

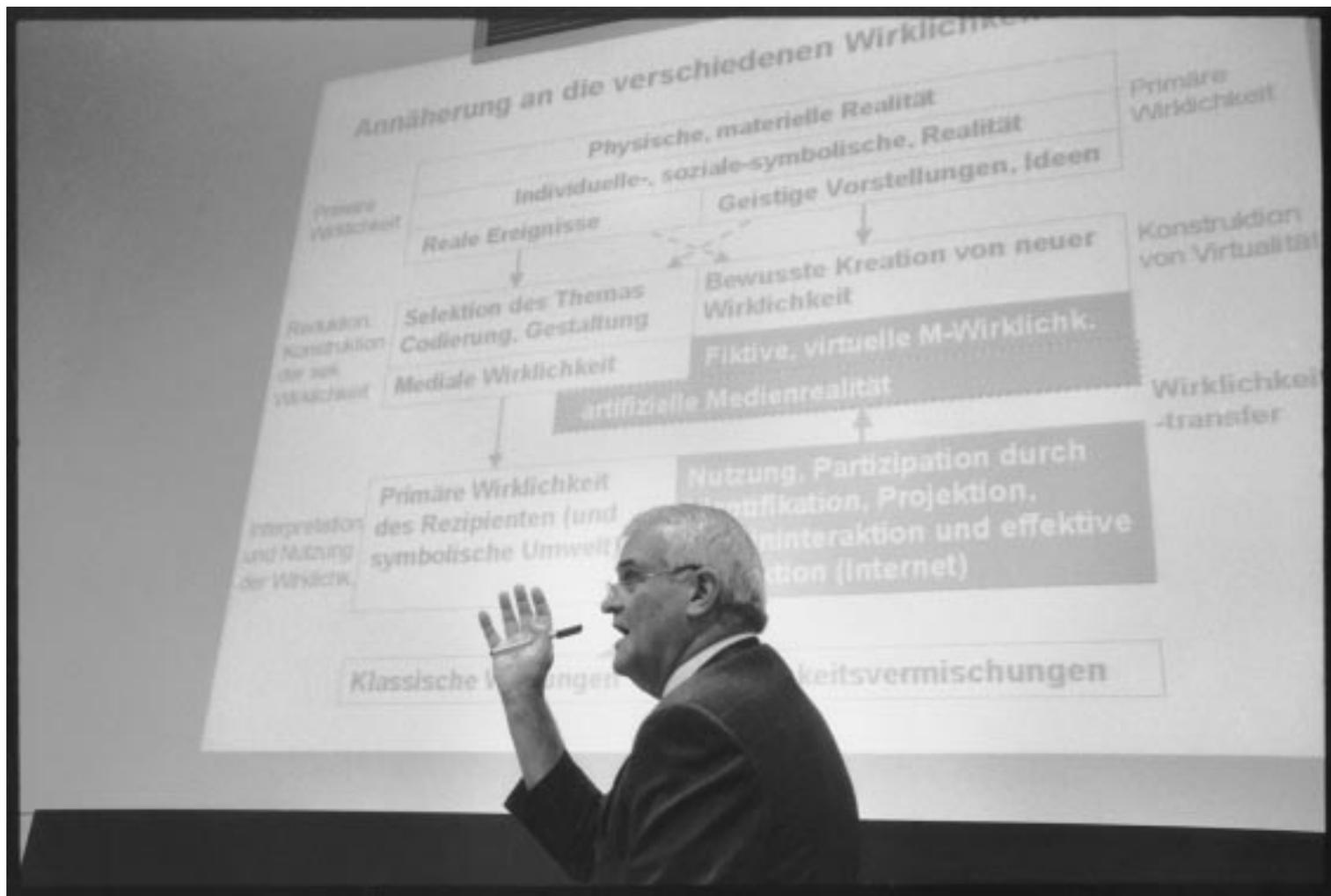
nowelle

Zum Jubiläum eine Tagung 10 Jahre Institut für Medienwissenschaft in Bern

Heinz Däpp: Haben Journalistinnen und Journalisten eine Seele?

Catherine Mühlemann: Von der IMW-Studentin zur MTV-Chefin

Mario Annoni: Der Erziehungsdirektor zur Situation der Medienwissenschaft



ANNÄHERUNG AN DIE WIRKLICHKEIT: Matthias Steinmann an der IMW-Jubiläumstagung.

Inhalt

Zum Jubiläum eine Tagung Seite 4	10 Jahre Institut für Medienwissenschaft
Das IMW aus der Sicht des Erziehungsdirektors Seite 7	Mario Annoni über die prekäre Lage der Medienwissenschaft
Schimpansen und Kochbananen Seite 14	Ein Student über sein Praktikum in Uganda
Von der IMW-Studentin zur MTV-Direktorin Seite 15	
Nach dem 11. September: Patriotische US-Medien Seite 8	
SRG-Forschung: Die Radio-Uhr sieht fern Seite 9	
Auf Reportage in Wien Seite 10	

Förderungsbedürftige Medien?

Editorial Die Diskussion um einen Medienartikel dreht sich vor allem um die Frage, ob die Medien auf eine direkte Förderung durch den Staat angewiesen sind.

VIELE HOHLE HÄNDE greifen nach der Staatsschatulle – zu viele, zumindest für eine Wohlstandsgesellschaft wie die unsere. Die Frage einer vermehrten und direkteren Presseförderung durch den Bund stellt sich auch im Rahmen der Vernehmlassung zu einem neuen Medienartikel in der Bundesverfassung. Zu Recht ist er in der Vernehmlassung auf dezidierte Kritik gestossen. Nicht nur politische Kreise, sondern sogar die Branche selbst (zum Beispiel der Verband Schweizer Presse), die ja in den Genuss zusätzlicher Bundesmittel käme, winken ab.

Gemäss geltendem Recht (BV Art. 93a) hat sich der Bund für die Vielfalt und Unabhängigkeit der Medien einzusetzen. Obwohl ohne Geld fast alles nichts ist, lässt sich dieses Ziel nicht primär auf pekuniärem Weg erreichen. Viel wichtiger ist, dass die öffentliche Hand für einen gesetzlichen Rahmen sorgt,

der eine gesunde Konkurrenz in einem fairen Wettbewerb ermöglicht. Auch noch so «gute» Förderungskriterien, die zwingend definiert werden müssten, beeinhaltet die Gefahr von Willkür und damit das Risiko, dass die Falschen gefördert werden.

Entscheidend für eine lebendige Medienlandschaft ist aber letztlich die Qualität. Solange immer noch Medienschaffende zum Beispiel Fall- und schlimmeren Schreib- und Sprachfehlern zum Opfer fallen, herrscht Handlungsbedarf. Qualität bedarf in erster Linie – und hier trägt die öffentliche Hand grosse Verantwortung – der Investition in die fachliche Aus- und Weiterbildung. Auf einer soliden bildungspolitischen Grundlage kommt auch die flankierende Unterstützung unseres Fördervereins besser zum Tragen.

Renatus Gallati, Präsident

INTERN

Die «nowelle» gibts auch online

Das Magazin des Fördervereins «nowelle» ist neu auch auf dem Internet zuhause: Auf der Website des Instituts für Medienwissenschaft der Universität Bern können frühere Ausgaben heruntergeladen werden. Der Förderverein plant, das Internet vermehrt für seine Vereinsaktivitäten zu nutzen. Vorbeisurfen lohnt sich: www.medienwissenschaft.ch.

