

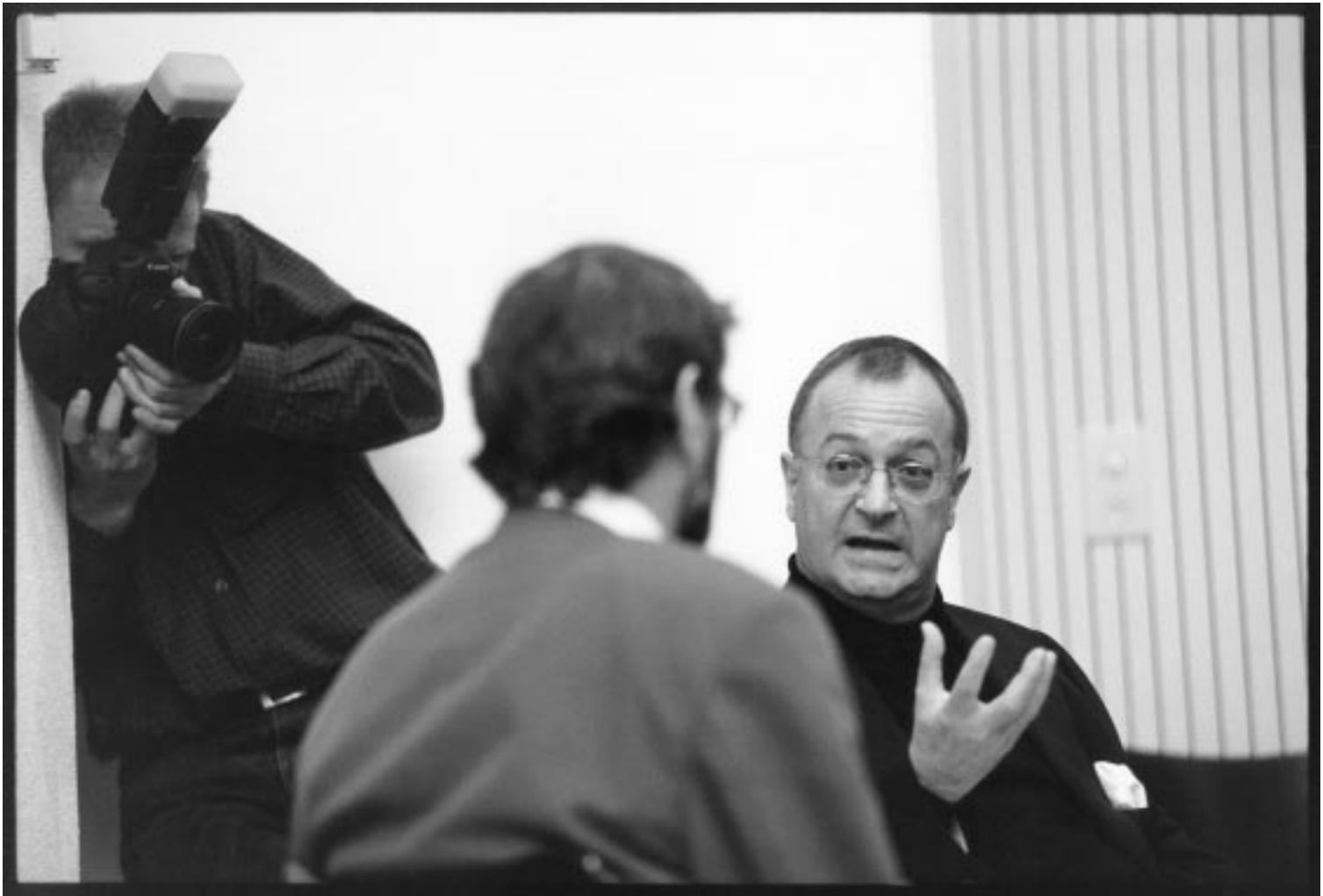
nowelle

Bewegte Medien. Und die Politik? Iwan Rickenbachers Standpunkt

Frank A. Meyer: Die Affäre Borer aus der Sicht des Ringier-Publizisten

Renatus Gallati: Ein neuer Präsident lobbyiert für die Medienwissenschaft

Roger Blum: Quivive im Boomfach



IM FOKUS DER MEDIEN: Frank A. Meyer zu Gast bei Roger Blum.

Inhalt

- Bewegte Medienlandschaft. Und die Politik?** Seite 4
Iwan Rickenbacher über Medienpolitik in der Schweiz
- Die Affäre Borer aus der Sicht des Ringier-Publizisten** Seite 3
Frank A. Meyer verteidigt «Sonntagsblick» und «Blick»
- Quivive im Boomfach** Seite 10
Roger Blum über die Zukunft des Instituts für Medienwissenschaft
- Ein neuer Präsident lobbyiert für den Förderverein Seite 9
Wie die Radio-Uhr die Radio-Welt verändert Seite 7
Neue Zeitschrift der Studierenden Seite 14
Bilanz: Was bringt das Studium? Seite 15

Von Pferden und Menschen

Editorial Ist für Sie Ethik auch etwas Edles mit griechischer Abstammung? Aber was hat sie mit Bern, dem IMW und dem Förderverein zu tun?

ARISTOTELES BAUTE seine Rhetorik-Lehre auf Logos, Pathos und Ethos. In der Kommunikationswissenschaft Helvetiens bleibt die Ethik jedoch ein schemenhaftes Wesen. Man erwähnt, wenn schon, eher die Fairness, also einen Begriff aus dem britischen Pferdesport. Fairness verlangte ursprünglich vom Parcoursbauer, den Parcours nicht nach der Sensationslust des Publikums zu richten, sondern nach dem einem Pferd fairerweise Zumutbaren. Sie stellt also gewissermassen das Pferdliche vor das Menschliche. Bezogen auf die Schweiz umfasst der Kommunikations-Parcours die direkte Demokratie mit Meinungsäusserungsfreiheit, Pluralismus und Respekt vor Andersdenkenden. Und weil in unserem System die Bürger gleichzeitig Normgeber und Normadressaten sind, also Ross und Reiter zugleich, ist Fairness gleich doppelt gefragt. Die Demokratie lebt von Kommunikation.

Nur: wer sichert die Grenze zwischen staatlicher Information und Propaganda objektiv ab – wer liefert Massstäbe für die Qualität der Medien? Der Staat? Sicher nicht, er muss primär die Medienfreiheit gewähren. Die Selbstkontrolle? Auch, aber nicht nur. Markt oder Recht? Dito. Die wohl höchste, weil unabhängigste Autorität dafür ist die Wissenschaft. Deshalb ist sie so wichtig. Der Politik-, Medien und Universitätsplatz Bern weiss gar nicht, was er an einem starken und dereinst vielleicht sogar hauptfächlichen Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaften hat. Er wüsste und bedauerte es schlagartig, wenn das IMW verschwände. Vielleicht dämmert es ihm dank immer besserer Forschungsergebnisse und Leistungsausweise auch sonst. Das hoffe ich, und deshalb fördern wir weiter, was das Zeug hält.

Daniel Eckmann, abtretender Präsident

WECHSEL IM FM-VORSTAND

Abschied von Matthias Wipf

Der Gründer der «nowelle», Matthias Wipf, ist aus dem Vorstand des Fördervereins zurückgetreten. Von 1997 bis 2000 war er verantwortlicher Herausgeber. Wipf hat Geschichte, Medienwissenschaft und Politologie in Bern und Fribourg studiert. Heute lebt er als Historiker und freier Journalist wieder in seiner Heimatstadt Schaffhausen und arbeitet an einer Dissertation über Schaffhausen im Zweiten Weltkrieg.

