

nowelle

Wir feiern Geburtstag! 10 Jahre Förderverein Medienwissenschaft

Peter Schellenberg: Überflüssige Bemerkungen eines Verwirrten

Filippo Leutenegger: Vom Bildschirm ins Parlament

Catherine Aeschbacher: Eine Medienfrau blickt zurück aufs Studium



LASST DIE GLÄSER KLINGEN: Seit 10 Jahren stärkt der Förderverein die Medienwissenschaft in Bern.

Inhalt

Wir feiern Geburtstag!	Seite 4
10 Jahre Förderverein Medienwissenschaft	
Vom Bildschirm ins Parlament	Seite 10
Wenn Medienschaffende Politik machen	
Medienkompetenz durch Worldmusic?	Seite 12
Frank Wittmann berichtet aus Westafrika	
Catherine Aeschbacher blickt zurück aufs Studium	Seite 15
SRG-Forschungsdienst misst Internetnutzung	Seite 11
Wenn Medienmacher in die Politik gehen	Seite 10
Vor 100 Jahren: Erstmals Publizistik an der Universität Bern	Seite 6

Warum und wie fördern?

Editorial An der Schwelle seines zehnjährigen Jubiläums muss der Förderverein seine Partnerschaft zum IMW und ihre künftige Tragfähigkeit unter die Lupe nehmen.

DER FÖRDERVEREIN Medienwissenschaft ist während seines zehnjährigen Bestehens vom Geburtshelfer zum festen Partner des Instituts für Medienwissenschaft (IMW) geworden. Die Medienwissenschaften haben in dieser Zeit einen Aufschwung erlebt, der seinesgleichen sucht. Der diesen Sommer fertiggestellte Expertenbericht zur Evaluation der Medienwissenschaft spricht sich klar für eine Stärkung des Instituts und für die Bildung zusätzlicher fachlicher Schwerpunkte aus. Braucht es da den Förderverein überhaupt noch?

Ich glaube ja. Nicht weil Bedeutung und Stellung des IMW in der Medienwelt zu wünschen übrig liessen – das Gegenteil ist der Fall –, sondern weil nach wie vor eine grosse Lücke zwischen seiner stark gewachsenen Aufgabe auf der einen und den ihm zur Verfügung stehenden personellen und finanziellen Mitteln auf der andern Seite

klafft. Aus diesem Grund unterstützen wir die Finanzierung von Lehrveranstaltungen, aber auch von Publikationen und Anlässen. Dabei sind wir unsererseits auf die Mithilfe von Sponsoren angewiesen.

Eine echte Partnerschaft lebt (längst) nicht nur vom Geld. Wir sehen deshalb unsere Aufgabe mindestens ebenso in der ideellen Unterstützung des IMW. Neben der Verbesserung der Studienbedingungen geht es uns dabei namentlich auch um die Förderung von Kontakten zwischen Exponenten der Wissenschaft und Persönlichkeiten aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Mit dieser Brückenfunktion zwischen den verschiedenen Repräsentanten der Medienlandschaft möchten wir zur weiteren Aufwertung der Schlüsselrolle des IMW in und über die Politik- und Medienstadt Bern hinaus beitragen.

Renatus Gallati, Präsident

FORSCHUNG AM IMW Ringier verlängert Projekt

Das am IMW laufende Forschungsprojekt «Ringier-Unternehmensgeschichte» geht in die Verlängerung. Der Medienkonzern Ringier AG hat eine zweite Projekttranche bewilligt und dafür rund 600'000 Franken gesprochen. Die Untersuchung der 170-jährigen Geschichte des heute drittgrössten Schweizer Medienunternehmens soll bis Ende 2005 beendet sein.

EVALUATION

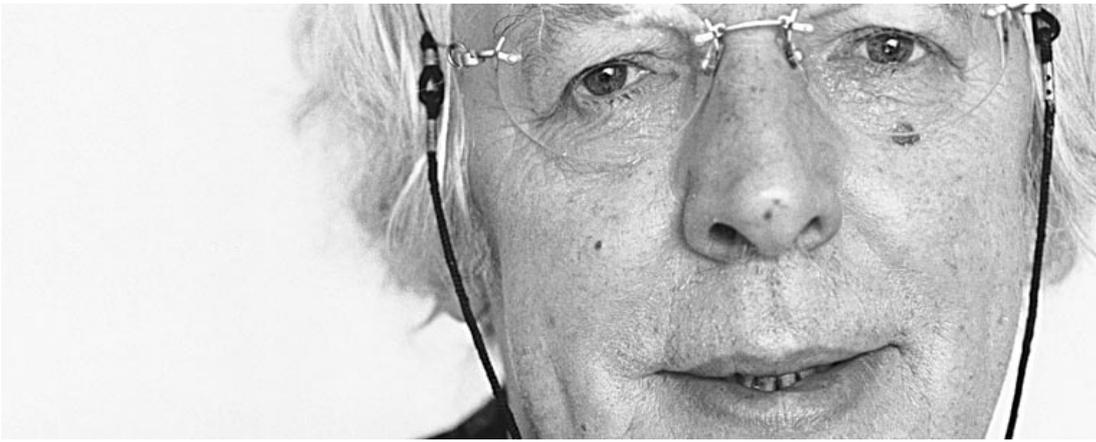
Gute Noten fürs Medieninstitut

Die Berner Medienwissenschaft wurde im Auftrag der Universität Bern einer Evaluation unterzogen. Auswärtige Experten erteilten dem Fach gute Noten. Die Uni liess vier Wachstumsfächer evaluieren: Rechtswissenschaft, Betriebswirtschaftslehre, Psychologie und Medienwissenschaft. Die Fächer mussten bis im Frühling 2003 einen Selbstevaluationsbericht abliefern. Im Juni waren auswärtige Experten zu Besuch, welche die Fächer auf Herz und Nieren überprüften. Sie stellten einerseits Defizite des massiv überlasteten Faches fest, kamen aber andererseits zum Schluss, dass das Fach einen nicht unwesentlichen Beitrag zur Attraktivität der Universität Bern leiste. Insgesamt erhielt das Fach gute Noten. Die Experten empfahlen einen Ausbau, über den jetzt die Universitätsgremien beraten und entscheiden.

FÖRDERVEREIN

Neue Mitglieder gesucht

Möchten Sie die Medienwissenschaft in Bern unterstützen? Wer mehr über den Förderverein wissen und Mitglied werden oder Mitglieder anwerben möchte, kann ein Faltblatt beziehen – beim IMW, Tel. 031 631 48 40 oder imw@imw.unibe.ch.



THEORIEBERGE auf ihre Anwendbarkeit abgeklopft: Fernsehdirektor Peter Schellenberg.

«Verstehst du etwas?»

Medienwissenschaft «Überflüssige Bemerkungen eines Verwirrten»:

Peter Schellenberg, abtretender Direktor des Schweizer Fernsehens DRS, wirft einen kritischen Blick auf eine komplexe Wissenschaft.

Text: Peter Schellenberg Foto: zvg/SF DRS

EIN GESTÄNDNIS als Warnung vorab: Ich habe nie studiert, ich bin gelernter Speditionskaufmann. Ich habe anschließend mein Geld als ungelerner Fotograf und Journalist verdient. Im Fernsehen war es wiederum «learning by doing» und abschauen bei Vorbildern. Ich gelte als theoriefeindlich.

Mann der Praxis. Mein engster Kontakt mit den «Medienwissenschaften» war zwischen 1980 und 1990 als Medienreferent des Programmdirektors bei SF DRS. An der Universität Zürich liefen die Kurse unter dem Titel «Journalistisches Seminar». In dieser Zeit entstand in der Schweiz und in Deutschland eine verlässliche Publikumsforschung. Eine Flut von theoretischen Arbeiten erreichten meinen Schreibtisch. Vor allem die kirchlichen «Pressedienste» in Deutschland, wohin sich ein Teil der Postachtundsechziger neben der Soziologie und der Pädagogik geflüchtet hatten, produzierten eine Fülle von Material über das Fernsehen, das geprägt war von puritanischer Bilderfeindlichkeit. Es galt offenbar in erster Linie das Publikum vor dem Medium Fernsehen zu schützen und es zugleich als «moralis-

sche Anstalt» des elektronischen Zeitalters zu etablieren.

