Publizistik und Kommunikationswissenschaft Wien und Salzburg (Hg.), *Österreichisches Jahrbuch für Kommunikationswissenschaft*, 1982 (2), S. 62-73.
- Pürer, H. (1983). Plan: Hochschulkurse für Journalistik. In: *Medien-Journal*, 83 (4). S. 22.
- Schmolke, M. (1982). Nachdenken über den eigenen Beruf. In: Institute für Publizistik und Kommunikationswissenschaft Wien und Salzburg (Hg.), *Österreichisches Jahrbuch für Kommunikationswissenschaft*, 1982 (2), S. 43-51.
- Sedlacek, R. (1980). Verein für arbeitnehmerorientierte Journalistenausbildung gegründet. In: *Medien-Journal*, 1980 (2), S. 17-18.
- Sorz, S. (1980): Wahrheit, Sauberkeit und Korrektheit. Journalistenausbildung in Österreich. In: *Medien-Journal*, 1980 (1), S. 22.

Roman HUMMEL (1951)

hat den Lehrstuhl für Journalistik am Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg inne. Nach dem Studium von Psychologie, Kommunikationswissenschaft und Politikwissenschaft in Wien und Berlin medienpolitischer Sekretär im ÖGB; Habilitation 1990 in Wien; Gast- und Vertretungsprofessuren in Wien, Erfurt und Pretoria; Forschungsschwerpunkte: Berufsfeldforschung, Medienpolitik, Mediensoziologie.

Öffentliche Förderung der journalistischen Aus- und Fortbildung der MitarbeiterInnen österreichischer Privatmedien

Oder warum dauert bei uns alles Jahre länger?

Erich König

Rundfunk & Telekom Regulierungs-GmbH RTR-GmbH (Rundfunkfonds)

Abstract

Die österreichische Journalistenausbildung hinkte in Ihrer Entwicklung seit den Fünfzigerjahren des vorigen Jahrhunderts massiv hinter Deutschland her. Durch einen Vergleich der historischen Entwicklung des Aus- und Fortbildungssystems in Deutschland und Österreich¹, werden eingangs die Spezifika der österreichischen Journalistenausbildung herausgearbeitet. Im zweiten Teil des Artikels sollen die zentrale Rolle und Bedeutung öffentlicher Förderungen in diesem Bereich herausgearbeitet und analysiert werden.

Der Beitrag konzentriert sich auf die berufliche Aus- und Fortbildung journalistischer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter österreichischer Privatmedien. Der im internationalen Vergleich niedrige AkademikerInnenanteil in der österreichischen Medienbranche² und die verspätete Einrichtung universitärer Studiengänge und von Fachhochschulen³ werden nicht behandelt, ebenso wenig die Aus- und Fortbildungsmaßnahmen von ORF und nichtkommerziellen Rundfunkbetreibern⁴.

Journalistenausbildung in Deutschland und Österreich – Kein Vergleich

In Deutschland wurde bereits am 29. April 1949 die erste Journalismusschule, das Werner-Friedmann-Institut in München, gegründet. Aus diesem ging 1959 die verlagsunabhängige „Deutsche Journalistenschule (DJS)“, bis heute eine der renommiertesten Journalismusschulen im deutschsprachigen Raum, hervor. Unter den

49 Trägern sind Einrichtungen wie der Bayerische und der Deutsche Journalistenverband, die Deutsche Journalistinnen- und Journalistenunion, der Verband Bayerischer Zeitungsverleger, die Bayerische Landeszentrale für neue Medien sowie einige große Verlage und Rundfunkveranstalter. Die DJS erhält öffentliche Fördermittel von Bund, Land und Stadt, im konkreten vom Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, vom Freistaat Bayern und der Stadt München. (www.djs-online.de) Dem DJS folgte eine Reihe weiterer Ausbildungseinrichtungen. Um nur einige zu nennen, neben klassischen Journalistenschulen wie eben der Deutschen Journalistenschule, der Berliner Journalistenschule, der Evangelischen Journalistenschule ebenfalls in Berlin, der Henri-Nannen-Schule in Hamburg und der Kölner Journalistenschule gibt es zahlreiche verlagseigene Bildungseinrichtungen, die für Print-, Rundfunk- aber auch Onlinebereich ausbilden.

Bereits in den sechziger Jahren vorigen Jahrhunderts wurde in Deutschland mit dem Aufbau eines Journalistenausbildungssystems auf uni-

¹ Im Wesentlichen eine Zusammenfassung älterer Arbeiten (Kaltenbrunner, 2004; Kraus, 2009; Weischenberg, 2005) ergänzt um die Informationen über die Ausbildungseinrichtungen.

² Hummel, Kassel, (2009), Kraus (2009): Anteil der AkademikerInnen unter Österreichs JournalistInnen ist ca. 34%, Schweiz 44%, Deutschland 69%. Es werden unterschiedliche Vergleichsjahre herangezogen, trotzdem sprechen die Zahlen für sich.

³ Es sei daher nur kurz darauf hingewiesen, dass vor etwa zehn Jahren, im Vergleich zu Deutschland ziemlich verspätet, eine Reihe neuer Fachhochschulstudiengänge in Wien, Graz

und St. Pölten, mehrere Bakkalaureats- und Masterstudien mit Praxisbezug sowie postgraduale Studien geschaffen wurden. Einen Überblick kann man sich auf <http://www.publizistik.net> verschaffen.

⁴ Im Rahmen des Nichtkommerziellen Rundfunkfonds (http://www.rtr.at/de/foe/NKRF_Fonds) werden sowohl innerbetriebliche Aus- und Fortbildungsmaßnahmen der Freien Rundfunkveranstalter (Radio und TV) als auch die Fortbildungseinrichtung „Community Medien Institut“ (Commit) sowie Ausbildungsmaßnahmen des Verbandes der Freien Radios gefördert.

versitärer Ebene begonnen, welches später noch durch Fachhochschulen ergänzt wurde. Vor zehn Jahren gab es in Deutschland eine breite Ausbildungslandschaft mit rund 200 relevanten Ausbildungsangeboten (vgl. Kaltenbrunner & Kraus, 2004). 2005 bestand bereits ein sehr ausdifferenziertes Journalistenausbildungssystem mit unterschiedlichsten Zugängen. Praktikum (68,7%) und Volontariat (62,4%) sind auch in Deutschland die meist genutzten Ausbildungswege, aber zumindest 13,7% der JournalistInnen besuchten eine Journalistenschule, 30,6% absolvierten ein einschlägiges Studium (13,5% Journalistik, 17,1% Publizistik-, Kommunikations- oder Medienwissenschaft), sonstige Aus- oder Weiterbildungen werden von 13,8% genannt. (vgl. Weischenberg, 2005, S. 3)

In Österreich hingegen erfolgte der Einstieg in den Journalismus über Jahrzehnte hinweg fast ausschließlich über freie Mitarbeit, Praktika und Volontariate. Einige der Hauptgründe hierfür waren im kleinen österreichischen Markt, der Konkurrenz durch deutsche Medienhäuser und dem im Vergleich zu Deutschland aber auch der Schweiz kleinen Qualitätssegment zu finden. Die nach 1945 noch lange Zeit starken Parteizeitungen hatten betriebsinterne Ausbildungen. Ein weiterer Grund lag in einem österreichspezifischen Verständnis von Journalismus, das Andy Kaltenbrunner und Daniela Kraus 2004 ironisch wie folgt beschrieben haben:

„Journalismus kann gar nicht erlernt werden. Dieses Selbst- und Fremdverständnis vom Journalisten als schriftstellerisches Genie, dem schreiberisches Talent und Kreativität als Begabung, Beruf als Berufung in den Genen liege, dominierte die Diskussion um Ausbildung für Medienberufe über Jahrzehnte. Journalismus könne eben nicht erlernt werden. Was an handwerklichem Know-how und praktischer Routine notwendig sei, erfahre jeder Begabte dann obnehin im Arbeitsalltag.“
(Kaltenbrunner & Kraus, 2004, S. 305)

Erst 1978 wurde in Österreich mit dem Kuratorium für Journalistenausbildung (KfJ) in Salzburg (www.kfj.at) die erste professionelle berufsbegleitende Aus- und Fortbildungsinstitution für Jour-

nalistInnen geschaffen. Der gemeinnützige Verein wurde durch die Journalistengewerkschaft, den Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ) und den Österreichischen Zeitschriften- und Fachmedienverband (ÖZV) gegründet.

Seit 1992 wird vom KfJ das neunwöchige „Österreichische Journalisten-Kolleg“, eine berufsbegleitende Grundausbildung für JournalistInnen angeboten. Das in Modulen organisierte Kolleg setzte in Österreich erste Ausbildungsstandards. Laut Kollektivverträgen müssen Redakteure von Tages- und Wochenzeitungen das Kolleg oder eine vergleichbare Ausbildung besucht haben. Das KfJ organisiert darüber hinaus jährlich rund 70 Seminare, Workshops und Lehrgänge mit

Erst 1978 wurde in Österreich mit dem Kuratorium für Journalistenausbildung (KfJ) in Salzburg die erste professionelle berufsbegleitende Aus- und Fortbildungsinstitution für JournalistInnen geschaffen.

etwa 900 TeilnehmerInnen. Auf Grund der Geschichte der Institution und der Trägerstruktur ergibt sich ein Schwerpunkt auf Printjournalismus. In den letzten Jahren sind aber durchaus Schritte in Richtung crossmedialer Angebote und Ausbildung gemacht worden.

Daneben gibt es eine Reihe kleinerer Aus- und Fortbildungseinrichtungen, die oft ein Naheverhältnis zu politischen Parteien, Interessensvertretungen oder Religionsgemeinschaften haben oder nur von regionaler Bedeutung sind.

Bis vor kurzem war das KfJ aber die einzige Einrichtung, die ein inhaltlich und thematisch breites Aus- und Fortbildungsangebot auf methodisch und didaktisch hohem Niveau anbot. Mit dem „forum journalismus und medien wien (FJUM)“ (www.fjum-wien.at), ebenfalls ein gemeinnütziger Verein, wurde 2011 eine neue Ausbildungseinrichtung ins Leben gerufen, die einen ähnlichen Professionalisierungsgrad aufweist. Der Vereinszweck von FJUM ist die Vermittlung beruflicher Weiterbildung für JournalistInnen, RedakteurInnen und MedienmitarbeiterInnen. FJUM koordiniert hierzu ein großes Netzwerk von PraktikerInnen und wissenschaftlichen ExpertInnen. Aufbau und Programm wurden durch eine Anschubfinanzierung der Stadt Wien, TeilnehmerInnenbeiträge, Stipendien und Sponsorenmittel ermöglicht. 2012 erreichte FJUM zwar noch nicht die Seminarstundenanzahl des KfJ, aber durchaus dessen Professionalität. Kooperationen mit Universitäten und Fachhochschulen

tragen nicht nur zur wissenschaftlichen Fundierung bei, sondern spiegeln sich auch in der akademischen Anschlussfähigkeit (ECTS) vieler Angebote wider.

Auch andere Ausbildungseinrichtungen erstellen derzeit neue Angebote. Der Österreichische Journalisten Club – ÖJC (www.oejc.at) etwa führt in Kooperation mit der Donau-Universität Krems eine Seminarreihe für JungjournalistInnen durch und startete im Oktober 2012 eine thematisch sehr breit angelegte Lehrredaktion.

Fördermaßnahmen auf Bundesebene

Printmedien - Presseförderung

Im Rahmen der Presseförderung wurden seit 1975 in erster Linie direkte Förderungen an die Verleger von Tages- und Wochenzeitungen ausgezahlt. Für Journalistenausbildung waren ursprünglich keine Mittel vorgesehen. Sowohl die Gründung des Kuratoriums für JournalistInnenausbildung (1978) als auch die Einführung des „Journalisten-Kollegs“ (1992) hätten ohne dauerhaft garantierte öffentliche Förderungen nicht stattfinden können. Für beide Maßnahmen musste das „Presseförderungsgesetz 1975“ (BGBl. Nr. 518/1975) novelliert werden.

1978 (BGBl. Nr. 520/1978) wurde erstmals die Möglichkeit der Förderung von „Vereinigungen, deren Hauptaufgabe die berufsbegleitende Aus- und Fortbildung von journalistischen Mitarbeitern österreichischer Medienunternehmen ist“ geschaffen. Wichtigste Auswirkung der Novelle war die Sicherstellung der Grundfinanzierung des neu geschaffenen Kuratoriums für Journalistenausbildung.

1992 wurden die Fördermittel für Journalistenausbildung vervierfacht. Es wurden 10 Mio. Schilling (ca. EUR 727.000,-) zur Verfügung gestellt. Gefördert wurden vier Ausbildungseinrichtungen: Das Kuratorium für Journalistenausbildung erhielt 70% der Gesamtförderung, drei kleine Vereinigungen erhielten je eine Million. (vgl. Holtz-Bacha, 1994)

Laut Erläuterungen war das Ziel der Novelle (BGBl. Nr. 465/1992) die Förderung einer intensiven und professionellen Journalistenausbildung. Die damals eingeführte gesetzliche Regelung

entspricht im Wesentlichen dem heutigen § 10 Abs. 2 des Presseförderungsgesetzes. Seither wird zwischen großen Ausbildungseinrichtungen, die 70% der Gesamtmittel erhalten und kleineren Vereinigungen, die eher der Talent- und Nachwuchsförderung dienen, unterschieden. Zweitere bekommen 30% der Mittel.

§ 10 Abs. 2 Presseförderungsgesetz 2004 - PresseFG 2004 idF BGBl. I Nr. 42/2010

Vereinigungen, deren Hauptaufgabe die berufsbegleitende Aus- und Fortbildung von journalistischen Mitarbeitern österreichischer Medienunternehmen ist und die hiefür von repräsentativer Bedeutung sind, können Fördermittel gewährt werden, sofern [...] Kriterien für die Aufteilung von Fördermitteln für Seminare und Volontariate sind in den Förderrichtlinien festzulegen. Zwischen den Förderungswerbern werden die Fördermittel wie folgt aufgeteilt:

1. 70 vH der für diese Zwecke vorgesehenen Mittel werden an Vereinigungen vergeben, die sich ausschließlich oder vorwiegend einer intensiven Journalistenausbildung widmen, mindestens einen hauptberuflich für die Aufgaben der Journalistenausbildung tätigen Angestellten beschäftigen und mindestens 1300 Ausbildungstage im Jahr erreichen.

2. 30 vH der für diese Zwecke vorgesehenen Mittel werden an Vereinigungen vergeben, die zwar den Voraussetzungen des ersten Satzes des Abs. 2 entsprechen, aber die Voraussetzungen nach Z 1 nicht erfüllen und die sich insbesondere auch der Talent- bzw. Nachwuchsförderung widmen. Dieser Betrag wird so verteilt, dass keiner Vereinigung mehr als ein Drittel der für diese Zwecke vorgesehenen Mittel gewährt werden.

Abb.: AUSZUG AUS PRESSEFÖRDERUNGSGESETZ

Seit 1992 ist das Kuratorium die einzige Ausbildungseinrichtung, die in den Z1-Topf¹⁰ fällt, und erhält daher 70% der Gesamtfördermittel. Die 30% des Z2-Topfes teilen sich heute bereits sieben kleine Ausbildungseinrichtungen. Einige Sparpakete und eine Wirtschaftskrise später stehen 2012 nur mehr EUR 614.250,- zur Verfügung.

Der Fördertopf ist seit Jahren chronisch unterdotiert. Vor allem aber ist festzuhalten, dass der Verteilungsschlüssel nur so lange funktioniert, wie das „Kuratorium für Journalistenausbildung“ die einzige Ausbildungseinrichtung ist, die die Kriterien des Z1 Topfes erfüllt. Es ist aber durchaus realistisch, dass das „Forum Journalismus und Medien Wien“ in den nächsten Jahren die

¹⁰ § 10 Abs. 2 Z1 PresseFG

notwendigen 1300 Ausbildungstage erreicht. In diesem Fall wäre das Programm beider Vereinigungen nur schwer durchfinanzierbar.

PRESSEFÖRDERUNG 2012 VEREINIGUNGEN DER JOURNALISTENAUSBILDUNG Quelle: http://www.rtr.at/de/ppf/Pressefoerderung	
fjum ¹¹ - forum journalismus und medien wien	4.793,-
Friedrich Austerlitz-Institut	9.715,-
Friedrich Funder-Institut	29.303,-
GESPU	12.614,-
Katholische Medienakademie	61.425,-
M-Media	5.000,-
OÖ Journalistenakademie	61.425,-
KfJ - Kuratorium für Journalistenausbildung	429.975,-
Summe	614.250,-

Tab.: PRESSEFÖRDERUNG 2012
VEREINIGUNGEN DER JOURNALISTENAUSBILDUNG

Mit dem Presseförderungsgesetz 2004 (BGBl. I Nr. 136/2003) wurde zusätzlich die Förderung redaktionsinterner Ausbildungsmaßnahmen¹² (2012: EUR 277.898,-), darunter ist die Übernahme eines Teiles der Ausbildungskosten für AspirantInnen zu verstehen, eingeführt. Im Rahmen einer Evaluierung der Presseförderung im Jahr 2006 wurden Verleger von Tages- und Wochenzeitungen befragt, welche qualitätsfördernden Maßnahmen sie für sinnvoll erachten. Die direkt an die Verlage ausgezahlte Förderung der redaktionsinternen Ausbildungsmaßnahmen wurde, gefolgt von der Förderung der Vereinigungen der JournalistInnenausbildung, als „sinnvollste“ qualitätsfördernde Maßnahmen eingestuft.¹³

2011 ist wieder Schwung in die Debatte um die Reform der Presseförderung und damit der JournalistInnenausbildung im Printbereich gekommen. Im sogenannten 90 Punkte Programm der Bundesregierung¹⁴, einem im Rahmen der Regierungsklausur vom Mai 2011 erarbeiteten Fahrplan der Bundesregierung, wurde unter dem Titel „Reform der Presse- und Publizistikförderung“ eine Evaluierung derselben angekündigt. Als Ziel der Evaluierung wurde genannt, „die Vielfalt der Presse in Österreich zu fördern; Anpassung, Modernisierung durch Berücksichtigung der digitalen

Medien und Ausbau der „Qualitätsförderung und Zukunftssicherung“ (insbesondere Journalist/innenausbildung)“. Den Auftrag für die Evaluierungsstudie erteilte das Bundeskanzleramt Univ.-Prof. Hannes Haas. Auch Univ. Prof. Haas stellte fest, dass sich die Medienlandschaft „intensivst geändert“ habe, aber bei der derzeitigen Presseförderung neue Medien wie Online überhaupt nicht bedacht werden. Im Rahmen der bevorstehenden Evaluierung müsse man sich internationale Best-Practice-Beispiele ansehen und diese dann für den eigenständigen österreichischen Medienmarkt adaptieren, so Haas. (APA, 9.3.2012) Für Herbst 2012 sind die Ergebnisse der Evaluierung angekündigt. Die inhaltliche Diskussion wird dann wohl weiter gehen. Das Wording im „90 Punkte Programm der Bundesregierung“,

„Modernisierung durch Berücksichtigung der digitalen Medien und Ausbau der ‚Qualitätsförderung und Zukunftssicherung‘ (insbesondere JournalistInnenausbildung)“,

deutet darauf hin, dass die zentralen Notwendigkeiten erkannt worden sind. Bleibt zu hoffen, dass auch die Förderung der „Vereinigungen der Journalistenausbildung“ flexibler gestaltet und besser dotiert wird. In Zeiten knapper Budgets könnte dies sogar durch Umverteilung zwischen den einzelnen Fördertöpfen der Presseförderung erfolgen, etwa von der Vertriebsförderung, die auch national und regional marktbeherrschenden Zeitungen zukommt, in Richtung Qualitätsförderung, insbesondere Aus- und Fortbildung. Auch für den Fall, dass die größeren Zeitungen sich die Mittel dadurch zurückholen, dass sie ihre JournalistInnen verstärkt in Schulungen schicken, wäre dies ein positiver Effekt. Dass sich bereits vor den nächsten Nationalratswahlen eine diesbezügliche Novelle des Presseförderungsgesetzes ausgeht, ist aber unwahrscheinlich. Und danach könnte es heißen: Zurück an den Start.

Rundfunkbereich - Privatrundfunkfonds

2009 wurde mit einer Novelle des KommAustria-Gesetzes (BGBl. I Nr. 52/2009) bei der RTR-GmbH¹⁵ ein Fonds zur Förderung des privaten

¹¹ Die Presseförderung erfolgt im Nachhinein. Da FJUM erst seit Ende 2011 Seminare abhält, ist die Förderung 2012 noch geringfügig.

¹² § 10 Abs. 1 Presseförderungsgesetz

¹³ Evaluierung der im Presseförderungsgesetz 2004 festgelegten Fördermaßnahmen im Jahr 2006 (Seite 40): Redaktionsinterne Ausbildung: 93% sinnvoll oder sehr sinn-

voll; Vereinigungen der Journalistenausbildung: 70% sinnvoll oder sehr sinnvoll.

¹⁴ 90 Punkte Programm der Bundesregierung: 7 Arbeitspakete | Fahrplan 2011-2013, Regierungsklausur Mai 2011. In: <http://www.bka.gv.at/DocView.axd?CobId=43769>

¹⁵ Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH. Abgerufen von <http://www.rtr.at/de/m/Medien>

Rundfunks, im Folgenden Privatrundfunkfonds, eingerichtet. Der Privatrundfunkfonds dient laut Zielbestimmung der Förderung des österreichischen dualen Rundfunksystems und soll die Rundfunkveranstalter bei der Erbringung eines hochwertigen und vielfältigen Programmangebots unterstützen. Das Wort „österreichisch“ besagt, dass der Erhalt österreichischen Privatrundfunks, insbesondere von Sendungen österreichischer Prägung, der österreichischen Kreativszene und der Wertschöpfung in Österreich, bezweckt werden. Dem Fonds standen 2011 10 Mio. Euro, für das Jahr 2012 12,5 Mio. Euro (ab 2013: 15 Mio. Euro) zur Verfügung. Es gibt drei Förderungsarten: Die Inhaltförderung, im Rahmen derer konkrete Sendungen gefördert werden, eine Förderung für Reichweiten- und Qualitätsstudien sowie eine Förderung für Ausbildungsmaßnahmen. Die Förderung wird im Verhältnis 80/10/10 verteilt. Wobei nicht für Ausbildung oder Studien verwendete Mittel der Inhaltförderung zugeschlagen werden. (siehe Pkt. 1.1; 1.2; 2.1; 4.3 der Richtlinien für den Fonds zur Förderung des Privaten Rundfunks)

Trotz steigender Gesamtfördersumme wächst der Anteil der Ausbildungsförderung. 2012 werden die 10% Ausbildungsförderung erstmals fast zur Gänze ausgeschöpft.

PRIVATRUNDFUNKFONDS (AUSBILDUNGSMASSNAHMEN)	
Quelle: http://www.rtr.at/de/foe/PRRF_Fonds	
2010	663.829,-
2011	753.542,-
2012	1.176.625,-

TAB.: PRIVATRUNDFUNKFONDS (AUSBILDUNGSMASSNAHMEN)

Im Rahmen der Ausbildungsförderung werden unterschiedlichste Ausbildungsmaßnahmen, beispielsweise Moderationsschulungen, Sprechunterricht, Beitragsgestaltung aber auch Kurse für den Verwaltungsbereich des Rundfunkunternehmens gefördert. Die Förderquote kann, abhängig von der Betriebsgröße, bis zu 80% betragen. Die Ausbildungen können beim Rundfunkbetreiber stattfinden, was bei größeren Gruppen – manchmal ganzen Redaktionen – sinnvoller ist, oder es können MitarbeiterInnen gezielt zu externen Seminaren geschickt werden. Seit Einführung des Fonds wird auch die Privatsenderpraxis (2012: 222.808,-) gefördert. Der Verein Privatsenderpraxis (www.privatsenderpraxis.at) bietet den österreichischen Rundfunkbetreibern seit Herbst 2005 die Möglichkeit zur Aus- und Fortbildung

ihrer MitarbeiterInnen an. Mitglieder des Vereins sind 18 Radiostationen, 11 TV-Sender, das RMS Austria - Radio Marketing Service, RCA - Radio Content Austria sowie der Verband österreichischer Privatsender (VÖP).

Die Privatsenderpraxis wurde schon vor Etablierung des Privatrundfunkfonds durch die RTR-GmbH gefördert. Breit ausgebaut konnte das Programm der Privatsenderpraxis aber erst mit Einführung der Privatrundfunkförderung bzw. der dadurch höheren und kontinuierlichen Förderung werden. Das praxisorientierte Ausbildungsangebot der Privatsenderpraxis deckt laut Website die Bereiche Programm, Broadcast Skills und Verkauf ab. Erwähnenswert sind auch die hervorragenden rundfunkrechtlichen Veranstaltungen.

In der von der RTR-GmbH in Auftrag gegebenen Begleitstudie zum Privatrundfunkfonds „Zur Qualität im Privatrundfunk“ (Wenzel, Trappel & Gadringer, 2012) wurden auch Qualifizierungsniveau sowie Aus- und Fortbildungsmaßnahmen der Rundfunkbetreiber erhoben. Das Professionalisierungsniveau und die Qualifikation der Mitarbeitenden nehmen mit der Größe der Rundfunkunternehmen zu. Während etwa bei nationalen TV-Veranstaltern das Professionalisierungsniveau als „hinreichend hoch“ eingestuft wird, bestehen bei einigen lokalen Betreibern eklatante Mängel. Generell sind die getroffenen Fortbildungsmaßnahmen meist auf „handwerkliche Fähigkeiten“ (Moderation, Stimme, Aircheck, Schnitt etc.) konzentriert und vernachlässigen journalistisch-inhaltliche Themen und den Erwerb entsprechender Kenntnisse (Wenzel, Trappel & Gadringer, 2012, S. 33f., S. 36f., S. 39f., S. 72, S. 75, S. 107ff.). Ein in Folge von der RTR-GmbH beim Medienhaus Wien in Auftrag gegebenes Gutachten zum Thema „Journalistische Aus- und Weiterbildung für Mitarbeiter des österreichischen Privatrundfunks“ (Kaltenbrunner, Karmasin, Regitnig-Tilian, Käfer, Luef, 2012) kam zum Ergebnis, dass für den Privatrundfunksektor die nachhaltige Etablierung von Weiterbildungsangeboten, die konkret die journalistische Fach-, Sach- und Handlungskompetenz erhöhen, notwendig ist.

In diesem Zusammenhang wurde ein auf Rundfunkjournalismus zugeschnittenes Basis Curriculum von 25 förderbaren Seminartagen erarbeitet, das die Bereiche journalistische Arbeitsethik, „Fachwissen über medienpolitische, medienöko-

nomische und medientechnische Entwicklungen, rechtliche Grundlagen, journalistische Handlungskompetenzen (Themenfindung, Recherche, etc.)“ und medienspezifische Vermittlungskompetenzen beinhaltet.

„Die Vertiefung der Kenntnisse in den angeführten Wissensbereichen wird als eine Voraussetzung für professionelles journalistisches Handeln angesehen. Sie versetzt in die Lage, die geforderte gesellschaftliche „Watchdog“-Funktion verstärkt auch im privaten Rundfunkbereich zu übernehmen.“

(Kaltenbrunner, Karmasin, Regitnig-Tilian, Käfer & Luef, 2012, S. 3)

Die Ergebnisse einer derzeit laufenden Evaluierung bzw. Reform der Richtlinien des Privatrundfunkfonds sind noch nicht im Detail vorhersagbar. Eine stärkere Akzentuierung zu Gunsten journalistisch-inhaltlicher sowie rundfunk- und medienrechtlicher Aus- und Fortbildung wird es im Rahmen des Privatrundfunkfonds aber sicher geben. Es wird weiters die Möglichkeit geschaffen werden, mehr als zehn Prozent der Fondsmittel für Aus- und Fortbildungsmaßnahmen zu verwenden.

