

[zurück](#) **Gesellschaftliche Relevanz: Noch nicht bewiesen**10:50
Dienstag
07.06.2011
Ausland

Die Kommunikations- und Medienwissenschaft beansprucht gesellschaftliche Relevanz. Aber sie löst diesen Anspruch zu wenig ein. Publizist **Roger Blum** kritisiert in seinem Kommentar für den Klein Report das fehlende Leitbild und fragt nach dem Sinn des Faches.

Alle Jahre trifft sich die Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK), der fast 900 Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler angehören, darunter auch viele schweizerische und österreichische, zu einem grossen Kongress. Diesmal, in Dortmund, galt die Aufmerksamkeit dem praktischen Nutzen der Medienforschung. «Theoretisch praktisch!?» hiess das Tagungsthema, und man stellte die Frage nach der gesellschaftlichen Relevanz dieser Wissenschaft.

Wie relevant ist die Medienforschung für die Gesellschaft? In einer Zeit, in der alles medialisiert wird, in der die Menschen in einer Mediengesellschaft leben und rund um die Uhr twittern, facebooken, mailen, telefonieren, das Neuste auf dem iPod verfolgen und im Internet alles Unklare klären, müsste die Wissenschaft der Öffentlichkeit und der Medien von grosser Relevanz sein. Genau diese Relevanz hat aber die Tagung in Dortmund nicht bewiesen.

Welche gesellschaftliche Relevanz kommt anderen Disziplinen zu? Nehmen wir die Medizin. Sie ist relevant, weil sie Krankheiten erforscht und ihre Erkenntnisse direkt umsetzt, um in Praxen, Spitälern und Heimen die Menschen zu heilen. Nehmen wir die Rechtswissenschaft. Sie ist relevant, weil ihre Theorien und Interpretationen zur Rechtssetzung und zur Rechtsanwendung den Menschen in Parlamenten, Gerichtssälen, Verwaltungen und Unternehmen dienen.

Dieser direkte Nutzen für die Menschen fehlt bislang bei der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Dass sie zur Fundierung der Medienpolitik herangezogen wird, in der Schweiz mehr als in Deutschland und Österreich, dass einzelne Medienhäuser bei Medienforschern Studien bestellen und dass die Medien auch über dieses Fach hin und wieder berichten, reicht nicht. Wenn dieses Fach in der Gesellschaft Gewicht haben will, dann darf es sich nicht abschotten von der Praxis und sich nicht zurückziehen auf bloss empirische Datenhuberei, sondern dann muss es der Gesellschaft dienen und normative Vorstellungen darüber entwickeln, welche Funktionen Medien für die Demokratie und für die Kultur erfüllen sollen. Dies fehlt oder ist umstritten. Die dürftige Keynote-Rede des Wissenschaftssoziologen **Peter Weingart** von der Universität Bielefeld half dem Fach nicht weiter. Und die 2008 verabschiedete Selbstverständniserklärung der DGPK genügt nicht als Leitbild, was der Sinn dieses Faches für die Gesellschaft ist. Da fehlt die Idee, da fehlt der Tatbeweis.

[zurück](#) **Ideenlieferanten und Störenfriede**20:22
Montag
06.06.2011
Ausland

Welchen Nutzen bieten Medienforscher der Medienpolitik und der Medienpraxis? Eine Tagung in Dortmund lieferte Anschauungsmaterial dafür, dass sie sowohl als Ideenlieferanten wie als Störenfriede wahrgenommen werden. **Roger Blum**, Publizist und emeritierter Professor für Medienwissenschaft, war für den Klein Report vor Ort.

Die Medienpolitik stützt sich immer wieder auf wissenschaftliche Studien. Dafür bietet gegenwärtig gerade die Schweiz ein Beispiel. Erstens überprüfen Forscher, ob die Radio- und Fernsehveranstalter ihre Leistungsaufträge erfüllen. Neun solcher Programmanalysen können auf der Website des Bundesamts für Kommunikation (Bakom) eingesehen werden (www.bakom.admin.ch/themen/radio_tv/01153/01156/03479/index.html?lang=de). Zweitens hat das Bakom sechs Studien in Auftrag gegeben, um den Bericht des Bundesrates zur Lage der Medien vorzubereiten; sie sind im Internet an gleicher Stelle veröffentlicht. Ebenso kann man nachlesen, wie die Medienbranche in der Vernehmlassung darauf reagiert hat (www.bakom.admin.ch/dokumentation/gesetzgebung/00909/03608/index.html?lang=de).