Ich wiederhole es, ich bin ein Mann der Praxis. So ackerte ich mich durch diese Theorieberge und klopfte sie auf ihre Anwendbarkeit ab. Sprachlich und inhaltlich konnte ich noch folgen, obwohl die neue Herrschaftssprache schon im Entstehen war und dies ausgerechnet durch die Leute, die einst gegen die Herrschaftssprache an den Universitäten frontal angegangen waren. Die Ausbeute für die Praxis war gelinde gesagt gering. Anfragen meinerseits, was das ganze eigentlich soll, wurden wohlwollend nachsichtig beantwortet. Ich erfuhr immerhin, was es nicht ist: keine Journalistenausbildung, keine gestalterische Einführung, ein bisschen historische Entwicklung (aber ohne wissenschaftlichen Anspruch), keine Demoskopie, sicher aber keine Wirkungsforschung usw.

Trotzdem, fast über Jahrzehnte war die Gewaltdarstellung am Bildschirm ein zentrales Thema der, ich nenne es nun mal so, Medienwissenschaften, also lupenreine Wirkungsforschung. Das Ergebnis: vermutete Wirkungen (dagegen habe ich gar nichts einzuwenden), die

von Gewalt abbauend bis zu Gewalt verstärkend reichen. Allerdings bar jeder Wissenschaftlichkeit. Die versucht man zu belegen, indem jede Arbeit mit einer unendlichen, für mich wenig erhellenden Einführung in die Methode beginnt und mit Zahlentabellen endet, über Fragebogen erhoben, die, wenn schon, von den Befragten eher lustlos vollgekritzelt werden. Oder es werden zum Beispiel Auftritte von Frauen in Diskussionssendungen sekundengenau gemessen, ohne jede Rücksicht darauf, was gesagt wurde. Ist die Länge einer Ausführung wirklich mit der Wirkung gleichzusetzen? «Ist gar nicht beabsichtigt», höre ich die Wissenschaftler rufen. O. K., aber was denn?

Alles Vergangenheit, ich habe den Anschluss längst verloren. Kürzlich war ich an einem medienwissenschaftlichen Kolloquium an der Uni Zürich. Neben mir sass mein Vorvorgänger, ein gebildeter Intellektueller. Nach einer halben Stunde schob er mir einen Zettel zu mit der Frage: «Verstehst Du etwas?». Ich antwortete, auch schriftlich: «Nein, aber ich bin halt von Oerlikon.» Wir amüsierten uns, verhalten, denn wir sasssen in der ersten Reihe.

Im Kampf für ein gefragtes und geplagtes Fach

Förderverein-Jubiläum Letztes Jahr feierte das IMW seinen 10-jährigen Geburtstag – jetzt ist sein Förderverein an der Reihe. Für diese «nowelle» erinnern sich die ehemaligen Präsidenten Markus Rohr, Eva-Maria Zbinden und Daniel Eckmann an ihr Wirken.

Text: *Valentin Handschin* Foto: *Daniel Bernet*

MARKUS ROHR, Mitglied der «Blick»-Chefredaktion, war im November 1993 Gründungspräsident des IMW-Fördervereins. Zehn Jahre später auf die Ehre dieses Amtes angesprochen, blickt er zurück: «Wenn ich mich richtig erinnere, war das eine Spontanaktion von Roger Blum. Er hat mich – ohne Vorabsprache – zu diesem Amt auserkoren oder verknurrt, je nachdem wie man es will. Und ich wagte einfach nicht, Nein zu sagen.» Solche Ämtli treffen ihn immer wieder, so habe er auch bei der Gründung des Vereins «Qualität im Journalismus» als Gründungspräsident amtiert. Er nahm anschliessend «wenn immer möglich» an den Aktivitäten des Fördervereins teil. Heute liest er regelmässig den IMW-Jahresbericht.

Die Medienwissenschaft zu fördern, ist für Rohr nach wie vor ein zentrales Anliegen: «Medien spielen in der Gesellschaft eine Rolle, die ständig an Bedeutung zugenommen hat. Es ist wichtig, dass möglichst viele Leute die Komplexität der Medien und deren Wirkungsmechanismen kennen. Nach meinem Empfinden müssten die Universitäten diesem Fach mehr Bedeutung schenken. Und weil sie das nicht tun, ist eine Förderung von privater Seite nötig.»

Guter Rat für den Grossen Rat.

Die erste Fördervereinspräsidentin war Eva-Maria Zbinden Günter. Die Journalistin und ehemalige SP-Grossrätin leitete die Vorstandsgeschäfte bis 1997. Sie entdeckte die Bedeutung der Medienwissenschaft im Rahmen ihrer Ausbildung beim Fernsehen: «Medienwissen-

schafter vermittelten uns ihre neusten Erkenntnisse und beurteilten unsere News-Beiträge kritisch.» Im südlichen Afrika entdeckte sie als IKRK-Projektleiterin zudem die Macht der non-verbalen Kommunikation: «Die Wirkung versteckter Botschaften wurde mir dort krass vor Augen geführt.»

Eva-Maria Zbinden sieht die Erfolge ihrer Präsidentschaft primär im Etablieren des «anfänglich wackligen Gebäudes» des Fördervereins. Ein erster «schlichter» Versuch, mit einem Mitteilungsblatt Informationen an eine breitere Öffentlichkeit zu bringen, Mitglieder zu gewinnen und einen Beitrag an die IMW-Bibliothek zu leisten, waren weitere Erfolgspunkte. Deprimiert habe sie hingegen, dass die Arbeiten der Medienwissenschaft bei den Berner Grossräten auf wenig Resonanz stiessen. «Ausgerechnet jener Personengruppe, welche sich mit den Medien konstant schwer tut, fehlte die Einsicht, dass die Medienwissenschaft zum Verständnis der Me-

dienarbeit beiträgt», sagt sie. Gerade Untersuchungen zum Mediennutzungsverhalten seien aus ihrer Sicht politisch hoch relevant: «Die Medien und das Demokratieverständnis der Bevölkerung sind meines Erachtens untrennbar miteinander verbunden.»

Unter dem Druck kommerzieller Überlegungen und einem «Subito-Zeitverständnis» seien für die Medien neue Zwänge entstanden – die Komprimierung von Botschaften auf Kernaussagen und Behauptungen. Deshalb ist für sie der Förderverein weiterhin zentral. «Nur die Medienwissenschaft kann diesen Entwicklungen in Ruhe auf den Grund gehen und Erkenntnisse für Gegenwart und Zukunft erarbeiten.»

Gekidnappt. Von 1997 bis 2002 wurde der Förderverein von Daniel Eckmann geleitet. Dem Kommunikationsdelegierten von Bundesrat Kaspar Villiger ging es ähnlich wie Markus Rohr – er kam ziemlich unverhofft zu seinem

SIE SASSEN IM VORSTAND

Eva Maria Zbinden, Grossrätin; Prof. Iwan Rickenbacher, Politikberater; Heinz Däpp, Journalist; Claude Longchamp, Politologe; Susanna Regli, Studentin; Tobias Lengsfeld, Stud.; Philipp Gian Fontana, Stud.; Regula Begert, SRG-Forschungsdienst; Prof. Roger Blum, IMW; Prof. Matthias Steinmann, IMW; Anna Elisabeth Högger, Informationsbeauftragte; Matthias Wipf, Stud.; Daniel Eckmann, Kommunikationsdelegierter; Jürg Lehmann, stv. Chefredaktor; Sabine Zaugg, SRG-Forschungsdienst; J. Pepe Wiss, Verlagsdirektor; Karin Burkhalter, Inlandredaktorin; Sabine Gorgé, Stud.; Pascale Schnyder, Stud.; Valentin Handschin, Stud.; Dr. Renuat Gallati, Wirtschaftsberater; Daniel Bernet, Hilfsassistent IMW; Monika Remund, Sekretariatsleiterin IMW.