Resümee

Entwicklungen im Bereich der journalistischen Aus- und Fortbildung fanden in Österreich lange Zeit, wie im Übrigen auch manche anderen medialen Entwicklungen, im Vergleich zu Deutschland stark zeitversetzt statt. Die Gründe sind vielfältig. Es sind strukturelle und ökonomische Gründe wie der kleine österreichische Markt, übermächtige deutsche Konkurrenz, Klein(st)unternehmensstruktur im Lokalfunkbereich und die sich daraus ergebenden finanziellen Probleme. Die späte Entwicklung des österreichischen Privatrundfunks aber auch die sich hartnäckig haltende „Learning by doing reicht“-Philosophie verstärkten dies. „Immerhin herrscht mittlerweile auch in Österreich ein Grundkonsens über die Notwendigkeit von Professionalisierung im Journalismus und über Ausbildung als deren Voraus-

setzung.“ (www.publizistik.net) Was, wie und wo gelehrt werden soll, ist allerdings noch umstritten. Die Anzahl der JournalistInnen mit Universitäts- oder FH-Abschlüssen steigt stetig. Aus- und Fortbildungseinrichtungen modernisieren und bauen ihre Angebote aus. Langsam nähert sich Österreich an deutsche Standards an. Die Realität in vielen kleinen lokalen Medienunternehmen ist allerdings eine gänzlich andere. Einzelne Inhouseschulungen oder der Besuch einiger externer Seminare sind dort oft schon ein riesigen Schritt vorwärts. Für die nachhaltige Professionalisierung größerer Unternehmen sollten sie hingegen als eine sinnvolle Ergänzung gesehen werden. Es wird wahrscheinlich nicht „eine Lösung“ geben, sondern ein breites Angebot wie in Deutschland. Dort werden von vielen JournalistInnen sogar mehrere Ausbildungswege eingeschlagen und abgeschlossen. (vgl. Weischenberg, 2005, S. 3)

Auch in Deutschland wird der Aus- und Weiterbildungsbereich mit öffentlichen Mitteln gefördert. Auf Grund der beschriebenen Strukturprobleme ist dies in Österreich noch weit dringlicher. Historisch gesehen gab es relevante Weiterentwicklungen im Bereich der Aus- und Fortbildung in Österreich immer nur, wenn seitens des Gesetzgebers geeignete Rahmenbedingungen¹⁶ geschaffen und von der öffentlichen Hand ausreichend zweckgewidmete Fördermittel zur Verfügung gestellt wurden.

Die Mittel des 2009 eingerichteten Privatrundfunkfonds steigen noch bis 2013 an, zusätzlich wird im Rahmen der Reform der Förderrichtlinien auf aktuelle Anforderungen im Aus- und Fortbildungsbereich eingegangen werden.

Die letzte grundlegende Reform der JournalistInnenausbildung für den Printbereich hat hingegen 1992 stattgefunden, die Fördermittel sind seither – trotz steigender Zahl der Ausbildungseinrichtungen – rückläufig. Das Förderinstrumentarium ist nicht flexibel genug, der Onlinebereich wird so gut wie nicht berücksichtigt. Hier besteht ein dringender Reformbedarf. Wir werden sehen, was die Herbstevaluation (Haas-Studie) und die darauf folgende Diskussion bringen werden.

¹⁶ PresseFG: 1978, 1992, 2004; KOG: 2009

Bibliographie:

- Arnold, K. (2009). *Qualitätsjournalismus*. Die Zeitung und ihr Publikum. Konstanz.
- Holtz-Bacha, C. (1994). Presseförderung im westeuropäischen Vergleich. In: Bruck, A. (Hg.), *Medienmanager Staat*. München, S. 443-568
- Hummel, R. & Kassel, S. (2009). Strukturanalyse der Entwicklung des österreichischen Journalismus (1946-2008). In: Stark, B., Magin, M. (Hg.), *Die österreichische Medienlandschaft im Umbruch*, S. 219-238
- Kaltenbrunner, A. & Kraus, D. (2004). Ausbildung für Journalisten. In: Pürer, H. (Hg.), *Praktischer Journalismus*. Wien, S. 305-322
- Kaltenbrunner, A., Karmasin, M., Regitnig-Tilian, N., Käfer, P., Luef, S. (2012). *Journalistische Aus- und Weiterbildung für Mitarbeiter des österreichischen Privatrundfunks*. Gutachten von Medienhaus Wien im Auftrag der RTR-GmbH.
- Kraus, D. (2009). Journalisten und Journalistinnen in Österreich. Merkmale und Einstellungen. In: Stark, B., Magin, M. (Hg.), *Die österreichische Medienlandschaft im Umbruch*, S. 239-260
- Weischenberg, S., Scholl, A. & Malik, M. (2005). *Deutschlands Journalisten*. Wer sie sind, was sie wollen, wie sie arbeiten. Zentrale Ergebnisse der repräsentativen Studie. Hamburg. Abgerufen von http://www.ipsos.de/downloads/Ipsos_Journalismus_in_Deutschland_II.pdf
- Wenzel, C., Trappel, J. & Gadringer, S. (2012). *Zur Qualität im Privatrundfunk*. Begleitforschung zum österreichischen Privatrundfunkfonds. Schriftenreihe der RTR-GmbH. Band 2/2012.

Weitere Quellen:

- Informationen zur Presseförderung und Förderdaten*. Abgerufen von <http://www.rtr.at/de/ppf/Pressefoerderung>
- Evaluierung der im Presseförderungsgesetz festgelegten Förderungsmaßnahmen* (2006). Abgerufen von www.rtr.at/de/ppf/Evaluierung/Pressefoerderung%20-%20Evaluierungsbericht%202006.pdf
- Informationen zum Privatrundfunkfonds und Förderdaten*. Abgerufen von http://www.rtr.at/de/foe/PRRF_Fonds
- Richtlinien für den Fonds zur Förderung des Privaten Rundfunks* (idF vom 12.9.2011). Abgerufen von www.rtr.at/de/foe/RichtlinienPRRF_Fonds/PRRF_Richtlinien.pdf

Erich KÖNIG

1996 bis 2008 Bundeskanzleramt/Verfassungsdienst (Medienrechtsabteilung); 2008 Referent für den Bereich Medienpolitik im Kabinett der Bundesministerin für Frauen, Medien und Regionalpolitik, Heidrun Silhavy; 2009 bis 2010 Referent für Medienpolitik im Büro von Staatssekretär Josef Ostermayer, seit 2011 Rundfunk & Telekom Regulierungs-GmbH RTR-GmbH (Rundfunkfonds)

Brücken und Grenzen

Der Studiengang „Journalismus und Unternehmenskommunikation“ bzw. „Journalismus und Public Relations (PR)“ an der FH JOANNEUM

Heinz M. Fischer und Heinz P. Wassermann
Fachhochschule JOANNEUM

Abstract

Der schwerpunktmäßig behandelte Vollzeit-Bachelorstudiengang „Journalismus und Public Relations (PR)“ wurde mit WS 2008/09 an der FH JOANNEUM etabliert und ist der Nachfolger des mit WS 2002/03 gestarteten Diplomstudiengangs „Journalismus und Unternehmenskommunikation“. Beide Studiengänge verstanden/verstehen sich als duale Ausbildungsprogramme, deren Selbstverständnis sowohl in Schnittmengen als auch in Abgrenzungen der zwei unterschiedlichen Materien basiert.

Neben einen historischen Rückblick auf den Diplomstudiengang und einer detaillierten Wiedergabe des derzeit gültigen Studienplans beschäftigen sich die Verfasser einerseits mit den AufnahmewerberInnen-, Studierenden- und AbsolventInnenzahlen, andererseits mit der am Studiengang geleisteten Forschung von Lehrenden und Studierenden und geben schließlich einen Ausblick auf einen zu entwickelnden Masterstudiengang.

Im Rahmen einer Pressekonferenz berichtete der damals ressortzuständige steirische Landesrat Herbert Paieryl über die Ausbaupläne an der Fachhochschule (FH) JOANNEUM und stellte – vorbehaltlich der Genehmigung durch den Fachhochschulbeirat – für den Herbst 2002 zu den bestehenden 14 vier weitere Studiengänge in Aussicht (vgl. ha/si/vr, 14.3.2002), von denen schließlich drei genehmigt (vgl. Kleine Zeitung, 30.6.2002) und zwei tatsächlich gestartet wurden (vgl. ha/wea, 20.8.2002). Ein Vorhaben davon wurde unter dem Arbeitstitel „Journalismus, Kommunikation und Medienwirtschaft“ geführt. Gedacht wurde an ein Bildungsangebot, das „über die Bereiche des klassischen Journalismus hinaus gehen“ und

„den Absolventen die Möglichkeit bieten [soll], sich in den Bereichen Presse und Öffentlichkeitsarbeit, Unternehmenskommunikation, Marketing und Werbung zu profilieren.“
(ha/si/vr, 14.3.2002)

Kurz nachdem am 16. August 2002 die Bewerbungsfrist geendet hatte (vgl. Kleine Zeitung, 30.6.2002), ging der Grazer Journalist und Kommunikationsexperte Heinz M. Fischer aus dem Hearing „um den begehrten Job eines Medien-

akademie-Chefs [sic!]“ (Jantscher, 21.8.2002) als Erstgereihter hervor. Am 2. Oktober 2002 startete das erste Semester mit 28 Studierenden (vgl. Baustädter, 30.9.2002), am 22. November 2002 wurde der Studiengang „Journalismus und Unternehmenskommunikation“ offiziell eröffnet (vgl. Kleine Zeitung, 23.11.2002).

Organisatorisches

Gegründet wurde die „Fachhochschule Joanneum“ 1995, wobei im Herbst 1995 in Graz und in Kapfenberg der Lehrbetrieb mit vier Studiengängen aufgenommen wurde. Derzeit bietet sie 39 Studiengänge an den Standorten Bad Gleichenberg, Graz und Kapfenberg an, die jeweils organisatorisch den vier Fachbereichen „Internationale Wirtschaft/International Business“, „Information, Design & Technologien“, „Leben, Bauen, Umwelt“ und „Gesundheitswissenschaften“ zugeordnet sind, wobei die zu beschreibenden Studiengänge zum Fachbereich „Internationale Wirtschaft/International Business“ gehören. Die gemäß dem Bolognaprozess vorgegebene Differenzierung in Bachelor- und Masterstudien begann im Herbst 2003 und ist mittlerweile abgeschlossen (vgl. FH JOANNE-

UM, Studienangebot, o.J.).¹ Beim Studiengang „Journalismus und Public Relations (PR)“ erfolgte die Umstellung mit WS 2008/2009 vom achtsemestrigen Diplomstudiengang „Journalismus und Unternehmenskommunikation“ zum sechssemestrigen Bachelorstudiengang „Journalismus und Public Relations (PR)“.

Die FH JOANNEUM Gesellschaft mbH fungiert als Trägerorganisation der Studiengänge (vgl. FH JOANNEUM, Chronologie, o.J.).

„Gegenstand des Unternehmens ist die Erhaltung von Fachhochschul-Studiengängen im Sinne des FHStG (Bundesgesetz über Fachhochschul-Studiengänge). Die Gesellschaft ist gemeinnützig im Sinne der BAO (Bundesabgabenordnung). Mehrheitsgesellschafter ist das Land Steiermark.“

(FH JOANNEUM, Chronologie, o.J.)

„Journalismus und Unternehmenskommunikation“

Der achtsemestrige Diplomstudiengang „Journalismus und Unternehmenskommunikation“ wurde im WS 2002/2003 etabliert. Von Beginn an sind Inhalte einer wissenschaftlich basierten Journalismus- und Medienausbildung sowie einer akademisch orientierten Kommunikations- und PR-Ausbildung gleich gewichtet gewesen. Den Prinzipien des Fachhochschulwesens folgend, wurden sich bietende Schnittstellen zur Praxis der Berufsfelder erzeugt. Dazu zählte auch ein einsemestriges Pflichtpraktikum im letzten Drittel des Studiums. Im Curriculum bildeten eine kommunikations- und geisteswissenschaftliche Basisausbildung, Medientechnik sowie praxisorientierte Projektarbeiten Schwerpunkte. Inhaltlich wurden in der Journalismusausbildung alle Mediengattungen (Print, Radio und TV sowie Online/Web) berücksichtigt, im Bereich Unternehmenskommunikation auf Spezifika integrierter Kommunikation Bezug genommen. Eine Besonderheit bildete ein forciertes Sprachunterricht, der neben dem obligaten Englischunterricht auch Slowenisch und später die Wahlmöglichkeit zwischen Kroatisch und Russisch vorsah.

„Journalismus und Public Relations (PR)“

Dem Bologna-Vorgaben folgend, wurde 2007

¹ „Das Studienangebot der FH JOANNEUM umfasst derzeit 39 Studien, von denen 24 Bachelor- und 15 Master-Studien den Bologna-kriterien entsprechen. Zusätzlich werden an

mit den Vorbereitungen zur Einführung eines Bachelorstudienganges begonnen. Der Diplomstudiengang wurde im gleichen Jahr letztmalig gestartet. Ein Antrag zur Etablierung eines Masterstudienganges wurde vorerst nicht gestellt. Im Bachelorstudiengang sollte die thematische und inhaltliche Idee einer Journalismus- und Kommunikationsausbildung weiter abgebildet werden, jedoch die spezifischen Intentionen einer Bachelorausbildung konkret verfolgt werden.

Entwicklungsteam

Das Entwicklungsteam für den am 31. Jänner 2008 eingereichten Bachelorantrag bestand neben dem Studiengangleiter Heinz M. Fischer und der am Studiengang hauptberuflich Lehrenden Gudrun Reimerth (PR) und Gabriele Russ (Journalismus), aus den habilitierten Professoren Wolfgang Mantl (Graz) und Fritz Hausjell (Wien) sowie aus dem Wiener PR-Experten Franz M. Bogner, Gernot Rath (Marketingleiter ORF Landesstudio Steiermark), Ernst Sittinger (Kleine Zeitung, Graz) und Wibke Weber (Hochschule der Medien Stuttgart). (vgl. FH JOANNEUM, 2008, S. 32)

Tätigkeiten und Berufsfelder

„Der Bachelorstudiengang [...] bildet für zwei voneinander in der ausübenden Praxis getrennte Berufsfelder aus. Die Gemeinsamkeiten, insb. die synergetischen Elemente für diese zwei Berufsfelder liegen in sich überlappenden Kompetenzfeldern, deren Erfüllung von Ausübenden in beiden Berufsfeldern für ein erfolgreiches Arbeitsleben gefordert sind.“

In zwei Schlagworten sind diese gemeinsamen Kompetenzfelder mit journalistischer und kommunikativ-sozialer Kompetenz überschrieben.“ (FH JOANNEUM, 2008, S. 38)

Als künftig journalistische Tätigkeiten wurden taxativ

„Recherche, Bewertung von Quellen, Medienanalyse, Themenfindung, Verfassen von Exposé, Konzepterstellung, Erstellen einfacher Produktionspläne, Interviewführung, Erstellen von Regieanweisungen bei einfachen Dreharbeiten, Vertonung, Verfassen von Texten bei Vorgabe von Textsorte und Länge, Moderation, Durchführung einfacher Dreharbeiten als

der FH JOANNEUM drei Postgraduate-Lehrgänge angeboten.“ (ebd.)

selbstdrehendelr AutorIn, Erstellen von Pressefotos, Erstellen von Blogs, Bestückung von Content-Management-Systemen und -Inhalten“ sowie „Redigieren von Texten (einfache Kürzungen und geringfügige Änderungen)“
(FH JOANNEUM, 2008, S. 41a)

aufgezählt. Sofern es die journalistische Berufsperspektive betrifft, wurde zum einen auf die Erholung der Medienbranche, zum anderen auf Neugründungen im Kauf- und Gratissegment verwiesen. (vgl. ebd., S. 38-40)

„Kernbranche für AbsolventInnen mit journalistischen Präferenzen ist die Medienbranche. AbsolventInnen sollen in denselben Unternehmens- und Institutionstypen wie im bisherigen Diplomstudiengang zum Einsatz kommen, nämlich bei privatwirtschaftlich oder öffentlich-rechtlich organisierten Medienunternehmen.“
(FH JOANNEUM, 2008, S. 41)

Als künftige PR-Tätigkeiten der AbsolventInnen führt der Antrag wiederum taxativ

„Recherche [...], Auswertung und Bewertung vorhandener Informationen, Textsorten- und medienspezifische Aufbereitung von Information, Texterstellung für alle Mediengattungen [...], kreative Gestaltung in allen Mediengattungen, Analyse und Konzeption [...], Kontakt und Beratung, Kundenbetreuung, Projektmanagement in den eigenverantworteten Projekten, Implementierung [...], operative Umsetzung, Organisation und Beauftragung, Evaluation von PR-Maßnahmen, Medienanalyse“ sowie „Methoden der empirischen Sozialforschung.“
(FH JOANNEUM, 2008, S. 41c)

auf. Sofern es Berufsfelder und -perspektiven betrifft, wurde darauf verwiesen, „PR ist ein nach wie vor boomendes Tätigkeitsfeld“ mit einem „breit gefächerten (...) Arbeitsspektrum“ (ebd., S. 41a). Als Berufsperspektiven wurden „Junior Consultant oder Assistent“ in einer Agentur, die Verstärkung oder der Aufbau der „Abteilung Unternehmenskommunikation“ sowie Selbständigkeit bzw. freie Mitarbeit angeführt. (ebd., S. 41b)

Aufnahmeverfahren

Dieses besteht bzw. bestand – neben der vollständigen Bewerbung – aus einem in sich differenzierten dreistufigen Verfahren. Der schriftliche Reihungstest

„soll die Eignung und Begabung [...] für das relevante Berufsfeld hinterfragen. [...] Zusätzlich zum Reihungstest werden die Studienwerber einem Testverfahren in Form einer Klausur unterzogen. Diese ‚Kreativ-Klausur‘ bezieht sich auf elementare Themen des Studienganges, also Journalismus und Public Relations. Über diese schriftlichen Arbeiten sollen Begabungen und Talente im spontanen Formulieren, in der Sprach- und Textkompetenz, im Verständnis für Medien sowie in Konzeption und Strategie erkannt werden“

Der letzte Schritt des Aufnahmeverfahrens besteht aus der Reihung der bis dahin besten 100 BewerberInnen, die zu einem persönlichen, nicht öffentlichen Gespräch geladen werden. Dieses wird vom Studiengangleiter sowie jeweils einem/ einer Hauptberuflich Lehrenden des Studienganges geführt und lotet

„insbesondere die Motivation, die Eignung und die Begabung des Studienwerbers/der Studienwerberin für das gewählte Studium und den angestrebten Beruf“ (ebd., S. 109f.)

aus.

Kompetenzen und Qualifikationen

„Handwerkliche Fähigkeiten, Unterscheidungs- und Urteilskompetenz über (redaktionelle) Inhalte bilden wesentliche Voraussetzungen für die MedienmitarbeiterInnen der Zukunft. Dem entsprechend sieht das Curriculum vor, dass handwerkliche Fähigkeiten (allerdings nicht zu verwechseln mit einer weitgehend undefinierten ‚Begabung‘) besonders gefordert und gefördert werden.“
(FH JOANNEUM, 2008, S. 42)

Als gemeinsames Qualifikationsprofil – die jeweils spezifischen für Journalismus bzw. PR sind den weiter unten angeführten Lehrplänen zu entnehmen bzw. zuordenbar – sind wissenschaftlich-analytische, handwerkliche, berufsethische sowie soziale Kompetenzen angeführt. (vgl. ebd., S. 42f.)

LEHRPLÄNE	
1. Semester	SWS
Grundlagen des Journalismus	2
Berufe in Journalismus und in der Kommunikationsbranche	2
Einführung in die PR und Unternehmenskommunikation	2

Theorie und Praxis der Kommunikation 1	2
Mediengeschichte/Medienentwicklung/Medienperspektiven 1	2
Audiovisuelle Produktionen 1 (Hörfunk)	2
Webbasiertes Arbeiten 1	2
Englisch 1	2
Kroatisch 1 oder Russisch 1	2
Projektarbeiten 1 (Schreibwerkstatt - Nachrichten, Radio-Produktion, PR-Projekt, Praxisprojekt)	6
2. Semester	SWS
Journalistische Arbeitstechniken	2
PR im Web	2
Theorie und Praxis der Kommunikation 2	2
Mediengeschichte/Medienentwicklung/Medienperspektiven 2	2
Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens	2
Audiovisuelle Produktionen 2 (TV)	2
Webbasiertes Arbeiten 2	2
Englisch 2	2
Kroatisch 2 oder Russisch 2	2
Projektarbeiten 2 (Schreibwerkstatt - Reportage, TV-Produktion, PR-Projekt, Praxisprojekt)	6
3. Semester	SWS
Redaktionelle Prozesse	2
PR-Konzeptionen	2
Medientheorie und Medienanalyse	2
Abriss internationaler wirtschaftlicher, politischer und kultureller Entwicklungen	2
Medienwirtschaft 1	2
Multimedia Produktionen 1	2
Englisch 3	2
Kroatisch 3 oder Russisch 3	2
Projektarbeiten 3 (Medienwerkstatt - Webcontent, Moderation/Präsentation, PR-Projekt, Praxisprojekt)	6
4. Semester	SWS
Journalismus und politische Öffentlichkeit	2
Strategische PR und PR-Evaluierung	2
Medien und Gesellschaft	2
Methoden empirischer Sozialforschung	2
Medienwirtschaft 2	2
Multimedia Produktionen 2	2
Englisch 4	2
Kroatisch 4 oder Russisch 4	2
Praktikumsvorbereitendes Seminar	1
Seminar zur ersten Bachelorarbeit	1
5. Semester	
Praktikumsbegleitendes Seminar	2
Pflichtpraktikum	
6. Semester	SWS
Wahlpflichtfach Transformationen des Journalismus	4
Wahlpflichtfach Kommunikationsmanagement	4

Wahlpflichtfach Social Media	4
Cultural Studies in einer Mediengesellschaft	2
Medienrecht	2
Englisch 5	2
Kroatisch 5 oder Russisch 5	2
Projektarbeiten 4 (Innovationswerkstatt - Praktikumsreflexion, Praxisprojekt)	2
Seminar zur zweiten Bachelorarbeit	1

TAB. 1: Studienplan Bachelorstudium 2008-2012

Der am 20. Oktober 2011 gestellte Änderungsantrag betraf vor allem den Tausch des sechsten mit dem fünften Semester, wodurch das Pflichtpraktikum in das sechste Semester verlegt wurde. Dadurch wurden zwar einige Lehrveranstaltungen zeitlich verlegt, inhaltlich hat sich aber am Curriculum – wie es die folgende Tabelle zeigt – nichts geändert.

LEHRPLÄNE	
4. Semester	SWS
Journalismus und politische Öffentlichkeit	2
Strategische PR und PR-Evaluierung	2
Medien und Gesellschaft	2
Methoden empirischer Sozialforschung	2
Medienwirtschaft 2	2
Multimedia Produktionen 2	2
Englisch 4	2
Kroatisch 4 oder Russisch 4	2
Seminar zur ersten Bachelorarbeit	1
5. Semester	SWS
Wahlpflichtfach Transformationen des Journalismus	4
Wahlpflichtfach Kommunikationsmanagement	4
Wahlpflichtfach Social Media	4
Cultural Studies in einer Mediengesellschaft	2
Medienrecht	2
Englisch 5	2
Kroatisch 5 oder Russisch 5	2
Praktikumsvorbereitendes Seminar	1
Projektarbeiten 4 (Innovationswerkstatt, Praxisprojekt)	2
6. Semester	SWS
Praktikumsbegleitendes Seminar	2
Pflichtpraktikum	
Seminar zur zweiten Bachelorarbeit	1

TAB. 2: AB WS 2012/13 GÜLTIGER LEHRPLAN

Studienabschluss

Insgesamt ist jeweils im 4. und im 6. Semester² eine Bachelorarbeiten zu verfassen.

² Für die erste Bachelorarbeit „sollen“ die Studierenden „dazu angehalten werden, ein theoretisches Thema bzw. ein Thema, das wissenschaftliche Reflexion erfordert, zu wählen.

[...] Die zweite Bachelorarbeit soll die Praxisorientiertheit und den angewandten Charakter des Studienganges widerspiegeln.“ (ebd., S. 95f.)

„Die kommissionelle Prüfung setzt sich aus der Präsentation der Bachelorarbeiten und einem Prüfungsgespräch über die durchgeführten Bachelorarbeiten sowie deren Querverbindungen zu Teilgebieten Journalismus, Public Relations und Medien- und Kommunikationswissenschaften zusammen.“
(FH JOANNEUM, 2008, S. 99.)

Die AbsolventInnen sind berechtigt, den Titel Bachelor of Arts in Social Sciences zu tragen. (vgl. ebd., S. 5)

AufnahmebewerberInnen

Sofern es die Studienplatzbewerbungen betrifft, lässt sich wie die folgende Tabelle zeigt, kein eindeutiger Trend herauslesen, vielmehr ist festzuhalten, dass die Zahlen über die Jahre hinweg außerordentlich schwanken. Betrachtet man die Gesamtzahl von 2515 und setzt diese in Relation zu den bis 2011³ 25 gewidmeten und finanzierten sowie 28 vergebenen Studienplätzen, so beträgt die jährliche Relation zwischen BewerberInnen und Aufgenommenen im Schnitt eins zu zehn.

	Gesamt	Männlich		Weiblich	
		Absolut	Relativ	Absolut	Relativ
2002	310	69	22,3%	241	77,7%
2003	209	56	26,8%	153	73,2%
2004	175	49	28,0%	126	72,0%
2005	158	43	27,2%	115	72,8%
2006	180	54	30,0%	126	70,0%
2007	199	55	27,6%	144	72,3%
2008	198	53	26,7%	145	73,2%
2009	282	61	21,6%	221	78,4%
2010	301	73	24,3%	228	75,7%
2011	245	62	25,3%	183	74,7%
2012	258	62	24,0%	196	76,0%
Gesamt	2515	637	25,3%	1878	74,7%

TAB. 3: AUFNAHMEBEWERBERINNEN 2002-2012

Bemerkenswert ist hingegen die Geschlechterrelation unter zwei Gesichtspunkten. Erstens die massive Dominanz von Bewerberinnen und zweitens das mehr oder minder stabile Verhältnis von eins (männlich) zu drei (weiblich), wobei dieser Aspekt anhand der folgenden Tabelle (Studieren-

³ Mit Beginn WS 2012/13 wurde die Anzahl auf 30 erhöht.
⁴ Es ist dies nicht der Ort, dies zu analysieren. Zwei, 2005 und 2011 im Rahmen des schriftlichen Aufnahmeverfahrens (ohne, dass die Ergebnisse Auswirkungen auf die tatsächliche Aufnahme hatten) durchgeführte Studien zeigen aber, dass Bewerberinnen teilweise über ein (hoch) signifikant geringeres

de) genauer zu untersuchen sein wird.