Der neue Mann: Valentin Handschin



Auf Matthias Wipf folgt Valentin Handschin. Er wird im Vorstand die Interessen der Studierenden vertreten und bei der «nowelle» mitwirken. Der 25-jährige Basler studiert in Bern Geschichte, Medienwissenschaft und Betriebswirtschaftslehre.

Die neue Frau: Pascale Schnyder



Ebenfalls neu im Vorstand des Fördervereins ist die Bielerin Pascale Schnyder. Sie übernimmt das Sekretariat von Sabine Zaugg, die aber dem Förderverein als Vorstandsmitglied erhalten bleibt. Pascale Schnyder ist 24 Jahre alt, studiert Politologie, Medienwissenschaft und Betriebswirtschaftslehre.

Spass(gesellschaft) beiseite!

Fall Ringier/Borer Ringier-Publizist Frank A. Meyer äusserte sich am IMW über den gestrauchelten Diplomaten und die «Blick»-Kampagne.

Text: Sabine Gorgé Foto: Daniel Bernet

ES WAR EIN denkwürdiger Abend. Am 11. April wollten Prof. Roger Blum und sein Team eigentlich eine Studie über die Ringier-Zeitschriften zur Nazizeit präsentieren (siehe Seite 8) und im Anschluss ein Gespräch mit Frank A. Meyer zum Thema «Und Ringier heute?» führen. Das Medieninteresse war überwältigend – allerdings nicht wegen der Forschungsergebnisse. Vielmehr kamen alle, um eine Stellungnahme zum Fall Ringier/Borer hören. Meyer brach an dieser Veranstaltung des Fördervereins sein Schweigen. Die Blütenlese.

Im Nachhinein richtig. «Wer die Öffentlichkeit der Boulevardmedien suche, müsse damit rechnen, dass auch Missliebiger veröffentlicht werde: So verteidigt der publizistische Leiter des Ringier-Verlags, Frank A. Meyer, die Berichte seiner Blätter über Botschafter Thomas Borer.

Zwar sei er dem «SonntagsBlick»-Bericht, der die Affäre Borer in Gang gebracht habe, anfangs durchaus skeptisch gegenüber gestanden; im Nachhinein habe sich aber gezeigt, dass es richtig war, die Geschichte zu bringen, sagte Meyer am Donnerstag an der Veranstaltung des Fördervereins Medienwissenschaften der Universität Bern.»

sda/AZ-online

Kleinstkniefall. «An einem Podium über die Geschichte der Ringier-Blätter in der Kriegszeit konnte Meyer der Frage nicht mehr ausweichen, wo denn der Unterschied zwischen Clinton und Borer liege. Das sei ganz banal, antwortete Meyer. Borer sei nur noch als Mitglied jener Berliner Spassgesellschaft wahrgenommen worden, über die man halt solche Geschichten schreibe. Nie würde es

dem «Blick» in den Sinn kommen, im gleichen Stil über das Privatleben eines Bundesrats zu berichten. Auch wenn er zu Beginn skeptisch gewesen sei, komme er im Nachhinein zum Schluss, dass es «richtig war, die Geschichte zu bringen». Immerhin liess er sich zuletzt doch noch einen Kleinstkniefall entlocken: «Wir können lernen, dass Dinge mehr auslösen, als wir uns vorstellen.»

St. Galler Tagblatt

Kein Challenge. «Zur Sache: «Was ist der Unterschied zwischen der Affäre Clinton/Lewinsky zur Affäre Borer?», wagte Blum zu fragen. «Der Unterschied ist etwa wie der zwischen Bundesrat Moritz Leuenberger und Botschafter Borer», dozierte Meyer. Denn einem Bundesrat würden Ringier-Journalisten nie nachsteigen. «Weil sie ihr Privatleben nicht mit ihrem öffentlichen Amt vermischen.»

Pech für Thomas Borer, der, so wiederholte Meyer die schon x-fach gehörte Ringier-Position, eben dies nicht trennen können. Aber, so liess Blum nicht locker, ob es denn nicht so sei, dass das Ganze das Finale eines Konfliktes zwischen Borer und Meyer sei, der sich mit Hilfe des Botschafters einiges erhofft habe von Berlin? So werde es jedenfalls in Journalistenkreisen vermutet. «Lächerlich», sagte leicht ernüchert Frank A. Meyer und betonte, dass er «nicht auf jeden Dreck, der am Boden liegt», eingehe. Wenn er in Berlin sei, verkehre er «doch nicht in den Kreisen eines Thomas Borers». Nein, Berlin sei für ihn eine Weltstadt vor allem der Kultur. «Was habe ich denn dort mit einem Borer zu tun – das ist doch kein Challenge», so Meyer mit ausladenden Handbewegungen.» *Berner Zeitung*



FRANK A. MEYER erklärte an der Uni Bern seine Sicht des Falles Borer.

Bewegte Medienlandschaft. Und die Politik?

Leitartikel Eine neue Sonntagszeitung, zwei TV-Sender eingestellt, die Weltwoche als Magazin. Bewegte Medien. Wie soll die Politik reagieren, damit journalistische Qualität gewährleistet ist?

Text: *Iwan Rickenbacher* Foto: *zug*

DIE MEDIENSZENE in der deutschen Schweiz ist vor und hinter den Kulissen in Bewegung, nach wie vor. Rekapitulieren wir einige der wichtigsten Ereignisse der letzten paar Wochen in der deutschen Schweiz.

Roger Schawinski und Tamedia schlossen ihre TV-Stationen Tele 24 und TV 3. Die Gratiszeitung Metropal hat ihr Erscheinen eingestellt. Zwischen Solothurn und Baden schlossen Verleger ihre Regionalzeitungen zur Mittellandzeitung zusammen. Die Berner Zeitung lancierte in Solothurn eine neue Tageszeitung, das Solothurner Tagblatt. Die NZZ erscheint auch am Sonntag. Die Jean Frey Gruppe, u.a. mit der Weltwoche, dem Beobachter, der Bilanz, bisher im Besitz der Basler Zeitung, sucht neue Eigner. TeleZüri und Radio 24 werden von der Tamedia (Tagesanzeiger, Sonntagszeitung, Facts etc.) übernommen.

Für weitere Entwicklungen sind der Fantasie keine Grenzen gesetzt. Fasst der welsche Verleger Lamunière auch in der deutschen Schweiz Fuss? Lanciert das Haus Ringier mit ehemaligen Beobachter-Journalisten ein Konkurrenzprodukt? Tritt ein deutscher Verleger in den Deutschschweizer Markt ein? Was ge-

IWAN RICKENBACHER

Der 59-jährige Schwyzer ist Vizepräsident des Fördervereins Medienwissenschaft. Rickenbacher war von 1988 bis 1992 Generalsekretär der CVP. Heute ist er selbstständiger Kommunikationsberater und Professor für Politische Kommunikation an der Universität Bern.



IWAN RICKENBACHER *trauert TV3 nicht nach.*

schieht in naher Zukunft in Biel, rund um den Zürichsee, in Schaffhausen? Welche Rolle spielt Internet als Plattform für traditionelle Informationsanbieter, wie es Printredaktionen sind?

Auf der institutionellen Ebene arbeitet die Verwaltung am letzten Entwurf für ein neues Radio- und Televisionsgesetz (RTVG), stehen die Grundsätze der Presseförderung zur Diskussion, entwickelt die Wettbewerbskommission entlang der medialen Ereigniskette ihre neue Praxis, erörtern parlamentarische

VERSTÄRKUNG FÜRS IMW Neue Assistentin: Andrea Ochsner



Der Senat der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät bewilligte dem IMW eine zweite halbe Assistenzstelle, die mit lic. phil. Andrea Ochsner auf Mitte April 2002 besetzt worden ist. Die 30-jährige Baslerin hat ihr Studium in Basel in den Fächern Anglistik, Soziologie und Kommunikationswissenschaft im Februar abgeschlossen. Nebst ihrer neuen Tätigkeit am IMW möchte sie eine Dissertation im Bereich der Cultural studies schreiben. Andrea Ochsner betreut die Facharbeiten und wirkt im Proseminar «Einführung in die Medienwissenschaft» sowie in anderen Bereichen der Lehre mit. Mit ihrer sympathischen und offenen Art bringt sie frischen Wind ins IMW.