Relaunch erfolgreich

Eigenlob stinkt zwar, aber es soll hier trotzdem mal gesagt sein: Die Nowelle im neuen Layout gefällt. Unter den Reaktionen auf die letzten beiden Ausgaben befand sich ein Lob des Marketing-Professors Richard Kühn: «Layout, Texte, Fotos alle passen zusammen und reizen zum Lesen!»



Förderverein mit neuem Flyer

Ein neues Faltblatt wirbt für die Medienwissenschaft in Bern. Wer mehr über den Förderverein wissen und Mitglied werden möchte, kann den Flyer am IMW beziehen: Tel. 031 631 48 40 oder imw@imw.unibe.ch.

«Füdle grad nach em Hals»

Journalistikforschung Heinz Däpp, «Schnappschuss»-Autor beim DRS-Regionaljournal, weiss Neues aus der Forschung am IMW zu berichten. Eine Satire in Berndeutsch.

Text: *Heinz Däpp* Foto: *Archiv/Daniel Bernet*

«**DS INSTITUT FÜR** Mediewüsseschaft ar Universität Bärn het unter dr Leitig vom Profässer Roger Blum u i Zämenarbeit mit em Profässer Sigmund Jung vo den Universitäre Psychiatrische Dienschte im Rahme vom Nationale Forschigsprogramm 57, Professionalität in der Schweiz im Wandel, e Studie erarbeitet über d Frag, öb Journalischten e Seel heigen oder nid. I cha hie ds Ergäbnis churz zäme fasse: Sibe Prozänt vo de Journalischte – d Journalischtinne het me leider nid chönne berücksichtige, das wär z kompliziert worde –, sibe Prozänt vo de Journalischte hei e Seel, 21 Prozänt hei zwo, 55 Prozänt hei keni, vo de räschtleche 17 Prozänt weis me's nid.

Wände mer üs zersch dene zue, wo ne Seel hei. Es handelt sech hie um Mitarbeiter vo Presseerzügnis wi dr WoZ, dr Fridenszytig, de Schwümmklub-News oder um professionelli Läserbriefschreiber. Zwe Drittel vo dene Journalischte sy fürsorgeabhängig. Di meischte hei psychischi Problem: Entweder schribe si sech d Seel wund, oder si hanget ne langsam zum Hals use. Im zwöite Fall, we si ne zum Hals ushanget, geit's de ir Regel nümm lang, bis si sech müesse ygeschtah: Zwei Seelen wohnen, ach, in meiner Brust, die eine will sich von der andern trennen. U de wird di einti, zum Byspil die vor WoZ, nah dis nah abschtosse, di anderer zum Verchouf aabote. Dä Prozäss cha jahrelang ga u rächt müehsam sy wi bim Filippo Leutenegger.

Dadermit wäre mer bi dene, wo ihri Seel verchouft hei, wil si zur Überzügig cho sy, dass es im Journalismus mönschlechi Eigeschafte git, wo wichti-



HEINZ DÄPP *sorgt sich um die Journalistenseelen.*

ger sy als d Seel: zum Byspil starchy Ellböge, oder dass ds Füdle grad nach em Hals aafaht, dermit eim bim Schrybe nid ds Rückgrat i d Queri chunnt. Die Journalischte, wo ihri Seel verchouft hei, verchoufte speter meischtens o no ihri Grossmüetere.

Dr Ringier, dr Coninx u no paar anderer Sorge de für di gkoufte Journalischte-Seele, sy also richtigi Seelsorger, Sorge derfür, dass sech di Seele vo ihrne früechere Bsitzer befreie, dass si i journalistischer Freiheit Mehrwärt schaffe, gäng meh Mehrwärt u de no meh dür Mehrfachverwärtig. Dr vo Graffenried laat sini Seele la wandere, nach Thun, Biel, Friburg, Solothurn, Seelewandere vo einer Stadt zur andere, das isch des Charlys Lust und des Bundes Frust. Bim Bund hei di einte ihri Seel o verchouft, di andere nid, aber die hei e Seeleschmätter.

Sowit d Ergäbnis vo der Bärner Studie, wo im übrige o zeigt, dass zwüsche re Seel z ha u kere z ha einersits, em Ykome vo de Journalischte andersits en umgekehrt proportionali Relation besteit.

Dr Roger Blum, wo bekannt isch derfür, dass er kes Blatt vor ds Mu nimmt u d Sach ufe Punkt bringt, schribt im Nachwort zu der Studie, i zitiere: «Was hülfe es dem Menschen, wenn er die ganze Welt gewänne, aber Schaden nähme an seiner Seele, Matthäus Kapitel 16, Vers 26. Dem ist nichts beizufügen. Wir danken dem Nationalfonds, dem Ringier, der Tamedia, dem Herrn von Graffenried, der Migros, der Coop, dem Otto vom Warenposten, der Roche – an dieser Stelle möchten wir den Journalisten Valium empfehlen, dies ist ein Heilmittel, lesen sie die Packungsbeilage –, wir danken euch allen, liebe Sponsoren, dass ihr diese Studie ermöglicht habt.»



BARBARA PFETSCH *verglich international.*



JOST AREGGER *aus Bern sprach über Gleichstellung.*

Das Maximum erreichen

Jubiläumstagung 100 Jahre Journalistik, 60 Jahre Professur und 10 Jahre Institut für Medienwissenschaft an der Uni Bern: Grund für ein Fest und Anlass, im Rahmen einer Tagung über die Verbindung von Medien und politischer Kultur nachzudenken.

Text: *Pascale Schnyder* Fotos: *Daniel Bernet*

DATUM UND THEMA der Tagung hätten nicht passender sein können: Just am selben Tag, an dem mehr als 20 000 Personen durch Berns Strassen zogen und gegen den Abbau des Service Public demonstrierten, versammelten sich an der Unitobler Wissenschaftler, Medienfachleute und Studierende, um über die Verbindung von Medien und politischer Kultur zu diskutieren. Und damit gleichzeitig das zehnjährige Bestehen eines Institutes zu feiern, für das die Sparübungen des Kantons seit langem ein Thema sind.

«Mit minimalen Ressourcen das Maximum erreichen – da sind wir schon zu zweit», meinte denn auch der Berner Erziehungsdirektor Mario Annoni in seiner Begrüssungsrede zum Auftakt der Tagung. Und Gerhard Walter, Vizedirektor der Universität Bern dop-

pelte nach, indem er dem Institut im Namen der Unileitung ein «Jubiläumsgeschenk» überreichte: So solle das Institut noch in diesem Jahr einer weiteren Evaluation unterzogen werden.

Wechselspiel. Damit war die Situation des Institutes allerdings vorerst vom Tisch und Institutsleiter Roger Blum eröffnete die eigentliche Tagung mit einem Plenarvortrag zum Wechselspiel von politischer Kultur und Medienkultur in verschiedenen Ländern: Er sprach von der patriotischen Welle, die in den USA zur Zeit die traditionelle Kritik- und Kontrollfunktion der Medien unterminiert, von der Machtkonzentration in Italien, wo die Medien immer mehr zu Marionetten Berlusconi mutieren und von Russland, wo die eiserne Hand Putins erfolgreich darauf

achtet, nur gerade soviel Berichterstattung zuzulassen, wie es für seinen Regierungsstil förderlich sei. Auch in der Schweiz zeichne sich, so Blum, im Umgang von Medien und Politik ein Wandel ab: «Man lässt sich von heiligen Kühen nicht mehr so stark beeindrucken» sagte er, und sprach von einer spielerischen und selbstironischen Schweiz mit einem Mediensystem, das zunehmend kritisch mit der Politik umgehe.