	Gesamt	Männlich		Weiblich	
		Absolut	Relativ	Absolut	Relativ
2002	28	12	42,9%	16	57,1%
2003	27	11	40,7%	16	59,3%
2004	28	11	39,3%	17	60,7%
2005	28	12	42,9%	16	57,1%
2006	27	9	33,3%	18	66,7%
2007	28	13	46,4%	15	53,6%
2008	28	11	39,3%	17	60,7%
2009	28	10	35,7%	18	64,3%
2010	28	16	57,1%	12	42,9%
2011	28	12	42,9%	16	57,1%
2012	30	11	36,7%	19	63,3%
Gesamt	308	128	41,6%	180	58,4%

TAB. 4: STUDIENANFÄNGERINNEN 2002-2012

Wie aus dieser Tabelle ersichtlich ist, kehren sich die Relationen zwischen aufgenommenen Studenten und Studentinnen zwar nicht um, aber sie ebnen sich – abgesehen vom Jahrgang 2010 – zugunsten der Studenten merklich, wenn nicht gar massiv ein. Beträgt über die Jahre hinweg die Differenz zwischen Bewerberinnen und Bewerbern im Schnitt knapp 50 Prozentpunkte, so reduziert sich diese mit Studienbeginn auf durchschnittlich 17.⁴

AbsolventInnen

In einem abschließenden Schritt wird analysiert, inwiefern etwaige Geschlechterdifferenzen hinsichtlich des erfolgreichen Studienabschlusses vorliegen. Sofern es die Gesamtzahlen betrifft, schwanken die Werte zwischen etwas weniger als drei Viertel (Jahrgänge 2004 und 2007) und 100 Prozent.⁵ (siehe Tabelle 5, S. 29)

Ist aus den Tabellen 4 und 5 ein sich zugunsten der Studenten schließender Gender Gap festzustellen, so öffnet sich – abgesehen von den Jahrgängen 2003 und 2008 – die Schere wiederum zugunsten von Studentinnen, wobei der jeweilige Gesamtmittelwert bei weitem nicht die Dramatik aufweist wie einige Einzelwerte. (vgl. FH JOANNEUM, 2012)

Medienwissen verfügen als Bewerber. (Vgl. Burkert, o.J.; Wassermann, 2012a.)
⁵ Unberücksichtigt bleibt hierbei, ob das Studium auch tatsächlich in der vorgeschriebenen acht- bzw. sechssemestrigen Studiendauer absolviert wurde.

Forschung

Auf der Website der FH JOANNEUM ist zu dieser Thematik zu lesen:

„Die hochqualifizierten und praxiserfahrenen MitarbeiterInnen der FH JOANNEUM sind inhaltlich in vielfältigen Forschungsprojekten tätig und generieren kontinuierlich Wissen für Hochschule, Wirtschaft und Gesellschaft. Forschungsfragen der Zukunft werden dabei multi- und transdisziplinär in Zusammenarbeit mit Partnern aus Wirtschaft, Industrie und öffentlichen Einrichtungen bearbeitet. [...] Das Know-how aus der Forschung wird in die Lehre eingebracht und dient unserer Universität für Angewandte Wissenschaften als Basis. Damit ist auch für unsere Studierenden, welche bereits früh in Forschungsprojekte einbezogen werden, das Studium berufsfeldbezogen und praxisorientiert. Viele Studierende verfassen ihre Abschlussarbeiten im Rahmen von Projekten mit Partnerunternehmen und liefern auf diesem Weg kreative Impulse für den gegenseitigen Wissens- und Erfahrungsaustausch“
(FH JOANNEUM, Forschung & Entwicklung, o.D.)

Das seit Herbst 2010 operativ tätige und von der FFG (Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft) finanziell geförderte Web Literacy Lab konzentriert sich auf Web Literacy als „neue Medienkompetenz“, damit „Menschen, Organisationen und Unternehmen online erfolgreich kommunizieren“ (FH JOANNEUM, Vision, o.D.) können. Das Kernteam besteht aus fünf Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Studienganges (vgl. FH JOANNEUM, Team, o.D.).

Darüber hinaus ist auf von Mitarbeitern des Studienganges herausgegebene Sammelbände,⁶ Beiträge in wissenschaftlichen Werken,⁷ zwei von Mitarbeitern betriebene Weblogs⁸ sowie gedruckte Diplomarbeiten⁹ zu verweisen.

Masterstudiengang

Derzeit arbeitet ein Team aus Lehrenden des Studienganges und ausgewiesenen externen Experten an einem viersemestrigen berufsbegleitenden Masterkurs. In diesem sollen 20 Studierende akademisch befähigt werden, Onlinekommunikation von Organisationen und Unternehmungen strategisch zu konzipieren, zu organisieren und durchzuführen.

	Anfänger	Anfänger	Männlich	Männlich	Weiblich	Weiblich
	Absolut	Relativ	Absolut	Relativ	Absolut	Relativ
2002	26	92,9%	10	83,3%	16	100,0%
2003	22	81,5%	9	81,8%	13	81,3%
2004	20	71,4%	6	54,5%	14	82,4%
2005	28	100,0%	12	100,0%	16	100,0%
2006	26	96,3%	8	88,9%	18	100,0%
2007	20	71,4%	9	69,2%	11	73,3%
2008	24	85,7%	10	90,9%	14	82,4%
Gesamt	166	85,6%	64	81,0%	102	88,7%

TAB5: ABSOLVENTINNEN GEORDET NACH GESCHLECHT 2002-2008

⁶ Vgl. Binder & Wassermann, 2008; Fischer, 2004; Fischer, 2005; Russ & Wassermann, 2006; Russ, 2006; Russ & Wassermann, 2007.

⁷ Vgl. bspw. Russ & Wassermann, 2006; Russ & Wassermann, 2007; Raffer & Wassermann, 2009; Ausserhofer & Wassermann, 2009; Wassermann, 2010a; Wassermann,

2010b; Wassermann, 2012b.

⁸ Vgl. <http://wittenbrink.net/lostandfound/> und <http://julian.mur.at/blog>.

⁹ Vgl. Dunst, 2008; Fleck, 2010; Narodoslawsky, 2010; Stolz, 2007.

Bibliographie:

- Ausserhofer, J. & Wassermann, H. P. (2009). Testosteron gesteuerte Ich-AG. Sieben Fallstudien und Annäherungen zur (medialen) Zuschreibung „politischer Rebell“. In: Russ, G. et al. (Hg.), *Steiermark: Innovation: 2009*. Graz, S. 9-26.
- Baustädter, W. (30.9.2002). Junge Steirer zeigen gewaltiges Interesse für die Medienberufe! In: *Kronen Zeitung*.
- Binder, D. A. & Wassermann, H. P. (2008). *Die steirische Volkspartei oder die Wiederkehr der Landstände*. Graz.
- Burkert, N. (o.J.). *Das Medienwissen und die präferierten Medieninhalte von Jugendlichen*. Graz: unveröffentlichtes Manuskript.
- Dunst, U. (2008). *Performance Politik*. Die Darstellungskompetenz als politische Schlüsselqualifikationen am Beispiel Steiermark. Innsbruck u.a.
- FH JOANNEUM Gesellschaft-mBH (2008). *Antrag auf Genehmigung des Studiengangs „Journalismus und Public Relations (PR)“ an der FH JOANNEUM Gesellschaft mBH als Bachelorstudiengang zur Erreichung eines Bachelor-Abschlusses*. Graz: FH JOANNEUM.
- FH JOANNEUM GesellschaftmBH, Studiengang „Journalismus und Public Relations & Fischer, H. M. (Hg.) (2012). *das Beste*. Aus den ersten 10 Jahren Journalismus und Public Relations (PR) an der FH JOANNEUM, Graz. Graz: FH JOANNEUM.
- Fischer, H. M. (Hg.) (2004). *Traumberuf Journalist!?* Einsichten und Ansichten, Polemisches und (Selbst)Kritisches. Graz.
- Fischer, H. M. (Hg.) (2005). *Kommunikation – Erfolgsfaktor PR*. Reflexionen zur Situation und Zukunft angewandter Kommunikation. Graz.
- Fleck, P. (2010). *Blick über den Tellerrand*. Analyse der österreichischen Auslandsberichterstattung mit US-Schwerpunkt. Saarbrücken.
- ha/si/vr (14.3.2002). Steirische Fh-Joanneum schmiedet kräftige Ausbaupläne 1. In: *APA0329 5 II 0383 XI*.
- ha/wea (20.8.2002). Ab Herbst 16 Studiengänge an steirischer Fh-Joanneum. In: *APA0347 5 II 0459 XI*.
- Jantschner, U. (2002). Fachhochschule für die Journalisten von morgen. In: *Kurier*.
- Narodoslawsky, B. (2010). „*Blausprech*“. Wie die FPÖ ihre Wähler fängt. Graz.
- N. N. (30.6.2002). Drei neue Lehrgänge. In: *Kleine Zeitung*.
- N. N. (23.11.2002). Journalist in vier Jahren. In: *Kleine Zeitung*.
- N. N. (o.J.). *Studienangebot an der FH JOANNEUM*. Abgerufen von <http://www.fh-joanneum.at/aw/home/leitbild/Bologna/Studienstruktur/-bmvw/studienangebot/?lan=de>, Zugriff am 22.9.2012.
- N. N. (o.J.). *Chronologie*. Abgerufen von <http://www.fh-joanneum.at/aw/home/leitbild/-cvy/chronologie/?lan=de>, Zugriff am 21.9.2012.
- N. N. (o.J.). *Forschung & Entwicklung*. Abgerufen von <http://www.fh-joanneum.at/aw/home/-bvoefue/?lan=de>, Zugriff am 22.9.2012.
- N. N. (o.J.). *Journalismus und Public Relations (PR)*. Abgerufen von http://www.fh-joanneum.at/aw/home/fue/Transferzentren/Internationale_Business/-bwrj/journalismus_und_pr/?lan=de, Zugriff am 22.9.2012.
- N. N. (o.J.). *Vision*. Abgerufen von <http://www.fh-joanneum.at/about/vision-und-mission>, Zugriff am 22.9.2012.
- N. N. (o.J.). *Team*. Abgerufen von <http://www.fh-joanneum.at/about/team>, Zugriff am 22.9.2012.
- Raffer, K. & Wassermann, H. P. (2009). Von „Wertungsexzessen“ und der Suche nach einem „fixen

- Partner“. Quantitative und qualitative Nachlesen zur Grazer Gemeinderatswahl 2008. In: Karl, B. et al. (Hg.), *Steirisches Jahrbuch für Politik 2008*. Graz, S. 163-167.
- Russ, G. (Hg.) (2006). *Kleines Brevier für Magazineuseen*. Graz: FH JOANNEUM.
- Russ, G. & Wassermann, H. P. (Hg.) (2006). *Wendezeit*. Monitoring des steirischen Landtagswahlkampfes 2005. Graz. (EDITION FH JOANNEUM, Schriftenreihe Medien und Design, Bd. 1).
- Russ, G. & Wassermann, H. P. (2006). „Der Sieg hat viele Väter, die Niederlage meist eine Mutter.“ Eine Medienstudie zu Siegern und Verlierern der steirischen Landtagswahl 2005. In: *Medienimpulse*, 4, S. 54-58.
- Russ, G. & Wassermann, H. P. (Hg.) (2007). *Lostage*. Medien und Politik im Nationalratswahlkampf 2006. Graz. (EDITION FH JOANNEUM, Schriftenreihe Medien und Design, Bd. 2).
- Russ, G. & Wassermann, H. P. (2007). „Job done...“. Empirische Medienanalysen zum Wahlkampf 2006. In: Khol, A. et al. (Hg.), *Österreichisches Jahrbuch für Politik 2006*. Wien, München, S. 43-57.
- Stolz, T. (2007). *Internet-Image-India*. Eine semiotische Analyse indischer Online-Frauenmagazine in Bezug auf die Darstellung der Inderin unter Berücksichtigung kulturspezifischer Unterschiede im „Bildleseverhalten“. München.
- Wassermann, H. P. (2010a). Generation Prekär? Empirische Annäherungen zur Prekarisierung im Journalismus. In: *Medien & Zeit*. 25 (1), S. 39-49.
- Wassermann, H.P. (2010b). befeindet? verfreundet? Empirische Befunde zum Verhältnis (Kultur-)Journalismus – Kulturveranstalter – Künstler. In: Nichols-Schweiger, H. (Hg.), *Die Szene und ihre Initiativen*. Graz, S. 133-139.
- Wassermann, H. P. (2012a). *Der Medium?* Empirische Daten zum Medienwissen von AufnahmewerbernInnen am Studiengang „Journalismus und Public Relations (PR)“ im Geschlechts-, Reifeprüfungs- und Längsschnittvergleich. Abgerufen von http://www2.mediamanual.at/themen/kompetenz/mmt_1220_medienstudie_OK.pdf, Zugriff am 28.12.2012.
- Wassermann, H. P. (2012b). Und immer dieser Pressespiegel. Kulturjournalismus zwischen Affirmation, Konfrontation und Ignoranz. In: Lamprecht, W. (Hg.), *Weißbuch Kulturjournalismus*. Wien, S. 254-267.

Heinz M. FISCHER (1960)

Mag. Dr., Studium der Musikwissenschaften, Pädagogik, Psychologie, Philosophie und Soziologie an der Karl-Franzens-Universität Graz. Journalist bei der Tageszeitung *Südost Tagespost* und der *Austria Presse Agentur (APA)*, Leiter des Landespressedienstes im Amt der Steiermärkischen Landesregierung; Geschäftsführer des Steirischen Pressclubs. Seit 2002 Leiter des Studienganges „Journalismus und Unternehmenskommunikation“ / „Journalismus und Public Relations (PR)“ an der FH JOANNEUM.

Heinz P. WASSERMANN (1964)

Mag. Dr., Studium der Betriebswirtschaftslehre, Geschichte und Sozialkund, Philosophie, Psychologie und Pädagogik an der Karl-Franzens-Universität Graz. Diplom aus Österreichische Geschichte und Sozialphilosophie 1991, Rigorosen aus Österreichische Geschichte und Zeitgeschichte 1999. Seit 2005 hauptberuflich Lehrender an den Studiengängen „Journalismus und Public Relations (PR)“ und „International Industrial Management“ an der FH JOANNEUM.

Multidimensionale Geschichtsvermittlung

Ein theoretisch-methodisches Konzept zur Untersuchung von Medienwirkungen auf der Basis mediatisierter historischer Stoffe

Jürgen Grimm
Universität Wien

Abstract

Geschichtsthemen wie Nationalsozialismus, Österreich nach dem Krieg, aber auch scheinbar fern liegende Epochen wie z.B. Päpste der Renaissance und der durch Ötzi ausgelöste Steinzeit-Boom liegen im Trend journalistischer Medienberichterstattung und fiktionaler Begleiterzählungen. Wenig ist bislang darüber bekannt, wie die Medienkommunikate durch Rezipienten verarbeitet werden und welche Konsequenzen sich hieraus für das Geschichtsbewusstsein und die nationale Identität einer Gesellschaft ergeben. Entwickelt wird ein Modell der multidimensionalen Geschichtsvermittlung (MuG), das es erlaubt, die kommunikative Leistungsfähigkeit geschichtsthematisierender Fernsehsendungen, Print-Erzeugnisse und Computerspiele zu messen und zu beurteilen. Auf der Grundlage von Theorien des Gedächtnisses, der Informationsverarbeitung und der Persuasion werden im MuG-Modell vergangenheits- und gegenwartsbezogene Ebenen der Geschichtsvermittlung unterschieden und empirischen Indikatoren wie Wissenstransfer, Deutungsmodifikation, Identitätsbildung und Humanitätsvermittlung zugeordnet. Das Modell wurde in Untersuchungen des Projekts „TV-Geschichtsvermittlung im transnationalen Raum“ bei mehr als 1200 ProbandInnen getestet. Im Kontext transnationaler Kommunikationen lassen sich mit Hilfe des MuG Aussagen u. a. darüber treffen, ob und inwieweit Geschichtselaborate der Medien zur Europäisierung des Geschichtsbewusstseins beitragen oder aber national verengte historische Perspektiven bedienen.

Herkömmlich wird die historische Dimension der Kommunikationswissenschaft mit der historischen Analyse von Medien, also mit Mediengeschichte, und/oder mit der Untersuchung medialer Repräsentationen historischer Ereignisse verbunden. Auch die zeitgeschichtliche Forschung fokussiert vor allem die Analyse historischer Dokumentationen und Spielfilme (Rathkolb, 2012), die ihr als Quelle, kurz: als interpretationsbedürftiges Artefakt gelten. Ein vernachlässigter Aspekt ist die Frage, inwieweit die Thematisierung historischer Ereignisse in den Medien bei der Rezeption durch die Mediennutzer zur Bildung von Geschichtsbewusstsein beiträgt (oder dieses verzerrt). „Geschichtsvermittlung“ ist ein genuin kommunikativer Vorgang, der sich erst bei der Rezeption vollendet. Zur vollständigen Rekonstruktion bedarf es daher des Einsatzes rezeptionsbezogener Methoden. Wie werden geschichtsthematisierende Fernsehsendungen verarbeitet? Welche Konsequenzen hat die Rezeption für die Entwicklung von „Geschichtsbildern“, für die Deutung historischer Ereignisse und gegenwartsbezogene Schlussfolgerungen? Um diese und ähn-

liche Fragen zu beantworten, müssen und können Erkenntnisse der Medienwirkungsforschung genutzt werden, die allerdings bislang kaum auf mediatisierte Geschichtsvermittlung angewendet wurden. In diesem Aufsatz werden methodisch-theoretische Vorklärungen vorgenommen, ein Modell der multidimensionalen Geschichtsvermittlung (MuG) neu entwickelt und seine Anwendbarkeit in empirischen Forschungsprozessen anhand von Operationalisierungen demonstriert. Das Modell ist Grundlage eines Forschungsprojekts „TV-Geschichtsvermittlung im transnationalen Raum“, das seit 2010 am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft angesiedelt (siehe Homepage: <http://tvgeschichte.univie.ac.at/>) und Teil eines internationalen Projektverbundes „Geschichtsvermittlung in der Mediengesellschaft“ ist.

Geschichtshermeneutik und Kommunikation

Innerhalb der Geschichtswissenschaft werden Fragen der Geschichtsvermittlung in didak-

tischen Zusammenhängen diskutiert, wobei die Geschichtsdidaktik, institutionell betrachtet, ein eher marginales Dasein fristet (Jordan, 2004). Geschichtsphilosophische Ansätze wie der „Historismus“ des 19. und 20. Jahrhunderts (Dilthey, 1981; Meinecke, 1928; Collingwood, 1946) oder auch die „Metahistory“ von Hayden White (1973; 1991) betonen den Verstehensaspekt in der Geschichtswissenschaft, demzufolge die hermeneutische Erkenntnis historischer Sachverhalte von der nomologischen Erkenntnis naturwissenschaftlicher Tatbestände unterschieden werden muss (Ricoeur 2007a, b). Im hermeneutischen Paradigma vollzieht sich Geschichtsvermittlung als „Horizontverschmelzung“ (Gadamer, 1972) zwischen Geschichtserzähler und Rezipient. Zum Verstehen soll sich idealiter der Rezipient am Horizont der Geschichtserzählung orientieren. Geschichtsdidaktik erscheint unter diesen Prämissen als narratologisches Problem der Konstruktion von Erzählsträngen und Erzählperspektive, aus der sich eine „Moral der Geschichte“ (Hayden, 1980), d.h. ein sinnvoller Schluss für die Gegenwart ergibt.¹ Die Vermittlungsleistung, namentlich die Implementierung der „Moral der Geschichte“ in den Bewusstseinshorizont der Adressaten wird dabei primär dem Kommunikator zugeordnet und zugetraut, dessen Interpretationsmacht als professioneller Historiker schon immer über die Verstehensleistungen des Publikums triumphierte.

Diese Annahme ist kommunikationswissenschaftlich betrachtet insofern problematisch, als sie die aktive Rolle des Rezipienten bei der Generierung von Bedeutungen (Früh 1983; 1994) sowie mögliche „Widerstandshandlungen“ des Publikums gegen die Kommunikatorintention vernachlässigt. Aus der Persuasionsforschung ist bekannt, dass „Resistance“ gegen unerwünschte Meinungen and „Reactance“ gegenüber bedrängenden Überredungsversuchen (Brehm, 1966; McGuire, 1999; Knowles & Linn, 2004) keineswegs nur gelegentlich vorkommen, sondern persuasive Kommunikationszusammenhänge aufgrund der Asymmetrie zwischen Kommunikator und Rezipient generell kennzeichnen (Knowles & Riner, 2007). In der Kommunikat-Rezeption wird die Kommunikator-Intention möglicherweise ignoriert oder sogar konterkariert. Rezeptive Prozesse sind auch deshalb keine einfachen Imitate des

Textes (schriftsprachlicher oder audiovisueller Kommunikate), da Text erweiternde Elaborationen zum tieferen Textverständnis benötigt werden (Craik & Lockhart, 1972; Craik & Tulving, 1975; Craik, 2004; Ajzen & Sexton, 1999; Albarracín & Wyer, 2001; Nordhielm, 2002). Der Rezipient rekurriert dabei auf unausgesprochene, als selbstverständlich vorausgesetzte Propositionen, indem er Textimplikationen aktualisiert. Zum Beispiel impliziert der Satz: „Das Monster wurde getötet“, dass der Getötete ein „Monster“ ist, dem man ohne Weiteres vorgängige Missetaten unterstellt. Ein tieferes Satzverständnis wird dann erzielt, wenn der Rezipient nicht nur auf den Akt des Tötens reagiert, sondern die moralische Qualität des Getöteten mit bedenkt. Womöglich denkt der Rezipient bei sich: „Geschieht ihm, dem Monster, ganz recht!“ Ohne die moralische Disqualifikation des Getöteten hätte er die Tötung wahrscheinlich ganz anders bewertet, z.B. als Mord. Die elaborierte Schlussfolgerung wäre dann eine moralische Verurteilung des mutmaßlichen Täters. Der Rezipient könnte freilich auch hinter dem Satz mit dem getöteten Monster eine versteckte Rechtfertigung von Strafgewalt sehen nach dem Motto: „die Dämonisierung des Opfers soll den Mord legitimieren“. Als prinzipieller Gegner der Todesstrafe würde sich seine Kritik in diesem Fall auf den Autor und dessen hinterhältige Gewalt-Rechtfertigung richten. In jedem Fall schließt Textverstehen (je nach Verarbeitungstiefe und eigenen Meinungspositionen) mehr oder weniger umfangreiche Ableitungen des Rezipienten ein. Dabei bleibt es in der Regel nicht bei der Aktualisierung von Textimplikationen, vielmehr können ganze Kaskaden von Ableitungen im Prozess des Textverstehens resultieren, die Text-Aussagen kohärent ergänzen oder aber ins Gegenteil der Autorintention wenden.

Zwielicht mediatisierter Geschichte

Klar, dass Schüler sich gegen ein Interpretations-Oktroi professioneller Geschichtsvermittler wehren (und die allseits beklagte Krise der Geschichtsdidaktik auslösen), wenn diese die in der „Mediengesellschaft“ üblichen Aushandlungsspielräume für Bedeutungszuweisungen autoritativ verengen oder dem fundamentalistischen Medienpluralismus ein generalisiertes Medien-

¹ „The demand for closure in the historical story is a demand, I suggest, for moral meaning, a demand that sequences of real

events be assessed as to their significance as elements of a moral drama.“ (Hayden, 1980, S. 24)

Bashing entgegenhalten. Ein aktuelles Problem des Geschichtsunterrichts besteht darin, dass die didaktischen Rezepturen nur unzureichend auf die „Mediatisierung“ der Geschichte (Krotz, 2007) vorbereitet sind (vgl. z.B. Günther-Arndt, 2003). Längst haben professionelle Geschichtsvermittler ihre Monopolstellung verloren, sind Geschichtsthemen zum festen Bestandteil von Populärkulturen im Fernsehen, in Computerspielen und im Internet (Korte & Paetschek, 2009; Gries, 2011; Rathkolb, 2012) geworden. Mediatisierte Geschichte wird aber nur gelegentlich zum Gegenstand des Unterrichts und fast gar nicht als didaktische Ressource genutzt. Manche gut gemeinte Arbeit marginalisiert überdies das Phänomen, wenn etwa der Geschichts-Comic als jugendgemäßes Medienformat behandelt wird (Gundermann, 2007; Behringer, 2009) – gut zum Amusement, aber kaum ernst zu nehmen. In dieser Lage werden geschichtsthematisierende Kommunikate der Medien von traditionell gestimmten Historikern eher ignoriert oder dämonisiert als differenziert betrachtet.

Die begrifflichen Konstruktionen verraten vor allem eines: Unsicherheit im theoretischen und praktischen Umgang mit medialer Geschichtsvermittlung. So ordnen manche Autoren geschichtsthematisierende Medienkommunikate der „Public History“ (Bösch & Goschler, 2009) zu, der primär Museen und Denkmäler, aber auch historiographische Dokumentationen und Spielfilme angehören ebenso wie Historiker, die Medien als Arena zur Verbesserung ihrer öffentlichen Wahrnehmbarkeit nutzen (Liddington, 2002; Ashton & Kean, 2009). Bei dieser breiten Definition besteht die Gefahr, Heterogenes unangemessen zu vereinheitlichen und den Begriff durch extreme semantische Weite zu entleeren. Begriffe wie „Hybrid-Geschichte“ oder „Histotainment“ (Fischer & Wirtz, 2008) akzentuieren die Vermischung von Realität und Fiktion bzw. von Information und Unterhaltung und rücken damit mediatisierte Geschichte ins kulturkritische Zwielficht von „Verblendung“ und „Täuschung“, wie es in der Frühphase der Frankfurter Schule (Adorno & Horkheimer, 1975) im Hinblick auf Massenmedien i. A. (verstanden als Massenbetrug) üblich war. Dem lässt sich ent-

Längst haben professionelle Geschichtsvermittler ihre Monopolstellung verloren, sind Geschichtsthemen zum festen Bestandteil von Populärkulturen im Fernsehen, in Computerspielen und im Internet geworden.

gegenhalten, dass auch Dokumentationen ohne explizit fikionalisierte Spielsequenzen mediale Konstruktionen sind, die im Verhältnis zur außermedialen Realität eine „Fiktion“ darstellen. Im Übrigen ist eine Geschichtsvermittlung ohne „Unterhaltungswert“ weder möglich noch wünschenswert: Gerade unterhaltende Momente sichern die spontane Zuwendung des Publikums und bedürfen keiner zwangsverpflichteten Schüler, die sich im Zweifel langweilen und/oder den Aufklärungsabsichten ihrer Lehrer widerstehen. Fiction-Faction-Hybride oder Informations-Unterhaltungs-Mixturen gehören denn auch zur generellen „Media-Logic“ (Altheide & Snow, 1975; Altheide, 2004), kennzeichnend für viele Print- und Fernsehformate. Einen Differenzierungsgewinn für den kritischen Umgang mit einzelnen Geschichts-Kommunikaten bieten Begriffkombinationen mit „Hybrid“ und „Entertainment“ jedenfalls nicht.