Amt: «Der Förderverein war mir fremd, bis zum Tag, als mich Iwan Rickenbacher in den vollendeten Formen des Kidnapping vom Fauteuil des Ahnungslosen direkt auf den Präsidentenstuhl schleppte.» Während seiner Amtszeit konnte viel für das IMW erreicht werden: «Der Massstab jedes Fördervereins ist, dass er fördert. Hier konnte viel erreicht werden. Denn das Institut ist heute breit und tief verankert.» Bitter sei für ihn allerdings, dass just in der Polit-, Medien- und Universitätsstadt Bern «etwas so Hauptsächliches» wie die Medienwissenschaft nach wie vor rein «nebenfächlich» behandelt werde. Dabei werde die Wissenschaft in unserer oberflächlichen Zeit doch immer wichtiger: «Wo Wissenschaftlichkeit fehlt, lässt sich auch der Journalismus leichter Moden unterwerfen und verliert so an Glaubwürdigkeit.»

Hauptfach als Ziel. Auf Eckmann folgte 2002 Renatus Gallati als Fördervereinspräsident. Der Berner Wirtschaftsberater und Public-Affairs-Spezialist möchte während seiner Amtszeit den Stellenwert der Medienwissenschaft erhöhen und es dem IMW ermöglichen, sein Angebot endlich auch als Hauptfach anzubieten. «Wenn ich da einen Beitrag leisten kann, bin ich sehr froh.» Für Gallati soll der Förderverein eine doppelte Brückenfunktion erfüllen: Das Institut soll durch ihn noch weiter in der Bevölkerung verankert werden; er soll aber auch zur Intensivierung der Kontakte zwischen dem IMW und der Unileitung beitragen.



EVA MARIA ZBINDEN *präsierte vor 10 Jahren ein «wackliges Gebilde».*

10 JAHRE FÖRDERVEREIN Das waren die Highlights

FEIERLICHE GRÜNDUNG. Unter dem Vorsitz von Markus Rohr, SDA-Redaktionsleiter, genehmigt die Gründungsversammlung am 15. November 1993 die Statuten und wählt Grossrätin Eva-Maria Zbinden zur ersten Präsidentin.

HÖHENFLUG AUS DRESDEN. Prof. Wolfgang Donsbach, Ordinarius für Kommunikationswissenschaft in Dresden, spricht am 14. November 1994 in einem stimulierenden Vortrag über «Medien und Politik. Ein internationaler Vergleich».

PREISVERLEIHUNGEN. Am 28. Juni 1995 übergibt Prof. Walter Kälin, Dekan der Rechts- und Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät, erstmals den von Prof. Matthias Steinmann gestifteten medienwissenschaftlichen Förderpreis. Die Gesamtpreissumme beträgt 5000 Franken. Den Preis erhalten Dr. Heinrich Anker und Peter Meier.

An der zweiten Preisverleihung am 28. Januar 1998 werden Lucia Probst, Katrin Hafner, Andi Jacomet, Annetta Bundi, Sabine Zaugg und Michael Soukoup ausgezeichnet. Am 21. Juni 2000 wird der medienwissenschaftliche Förderpreis zum dritten Mal vergeben. Preisträgerinnen und Preisträger sind: Nicole Gysin, Maria Gfeller, Marco Jaggi und Dr. Roman Gattlen. Der vierte Förderpreis wird am 11. April 2002 an Nadja Fischer und Yvonne Strittmatter verliehen.

MECHANIK DES WAHLKAMPFS. Am 30. Juni 1995 liefert der Förderverein an einer Tagung für Kandidierende in den eidgenössischen Wahlen wissenschaftliche Erkenntnisse, die Einsichten in die Mechanik von Wahlkämpfen vermitteln. Referate halten Prof. Roger Blum, Prof. Matthias Steinmann, Claude Longchamp und Dr. Iwan Rickenbacher. >

10 JAHRE FÖRDERVEREIN Highlights

► **EINBLICK FÜR GROSSRÄTE.** Das IMW präsentiert sich am 13. September 1995 Mitgliedern des bernischen Grossen Rates. Insbesondere stellen André Bächtiger und Claude Jaggi ihre Arbeit über die Parlamentsberichterstattung vor.

WISSENSCHAFTLICHES PANORAMA. Der Förderverein trägt die Vortragsreihe mit, in der im Wintersemester 1995/96 Kommunikationswissenschaftler aus der Deutschschweiz und aus der Suisse romande in Bern über ihre Forschungsschwerpunkte berichten. Zu hören sind Prof. Heinz Bonfadelli (Zürich), Prof. Louis Bosshart (Freiburg), Dr. Werner A. Meier (Zürich), Prof. Uli Windisch (Genf), Prof. Franz Riklin (Freiburg), Prof. Jean Widmer (Freiburg), Prof. Denis Barrelet (Neuenburg/Freiburg), Prof. Antoine Maurice (Neuenburg), Dr. Jean-Paul Rüttimann (Freiburg), Prof. Paul Beaud (Lausanne) und Prof. Klaus Schrape (Basel).

MEDIENLEISTUNGEN UNTER DER LUPE. Der Förderverein stellt am 13. Juni 1997 verschiedene Forschungsarbeiten des Instituts für Medienwissenschaft und des SRG-Forschungsdienstes vor, die Medienleistungen unter die Lupe nehmen.

ANKUNFT DER «NOWELLE». Im Januar 1998 flattert den Mitgliedern des Fördervereins erstmals die Zeitschrift «nowelle» ins Haus. Hinter dem Produkt stecken vor allem Studierende.

BESTÜRZUNG WEGEN KASSENSTURZ. An einem «Lunch & Talk» des Fördervereins am 24. März 1998 duellieren sich Dr. Peter Studer, Chefredaktor des Schweizer Fernsehens DRS, und Prof. Eugen Marbach, Anwalt, unter dem Titel «Medien und unlauterer Wettbewerb» im Nachgang zum Kassensturz-Urteil des Bundesgerichts. ►

Lücken schliessen

Fach-Geschichte Als Berufsbildung für Journalisten startet die Medienwissenschaft vor 100 Jahren ihre wechselvolle Karriere zwischen Wissenschaft und Praxis an der Uni Bern.

Text: *Peter Meier*

JOURNALISTEN haben bereits vor 100 Jahren keinen guten Ruf mehr. Sie werden schon mal öffentlich als «Sprachverhunzer» oder «gescheiterte Existenzen» tituiert. Ihnen fehle es an Professionalität, Moral und Verantwortungsbewusstsein, monieren die Kritiker. Und das sei vor allem die Folge einer miserablen Vorbildung. Der Verein der Schweizer Presse (VSP), die Standesorganisation der Schweizer Journalisten, weiss um die Diskrepanz zwischen wachsenden Aufgaben und abnehmender Qualifikation des Berufsstandes. Er beauftragt darum 1898 den Bündner «Bund»-Chefredaktor Michael Bühler, nach Möglichkeiten für eine bessere Journalistenausbildung zu suchen.

Uni statt Schulen. Journalistenschulen kommen dabei nicht in Frage. Denn die sind in helvetischen Pressekreisen verpönt. Bühler schaut über die Landes- und Standesgrenzen hinaus – und wird fündig: Im Ausland gibt es seit den 1890er Jahren an den Hochschulen akademische Journalistik-Lehrstühle. Bühler ist begeistert und strebt dies auch in der Schweiz an. Ganz im Geist der Zeit verspricht er sich «von der wissenschaftlichen Durchdringung des Berufsstandes dessen sittliche Läuterung und geistige Vervollkommnung». Bühler startet 1899 eine Umfrage unter den Schweizer Universitäten und Hoch-

schulkantonen: «Wären sie geneigt, journalistische Vorlesungen oder Übungen, allenfalls selbst einen Lehrstuhl für journalistische Berufsbildung an Ihrer Universität einzuführen?»

