Zeitschrift: Medienwissenschaft Schweiz = Science des mass média Suisse

Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft

Band: - (1994)

Heft: 2

Artikel: Kommunikations- / Medien- / Publizistikwissenschaft : state of the art

Autor: Saxer, Ulrich

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-790857

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 14.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Ulrich Saxer

Kommunikations- / Medien- / Publizistikwissenschaft: State of the Art

Der Autor, Professor für Publizistikwissenschaft an der Universität Zürich und Gründungspräsident der Schweizerischen Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft SGKM konzentriert sich in seinem Zustandsbericht auf das, was unter diesen verschiedenen Fachbezeichnungen von der Mainstream-Forschung tatsächlich geleistet wird. Zugleich werden Hauptprobleme angesprochen, die die wissenschaftliche Arbeit in diesem Bereich belasten, und es werden eine spezifisch schweizerische Optik und eine einigermassen allgemeinverständliche Darstellungsweise gewählt.

1. Kommunikationswissenschaft als Disziplin

Die Plethora von Fachbezeichnungen, zu der namentlich auch noch «Journalistik» gehört, verrät gewisse Probleme mit der Entwicklung einer von der gesamten scientific community akzeptierten ***disziplinären Identität***. Immerhin lässt sich feststellen, dass auch unter diesen verschiedenen Namensschildern im Verlaufe der letzten zwei Decennien die Gemeinsamkeiten der wissenschaftlichen Arbeit sich verstärkt haben, so dass man heute wohl resümieren kann, in diesem Fachbereich würden grundsätzlich theoriegeleitet, also nicht praktizistisch, aber anwendungsorientiert, integrationswissenschaftlich, also transdisziplinär, empirisch und nicht etwa spekulativ und vornehmlich sozialwissenschaftlich in erster Linie die Prozesse der Medienkommunikation und die Mediensysteme in ihren gesellschaftlichen Bezügen erhellt. Es handelt sich bei dieser Umschreibung um eine akzentuierende, also an den Rändern offene, und nicht um eine ab- und ausschliessende Definition. Damit wird dem Umstand Rechnung getragen, dass mit der Expansion ihres Gegenstandsbereichs: Stichworte «Neue Medien» und «Informations- bzw. Mediengesellschaft» die Publizistikwissenschaft ihre Optik immer mehr ausgeweitet und dabei zusätzliche Forschungsfelder zu den klassischen im Zusammenhang mit publizistischen Prozessen, also Journalismus-, Medien-, Aussagen- und Rezeptionsforschung, zu bearbeiten begonnen hat.

Dieser Gegenstandsbereich wird unter verschiedenen Perspektiven anvisiert, wobei aber wohl die sozialpsychologische als in der Rezeptionsforschung dominierende auch gesamthaft am häufigsten gewählt wird. Die rechtlichen Implikationen des Gegenstandes hingegen überlässt die Disziplin den Juristen, die Medienökonomie gilt als bis anhin vergleichsweise schwach entwickelt und auch soziologische bzw. gesamtgesellschaftliche Implikationen werden noch weniger thematisiert als solche im unmittelbaren Zusammenhang mit publizistischen Prozessen. Die angestrebte Transdisziplinarität der Ansätze und Methoden in der Kommunikationswissenschaft lässt sich eben nicht ohne weiteres verwirklichen, und für die umfassende wissenschaftliche Erhellung des expansiven Gegenstandes reichen ihre ***personellen und wirtschaftlichen Ressourcen*** international wie national nicht aus. Insbesondere die universitäre Forschung ist im Vergleich zu derjenigen der Medien selber entschieden unterdotiert. Es ist denn auch ein wichtiges Verdienst der SGKM, dass sie den Informationsfluss und Kooperationsformen zwischen den verschiedenen Wissenschaftsinstitutionen erleichtert hat, etwa in Gestalt der Medienwissenschaftlichen Kommission im Zusammenhang mit der Publikumsforschung des schweizerischen Rundfunksystems, so dass nicht durch Verdoppelung gleicher Bemühungen knappe Ressourcen vergeudet werden.

Trotz Integrationswilligkeit entrinnt aber auch die Publizistikwissenschaft nicht der evolutionären Logik von Wissenschaft überhaupt, und diese heisst: fortschreitende Differenzierung. Andererseits sind die wissenschaftstheoretischen Positionen von sozialwissenschaftlichen Analytikern und geisteswissenschaftlichen Hermeneutikern und ihre Vorgehensweisen nach wie vor nur bedingt miteinander verträglich – wiewohl man sich durch die beidseitige Anerkennung auch qualitativer Methoden näher gekommen ist – , so dass z.B. Mediengeschichte weitgehend apart betrieben wird. So bahnt sich auch eine ***gewisse Zweiteilung*** in primär sozialwissenschaftlich orientierte Publizistikwissenschaft, die besonders stark an der Analyse politischer Kommunikation interessiert ist, und vornehmlich geisteswissenschaftlich verfahrender, kulturorientierter Medienwissenschaft an, die sich auf die Erhellung von Medienrealität konzentriert. Solche Unterschiede sind massgeblich Folgen der problematischen Entgrenzung der Disziplin.