SPECIAL INTEREST Comicpresse in der Schweiz

In der Buchreihe «Berner Texte zur Medienwissenschaft», die vom Förderverein unterstützt wird, ist im August 2001 ein weiterer Band erschienen: «Special Interest: Comic. Die Comicpresse in der Schweiz: Einordnung, Produktions- und Vertriebsstrukturen, Typologie» von Alexis Matthey. Die Comic-Presse in der Schweiz wird erstmals aus historischer und ökonomischer Perspektive beleuchtet und strukturiert. Des Weiteren erhält der Band einen illustrierten Katalog aller wichtigen europäischen Comic-Fachzeitschriften.

Die «Berner Texte zur Medienwissenschaft» sind am IMW (www.medienwissenschaft.ch) für 30 Franken erhältlich.

Kommissionen die möglichen Auswirkungen von Medienkampagnen auf politische Entscheidungsprozesse, streiten sich Fraktionen im eidgenössischen Parlament um die Frage, ob bundesrätliche Personalentscheide frei von Medien- druck erfolgt seien.

Gegenseitige Aufmerksamkeit. Es besteht kein Zweifel, wirtschaftliche oder journalistische Grossereignisse in der Medienlandschaft lösen in der politischen Arena rasch Reflexe aus. Veränderungen politischer Rahmenbedingungen sensibilisieren die Medienlandschaft ebenfalls schnell. Die gegenseitige Aufmerksamkeit reflektiert die besondere Beziehung, die zwischen Politik und Medien besteht.

Politiker und Politikerinnen brauchen Medien, um ihrer Leistung öffentliche Resonanz zu geben, Medien brauchen die Mitglieder des politischen Systems, die Themen setzen, Konflikte austragen, Lösungsvarianten für gesellschaftlich bedeutsame Fragen diskutieren. Diese Politik ist in der vielsprachigen, föderalen Schweiz, dort wo sie das Alltagsbefinden der Bürgerinnen und Bürger betrifft, meist lokal und regional. 26 kantonale Parlamente alimentieren regionale Medien mit Meinungen und Tatsachen, mit Inhalten, die in ihrer Gesamtheit nie Gegenstand nationaler Informationsträger werden könnten. Die öffentliche Auslegung auch lokaler und regionaler politischer Themen und Inhalte ermöglicht die im direktdemokratischen System erforderte Partizipation der Bürgerinnen und Bürger am Entscheidungsprozess. Auf diesem Hintergrund verwundert es nicht, dass die Schweiz, gemessen an der Gesamtbevölkerung auch eine ausserordentlich hohe Zahl an Journalistinnen und Journalisten aufweist.

Umbruchsituationen in der Medienlandschaft, die auch Züge von Konzentrationsprozessen aufweisen, sind daher politisch relevant. Die Wahrnehmung solcher Tendenzen wirkt sich unmittelbar auf die Gestaltung der Rahmenbedingungen aus.

So ist nach dem Scheitern privater, sprachregionaler TV-Sender die Möglichkeit des Gebührensplittings für private Lokalsender in den Entwurf des neuen RTVG aufgenommen worden, bevor sich die Eidgenössischen Räte und die dort wirkenden Interessengruppen im Entscheidungsprozess aktiv einbringen mussten.

Qualität im Blickfeld. Während die quantitativen Veränderungen in der Medienlandschaft unter dem Titel der Förderung der Meinungsvielfalt politische Handlungsbereitschaft auslösen, wird selten darüber debattiert, welche Voraussetzungen erfüllt sein müssen, damit Medien wirklich einen Beitrag zur Entscheidungsfindung leisten können. Die blosser Publikation amtlicher Verlautbarungen und die Wiedergabe von Agenturmeldungen wird die von der Politik erhoffte Wirkung verfehlen. Gewünschte redaktionelle Eigenleistungen, Recherchen und Hintergrundberichte, wie sie von politisch Interessierten gesucht werden, erfordern aber ein finanzielles Etat, das Kleinstpublikationen und ihren Herausgebern oft fehlt.

Politische Reflexe auf Veränderungen in der Medienlandschaft greifen deshalb gelegentlich zu kurz, wenn sie nicht mit einer qualitativen Sichtweise der Medien im politischen Entscheidungsprozess gekoppelt sind. Es ist zu akzeptieren, dass es Informationsträger gibt, die ohne Auswirkung auf die Tiefe des politischen Diskurses entstehen und verschwinden dürfen.

ONLINE-KOMMUNIKATION

Parteien im Internet

In der Buchreihe «Berner Texte zur Medienwissenschaft», die vom Förderverein unterstützt wird, ist im November 2001 ein weiterer Band erschienen: «Die Schweizer Parteien im Internet. Eine Modellstudie» von Maria Gfeller und Marco Jaggi. Die Autoren haben Pionierarbeit geleistet: Zum ersten Mal sind die Web-Auftritte der Schweizer Parteien analysiert und in aktuelle Erkenntnisse zur politischen Kommunikation im Internet eingebettet worden.

EXKURSION

Medienstadt Hamburg

Im März 2002 führte das IMW erstmals das Experiment einer gross angelegten Exkursion durch. Das Reiseziel war für eine Woche die Stadt Hamburg, die sich mit ihrer enormen Vielfalt an Verlagen, Radios und Fernsehstationen hervorragend für interessierte Studierende eignete. Nebst gemeinsamen Ausflügen zum Norddeutschen Rundfunk NDR (mit Bluebox-Experimenten), zum «Spiegel» (mit einem Gespräch mit Chefredakteur Stefan Aust und einer Einführung in die weltberühmte Dokumentation) und zur Deutschen Presse-Agentur dpa (mit einer Präsentation der vielfältigen Online-Aktivitäten) besuchten die Studierenden auch individuell einige Medien, mit dem Ziel, eine Reportage zu verfassen. Spannend waren auch die Referate von Prof. Michael Haller (Mediensystem Deutschland), Dr. Barbara Thomass (Medienethik in Hamburg) und Dr. Monika Pater (Journalismus in der DDR) sowie die Diskussion mit Josef Depenbrock, dem Chefredakteur der «Hamburger Morgenpost». Die Exkursion nach Hamburg wird wohl allen Beteiligten in guter Erinnerung bleiben und als Modell für weitere Exkursionen dieser Art dienen.

Erfolgsgories

Studierende Zurzeit zählt der Vorstand der Fachschaft Medienwissenschaft neun aktive Mitglieder. Eine Rekordzahl, die es erlaubt eine Vielzahl an Projekten durchzuführen.

NICHT NUR DIE Unipolitik bewegt die Gemüter der Studierenden, sondern auch die aktuelle Programmpolitik von SR DRS. Die Radiolandschaft formatiert sich zielsicher in Richtung störfreie Mainstream-Musik. DRS 3, das ehemalige Jugendradio, macht da keine Ausnahme. Die Veränderungen auf DRS 3 in den letzten zwei Jahren haben die Publikumszahlen massiv ansteigen lassen, was die kritischen Hörer sehr erstaunte.

Im Mai hatten Studierende der Medienwissenschaft auf einer Exkursion in die DRS-Radiostudios in Basel die Gelegenheit, ihrem Unmut über die Radiomiserie Luft zu verschaffen. In einer Diskussion mit François Mürner (Leiter «Virus»), Linda Muscheidt (Leiterin DRS-3-Abendprogramm) und Heinrich Anker (Medienreferent DRS) wurden der – in der Augen der Studierenden – Abbau des Service Public und das Fehlen einer UKW-Frequenz für das Jugendradio «Virus» thematisiert.

len einer UKW-Frequenz für das Jugendradio «Virus» thematisiert.