Eine Journalistik-Professur lehnt Bern zwar ab. Die philosophische und die juristische Fakultät setzten aber eine Kommission ein, die abklären soll, welche Möglichkeiten für einen journalistischen Studiengang bestehen. Bühler lässt nicht locker und leistet Überzeugungsarbeit – mit Erfolg: Die Kommission schlägt schliesslich vor, aus dem bestehenden Uni-Lehrangebot «einen etwa sechssemestrigen Kursus» für Journalisten zu bilden. Zudem sei ein Lehrauftrag für «journalistische Technik» zu erteilen. Der Hochschulsenat schliesst sich den Empfehlungen 1902 einstimmig an.

Dadurch angespornt lobbyiert der engagierte Bühler weiter. In einem Schreiben an den Berner Erziehungsdirektor Albert Gobat bietet er sich seinem freisinnigen Parteikollegen gleich selbst als Journalistik-Dozent an. Der Entscheid fällt 1903: Der Berner Regierungsrat gibt grünes Licht für die Journalistik an der Uni. Bühler erhält einen Lehrauftrag, liest im Wintersemester erstmals über die «Entwicklung des Zeitungswesens» und führt praktische Übungen zum «Redaktions- und Nachrichtendienst der Zeitung» durch.



VOLLE BÜCHERGESTELLE statt gähnende Leere – dank Förderverein.

Lernen ohne Literatur?

Szenario Wenn es den Förderverein nicht gäbe, müssten die Studierenden ohne Fachliteratur auskommen. Die Uni zahlt der Medienwissenschaft dafür keinen Rappen.

STELLEN SIE sich vor, Sie studieren Medienwissenschaft. Nur leider gibt es in der Bibliothek kein Buch dazu. Nichts über Mediengeschichte oder politische Kommunikation. Nichts über die Entstehung des Schweizer Fernsehens oder die Rolle der Medien bei Wahlen. Stattdessen nur gähnend leere Gestelle. Crash-Kurs Nummer eins dieses Studiengangs: Wie lerne ich ohne Bücher?

Die Realität dieses Szenarios ist für die Medienwissenschaft in Bern näher als manch einer wohl denkt. Aus der Unikassee fliesst nämlich bis heute kein einziger Bibliotheksrappen ans IMW. Das heisst im Klartext: Wäre da nicht der Förderverein, der das IMW jedes Jahr mit 8000 Franken Bibliothekskredit unterstützt, gäbe es in der Bibliothek Sozialwissenschaften keine Abteilung «MEW». Keine Bücher mit gelben Klebetiketten. Und auch kaum medienwis-

senschaftliche Zeitschriften. Nur mit diesen 8000 Franken kann das IMW überhaupt neue Bücher anschaffen und so seinen Studierenden Zugang zur aktuellen Fachliteratur bieten: 2800 Bücher sind es zur Zeit. Und es werden laufend mehr – dank dem Förderverein!

Nebst vielen Einzelmitgliedern unterstützen die folgenden Kollektivmitglieder den Förderverein Medienwissenschaft massgeblich – und treten vielfach darüber hinaus auch als Sponsoren von IMW-Aktivitäten auf: Basler Zeitung, Bund Verlag AG, Espace Media Gruppe, Fédération Suisse des Journalistes, NZZ AG, Publica Data AG, Publisuisse SA, Radio- und Fernsehgenossenschaft BE FR VS, Ringier AG, SDA, SF DRS, Soziolog. Institut der Universität Zürich, SRG SSR idée suisse, SRG SSR Services, Swisscom AG, Tamedia AG, WEMF AG.

Lucia Probst

10 JAHRE FÖRDERVEREIN Highlights

› **BERNER GRIFF NACH THUN.** An einem «Lunch & Talk» am 3. September 1998 diskutierten Prof. Roland von Büren, Präsident der Wettbewerbskommission, und Albert P. Stäheli, Vorsitzender der Geschäftsleitung der Berner Tagblatt-Medien AG (BTM), über das Vordringen der BTM nach Thun.

DEMOSKOPIE IM BLICK. Kritisch befasst sich der Förderverein an einem «Coffee & Talk» am 9. Februar 2000 mit «Demoskopie und Wahlberichterstattung». Rückblickend auf das Wahljahr 1999 äussern sich der Politologe Claude Longchamp, Fernseh-Chefredaktor Filippo Leutenegger sowie die Professoren Matthias Steinmann und Roger Blum.

SKANDALBERICHTE ZU BELLASI. Ebenfalls am 21. Juni 2000 präsentiert der SRG-Forschungsdienst an einer öffentlichen Veranstaltung des Fördervereins seine Studie zur Medienberichterstattung im Fall Bellasi. Prof. Matthias Steinmann führt ein, Catherine Arber präsentiert die Resultate und Dr. Oswald Sigg, VBS-Infochef, kommentiert sie aus seiner Sicht.

ERHELLENDES ZU DEN WAHLEN. Was boten die Medien bei den eidgenössischen Wahlen 1999? Der Förderverein gibt an einer Tagung am 12. September 2000 Antworten: Jasper Friedrich analysiert die Fernsehleistungen. Prof. Roger Blum zeigt auf, was Printmedien und Radios gemacht oder verpasst haben. Nathalie Matter resümiert, wie das Boulevardblatt «Blick» die Wahlen behandelt hat. Prof. Matthias Steinmann erläutert, wie sich die Stimmberechtigten informiert haben.

GEHEIMNISSE VON RADIO-CONTROL. Am 28. Juni 2001 enthüllt Manuel Dähler vom SRG-Forschungsdienst an einer

10 JAHRE FÖRDERVEREIN Highlights

> öffentlichen Veranstaltung des Fördervereins, was Radiocontrol ist und welche Ergebnisse bisher mit der legendären Uhr erzielt wurden.

ANDRANG WEGEN FALL BORER. Am 11. April 2002 stellen Nicole Gysin und Peter Meier die Studie über die Ringier-Zeitschriften in der Nazizeit vor. Dazu äussert sich Frank A. Meyer von der Ringier-Spitze. Der Saal ist aber gerammelt voll, weil Meyer auch erstmals zum Fall Borer Stellung nimmt und das Verhalten der Ringier-Medien verteidigt.

MODERN REGIEREN MIT MEDIEN. An einem «Lunch & Talk» analysiert Prof. Ulrich Sarcinelli (Universität Koblenz-Landau) am 7. Juni 2002 die neusten Trends, die sich für das «Regieren im Medienzeitalter» zeigen.

JAMES BOND ZUM INSTITUTSJUBILÄUM. An einem grossen Apéro zum 10-jährigen Bestehen des IMW am 2. November 2002 kann der Förderverein viel Prominenz begrüßen. Kurze Reden halten Dr. Rénatus Gallati, Grossratspräsident Dieter Widmer, Dekanin Prof. Claudia Honnegger, Prof. Otfried Jarren von der Zürcher Publizistikwissenschaft, Prof. Roger Blum sowie das IMW-Team. Höhepunkt ist eine Tonbildschau der Studierenden zur Institutsgeschichte, aufgezo- gen als James-Bond-Story.

STAATLICHE MEDIENFÖRDERUNG. An einer öffentlichen Veranstaltung des Fördervereins diskutieren am 10. April 2003 Nationalrat Andreas Gross (SP, Zürich), der Medienforscher Dr. Josef Trappel (Prognos), Konzernleitungsvorsitzender Albert P. Stäheli (Espace Media) und Verlagsdirektor J. Pepe Wiss (Bund AG) kontrovers über den vorgeschlagenen Verfassungsartikel «Medien und Demokratie» (siehe Artikel auf Seite 9).