Der gesellschaftliche und mediale Wandel war eines der zentralen Themen, das immer wieder zur Sprache kam: So thematisierte der Luzerner Soziologieprofessor Gaetano Romano den Wandel des Kulturbegriffs, der Berner Rechtsprofessor Jörg Müller prognostizierte den Übergang von der Sprach- zur Bildgesellschaft und Barbara



STEFAN RUSS-MOHL begriff den Journalisten als «homo oeconomicus».

Pfetsch, Professorin für Kommunikationswissenschaft an der Universität Stuttgart, verwies auf die Herausforderungen für die vergleichende Kommunikationswissenschaft angesichts der einschneidenden gesellschaftlichen und medialen Änderungen der neuesten Zeit.

Diskussionsbedarf. Konkret wurden die Beiträge und Diskussionen in den einzelnen Modulen, welche in kleineren Gruppen durchgeführt wurden. Hier präsentierten nationale und internationale Persönlichkeiten der Kommunikations- und Politikforschung ihre neuesten Ergebnisse. Dabei war der anschließende Diskussionsbedarf oftmals so gross, dass die verzweifelten Diskussionsleiter angesichts des gedrängten Programms oftmals ihre Mühe hatten, den Zeitplan einzuhalten und die heftig debattierenden Gruppen auf die wohlverdiente Pause hinzuweisen, wo die Studentinnen und Studenten des Instituts für Medienwissenschaft keine Mühe scheuten, sich auch um das leibliche Wohl ihrer Gäste zu kümmern.

Entsprechend grosszügig war auch der Applaus, mit dem die Abschlussrede von Roger Blum bedacht wurde, der neben den Referenten, Teilnehmern und Sponsoren insbesondere seinem Team für das riesige Engagement dankte. Dass für diesen Anlass keine Mühe gescheut worden war, zeigte sich auch am anschliessenden Apéro, das vom Förderverein Medienwissenschaft gesponsert worden war und zu dem sich eine ansehnliche Zahl weiterer illustrier Persönlichkeiten aus Politik und Medien an der Unitobler einfand. Das Rahmenprogramm wurde insbesondere durch einen Beitrag der Fachschaft Medienwissenschaft gekrönt, der in einer witzig-ironischen Multimediaschau die «Mission Impossible» des IMW illustrierte.

Und alle, die bei Einbruch der Dunkelheit satt und beschwingt die Unitobler verliessen waren sich darüber einig: Das kleine Berner Institut hatte keine Mühe gescheut, sein zehnjähriges Bestehen gebührend zu feiern und, so Roger Blum, zu zeigen, «dass mit uns auch in Zukunft zu rechnen ist».

STATEMENTS

«Als «Kommerzieller» bot mir diese Tagung eine ganz andere Sicht der aktuellen Entwicklungen in der Medienwelt. Die ungeheure Dynamik, die diese Branche in den vergangenen Jahren entwickelt hat, ist für uns alle eine grosse Herausforderung.»

René Schmutz, WEMF ZH

«Mir fällt immer wieder der starke Teamgeist auf, der hier am IMW herrscht: Auch diese Tagung hat gezeigt, wie engagiert, kompetent und sympathisch dieses Institut ist, das unbedingt mehr Relevanz erhalten sollte.»

Silvia Egli von Matt,
Leiterin MAZ Luzern

«Im Allgemeinen sehr spannend und lehrreich, doch die Diskussionen in den einzelnen Modulen kamen leider etwas zu kurz. Deshalb bin ich gespannt auf das geplante Buch zur Tagung. Vielleicht werden mir dort ein paar der offen gebliebenen Fragen beantwortet.»

Danielle Straubhaar,
ehemalige Studentin am IMW

«Die sehr gut organisierte Tagung bot interessante und wertvolle fachliche Kontakte. Fazit: Wann findet die nächste Tagung statt?»

Dr. Wilfried Marxer,
Liechtenstein-Institut

«Erstaunlich war für mich das Themenspektrum – vor allem dass ein so kleines, gebeuteltes Institut wie das IMW in der Lage ist, einen derart breiten Kreis von Interessenten aus allen Bereichen der Medienwissenschaft und -wirtschaft anzuziehen.»

Prof. Michael Meyen,
Universität München

VERSTÄRKUNG FÜRS IMW

Ab Mai mit Oberassistent

Das IMW erhält kompetente Verstärkung mit einer Oberassistentin: Am 1. Mai beginnt Dr. Jochen Hoffmann seine Arbeit am IMW. Er war bisher Assistent in Zürich bei Prof. Otfried Jarren. Studiert hatte der 34-Jährige ursprünglich das Hauptfach Politikwissenschaft, daneben Publizistik und Neuere Geschichte. Seine Dissertation hat er in Publizistikwissenschaft geschrieben. Hoffmanns Spezialgebiet ist politische Kommunikation, daneben war er auch Journalist und hat Lehrerfahrung. Er will nun am IMW eine Habilitation schreiben.

Neue Assistentin: Sylvia Valentin

Im Juni stösst die 31-jährige Sylvia Valentin als Assistentin zum IMW-Team. Die Bernerin studierte in Wien im Hauptfach Publizistikwissenschaft. Ihre Masterarbeit schrieb sie im Bereich Journalismusgeschichte. Sylvia Valentin folgt auf Andrea Ochsner, die im Sommer ganz an die Uni Basel zurückkehrt. Sie wird am Englischen Seminar eine Dissertation im Bereich Cultural Studies schreiben. Trotzdem bleibt sie dem IMW als Lehrbeauftragte erhalten: In diesem Sommersemester bietet sie ein Seminar an.

IMW-DIREKTOR PROF. BLUM

Im Forschungssemester

Professor Roger Blum ist während des Sommersemesters kaum am IMW anzutreffen: Er bezieht ein Forschungssemester und wird daher teilweise im Ausland sein und anderswo in der Schweiz, um zu forschen und zu schreiben. Trotz Abwesenheit des Direktors läuft der Betrieb am IMW unvermindert weiter. Ansprechperson für den Bereich Forschung ist Peter Meier (peter.meier@imw.unibe.ch), bei der Lehre Lucia Probst (lucia.probst@imw.unibe.ch).

Zum Geburtstag viel Party

Jubiläumsfest Zehn Jahre Institut für Medienwissenschaft der Universität Bern: Grund genug, es im Café Kairo eine Nacht lang krachen zu lassen. Und zwar richtig.

WAR ES DIE FREUDE über das runde Jubiläum? Oder hatten die langen Reden alle zappelig gemacht? Wie auch immer: Die Party im Kairo war wild und gut. Der Keller des kleinen Cafés kochte, bis der Schweiß von der Decke tropfte.

Auf Berner Art, also recht langsam füllte sich das Kairo. DJ Roni aus Zürich liess die Platten kreisen und spielte eine pulsierende Mischung aus Funk und Techno. Noch lagen die Temperaturen unter der Sauna-Grenze. Und noch gab es so etwas wie Frischluft im Kairo.

Nicht mehr lange. Was verhalten begann, entwickelte sich prächtig. Als

zweiter Plattenleger reihte DJ Phrank aus Bern einen Discohit an den anderen. Still stehen unmöglich: Die Tanzfläche bebte und an der Bar herrschte Hochbetrieb. Institutsdirektor Roger Blum strahlte übers ganze Gesicht und tanzte, als hätte das Institut für Medienwissenschaft einen Millionenkredit erhalten.