Auf der Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) in Dortmund berichteten Forscher, wie sie ihre Rolle, aber auch ihren Einfluss sehen. **Matthias Künzler** und **Manuel Puppis** von der Universität Zürich analysierten die schweizerische Medienpolitik seit den späten Sechzigerjahren und kamen zum Schluss, dass der Einfluss der Kommunikations- und Medienwissenschaft auf die Formulierung der Medienpolitik immer stärker geworden sei. Am Anfang kam die Wissenschaft punktuell zum Zug, etwa dadurch, dass Vertreter des Fachs in Expertenkommissionen sass. Dann wurde sie immer systematischer herangezogen, zuerst mit der Lokalradio-Begleitforschung in den Achtzigerjahren, darauf mit der Antragsforschung seit den Neunzigerjahren und schliesslich mit der ständigen Programmevaluation seit 2007. Zuerst war nur das Zürcher Institut für Publizistikwissenschaft gefragt, inzwischen sind Medienforscher der Universitäten Zürich, Freiburg, Lugano und Genf, von Fachhochschulen und von privaten Instituten einbezogen. Laut Künzler und Puppis hat die Medienpolitik 48 der von der Wissenschaft vorgeschlagenen Massnahmen ganz oder teilweise umgesetzt, 23 verworfen, während sieben noch hängig sind. Diese Analyse machte deutlich, dass die Forscher Ideenlieferanten der Medienpolitik sind.

Sie können aber auch Störenfriede sein. Im Auftrag der deutschen Landesmedienanstalten untersucht Professor **Joachim Trebbe** von der Universität Freiburg im Üechtland zusammen mit dem Potsdamer Professor **Hans-Jürgen Weiss** die deutschen Privatfernseher. Trebbe legte in Dortmund dar, dass der Anteil der politischen Information und der tagesaktuellen Information an der gesamten Informationsleistung bei diesen Sendern bescheiden sei. So beträgt die politische Information 1,7 Prozent bei RTL und 1,2 Prozent bei Sat.1, bei ARD aber 11,8 Prozent und beim ZDF 9,9 Prozent. Der Anteil der tagesaktuellen Information beläuft sich bei RTL auf 13 Prozent und bei Sat.1 auf 9,9 Prozent, bei ARD aber auf 28 Prozent und beim ZDF auf 27 Prozent. Die Landesmedienanstalten würden diese Angaben gerne

als Druckmittel nutzen, damit der Anteil politischer Aktualität bei den Privaten höher wird. Doch diese wollen davon nichts wissen. Sie ignorierten die Daten lieber, so Trebbe, oder bestritten sie. Jedenfalls empfinden sie diese als störend.

Nicht immer ganz einfach verläuft auch der Dialog zwischen den Freiburger Forschern, die die 13 schweizerischen Privatfernsehsender evaluieren, und den Senderverantwortlichen. Wie die Forscher **Steffen Kolb** und **Irene Durrer** berichteten, gibt vor allem zu Diskussionen Anlass, dass sie den Regionalbezug und den Aktualitätsbezug der Sendungen messen müssen, diese Bezüge aber oft vermissen oder nicht feststellen können. Demgegenüber wollen die Senderverantwortlichen nicht speziell deklarieren, was für ihre Zuschauerinnen und Zuschauer selbstverständlich sei.

Auch nicht unbedingt dankbar reagierte die Schweizer Medienbranche auf das «Jahrbuch Medienqualität» von Professor **Kurt Imhof** und seinen Leuten im Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög) der Universität Zürich. An der Tagung in Dortmund evaluierten **Patrik Ettinger** und **Mario Schranz** vom fög das Medienecho auf das Jahrbuch. Sie stellten fest, dass die Qualitätspresse tendenziell positiv und einordnend berichtete, dass es eine grosse Zustimmung gab in Onlinekommentaren, während sich Verleger kritisch äusserten. Ettinger und Schranz resümierten, dass es dem Jahrbuch durchaus gelungen sei, den Diskurs über die Medienqualität anzukurbeln und der vorher nur noch marginal vorhandenen Medienkritik Auftrieb zu verschaffen.

Weitere Artikel - Montag 06.06.2011

Alle News zeigen

20:30 **Zwei neue Moderatoren bei TeleBilingue**

Montag
06.06.2011
Schweiz

Sandro Sabatini und **Salina Zigerli** ergänzen das Moderationsteam von TeleBilingue und werden ab diesem Monat regelmässig auf dem Bildschirm zu sehen sein. Sabatini ist amtierender Mister Bern und Zigerli moderierte bisher auf Radio Canal 3.

Die beiden führen durch das deutschsprachige Programm des Senders und lösen **Martina Ryser** und **Thomas Brändli** ab, welche TeleBilingue nach mehrjähriger Tätigkeit verlassen. Sabatini hat seinen ersten Auftritt bereits [weiter lesen...](#)

20:20 **Leibeigene oder Hofnarren?**

Montag
06.06.2011
Ausland

In welcher Rolle befinden sich Medienforscher, die für einen Auftraggeber arbeiten? Sind sie eher Leibeigene oder eher Hofnarren? Der Publizist und emeritierte Professor für Medienwissenschaft **Roger Blum** ging dieser Frage für den Klein Report nach.

Es gibt zweierlei Forschung: Grundlagenforschung und angewandte Forschung. Die Grundlagenforschung dient dazu, neue Erkenntnisse zu gewinnen, ohne dass schon klar ist, ob diese Erkenntnisse einen praktischen Nutzen haben. Ein Medienforscher möchte beispielsweise herausfinden, warum im 16. Jahrhundert keine Zeitungen entstanden, im 17. Jahrhundert aber schon, obwohl die technischen Möglichkeiten seit 1450 vorhanden waren. Die angewandte Forschung hingegen hat immer [weiter lesen...](#)