In einer (noch) unübersichtlichen Gemengelage medialer Angebote, diverser Vermittler und Vermittlungsformen müssen sich ad hoc gebildete Arbeitsbegriffe analytisch erst noch bewähren. Dazu bedarf es einer systematisierenden, empirisch ausgerichteten Forschungsperspektive,

die die Formenvielfalt mediatisierter Geschichte ernst nimmt und auf kommunikative Leistungsfähigkeit hin befragt. Als völlig offen muss gelten, welche Leistungsdifferenzen sich bei expliziter Fiktionalisierung im Spielfilm, impliziten Authentizitätsfiktionen in Dokumentationen und Hybrid-Bildungen von Fiktion und Dokumentation ergeben. Welche Rezeptionseffekte haben formale Gestaltungsmittel wie die Personalisierung historischer Abläufe und die dramaturgische Zuspitzung historischer Konflikte? Und schließlich: Kann durch den Einsatz von Geschichtsmoderatoren wie Zeitzeugen und professionellen Historikern die Glaubwürdigkeit und Überzeugungskraft eines geschichtsthematisierenden Kommunikats verbessert werden? Welche Formen der Gestaltung steigern die rezeptive Beteiligung des Publikums, welche den persuasiven Effekt?

Solche Fragen lassen sich nicht a priori, sondern nur empirisch entscheiden. Auch die Medien-

Kompetenz der Geschichtsdidaktiker lässt sich nur dann verbessern, wenn eine solide Datengrundlage geschaffen wird, die Konvergenzen und Divergenzen zwischen den Medienkommunikaten und die bei der Geschichtsvermittlung ablaufenden Kommunikationsprozesse hinreichend gesichert zu erfassen vermag. Die erste Voraussetzung dafür ist die Verwendung präzise definierter Begriffe, die sich zur Operationalisierung in empirischen Untersuchungen eignen. Bewertungen sollen dabei nicht vermieden werden, sie lassen sich aber erst am Ende der Analyse mit konkreten Phänomenen belegen (oder nicht). Des Weiteren benötigt man ein einheitliches Analysemodell, das unter Konstanzhaltung von Rahmenbedingungen Kommunikate und Prozesse vergleichbar macht. Nur ein stabiles methodisches Instrumentarium garantiert, dass die gefundenen Unterschiede der Kommunikate und Kommunikationen auf realen Phänomenen beruhen und nicht auf methodische Varianzen zurückgehen.

Grundbegriffe der Geschichtsvermittlung

Gedächtnis und *Story-Telling*

Unstrittig ist das Gedächtnis „sozial“ im Sinne von Maurice Halbwachs (1985). Wir erinnern uns an das, was wir mit anderen teilen können. Wir erinnern uns, weil wir einer Gruppe angehören. Und wir erinnern uns, um Erfahrungen auszutauschen und ggf. gemeinsam handeln zu können. Selbst dann, wenn wir persönlich Erlebtes im Geiste rekonstruieren, geschieht das gleichsam von außen, indem wir das Vergangene vor dem Hintergrund der sozialen Gegenwart (neu) bewerten. Geschichtsvermittlung relationiert die Vergangenheit mit unserer Situation in der Gegenwart, die immer schon soziale, überindividuelle Züge trägt. Dementsprechend verweist der Begriff des „kulturellen Gedächtnisses“ (Assmann, 2007) auf einen Korpus von Artefakten (Bilder in Museen, Denkmäler auf öffentlichen Plätzen etc.), mit deren Hilfe Erinnerungen gespeichert und im sozialen Raum kommuniziert werden. Daran ändert die Mediatisierung via Fernsehen, Computer und Internet keinen Deut. Auch mediale Geschichtsvermittlung ist sozial, indem sich die Rezipienten als soziale Wesen der Medienkommunikate bemächtigen. Und sie ist kulturell insofern, als die Medienkommunikate bestimmte kulturelle Ziele verfolgen, z.B. die Stabilisierung nationaler Identität oder die Sicherung

geteilter Wertüberzeugungen. Nun müssen die Rezipienten, wie wir wissen, diese Ziele nicht zwangsläufig übernehmen, doch sind kreative Erweiterungen und oppositionelle Leseweisen (Hall, 1999) selbst auch ein Beitrag zu einer (kritischen) Kultur.

Walter Fisher (Fischer, 1989a; b) zählt das *story telling* zur anthropologischen Grundausstattung des Menschen, das weniger dem Zeitvertreib und der Rekreation diene, als vielmehr eine rationale Entscheidungsfindung und gemeinsames praktisches Handeln erleichtern soll. Die Art, wie wir Geschichten erzählen, verrät, was wir persuasiv erreichen und wie wir uns mit anderen verständigen wollen. Einen „narrative approach“ sieht Fisher denn auch nicht als philologische Spezialität, die man getrost der Linguistik und Literaturwissenschaft überlassen sollte/könnte, sondern als einen Schlüsselbegriff für Rhetorik und Kommunikationstheorie im Allgemeinen. Wir erinnern uns an die Vergangenheit als eine Abfolge von Ereignissen, die in der Mitteilung zu einer Geschichte verschmolzen werden. „*Es war einmal in einem (fernen) Land...*“ referenziert auf einen Ort der Vergangenheit, an dem etwas Bemerkenswertes geschah. Die Abläufe bilden ein Drama, das emotional anspricht (anzieht oder abstößt) und den Rezipienten mehr oder weniger in die Geschichte hineinzieht. Am Ende, wenn die Konflikte gelöst sind und das Monster unschädlich gemacht wurde, geht es um die Lehre, die wir aus der Geschichte ziehen. Was können wir für unsere aktuelle Situation, für unsere Wertorientierungen, Motivationen und Handlungsmöglichkeiten lernen?

Im Falle der „großen Geschichtserzählung“ dienen markante historische Ereignisse (große Siege und traumatisierende Niederlagen von Nationen, Staaten und Staatengemeinschaften) vor allem der Identitätsbildung (z.B. als Nachfahren eines Täter- oder Opfervolkes des Nationalsozialismus) und potenziell auch der Handlungsermächtigung des Kollektivs: Die elaborative Ableitung aus dem Holocaust „*nie wieder Auschwitz!*“ kann dabei ein Engagement für Menschenrechte motivieren ebenso wie die Notwendigkeit eines wehrhaften jüdischen Staats begründen.

Geschichtenerzählen (im Alltag wie im Rahmen der Historie) füllt einen großen Teil unserer Verständigungs- und Überredungsversuche. Dies gründet in Basisstrukturen des menschlichen Gedächtnisses, die mit der Geschichtenförmigkeit

von Mitteilungen und dem damit verbundenen persuasiven Potenzial kompatibel sind. Instruktiv zum Verständnis narrativer Phänomene ist das schon in den 1970er Jahren von Endel Tulving (1972) entwickelte Mehrspeichermodell eines „episodischen“ und eines „semantischen Gedächtnisses“, für die mittlerweile auch die gehirnphysiologischen Substrate geklärt sind (Maril et al., 2003; Rogers et al., 2004; Rosenbaum et al., 2005). Während das „episodische Gedächtnis“ Ereignisfolgen beinhaltet, die sich als „Geschichte“ erzählen lassen, werden im „semantischen Gedächtnis“ grundlegende Einsichten in die Realität und reproduzierbare Handlungszusammenhänge abrufbar gehalten. Die Verknüpfung zwischen „episodischem“ und „semantischem Gedächtnis“ erfolgt über die Wiederholung ähnlicher Geschichten, die sich allmählich zu einer Art „Weltwissen“ (Winterhoff-Spurk, 1989) verdichten. Prinzipiell können semantische Gedächtnisspuren aber auch durch experimentelle, wiederholbare Handlungen generiert oder durch die Weitergabe nomologischer Wissens- und technischer Fertigkeiten sozial reproduziert werden. Dem „semantischen Gedächtnis“ sind die klassischen Argumentationstechniken wie Beweisführung, Widerlegung, empirische Regel zugeordnet, während die Plausibilität für das „episodische Gedächtnis“ von narratologischen Qualitäten wie z.B. Glaubwürdigkeit und rezeptivem Beteiligungspotenzial der Geschichte (Green & Brock, 2002) abhängt. Dem korrespondiert in der Kognitionspsychologie die Unterscheidung zwischen Wahrnehmungsschemata zur Wiedererkennung, in denen typische Eigenschaften und kausale Zusammenhänge eines Objekts abgespeichert sind, und zeitlich strukturierten Schemata, sog. „Scripts“ mit Bezug auf typische Abläufe (Schank & Abelson, 1977; Abelson, 1981). So wird z.B. der Ablauf eines Restaurantbesuches gründlich gestört, wenn der Kellner, statt die übliche Reihenfolge mit Tischwahl, Essen und Rechnung einzuhalten, zuerst die Rechnung präsentiert. Eine Geschichte, die unsere Script-Erwartungen enttäuscht, wird dementsprechend als unglaubwürdig und wenig überzeugend eingestuft, es sei denn das narrative Genre durchbricht das gewohnte Realitäts-Schema planmäßig (vgl. Science Fiction, Fantasy) und

So wird z.B. der Ablauf eines Restaurantbesuches gründlich gestört, wenn der Kellner, statt die übliche Reihenfolge mit Tischwahl, Essen und Rechnung einzuhalten, zuerst die Rechnung präsentiert.

das Publikum erwartet aufgrund seiner Genrekenntnis keine Eins-zu-eins-Entsprechung mit der Realität.

Grammatik historischer Erzählungen

Freilich sind auch im Falle bewusster Realitätstranszendierung durch Zauberei und technische Wunder grundlegende narratologische Konstruktionsprinzipien und Glaubwürdigkeitsregeln zu beachten, die es gestatten, der Geschichte zu folgen, sie gedächtnisadäquat zusammenzufassen und konzis nachzuerzählen – selbst und gerade dann, wenn die Rezipienten in ihrer Verstehensleistung eingeschränkt sind (Griffith et al., 1986; Copmann & Griffith, 1994). In der hierarchischen Organisation der „Geschichtengrammatik“ (vgl. den Pionier der „generativen Geschichtengrammatik“ Thorndyke, 1977) lässt sich eine Episode innerhalb der Textstruktur verorten und der Umfang der Verarbeitungsschritte, der zum Verständnis notwendig ist, genau ermitteln. Die propositionale Repräsentation in der Zusammenfassung beinhaltet dann ausgewählte „Mikrostrukturen“ (einzelne Personen und Begebenheiten) und übergeordnete „Makrostrukturen“ wie den thematischen Fokus, den zentralen Plot und die Botschaft der Story (Kintsch, 1998). Um die „Moral der Geschichte“ vollständig zu erfassen, ist es daher erforderlich, über die Oberflächengeschehnisse der Erzählung hinaus die Organisationsprinzipien des Textes und die Intention des Autors zu dechiffrieren.

Der schon angesprochene Historiker und Erzähltheoretiker Hayden White (1991) ist zwar autorzentriert, sein Begriff des „historischen Feldes“ ist aber – intentional – auf einen Adressaten ausgerichtet. Ähnlich wie in der Persuasionsforschung (Hovland et al., 1976; O’Keefe, 2002; Brock & Green, 2005; Perloff 2010) üblich, konzipiert White Geschichtsvermittlung als absichtsvollen „Versuch“ eines Kommunikators, der gelingen, aber auch scheitern kann: Die historische Darstellung sei ein „Vermittlungsversuch“ innerhalb des „historischen Feldes“, d.h. zwischen „der rohen historischen Aufzeichnung, anderen historischen

Berichten und den Lesern“ (White, 1991, S. 19). Dabei gebe die Struktur der Geschichts-Narrative die Richtung der potenziellen Persuasion auf drei Ebenen vor: 1) Erzählweise, 2) Argumentation, 3) ideologische Implikation (White, 1991, S. 48). Nun lässt sich streiten, ob die gewählten Kategorien zur Spezifizierung der narrativen Strukturebenen² für Geschichtsvermittlung angemessen und erschöpfend sind. Auch mag die strukturelle Gleichsetzung von Geschichtenerzählen und Geschichtserzählung (der nämliche Dreiklang aus Narration, Argumentation und Ideologie charakterisiert auch frei erfundene Geschichten) problematisch erscheinen. Schließlich verfügt Geschichte, anders als ein Roman oder Spielfilm, über klar bezeichnete Referenzräume und -zeiten in der außermedialen Welt und kann diesbezüglich anhand historischer Zeugnisse „empirisch“ geprüft werden. Die „fundamentale Gabelung von historischer Erzählung und Fiktionserzählung“ (Ricoeur, 2007a, S. 15) muss beachtet werden, will man nicht Geschichtsvermittlung auf reines Fabulieren reduzieren.

Dennoch ist das narrative Paradigma für die Konzipierung von Geschichtsvermittlung hilfreich, da historische Spielfilme und Dokumentationen *propositionale und zeitliche Strukturen* aufweisen, die die *rezeptive Beteiligung* des Publikums in gewissem Maße steuern. Die Etikettierung als „Fiction“ oder „Faction“ kommt als besonderes Gestaltungsmittel hinzu, wobei im Einzelnen geprüft werden muss, ob die rezeptive Beteiligung durch explizite Fiktionalisierung steigt oder sinkt. Aus Sicht der Rezipienten sind „Fiction“ und „Faction“ als Kommunikationsmodi different, das Aneignungsproblem vor dem Hintergrund des Vorwissens allerdings äquivalent. Wir wissen zwar, dass die erfundene Geschichte sich niemals so zugetragen hat, sie könnte sich aber in Zukunft so oder ähnlich ereignen. Die Dokumentation geht zwar auf reale Ereignisse zurück, unklar ist aber, ob diese sich jemals wiederholen. In beiden Fällen entsteht eine *Spannung zwischen episodischer Information und semantischem Weltwissen*, die Rezipienten durch elaborative Informationsverarbeitung aufzulösen trachten. Dabei erscheinen erzählte Vergan-genheit und Fiktion

gleichermaßen als Möglichkeitsraum, der vor dem Hintergrund der aktuellen Lage des Rezipienten kritisch auf Stimmigkeit, Relevanz und Zukunftsfähigkeit geprüft werden muss. Die kommunikative Erzeugung von sozialem Gedächtnis resultiert daher bei allen Textsorten aus der *„dialogischen Beziehung zwischen Text und Leser“* (Ricoeur, 1991, S. 264), die vom Kommunikat (Inhalt und Gestaltung) ebenso abhängt wie vom Vorwissen und der Situation der Rezipienten.

Rezeptive Beteiligung - Informationsverarbeitung - Persuasion

Geschichtsvermittlung ist ein genuin zweiseitiger Prozess, der aus der *quasi-dialogischen Beziehung zwischen Kommunikat und Rezipient* hervorgeht und dementsprechend im eingangs erwähnten Projekt „TV-Geschichtsvermittlung im transnationalen Raum“ methodisch zweiseitig durch kommunikatanalytische Verfahren (Inhaltsanalyse) und rezeptionsanalytische Verfahren (Panel-Befragung im Feld, Experiment, vgl. Grimm, 2008) untersucht wird. Die Geschichtsaneignung bei der Kommunikatrezeption ist klarerweise nicht auf Selektion von Kommunikatelementen reduziert, sondern schließt konstruktiv erweiternde und kontrastierende Elaborationen aktiver Rezipienten ein (Früh & Schönbach, 1982; Schönbach & Früh, 1984; Früh, 1994). Der Rezipient reproduziert also nicht die Rezeptionsvorlage, sondern „beantwortet“ sie gleichsam kreativ vor dem Hintergrund seiner kognitiven Prädispositionen und seines sozialen Kontextes. In die kreative Antwortgenerierung interferieren dabei auch externe Moderationsleistungen konkurrierender und kooperierender Vermittlungsakteure wie Zeitzeugen, Familienmitglieder, Historiker und Lehrer. Eine Reduzierung auf Inhaltsanalysen würde die konstruktiven, elaborativen und moderierten Anteile der Geschichtsvermittlung zwangsläufig verfehlen. Gleichwohl das Projekt fernsehgestützte Formen der *Geschichtsvermittlung* fokussiert, werden diese im Kontext auch nichtmedialer Vermittlungsakteure betrachtet.

Konstitutiv für Geschichtsvermittlung ist das durch *Präsentation, Selektion und Elaboration* ge-

² Hayden spricht in Anlehnung an den Literaturtheoretiker Northrop Frye (1990) von der „romantischen“, „tragischen“, „komischen“ und „satirischen“ Erzählweise. Die Argumentation zur Erklärung der Geschichtsereignisse sei „formativi-

stisch“, „mechanistisch“, „organistisch“ oder „kontextualistisch“. Für die ideologische Ebene sieht White ebenfalls vier Varianten vor: „anarchistisch“, „radikal“, „konservativ“, „liberal“.

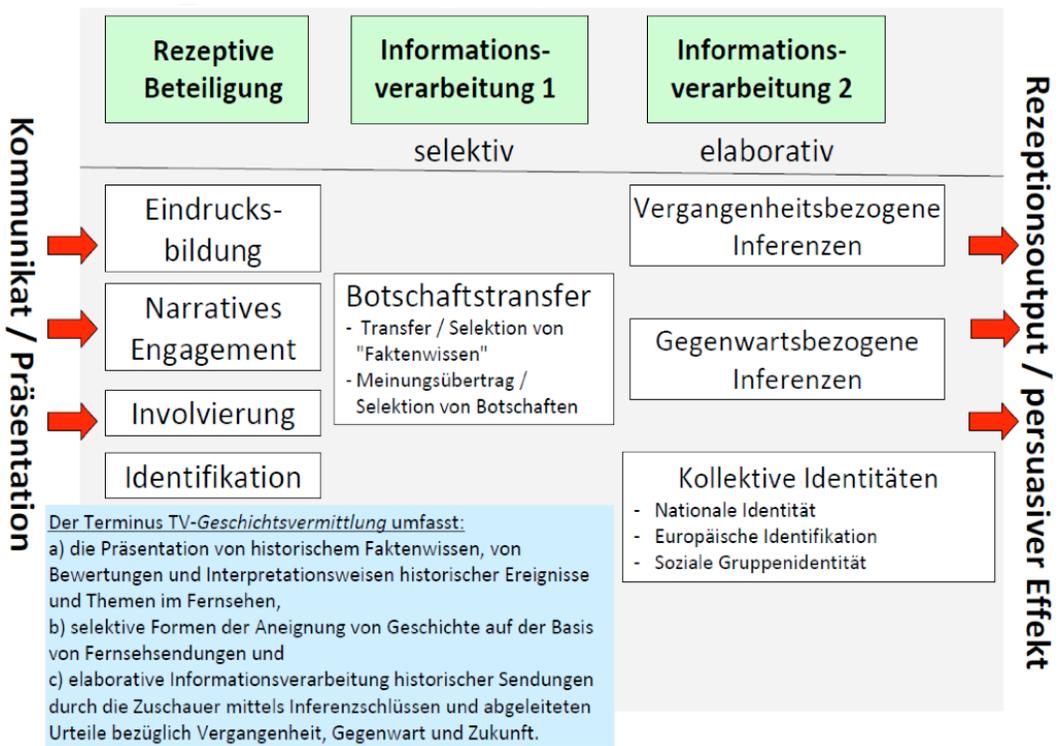


ABB. 1: TV-GESCHICHTSVERMITTLUNG ALS INFORMATIONSVERARBEITUNG UND PERSUASION

bildete *kommunikative Feld*, in dem sich relativ zum *sozialen und kulturellen Kontext* die Handlungen des Kommunikators und des Rezipienten auf spezifische Weise kreuzen. Im rezeptiven Output muss sich erweisen, inwieweit die Vermittlungsleistung den Intentionen des Kommunikators entspricht oder aber durch erweiternde und gegenläufige Eigenleistungen des Rezipienten abgewandelt wird. Abbildung 1 veranschaulicht, wie im Prozess der Geschichtsvermittlung die Präsentation und Gestaltung des Kommunikats die Voraussetzungen für die *rezeptive Beteiligung* schafft, auf der dann die aktive Informationsverarbeitung (verstehen, zusammenfassen, deuten, anwenden) aufbaut.

Informationsverarbeitung selbst beinhaltet selektive und elaborative Prozeduren. Dabei münden die selektiven Handlungen in *analogische Rezeptionseffekte*, die bestimmten Kommunikatelementen (semantisch) entsprechen. Elaborationen führen zu *dialogischen Rezeptionseffekten*, die eine kommunikativkohärente Anwendung oder aber eine Widerstandshandlung gegenüber den Wissens- und Meinungsofferten des Kommunikats implizieren. *Persuasion* ist in diesem Konzept radikal als Resultat von Rezeptionsprozessen (rezeptive Beteiligung und Informationsverarbeitung) bestimmt und wird nicht durch das Ausmaß der

Kommunikationskontrolle durch den Kommunikator definiert. Persuasiver Erfolg ist daher nicht (allein) anhand der Kommunikatorabsichten zu messen, sondern daran, was dem Rezipienten postrezeptiv plausibel oder plausibler als zuvor erscheint.

Die narratologisch basierte Persuasionsforschung (Green, Strange & Brock, 2002; Brock & Green, 2005; Bilandzic & Busselle, 2008) stimmt darin überein, dass rezeptive Beteiligungsformen wie emotionale und kognitive „Eindrucksbildung“, „Transportation“, „Narrative Engagement“, „Involvierung“ bzw. „Identifikation“ mit beeinflussen, in welchem Maße Rezipienten Botschaften des Kommunikats akzeptieren und in ihr Weltbild übernehmen. Die Begriffe akzentuieren unterschiedliche Aspekte der rezeptiven Beteiligung, werden allerdings nicht immer trennscharf voneinander verwendet. Hieraus erkläre sich, so Werner Wirth (2006), die z. T. widersprüchliche Befundlage im Hinblick auf Persuasion. So ist bislang nicht hinreichend geklärt, ob und inwieweit eher „Transportation“ und „Narrative Engagement“, die dem Rezipienten eine Bewegung hinein in das erzählte Geschehen unterstellen, oder aber „Involvement“, das nach Krugman (1965; 1966; 1977) durch die Anzahl der Bezüge zwischen Re-

zipient und Kommunikat-Inhalt gekennzeichnet ist und ohne Bewegungillusion des Rezipienten auskommt, das persuasive Ergebnis verbessern. Insbesondere im „Elaborations-Likelihood-Modell“ (ELM) von Petty und Cacioppo (Petty & Cacioppo, 1986; Petty & Wegener, 1999; Choi & Salmon, 2003) wurde „Involvement“ zu einer entscheidenden Moderatorvariable, die unterschiedliche Formen der Informationsverarbeitung entweder über die periphere Route (geringes Involvement) oder die zentrale Route (hohes Involvement) anregt. Auf der peripheren Route mit oberflächlicher Informationsverarbeitung werden schneller die von Werbetreibenden insinuierten Kaufentscheidungen getroffen. Auf der zentralen Route sind diese zwar schwerer zu erreichen, aber dafür eher stabil. Jüngere Untersuchungen zeigen, dass die „Identifikation“ mit Meinungsträgern die Effizienz persuasiver Kommunikation steigern kann (De Graaf et al., 2011). Auch hier gilt, dass der Begriff sehr heterogene Vorgänge beschreibt, die auf Ich-Idealisierungen oder auf Ähnlichkeitserlebnissen des Rezipienten beruhen (Lobsien, 1975; Jauß, 1984; Cohen, 2001; 2006). In dieser Situation kommt es darauf an, die Begriffe der rezeptiven Beteiligung theoretisch abzugrenzen und für die empirische Forschung zu operationalisieren, um dann die Wirkung von Kommunikatinhalten und Gestaltungsvarianten auf die verschiedenen Formen rezeptiver Beteiligung und den rezeptiven Output systematisch beobachten zu können.

Im Projekt wurden Messinstrumente zur Erfassung von Eindrucksdifferenzialen, Involvement und Identifikation entwickelt³ und das Erhebungsinstrument zum „Narrative Engagement“ mit den vier Unterdimensionen „narrative understanding“, „attentional focus“, „emotional engagement“, und „narrative presence“ nach Busselle & Bilandzic (2009) übernommen. „Narrative presence“ entspricht dabei weitgehend dem „Transportation Imagery“-Modell von Green und Brock (Green & Brock 2002), das die oben angesprochene Bewegungillusion hinein in die erzählte Realität (ob nun als Fiktion oder als Dokumentation aufbereitet) fokussiert. Insgesamt zielt das „Narrative Engagement“-Konstrukt auf die Messung der Sogwirkung, die ein narratives Kommunikat auf den Rezipienten ausübt, sich auf die Geschichte einzulassen.

Im Unterschied dazu definieren wir „*Involvement*“, Krugman folgend, als Intensitätsmaß für die Herstellung von personalen und situationalen Bezügen zwischen Kommunikat und Rezipient. Involvement basiert auf Vergleichen, die der Rezipient zwischen sich und dargestellten Personen und Situationen anstellt. Dabei wird eine Brücke zwischen Medien- und Lebenswelt geschlagen, auf der der Rezipient hin- und herspazieren kann – immer auf der Suche nach Situationseinsichten, Motivationsrelevanzen und Problemlösungsangeboten für den eigenen Alltag. Um die *Bridging-Funktion* des *Involvements* zu erfüllen ist es nicht erforderlich, die erzählte Welt zu betreten. Man kann sie auch von außen beobachten und dabei die eigene lebensweltliche Situation präsent halten. In der doppelten Referenz, so unsere Annahme, wird es dem Rezipienten erleichtert, die theoretisch postulierten Beziehungen zwischen erzählter Medienwelt und Lebenswelt zu kreieren.

„*Identifikation*“ beinhaltet nach unserem Verständnis unterschiedliche Formen der rezeptiven Partizipation an Personen, die entweder im Zustand des Eintauchens in die Geschichte oder bei bi-referenzieller Involvierung stattfindet. Definitionsgemäß kommt „*Identifikation*“ als „*Einfühlung*“, „*Sympathie*“ und/oder „*Bewunderung*“ vor. *Einfühlung* hängt primär von Empathie ab, die insbesondere leidende Menschen auslösen, wenn keine anti-empathischen Affekte ins Spiel kommen (z.B. Feindkonstruktionen, moralische Verachtung). *Sympathie* gründet in moralischer Integrität, Attraktivität und freundlichen Umgangsformen einer Person. In der *Sympathie* mischen sich soziale Urteile und eigene Beziehungswünsche. In gewissem Maße ist in *Sympathie* auch ein Element des Ideal-Ichs („so möchte ich auch sein!“) enthalten, ohne allerdings eine asymmetrische Beziehung zu begründen. Die *Bewundernde Identifikation* ist hingegen asymmetrisch, da der Rezipient hierbei die Medienperson über die eigene stellt. Die Ideal-Ich-Komponente dominiert, wobei deren Genuss allerdings durch einen Mangel an Ähnlichkeitserlebnissen eingetrübt wird, da die Qualitäten und Gratifikationen der bewundernden Person kaum erreichbar erscheinen.

Wir erwarten, dass *Narrative Engagement* in anderer Weise die Informationsverarbeitung und

³ Die Instrumente zur Messung der rezeptiven Beteiligung können angefordert werden: juergen.grimm@unive.ac.at.

den persuasiven Output beeinflusst, als dies bei hohem *Involvement* der Fall ist. *Narrative Engagement* sollte die „Moral der Geschichte“ plausibilisieren, weil der emotionale Mitvollzug in der Illusionsphase der Geschichte auf eben diese Botschaft am Ende zuläuft. *Involvement* wird eher elaborierte Formen der Vermittlung zwischen Hier und Dort, zwischen Jetzt und Damals ermöglichen, wie sie etwa professionelle Geschichtsdiaktiker im Auge haben, wenn sie Jugendliche für Geschichte interessieren wollen. *Involvement* kann aber auch kreative Erweiterungen oder oppositionelle Leseweisen fördern, die das Endergebnis der Rezeption von der Kommunikatorintention entfernen.