Lange nach Mitternacht nickten die ersten erschöpften Partytiger (nicht nur Studenten) auf den gemütlichen Sofas ein. Und irgendwann in den frühen Morgenstunden machten sich auch die Letzten auf den nicht mehr ganz einfachen Heimweg. *Georg Humbel*



FETTE BEATS aus der Küche von DJ Roni beschallten die Jubiläumsfestgesellschaft.



NICHTS ZU LACHEN hat die Medienwissenschaft in Bern, findet auch Mario Annoni: «Etwas muss sich ändern.»

«Der heutige Zustand ist nicht tragbar»

Erziehungsdirektor Er lobt das IMW. Er nutzt das Angebot des IMW. Er sieht die prekäre Situation des IMW. Doch auch Erziehungsdirektor Mario Annoni hat kein Rezept zur Verbesserung der finanziellen Lage der Medienwissenschaft an der Universität Bern.

Interview: Joël Widmer Foto: Daniel Bernet

Herr Annoni, das IMW feierte letzten Herbst sein 10-jähriges Bestehen. Was ist der Stellenwert des IMW für die Universität und die Berner Politik?

Für die Universität kann ich nicht sprechen. Für die Erziehungsdirektion ist das IMW interessant. Einerseits, weil es bei den Studierenden einen grossen Erfolg hat. Mit minimalen Ressourcen leistet das IMW ein Maximum für eine grosse Zahl von Studierenden, die sich für die Medienwissenschaft interessieren. Andererseits ist es für die Regierung hilfreich, Experten für Medienarbeit in der Nähe zu haben. Der Regierungsrat hat beim IMW schon verschiedene Untersuchungen in Auftrag gegeben. So hat das IMW beispielsweise im letzten Jahr die Resonanz der kantona-

len Politik in den bernischen Medien untersucht.

Wie erklären sie sich den enormen Erfolg bei den Studierenden und die gleichzeitig sehr kleinen Geldmittel?

(lacht kurz) Dies ist eine Diskussion, die in der Universität geführt werden muss. Dafür wurde nun eine Evaluation lanciert. Dies ist ein unumgänglicher Prozess, dessen Resultate man abwarten muss. Ich warte mit Spannung darauf. Vor allem interessiert mich, was den Erfolg bei den Studierenden ausmacht.

Wie sieht die Zukunft des IMW in Bern aus?

Im Rahmen der Uni ist dies, wie ge-

MARIO ANNONI

Der Bernjurassier wurde 1990 für die FDP in den Berner Regierungsrat gewählt. Seit 1998 amtiert er als Erziehungsdirektor. In dieser Funktion ist der gelernte Jurist auch für die Universität Bern zuständig.

sagt, abhängig von der Evaluation. Diskutiert werden eine Umwandlung in einen Nachdiplomstudiengang und die jetzige Stellung als Teil der Grundausbildung. Aber eines ist klar: Der Ist-Zustand ist nicht tragbar. Ändern muss sich etwas.

Alles nur fürs Vaterland

US-Massenmedien Patriotismus scheint das zentrale Kennzeichen der Berichterstattung in den USA nach den Anschlägen vom 11. September 2001 zu sein. Der Begriff verwehrt indes den Blick auf die komplexeren Handlungsmuster der Akteure.

Text: Tom Häussler Foto: Daniel Bernet

«**WE'LL DO** whatever is our patriotic duty», verkündete FoxNews-Besitzer Rupert Murdoch einen Monat nach dem 11. 9. 2001 und beschrieb damit Stil und Inhalt der Berichterstattung eines grossen Teiles der amerikanischen Medien.

Die Auswirkungen der Anschläge machten offensichtlich auch vor dem Public Watchdog nicht halt. Zeitungen entliessen aus Angst um die Auflage kritische Mitarbeiter und Fernsehsender liessen sich von Regierungsbeamten dahingehend beraten, was man eher nicht senden sollte.

Diese journalistischen Unzulänglichkeiten wurden nicht etwa vertuscht, sondern unter dem Etikett des Patriotismus zur neuen Maxime erklärt. Doch womit lässt sich erklären, dass das journalistische Selbstverständnis innert kürzester Zeit auf den Kopf gestellt wurde?

Die gottgefällige Nation. Zweifels- ohne ist die Willfährigkeit der Massenmedien zunächst im Licht der dominanten Stellung der Regierung zu sehen: George W. Bush avancierte nach dem 11. 9. 2001 zum einzig legitimen Sprecher der Gesellschaft, der damit über die rechtmässigen Deutungsmuster der Realität verfügte. Bereits in einer frühen Phase wurden die Anschläge so als Auswüchse einer bösen Macht gedeutet, wodurch die USA im Umkehrschluss zur Verkörperung des gottgefälligen Guten wurden. Dieses zu verteidigen, wurde zur gemeinsamen Aufgabe.

Die Wirkung dieses zivil-religiösen Rahmens verstärkte sich durch die Kopplung an einen zweiten, militärischen Rahmen. In diesem wurden die Anschläge als Kriegsakte dargestellt. Gerade durch diese Verbindung erhielt die spätere militärische Reaktion der

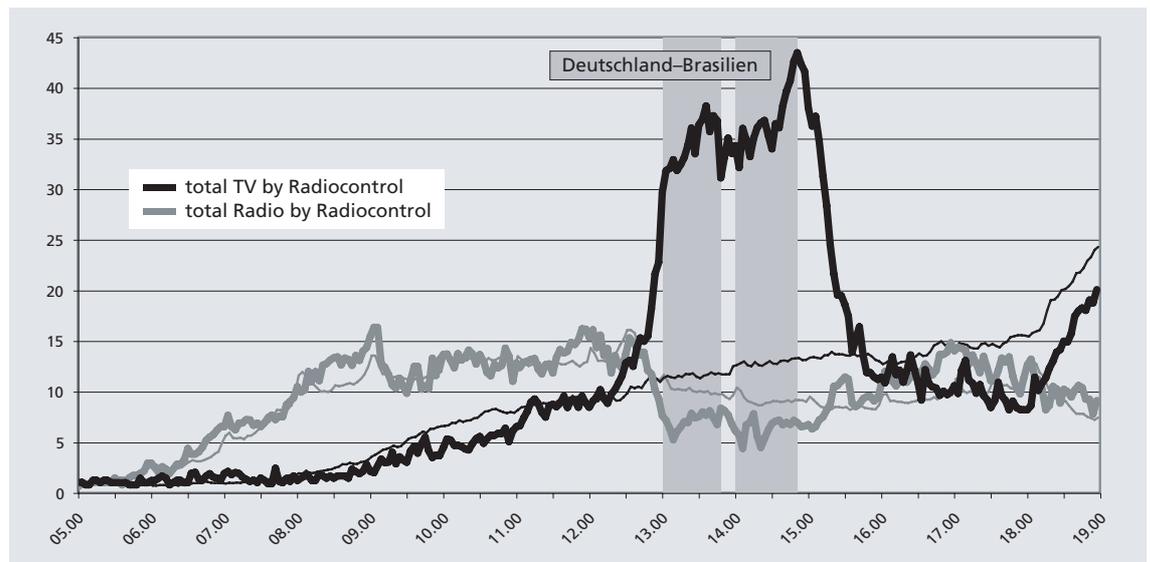


TOM HÄUSSLER *blickte in die US-Medien nach dem «11. September».*

USA ihre Legitimationsgrundlage. Da der Regierungsdiskurs aber erst mit der Zeit sein Potential entfaltete, ist es von zentraler Bedeutung, wie sich die Medien unmittelbar nach den Anschlägen verhielten.