Neue Kompetenz

Studium Das IMW bietet neu einen Schwerpunkt Wirtschaftsjournalismus an. Als Dozenten kommen Kurt Speck, Josef Trappel und Stephan Russ-Mohl zum Zug.

Zu den Schwerpunkten politische Kommunikation und politischer Journalismus, Mediengeschichte, Journalismusforschung und Rezeptionsforschung kommt am Institut für Medienwissenschaft neu der Schwerpunkt Wirtschaftsjournalismus hinzu. Bereits im Sommersemester führte Prof. Stephan Russ-Mohl von der Universität Lugano praktische Übungen im Wirtschaftsjournalismus durch. Im Wintersemester bietet Dr. Kurt Speck, Chefredaktor der «Handels-Zeitung», eine Vorlesung zu «Grundlagen des Wirtschaftsjournalismus» an. Im kommenden Sommerse-

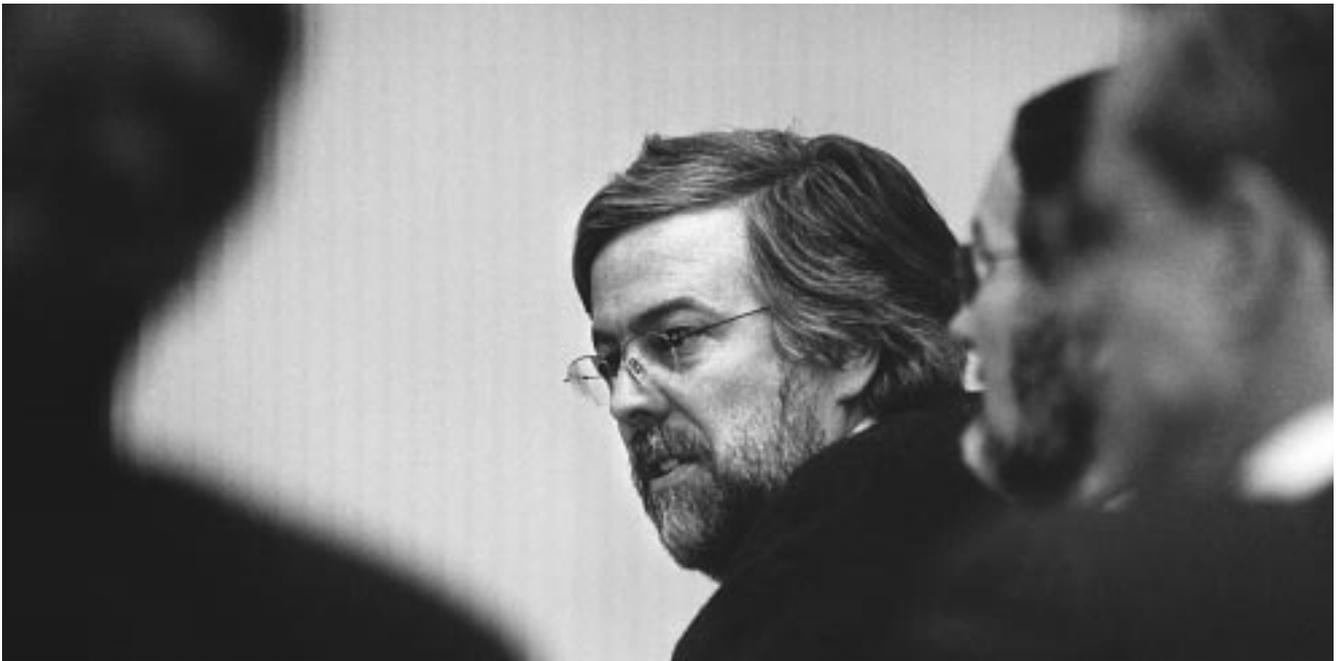
mester wird Dr. Josef Trappel, bisher Leiter des Beratungsbereichs Kommunikation und Medien der Prognos AG, eine Vorlesung zur «Theorie der Wirtschaftskommunikation» halten. Im Wintersemester 2004/05 folgt ein Seminar zum Wirtschaftsjournalismus.

Das IMW gehört der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät an. Mit dem neuen Schwerpunkt bietet es den Studierenden der Ökonomie eine Vertiefungsmöglichkeit. Ausserdem stärkt das Institut seine Kompetenz in der Vermittlung von Grundlagen für den Journalismus.



INSIDER GEBEN AUSKUNFT

Vor 100 Jahren nahm die Publizistikwissenschaft an der Uni Bern ihren Anfang (siehe Seite 6). Womit sich Medienwissenschaft heute befasst, zeigt eine Veranstaltungsreihe am IMW. Casper Selg (Bild) sprach über Journalismus diesseits und jenseits des Atlantiks. Es folgen Gespräche mit Prof. Philomena Schönhausen über Medien zwischen Kaffeehaus und Cyberspace (1. Dezember, 18.15 Uhr, Unitobler, Hörsaal F021) und über das Rollenspiel zwischen Journalismus und Politik mit Christine Beerli (12. Januar, 18.15 Uhr). Im Februar ist ein Anlass mit Prof. Steinmann zum Thema Publikumsforschung geplant.



FÜR VIELFALT IN DER PRESSELANDSCHAFT: *Nationalrat Andreas Gross fordert staatliche Unterstützung.*

Pressefreiheit mit oder ohne Subventionen?

Presseförderung Niemand zweifelt an der Wichtigkeit der Pressefreiheit. Doch soll sich der Staat einmischen? Politiker und Medienmacher sind sich bezüglich der Ausgestaltung eines neuen Medienartikels überhaupt nicht einig.

Text: Sabine Gorgé Foto: Daniel Bernet

ENDLICH WIEDER Medienvielfalt? Oder Presse an der Staatskrücke? Unter diesem Titel hatte der Förderverein Medienwissenschaft im vergangenen April zu einer öffentlichen Podiumsdiskussion mit SP-Nationalrat Andreas Gross, Dr. Josef Trappel, Albert P. Stäheli und J. Pepe Wiss eingeladen. Und an der Frage, ob und wie die Presse mit staatlichen Mitteln unterstützt werden sollte, schieden sich die Geister.

Während Albert P. Stäheli argumentierte, dass mit einem staatlich geförderten Pressewesen dessen Unabhängigkeit in Gefahr gerate, machte Andreas Gross auf das Zeitungssterben hauptsächlich im lokalen Bereich aufmerksam und forderte staatliche Massnahmen zur Erhaltung der Pressevielfalt.

Am 3. September dieses Jahres hat sich der Bundesrat zum Vorschlag für einen neuen Medienartikel ablehnend geäussert. Medienminister Leuenberger forderte eine ganzheitliche Optik und kritisierte, der Artikel greife zu kurz. Allerdings sollten Verbesserungen der Rahmenbedingungen für die Presse geprüft werden. Andreas Gross ist «nicht glücklich» über die Stellungnahme des Bundesrates, aber dieser habe darauf im Nationalrat – welcher den Artikel angenommen hat – eine Niederlage einstecken müssen. Wie auch immer: Als Nächstes wird der Ständerat über den Vorschlag entscheiden. An eine rasche Konsensfindung und darauf folgende rasche Umsetzung des Medienartikels ist im Moment nicht zu denken.

ANDREAS GROSS

Der Zürcher SP-Nationalrat ist Präsident der Subkommission «Medien und Demokratie» der staatspolitischen Kommission des Nationalrats. Ihr Vorschlag für einen medienpolitischen Verfassungsartikel will eine staatliche Presseförderung begründen, die Vielfalt und Unabhängigkeit sichern soll. Am 22. September hat der Nationalrat die von der staatspolitischen Kommission eingereichte parlamentarische Initiative für einen Medienartikel mit 78 zu 53 Stimmen angenommen. Dafür waren hauptsächlich SP, Grüne und CVP, während SVP, FDP ablehnten.