Die persuasive Qualität von Identifikation hängt davon ab, welche Meinungspositionen das Identifikationsobjekt vertritt. Im Unterschied zu „Narrative Engagement“, das auf die ganze Geschichte referenziert, stehen bei Identifikationsprozessen einzelne Meinungen zur Disposition, die von dargestellten Personen vertreten werden. Geprüft werden muss, ob hierbei eher Empathie, Sympathie oder Admiration den persuasiven Effekt erhöht.

t1 Vor der Filmrezeption:

Fragebogen mit prärezeptiven Tests zu geschichtsrelevanten Meinungen, Einstellungen und psychosozialen Eigenschaften;

t2 Während der Filmrezeption:

nur zuschauen;

t3 Nach der Filmrezeption:

Erinnerungsfragen, Bewertung des Films
Erfassung der rezeptiven Beteiligung;
postrezeptive Tests (analog zu t1).

⇒ **Wirkung = signifikante Differenz zwischen Messung t1 und der Messung t3**

Die Prä-Post-Methode erlaubt es, kurzfristige Filmwirkungen festzustellen. Diese sind zwar nicht mit langfristigen Wirkungen identisch, können aber verstanden werden als Indikator für Wirkungstendenzen, die sich mit der langfristigen Nutzung ähnlicher Stimuli verfestigen.

ABB. 2: PRÄ-POST-DESIGN ZUR UNTERSUCHUNG REZEPTIVER BETEILIGUNG UND PERSUASION MIT VARIERTEN KOMMUNIKATINHALTEN UND GESTALTUNGSFAKTOREN

Im experimentellen Prä-Post-Design, in dem die Antworten der Probanden vor mit denen nach der Rezeption verglichen werden (siehe Abbildung 3), fungieren die Indikatoren der rezeptiven Beteiligung einerseits als abhängige Variablen der

im Experiment variierten Kommunikatinhalte und Gestaltungsfaktoren, und andererseits als unabhängige Variablen, die die Differenz zwischen Prä- und Post-Messung und damit den persuasiven Effekt im Rezeptionsoutput erklären.

Das Prä-Post-Design sichert zweifach gegen Irrtümer ab: Jede Person fungiert als ihre eigene Kontrollgruppe. Interpretiert wird die Differenz zwischen den Messzeitpunkten, die im Vergleich zu Einmalmessungen robuster gegen Einflüsse der sozialen Erwünschtheit und anderer Intervieweffekte ist (vgl. Grimm, 2002; 2009). Durch die Egalisierung/Randomisierung über die Filmgruppen hinweg wird sichergestellt, dass die Wirkung unterschiedlicher Kommunikate (bzw. unterschiedlich gestalteter Kommunikatinhalte) nicht durch divergente Gruppenbesetzungen verzerrt wird.

Es verbleibt nun, im zweiten Teil des Aufsatzes die begriffliche Präzisierung und theoretische Konzeptualisierung von „Geschichtsvermittlung“ so vorzunehmen, dass sie der empirischen Forschung zugänglich wird und mit der rezeptiven Beteiligung und Persuasion bei der Rezeption geschichtsthematisierender Medienkommunikate in einen kohärenten Forschungszusammenhang gebracht werden kann. Im Folgenden wird das für diesen Zweck neu entwickelte Modell der „Multidimensionalen Geschichtsvermittlung“ (MuG) näher beschrieben, theoretisch begründet und es werden zugehörige Operationalisierungen skizziert.

Modell der Multidimensionalen Geschichtsvermittlung (MuG)

Das forschungsleitende Modell der „Multidimensionalen Geschichtsvermittlung“ MuG ist sowohl auf mediatisierte Kommunikationsformen (Presse, Fernsehen, Computerspiele, Internetplattformen etc.) anwendbar als auch auf personale geschichtsdidaktische Szenarien z.B. im Schulunterricht. Es baut auf dem oben skizzierten Verlaufsschema Präsentation-Rezeption-Persuasion (siehe Abb. 1) auf und fokussiert den Bereich der Informationsverarbeitung als generativen Teil der Rezeption. Dem vorgeordnet sind Prozesse der rezeptiven Beteiligung, die als abhängige Variable der Kommunikat-Präsentation fungieren und zugleich als unabhängige Variable Tiefe und Intensität der Informationsverarbeitung steuern. Analytisch unterschieden werden acht Kerndimensionen der

I. Vergangenheitsbezogene Prozesse:

1. Wissenstransfer
2. Selektion/Deduktion von Botschaften
3. Modifikation von Deutungsmustern
4. Bildung von Geschichtsbewusstsein
 - Aktive Informationssuche
 - Geschichtsbildabstraktion
 - Historische Identitätskonstruktion (Identität 1)

Explizites
Gedächtnis

II. Gegenwartsbezogene Prozesse:

5. Justierung des kollektiven Gefahrenbewusstseins (Identität 2)
6. Prägung politischer Einstellungen (Identität 3)
7. Lebensweltliche Projektionen
8. Humanitätsvermittlung
 - Abbau von Vorurteilen
 - Aggressionskontrolle
 - Communitas-Fähigkeit
 - Politische Humanitas

Implizites
Gedächtnis

ABBILDUNG 3: MODELL DER MULTIDIMENSIONALEN GESCHICHTSVERMITTLUNG (MuG)

Geschichtsvermittlung: (1) Wissenstransfer, (2) Interpretation und Schlussfolgerung, (3) Deutungsmodifikation, (4) historische Bewusstseinsbildung, (5) Gefahrenwahrnehmung sowie (6) politische, (7) lebensweltliche und (8) allgemein menschliche Anwendungsperspektiven. Bei der im Projektzusammenhang zentral gestellten *TV-Geschichtsvermittlung* markieren die Dimensionen Ebenen der Informationsverarbeitung, die bei der Rezeption von Fernsehsendungen unterschiedlich stark beansprucht werden und deren Gewicht im Rezeptionsoutput an mehr oder weniger hohen Leistungswerten und Veränderungsspannen von Dimensions-Indikatoren ablesbar ist. So ist beispielsweise der „Wissenstransfer“ durch Selektions- und Behaltensleistungen des Publikums in Bezug auf die im Kommunikat dargebotenen „Fakten“ operationalisiert, wobei der Prozess der „Erkenntnisgewinnung“ im Sinne von Landwehr (1994) damit nicht abgeschlossen ist, sondern erst durch Interpretationsleistungen des Rezipienten auf den Dimensionen (2) und (3) zu einem wissenschaftlichen dispositionalen „Lernresultat“ führt. Eine noch weitergehende konstruktiv-elaborative Leistung wird erforderlich, wenn die „Fakten“ zu dispositionalen Konsequenzen bei der Gefahrenwahrnehmung (D5) und/oder diversen praktischen Anwendungsperspektiven (D6-D8) führen. Die acht Dimensionen definieren den relevanten erachteten Teil der Geschichtsvermittlung, der jederzeit durch weitere Ableitungen inklusive geschichtsferner und -verzerrender Inferenzen ergänzt werden kann (z.B. im Hinblick auf die Bewertung politischer Führer eines Landes oder die Konstruktion von Feindbildern). Im Hinblick auf das *kommunikative Feld* ist zu fragen, unter

welchen Bedingungen der nationalen, sozialen und psychischen Kontextuierung einerseits und der Gestaltung der fraglichen Kommunikate andererseits welche Dimensionen der Geschichtsvermittlung mit welcher Intensität und welchem Wirkungoutput beteiligt sind.

Theoretische Einbettung

„Geschichtsvermittlung“ im Sinne des MuG zielt auf Gedächtnisprozesse, die für ein Kollektiv orientierungsrelevant sind und heute durch Medien entscheidend mit beeinflusst werden. Davon betroffen ist das „explizite Gedächtnis“, das die öffentliche Erinnerungskultur einer Gesellschaft umfasst und in spezialisierten Erinnerungsräumen anhand von Ausstellungen und Denkmälern wie auch in medialen Dokumentationen und Inszenierungen zum Ausdruck kommt (Halbwachs, 1985; J. Assmann, 2007; A. Assmann, 2009). In Bezug auf das Individuum meint „explizites Gedächtnis“ im Kontext von Geschichtsvermittlung das bewusste Memorieren historischer Ereignisse mit kollektivem Bedeutungsgehalt. Sozial bedeutsam ist aber auch das „implizite Gedächtnis“ (Schacter, 1987; Addis, Wong & Schacter, 2007; Voss & Paller, 2008), welches die Wahrnehmung der Gegenwart und die praktische Gestaltung der Zukunft prägt, ohne dass bewusste Erinnerungsakte erforderlich sind. Im *impliziten Gedächtnis* lagern sich real- und medienweltliche Erfahrungen ab und werden für gegenwartsbezogene Anwendungen via „Priming“ (Iyengar & Simon, 1993; Roskos-Ewoldsen et al., 2009) abrufbar gehalten. Neu eintreffende „Primes“ (aus der Real- und der Medienwelt) schaffen zwar eine

Zugangserleichterung für verbundene Gedächtnisinhalte, die aber nicht ohne weiteres abgefragt werden können. Das *explizite Gedächtnis* ist der reflexiven Bearbeitung zugänglich, im *impliziten Gedächtnis* manifestiert sich unmittelbare Praxisrelevanz. Nur einzelne „implizite“ Gedächtnisgehalte können durch gezieltes Memorieren „explizit“ gemacht werden; normalerweise aber funktionieren die beiden Gedächtnisbereiche unabhängig voneinander.

Sowohl im expliziten Erinnern als auch bei der praktischen Anwendung impliziter Gedächtnisanteile ist die „soziale Identität“ des Individuums einbezogen (Tajfel & Turner, 1986), die „kollektive“ (zu welcher Gruppe gehöre ich?) und „individuelle“ Komponenten (wie unterscheide ich mich von Anderen?) vereinigt.

Ein wesentlicher, relativ stabiler und für den Projektzusammenhang wichtiger Faktor sind die nationalen und transnationalen Identitätsstrukturen (z.B. Identifikation mit Österreich, Deutschland, Polen oder Russland, europäische Identifikation), die potenziell den kritischen Umgang mit der „eigenen“ Kollektiv-Geschichte einschließen (Westle, 2003; Blank & Schmidt, 2003; Mühler & Opp, 2006). Mediengestützte Geschichtsvermittlung ist bedeutsam für Realitäts- und Identitätskonstruktionen moderner Gesellschaften, die heute nicht mehr ausschließlich im nationalen Rahmen verstanden werden können, sondern zusätzlich einer transnationalen Betrachtung bedürfen (Tan, 2004; Chernilo, 2007). Insbesondere die Erinnerung an die beiden Weltkriege im 20. Jahrhundert haben den nationalen Geschichtsschreibungsansätzen eine zusätzliche europäische Dimension verliehen, auf die sich Briten, Österreicher, Deutsche und Polen, wenn auch nicht konsensuell, so doch als gemeinsame Referenz beziehen (Leggewie, 2011).

Medien sind an der Transnationalisierung von Erinnerungskulturen maßgeblich beteiligt. Zwar sind die klassischen Massenmedien (Presse und Fernsehen) traditionell nationalstaatlich verfasst, sie werden aber zunehmend in grenzüberschreitende „Assemblagen“ und Dynamiken von Macht, Territorium und Recht (Sassen, 2006; 2009) einbezogen. Seit den 1960er Jahren hat die BBC erfolgreich Fernsehdokumentationen über den 2. Weltkrieg international vermarktet. Transnationale Sender wie History Channel tun ein Übriges. Aber auch öffentlich-rechtliche nationale Medien wie ORF, ARD und ZDF operieren im Spannungsfeld zwischen Nationalisierung und Globalisierung, sei es dass sie sich auf

Geschichtsvermittlung als eine Kernaufgabe nationaler Identität beziehen und Traditionspflege betreiben, sei es im Sinne einer transnationalen Öffnung und Überformung von ehemals nationalen „Geschichtsbildern“. Im MuG-Modell lässt sich die Verzahnung von Wissenstransfer, Geschichtsdeutung, (nationaler und transnationaler) Identitätszuschreibung und handlungsrelevanten Einstellungen bei der Medien-Rezeption theoretisch kohärent darstellen und die Leistungsfähigkeit einzelner Kommunikate und Kommunikat-Sorten am Kriterium ausgelöster Wirkungen auf das *explizite* und *implizite Gedächtnis* differenziert nach Dimensionen bewerten.

Modellbeschreibung

Grundlegend ist im MuG die Unterscheidung zwischen vergangenheitsbezogenen (1-4) und gegenwartsbezogenen Komponenten (5-8) der Geschichtsvermittlung, die rezipientenseitig als vergangenheits- oder gegenwartsbezogener Wirkungoutput medial gestützter Geschichtsaeneignung messbar sind. Gerade die kategoriale Unterscheidung erlaubt es, die Interdependenzen zwischen Deutung der Vergangenheit und Deutung der Gegenwart inklusive zukunftsgerichteter Schlussfolgerungen empirisch konkret zu untersuchen.

Wir gehen davon aus, dass der *Wissenstransfer* (Dimension 1), der auf Seiten der Rezipienten als Selektion von „Fakten“ aus dem Kommunikat in Erscheinung tritt, als Teil der Erkenntnisgewinnung die *Deutung von Geschichtsereignissen* im Sinne von D2 (BotschaftsSelektion/-deduktion) und D3 (Modifikation von Deutungsmustern) beeinflusst. Insbesondere Kausalattributionen und moralisch-ethische Bewertungen (welche Ursachen sind entscheidend? Wer ist verantwortlich?) hängen davon ab, welche „Fakten“ dem Urteilenden gerade mitgeteilt wurden, wobei das Kommunikat durch explizierte Deutungsrahmen, sog. „Frames“ (Entman, 2004; Scheufele, 2006; Seethaler & Meliscek, 2011) und geschickte Kontextuierungen die Deutungsweisen des Publikums zusätzlich steuert und dadurch auch auf die Selektion der als relevant erachteten „Fakten“ rückbezüglich Einfluss nimmt (Iyengar, Peters & Kinder, 1982). Dennoch stellt der Wissenstransfer eine eigenständige Variable der Geschichtsvermittlung dar, die sich analytisch von elaborativen Deutungsleistungen unterscheidet und unterschieden werden muss, um die vermuteten

Interaktionen mit den anderen Dimensionen untersuchen zu können. Während sich die themenbezogenen Botschaften (D2) in einem logischen Rahmen bzw. semantischen Nahfeld zu den expliziten Kommunikat-Aussagen bewegen und durch einfache selektive oder elaborative Schritte der Informationsverarbeitung bei der Rezeption gewonnen werden können, setzt die Veränderung von Deutungsmustern eine höherwertige Interaktion zwischen dem themenbezogenen Vorwissen und den Kommunikat-Aussagen voraus. D1 und D2 sind eindeutig und ausschließlich dem „expliziten Gedächtnis“ zugeordnet, das durch bewusste Erinnerungsakte erreichbar ist. D3 ist ebenfalls im *expliziten Gedächtnis* verankert, ragt aber teilweise ins „implizite Gedächtnis“ hinein, wenn Veränderungen der Deutungsmuster via „Priming“ angebahnt, aber nicht (sofort) bewusst zugänglich sind. Das durch das Kommunikat vermittelte Faktenwissen spielt dabei die Rolle eines Katalysators für Deutungsvarianten, die sich mehr oder weniger leicht der neuen Faktenlage anpassen.

Des Weiteren regt medial präsentiertes Faktenwissen – ebenfalls vergangenheitsbezogen – die Bildung von Geschichtsbewusstsein (D4) an, indem weitere Bemühungen der Informationssuche zum fraglichen historischen Thema ausgelöst werden und zugleich ein Anreiz zur verallgemeinerten Geschichtsbildabstraktion entsteht (was bedeutet Geschichte im Allgemeinen? Welche Bedeutung hat die Geschichtsaneignung generell?). Umgekehrt kann ein Deutungsangebot bezüglich des spezifischen historischen Themas oder einer allgemeinen Sicht von Geschichte selektiv auf den Wissenstransfer zurückwirken. Mit Rückkopplungsprozessen und Wechselwirkungen muss zwischen sämtlichen Einzeldimensionen gerechnet werden, die sich aufgrund der dimensionalen Differenzierung im MuG genau nachvollziehen lassen. D4 ist zugleich auch die erste Ebene der Geschichtsvermittlung, auf der sich *kollektive Identitätsstrukturen* bilden, insofern nämlich, als sich Fragen des Woher und des Wies beantworten lassen: Woher kommen wir? Wie sind wir zu dem geworden, was wir sind? Historische Identitätszuschreibungen bieten vielfältige Anknüpfungspunkte für politische Wir-Konstruktionen der Gegenwart.

Am Übergang zwischen vergangenheits- und gegenwartsbezogener Geschichtsaneignung entfalten sich auf den Dimensionen D1 bis D4 einzeln und/oder im Verbund Einflüsse auf aktu-

elle Situationsdefinitionen, Wertüberzeugungen und Handlungsabsichten, die z.B. das *kollektive Gefahrenbewusstsein* (D5) und mit der Vergangenheit verknüpfte *politische Einstellungen* (D6) betreffen. Theoretisch begründbar ist die Fokussierung auf Risikowahrnehmung und politische Einstellungsbildung damit, dass sich kollektives Gedächtnis und gesellschaftliches Bewusstsein an selbst oder durch frühere Generationen erlebten Gefährdungen und Traumata orientiert (Gries & Ahbe, 2006). Die in einer Generation präsenten Traumata wiederum strukturieren zentrale politische Grundüberzeugungen vor, die kollektive Interessen, Ansichten und Handlungsweisen bündeln. Im Falle des Zweiten Weltkriegs und Holocausts erscheint die Annahme plausibel, dass Medienkommunikate zu diesem Thema die Legitimität des Staates Israels bekräftigen oder verändern können. Auf den Dimensionen D5 und D6 konkretisiert sich im Übrigen die *kollektive Identität* gegenwartsbezogen, deren Grundelemente sich auf D4 in Bezug auf vergangene Ereignisse bilden. Gefahrenbewusstsein schafft nach der Theorie der sozialen Identität von Tajfel und Turner (1986) die emotionale Basis für Wir-Konstruktionen in Abgrenzung zu Anderen. In politischen Einstellungen manifestiert sich die potenzielle Handlungsermächtigung des Kollektivs, auch und gerade wenn es um Konflikt-Themen geht.

„Identität“ ist im MuG-Modell somit dreigliedrig:

1. vergangenheitsbezogene Identitätskonstruktionen des kollektiven Gewordenseins,
2. im gegenwärtigen Gefahrenbewusstsein synthetisierte vergangenheits- und gegenwartsbezogene Selbstdeutung als Teil eines Kollektivs in Abgrenzung zu den Anderen und
3. in politischen Einstellungen manifestierte Synthese von historischem und aktuellem Gesellschaftsbewusstsein mit der Option zum politischen Handeln.

Die vergangenheitsbezogenen Identitätskomponenten (1.) können direkt abgefragt, bzw. sie können an expliziten kollektiven Indexierungen in den Medienkommunikaten festgemacht werden. Im Unterschied dazu lassen sich die gefahren- und politikbezogenen Identitätskomponenten (2., 3.) nur indirekt anhand der Veränderung von korrespondierenden Einstellungskomplexen nach gegenüber vor der Medienrezeption ermitteln;

bzw. sie können nur im Rahmen aufwändiger inhaltsanalytischer Längsschnittstudien festgestellt werden. Wahlweise erlaubt das MuG-Modell die Operationalisierung und Analyse einzelner Identitätskomponenten wie auch ihre ganzheitliche Betrachtung innerhalb der Dynamik der Geschichtsvermittlung. Letzterem dient die prä- und postrezeptive Messung kollektiver Identitäten, die über die internen MuG-Dimensionen hinaus in ihrer nationalen, europäischen und/oder sozialen Ausformungsvariante erfasst werden (siehe Abb.1, Grimm, Schmidt & Seethaler, 2011).

*Lebensweltliche Projektionen*⁴ von Geschichte (D7) stellen im MuG-Modell einen Sonderfall dar, da die vergangenheitsbezogene Rekonstruktion kollektiv relevanter Ereignisse, die den Ausgangspunkt jedweder historischer Referenzen bildet und einen prinzipiell offenen Zeithorizont impliziert, in einen individualisierten lebensweltlichen Zusammenhang gestellt wird. Damit ist eine Verengung des Zeithorizonts historischer Ereignisse auf biographische Lebensspannen verbunden; zugleich wird die Geschichtsvermittlung für eine Vielzahl individueller Aneignungsoptionen geöffnet und damit der Zugang zu historischen Stoffen erleichtert.⁵ Viele Geschichtsstoffe (insbesondere im Bereich fiktionaler Spielfilme) behandeln die Historie als eine Hintergrundfolie für allgemein menschliche Dramen wie Liebe, Konflikt, Familie, Tod und Versöhnung. Diese Themen stellen in unserem Alltag einen ständig präsenten (und durch Medien bedienten) allgemeinen Bezugsrahmen dar, welcher für die Orientierung in der sozialen Realität wesentlich ist. Gerade bei Jugendlichen sind lebensweltlich zentrierte Aneignungsformen medialer Bedeutungsangebote hoch ausgeprägt. Ein Problem lebensweltlicher Geschichtsaneignung besteht nun darin, dass sie zum Einfallstor für potenziell ahistorische Geschichtsbetrachtungen werden kann und zur Vernachlässigung spezifischer historischer Kontexte verführt. Andererseits können lebenswelt-

liche Bezüge das Interesse an Geschichtsthemen forcieren und jugendliche und erwachsene Medienrezipienten ermuntern, aus der Geschichtsbeschäftigung Lehren in einer tendenziell transnationalen, kosmopolitischen Weise zu ziehen. Im Modell wird daher danach gefragt, wie genau die Rekonstruktion von Vergangenheit und die lebensweltliche Orientierungsleistung interagieren, sei es motivationssteigernd oder ablenkend für sozial erwünschte Formen der Beschäftigung mit Geschichte.

Humanitätsvermittlung durch geschichtsthematisierende Fernsehsendungen (D8) ist wie TV-Geschichtsvermittlung generell zweiseitig an Qualitäten medialer Präsentation und rezeptiver Aneignung gebunden. Sie „emergiert“ im Kommunikationsprozess, indem humanitäre Werte erlebbar werden (Joas, 1999), und kann nicht direkt vom Kommunikator implementiert werden. Mit *lebensweltlichen Projektionen* ist die Humanitätsdimension in dem Maße gekoppelt, in dem sie als biographisch erworbene Wertorientierung im Alltagsleben verankert wird und über systemische Sicherungen (z.B. Demokratie) und politische Strukturen (wie Transparenz und Rechtsstaatlichkeit) hinaus auf der Subjektseite Zivilisationsbrüche zusätzlich erschwert. Lebensweltliche und humanitätsorientierte Geschichtsaneignung sind auch insofern strukturähnlich, als beide abstrakte Idealisierungen historischer Ereignisse und Deutungen beinhalten, die potenziell (freilich nicht notwendigerweise) konvergieren. Während die Aneignung von Geschichte für den Alltag „lebensweltliche Idealisierungen“ (Schütz & Luckmann, 1979; 1984) im Rahmen individueller Routinen (z.B. „Es-geht-immer-weiter“, „Ich-kann-immer-wieder“) bestätigt oder modifiziert, um die Alltagsbewältigung des Individuums zu verbessern und seine Überlebensfähigkeit in der sozialen Mitwelt zu erhöhen, ist die Steigerung der Humanität letztes kollektives Ziel der Beschäftigung mit Geschichte überhaupt, die

Im Modell wird danach gefragt, wie genau die Rekonstruktion von Vergangenheit und die lebensweltliche Orientierungsleistung interagieren, sei es motivationssteigernd oder ablenkend für sozial erwünschte Formen der Beschäftigung mit Geschichte.

⁴ Der Begriff Lebenswelt wird verwendet nach Schütz & Luckmann (1979; 1984); zur kommunikationstheoretischen Anwendung des Konzepts „alltägliche Lebenswelt“, vgl. Bakardjieva 2005.

⁵ Zum Verhältnis individueller und kollektiver Erinnerung vgl. Ricoeur 2004; 2009. Zum Umgang mit Geschichtsbildern im Alltag siehe Gries, Ilgen & Schindelbeck, 1989.

sich über das Stadium nationalistisch verengter und primär konfliktueller Betrachtungen hinausentwickelt und eine generalisierte „Lehre aus der Geschichte“ formuliert. Gerade in der transnationalen Weitung historischer Perspektiven liegt die Chance, Traumata, Kriege und destruktive Konflikte der Vergangenheit produktiv zur Steigerung der Zivilisationsfähigkeit (Elias 1989; 1939) zu nutzen, die auf kollektiver Ebene reproduziert, was das Individuum in seiner Alltagswelt an Harmonie und sozialer Integration benötigt und ersehnt. Zugegebenermaßen liegt der Beachtung der *Humanitätsdimension* bei der Geschichtsvermittlung eine Wertorientierung unseres Ansatzes zugrunde, die wir aber nicht normativ-deklaratorisch, sondern empirisch-analytisch auf Fernsehsendungen anwenden. Keineswegs ist damit eine generalisierte Funktionszuschreibung der Humanitätssteigerung jedweder TV-Geschichtsvermittlung präjudiziert, wohl aber eine kritische Benchmark definiert, anhand derer beurteilt werden kann, inwieweit einzelne Medienkommunikate den Humanitätsanspruch graduell erfüllen oder aber vollständig verfehlen.

Humanitätsvermittlung ist im MuG-Modell in vier Unterdimensionen gegliedert: (1) *Vorurteilsreduktion* im Sinne des Abbaus „Gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit“ (GMF)⁶ und (2) *Aggressionskontrolle*, die sich im Abbau von reaktiver Aggression und Gewaltlegitimation sowie in der Präferenz für kompromissorientiertes Konfliktmanagement manifestiert.⁷

Vorurteilsreduktion und Aggressionskontrolle repräsentieren die hemmenden Momente gegenüber anti-humanitären Zivilisationsbrüchen, indem sie als psychosoziale Struktur (individuell als Wert und institutionell als pädagogische Zielvariable verankert) möglichen Ausfällen gegen Minderheiten entgegenwirken und gewalttätige Formen der Konfliktaustragung zu erschweren oder einzuhegen gestatten. In Erweiterung dieser defensiven Varianten der Humanitätsvermittlung entsprechen (3) *Communitas-Fähigkeit* und (4) *politische Humanitas* (individuellen und strukturellen) Dispositionen, welche die Absicht im Individuum stärken, gesellschaftliche Zustände

(relativer) Humanität durch aktives Handeln zu stabilisieren, auszubauen oder zukünftig zu realisieren. *Communitas-Fähigkeit* wird definiert als Disposition zur transnationalen und transeθνischen Vergemeinschaftung mit den Komponenten „feiernde –“, „helfende –“ und „heroische Communitas“ jeweils inkludierend Fremde. Das *Communitas*-Konzept ist angelehnt an Victor Turners Ritual-Theorie „liminaler Zustände“ (Turner 2005), welche begrenzte Gruppen-Identitäten innerhalb der sozialen Struktur in den Raum des allgemein Menschlichen weiten. Bei Turner geht es um die Fundierung sozialer Hierarchien in einem basalen Konzept zwischenmenschlicher Egalität und Zusammengehörigkeit, deren grundlegende soziale Funktion die Herstellung und Aufrechterhaltung von Binnenkohärenz in der sozialen Gruppe ist. Im MuG-Modell fokussiert der *Communitas*-Aspekt hingegen die Einbeziehung des Anderen (Habermas 1999) in das primäre Wir-Konstrukt und damit die Anschlussfähigkeit der sozialen Gruppe (z.B. der Nation) an externe Gruppenkontexte. Die *Politische Humanitas* wird definiert als Tendenz zu kosmopolitischen Problemlösungsmodellen und umfasst drei Subdimensionen: (1) Bereitschaft zur humanitären Nothilfe unabhängig von geographischer und kultureller Nähe, (2) Engagement für politisch Verfolgte im eigenen Land und weltweit und (3) Einsatz für universelle Menschenrechte. Das Konzept *politische Humanitas* greift Elemente des kantischen Kosmopolitismus und der griechischen Tragödientheorie auf, wie sie in Nussbaums Ansatz des Kosmopolitismus (Nussbaum 1997, 2001) zusammengeführt werden, und verknüpft sie mit Elementen der „open-mindedness“, die z.B. William Hare (2009) und Chris Higgins (2009) auf der Basis sokratischer Weisheitslehre entwickeln. Als Besonderheit enthält das Konzept der *politischen Humanitas* operational messbare Indikatoren, die im *politischen Einsatz für bedrohte Fremde* innerhalb der eigenen Nahgruppe sowie im *Einsatz für universelle Menschenrechte* bestehen. Auf diese Weise lassen sich historische Erinnerungskulturen einerseits mit Trauma-Verarbeitung vergangener Zivilisationsbrüche und andererseits mit einer prospektiven

⁶ Das Konzept zur „Gruppenbezogenen Menschenfeindlichkeit“ (GMF) ist ein im gleichnamigen DFG-Forschungsprojekt (Leitung: Wilhelm Heitmeyer) entwickeltes Erhebungsinstrument zur Messung der generellen und spezifischen Vorurteilhaftigkeit (siehe Zick et al., 2008), das auch im

Wiener Projekt „Medien, Patriotismus, Integration“ zur Anwendung kam (Grimm, Schmidt & Seethaler 2011).