2. Entgrenzung der Publizistikwissenschaft

Wissenschaften, die nicht museal werden wollen, verändern sich mit ihrem Gegenstand. Derjenige der Publizistikwissenschaft expandiert unabhängig. Dies hängt damit zusammen, dass moderne Gesellschaften immer komplexer werden, d.h. ständig zusätzliche funktionale Teilsysteme um neue Waren, Dienstleistungen oder politische und soziale Anliegen ausbilden. Diese benötigen für ihre innere Organisation wie für ihre Abstimmung auf ihre gesellschaftliche Umwelt spezielle Kommunikationsstrukturen. Dies aber heisst, dass der Kommunikationsbedarf in diesen Gesellschaften nicht nur linear, sondern exponentiell ansteigt. Im Zuge dieser Entwicklung differenziert sich

insbesondere aus dem sehr unübersichtlich gewordenen Tertiärsektor der Dienstleistungen ein Quartärsektor Information aus, der den Tertiärsektor überhaupt kommunikativ erschliessen muss. Daher die Bezeichnung ***«Informationsgesellschaften»*** für Gesellschaften wie die schweizerische. Und so kommt es, dass – populär ausgedrückt – etwa die Banken, die früher einfach Geld verwalteten, heute auch noch ständig, im Zuge ihrer Öffentlichkeitsarbeit, dartun, wie hervorragend sie dies täten. Public Relations sind denn auch für eine wache Kommunikationswissenschaft seit einiger Zeit schon ein weiteres Arbeitsgebiet geworden, in dem auch immer mehr ihrer Absolventen ein Auskommen finden. Die Entgrenzung der Medienwissenschaft ist also nicht nur durch die Expansion ihres Gegenstandbereichs, sondern auch durch die daraus resultierenden zusätzlichen Berufsmöglichkeiten in diesem bedingt, für die die Universität ihre Studierenden theoretisch rüsten muss.

Die Etablierung neuer Medien, der Siegeszug von Öffentlichkeitsarbeit in den modernen Demokratien als alle Sektoren durchwirkende Kommunikationsstrategie und der Wandel der industriellen in postindustrielle Informationsgesellschaften haben seit Gründung der SGKM den kommunikationswissenschaftlichen Objektbereich so fundamental umstrukturiert, dass auch die Publizistikwissenschaft in vielem ihre ***Begrifflichkeit und Theorien revidieren und alternative Ansätze entwickeln*** musste. Mit den neuen technischen Mitteln der Individualkommunikation ist z.B. der publizistikwissenschaftlich kanonisierte Unterschied zwischen öffentlicher und privater Kommunikation zusehends relativiert worden: Was noch als «Rundfunk» zu gelten habe, war plötzlich umstritten, und die Intimisierung der Öffentlichkeit ist gleichfalls nicht zu übersehen. Zielgruppenkommunikation drängt Massenkommunikation zumindest zurück und verlangt eine Umorientierung der immer noch zu sehr auf diese konzentrierten Kommunikationswissenschaft – Stichwort: Elend der Zeitschriftenforschung – und über den Zusammenhang von Medien- / Gesellschaftswandel macht man sich in der scientific community der Publizistikwissenschafter erst allmählich systematischer Gedanken.

Zugleich und trotz immer höheren Investitionen in den Quartärsektor steigt aber auch der ***Problemdruck*** im Zusammenhang mit Kommunikation. Die Schwierigkeiten der Regierungskommunikation in der Schweiz sind nur ein gerade aktuelles Beispiel dafür. Gegen die Pressekonzentration ist anscheinend kein Kraut gewachsen, und die Dualisierung der Rundfunksysteme warf allenthalben schwerwiegende Regelungsprobleme auf. Zu Recht ist auch von Orientierungskrisen die Rede: Die Journalisten verstehen die überkomplex gewordene Gesellschaft und deren sich überstürzende Dynamik immer weniger, und ihre Publika dasjenige, was jene schreiben und reden. Neue Kommunikationstechnologien drängen auf den Markt, aber dieser – etwa in Fällen wie Videotex – weiss nicht, was damit anfangen etc.. Die Publizistikwissenschaft, universitär nach wie vor prekär institutionalisiert, hat sich mancherorts diesem Problemdruck verwehrt, z.B. der Aufgabe der Begleitforschung bei der Einführung neuer Medien, und den sprichwörtlichen Elfenbeinturm vorgezogen, andernorts aber auch, auf Demonstration ihrer Brauchbarkeit bedacht, sich nur allzu bereitwillig als Sozialtechnologie zur Verfügung gestellt.