Eigenproduktion. Da das theoretische Studium nur selten die Gelegenheit bietet, journalistische Erfahrungen zu sammeln, ist seit dem letzten Sommer in Kooperation mit der Fachschaft Geschichte eine Zeitschrift im Aufbau. Die erste Ausgabe von «Foliage» erscheint in diesen Tagen und wird mit grosser Spannung erwartet (siehe Seite 14).

Ein weiteres Highlight war das «Unifest.02». Die Medienfachschaft war mit der «Le Tyler Brülle Bar» bei gediegenem NuJazz präsent. Geplant ist für dieses Jahr ein Beitrag zum 10-jährigen Jubiläum des IMW. Neben einem Portrait über das Institut in Form einer Diashow ist eine Party mit Konzert und DJs im Café Kairo in Vorbereitung.

Pascale Hofmeier



ZWEI FRAUEN RÄUMEN AB

Grosse Auszeichnung für zwei Studentinnen: Der diesjährige medienwissenschaftliche Förderpreis geht an Nadja Fischer und an Yvonne Strittmatter. Nadja Fischer erhielt die Auszeichnung für ihre Lizentiatsarbeit über den Bundesrat im Abstimmungskampf zu den Militärvorlagen (siehe Seite 13), Yvonne Strittmatter für ihre Facharbeit über das Frauenmagazin «Lipstick» des Schweizer Fernsehens DRS (siehe Seite 14). Der Förderpreis wird alle zwei Jahre anlässlich der Generalversammlung des Fördervereins Medienwissenschaft verliehen und ist gestiftet von Prof. Matthias Steinmann.



MANUEL DÄHLER vom SRG-Forschungsdienst weiss, wie das Volk Nachrichtensendungen hört.

Mehr Echo dank Radio-Uhr

Hörerforschung Seit gut einem Jahr wird das Radioverhalten der Schweizer Bevölkerung mit Radiocontrol erhoben. Das Instrument weist mehr Reichweite und weniger Hördauer aus.

Text: Sabine Zaugg Foto: Daniel Bernet

WIE LANGE LÄUFT in der Schweiz im Durchschnitt täglich das Radio? Welche Sender werden gehört? Seit Januar 2001 werden die Antworten nicht mehr mit Befragungen, sondern durch Messungen mit der Radiocontrol-Uhr erhoben. Weltweit wurde bis heute die Radionutzung ausschliesslich erfragt: telefonisch, persönlich oder schriftlich. Diese Verfahren stützen sich auf die Erinnerung der befragten Person, und die ist fehleranfällig.

Mit dem neuen Messverfahren werden Aufmerksamkeits- und Erinnerungseffekte umgangen. Die Uhr registriert den gesamten Radiokonsum des Trägers, und zwar unabhängig davon, ob die Person hinhört oder nicht. Die musikalische Radio-Beschallung im Warenhaus wird gemessen, ebenso der eingeschaltete Lieblingssender des Taxi-Chauffeurs. Einzige Bedingung ist, dass die Umgebungsgeräusche nicht zu laut sind und der Radioton theoretisch wahrgenommen werden kann.

Der neue Messansatz hat Konsequenzen auf den Datenoutput. Radiocontrol (RC) weist mehr Reichweite und weniger Hördauer aus. Dieser Effekt hat zwei Ursachen: Durch die Präzision des Instrumentes fallen Erinnerungsunschärfen weg; unbekannte Sender oder vergessenes Radiohören werden von der Uhr erfasst. Dies führt dazu, dass die Reichweiten höher sind als mit der alten Methode. Zudem konnte bei der Befragung pro Viertelstunde höchstens ein Sender erfasst werden. Diesem wurde dann eine Nutzung von 15 Minuten zugeschrieben, auch wenn er nur während acht Minuten gehört worden ist. Die Uhr weist dagegen genau das aus, was hörbar war: Also nur acht Minuten des Senders A, aber auch vier Minuten des Senders B, die früher gar nicht registriert werden konnten. Durch die Korrektur von vormals grosszügig gerundeten Zeitangaben fällt die Minutennutzung mit RC tiefer aus.

Die Ergebnisse von RC konkret: Das Radio erreicht täglich neun von zehn Schweizern. Die Deutschschweizer sind mit täglich 115 Minuten die fleissigsten Radiohörer des Landes. Die Tagesnutzung in der Westschweiz beträgt 107, in der Südschweiz 109 und in der rätoromanischen Schweiz 113 Minuten. Die SRG-Programme haben nach wie vor die Marktführerschaft. RC zeigt weiter, dass Radio nicht ganz so stark als Begleitmedium genutzt wird wie bislang angenommen: Betrachtet man die Kurve der Tagesreichweiten, sieht man zu jeder vollen Stunde Peaks. Es gibt also Personen, die sich ganz bewusst in Nachrichtensendungen einschalten. Daraus lässt sich ableiten, dass die Qualität der Wortbeiträge gegenüber dem «richtigen» Musikteppich nicht unterbewertet werden sollte. Die ab Herbst geplante Ausweitung aufs Wochenende von «Echo der Zeit» dürfte als Konsequenz der RC-Daten gesehen werden.

Massenblätter gegen das Böse

Ringier-Zeitschriften Die Illustrierten wandelten sich bis zum Zweiten Weltkrieg von apolitischen Unterhaltungsblättern zu aktuell-politischen Zeitschriften. Ergebnisse einer IMW-Studie.

Text: Nicole Gysin und Peter Meier Foto: Daniel Bernet

«**UNSERE ARMEE** steht an der Grenze und gleicht der Heerschar gegen das Böse» – mit einer betont patriotischen Berichterstattung versuchen die Ringier-Illustrierten im Zweiten Weltkrieg dem Leser in der Stunde der grössten Bedrohung Mut zu machen – denn: «Wir wollen Dir als Mindestes den Glauben geben, dass wir unser schönes Vaterland tatsächlich und erfolgreich verteidigen können.» Damit stellen sich die Blätter voll in den Dienst der Geistigen Landesverteidigung (GLV).

Noch bis Ende der 30er Jahre sind die Illustrierten aber reine Unterhaltungsblätter ohne ein idealistisches oder gar politisches Ziel. Sie richten sich an die breite Masse und müssen sich vor allem verkaufen. Unterhaltung, Belehrung und Lebenshilfe bestimmen die Heftinhalte – und garantieren den wirtschaftlichen Erfolg. Zwingende Voraussetzung dafür ist für Ringier die absolute redaktionelle Neutralität. Die Folge: Politik bleibt weitgehend aussen vor.

Selbst die NS-Machtergreifung 1933 ändert daran zunächst nur wenig. Was etwa über Adolf Hitler geschrieben wird, übersteigt das Niveau politischer Belanglosigkeit nie. Die Illustrierten beurteilen jedoch Hitler nicht positiver als andere Staatsmänner – sie beurteilen sie gar nicht «In aussenpolitischen Angelegenheiten hat man keine Meinung», so die selbstauferlegte Zurückhaltung. Das gilt aber auch für innenpolitische Fragen – heikle Themen kommen daher kaum ins Blatt.

Diese politische Naivität, die die Grenze zur gefährlichen Unbedarftheit häufig genug überschreitet, hat indes Folgen: Je aggressiver die deutsche Machtpolitik, desto weniger goutiert das Schweizer Publikum diese Meinungslosigkeit. Der Verlag stehe unter

deutschem Einfluss, wird Ringier vorgeworfen. Als Ende der 30er Jahre deswegen Abonnenten und Inserenten abspringen, reagiert der Verleger. Zwei Polit-Journalisten werden als Chefredaktoren eingestellt – die politische Berichterstattung bekommt nun mehr Gewicht und Profil. Das schafft Konfliktpotential mit den Behörden. Die Illustrierten geraten im Krieg vermehrt zwischen die politischen Fronten, Zensureingriffe bleiben aber die Ausnahme. Die Redaktoren zeigen sich bei Konflikten mit den Behörden kooperativ und kompromissbereit. Loyalität mit Bundesrat und Armee ist oberstes Gebot.