⁷ Zur Messung reaktiver Aggression siehe Fahrenberg, Hampel & Selg (1994). Ein einsetzbarer Test zum Konfliktverhalten findet sich bei Grimm (1999, 2006).

Steigerung universeller Humanität in Verbindung bringen und innerhalb eines einheitlichen Modells der Geschichtsvermittlung darstellen.

Allerdings kann es bei der *humanitätsorientierten* ähnlich wie bei der *lebensweltlichen Geschichtsaneignung* im abstraktiven Überschwang durchaus auch zu historischen Verkürzungen (Missachtung des zeitlichen Abstands, Vernachlässigung der konkreten Zeitumstände, Erinnerungsfehler etc.) kommen, die sich im MuG-Modell als Defizite des Wissenstransfers und der Erkenntnisgewinnung (z.B. durch die Inauguration problematischer historischer Deutungsmuster) zeigen. Eine einseitig auf maximalen Humanitätseffekt ausgerichtete Geschichtsvermittlung ist daher nicht wünschenswert, wenn sie die kritische Reflexion auf die historischen „Fakten“ und das Hinterfragen der Übertragbarkeit von Zusammenhängen der Vergangenheit auf die Gegenwart verhindert. Das MuG-Modell gibt die Möglichkeit, die Balance zwischen den Dimensionen der Geschichtsvermittlung anhand einzelner Kommunikate genau zu prüfen.

Diskussion

Zusammenfassend lässt sich das MuG-Modell dahingehend charakterisieren, dass es den Prozess der Geschichtsvermittlung dynamisch und multidimensional abbildet und die Analyse des Erinnerns im expliziten Gedächtnis mit der Aktualisierung impliziter Erinnerungsgehalte für gegenwärtige Handlungszusammenhänge kombiniert. Zwar enthält der zu analysierende Kommunikat-Korpus ausschließlich explizite Geschichtsthematisierungen, deren Wirkungen jedoch im Hinblick auf das explizite und implizite Gedächtnis der Rezipienten getestet werden. Als explizite Geschichtsthematisierung gelten Kommunikate dann, wenn sie ein „abgeschlossenes“ Ereignis der Vergangenheit im zentralen Fokus behandeln, das in einer *zeitlichen Entfernung* einerseits und einer *thematischen Beziehung* andererseits zu „gegenwärtigen“, d.h. aktuell laufenden gesellschaftlichen und politischen Prozessen betrachtet werden kann. Ausgeschlossen sind somit aktuelle und unabgeschlossene zeitgeschichtliche Berichte

(z.B. zum „arabischen Frühling“) in Fernsehnachrichten und -Dokumentationen. Es geht also im MuG-Modell um die umfassenden Gedächtniswirkungen der *expliziten TV-Erinnerungskultur*, die den medialen Input der Geschichtsvermittlung und zugleich den Horizont für reflexive Rückkopplungen aus den Medienwirkungsuntersuchungen in kommunikationspraktische Anwendungsfelder (Journalismus, Geschichtsdidaktik, Medienpädagogik) bildet. Alle Dimensionen der Geschichtsvermittlung werden im Übrigen mit nationalen und transnationalen Identitätsfragen in einen systematischen Zusammenhang gebracht, wobei wir annehmen (was zu prüfen ist), dass transnationale Identitätsbildungen ebenso wie bestimmte Formen patriotischer Geschichtsbetrachtungen der Humanitätsvermittlung förderlich sind. Ebenso

plausibel ist die Hypothese, dass nationalistisch verengte Formen der Geschichtsaneignung (Patriotismus ohne kosmopolitische Komponente) die Entfaltung von Humanität erschweren.

Gerade Zweiter Weltkrieg und Holocaust, welche in Europa, den USA und Israel einen großen Anteil mediatisierter Geschichtsthematisierungen ausmachen (vgl. Dayan & Katz,

1992; Dörfler, 1997; Wende, 2002; Corel, 2009; Zelizer, 1998; 2001; Rosenstone, 2006; Keilbach 2010), könnten als prospektive Geschichtsaneignung einen Beitrag zur Verhinderung zukünftiger Zivilisationsbrüche leisten, indem sie bei den Rezipienten Humanitätseinstellungen stützen, sei es durch Vorurteilsreduktion und Aggressionskontrolle, sei es, indem sie Communitas-Fähigkeiten und politische Humanitas fördern.

Dalia Gavriely-Nuri und Einat Lachover (2012) finden in israelischen Zeitungen bei der Analyse von Nachrufen auf Verstorbene Hinweise auf einen „cosmopolitan turn in collective memory construction“ (Gavriely-Nuri & Lachover, 2012), der durch die Transnationalisierung medialer Kommunikationsprozesse angeregt wird und die Akzeptanz friedensstiftender Meinungen stütze. Ähnlich argumentieren Levy und Sznajder (2002; 2006) bezüglich der israelischen Holocaust-Er-

Es geht also im MuG-Modell um die umfassenden Gedächtniswirkungen der *expliziten TV-Erinnerungskultur*, die den medialen Input der Geschichtsvermittlung und zugleich den Horizont für reflexive Rückkopplungen aus den Medienwirkungsuntersuchungen in kommunikationspraktische Anwendungsfelder (Journalismus, Geschichtsdidaktik, Medienpädagogik) bildet.

innerungskultur, die immer stärker kosmopolitische und immer weniger nationalistische Züge trage bzw. tragen sollte (vgl. dazu auch Alexander, 2002). Skeptischer ist diesbezüglich Avraham Burg (2009): er empfiehlt Israel eine Totalabkehr von der Holocaust-Erinnerung, als deren politischen „Gefangenen“ er das Land sieht mit z.T. fatalen Konsequenzen für den israelisch-palästinensischen Konflikt. Moshe Zuckermann (2004; 1998) hat bereits in den 90er Jahren die unterschiedlichen Holocaust-Erinnerungskulturen in Israel und Deutschland untersucht und auf beiden Seiten „ideologische“ Instrumentalisierungen festgestellt, die eine wahrhaftige, kosmopolitische Erinnerung erschweren (vgl. für die deutsche Holocaust-Erinnerungskultur die Untersuchung von Silbermann & Stoffers, 2000).

Die Differenzen in der Beurteilung israelischer und europäischer Holocaust-Erinnerungskulturen sind eklatant. Auch wenn der Zusammenhang zwischen kosmopolitischer Identitätsausprägung und potenziellem Humanitätsgewinn im Prinzip unstrittig ist, bleibt für Israel ebenso wie für Deutschland und Österreich völlig unklar, ob und inwieweit die Thematisierung des Holocaust in den Medien de facto die Humanitätsvermittlung befördert und in welchem Maße ideologisierte Verkürzungen und andere dysfunktionale Formen der Geschichtsvermittlung interferieren. So könnte die exzessive Präsentation von Opferbildern im Zusammenhang des Holocaust auch Abwehr- oder Überdrussreaktionen oder sogar aggressive Reaktionen (in Israel ebenso wie in Deutschland und Österreich) hervorrufen, die Communities-Einstellungen und kosmopolitische Humanitas-Überzeugungen beeinträchtigen und die Geschichtsvermittlung in diesem Themenfeld längerfristig belasten.

Ziel des Projektes ist es daher, empirisch zu prüfen, welche Gestaltungsfaktoren einen Humanitätseffekt begünstigen und welche Rahmenbedingungen (national, kulturell, sozial) gegeben sein müssen, damit eine humanitätsförderliche Geschichtsvermittlung gelingt.

Das MuG-Modell ist konzipiert als heuristische Konstruktion, die der empirischen Analyse messbare Dimensionen vorgibt und es ermöglicht, operationale Indikatoren zu entwickeln. Das Modell ist nicht normativ, sondern auf die empirisch-kritische Analyse geschichtsthematisierender Medienkommunikate im Prozess der Geschichtsvermittlung ausgerichtet. Dies ermöglicht, differenzierte Wirkungsbefunde auf den

acht Dimensionen (z.B. hoher Wissenstransfer, aber geringer Humanitätsgewinn) als Stärken-Schwächen-Profil eines Medienkommunikats zu interpretieren und für die Optimierung ähnlicher Kommunikate zu nutzen. Insofern eignet dem Modell auch eine kommunikationspraktische Qualität, woraus Anleitungen zur verbesserten Geschichtsvermittlung resultieren.

Fazit und Ausblick

Medien sind, wenn sie über historische Ereignisse berichten, Identitätsstifter; und sie nehmen dabei Einfluss auf die politische Kommunikation. Gewissermaßen machen sie auch Geschichte, indem sie in spezifischer Weise an historische Ereignisse erinnern (oder Erinnerung verweigern) und geschichtsträchtige Entwicklungen in der Gesellschaft positiv oder kritisch begleiten. Zuweilen haben auch Versäumnisse kritischer Medieneinlassungen katastrophale historische Folgen für Staat, Gesellschaft und internationale Staatengemeinschaft, wenn aufstrebende revolutionäre oder faschistische Bewegungen zwar nicht offen unterstützt, so doch ineffizient kritisiert werden (siehe Melischek & Seethaler 2004) – wie das etwa im präfaschistischen Deutschland (u.a. durch Verweise auf den Versailler Vertrag) mit der Hitlerbewegung geschah.

Zum verantwortlichen Umgang der Medien mit der Geschichte gehört ein Wissen, das am Maßstab erzielter und erzielbarer Rezeptionseffekte Kommunikate nach ihrer Leistungsfähigkeit klassifiziert. Dazu dient das hier vorgestellte MuG-Modell, das es gestattet, die *Qualität der Kommunikate* im Hinblick auf die *rezeptive Beteiligung* eines Zielpublikums (soziale Gruppe, Generation, nationale oder internationale Gemeinschaft) und die zu erwartenden Resultate der Geschichtsvermittlung bezüglich *historischem Wissen* und *historischen Deutungsmustern* einerseits und *gegenwartsbezogenen Effekten der Erinnerung* im aktuellen Gefahrenbewusstsein und politischen Einstellungsspektrum andererseits differenziert zu beurteilen. Wenn durch Akte medialer Geschichtsthematisierung in einzelnen Vermittlungskontexten zusätzlich ein Humanitätsgewinn erzielt wird und über die nationale Identitätsbildung hinaus kosmopolitische Perspektivwechsel eingeübt werden, dann hat das Medienkommunikat im betrachteten *kommunikativen Feld* das Optimum seiner Leistungsfähigkeit nach MuG-Kriterien erreicht.

Erste Anwendungen des Modells in Medienwirkungsuntersuchungen zur Holocaust-Dokumentation *Nacht und Nebel* (Regie: Alain Resnais, 1955)⁸ zeigen, dass der eminente Zivilisationsbruch der Judenverfolgung und -vernichtung während des Zweiten Weltkriegs heute in einem geeigneten kommunikativen Setting durchaus einen Beitrag zur Sicherung von Humanität leisten kann (Grimm, 2011; Grimm & Grill, 2011; Grimm & Grill, 2012). Im Hinblick auf die Relation zwischen rezeptiver Beteiligung und Persuasion wird die Unterscheidung der Beteiligungsformen bestätigt: Gestaltungsmittel wie der Einsatz von Zeitzeugen erzielen sehr unterschiedliche Wirkungen auf *Narrative Engagement*, *Involvement* und *Identifikation*. Und auch die Divergenzen bezüglich persuasiver Effekte sind teilweise kapital. So war der Einsatz von Zeitzeugen in der „Nacht-und-Nebel“-Dokumentation für das *Narrative Engagement* österreichischer und deutscher Rezipienten hinderlich. Diese wurden durch das Gestaltungsmittel *weniger in die Geschichte hineingezogen* als in der Variante ohne Zeitzeugen. Hingegen haben die Zeitzeugen das *Involvement* der TestzuschauerInnen erhöht, die bei der Rezeption gleichsam in einer Pendelbewegung zwischen Vergangenheit und eigenem Gegenwartsbezug oszillierten. Hieraus ergeben sich weit reichende Konsequenzen für die Planung zielgenauer und zielgruppenspezifischer Geschichtsvermittlung. Um ein eher uninteressiertes Publikum anzusprechen scheinen Zeitzeugen weniger geeignet zu sein als in einem *kommunikativen Feld* mit komplexen Vermittlungsintentionen des Kommunikators und hoher Sach- und Medienkompetenz des Publikums.

Das „Nacht&Nebel-Experiment“ wurde mittlerweile in vier Ländern durchgeführt: Österreich, Deutschland, Israel und Russland (mit insgesamt über 1200 TestseherInnen). Geplant sind Paralleluntersuchungen in Polen, in der Türkei und in Großbritannien. Im internationalen Vergleich lassen sich die Konvergenzen und Divergenzen der europäischen Erinnerungskultur (Leggewie, 2011) anhand von Medienrezeptionsdaten genau einschätzen. Beispielsweise weicht die rezeptive Beteiligung an der Holocaust-Dokumentation in Israel unter Bedingungen des Zeitzeugen-Einsatzes von den Befunden mit deutschen und österreichischen Rezipienten ab. In dem Land, dessen staatliche Existenz durch die Tragödie des Holo-

causts zusätzlich begründet werden kann und das die Erinnerung an den Holocaust staatlicherseits pflegt, haben die Zeitzeugen die Bereitschaft israelischer TestseherInnen, sich auf die Geschichte einzulassen, massiv erhöht. Zugleich stieg das Involvement des Publikums an. Hieraus folgt, dass *Narrative Engagement* und *Involvement* divergieren, aber in Abhängigkeit vom kommunikativen Feld auch konvergieren können. Dies muss in der Theorie persuasiver Kommunikation zukünftig beachtet werden, die aufgrund empirischer Evidenzen diverse rezeptive Beteiligungsformen strikt unterscheiden und dabei die Rückbindung persuasiver Effekte an kommunikative Felder beachten sollte.

Medienwirkungsanalysen sind dann aussagekräftig, wenn sie a) mehrere Messzeitpunkte umfassen, b) der Kommunikationsstimulus systematisch variiert wird, c) die Situation während eines Experiments stabil ist, und d) zwischen den Experimenten die Situationseinflüsse selbst einer Variation unterliegen (vgl. Grimm, 2008). Eine hinreichende Erkenntnissicherheit ist in diesem Forschungsbereich nur zu erlangen, wenn die kausallogische Interpretation der Effekte eindeutig auf die medialen Kommunikate zurückgeführt werden kann. Das Projekt „TV-Geschichtsvermittlung“ verfolgt daher eine international vergleichende Perspektive, in der Experimente mit mehreren Messzeitpunkten unter kontrollierten Rahmenbedingungen mit klar definierten Zielpublika durchgeführt werden. Aufgrund der länderübergreifenden Analyse-Perspektive wird der ansonsten im geschichts- wie kommunikationswissenschaftlichen Kontext dominierende „methodologische Nationalismus“ (Amelina et al., 2012) überwunden, bei dem die empirische Analyse auf die Nahumgebung beschränkt wird und spätestens an den Landesgrenzen endet. Der „methodologische Nationalismus“ birgt die Gefahr, Erkenntnisse aus einer Region ungerechtfertigterweise zu verallgemeinern und die Besonderheiten des eigenen Landes aufgrund der Ununterscheidbarkeit von allgemeinen und national spezifischen Trends zu verfehlen.

Freilich bieten auch international vergleichende Medienwirkungsexperimente keine absolute Erkenntnissicherheit. Sie werden deshalb im Projektzusammenhang mit Feldstudien und inhaltsanalytischen Untersuchungen kombiniert. Bei Panel-Untersuchungen können die entwickelten

⁸ Zum Film *Nacht und Nebel* und seiner Produktions- und Rezeptionsgeschichte, vgl. Lindeperg (2008).

Erhebungsinstrumente zum MuG-Modell ohne weiteres übernommen werden, um Resultate aus der Laborforschung unter realen gesellschaftlichen Bedingungen zu überprüfen. Auch die avisierte Analyse der TV-Programmangebote mit Geschichtsthemen in Österreich und Deutschland wird sich an den acht Dimensionen der Geschichtsvermittlung orientieren. Bei der Konstruktion des Kategoriensystems wird es darum gehen, geeignete Indikatoren für Wissensangebote, historische Deutungsmuster und Referenzpunkte für den Gegenwartsbezug zu definieren.

Der höchste Grad an Plausibilität der Ergebnisse wird erzielt, wenn die Befunde der Inhaltsanalyse mit den Befunden aus experimentellen Wirkungsuntersuchungen und Feldstudien verknüpft und zu kohärenten, mehrfach abgesicherte Erkenntnissen verdichtet werden. Auf diese Weise, so hoffen wir, lässt sich für die Kommunikationswissenschaft ein neues Forschungsfeld zur medialen Geschichtsvermittlung begründen, von dem über den Wissenschaftsbereich hinaus auch die Kultivierung nationaler und transnationaler Erinnerungspraxen profitieren könnte.

Informationen zum Projekt:

Das Projekt „TV-Geschichtsvermittlung im transnationalen Raum“ stellt eine interdisziplinäre Kooperation von Historikern und Kommunikationswissenschaftlern dar, die in international vergleichender Perspektive die mediale Repräsentation des Nationalsozialismus (NS) und Zweiten Weltkriegs (2.WK) einschließlich gesetzlicher und ökonomischer Rahmenbedingungen sowie die Nutzung und die Wirkung thematisch korrespondierender Fernsehprogramme in Europa untersuchen. Wir gehen davon aus, dass grenzüberschreitende Medienkommunikationen zum Thema NS/2.WK einerseits zur kosmopolitischen Weitung nationaler Perspektiven beitragen können und andererseits nationale Formen der Geschichtsaneignung mit beinhalten, die nicht vollständig supranational aufgelöst werden können und sollen. Ein Spannungsverhältnis zwischen nationaler Besonderheit und transnationaler Anschlussfähigkeit kennzeichnet in besonderer Weise den deutschsprachigen Raum in Mitteleuropa, der die nationalen und europäischen Identitätsanteile nach 1945 völlig neu justieren musste. Seit 1989 befinden sich auch osteuropäische Länder in einem dynamischen Prozess der Neuausrichtung und Anpassung ihrer nationalen Identität an veränderte globale Bedingungen. Die europäische Integration wird dabei zum Bezugspunkt für konvergente und divergente Identitätskonzepte, die sich in einer je typischen Mischung national spezifischer und transnationaler Erinnerungselemente manifestieren.

- Das Projekt fokussiert in einer ersten Stufe die TV-Geschichtsvermittlung in *Österreich und Deutschland*, die in partiell unterschiedlichen Rollen in Bezug auf den Zivilisationsbruch durch den Nationalsozialismus beteiligt waren.

- In einer zweiten Stufe wird die Untersuchung auf *osteuropäische Länder* ausgedehnt, die wie z.B. Tschechien, die Slowakei, Polen, Ungarn, Russland und die Türkei nach dem Ende des „Kalten Kriegs“ in unterschiedlicher Weise in den Prozess der europäischen Integration einbezogen sind.
- Die dritte Stufe umfasst *westeuropäische Länder*, die wie Frankreich und England zu den Siegermächten des 2. Weltkriegs gehören und die europäische Integration seit 1945 maßgeblich begleiten.

Projektleitung:

Prof. Dr. Jürgen Grimm (Wien, Österreich)

Wiener Projektgruppe:

Prof. Dr. Rainer Gries (Jena, Deutschland; Verantwortlich für den deutschen Teil)

Dr. Josef Seethaler (ÖAW)

Mag. Wolfgang Lamprecht

Mag. Christiane Grill

Mag. Petra Schwarzweller

Sofia Khomenko

Andreas Enzlinger

Kooperationspartner:

Prof. Dr. Peter Vitouch (Wien, Österreich)

Prof. Dr. Katharine Sarikakis (Wien, Österreich)

Prof. Dr. Peter Schmidt (Higher School of Economics, Moskau)

Prof. Dr. Amir Hetsroni (Ariel, Israel)

Prof. Dr. Moshe Zuckermann (Tel Aviv, Israel)

Johannes Dicke (3sat)

Prof. Joachim von Gottberg (Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen, Berlin, Deutschland)

Stadt Wien

Bibliographie:

- Abelson, R. P. (1981). Psychological status of the script concept. In: *American Psychologist*, 36, S. 715-729.
- Addis, D. R., Wong, A. T. & Schacter, D. L. (2007). Remembering the past and imagining the future: common and distinct neural substrates during event construction and elaboration. In: *Neuropsychologia*, 45 (7), S. 1363-1377.
- Ajzen, I. & Sexton, J. (1999). Depth of processing, belief congruence, and attitude-behavior correspondence. In: Chaiken, S., Trope, Y. (Hg.), *Dual process theories in social psychology*. New York, S. 117-140.
- Albarracín, D. & Wyer, R. S., Jr. (2001). Elaborative and nonelaborative processing of a behavior-related communication. In: *Personality and Social Psychology Bulletin*, S. 691-705.
- Altheide, D. L. (2004). Media logic and political communication. In: *Political Communication*, 21 (3), S. 293-296.
- Altheide, D. L. & Snow, R. P. (1979). *Media logic*. Beverly Hills.
- Amelina, A., Nergiz D. D., Faist T., Glick Schiller N. (Hg.) (2012). *Beyond Methodological Nationalism: Research Methodologies for Cross-Border Studies*. New York, London.
- Ashton, P. & Kean, H. (Hg.) (2009). *People and their pasts: public history today*. Palgrave.
- Assmann, A. (2009). *Erinnerungsräume*. Formen und Wandlungen des kulturellen Gedächtnisses, 4., durchgesehene Aufl., zuerst in gebundener Form 1999. München.
- Assmann, J. (2007). *Das kulturelle Gedächtnis*. Schrift, Erinnerung und politische Identität in frühen Hochkulturen, 6. Aufl. (zuerst 1992). München.
- Bakardjieva, M. (2005). *Internet society*. The internet in everyday life. Los Angeles.
- Behringer, M. (2009). *Der Holocaust in Sprechblasen*. Erinnerung im Comic. Diss. Marburg.
- Bilandzic, H. & Busselle, R. W. (2008). Transportation and transportability in the cultivation of genre-consistent attitudes and estimates. In: *Journal of Communication*, 3, S. 508-529.
- Blank, T. & Schmidt, P. (2003). National identity in a united Germany. Patriotism or nationalism? An empirical test with representative data. In: *Political Psychology*, S. 289-312.
- Bösch, F. & Goschler, C. (Hg.) (2009). *Public History*. Öffentliche Darstellungen des Nationalsozialismus jenseits der Geschichtswissenschaft. Frankfurt a.M., New York.
- Brehm, J. W. (1966). *Theory of psychological reactance*. New York.
- Brock, T. C. & Green, M. (Hg.) (2005). *Persuasion*. Psychological insights and perspectives, 2nd edition. Thousand Oaks, London, New Delhi.
- Burg, A. (2009). *Hitler besiegen*. Warum Israel sich endlich vom Holocaust lösen muss. Aus dem Englischen von Ulrike Bischoff. Frankfurt a.M.
- Busselle, R. & Bilandzic, H. (2009). Measuring narrative engagement. In: *Media Psychology*, 12 (4), S. 321-347.
- Chernilo, D. (2007). *A social theory of the nation-state*. The political forms of modernity beyond methodological nationalism. London New York.
- Choi, S. M. & Salmon, C. T. (2003). The Elaboration Likelihood Model of persuasion after two decades. A review of criticisms and contributions. In: *The Kentucky Journal of Communication*, 22 (Spring), S. 47-77.
- Cohen, J. (2001). Defining identification. A theoretical look at the identification of audiences with media characters. In: *Mass Communication & Society*, 4 (3), S. 245-264.
- Cohen, J. (2006). Audience identification with media characters. In: Bryant, J., Vorderer, P. (Hg.), *Psychology of entertainment*. Mahwah, NJ, S. 183-198.