Die Lust, die Last und kein Zurück

Coffee & Talk Warum zieht es Medienmacher in die Politik?

Vor den eidgenössischen Wahlen diskutierte eine illustre Runde auf Einladung des Fördervereins.

«**WOLLEN SIE** nach all dem überhaupt noch in den Nationalrat gewählt werden?», fragte zum Schluss des Podiumsgesprächs ein Zuhörer Filippo Leutenegger. Er wollte und wurde gewählt.

Kandidat Leutenegger verspürte eine «Verantwortung für das Land» – mit dem Bewusstsein allerdings, dass die Mitgestaltungsmöglichkeiten klein seien. Beim Coffee & Talk fielen den sechs eingeladenen Medienschaffenden eine ganze Menge Wenn und Aber ein, als sie den Fragen von Prof. Roger Blum nachgingen. Was Journalisten antreibt, vom Bildschirm in den Nationalrat zu

wechsellern – dank ihrer Bekanntheit fast ohne die viel zitierte «Ochsentour» –, ist unbestritten der Wunsch mitzugestalten. Für TV-Mann Anton Schaller war dann aber erst einmal die Überraschung gross, «dass das Arbeit ist, was die Politiker machen». Verena Grendelmeier, die wie ihr Berufskollege heute nicht mehr im «Bundestheater» auftritt, hält Journalisten für «hervorragend prädestiniert» für diese Knochenarbeit.

Norbert Hochreutener wechselt nach einem Unterbruch erneut ins Parlament. Der frühere Bundeshauskorrespondent hatte feststellen müssen: «Man

kann nicht mehr zurück» in den Journalismus.

Oft werden Medienleute in der Politik geradezu Medienfeinde. Es handle sich um einen Wechsel vom Täter zum Opfer, erklärte der Verleger Hans-Jürg Fehr und ging damit einig mit Leutenegger, nach dem Journalisten gut austei- len, aber schlecht einstecken können.

Auf einen Rollenwechsel verzichtete der Verleger Peter Wanner, der jedoch bei früheren Wahlen kandidiert hatte – nicht auf dem Weg zum Berlusconi, sondern, wie er sagte, aus «Interesse für Politik».

Daniel Bernet



KOMMEN VIELEN WÄHLERN irgendwie bekannt vor: Ex-TV-Chefredaktor und Verlags-CEO Filippo Leutenegger und Ex-Bundeshausredaktor Norbert Hochreutener wollen im Parlament mitmischen.

Surfer aus dem Netz fischen

Internetforschung Im Jahr 2000 hat der SRG SSR Forschungsdienst seinen jüngsten Forschungszeitung Internet lanciert, welcher seit Januar 2001 monatlich kontinuierlich Daten über das Nutzungsverhalten der Schweizer Internetsurfer liefert.

Text: *Tanja Hackenbruch* und *Vanessa Meister*
Foto: *Daniel Bernet*

Die Internetforschung «MMXI-Schweiz» des SRG-Forschungsdienstes misst als einzige auf elektronischem Weg das Online-Nutzungsverhalten der Schweizer. Sie besteht aus zwei Datensätzen. In der *NetBase*-Befragung (42 000 Interviews) werden die Gewohnheiten der Bevölkerung im Umgang mit den elektronischen Medien erhoben. Dabei geht es um Fragen wie die Zahl der Internetnutzer in der Schweiz, deren soziodemographische Eigenschaften sowie um die Häufigkeit und den Ort des Internetkonsums. Die *NetBase*-Daten werden halbjährlich zusammengestellt und gratis verteilt.

Basierend auf dieser Grunderhebung wird das Panel für die elektronische Messung rekrutiert (2000 Deutschschweiz, 1000 Romandie, 500 Tessin). Dabei wird auf den PCs der Panelisten eine Software installiert, welche sekundengenau jede Aktivität im Computer erfasst. Diese Daten werden im Computer gespeichert und anschliessend ausgewertet. Die Datenbezügler können die elektronisch gemessenen Daten monatlich direkt im Netz beziehen, selbst auswerten und bearbeiten.

Mehr Männer. So lässt sich aus der *NetBase* erkennen, dass sich der Prozentsatz der Internetnutzer seit Beginn der Messung (2001) von rund 51 auf 61 Prozent (Mitte 2003) gesteigert hat. Dabei dominieren immer noch die Männer vor den Frauen die Online-Nutzung: Im August 2003 surfen beinahe 70 Prozent der Schweizer und beinahe 50 Prozent der Schweizerinnen im Internet. Betrachtet man die drei grossen Sprachregionen, ergibt sich folgendes Bild: Die Deutschschweizer haben



SO GEHTS natürlich nicht: *Tanja Hackenbruch* misst Internutzung.

mit einer Nutzerschaft von 64 Prozent im August 2003 die Nase vorn. An zweiter Stelle stehen die Romands mit 56, gefolgt von den Ticinesi mit 37 Prozent.

Sehr beliebte Inhalte sind nützliche Sites wie Suchmaschinen (über 2 Mio. «unique visitors» im August 2003), die Kategorien «Entertainment» (1,6 Mio.) sowie «News & Information» (1,4 Mio.). Auch hier zeigt sich ein signifikanter Geschlechterunterschied: Frauen nutzen bevorzugt traditionell weibliche Kategorien wie «Home & Fashion».

Männer hingegen surfen auffällig häufig auf Automobil-Sites.

Trotz solcher aufschlussreicher Daten hat die Internetforschung gegenwärtig keinen leichten Stand. Die Branche ist ausgetrocknet und es fehlt – allem voran im Bereich der Forschung – vielerorts an finanziellen Mitteln. Die Verantwortlichen der Internetforschung beim SRG-Forschungsdienst und der Publica Data AG sind aber dennoch zuversichtlich. Schliesslich sprechen die rasante Nutzungszunahme und die Popularität des Mediums Internet für sich.

Medienkompetenz durch Worldmusic?

Westafrika Frank Wittmann studierte Medienwissenschaft in Bern und arbeitet heute an einer Dissertation zur senegalesischen Pressekultur. Zurück aus Dakar berichtet er über Medien und populäre Musik in Senegal.

Text: Frank Wittmann

WÄHREND MEINES Forschungsaufenthaltes in Dakar von November 2002 bis August 2003 habe ich mich mit den massenmedialen Aneignungspraktiken von senegalesischen RezipientInnen beschäftigt. Seit 1989 hat sich das Medienangebot pluralisiert: Inzwischen stehen den SenegalesInnen etwa 70 nationale Printmedien, knapp 40 Radiosender, ein nationaler und mehrere internationale Fernsehkanäle sowie hunderte von Internetcafés zu Verfügung. In der Folge der Angebotsausweitung haben sich auch die Konsumgewohnheiten grundlegend gewandelt. Allerdings fragt es sich, ob die Menschen mit den importierten Medien(technologien) auch adäquat umgehen können.