Die Besonderheit des Mediendiskurses liegt darin, dass er die Kriegsdeutung der Regierung antizipierte: «War at Home», «A Second Pearl Harbor» und ähnlich titelten die Zeitungen vom 12. 9. 2001. Die Medien verhielten sich in der Folge so, als ob tatsächlich Krieg herrschen würde. Dies zeigt sich auch in den von den Medien durchgeführten

Umfragen, die ausschliesslich militärische Handlungsoptionen abfragten und andere Möglichkeiten völlig ausser acht liessen. Über den militärischen Rahmen wurden die Medien an den Regierungsdiskurs gebunden und damit auch an den zivil-religiösen Rahmen, der zur Bewertungsgrundlage der Berichterstattung wurde. Der manifeste Patriotismus in den Medien erscheint somit als Produkt beider Rahmen, wobei vor allem der militärische verhinderte, dass eine vertiefte Auseinandersetzung mit den Ereignissen des 11. Septembers stattfinden konnte.



FUSSBALL-WM 2002, Finalspiel Deutschland-Brasilien: Radio- und TV-Reichweite im Tagesverlauf am 30. Juni 2002 (dicke Linien) im Vergleich zu einem durchschnittlichen Sonntag (dünne Linien).

Die Radio-Uhr sieht fern

Publikumsforschung Dank Radiocontrol kann erstmals bei der gleichen Person die Radio- und Fernsehnutzung gemessen werden. Resultate aus dem SRG-Forschungsdienst.

Text: Manuel Dähler und Vanessa Meister Grafik: zvg/SRG

SONNTAG, 30. JUNI 2002, 13 Uhr – ein Pfiff, das Finalspiel der Fussball-Weltmeisterschaft zwischen Deutschland und Brasilien beginnt. Auch in der Schweiz wird das Finalspiel mit grossem Interesse am Bildschirm verfolgt. Gemäss Radiocontrol-Daten schauten sich damals aber mehr Personen das Live-Ereignis an als gemäss Telecontrol-Daten. Was auf den ersten Blick verwundert, ist einfach zu erklären: Nicht alle Zuschauer sahen sich das Spiel zu Hause an. Mittels der Radiocontrol-Uhr ist es nun möglich festzustellen, ob sich der Fussballfreund in einem Lokal, bei Kollegen oder sonst wo das Spiel ansieht. Nebst der messbaren Fernsehnutzung zu Hause mittels Telecontrol, können dank Radiocontrol so neue Erkenntnisse über das sogenannte «Out of Home Viewing»-Verhalten gewonnen werden.

Wie funktioniert die in der Schweiz seit 2001 eingesetzte Radiocontrol-Uhr zur Erhebung der Hörerquoten? Bei dieser Uhr handelt sich um eine normale

Digitalarmbanduhr, welche jede Minute für genau vier Sekunden das eingebaute Mikrofon öffnet. Die dabei empfangenen Töne und Geräusche werden digitalisiert, um das 120-fache reduziert und schliesslich gespeichert. Nach einer Woche senden die Uhrenträger die Uhr in das Auswertungszentrum zurück. Die aus den Uhren erhaltenen Daten werden dort mit den ebenfalls digitalisierten Signalen von 150 Radioprogrammen verglichen, welche während der gleichen Zeitspanne aufgezeichnet wurden. Falls die Datenmuster eines bestimmten Senders mit dem Datenmuster der Radiocontrol-Uhr übereinstimmen, wurde während der Aufnahmezeit der betreffende Radiosender gehört.

Doppelnutzung. Wie bei Radiosendern, funktioniert Radiocontrol auch bei Fernsehsendern: Der Tonkanal eines TV-Senders wird aufgezeichnet. So kann festgestellt werden, ob die Uhrenträger Fernsehen «gehört» haben. Wenn alle

wichtigen TV-Sender mitgemessen werden, liefern die Uhrenträger zuverlässige Daten über ihre Radio- und TV-Nutzung. Dabei wird das seit mehr als 15 Jahren etablierte System Telecontrol zur Ermittlung der TV-Einschaltquoten mittels Vergleich der Daten von Radiocontrol um neue und interessante Erkenntnisse ergänzt.

An diesem besagten Sonntag des WM-Finalspiels konnte festgestellt werden, dass nicht nur die TV-Nutzung deutlich höher lag als üblich (dünne Linien in der Grafik), sondern dass bei diesem Spiel offenbar auch die an einem Sonntagabend normalerweise Radiohörenden zusahen: Die Radio-Einschaltkurve lag während des gesamten Spiels unter dem Durchschnittswert. Während der ganzen Fussball-WM vermochte lediglich das Finalspiel zwischen Deutschland und Brasilien die Radio-Einschaltquote dermassen zu senken. Das WM-Finalspiel war sozusagen der «Hingucker» der Fussball-WM 2002.

Wo alles ein bisschen anders läuft

Reportage-Seminar IMW-Studierende lernten Wien und Österreichs Medien kennen – auf Exkursion in der Donaustadt.

Text und Fotos: *Daniel Bernet*

«OHNE «KRONEN-Zeitung» kein politischer Erfolg in Österreich», lautet eine Kernthese von Armin Thurnher. Der Chefredakteur des «Falters», war einer der interessantesten Gäste, welche den Berner Studierenden die Wiener Medienwelt erklärten. Österreich tickt in einem anderen Takt als die Schweiz oder Deutschland – da kam ein Reportage-Seminar in der Walzerstadt gerade richtig.

Die sonderbare «Kronen-Zeitung» ist mit drei Millionen Leserinnen und Lesern die proportional grösste Tageszeitung der Welt. Sie gibt «Tag für Tag ein Boulevardstück» – so der Titel eines Dokumentarfilms, der zum Ärger des «Kronen»-Herausgebers Hans Dichand im Kino lief. Die belgische Journalistin Nathalie Borgers enthüllte mit ihrem präzisen Blick, so kommentierte Exkursionsleiter Prof. Roger Blum, «eine Kombination von grosser Macht und enormer Simplität».

Backstage. Die meiste Zeit der Reportage-Woche verbrachten die rund 30 Studierenden mit Interviewterminen, Recherchen und Beobachtungen auf Redaktionen, in der U-Bahn, auf dem Riesenrad, in der Kanalisation, hinter den Theaterkulissen, am Würstelstand, im Kaffeehaus, in der Kehrlichtverbrennungsanlage – als hätten sie sich den «Backstage»-Pin zum Konzept gemacht, den ihnen Matthias Wilcke bei der Führung durchs ORF-Studio mit wichtiger Miene ausgeteilt hatte. Der Erfolg dieser Auslandwoche knüpft an die Premiere in Hamburg an und ruft nach mehr.



WIENER WOCH von *Theater bis Thurnher* (unten rechts).

Ringier im Fokus

Neuerscheinung Neuer Band in der Buchreihe «Berner Texte zur Medienwissenschaft»: Das IMW präsentiert Forschungsergebnisse zur Geschichte der Ringier-Zeitschriften zur Nazizeit.