Mitunter spiegeln die Zeitschriften auch den Zwiespalt zwischen traditio-

nellen Werten und veränderten äusseren Bedingungen: Benötigt wird die selbständig-tüchtige Frau, die sich aktiv in FHD, Anbauschlacht und Arbeitswelt einsetzt, andererseits kommt aber das propagierte Bild dem Heimchen am Herd näher. Doch die Leistungen von Frauen und Männern wird nicht gewichtet oder gegeneinander ausgespielt – ein Vergleich des Soldaten, der an der Grenze seinen Aktivdienst verrichtet, mit der Frau, die an Herd und Werkbank ihren Mann steht, findet sich nirgends – im Gegenteil: Frau und Mann müssten je ihren Beitrag zum gemeinsamen Ganzen leisten, nur so könne die Schicksalsgemeinschaft die Zeit der Not unbeschadet überstehen.



ALTE ZEITSCHRIFTEN untersucht: Peter Meier und Nicole Gysin.



DER FÖRDERVEREIN hat einen neuen Präsidenten: Renatus Gallati übernimmt das Amt von Daniel Eckmann.

Gallati will weiter fördern

Förderverein Wechsel an der Spitze: Renatus Gallati ist neuer Präsident des Fördervereins. Er ersetzt Daniel Eckmann, der sich während zehn Jahren für die Medienwissenschaft stark gemacht hat. Mit Gallati folgt ein erfahrener Lobbyist nach.

Interview: Sabine Gorgé Foto: Daniel Bernet

Renatus Gallati, warum haben Sie die Präsidentschaft des Fördervereins übernommen?

Mein Hauptmotiv ist die Überzeugung, dass der Stellenwert der Medienwissenschaft erhöht werden muss. Die Rahmenbedingungen haben sich zwar leicht gebessert, sind aber noch lange nicht optimal. Wenn ich da einen Beitrag zur Verbesserung leisten kann, dann bin ich sehr froh.

Welche Rolle soll der Förderverein innerhalb der Uni, aber auch gegen aussen spielen?

Mein Hauptanliegen ist, die Bedeutung der Medienwissenschaft verstärkt nach aussen zu kommunizieren. Es muss eine Popularisierung der Medienwissenschaft geben, was auch zu einer Stärkung des Fachs innerhalb der Universität führen wird. Ziel bleibt es, Medienwissenschaft als Hauptfach führen zu können. Der Förderverein hat eine Brückenfunktion: Nach aussen, wo eine bessere Verankerung und Stärkung der Kommunikation und der medienwissenschaftlichen Anliegen erreicht werden soll. Es besteht auch eine Brückenfunktion nach innen – gegenüber der Fakultät und der Unileitung. Mit meinem Beziehungsnetz sehe ich Möglichkeiten, mich vermehrt in diesem Bereich zu engagieren. Als Lobbyist bin ich auch in der Politik verankert. Ich

stehe aber nicht so stark in der Öffentlichkeit wie Daniel Eckmann, sondern agiere eher im Hintergrund.

Welche Anreize bietet ein ebrenamtliches Amt?

Ich habe verschiedene Motive: Es lohnt sich, aus Überzeugung für eine gute Sache einzustehen, und ich bin bereit, mich aufgrund meiner Voraussetzungen entsprechend einzusetzen. Ich will etwas bewirken. Wenn ich damit der Sache und Leuten dienen kann, dann will ich es tun. Es ist insofern eine neue Herausforderung für mich, als ich kein Medienprofi bin, was auch ein Risiko sein kann. Aber mit dem nötigen Engagement kommt hoffentlich etwas Gutes dabei heraus. Ich freue mich auf meine neue Aufgabe und auf die Zusammenarbeit mit motivierten Studierenden, Wissenschaftlern und Exponenten der Medienlandschaft.

RENATUS GALLATI

Gallati, ehemaliger Chefökonom der Schweizerischen Volksbank, ist seit acht Jahren als Wirtschaftsberater mit Schwerpunkt in den Bereichen Lobbying und Public Affairs tätig. Zudem ist er Präsident der Stiftung Universität und Gesellschaft. Der 58-Jährige hat zwei erwachsene Kinder und wohnt in Hinterkappelen bei Bern.



ROGER BLUM will ein reichhaltiges Lehrangebot servieren.

Quivive im Boomfach

IMW Im Boomfach Medienwissenschaft muss das Institut dauernd auf dem Quivive sein. Damit es keine Chance verpasst.

Text: Roger Blum Foto: Daniel Bernet

DAS INSTITUT FÜR Medienwissenschaft (IMW) ist heute durch dreierlei geprägt:

► Durch seinen «Standort»: Es ist ein Institut in der Politik- und Medienstadt Bern und in der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät. Die Politikstadt Bern (mit Regierung, Parlament, Verwaltung, Parteien und Verbänden auf drei Ebenen), die Medienstadt Bern (mit SRG, SRI, Espace Media, NZZ-Bund, Agenturen, PR-Büros, Informationsdiensten, Buchverlagen usw.), die Nähe zur Kommunikationsstadt Biel (mit Bakom, Gassmann-Medien, Büro Cortesi, Teletext usw.) und die Nähe zu Fächern wie Politikwissenschaft, Soziologie und Ökonomie bestimmt die Ausrichtung des IMW mit. Denn es konzentriert sich unter anderem auf politische Kommunikation, Mediensystemanalyse, Publikumsforschung, Mediaplanung, politischen Journalismus und Wirtschaftsjournalismus.

► Durch den «Boom»: Kein anderes Fach wird durch die Studierenden so sehr überrannt. Und keines passt so gut auf die Bedürfnisse der Informations- und Mediengesellschaft. Im Wintersemester 2001/02 waren im IMW 642 Studierende eingeschrieben. Für den Herbst 2002 sind bereits wieder 242 Neue angekündigt. Dabei handelt es sich keineswegs nur um eine Mode der Studierenden: Kommunikationskompetenz ist heute in vielen Positionen eine zentrale Kompetenz.

► Durch die «Mittelknappheit»: In keinem anderen Fach ist das Betreuungsverhältnis Lehrstühle-Studierende so krass. Es beträgt am IMW 1:856. Es

braucht deshalb viel Fantasie und Geschick, damit das Institut mit Hilfe von Sponsoren zu zusätzlichen Lehrleistungen kommt und den Studierenden ein so reichhaltiges Angebot servieren kann, wie sie es verdienen.

Und dies heisst: Das IMW muss stets auf dem Quivive bleiben, damit es keine Chance verpasst und bei keiner Herausforderung «durchfällt». Es gilt, nach neuen Sponsoren Ausschau zu halten. Ihnen Auftrittsmöglichkeiten an der Universität zu verschaffen. Die finanziellen Zuwendungen nicht nur für das nächste Semester, sondern für längere Perioden sicherzustellen. Die Ausbildungsqualität zu verbessern. Die Studienordnung neuen Anforderungen und neuen Modellen (Bologna!) anzupassen. Und dafür zu sorgen, dass das Fach den Anschluss in der Forschung findet.