Eine originelle Antwort auf diese Frage findet sich in der senegalesischen Worldmusic. Musiker wie Youssou N’Dour, Coumba Gawlo (Musikstil Mbalax), Orchestra Baobab (Salsa), Positive Black Soul, DaaraJ (Hip-hop), Baaba Maal oder Ismael Lô sind zwar auch im Ausland bekannt, setzten sich aber mit den gesellschaftlichen Entwicklungen in ihrem Heimatland auseinander. Im Frühjahr 2003 hat Youssou N’Dour das Lied «Jéebaane» veröffentlicht, in dem er diffamatorische Tendenzen der senegalesischen Gesellschaft brandmarkt. Beim Erfahren eines Unrechts würden sich die Menschen nicht mehr an die dafür zuständigen Justizbehörden wen-

den, sondern die vermutete fehlbare Person in den Massenmedien diffamieren. *bo fognéné yawe dagne la togne nga dieme munula réglé portéle plainte bako ak gniye aaté; [...] bul jéebaane ta bul def lugne nane porte presse / wenn dir unrecht widerfahren ist und sich der fall trotz deines bemüehens nicht regeln lässt, reiche beim gericht klage ein; [...] klage niemanden willkürlich an und mache nicht das, was man «porter presse» nennt.*

Reisserischer Boulevard. Diese Kritik richtet sich zunächst einmal an die BürgerInnen, mit Hilfe der Massenmedien zur Selbstjustiz zu greifen und die vierte Gewalt missbrauchen. Die Kritik richtet sich aber auch an die Journalisten. Von den ModeratorInnen des Privatradios fordert der Text indirekt ein energisches Eingreifen, wenn die HörerInnen bei den beliebten interaktiven Sendungen live ihre Anliegen berichten und es dabei zu Auswüchsen kommt. Aber auch die reisserischen Boulevardzeitungen wie «Frasques», «Moeurs» oder «Révélations» bekommen ihr Fett ab. Da sie sich der Suche nach Gerüchten und Skandalen verschrieben haben und in den Redaktionen durch Personalnot ein mangelhaftes Qualitätsbewusstsein Einzug gehalten hat, sind sie dafür anfällig, die erhaltenen Informationen nicht zu überprüfen. Dagegen

sollte der Journalist einem seriösen Berichterstattungsmuster verpflichtet sein: *par parlowul, daye yeggélé; wayé waru thji yokite waruthje wagni / er ist nicht für geschwätz da. er informiert die leute, aber er darf weder etwas hinzufügen noch weglassen.*

Aufruf mit Resonanz. Aber auch den Opfern des «porter presse» kommt eine wichtige Aufgabe zu: *buléne falé dagnuley tardéle, dawale gawe / antworte nicht auf die provokation. kümmer dich nicht um sie, sie wollen dich nur aufhalten. geh’ deinen weg.*

Wenn die Opfer von Medienkampagnen weiteres Öl ins Feuer giessen, spielen sie den skandalgierigen Journalisten nur in die Hände. Mit weiteren Enthüllungen oder Gegendarstellungen können sie den Fall breit treten und in die Länge ziehen. Auf diese Weise tragen sie dazu bei, die Funktion der Massenmedien weiter zu unterlaufen.

Mit dem Song «Jéebaane» hat Youssou N’Dour einen Hit geschrieben, mit dem er zivilgesellschaftliche Tendenzen der senegalesischen Gesellschaft stärkt und zu einem adäquaten Umgang mit den Massenmedien aufruft. Im Gegensatz zum senegalesischen Presserat Conseil pour le Respect de l’Ethique et de la Déontologie (CRED) erreicht sein Aufruf die Menschen rund um die Uhr und überall.



UNTERSUCHTE DAS THEATER *um das Theater: Silvia von Kaenel.*

Wenn Medien mitspielen

Fall Marthaler Ariane von Graffenried und Silvia von Kaenel untersuchten die Rolle der Presse nach der Entlassung des Zürcher Theaterintendanten Marthaler.

SCHLAGZEILE am 1. September 2002 in der «Sonntagszeitung»: «Schauspielhaus feuert Marthaler – Putsch an der Limmat.» Wenig später versammelten sich tausende Protestierende im Theaterhaus Gessnerallee. Ein Protest-Komitee «Damit Marthaler bleibt» hatte sich um Roger de Weck und Adolf Muschg gebildet. Ein Skandal begann sich abzuzeichnen, indem ein Umstand, der eigentlich nur einen kleinen Teil der theaterbesuchenden Zürcher Bevölkerung interessiert haben dürfte, plötzlich von allen Deutschschweizer Medien zum grossen Thema gemacht wurde.

Die Chronologie der Ereignisse rekonstruiert nun eine medienwissenschaftliche Facharbeit. Die Autorinnen Ariane von Graffenried und Silvia von Kaenel gingen der Frage nach, inwiefern es sich beim Fall Marthaler um einen medialen Skandal handelte, und untersuchten die Argumentation in 13 relevanten Deutschschweizer Zeitungen.

Typischer Skandal. Die überregional breite Berichterstattung lässt sich auf das Entstehen eines medialen Skandals zurückführen. Der Marthaler-Skandal entspricht in den meisten Punkten dem theoretischen Bild eines Skandals.

Inhaltlich zeigte sich, dass sowohl bei der gesamten Anzahl der erschienenen Artikel, wie auch bei einer Mehrzahl der Zeitungen eine befürwortende Haltung zu Marthaler und seinem Theater überwog. Dieses Resultat entspricht der aus der Nachrichtenwert- und Skandaltheorie herausgearbeiteten Überzeugung,

dass Journalistinnen und Journalisten Nachrichten ständig selektieren, interpretieren und werten. Im Marthaler-Skandal stellten die Medien somit nur beschränkt ein neutrales Forum dar, vielmehr fungierten die meisten Kommunikatoren als eigenständige Akteure. Dies zeigte sich besonders deutlich in der Berichterstattung des «Tages-Anzeigers», der «Basler Zeitung» und der «Wochenzeitung». Zudem liessen die meisten Zeitungen die Seite Marthalers öfter zu Wort kommen als die Gegenseite, den Verwaltungsrat der Schauspielhaus AG. Marthaler wurde auf Abbildungen meistens als Opfer gezeigt.

Auf der Ebene der Argumentation fiel die positive Bewertung künstlerischer Leistungen des Schauspielhauses am meisten ins Gewicht. Marthaler ablehnende Texte argumentierten mit der prekären finanziellen Lage des Theaterhauses. Eine Mehrzahl der Zeitungen argumentierte im Feuilleton vorwiegend zugunsten Marthalers, während in den übrigen Ressorts die ökonomischen und kulturpolitischen Kontra-Argumente überwogen.

Ariane von Graffenried
und Silvia von Kaenel

DER SKANDAL UM MARTHALERS ENTLASSUNG

Eine Inhalts- und Argumentenanalyse
IMW, Bern 2003

► **WEITERE FACHARBEITEN** und Bestellung unter www.imw.unibe.ch/facharbeiten oder Tel. 031 631 48 40.

NEUE FACHARBEITEN Metamorphose der «Weltwoche»

Der Wechsel zum Magazin-Format gab der «Weltwoche» neuen Schub. Die Facharbeit von Sabine Gorgé und Joël Widmer verglich die Wochenzeitung unter Chefredaktor Fredy Gsteiger mit der heutigen unter Chefredaktor Roger Köppel. Nicht grundsätzlich verändert hat sich die Themenstruktur. Auch das postulierte Abwenden von der Wochenaktualität hat nicht stattgefunden. Verändert hat sich jedoch die Mitarbeiterpolitik.

Weitere studentische Arbeiten:

- Viviane Abbühl: **PROMINENZ** im Spiegel der «Schweizer Illustrierten».
- Daniel Bernet: Eiger-, Mönch- und **JUNGFRAU**-Zeitungen.
- Nicole Hanselmann / Iris Schmidt: «Die **SCHWEIZER-MACHERINNEN**».
- Camilla Krebs und Evelyne Niklaus: Der **FALL BORER**.
- Matthias Kuratli: Aufschwung im Klartext. Eine Analyse der Leitartikel und der Editorials der Wirtschaftszeitung «**CASH**».
- Susanne Nyffenegger: Antihumanitär und unschweizerisch? Die Berichterstattung über die **SVP-ASYLINITIATIVE**.
- Marcello Odermatt: Einseitige Eigenleistung ohne **KRITIK UND KONTROLLE**.
- Ennio Perna: Der Verein «**QUALITÄT** im Journalismus».
- Roger Probst: Die eidgenössischen **WAHLEN 1999** im «Thuner Tagblatt».
- Marco Roos: **AGENDA-BUILDING** bei den Wahlen 1999?
- Nicole Sauerländer: Auf dem Weg zur **NEUEN FRAU**. Frauenbild und Inhaltsstruktur von Frauenzeitschriften.
- Annina Schneller: Medienbiographien von **STUDIERENDEN**.
- Nadine Vonow: **RAUBKUNST-BERICHTERSTATTUNG** zur Zeit der Holocaustdebatte.
- Julia Wehren: **KUNSTBERICHTERSTATTUNG** in «Bund» und «BZ».