- Collingwood, R. G. (1946; 2005). *The idea of history*. revised edition (with Lectures 1926-1928. Oxford, New York. (Reprint 2005, first 1946).
- Copmann, K. S. P. & P. L. Griffith (1994). Event and story structure recall by children with specific learning disabilities, language impairments, and normally achieving children. In: *Journal of Psycholinguistic Research*, 23 (3), S.231-248.
- Corell, C. (2009). *Der Holocaust als Herausforderung für den Film*. Formen des filmischen Umgangs mit der Shoa seit 1945. Eine Wirkungstypologie. Bielefeld.
- Craik, F. I. M. (2004). Memory: Levels of processing. In: *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, S. 9593-9597.
- Craik, F. I. M. & Tulving, E. (1975). Depth of processing and the retention of words in episodic memory. In: *Journal of Experimental Psychology*, 104, S. 268-294.
- Craik, F. I. M. & Lockhart, R. S. (1972). Levels of processing: a framework for memory research. In: *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*, 11, S. 671-684.
- Dayan, D. & Katz, E. (1992). *Media events*. The live broadcasting of history. Cambridge, Massachusetts, London.
- De Graaf, A., Hoeken, H., Sanders, J., Beentjes, H. (2009). The role of dimensions of narrative engagement in narrative persuasion. In: *Communications*, 34, S. 385-405.
- De Graaf, A., Hoeken H., Sanders J., Beentjes H.(2011). Identification as a mechanism of narrative persuasion. In: *Communication Research*. 22 (1), S. 1-22.
- Dilthey, W. (1981). *Der Aufbau der geschichtlichen Welt in den Geisteswissenschaften*. Frankfurt a.M.
- Dörfler, E. (1997). Schatten des Grauens. Zur Problematik von Filmen über den Holocaust. In: *Medien&Zeit*, 12 (3), S. 22-39.
- Elias, N. (1989). *Über den Prozess der Zivilisation*. Soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen. Bd.1. Wandlungen des Verhaltens in den weltlichen Oberschichten des Abendlandes, 14. Aufl. (zuerst 1939). Frankfurt a.M.
- Entman, R. (2004). *Projections of power*. Framing news, public opinion and U.S. foreign policy. Chicago, London.
- Fahrenberg, J., Hampel, R. & Selg, H. (1994). *Das Freiburger Persönlichkeitsinventar*. FPI; revidierte Fassung FPI-R und teilweise geänderte Fassung FPI-A1. Göttingen.
- Fischer, T. & Wirtz, R. (Hg.) (2008). *Alles authentisch?* Popularisierung der Geschichte im Fernsehen. Konstanz.
- Fisher, W. R. (1989a). Clarifying the narrative paradigm. In: *Communication Monographs*, 56 (1), S. 55-58.
- Fisher, W. R. (1989b). *Human communication as narration*. Toward a philosophy of reason, value, and action. Columbia.
- Früh, W. (1983). Der aktive Rezipient – neu besehen. Zur Konstruktion faktischer Information bei der Zeitungslektüre. In: *Publizistik*, 28 (3), S. 327-342.
- Früh, W. (1994). *Realitätsvermittlung durch Massenmedien*: die permanente Transformation der Wirklichkeit. Opladen.
- Früh, W. & Schönbach, K. (1982). Der dynamisch-transaktionale Ansatz. Ein neues Paradigma der Medienwirkungsforschung. In: *Publizistik*, 27, S. 74-89.
- Frye, N. (1990). *The anatomy of criticism*. Four essays. With a foreword by Harold Bloom, 10th printing (first 1957). Princeton, Oxford.
- Gadamer, H.-G. (1972). *Wahrheit und Methode*. 3.Aufl. – Tübingen.
- Gavrieli-Nuri, D. & Lachover, E. (2012). Reframing the past as a cosmopolitan memory. Obituaries in the Israeli Daily Haaretz. In: *Communication Theory*, 22 (1), S. 48-65.

- Green, M., Jeffrey, C., Strange, J., Brock T. C. (Hg.) (2002). *Narrative impact*. Social and cognitive foundations. Mahwah, New Jersey.
- Green, M. & Brock, T. C. (2002). In the mind's eye. Transportation-imagery model of narrative persuasion. In: Green, M., Jeffrey C., Strange, J., Brock, T. C. (Hg.), *Narrative impact*. Social and cognitive foundations. Mahwah, New Jersey, S. 315-342.
- Gries, R. (2011). Geschichte als Medienevent. In: *tv diskurs*, 58 (4), S. 64-67.
- Gries, R. & Ahbe, T. (2006). Generationengeschichte als Gesellschaftsgeschichte. Theoretische und methodische Überlegungen am Beispiel der DDR. In: Ahbe, T., Gries, R., Schüle, A. (Hg.), *Die DDR aus generationengeschichtlicher Perspektive*. Eine Inventur. Leipzig, S. 475-571.
- Gries, R., Ilgen, V. & Schindelbeck, D. (1989). *Gestylte Geschichte*. Vom alltäglichen Umgang mit Geschichtsbildern. Mit Essays von Hermann Glaser und Michael Salewski. Münster.
- Griffith, P. L., Ripich D. N. & Dastoli, S. L. (1986). Story structure, cohesion, and propositions in story recalls by learning-disabled and nondisabled children. In: *Journal of Psycholinguistic Research*, 15 (6), S. 539-555.
- Grimm, J. (1999). *Fernsehgewalt*. Zuwendungsattraktivität – Erregungsverläufe – sozialer Effekt. Zur Begründung und praktischen Anwendung eines kognitiv-physiologischen Ansatzes der Medienrezeptionsforschung am Beispiel von Gewaltdarstellungen. Opladen, Wiesbaden.
- Grimm, J. (2002). Differentiale der Mediengewalt. Ansätze zur Überwindung der Individualisierungs- und Globalisierungsfalle innerhalb der Medienwirkungsforschung. In: Hausmanning, T., Bohrmann, T. (Hg.), *Mediale Gewalt*. Interdisziplinäre und ethische Perspektiven. München, S. 160-176.
- Grimm, J. (2006). *Super Nannys*. Ein TV-Format und sein Publikum. Konstanz.
- Grimm, J. (2008). Medienwirkungsforschung. In: Sander U., Hugger K.-U., Gross, F. (Hg.), *Handbuch Medienpädagogik*. Wiesbaden, S. 314-327.
- Grimm, J. (2011). Medien als Geschichtsvermittler. Gestaltung und nationale Erfahrung verändern die Verarbeitung. In: *tv diskurs*, 58 (4), S.68-75.
- Grimm, J. & Grill, C. (2011). *Rezeptionsweisen des Holocaust in Österreich und Deutschland*. Ergebnisse eines Wirkungsexperimentes zu „Nacht und Nebel“. Paper zum Workshop „Der Zeitzeuge in den Medien“, Universität Wien 17.6.2011.
- Grimm, J., Schmidt, P. & Seethaler, J. (2011). *Dimensions of national identity and prejudice*. Results of a panel-survey on the influence of the media on concepts of identity and the forming of attitudes, Paper at 1. Forum of Social Sciences „Identity – Diversity – Integration“, Vienna 12.01.2011.
- Grimm, J. & Grill, C. (2012). Wert der Erinnerung. Wirkungen einer Holocaust-Dokumentation in Deutschland, Österreich und Israel. In: *tv diskurs*, 61 (2), S. 76-81.
- Gundermann, C. (2007). *Jenseits von Asterix*: Comics im Geschichtsunterricht. Schwalbach/Ts.
- Günther-Arndt, H. (Hg.) (2003). *Geschichts-Didaktik*. Praxishandbuch für die Sekundarstufe I und II. Berlin.
- Habermas, J. (1999). *Die Einbeziehung des Anderen*. Studien zur politischen Theorie (zuerst 1996). Frankfurt a.M.
- Halbwachs, M. (1985). *Das Gedächtnis und seine sozialen Bedingungen*. (zuerst dt. Luchterhand 1966). Frankfurt a.M. (Zuerst franz. 1925)
- Hall, S. (1999). Kodieren/Enkodieren. In: Bromley, R., Göttlich, U., Winter, C. (Hg.), *Cultural Studies*. Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg, S. 92-112.
- Hare, W. (2009). Socratic open-mindedness. In: *Paideisis*, 18 (1), S. 5-16.
- Higgins, C. (2009). Open-mindedness in three dimensions. In: *Paideisis*, 18 (1), S. 44-59.
- Horkheimer, M. & Adorno, T. W. (1975). *Dialektik der Aufklärung*. 3. Aufl. Frankfurt a.M.
- Horn, S. & Sauer, M. (Hg.) (2009). *Geschichte und Öffentlichkeit*. Orte – Medien – Institutionen. Göttingen.

- Hovland, C. I., Janis, I. L. & Kelley, H. H. (1976). *Communication and Persuasion*. Psychological studies of opinion change, 14th edition (first 1953). London, New Haven.
- Iyengar, S. & Simon, A. (1993). News coverage of the Gulf crisis and public opinion. A study of Agenda Setting, priming, and framing. In: *Communication Research*, 20 (3), S. 365-383.
- Iyengar, S., Peters, M. D. & Kinder D. R. (1982). Experimental demonstration of the »not-so-minimal« consequences of television news programs. In: *American Political Science Review*, 76 (4), S. 848-858.
- Jauß, H. R. (1984). *Ästhetische Erfahrung und literarische Hermeneutik*. Aufl.4 (zuerst, 1982). Frankfurt.
- Joas, H. (1999). *Die Entstehung der Werte*. Frankfurt a.M.
- Jordan, S. (2005). Die Entwicklung einer problematischen Disziplin. Zur Geschichte der Geschichts- didaktik. In: *Zeithistorische Forschungen/Studies in Contemporary History*, Online-Ausgabe, 2 (2005).
- Keilbach, J. (2010). *Geschichtsbilder und Zeitzeugen*. Zur Darstellung des Nationalsozialismus im bundesdeutschen Fernsehen, 2.Aufl. (zuerst 2008). Münster, Hamburg, Berlin, London.
- Kintsch, W. (1988). The use of knowledge in discourse processing: A construction-integration model. In: *Psychological Review*, 95 (2), S. 163-182.
- Kintsch, W. (1998). *Comprehension*. A paradigm for cognition. Cambridge, New York.
- Knowles, E. S. & Linn, J. A. (Hg.) (2004). *Resistance and persuasion*. New York, London.
- Korte, B. & Paletschek, S. (Hg.) (2009). *History Goes Pop*. Zur Repräsentation von Geschichte in populären Medien und Genres. Bielefeld.
- Krotz, F. (2007). *Mediatisierung*: Fallstudien zum Wandel von Kommunikation. Wiesbaden.
- Krugman, H. E. (1965). The impact of television advertisement. Learning without involvement. In: *Public Opinion Quarterly*, 29 (3), S. 349-356.
- Krugman, H. E. (1966). The measurement of advertising involvement. In: *Public Opinion Quarterly*, 30 (4), S. 583-596.
- Krugman, H. E. (1977). Memory without recall. Exposure without perception. In: *Journal of Advertising Research*, 17 (4) (Aug.), S. 7-12.
- Landwehr, N. (1994). *Neue Wege der Wissensvermittlung*. 3. Aufl. Aarau.
- Leggewie, C. (2011). *Der Kampf um die europäische Erinnerung*. Ein Schlachtfeld wird besichtigt. München.
- Lersch, E. & Viehoff, R. (2007). *Geschichte im Fernsehen*. eine Untersuchung zur Entwicklung des Genres und der Gattungsästhetik geschichtlicher Darstellungen im Fernsehen 1995 bis 2003. Berlin.
- Levy, D. & Sznajder, N. (2007). *Erinnerungen im globalen Zeitalter*. Der Holocaust. Frankfurt a.M.
- Liddington, J. (2002). What is Public History? Publics and their pasts, meanings and practices. In: *Oral History*, (spring), S. 83-93.
- Lindeperg, S. (2008). »Nacht und Nebel«. Ein Film in der Geschichte. Übersetzt aus dem Französischen von Stefan Barmann. Berlin.
- Lobsien, E. (1975). *Theorie der literarischen Illusionsbildung*. Stuttgart.
- Maril, A., Simons J. S., Mitchell J. P., Schwartz, B. L., Schacter, D. L. (2003). Feeling-of-knowing in episodic memory: an event-related fMRI study. In: *NeuroImage*, 18 (4), S. 827-836.
- McGuire, W. J. (1999). *Constructing social psychology*. Creative and critical processes. New York.
- Meinecke, F. (1928; 2011): Der Historismus und seine Probleme. Kausalitäten und Werte in der Geschichte (zuerst 1928). In: Stern, F., Osterhammel, J. (Hg.), *Moderne Historiker*. Klassische Texte von Voltaire bis zur Gegenwart. München, S. 269-294.
- Melischek, G. & Seethaler, J. (2004). The Winner Takes It All. Einflussfaktoren der Berichterstattung über die Nationalsozialisten in der Berliner Presse der Weimarer Republik. In: Panagl, O., Wodak, R., (Hg.), *Text und Kontext*. Theoriemodelle und methodische Verfahren im transdisziplinären Vergleich. Würzburg, S. 87-104.

- Mühler, K. & Opp, K. D. (2006). *Region – Nation – Europa*. Die Dynamik regionaler und überregionaler Identifikation. Wiesbaden.
- Nordhielm, C. L. (2002). The influence of level of processing on advertising repetition effects. In: *The Journal of Consumer Research*, 29 (3), S. 371-382.
- Nussbaum, M. C. (1997). Kant and cosmopolitanism. In: Bohman, J., Lutz-Bachmann, M., (Hg.), *Perpetual peace*. Essays on Kant's cosmopolitan ideal. Cambridge, Mass., London, S. 25-57.
- Nussbaum, M. C. (2001). *The fragility of goodness*. Luck ethics in Greek tragedy and philosophy. Revised edition (first 1986). Cambridge, London, New York.
- O'Keefe, D. J. (2002). *Persuasion*. Theory & research, 2nd edition. Thousand Oaks, London.
- Perloff, R. M. (2010). *The dynamics of persuasion*. Communication and attitudes in the 21st Century, 4th edition (first 1993). New York, London.
- Petty, R. E. & Cacioppo, J. T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. In: *Advances in Experimental Social Psychology*, 19, S. 123-205.
- Petty, R. & Wegener, D. T. (1999). The elaboration-likelihood model: Current status und controversies. In: Chaiken, S., Trope, Y. (Hg.), *Dual process theories in social psychology*. New York, S. 41-72.
- Rathkolb, O. (2012). Zeitgeschichtsforschung und Fernsehen. Neue interaktive Kooperationsoptionen. In: ORF (Hg.), *Öffentlich-rechtliche Qualität im Diskurs*. Texte, 8, S. 13-16.
- Ricoeur, P. (2004). *Memory, history, forgetting*. Translated by Kathleen Blamey and David Pellauer. Chicago, London.
- Ricoeur, P. (2007a). *Zeit und Erzählung*. Bd. I: Zeit und historische Erzählung. München.
- Ricoeur, P. (2007b). *Zeit und Erzählung*. Bd. II: Zeit und literarische Erzählung, 2.Aufl. München.
- Ricoeur, P. (1991). *Zeit und Erzählung*. Bd. III: Die erzählte Zeit. München.
- Ricoeur, P. (2009). *Living up to death*. Translated by David Pellauer. Chicago, London.
- Rogers, T. T., Ralph M. A. L., Garrard, P. et al. (2004). Structure and deterioration of semantic memory. A neuropsychological and computational investigation. In: *Psychological Review*, 111 (1), S. 205-235.
- Rosenbaum, R. S., Köhler, S., Schacter, D. L. et al. (2005). The case of K.C.: contributions of a memory-impaired person to memory theory. In: *Neuropsychologia*, 43, S. 989-1021.
- Rosenstone, R. A. (2006). *History on film*. Film on history. Harlow, London, New York.
- Roskos-Ewoldsen, D. R., Roskos-Ewoldsen, B. & Dillman Carpentier, F. (2009). Media priming. An updated synthesis. In: Bryant, J., Oliver, M. B. (Hg.), *Media effects*. Advances in theory and research, 3rd edition. London, New York, S. 74-93.
- Sassen, S. (2006). *Territory, authority, rights*. From Medieval to global assemblage. New York, London, Tokyo.
- Sassen, S. (2009). Die Dialektik von Welt und Nation. In: Blätter für deutsche und internationale Politik (Hg.), *Das Ende des Kasino-Kapitalismus*. Globalisierung und Krise. Berlin, S. 107-116.
- Schacter, D. L. (1987). Implicit memory: history and current status. In: *Journal of Experimental Psychology*, 13 (3), S. 501-518.
- Schank, R. C. & Abelson, R. P. (1977). *Scripts, plans, goals and understanding*. Hillsdale, N.J.
- Schönbach, K. & Früh, W. (1984). Der dynamisch-transaktionale Ansatz II: Konsequenzen. In: *Rundfunk und Fernsehen*, 32, S. 314-329.
- Schütz, A. & Luckmann, T. (1979). *Strukturen der Lebenswelt*. Bd. 1. Frankfurt a.M.
- Schütz, A. & Luckmann, T. (1984). *Strukturen der Lebenswelt*. Bd. 2. Frankfurt a.M.
- Seethaler, J. & Melischek, G. (2011). Integrating salience and interpretation. A constructivist approach to media framing in the post-Cold War era. In: Oppermann, K., Viehig, H. (Hg.), *Issue-salience in international politics*. New York, NY, London, S. 99-117
- Silbermann, A. & Stoffers, M. (2000). *Auschwitz: Nie davon gehört?* Erinnern und Vergessen in Deutschland. Berlin.

- Tajfel, H. & Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In: Worchel, S., Austin, W. G. (Hg.), *The social psychology of intergroup relations*. Chicago, S. 7-24.
- Tan, K.-C. (2004). *Justice without borders*. Cosmopolitanism, nationalism, and patriotism.
- Thorndyke, P. W. (1977). Cognitive studies in comprehension and memory of narrative discourse. In: *Cognitive Psychology*, 9, S. 77-110.
- Tulving, E. (1972). Episodic and semantic memory. In: Tulving, E., Donaldson W. (Hg.), *Organization of memory*, New York, S. 381-403.
- Turner, V. (2005). *Das Ritual*. Struktur und Anti-Struktur, Neuauflage. Frankfurt a.M., New York. (Zuerst amerik.: (1969). *The ritual process*. Structure and anti-structure. New York.).
- Voss, J. L. & Paller, K. A. (2008). Brain substrates of implicit and explicit memory. The importance of concurrently acquired neural signals of both memory types. In: *Neuropsychologia*, 46 (13), S. 3021-3029.
- Wende, W. (Hg.) (2002). *Geschichte im Film*. Mediale Inszenierung des Holocaust und kulturelles Gedächtnis. Stuttgart, Weimar.
- Westle, B. (2003). Europäische Identifikation im Spannungsfeld regionaler und nationaler Identitäten. Theoretische Überlegungen und empirische Befunde. In: *Politische Vierteljahresschrift*, S. 453-482
- White, H. (1973). *Metahistory*. The historical imagination in nineteenth-century Europe. Baltimore, London.
- White, H. (1991). *Metahistory*. Die historische Einbildungskraft im 19. Jh. in Europa. Aus dem Amerikanischen von Peter Kohlhaas. Frankfurt a.M.
- Winterhoff-Spurk, P. (1989). *Fernsehen und Weltwissen*. Der Einfluss von Medien auf Zeit-, Raum- und Personenschemata. Opladen.
- Wirth, W. (2006). Involvement. In: Bryant, J., Vorderer, P. (Hg.), *Psychology of entertainment*, Mahwah, NJ, S. 199-214.
- Zelizer, B. (1998). *Remembering to forget*. Holocaust memory through the camera's eye. Chicago.
- Zelizer, B. (Hg.) (2001). *Visual culture and the Holocaust*. London.
- Zick, A., Wolf, C., Küpper, B. et al. (2008). The syndrome of group-focused enmity. The interrelation of prejudices tested with multiple cross-sectional and panel data. In: *Journal of Social Issues*, 64 (2), S. 363-383.
- Zuckermann, M. (2004). *Zweierlei Holocaust*. Der Holocaust in den politischen Kulturen Israels und Deutschlands, 3. Aufl. (zuerst 1998). Göttingen.

Jürgen GRIMM

ist seit 2004 Professor für Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien. Hier betreibt er neben seiner Lehrtätigkeit empirische Forschungen vornehmlich im Umfeld von Medienwirkungen und den daraus ableitbaren Konsequenzen für das Medienhandeln. Außerdem ist er Leiter des Sozialwissenschaftlichen Forums im Methodenzentrum der Fakultät für Sozialwissenschaften. Seit 1994 gehört Grimm dem Kuratorium der „Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen“ in Deutschland an. Aktuelle Forschungsprojekte sind: „Medien, Patriotismus, Integration“, „TV-Geschichtsvermittlung im transnationalen Raum“ und „Professionelle Kommunikatoren in Europa“. Grimm ist mit zahlreichen Publikationen hervorgetreten unter anderem zu Gewaltdarstellungen, Kriegs- und Krisenjournalismus, Medienwirkungen in der Politik, zur Nachrichtenvermittlung und Medienunterhaltung sowie diversen Aspekten der Methodenentwicklung

Rezensionen

JULIA VON HEINZ: *Die freundliche Übernahme: Der Einfluss des öffentlich-rechtlichen Fernsehens auf den deutschen Kinofilm von 1950 bis 2010.* Baden-Baden: Nomos 2012 (Schriftenreihe zu Medienrecht, Medienproduktion und Medienökonomie; Bd. 24), 355 Seiten.

Wer als Kinobesucher die Neugierde und Geduld hat bis ganz zum Ende des Abspanns auf die Leinwand zu schauen, der ahnt oder weiß: „Heute gibt es kaum noch einen Spielfilm ohne Produktionskontrolle des Fernsehens. Die meisten Spielfilme werden als Koproduktionen mit dem Fernsehen hergestellt, in denen zumindest ein großer Teil der Finanzierung von den Sendern stammt.“ (S. 17) Diesem ebenso lapidaren wie kulturpolitisch weit tragenden, spezifisch deutschen (und österreichischen) Sachverhalt geht dieses Buch, dem eine Dissertation an der Hochschule für Film und Fernsehen „Konrad Wolf“ (Berlin) zugrunde liegt, auf die denkbar gründlichste, spannendste (!) und materialreiche Weise nach. Julia von Heinz, seit Jahren auch schon erfolgreiche Autorin und Film-/Fernsehregisseurin (zuletzt die Kinoproduktionen Hanni & Nanni, *LoveIsReal*), ist damit eine schlechthin bewundernswerte Studie gelungen, die – so natürlich nicht intendiert, aber aus der Sicht der Zeitschrift, in der diese Rezension erscheint – als eine längst fällige Monographie zu einem gewichtigen Aspekt der Kommunikationszeitgeschichte charakterisiert werden muss. Zum Vergleich fällt einem nur Christina von Hodenberg mit ihrem Standardwerk zur Entstehung der „westdeutschen Medienöffentlichkeit“ (Konsens und Krise, Göttingen 2006) ein. Gunther Witte, ein Brancheninsider („Vater“ der Fernsehdauerserie *Tatort*), bestätigt ihr in einem kurzen, aber gehaltvollen Vorwort: „Es ist die ganz große Leistung dieser Arbeit, diese Zusammenhänge auf der Basis einer bewundernswert intensiven, bestimmt sehr schwierigen Recherche, mit großem Sachverstand und einem guten Gespür für die Komplexität und Kompliziertheit des Gegenstandes dargestellt und interpretiert zu haben.“ (S. 11)

Analyse und Darstellung folgen der Chronologie über sechs Jahrzehnte. Statistischer Ausgangspunkt ist jeweils eine einfache Tabelle, die Zahlen über drei Sachverhalte dokumentiert: 1. Erstaufführungen deutscher Neuproduktionen,

2. Marktanteil deutscher Neuproduktionen und 3. Fernsehbeteiligung („Mit TV“). Bis 1970 finden sich in der Rubrik „Mit TV“ keine Eintragungen; das ändert sich nachhaltig erst in den 70er Jahren, wird dann aber sehr rasch (1978) zum Dauerzustand einer Dominanz des Fernsehens mit Spitzenwerten von über 70 % der (Mit-) Finanzierung durch die deutschen Fernsehanstalten (oft in Kooperation mit dem ORF und der SRG). Diese nüchternen Daten werden von der Autorin kenntnisreich und literaturgesättigt kontextualisiert, sodass – auch mittels konkreter Filmbeispiele – plastisch wird, wie sich die ökonomischen und politischen Wechselbeziehungen zwischen Filmwirtschaft und Fernsehen in deutlich unterscheidbaren Phasen entwickelt und ausgestaltet haben. Welche heftigen Streitereien, Dauerkonflikte, scheiternden Verhandlungen (z.B. um ein „Film-Fernseh-Abkommen“) und vergeblichen politischen Befriedigungsversuche die ersten Jahrzehnte seit 1950 bestimmten, das wird noch einmal in Erinnerung gerufen und bleibt insofern aktuell, als es im Kern bis heute um die Frage geht, welche Voraussetzungen eine eigenständige Filmwirtschaft braucht.

Als dritter Akteur mischt dann in den 80er Jahren der Staat mit: Bund und Länder intensivieren und steuern die Filmförderung. In ihren – wohl eher ungewollten – Konsequenzen führt das zu den Zuständen, die dem Buch den Titel gaben: Die freundliche Übernahme. Das Fazit von Julia von Heinz ist eindeutig und kommt ohne alle Relativierungen aus: „In den 2000er Jahren verschmolzen die Spielfilmredaktionen der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender mit der Filmbranche zu einer <Kino-Fernsehen-Großfamilie>. Klare Trennlinien waren weder politisch, noch ökonomisch, noch inhaltlich-ästhetisch auszumaachen.“ (S. 313)

Nicht alle Kenner der Materie werden ihr in diesem Urteil folgen. Das lehrt die ebenfalls der Chronologie dieser 60 Jahre folgende zweite Ebene der Arbeit: eine Diskursanalyse ästhetischer und inhaltlicher Unterschiede zwischen Fernsehfilm und Kinofilm. Die hierzu ausgehobenen Quellen sind von einem intellektuellen, argumentativen und kulturkritischen Reichtum, der – auch wenn man manche dieser Debatten in Erinnerung hat – geradezu angenehm überrascht. Davon profitiert natürlich auch der Gehalt des Textes der Autorin,

die Dokumente in Zitat und Referat „sprechen“ lässt. Sie ist ganz offensichtlich inspiriert von der Qualität dieser ihrer Quellen. So debattieren sie hier nochmals und über Jahrzehnte hinweg miteinander: Hans-Christoph Blumberg, Frieda Graefe, Dominik Graf, Nico Hofmann, Hans Janke, Herbert Riehl-Heyse, Günter Rohrbach, Volker Schlöndorff und viele andere Angehörige der Szene mehr. Im differenzierten Chaos dieses über Jahrzehnte mit vielen Wiederholungen und seltsamen Erinnerungsbrüchen geführten „Gesprächs“ bewahrt sie auf hohem intellektuellem Niveau immer den Überblick. Da die Verfasserin sich beim Schreiben offensichtlich mehr als „Autorin“ denn als „Dissertantin“ betätigte, sind diese Diskursanalysen eine unerwartet anregende Lektüre (wie erfreulich auch, dass sie einem die jargonintensive Erklärung dieses Begriffes erspart!), aber das gilt für das ganze, routiniert geschriebene Buch, dem die üblichen Dissertationsschlacken ganz fehlen.

Wer so hohe Ansprüche einlöst, provoziert Assoziationen und weckt die Neugierde des Kritikers. So gibt es in den grundlegenden Tabellen ja die Kategorie „Marktanteil deutscher Neuproduktionen“; sie betrug in den 50er Jahren fast 50 %, gingen dann kontinuierlich zurück und erreichten in den 90er Jahren geradezu desaströse Werte (1995 – 6,3 %). Da und dort wird auf diese eminente Bedeutung ausländischer, v.a. us-amerikanischer Filme hingewiesen, die die Kinobesucher diesen durch die Abstimmung an der Kinokasse gaben. Aber da bleibt doch eine ziemliche Erklärungslücke. Auch die Abhängigkeit des Fernsehens von diesem Markt war ja phasenweise notorisch (siehe den Abschnitt „Die Metro Goldwyn-Hamsterkäufe der ARD“, S.179 ff.); man muss diese globalen Kontexte des Film- und Fernsehmarktes jedenfalls mitdenken, um sich ein Gesamtbild der Kino- und Fernsehkultur zu machen.

Mit Blick auf die inzwischen mehr als 200 Einzelwerke umfassende Edition der Zeitung Der Standard „Der österreichische Film“ kann man sich einen Erkenntnisgewinn durch Kulturvergleich vorstellen, da in Österreich offensichtlich trotz aller Koproduktionen mit Deutschland eigene Gegebenheiten entstanden – aufgrund der absoluten Monopolsituation des ORF. Bei von Heinz zählt alles zur „Großfamilie“ – zumindest aus österreichischer Sicht bedauerlich.