Ruf nach Ausbau. Die Umstellung des Studiums auf Bachelor- und Masterabschlüsse verlangt vermutlich, dass Medienwissenschaft in einem Masterlehrgang als Hauptfach angeboten wird. Dies wiederum ruft nach einem personellen und infrastrukturellen Ausbau. Die von Bundesrätin Ruth Dreifuss eingesetzte Arbeitsgruppe Schuwey, die die Förderungsmöglichkeiten in den Geistes- und Sozialwissenschaften untersucht hat, fordert nicht nur jährlich 14 Graduiertenkollege in diesem Bereich, die Hälfte der Förderungsprofessoren und die Hälfte der zusätzlichen Nationalen Forschungsschwerpunkte für die Geistes- und Sozialwissenschaften, sondern auch 483 neue Professuren bis ins

Jahr 2007. Das Ziel ist, das Betreuungsverhältnis pro Lehrstuhl auf 1:40 zu drücken.

IMW feiert. Bleibt es in Bern im Fach Medienwissenschaft bei diesem Boom und wird Medienwissenschaft für den Masterlehrgang Hauptfach, so wären allein am IMW mindestens 10 Lehrstühle nötig. Klar ist, dass etwas geschehen muss, wenn die Qualität von Lehre und Forschung nicht nur graue Theorie sein soll. Klar ist, dass ein Lehrstuhl, der offiziell bloss mit 75 Prozent dotiert ist, nicht mehr genügen wird. Klar ist, dass gerade die Medienwissenschaft in Bern mit ihrem Profil attraktiv ist und einem Bedürfnis entspricht. Klar ist, dass jetzt gehandelt werden muss, wenn das Fach nach 2007 nicht unter der Last des Ansturms schlicht und einfach zusammenbrechen soll.

Das IMW feiert diesen Herbst sein 10jähriges Jubiläum. 1992, beim Einzug in die Unitobler, ist das Institut gegründet worden (auch wenn es das Fach schon lange gab). Am 1./2. November 2002 führen wir eine Tagung durch, die den Titel trägt: «Wes Land ich bin, des Lied ich sing. Medien und politische Kultur». Ausserdem steigt ein Fest. Beides soll Anlass sein, Rückschau zu halten auf das Erreichte, auf das wir stolz sein können, aber auch einen Marschhalt zu bilden, um zu fragen: Wohin gehen wir? Was können wir in Zukunft leisten? Was brauchen wir? Allein aus eigenem Boden und fast ausschliesslich mit Sponsoren können wir das IMW nicht mehr durchfuttern.

HOCHSCHULREFORM Als Nebenfach bedeutungslos?

Die Bologna-Reform krepelt die Hochschullandschaft um. Ob die Refom für die Medienwissenschaft in Bern zum Segen oder zum Fluch wird, ist noch unklar. Schafft es die Medienwissenschaft Master-würdig zu werden, ist sie endlich Hauptfach. Wird dies aber nicht erreicht, droht der Fall in die Bedeutungslosigkeit.

VERÄNDERUNGEN AM IMW Wirtschafts- journalismus

Im Frühling 2001 verabschiedete die Fakultät den Strukturbericht, welcher das IMW besser in die Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät integriert. Der Strukturbericht sieht vor, einen Schwerpunkt Wirtschaftsjournalismus zu schaffen. Neben Kommunikationstheorie soll eine von Dritten finanzierte weitere Professur auf ökonomische Kommunikation ausgerichtet sein.

ECTS-Studienplan eingeführt

Mit dem Inkrafttreten des neuen Studienplans im Herbst 2001 wurde das European Credit Transfer System (ECTS) eingeführt: Die Vorlesungen werden semesterweise abgeprüft, eine grosse Schlussprüfung entfällt.

Institutskonferenz neu strukturiert

Die innere Struktur des IMW ist umgebaut worden: Die Institutskonferenz übernimmt als oberstes Mitwirkungsorgan eine stärker kontrollierende Rolle. In der Institutskonferenz sitzen der Institutsdirektor Prof. Roger Blum, die fünf ständigen Dozenten des IMW (Prof. Eugen Marbach, Prof. Christoph Graber, Dr. Franz. Zeller und Dr. Josef Trappel), MittelbauvertreterInnen, StudierendenvertreterInnen und eine Vertreterin des Sekretariats.



BETLEKTÜRE: Die Kulturgeschichte des PR-Gags.

Lila Kühe leben länger

Buch I Claudia Cornelsen hat eine unterhaltsame Kulturgeschichte des PR-Gags geschrieben. Erkenntnis: JFK war in der Selbstinszenierung besser als Schreinemakers. Gute B-Note für die Kür.

DIE PR-STRATEGIE macht die Karriere. Oder warum wird John F. Kennedy in den USA heute noch verehrt? Kaum wegen seiner politischen Taten. Vielleicht weil keiner den gebildeten Sohn aus der amerikanischen Oberschicht jemals trefflicher spielte. Weil er mit der vermeintlich blaublütigen Jacqueline Bouvier das Traumpaar jener Zeit bildete. Und was weniger geplant war: Weil sein Tod kaum dramatischer und mediengerechter hätte sein können. Es ist blanke Ironie, dass JFK gar PR-mässig perfekt ermordet wurde.

Claudia Cornelsen besichtigt in einer unterhaltsamen Kulturgeschichte des PR-Gags nicht nur den Selbstinszenierer Kennedy. Da sind charmante Betrüger wie Kaufhaus-Erpresser Dagobert

oder Geheimnistuer wie die Macher des Films «Blair Witch Project», die ihre Geschichte via Internet als echt verkauft. Immerhin stand dort hinter der innovativen Effekthascherei ein ebenso innovatives Meisterstück. Und manchmal gehts eben auch schief: Frau Schreinemakers will in ihrer Talkshow ein Tabu brechen und über sich reden – SAT 1 kappt cool die Leitung. «Lila Kühe leben länger» ist locker geschrieben, geht aber nicht sehr tief. Geeignet als Bettlektüre. *Thomas Rickenbach*

★★★★☆

Claudia Cornelsen
«LILA KÜHE LEBEN LÄNGER»
 Ueberreuter, Frankfurt/Wien 2001,
 244 Seiten, 44.50 Franken

Medien und Ethik

Buch II Larissa Krainer geht der Organisation medienethischer Entscheidungsprozesse auf den Grund. Was wohl Herr Borer dazu meinen würde? Gute A-Note für die Pflicht.

DIE DISKUSSION kommt alle paar Monate im kleinen und alle paar Jahre im grossen Rahmen auf, zuletzt rund um Borer, Ringier, Deiss und eine Frau mit dem Namen eines brasilianischen Fussballers. Medien und Ethik, geht das überhaupt? Muss gehen. Und damit die Journalisten notfalls noch rasch nachblättern können, ist ein weiteres Buch zum Thema erschienen, die Habilitation von Larissa Krainer, Kommunikationswissenschaftlerin aus dem österreichischen Klagenfurt.

Mit philosophischen Schablonen wie den ethischen Kategorien geht Krainer dabei besonders der Organisation ethischer Entscheidungsprozesse auf den Grund. Eines der Haupterkenntnisse ist auf dem Hintergrund des Falles «Borer»

besonders interessant: Die Autorin fordert eine Verantwortungsdelegation nach oben und eine Kontrolldelegation nach unten. Gebräuchlich ist es ja eher, generell als an höhere Instanzen zu delegieren. Krainers Prozess ist radikaler Natur, weil er beispielsweise der Redaktion eine Kontrollmöglichkeit über ihre Leitung ermöglicht. Als Bettlektüre eher mühsam (wegen des ewigen Fussnoten-Nachblätterns), aber ein Schreibtisch-Utensil für Journalistinnen und Journalisten. *Thomas Rickenbach*

★★★★☆

Larissa Krainer
MEDIEN UND ETHIK
 KoPäd, München 2001, 420 Seiten,
 45 Franken



SCHREIBTISCH-UTENSIL: Ethik und Entscheidungsprozesse.



ACHTUNG: Wie gut ist der Bund für Abstimmungskämpfe gerüstet?