SCHREIB DAS AUF? *Lies das durch.*

Lies das durch!

Buch I «Schreib das auf!» versammelt die besten deutschsprachigen Reportagen des Jahres 2002. Geeignet als Anschauungsunterricht, noch besser als Bettlektüre.

SEIT 1977 stiftet der «stern» den Egon Erwin Kisch-Preis für die beste deutschsprachige Reportage. Das Buch zur Auswahl 2002 hat die 30 herausragendsten Beispiele zum Inhalt und wird damit «2 für 1»: Lehr- und Lesemittel.

Lehrmittel, weil man an «Die Lebenden und die Toten» von Tanja Stelzer («Tagesspiegel») das Verweben verschiedener Einzelschicksale und geschichtlicher Ebenen beobachten kann. Es geht um ein Gebiet Berlins, das zuerst Heldenfriedhof der Preussen, dann beinahe Ehrenhain der Nazis, schliesslich aber Todesstreifen östlich der Mauer war. Oder wie gestaltet man den szenischen Einstieg? Etwa so wie Walter Saller in seiner GEO-Reportage «Der Fluch der ETA», in welcher er den

mörderischen Freiheits-Begriff der Basen beleuchtet.

Lesebuch, weil einige Geschichten einfach Spass machen. Uwe Buse war für «SPIEGELreporter» dabei, als ein Hotelier mit zwei Skinheads und zwei Punks fünf Wochen durch die Wüste Namibias wanderte. Die Welten, die da aufeinanderprallen, können kaum gezählt werden. Gar ein Geschichtsbuch wird «Schreib das auf!» mit einer 54-seitigen Chronik des 11. Septembers.

Thomas Rickenbach

★★★★★

SCHREIB DAS AUF!

Egon Erwin Kisch-Preis 2002
Aufbau-Verlag, Berlin 2002, 332 Seiten,
34.80 Franken

Für Fernseh-Junkies

Buch II Es gibt Bücher, auf die hat niemand gewartet, und trotzdem werden sie ihr Publikum finden. Unter diese Kategorie dürfte das «Lexikon der TV-Moderatoren» fallen.

MIT EINEM vierköpfigen Team hat Michael Völkel die verdienstvolle Aufgabe übernommen, allerhand Biografisches und Anekdotisches zu rund 400 deutschsprachigen Fernsehmoderatorinnen und -moderatoren von der TV-Steinzeit bis zur Gegenwart zusammenzutragen. Aber interessiert es uns wirklich, wie er im Vorwort rhetorisch fragt, was aus der «ersten deutschsprachigen MTV-VJane Kristiane Backer» geworden ist? Eigentlich nicht (sie wurde Homöopathin).

Das Buch beschränkt sich nicht auf solche Rechercheperlen, vielmehr werden akribisch genau selbst die Mädchennamen der Moderatoren-gattinnen rapportiert. Wer braucht dieses Buch? Zielgruppe sind wohl TV-Junkies und

Fernsehnostalgiker, vielleicht können aber auch Medienforschende aus dieser Sammlung überflüssigen Wissens Nutzen ziehen. Die Kommunikator-Forschung könnte die Werdegänge der 400 Portraitierten vergleichen, und auch der Medieninhalts-geschichte bietet das Buch interessante Aufschlüsse.

Sicher werden die Portraitierten das Buch schätzen. Jedenfalls gab einer zu Protokoll: «Ich freu' mich auf das Buch – da kann ich mal sehen was ich alles gemacht habe.» *Daniel Schönmann*

★★☆☆☆

Michael Völkel

LEXIKON DER TV-MODERATOREN

Schwarzkopf & Schwarzkopf, Berlin
2003, 591 Seiten, 42.30 Franken



VON A BIS Z: *Wunschschwiegertöchter und Lieblingsfeindbilder aus 50 Jahren.*

Von Walser zu Tarmed

Bilanz Catherine Aeschbacher realisiert gerne neue Projekte. Die IMW-Absolventin hatte dementsprechend unterschiedliche Jobs.

Text: Valentin Handschin Foto: zvg/Martin Guggisberg

FÜR CATHERINE AESCHBACHER muss ein Journalist neugierig sein. Und er muss auch einfach einmal «ja» sagen können. Aeschbacher war immer neugierig – und hat immer ja gesagt: Sie sagte ja zu ihrem ersten Job in der Medienbranche, einer siebenjährigen Tätigkeit beim SRG-Forschungsdienst. Sie sagte ja, als ihr 1995 vom «Bund» unverhofft eine Stelle als (alleinige) Medienredaktorin angeboten wurde. Und sie sagte ebenfalls ja, als ihr 1999 die Möglichkeit offeriert wurde, das Medienressort des «Tages-Anzeigers» zu leiten.

«Ich liebe es, regelmässig neue Projekte zu realisieren», sagt Catherine Aeschbacher. Jetzt hat sie die Halbtages-Stelle als Chefredaktorin des «VSAO Journals» angetreten, der Zeitschrift des Verbandes der Schweizerischen Assistenz- und Oberärzte (VSAO). Wegen ihrer Tochter wollte sie nicht mehr voll arbeiten – doch es bleibt klar: Sie übernahm das VSAO-Organ, weil sie hier erneut ein Projekt ausbauen und verbessern kann. Und weil sie gleichzeitig Journalistin und Managerin sein kann.

Die 43-Jährige studierte von 1979 bis 1989 in Bern Germanistik, Geschichte und Medienwissenschaft. Die Professoren Matthias Steinmann und Wolfgang Pross betreuten ihre Dissertation über das Bild Robert Walsers in der Schweizer Presse. Auch hier siegte die Neugierde – sonst hätte Catherine Aeschbacher die lange Zeit bis zur Vollendung ihrer Diss nicht durchgestanden. Mittlerweile beschäftigt sie sich weniger mit Literatur, sondern mit Gesundheitskosten, dem Tarifsysteem Tarmed oder dem Zulassungsstopp von Ärzten.

«Den Einstieg in den Journalismus hätte ich ohne das Studium nicht geschafft», blickt sie zurück. «Gerade meine Tätigkeit als Medienredaktorin wäre sonst nicht möglich gewesen.» Die Reflexion über den Journalismus und die Medien lagen ihr näher als das Kolportieren der neuesten Szene-News. Deshalb amtierte Catherine Aeschbacher auch als Vizepräsidentin des Schweizerischen Presserates und half, den Verein «Qualität im Journalismus» zu gründen.

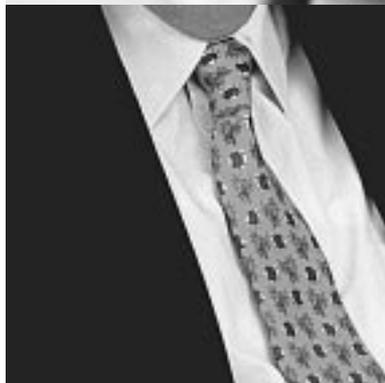


CATHERINE AESCHBACHER studierte in Bern Medienwissenschaft, forschte bei der SRG und stieg als «Bund»-Medienredaktorin in den Journalismus ein.



Das Netz im Auge: Tanja Hackenbruch

SEITE 11



Wort zur Wissenschaft: Peter Schellenberg

SEITE 3



Blick über den Teich: Casper Selg

SEITE 8

Impressum

nowelle 8 November 2003

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, 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.