Auf ein innerwissenschaftliches Defizit wird man aufmerksam, wenn man mehrfach Knut Hieckthier zitiert und belegt findet, nicht aber sein frü-

hes Werk Das Fernsehspiel der Bundesrepublik: Themen, Form, Struktur, Theorie und Geschichte 1951-1977 aus dem Jahre 1980. Ohne es hier genauer nachprüfen zu können, sei gefragt, ob die diversen Medienwissenschaften nicht doch auch und mehr Substantielles zu dem Diskurs über die Dramaturgie und Ästhetik des Films beigetragen haben als hier deutlich wird. Und noch eine Mäkelei: die Autorin hantiert häufig und aus Begeisterung mit den Begriffen der Komplementarität und Konkurrenz, der von uns allen so geschätzte Name des „Erfinders“ dieser Gesetzmäßigkeiten kommunikativen Wandels („Rieplsches Gesetz“) scheint ihr merkwürdigerweise nicht begegnet zu sein (Wolfgang Riepl, 1913) Und noch etwas: Glücklicherweise wäre man – in Zeiten elektronischer Hilfen vielleicht zumutbar – über ein Register zumindest der Namen und der zahlreichen branchen-, aber nicht laiengängigen Abkürzungen; die Themen erschließen sich sehr gut über das Inhaltsverzeichnis (dank der Tatsache, dass es den Stil einer Dissertation hat!).

Eine Katastrophe ist der Preis, den der Verlag für ein solches Buch wohl verlangen muss; normalerweise enden ja gedruckte Dissertanten in den Regalen wissenschaftlicher Bibliotheken und strapazieren nur deren Anschaffungsbudgets. Dieses Buch aber gehört auf viele Schreibtische: von Drehbuchautoren, Dramaturgen, Regisseuren, Redakteuren, Produzenten, Filmpolitikern, Kritikern, Kommunikationswissenschaftlern. Gut, dass die Autorin ihre wichtigsten Erkenntnisse an prominenter Stelle selbst popularisiert hat – in der Wochenzeitung DIE ZEIT (Nr. 21, 16. Mai 2012, S. 48) Wer aber das kommunikationsgeschichtliche Großkapitel Film – Kino – Fernsehen mit seinen vielen gesellschaftlichen und politischen Ausdifferenzierungen problemadäquat begreifen will, der muss sich dieses Buch „irgendwie“ beschaffen – so wie es der Rezensent erwartungsfroh gemacht hat. Und nicht enttäuscht wurde.

Wolfgang R. Langenbucher, Wien/München

NIKLAS LUHMANN: *MACHT IM SYSTEM*. Herausgegeben von André Kieserling. Berlin: Suhrkamp Verlag 2012, 156 Seiten.

Vorweg geschickt sei: Wer sich in dem bisher unveröffentlichten und nun erstmals vorliegenden Buchmanuskript von 1969 völlig neue Aspekte Luhmannschen Denkens oder ganz anders be-

schaffene, sein späteres Hauptwerk im wesentlichen kontrastierende Theorieentwürfe erwartet, wird wahrscheinlich enttäuscht werden.

Allerdings zeigt die vorliegende Skizze eine interessante, etwas rauere, noch im Entstehen begriffene Version der bekannten Luhmannschen Systemtheorie – noch ohne den in späteren Versionen von Humberto Maturana und Francisco Varela entlehnten (und auf soziale Systeme umgedeuteten) Begriff der ‚Autopoiesis‘ und die starke Kommunikationsorientierung, aber bereits mit der für Luhmann grundlegenden Unterscheidung von System und Umwelt.

Auf jeden Fall ist Luhmann in den sechziger Jahren der Vorwurf eines angeblich mangelnden Bewusstseins von Systemtheorien für Machtfragen bewusst gewesen, als er klarstellte: „Das Problem ist nicht, dass die Systemtheorie notwendig ‚machtblind‘ wäre. Ihr Machtbegriff ist jedoch sehr viel komplexer als der der klassischen Machttheorie.“ (S. 150) Wobei die Auseinandersetzung mit Habermas zu diesem Zeitpunkt noch bevorstand, und andere, zwar politisch und theoretisch ganz anders konzipierte, aber möglicherweise in manchen Punkten mit Luhmann korrespondierende Ansätze wie jene von Hannah Arendt oder Michel Foucault, offenbar noch nicht in Reichweite deutscher Theoretiker lagen.

So untersucht Luhmann zunächst als „Diskussionsmaterial“ (S. 13) die Voraussetzungen der Macht-Definitionen von Karl Mannheim, Robert A. Dahl, Richard M. Emerson, Georg Karlsson und Herbert Goldhamer/ Edward A. Shils. Als Kennzeichen all dieser Theorien sieht Luhmann ein zugrundeliegendes Kausalitätsprinzip:

Allen Machttheorien liegt eine Kausalannahme zugrunde. Kausalität wird dabei im neuzeitlichen Sinne verstanden als eine Beziehung von Ursachen und Wirkungen, durch die die Ursachen die Wirkungen bewirken. Macht wird dann als eine dieser Ursachen angenommen, und zwar als die, welche den Ausschlag gibt, welche das Geschehen beherrscht. Macht über fremdes Verhalten ist dann gegeben, wenn das Verhalten bei Wegfallen dieser seiner Ursachen anders abliefe. (S. 15f.)

Dies habe auch mit einer naturalisierten und kampforientierten Auffassung von Macht in diesen Kausaltheorien zu tun. Macht sei in den konventionellen Konzeptionen als ein zu besitzendes Gut betrachtet worden, eine Konzeption,

die Luhmann schon bei Machiavelli und Talcott Parsons gegeben sieht. Dabei werde oft die Vorstellung eines physisch ausgetragenen Konfliktes antizipiert, der nur eine Seite überlasse. Der Ausgang eines Kampfes bestimme daher das Wesen der Macht. (vgl. S. 25ff.) Ursache jeder Macht sei diesen Definitionen zufolge „daß eine natura humana gegeben sei mit bestimmten, im wesentlichen festliegenden Bedürfnissen, die der Mensch durch zweckgerichtetes Handeln zu befriedigen suche.“ (S. 20)

Bedürfnisse würden aber – im Gegensatz zu obiger Auffassung – mit dem System selbst variieren und seien daher auch keine feste Basis von Machtkalkulationen. Als Beispiel für eine entsprechende Veränderungen nennt Luhmann die Entwicklung der griechische Polis: „[In dieser] konnte man bereits erleichtert feststellen, daß man über die barbarischen Zustände hinaus sei [...]. Andererseits gab es noch kein Bedürfnis für Liebe als Passion oder für Sicherheit in dem generalisierten Sinne, wie wir ihn für eine sehr viel komplexere Welt entwickelt haben.“ (S. 120f.)

In modernen Gesellschaften will Luhmann Macht nicht als Bild eines Kampfes, sondern als Selektionskriterium in einer komplexen Umwelt verstanden wissen. Die Luhmanns Werk durchziehende Unterscheidung von System und Umwelt – wobei das System selbst festlegt, was es als seine Grenzen ansieht – macht dies deutlich: „Das Verhältnis von System und Umwelt aber ist zunächst ein solches unterschiedlicher Komplexität. Die Welt läßt mehr Möglichkeiten zu als das System.“ (S. 48) Die Einzelursache von Macht sieht Luhmann – sicher eine seiner strittigsten Annahmen – „in dieser geringen Fähigkeit zur Informationsverarbeitung, in dem Bedürfnis nach ‚Entlastung‘ und nicht etwa in einem ‚Machttrieb‘.“ (S. 51)

Einzelne Menschen hätten nur beschränkt Kapazität für die Selektion von Informationen. Wenn Kommunikationsteilnehmer Einschränkungen durch von anderen mitgeteilte Selektionsleistungen akzeptieren, liege generalisierter Einfluss und damit Macht vor (vgl. S 52-54). Zwang sei somit auch nicht mehr als physischer Vorgang, sondern durch seine Antizipierbarkeit zu verstehen. Erst dadurch könne Zwang generalisiert im System wirken. Luhmanns definiert Macht daher „als Generalisierung individueller Entscheidungsleistungen, als Übertragung ihres Selektionseffektes auf andere.“ (S. 139)

Macht lasse sich zudem auch nicht als „inhärent hierarchisch“ (S. 90) definieren, sondern Machtbeziehungen könnten ebenso – und hier erinnert Luhmanns Theorie, bei aller Unterschiedlichkeit in Intention und Ansatz, an Foucaults „Mikrophysik der Macht“ – von unten nach oben laufend oder reziprok verlaufen. Auch horizontale Kommunikationsbahnen der Macht seien möglich. „In all diesen Richtungen ist es möglich und im normalen Entscheidungsgang fast unerlässlich, daß Selektionsleistungen anderer als fertige Resultate übernommen werden.“ (S. 95) Klassische Machttheorien hätten jedoch alle Macht von der Spitze ausgehend vorgestellt, „wobei die Stellung der Spitze je nach dem Anwendungsbereich der Theorie als Herrschaft bzw. durch Eigentum begründet wurde“. (S. 93) In komplexeren Systemen seien jedoch alle Mitglieder an der Macht beteiligt. „Man braucht sich [...] nur die Frage vorzulegen, welche Macht die Techniker haben, die für die Sicherheit des Luftverkehrs verantwortlich sind; oder die Chirurgen; oder der Vorsitzende des Haushaltsausschusses eines Parlamentes; oder die großen Ölfirmen.“ (S. 103)

Doch was kann dieser komplexe Ansatz nun zur Hinterfragung von Pathologien in der Gesellschaft beisteuern? „Kritische“ Analyse im Sinne „kritischer Theorie“ kann es natürlich auch bei der vorliegenden Skizze von 1969 in Luhmanns Systemtheorie nicht geben. Eine differenzierte Machtanalyse oder eine Analyse von Ungleichgewichten hingegen sehr wohl:

Da es aber offensichtlich viele Systeme gibt, muß [sic] jede Machtanalyse systemrelevant geführt werden und zunächst ihr Bezugssystem wählen. Eine Analyse des internationalen politischen Systems würde ganz andere Strukturen und Prozesse hervorheben und ganz andere Intensitäten und Verteilungen feststellen als die Analyse einer Eskimosippe, einer Rundfunkanstalt oder des politischen Systems eines Nationalstaates. [...] Es ist zum Beispiel ein Unterschied, ob man die Verhältnisse im leitenden Gremium einer Partei untersucht oder die Macht dieses Gremiums in der Partei, die Macht dieser Partei im politischen System ihrer Gesellschaft, die Macht dieses politischen Systems in seiner politischen geeinten Gesellschaft oder die Macht dieser Gesellschaft im internationalen politischen System. (S. 107)

Eine solche Analyse gewinnt dadurch sicherlich an Differenzierung und vermeidet pauschale Verurteilungen und vorschnelle Urteile, aber ein Adressat für Fehlentwicklungen wird immer

schwieriger auffindbar. Oder in Luhmanns Worten von 1969 ausgedrückt: „Die Systemtheorie kann mehr und kann schwierigere Probleme formulieren als die klassische Theorie. Es wird ihr weniger leicht fallen, für ihre Probleme Lösungen zu finden.“ (S. 151) Eine mögliche Relevanz für heutige Theoriebildung und aktuelle Problemlösungen müsste der vorliegende Entwurf – eventuell auch Adaptionen daraus – freilich erst durch den Test anhand konkreter Fragestellungen beweisen, um nicht nur ein Dokument zur Theoriegeschichte Luhmannschen Denkens darzustellen.

Erik Bauer, Wien

PETER STEINBACH: *Geschichte im politischen Kampf: Wie historische Argumente die öffentliche Meinung manipulieren.* Bonn: Dietz 2012, 163 Seiten.

Mit diesem Buch hat der Mannheimer Historiker und Politikwissenschaftler Peter Steinbach einen Essay vorgelegt, in dem er den Nachweis seiner jahrzehntelangen Beschäftigung mit den Bruchlinien der deutschen (Zeit)Geschichte liefert. Die epochalen Etappen deutscher politischer Geschichte im 19., vor allem aber 20. Jahrhundert (von der Weimarer Republik über das NS-Regime, einem geteilten Nachkriegsdeutschland bis hin zur Wiedervereinigung) liefern ihm die Maßstäbe für die Beschäftigung mit seiner titelgebenden Frage.

Steinbach spannt seine Auseinandersetzung in einem Dreiecksverhältnis zwischen „PolitikerInnen“, „HistorikerInnen“ und „Medien“ auf, die als Akteurstypen mit je eigener Handlungslogik in unterschiedlicher Form „ihre Rolle zu spielen (haben)“, was „nicht zu beklagen, sondern zu verstehen“ sei (S. 8f.). Die konträren Handlungsstrategien dieser Akteure konstituieren die Rolle der Geschichte im politischen Kampf und liefern zugleich die Struktur des Buches. Diese nimmt folglich weniger historisch-genetische Form an, sondern oszilliert zwischen verschiedenen Schlaglichtern in diesem Dreiecksraum, aus denen 24 Buchkapitel resultieren, deren Ordnung sich leider nicht immer zwingend erschließt und die bisweilen vermeidbare Redundanzen zur Folge haben.

Die differenzierteste Thematisierung innerhalb dieser Trias erfährt die Geschichtswissenschaft als Disziplin bzw. HistorikerInnen als Indivi-

duen, die im Spannungsgefüge aus Politik und Geschichte permanenten Instrumentalisierungsversuchen zu widerstehen haben. Ihnen schreibt Steinbach die wesentliche Aufgabe zu, zwischen der „Vielschichtigkeit von Erinnerungen“ zu vermitteln und zugleich über diese hinaus zu gehen. Es gelte, zwischen einer Vielfalt von Perspektiven zu vermitteln, die „sich niemals auf einen gemeinsamen Nenner bringen (lassen)“ (S. 101), zugleich aber der Versuchung zu widerstehen, Geschichte „auf einen ‚roten Faden‘ (zu) reduzieren, denn dies würde bedeuten, sie als ein fast verbindliches Sinn-Konstrukt zu verstehen.“ (S. 49). Gerade das 20. Jahrhundert mit seinen epochalen Systembrüchen habe – so Steinbach – die besondere Aufgabe von HistorikerInnen deutlich gemacht, den politischen Prozess der Vergangenheitsbewältigung sowohl dem strategischen Gebrauch der Politik, als auch den rein subjektiven Relikten des individuell Erlebten zu entziehen (vgl. S. 43).

Neben dieser Schlüsselaufgabe der Bereitstellung von Interpretationen für die diversen Deutungslinien der (deutschen) Zeitgeschichte identifiziert Steinbach aber weitere Tätigkeiten, die HistorikerInnen in ein besonderes Nahverhältnis zu politischen Akteuren rückt: So etwa die Erwartung, Einschätzungen einer „If-History“ (N. Ferguson), einer „Was-wäre-wenn-Geschichte“ zu liefern, durch welche die Spielräume und Folgen gegenwärtigen politischen Handelns absehbarer werden sollen (vgl. S. 26ff.). Auf diese Weise blickt das Janusgesicht der Geschichtswissenschaft zugleich rück- wie vorwärts, wodurch es mindestens zweifach sensibel für seine eigene „Durchpolitisierung“ (S. 32) wird. In diesem Sinne skizziert Steinbach quer über das gesamte Buch unterschiedliche Phasen und Akteure der deutschen Geschichtswissenschaft mit ihrer wechselnden Bereitwilligkeit zu politischer Nähe (vgl. etwa S. 22ff. bzw. S. 66).

Darüber hinaus habe die deutsche Polithistorie im 20. Jahrhundert aber auch gezeigt, dass Geschichte nicht nur als opportune Begründungs- und Legitimationsfolie für gegenwärtige politische Programme eine zentrale Rolle spiele, sondern dass „Geschichtspolitik“ selbst (also „die Frage, wie sich das ‚Erbe‘ der Vergangenheit als Hypothek tragen lasse“) zu einem eigenen Politikfeld erwachsen könne (S. 50f.). Steinbach veranschaulicht dies neben der Frage des historischen Umgangs mit der DDR-Geschichte insbesondere an der sich in den 1980er-Jahren intensivierenden

Debatte um Deutschlands Verhältnis zum eigenen NS-Erbe, in welcher der Konflikt zwischen tradierten Geschichtsdeutungen und wissenschaftlichen Befunden offen zu Tage trat. Die ihre geschichtswissenschaftliche Entsprechung im Historikerstreit findende Debatte machte wie selten zuvor das Zusammenspiel von Geschichtsdeutung und Politik offensichtlich und fiel – so Steinbach – nicht zufällig in den Zeitraum einer „geistig-moralischen Wende“ nach dem Regierungswechsel von Schmidt zu Kohl. Vielmehr lasse sie sich „als ein politisch motivierter Versuch verstehen, in einer kritischen innenpolitischen Situation die konservative Meinungsführerschaft zu erringen, die in den strategischen Überlegungen über eine ‚Besetzung von Begriffen‘ nach einem ‚Streit um Worte‘ als Voraussetzung für die Stabilisierung von politischer Macht verstanden wurde.“ (S. 95).

Dieses Zitat steht prototypisch für Steinbachs Auseinandersetzung mit der Rolle von PolitikerInnen – der zweiten zentralen Akteursgruppe – in ihrem Umgang mit Geschichte. Sie verbleiben bei Steinbach in weiten Teilen in einem fragwürdigen Licht, als Akteure, „die historische Kontroversen nutzen, um Macht zu erringen oder zu behaupten.“ (S. 9). Als Konsequenz kontrastiert Steinbach die Figur des Politikers auffällig stark von jener des Historikers, der sich in ständiger Versuchung einer Gefälligkeitsgeschichtsschreibung für politische Interessen befinde. Dieser Duktus zieht sich durch weite Teile des Buches und Steinbach meldet deutliche Skepsis an historisierender Politik an, der er bisweilen die Intention unterstellt, „die Rahmenbedingungen politischer Entscheidungen sowie die dahinter verborgenen Interessen unkenntlich zu machen“ (S. 14).

Zwar gesteht Steinbach politischen Akteuren zu, „sich einem geradezu unauflöselichen Widerspruch zu stellen“, als ihre Aufgabe gerade in der Zuspitzung von Positionen liege, was dem Anspruch an historischer Genauigkeit grundsätzlich entgegensteht. Zudem hätten PolitikerInnen „qua ihrer Funktion Stimmungen und Erwartungen Rechnung zu tragen (haben)“, obwohl kein Politiker „alle Stimmungen abdecken und alle Erfahrungen spiegeln (kann), die Menschen mit einem Ereignis verbinden.“ (S. 43 und S. 49). Dennoch hebt Steinbach auch das vermittelnde Potential einzelner PolitikerInnen hervor, etwa am Beispiel von Richard von Weizsäckers Maiansprache 1985 oder dem Kohl/Mitterrand-Handschlag in Verdun. Das Verdikt über den Geschichtsum-

gang politischer Entscheider bleibt jedoch ein skeptisches und auch das Wechselverhältnis von PolitikerInnen und HistorikerInnen wird von Steinbach als eines der Abhängigkeit beschrieben: denn sie „brauchen sich gegenseitig als Resonanzboden, als Kritiker, als Impuls- und Stichwortgeber.“ (S. 9)

Obgleich einleitend als Bestandteil des triadischen Verhältnisses skizziert, kommt die Rolle der Medien in Steinbachs Essay deutlich zu kurz. Im Wesentlichen beschränkt sich seine Auseinandersetzung auf die punktuelle Betonung des Multiplikatorcharakters von Medien (vgl. S. 22) sowie auf ein Kapitel zur medial (vor allem filmisch) vermittelten Verarbeitung historischer Themen, deren Stärke und Gefahr in der Vereinfachung und Plastizität für ein breites Publikum liege (vgl. S. 17, S. 33 bzw. S. 114ff.). Damit lässt das Buch wesentliches Potential offen: etwa mit Blick auf die Heterogenität des heutigen Medienangebotes und deren Möglichkeiten für Geschichtsvermittlung, hinsichtlich der künftigen Rolle medial vermittelter Erinnerungskultur in zunehmend medienkompetenteren Gesellschaften, aber auch in Bezug auf die Verbindungslinien zwischen Medienorganisationen einerseits und Politischem System bzw. Geschichtswissenschaft andererseits – ein Potential, das für das Verständnis von „Geschichte im politischen Kampf“ von wesentlichem Stellenwert sein wird.

Peter Steinbachs Essay stellt mithin ein sorgfältig zusammengefügtes Werk dar, dessen Titel jedoch etwas irreführend ausgefallen sein mag. So bleibt die Einlösung der im Untertitel gestellten Frage („Wie historische Argumente die öffentliche Meinung manipulieren“) im Wesentlichen aus, beschäftigt sich der Text doch nur marginal mit der öffentlichen Meinung als solcher. Stattdessen liegt der Fokus mehrheitlich auf der Darstellung des Wandels historischer Argumente und Verhaltensweisen in Geschichtswissenschaft und Politik. Steinbach liefert damit einen Streifzug durch die deutsche Politikgeschichte, der nicht minder lesenswert ausfällt und durch seine Detailgenauigkeit besticht. Vor allem HistorikerInnen finden in Steinbachs Buch eine vertraute Form der historisch-deskriptiven Auseinandersetzung, die um Neutralität zwischen den politischen Lagern bemüht ist. Kommunikations- wie politikwissenschaftlichen LeserInnen mag unterdessen eine stärkere Anbindung an grundlegende sozialwissenschaftliche Literatur abgehen, die sich in vielen Teilen des Buches aufdrängen würde. So

kommt Steinbach in seiner Auseinandersetzung mit der Heterogenität von Deutungsmustern im politischen Wettbewerb um (deutsche) Geschichte ohne stärkere Rückbindung an tradierte Autoren wie Foucault oder Laclau aus, deren Studien im wesentlichen bereits das Fundament für weite Teile seiner Argumentation bereitstellen würden. Die Stärke des Textes liegt daher weniger in der Wiederholung evidenter Verhaltensmuster aus Partei- und Regierungspolitik, sondern vielmehr in seiner exemplarischen Beweisführung, die Steinbach kontinuierlich über den gesamten Text hinweg einwebt. Diese macht das Buch zu einer plastischen Zeitschau, die angesichts der gegenwärtigen Diagnosen gesellschaftlicher Orientierungslosigkeit einen fundierten Kompass für das Spannungsverhältnis von Politik und Geschichte bereitzustellen vermag.

Oliver Gruber, Wien

CHRISTIAN SCHICHA / CARSTEN BROSDA (HRSG.): *Handbuch Medienethik*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2010, 580 Seiten

Es ist vollbracht, werden vermutlich die beiden Herausgeber nach einer mehr als zwei Jahre sich hinziehenden Vorbereitung zur Edition des Handbuchs gedacht haben. Sie haben es in sechs stufenförmig aufeinander folgende Abschnitte gegliedert: 1. Begründungen der Medienethik, 2. Institutionen der Medienethik, 3. Anwendungsfelder der Medienethik, 4. Spannungsfelder der Medienethik, 5. Beispiele medienethischer Grenzbereiche und 6. Länderperspektiven der Medienethik. Den Abschluss des Handbuchs bildet eine kommentierte Auswahlbibliographie.

Diese Strukturierung ermöglicht vielfältigen Lesegewinn. So lädt der erste Abschnitt zum fruchtbringenden Gegenlesen der einzelnen Positionen zu Fragen der Medienethik aus Sicht etwa des Konstruktivismus, der Systemtheorie oder der Diskurstheorie ein und provoziert hernach eine ähnlich gestaltete Lektüre im Hinblick auf die Anwendungsfelder wie auch Spannungsfelder der Medienethik, hier konzentriert auf die Beziehungen Ethik und Profit, Ethik und Qualität sowie Ethik und Recht. Ein Handbuch von seltener Güte. Faszinierend auch deshalb, weil der erste Abschnitt den Studierenden unseres Fachs überdies die Möglichkeit bietet, kompakt zu erfahren und zu begreifen, was beispielsweise die Cultural

Studies, der Konstruktivismus und die Diskurstheorie bedeuten.

In welchem Maße das Thema Medienethik an Bedeutung zunimmt, offenbart die von Christian Schicha präsentierte kommentierte Auswahlbibliographie. Von den 48 vorgestellten Büchern aus 25 Jahren sind zwei Drittel seit 2000 erschienen. Eine imponierende Zahl. Dennoch halten die Bandherausgeber in der Einleitung fest: „Auch in Deutschland bleibt Ethik viel zu häufig eine Sonntagsrede.“ (S. 9) Und sie spezifizieren hernach ihre Kritik:

Offenbar erscheint es Medienakteuren nicht rational oder zielführend, sich mit normativen Erwartungen herumzuschlagen. Offenbar fehlt

dafür in der Praxis zudem schlicht die Zeit. Und wer als Kommunikationswissenschaftler darauf beharrt, dass medienethische Fragen auf die Agenda gehören, muss sich bisweilen des unwissenschaftlichen Moralisierens bezichtigen lassen. (ebd.)

Wenn dieser Befund als Herausforderung an Angehörige der Wissenschaft wie auch der Praxis gedacht war, sukzessive alle sechs Kapitel des Handbuchs durchzuackern oder je nach Bedürfnis zunächst bloß zwei oder drei Kapitel, um danach weitere Erkundungen anzustellen, auch um sich selbst zu überprüfen: dann ging die Idee zur Edition dieses Handbuchs voll auf.

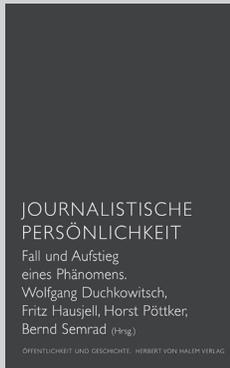
Wolfgang Duchkowitsch, Wien

Notizen:

Empfehlung



Herbert von Halem Verlag



WOLFGANG DUCHKOWITSCH / FRITZ HAUSJELL /
HORST PÖTTKER / BERND SEMRAD (Hrsg.)

Journalistische Persönlichkeit. Fall und Aufstieg eines Phänomens

Öffentlichkeit und Geschichte, 3

2009, 488 S., 2 Tab., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

EUR(D) 29,50 / EUR(A) 30,20 / sFr. 49,60

ISBN 978-3-938258-82-8

Anlässlich der Emeritierung von Wolfgang R. Langenbacher (Wien) wurde im Oktober 2006 den Wechselbeziehungen zwischen Journalismus, Person und Werk nachgespürt. Davon ausgehend kommen in diesem Sammelband Autorinnen und Autoren aus Wissenschaft und journalistischer Praxis zu Wort, um den Stellenwert von Persönlichkeit im Journalismus, den Werkcharakter von journalistischen Leistungen sowie deren Kanonisierung zu erörtern.

›Journalismus‹ wird in diesem Band als spezifische Kulturleistung verstanden.

Entgegen der herrschenden Lehre erlangen dann (wieder) Personen und ihre Biografie wissenschaftliches Interesse. Dabei gilt es auch journalistische Werke als solche (wieder) zu entdecken, die alles andere als tagesgebunden sind und die deshalb nicht einfach der Literatur (und ihrer Wissenschaft) zugeordnet werden sollten.

So mag das Postulat von Max Weber aus dem Jahre 1919 eingelöst werden, dass »eine wirklich gute journalistische Leistung mindestens so viel ›Geist‹ beansprucht wie beispielsweise irgendeine Gelehrtenleistung«, damit unterschieden werden kann von den täglichen Mediendiensteleistungen – Journalismus stellt einen stabilen Eigenwert moderner Gesellschaften dar.

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

info@halem-verlag.de

Bei Unzustellbarkeit
bitte zurück an:

medien & zeit

Währinger Straße 29
A-1090 Wien

Erscheinungsort Wien,
Verlagspostamt 1180 Wien,
2. Aufgabepostamt 1010 Wien