Foto: zvg

Bundesrat in Defensive

Regierungskommunikation Nadja Fischer hat die heikle Frage nach der Rolle der Landesregierung im Abstimmungskampf zu den Militärvorlagen 2001 untersucht.

WIE VERHIELT SICH der Bundesrat als politischer Akteur im Vorfeld der Abstimmung über die Militärvorlagen vom 10. Juni 2001? Nadja Fischer untersucht in ihrer Lizentiatsarbeit die bundesrätliche Informationspolitik sowie den Umgang der Medien mit der behördlichen Medienarbeit. Ausgangspunkt der Betrachtungen ist der moralische Appell des damaligen Bundespräsidenten Moritz Leuenberger, der sich – zehn Tage vor der Abstimmung – öffentlich über den Kampagnenstil der rechtsnationalen «Aktion für eine unabhängige und neutrale Schweiz» (AUNS) entsetzte und damit die staatspolitisch heikle Frage nach der Rolle der Landesregierung in Abstimmungskämpfen zum öffentlichen Thema machte.

Aktive Information gefordert. Die Kommunikation der Schweizer Exekutive ist infolge des gesellschaftlichen, politischen und medialen Wandels unter Druck geraten. In letzter Zeit mehren sich die Befürworter einer aktiven Rolle der Exekutive im Abstimmungskampf. Als Begründung führen sie die Komplexität der Vorlagen sowie die Gefährdung der freien Meinungs- und Willensbildung aufgrund massiver Abstimmungs-PR von privaten Interessengruppen an. Dass der Bundesrat in Abstimmungskämpfen aktiv informieren soll, hält auch ein Bericht der Informationsverantwortlichen der Departemente fest. Allerdings sei der Schritt zu einer solchen «aktiven» Information im Wesent-

lichen schon gemacht. Gespräche mit fünf Informationsverantwortlichen des Bundes zur Kommunikation im Vorfeld der Abstimmung über die Militärvorlagen bestätigen: Der Bund betrieb nur sehr beschränkt aktive Medienarbeit und es gab kein eigentliches Kommunikationskonzept. Ein Mehr an aktiver Medienarbeit hält man nicht für nötig oder möglich.

Schlechte Noten. Die Inhaltsanalyse von vier Tageszeitungen zeigte auf, dass die Abstimmungsberichterstattung aus der Perspektive des Bundes in doppelter Hinsicht nicht als zufriedenstellend bewertet werden kann: Bundesrat Schmid war nicht mit den seiner Meinung nach wichtigsten Argumenten am häufigsten präsent, sondern mit seinen defensiven Entgegnungen zur AUNS-Kampagne. Ausserdem wurden die Vorlagen kaum in den globalen Kontext gesetzt. Dies setzt einerseits ein Fragezeichen hinter die journalistischen Leistungen der vier Tageszeitungen; andererseits ist anzunehmen, dass der Bundesrat mit einer längerfristigen und offensiveren Öffentlichkeitsarbeit das Seine zur differenzierteren Information der Stimmbürger hätte beitragen können.

Nadja Fischer

«WIR SIND NOCH EINMAL DAVONGEKOMMEN»

Der Bundesrat im Abstimmungskampf zu den Militärvorlagen
IfM Uni Basel, Basel 2002

NEUE FACHARBEITEN

Was Studierende erforscht haben

- ▶ Urs von Allmen und Andreas Schilter: Grosse Erde – kleine Welt. Das **AUSLANDSBILD** der Schweizer Presse am Ende des 20. Jahrhunderts.
- ▶ Stephan Blank: «**UNIKUM**», die Zeitung der StudentInnen-schaft der Universität Bern.
- ▶ Donat Büchel: **KRISENWAHLEN 1935**. Eine Untersuchung des Wahlkampfes im Vorfeld der eidgenössischen Wahlen 1935.
- ▶ Miriam Dubi: «**BIG BROTHER**» – von der Kritik zum Kult.
- ▶ Sonja Engelage: Faszination **SEIFENOPER**: Sozialisation Jugendlicher durch das Fernsehen.
- ▶ Anita Fries: **GEMEINDEZEITUNG** Ettiswil: Von der Aufgabe der Gemeindeformation bis zur Realisation einer Gemeindezeitung.
- ▶ Isabelle Hänni: «Questa o quella me pari sono ...»? Die **SPARTENSENDER** Swiss Classic (CH) und Klassik Radio (D).
- ▶ Markus Helbling: Sidney 2000. Eine Aussagenanalyse zur Berichterstattung von SF DRS im **OLYMPIAMAGAZIN** «Sidney today».
- ▶ Micha Jegge und Alain Mast: «Jetzt spinnt er!» – Die **FUSSBALLTRAINER** im «Blick». Zwei Jahrzehnte Fussballberichterstattung in der grössten Schweizer Tageszeitung.
- ▶ Barbara Lindegger: Wird die Presseberichterstattung **OBERFLÄCHLICHER**? Eine vergleichende Untersuchung von NZZ und Tagesanzeiger am Beispiel des Zypernkonflikts.
- ▶ Nathalie Matter: Die Medien am Puls der Zeit? Medienberichterstattung und Problembewusstsein der Bevölkerung im Vergleich. Eine **AGENDA-SETTING** Untersuchung.
- ▶ Thomas Röthlin: **ONLINE-JOURNALISTEN** in der Deutschschweiz. Wer sie sind, wie sie denken und handeln.
- ▶ Renzo Ruf: Zwischen Stadt und Land. Die Berichterstattung der «Berner Zeitung BZ» und des

> «Bund» über die Gemeinden der **REGION BERN**.

► Annette Rutsch und Laurenz Meier: **SUBLIMINALE WERBUNG** – Mythos oder Potenzial?

► Annemarie Straumann: Quellen des **WISSENSCHAFTSJOURNALISMUS** in sechs grossen Deutschschweizer Printmedien.

► Carla Valaer: Die Berichterstattung über den **FLÜCHTLINGS-FALL ELIÁN** Gonzales. Eine Untersuchung von vier Schweizer Tageszeitungen.

► Beatrice Wäsch und Hansjörg Niklaus: Die **NATIONALRATSWAHLEN** 1999 in den österreichischen Printmedien.

BESTELLUNG

Die Facharbeiten sind erhältlich beim Institut für Medienwissenschaft, Universität Bern, Lerchenweg 36, 3000 Bern 9, Tel. 031 631 48 40, Fax 031 631 85 90, E-Mail imw@imw.unibe.ch.

Die weibliche Sicht

Frauenmagazin In ihrer Facharbeit zeichnet Yvonne Strittmatter die Biografie der 2001 eingestellten Sendung «Lipstick» von SF DRS nach.

DAS MAGAZIN «Lipstick» war eine Frauensendung im eigentlichen Sinn – von Frauen konzipiert, realisiert und präsentiert. Gleichstellungs- und Familienfragen sowie Beiträge aus den Bereichen Arbeitswelt und Wirtschaft waren die dominanten Themen. Auch Männer sollten sich angesprochen fühlen. Wie die Facharbeit von Yvonne Strittmatter zeigt, basierte die Themenwahl in grossem Ausmass auf den Präferenzen der Macherinnen. «Lipstick» wollte unter keinen Umständen als seichtes Magazin

wahrgenommen werden: Das Frauenmagazin präsentierte sich lieber zu anspruchsvoll als zu trivial. Wie wichtig es den Macherinnen war, die weibliche Sichtweise in den Mittelpunkt zu stellen, zeigte sich daran, dass «Lipstick» den Frauen stets die prägnantere Stimme gegeben hat als den Männern.