DIE STUDIE ÜBER die Ringier-Zeitschriften zur Nazizeit (1933–1945) liegt jetzt als Buch vor. Sie entstand am Institut für Medienwissenschaft unter der Leitung von Prof. Roger Blum. Peter Meier und Nicole Gysin untersuchten die Auswirkungen der Bedrohungslage auf die Berichterstattung und erforschten die vermittelten Werte, Normen und Rollenbilder der Schweiz in den 30er und 40er Jahren.

Damit schloss sich eine grosse Lücke in der Zeitschriftenforschung. Für das Projekt wurde zudem auch erstmalig die Ringier-Geschichte quellenkritisch aufgearbeitet und die Inhaltsanalyse historisch eingebettet.

Unter Druck politisiert. Der Schlussbericht der medienhistorischen Untersuchung zeigt, wie die beiden Zeitschriften die aussenpolitischen Ereignisse zunächst eher neutral, ja apolitisch behandelten, sich dann aber unter dem Druck der Leserschaft politisieren mussten – und sich so in den Krisen- und Kriegsjahren 1933–1945 von politisch unbedarften Bilderblättern zu aktuellpolitischen Illustrierten wandelten.

In einer qualitativ-hermeneutischen Analyse wurden erstmals die Ringier-Zeitschriften «Schweizer Illustrierte» und «Sie & Er» umfassend beleuchtet und auf ihre Rahmenbedingungen, Strukturen, Veränderungsprozesse und Inhalte hin untersucht: Damit schloss sich eine grosse Lücke in der Zeitschriftenforschung.

Das Buch mit dem Titel «Vom heimischen Herd an die politische Front» ist zu beziehen beim Institut für Medienwissenschaft, Lerchenweg 36, 3000 Bern 9, Tel. 031 631 48 40, imw@imw.unibe.ch. Informationen zur Buchreihe «Berner Texte zur Medienwissenschaft» sind zu finden unter www.imw.unibe.ch/bernertexte.htm.



Peter Meier, Nicole Gysin
VOM HEIMISCHEN HERD AN DIE POLITISCHE FRONT
 IMW, Bern 2003, 352 Seiten, 30 Franken.



LUNCH & TALK

Ulrich Sarcinelli war da

Wie können Politiker ihre Botschaft an ein breites Publikum übermitteln? Wie ist Regieren im Medienzeitalter möglich? Auf solche Fragen gab der Koblenzer Professor Ulrich Sarcinelli (Bild) anlässlich des «Lunch & Talk» des Fördervereins Medienwissenschaft im vergangenen Jahr interessante Antworten. In diesem Jahr ist eine aktuelle Veranstaltung zur Medienberichterstattung im Vorfeld der Nationalratswahlen am 19. Oktober geplant. Datum und Ort des «Lunch & Talk» sind noch offen.

MEHRSPRACHIGKEIT

IMW schrieb OSZE-Bericht

Das IMW erhielt von der Organisation für Sicherheit und Zusammenarbeit in Europa (OSZE) den Auftrag, den Länderbericht Schweiz für das Projekt «Medien in mehrsprachigen Ländern» zu verfassen. Die OSZE untersucht die Medien in mehrsprachigen Ländern am Beispiel von Serbien/Montenegro, Mazedonien, Moldawien, Luxemburg und der Schweiz. Den Schweizer Bericht verfassten Prof. Roger Blum und Andrea Ochsner vom IMW.



KOLLEGENSCHELTE: *Journalistenfehler, vom Journalisten beschrieben.*

Medien-Gruselkabinett

Buch I FAZ-Journalist Udo Ulfkotte will die Verlogenheit im heutigen Journalismus offen legen. Dabei bietet er eine beeindruckende Fülle an Fakten, aber herzlich wenig Analyse.

Ganz verschwunden ist es noch nicht, das hehre Bild der Journalistenzunft als wackere Speerspitze der Aufklärung. Doch nun ist einer angetreten, damit aufzuräumen – Udo Ulfkotte enthüllt schonungslos die verlogenen Machenschaften der Journaille. In nicht weniger als 89 kurzen Kapiteln reiht er ein Beispiel ans andere. Das Spektrum reicht von banalen Sommerlochmeldungen bis zu Fehlleistungen ganzer Mediensysteme wie etwa dem Schlagzeilenphänomen Waldsterben.

Deutsche Medien stehen im Zentrum der Kritik, doch werden auch Schweizer Pannen, wie die digital gefärbte Wasserlache nach dem Luxor-Attentat oder der Interviewfälscher Tom Kummer, aufgelistet. Gerade in der Fül-

le liegt jedoch das Hauptproblem des Buches. Ulfkotte verzichtet auf jegliche Systematik, er unterscheidet nicht zwischen Lappalien, peinlichen Pannen und böswilliger Täuschung. Kollegenschelte scheint dem Autor wichtiger als Analyse. Wer wissen will, wann und weshalb Medien versagen, findet in diesem Buch kaum brauchbare Antworten. Es hat lediglich als ausgedehnter Rundgang im Gruselkabinett journalistischer Fehlleistungen seine Berechtigung. *Daniel Schönmann*

★★☆☆☆

Udo Ulfkotte

SO LÜGEN JOURNALISTEN

Goldmann, München 2002, 416 Seiten, 17.40 Franken

Die Macht des Bildes

Buch II Warum scheinen Menschen immer wieder genüsslich in die Medienfalle zu tappen? Der Zürcher Psychoanalytiker Dr. Mario Gmür mit dem Buch «Der öffentliche Mensch».

DIE GESCHICHTE war ein Bild: Djamila Rowe, Thomas Borer, Berliner Innenstadt. Der Rest sollte sich automatisch daraus ergeben: Affäre, Abberufung des Botschafters, Medienrummel. Die Medienfalle des «Blicks» hatte zuge schnappt, allerdings war sie schlecht präpariert.

Es passiert Promis und Unbekannten, freiwillig und unfreiwillig, aber immer und immer wieder. Medienopfer sind die Klassenclowns der Postmoderne, sie definieren das Monica-Lewinsky-Zeitalter. Mario Gmür berät Menschen, die in die Medienfalle getappt sind und hat aus der Praxiserfahrung ein Medienopfersyndrom definiert: Das Medienopfer leidet an einer Art Traumatisierung. Geht es beim Trauma etwa oft um To-

desängste, herrschen in diesem Fall «soziale Todesängste» vor. Der/die Blossgestellte befürchtet weiteren Schaden, wagt sich kaum mehr auf die Strasse. Dazu kommen bekannte Faktoren wie Schlafstörungen.

Das Buch ist mit einigen Fallbeispielen versehen, die aber etwas vage bleiben. Kein Buch für den schnellen Genuss also, aber für jeden «Medientäter» ein interessanter Einblick aus einem anderen Betrachtungswinkel.

Thomas Rickenbach

★★★☆☆

Mario Gmür

DER ÖFFENTLICHE MENSCH

Deutscher Taschenbuchverlag, München 2002, 218 Seiten, 17.60 Franken



PSYCHOANALYSE *der Medienopfer: Interessant für die «Medientäter».*

Im Kreuzfeuer der Kritik

Facharbeit Michael Vetsch auf der Suche nach der politische Stimmung nach dem Ungarnaufstand 1956. Eine Untersuchung dreier Schweizer Zeitungen.

WIE BERICHTETEN Schweizer Zeitungen unmittelbar nach dem Ungarnaufstand und dessen Niederschlagung im November 1956 über Schweizer Kommunisten beziehungsweise die Partei der Arbeit? Dieser Frage ging Michael Vetsch in seiner Facharbeit nach.