Yvonne Strittmatter
DIE BIOGRAFIE DES FRAUENMAGAZINS «LIPSTICK»
IMW, Bern 2002

Anpfiff für neues Magazin

«*Foliage*» Die Fachschaften Medienwissenschaft und Geschichte wollens wieder wissen: Mit einer neuen Mannschaft geben sie eine gemeinsame Zeitschrift heraus.

Text: Marc Griesshammer

«**FOLIAGE**», **SO HEISST** die neue gemeinsame Zeitschrift der Medien- und Geschichtsfachschaft, welche anfangs Juni zum ersten Mal erscheint. Die Idee dahinter ist, allen willigen Schreiberlingen, ob Anfänger oder Fortgeschrittene, einen Tummelplatz zu bieten, auf dem sie ihre ersten journalistischen Erfahrungen sammeln und Routine erarbeiten können. Entstanden ist die Idee im letzten Herbst, als die Medienfachschaft beschloss, ganz der Studienfachrichtung entsprechend, endlich wieder ein eigenes Heft zu produzieren.

Fast zur gleichen Zeit löste sich die Zeitschrift «Denkmal» der Geschichtsfachschaft auf, und da war es naheliegender, vorhandene Synergien zu nutzen

und sich für eine neue Zeitschrift zusammenzuschliessen.

Rasch fand sich eine Hand voll Studierender, die sich motiviert und voller Tatendrang daran machten, ein Team von Schreiberlingen und Redaktoren, sowie ein Konzept für eine erste Ausgabe auf die Beine zu stellen. Schlussendlich fanden sich 18 Studierende, welche sich an die Umsetzung des beschlossenen Konzeptes machten. Dieses sieht nun vor, dass jedes Semester mindestens zwei Ausgaben zum Verkauf angeboten werden. Aufbau und Inhalt sind in sieben Rubriken eingeteilt, wovon Ausgang, Reisen, Politik und Sport hervorzuheben sind. Eine dieser Rubriken wird jeweils zum Titelthema ausgebaut.

Innerhalb dieses Rahmens sollen sich die Schreibenden aber austoben und ihrer Kreativität freien Lauf lassen können. An Einfällen für Inhalte mangelt es denn auch nicht. Bereits liegen schon wieder, kaum steht die erste Nummer, Ideen für die nächste in der Luft.

Die nun erscheinende erste Ausgabe hat sich der Stadt Bern verschrieben: Wohnquartiere, Ausgelmöglichkeiten, Musiker und vieles mehr, was in Zusammenhang mit den Berner Studenten steht, wird aufgegriffen, vorgestellt und stets mit einem Augenzwinkern kommentiert. Daneben bietet sie einen kleinen Service zur Expo.02 in Murten und ein paar kleine, aber feine Überraschungen.

«Studium hat Tür geöffnet»

Bilanz Regula Zürcher studierte in Bern Medienwissenschaft. Was hat ihr diese Ausbildung gebracht? Was hat sie daraus gemacht?

Text und Foto: *Daniel Bernet*

EIN REPORTERTEAM von «Facts» besuchte im Mai die Swisscoy-Truppe im Kosovo. Da war Regula Zürcher für vier Tage Reiseleiterin: Die 26-jährige arbeitet als Public Information Officer (PIO) beim Schweizer KFOR-Kontingent in Suva Reka. Sie führte die «Facts»-Journalisten in der Gegend herum, zeigte, weshalb die KFOR-Präsenz noch wichtig ist, wo die Schweizer arbeiten und welches die Eigenheiten des Kosovo sind.

«Ich kommuniziere gegen innen und gegen aussen», so beschreibt PIO Zürcher den Kern ihrer Aufgabe. Aus dem Camp sendet «Radio Casablanca» eigene Informationssendungen in deutscher Sprache. Diesen Job als einer der beiden Swisscoy-Pressesprecher habe sie nicht zuletzt dank absolvierter Praktika bei elektronischen Medien gekriegt, glaubt Regula Zürcher, die als junge, militärisch unerfahrene Frau bei der Swisscoy ein neues Umfeld kennengelernt hat. «Anfangs war ich – auch im wörtlichen Sinn – immer einen Schritt hinterdrein.» Da habe sie das Wissen um ihr abgeschlossenes Studium der Geschichte, Medienwissenschaft und Politologie gestärkt.

Wissen, was geht. «Besser Schreiben oder Sprechen habe ich durch die Medienwissenschaft nicht gelernt», sagt Regula Zürcher. Doch einen Überblick der Medienlandschaft, Bewusstsein der eigenen Position als Journalistin und Selbstkritik glaubt sie im Studium gelernt zu haben. «Und es hat mir die Tür geöffnet fürs erste Praktikum. Weil ich Medienwissenschaft studierte, durfte ich im DRS-Radiostudio Bern «cho luege» und später immer mehr mitarbeiten.» In einem zweiten Praktikum, auf der

Bundeshausredaktion von SF DRS, bekam Regula Zürcher Einblick in die Polit- und Fernsehwelt. Während des Studiums war sie ausserdem als Assistentin bei der Bergier-Kommission und als Codiererin beim IMW-Forschungsprojekt zu den Ringier-Zeitschriften im Zweiten Weltkrieg tätig. Nach dem Nebenfachabschluss in Medienwissenschaft arbeitete sie bei Swisscontent, die ihr journalistisches Personal mit Vorliebe am IMW rekrutierte, und leitete im Sommer 2001 mit Andreas Blum am IMW ein Seminar zur Medienethik.



REGULA ZÜRCHER sieht sich bei ihrer Arbeit als Swisscoy-Pressesprecherin durchs Studium gestärkt.



Politik im Auge: Iwan Rickenbacher

SEITE 4



Blick zurück: Peter Meier

SEITE 8



Sprecherin: Regula Zürcher

SEITE 15

Impressum

nowelle 6 Juni 2002

HERAUSGEBER

Förderverein Medienwissenschaft
der Universität Bern

REDAKTION

Sabine Gorgé (Inhalt)
Daniel Bernet (Konzept & Realisation)

KONTAKT

Förderverein Medienwissenschaft
% Institut für Medienwissenschaft
Universität Bern
Lerchenweg 36
3000 Bern 9
Tel. 031 631 48 40
Fax 031 631 85 90
E-Mail imw@imw.unibe.ch
Web www.medienwissenschaft.ch



Der Förderverein Medienwissenschaft fördert die Tätigkeit des Instituts für Medienwissenschaft an der Universität Bern und unterstützt dessen Lehre und Forschung. Er veröffentlicht medienwissenschaftliche Erkenntnisse und finanziert Lehrmittel, Bücher, Projekte, Anlässe und die Vergabe von Preisen.

Der Förderverein schafft Kontakte zwischen Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Publizistik. Dadurch werden das Institut und die Fachrichtung breit abgestützt.

Die Mitglieder des Fördervereins Medienwissenschaft werden über neue Erkenntnisse und Trends in der Kommunikationswissenschaft informiert.

DER VORSTAND

Präsident: Dr. Renatus Gallati
Vizepräsident: Prof. Iwan Rickenbacher
Ressourcen: J. Pepe Wiss
Kontakte: Karin Burkhalter
Services: Sabine Gorgé,
Valentin Handschin
Events: Prof. Matthias Steinmann,
Prof. Roger Blum
Administration: Pascale Schnyder
Beisitzer: Daniel Eckmann,
Sabine Zaugg



WERDEN SIE MITGLIED!

Ja, ich möchte das Institut für Medienwissenschaft unterstützen und trete dem Förderverein Medienwissenschaft bei als

- Einzelmitglied Studierende: Fr. 20.—
- Einzelmitglied: Fr. 50.—
- Kollektivmitglied: Fr. 500.—

Name, Vorname _____

Adresse _____

PLZ/Ort _____

Telefon _____

Beruf _____

Einsenden an: Förderverein Medienwissenschaft, % IMW, Universität Bern, Lerchenweg 36, 3000 Bern 9.