Eine zentrale Annahme bestand darin, dass gegen die Partei der Arbeit (PdA) und ihre Exponenten mediale Kampagnen lanciert wurden – und zwar ohne grosse Unterschiede in der Heftigkeit zwischen bürgerlicher und sozialdemokratischer Presse. Umgekehrt wurde angenommen, dass die kommunistische Presse auf die antikommunistischen Angriffe mit einer ebenfalls heftig geführten Kampagne gegen das politische Establishment reagierte. Untersucht wurden drei parteipolitische Leitmedien: die freisinnig-liberale NZZ, die sozialdemokratische «Berner Tagwacht» und das kommunistische Parteiorgan «Vorwärts».

Diffamierungskampagnen. Die Inhaltsanalyse zeigte auf, dass sich die antikommunistische Stimmung nach der Niederschlagung des ungarischen Aufstandes auch in der Berichterstattung der Zeitungen niederschlug. Sowohl die NZZ als auch die «Berner Tagwacht» führten eine Propaganda- und Diffamierungskampagne gegen die PdA und die führenden Köpfe der Partei. Es wurde nur negativ über die Partei berichtet, sie stand im Kreuzfeuer massivster Kritik, die oft emotional aufgeladen, personali-

sierend und diffamierend geäussert wurde. Es zeigte sich zwar kein ausnahmsloser Schulterchluss zwischen allen Parteien des Antikommunismusblocks – einige Male kritisierte die NZZ die Sozialdemokraten –, doch insgesamt stand vor allem die PdA im Zentrum der Berichterstattung und dies stets negativ.

Keine Differenzierung. Differenzierte Positionen und Stellungnahmen von PdA-Politikern oder PdA-Sektionen ignorierten sowohl NZZ als auch «Tagwacht» konsequent. Der «Vorwärts» lancierte keine Gegenkampagne, da das kommunistische Blatt mit der stark kriselnden Partei und mit sich selber genug zu kämpfen hatte. Wenn aber von den antikommunistischen Kampagnen der anderen Parteien beziehungsweise den Übergriffen auf Kommunisten die Rede war, wehrte sich der «Vorwärts» ähnlich diffamierend wie die bürgerlich-sozialdemokratischen Zeitungen. In allen Zeitungen kam aber die eigene politische Klientel am meisten zu Wort, wobei die NZZ – abgesehen von den Kommunisten – allen Lagern noch das beste Forum darbot.

Michael Vetsch

«DASS KEINER MEHR MIT IHNEN REDE ...»

Die Berichterstattung von Schweizer Zeitungen über Schweizer Kommunisten nach der Niederschlagung des Ungarnaufstandes im Herbst 1956
IMW, Bern 2002

NEUE FACHARBEITEN

Was Studierende erforscht haben

- ▶ Nadia Baghdadi und Anne Brenneisen: Palästinensischer Terrorist – israelisches Opfer? Das Bild des jüngsten **NAHOST**-Konfliktes, der Al-Aqsa-Intifada, in der Schweizer Presse.
- ▶ Roland Brechbuehl: Untersuchung zur Musikberichterstattung in den auflagestärksten Berner **TAGESZEITUNGEN** «Der Bund» und «Berner Zeitung BZ».
- ▶ Mathias Bürgi: Berner Tageszeitungen im **INTERNET**. Ein Vergleich von eBund und espace.ch.
- ▶ Miriam Dubi: **BIG BROTHER** – von der Kritik zum Kult.
- ▶ Angela Elmiger: Der lokale Mediendiskurs über abgelehnte **EINBÜRGERUNGSGESUCHE** am Beispiel von Pratteln.
- ▶ Sandro Frevel: Eine Politikerin in den Medien. Die Abwahl von **RITA ROOS** aus dem Regierungsrat des Kantons St.Gallen.
- ▶ Valentin Handschin: Die helvetischen Wikinger. Der blutige «Zeitungskrieg» zwischen den Schweizer **PENDLERZEITUNGEN** «20 Minuten» und «Metropol» ist entschieden.
- ▶ Roland Harders: **MEDIEN-KOMPETENZ** – Grundlagen und pädagogisches Handeln.
- ▶ Andrea Iff: **BUNDESRATSKANDIDATINEN** in den Medien.
- ▶ Micha Jegge und Alain Mast: Jetzt spinnt er! Die **FUSSBALL-NATIONALTRAINER** im «Blick». Zwei Jahrzehnte Fussballberichterstattung in der grössten Schweizer Tageszeitung.
- ▶ Barbara Mathys: Journalisten und ihr **PUBLIKUM**: Nähe oder Ignoranz?
- ▶ Ruedi Studer: Alleskönner für das Fernsehen. **VIDEOJOURNALISTEN** bei Schweizer Privatfernsehsendern - Ausbildung, beruflicher Werdegang, Arbeitsbedingungen und Berufseinstellung.
- ▶ Martin Weber: **INTERNET-NUTZUNG** und Nutzungsmotive.
- ▶ **WEITERE FACHARBEITEN** und Bestellung unter www.imw.unibe.ch/facharbeiten oder Tel. 031 631 48 40.

Schimpansen und Kochbananen

Horizontenerweiterung Medien-Praktikumsstellen für Studierende sind nicht einfach zu ergattern. Ein Praktikum in einem anderen Kulturkreis – mehr als eine Notlösung: Eindrücke aus Uganda.

Text: *Reto Kuster*

DA ICH MEHRERE Staaten Afrikas bereist hatte, kam der Wunsch auf, über ein Praktikum bei einer afrikanischen Zeitung ein anderes Mediensystem kennenzulernen und zudem einen tiefen Einblick in die Prozesse des «Gastlandes» zu erhalten. «The New Vision», die grössere der beiden Tageszeitungen in Uganda (Auflage: 34 000 Ex.), sagte unter der Bedingung zu, weder für Flug, Unterkunft, Verpflegung oder anderweitige Ausgaben aufzukommen. Die Kosten für den Aufenthalt im Sommer 2001 finanzierte ich mit Fotoreportagen für europäische Medien.

In der Redaktion von «The New Vision» stehen abgewetzte Tische und wacklige Stühle; der Raum in einer ehemaligen Fabrikhalle ist aber mit modernen Computern ausgestattet. Jeden Mittag kochen Frauen im Garten der Anlage in riesigen Töpfen Matoke (Kochbananensuppe) und Bohnen. Gegen Redaktionsschluss herrscht regelmässig ein Gedränge: Computer und selbst Telefonie sind in Privathaushalten in Uganda selten, weshalb freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für Recherche und Niederschrift der Artikel die Infrastruktur der Redaktion benutzen.

Leopard inklusive. Der tägliche, ressortübergreifende Einsatz als Fotojournalist erlaubte interessante Einblicke in politische, wirtschaftliche und soziale Strukturen Ugandas: Artikel über Lynchmorde, über das Los von Flüchtlingen im Rebellengebiet und über Foltermethoden der Polizei kontrastierten mit pompösen Pressekonferenzen von Hilfsorganisationen in Luxushotels, mit Büros von korrupten Ministern (inklusive ausgestopftem Leopard) und mit abendlichen Cocktailparties auf den gepflegten Rasen von Botschafterresiden-

zen. Amtseinsetzungen von traditionellen Würdenträgern mit stundenlangen Zeremonien gehörten ebenso zur Bandbreite wie Recherchen über wuchernde Wasserpflanzen auf dem Victoriasee, Schimpansenschmuggel oder über eine von Gewalt überschattete Parlamentswahl.

Journalistischer Arbeitseifer wird in Afrika oft von banalen äusseren Umständen in die Schranken gewiesen: Öffentliche Verkehrsmittel kennen keine Fahrpläne und bedeuten stundenlanges Warten am Strassenrand, wenn etwa der Kleinbus gerade schlapp gemacht hat, während auf der Redaktion die Deadline näher rückt. Auch kulturelle Eigenheiten wirken sich bei der Recherche aus: Kommt man in der Schweiz bei Nachfragen und Interviews schnell zur Sache, wird in Uganda (wie generell in Schwarzafrika) selbst unter grossem Zeitdruck dem eigentlichen Anliegen ein langer Small Talk vorangestellt, den zu unterlassen als grobe Unhöflichkeit gilt. Erschwerend ist zudem das verbreitete Hierarchie-Denken: Vor allem im Umgang mit Offiziellen sind Form und Ritual oft wichtiger als Inhalt; wer

in der Schweiz Bürokratie verflucht, wird in Afrika verzweifeln. Was hierzu-land mit ein paar Telefonaten oder E-Mails erledigt ist, dauert in Uganda mitunter Tage.

Geheimdienstinformanten. Die Arbeit bei «The New Vision» – dem Regierungsblatt – zwang zur Auseinandersetzung mit Fragen zu Rolle und Abhängigkeiten der Presse in Uganda: Mehrere Redaktoren arbeiten zugleich als Informanten des Geheimdiensts. Die 65 fest angestellten Redaktorinnen und Redaktoren von «The New Vision» haben zwar der Regierungslinie weitgehend zu folgen, hinter vorgehaltener Hand aber distanzieren sich viele von der umstrittenen Politik des Präsidenten. Doch nur «The New Vision» garantiert Medienschaffenden in Uganda eine regelmässige, attraktive Bezahlung, weshalb ökonomische Faktoren letztlich über persönliche politische und ethische Einstellungen siegen.

Fazit: Alles andere als ein erholsamer Ferienaufenthalt unter der Äquatorsonne Afrikas, sondern ein fordernder, spannender Arbeitseinsatz.

BERICHTEN AUS AFRIKA

Zehn Korrespondent/innen berichteten im Jahr 2002 regelmässig für die deutschschweizer Presse aus Afrika südlich der Sahara, einem riesigen Gebiet mit nahezu 50 Staaten. Unter welchen Bedingungen arbeiten Afrika-Korrespondent/innen? Welche Strategien haben sie entwickelt, um mit spezifischen Problemen umzugehen? Wie sehen sich die Medienschaffenden selbst? Die vor allem qualitativ ausgerichtete Facharbeit stützt sich auf eine Befragung der Afrika-Korrespondent/innen und eine Inhaltsanalyse von fünf Deutschschweizer Zeitungen.

► Reto Kuster: **NEUIGKEITEN AUS OUAGADOUGOU.** Eine Untersuchung über Afrika-Korrespondentinnen und -korrespondenten der Deutschschweizer Printmedien. Institut für Medienwissenschaft, Bern 2003.



CATHERINE MÜHLEMANN erhielt für «ihr visionäres Denken» den «*Rising Star Award*» der Zeitung «*Cash*».

Kopfüber denken bringt beste Ideen

Bilanz Vor 15 Jahren studierte sie am IMW. Heute leitet Catherine Mühlemann den deutschsprachigen Ableger des TV-Senders MTV.

Text: Valentin Handschin Foto: zvg/MTV

«**ICH WAR NIE** eine richtige Journalistin», sagt Catherine Mühlemann. Sie könne nicht gut schreiben, und als sie Radiomoderatorin werden wollte, wurde ihr bescheinigt, sie habe dafür die falsche Stimme. Managen hingegen konnte die 35-jährige Bernerin schon immer: Beim Schweizer Fernsehen war sie unter anderem für die Einführung von SF2 zuständig. Danach arbeitete sie als Programmchefin bei TV3. Und seit rund zwei Jahren steht sie als Geschäftsführerin der deutschsprachigen MTV-Filiale vor. MTV, laut Mühlemann das «CNN der Musikbranche», erreicht in Deutschland, Österreich und der Schweiz 33 Millionen Zuschauer. Ist sie sich dieser Macht bewusst? Dieses Wort höre sie nicht gerne, antwortet sie, der Erfolg bringe einen grossen Druck mit sich. «Wir müssen uns dauernd Fragen stellen wie: Woher kriegen wir Werbegelder? Oder: Stimmt der Profit?»

Durchhaltewille entwickelt. Nach dem Studium an der Berner Uni begann Catherine Mühlemann ihre Karriere beim SRG-Forschungsdienst. Ihren damaligen Chef, Matthias Steinmann, erlebte sie auch als Professor. «Ein tatkräftiger, schillernder Mann mit vielen Ideen», erinnert sie sich. Und verrät, dass auch MTV seine Quoten mit der Steinmann-Erfindung «Telecontrol» messe.

Neben Medienwissenschaft studierte Mühlemann Germanistik, Staatsrecht und Betriebswirtschaft. Es sei eine schöne und lehrreiche Zeit gewesen. «Viele meiner Freunde und Bekannten habe

ich damals kennen gelernt. Ich lernte, selbständig zu arbeiten und Durchhaltewillen zu entwickeln.» Das Wissen, wie man an ein neues Thema herangehe und ein Projekt erfolgreich abschliesse, habe ihr für das Berufsleben am meisten geholfen.

Catherine Mühlemann finanzierte sich ihr Studium selbst. So absolvierte sie ein Praktikum im Bundeshaus-Team der «Tagesschau» und verfasste bei der SDA Kurznachrichten fürs Radio. Dazu fällt ihr eine Anekdote ein: Es habe immer wieder Führungen für Jugendliche gegeben. Da fragte eine Teenagerin einmal, wie man denn wisse, dass man aus der riesigen Nachrichtenflut die richtigen Meldungen auswähle. Man brauche halt ein gutes Bauchgefühl, antwortete der Geschäftsführer trocken ...

Denkt kopfüber! Dieses Bauchgefühl sei für sie sehr wichtig, erzählt Catherine Mühlemann. «Ich muss mich bei meiner Arbeit wohl fühlen und fälle meine Entscheidungen deshalb immer auch aus dem Bauch heraus.» Als Tipp für angehende Medienschaffende erwähnt sie die Stichworte Zufall, Glück, Leidenschaft, Engagement und lebenslanges Lernen. Sie betont, dass der Uniabschluss alleine nicht ausreiche, unbedingt notwendig sei das Jobben neben dem Studium. Und Catherine Mühlemann verrät schliesslich sogar ihr persönliches Lebensmotto: ««Hängt euch an einen Ast und denkt kopfüber» – denn aus einer ungewöhnlichen Perspektive entstehen nämlich die besten Ideen.»



Hängt kopfüber: Catherine Mühlemann

SEITE 15



Mit Warnfinger: Heinz Däpp

SEITE 3



Under Attack: Tom Häussler

SEITE 8

Impressum

nowelle 7 April 2003

HERAUSGEBER

Förderverein Medienwissenschaft
der Universität Bern

REDAKTION

Sabine Gorgé, Valentin Handschin;
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, Daniel Bernet



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.