Beides ist offenbar problematisch, wenn auch als Reaktion auf die geschilderten Entwicklungen und als unterschiedlicher Ausdruck von Gesamttrends verständlich. Die evolutionäre Logik impliziert, dass auch die Wissenschaft sich gemäss ihren eigenen Strukturierungs- und Reproduktionsregeln, «autopoietisch», fortentwickelt, um den Preis schrumpfender Nachvollzierbarkeit durch Nichteingeweihte. Diese, z.B. als Steuerzahler, begehren daher immer ungestümer Rechenschaft für die Investitionen der öffentlichen Hand in diese schwarze Kunst, die sich dann eben durch sozialtechnische Nützlichkeit zu ***legitimieren*** sucht. Und dies, wie gesagt, mit wenig Personal und knappen Mitteln. Die Entgrenzung der Publizistik- zur Kommunikationswissenschaft hat denn auch nicht minder problematische Folgen als ihre autopoietische Aus- und Eingrenzung. Unter diesen Umständen können sich ja keine anerkannten Standards für Begriffs- und Theorienbildung und Normen für methodologische Kompetenz und die Umsetzung wissenschaftlicher Erkenntnisse für die Praxis etablieren. Eine solchermassen entgrenzte Disziplin ist daher sowohl «machtdruckempfindlich» (Karl Weber), wird politisch verführbar wie zur Zeit des Nationalsozialismus und der marxistischen Reideologisierung in den 70er Jahren, als auch anfällig für kommerzielle Zumutungen. Entgrenzung darf auf keinen Fall auf Kosten wissenschaftlicher Qualität gehen.

3. Nationale und internationale Medienwissenschaft

Die Internationalisierung der Mediensysteme führt freilich fast zwangsläufig auch zur Internationalisierung der einschlägigen Wissenschaft und damit zu einer weiteren Variante von deren Entgrenzung. Weshalb dann aber noch eine Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft? Kann sie noch als mehr fungieren denn als ein nationaler Ableger internationaler Forschung? Sie kann! Und sie muss! In schlimmer Erinnerung bleibt etwa die unreflektierte Übertragung von Reaktionen amerikanischer Studentenpopulationen auf Angebote des dortigen Mediensystems aus dem USA-communications research auf die ganz anders gelagerten europäischen Verhältnisse als angeblich verbindliche Empirie mit entsprechenden Missverständnissen. Prozesse der Internationalisierung und der Regionalisierung, ja Lokalisierung von Mediensystemen halten sich zudem in Europa allgemein und in der Schweiz im besondern die Waage, so dass auch die letzteren von der Forschung ernstgenommen werden müssen. Und so wie die internationalen Labels die spezifisch schweizerischen Musikwünsche nicht abdecken, so wird von der internationalen Kommunikationsforschung der ***schweizerischen Verhältnisse*** höchstens am Rande gedacht; dementsprechend bleiben helvetischen Anbietern von Musik und Publizi-

stikwissenschaft durchaus ergiebige einheimische Märkte. Es scheint sich ja mit den Mediensystemen ähnlich wie mit den Sprachen zu verhalten: Wenn man durch ein bestimmtes sozialisiert worden ist, braucht man nachher sehr viel Zeit, ein Mediensystem anderer Nationalität oder Sprache auch wirklich zu erfassen, insbesondere wissenschaftlich. Die Unterentwicklung der vergleichenden Kommunikationsforschung wie die Ethnozentrismen in der Publizistikwissenschaft überhaupt belegen dies zur Genüge. Die SGKM hat daher von Anfang an die Erhellung der schweizerischen Medienkommunikation zu einem ihrer zentralen Anliegen gemacht.

Dies schliesst indes keineswegs die Provinzialisierung der schweizerischen Medienwissenschaft mit ein. Politik der SGKM war es vielmehr auch von Anbeginn, aktiv Verbindungen mit ausländischen Schwestergesellschaften zu pflegen, namentlich der deutschen, was mehrfach zu gemeinsamen Arbeitstagungen und entsprechenden Publikationen führte. Auch definiert sich die schweizerische Publizistikwissenschaft selbstverständlich in die internationalen Paradigmen, sei es der Nutzenansatz, die Wissenskluft-Perspektive oder was immer, hinein und treibt sie weiter voran. Was freilich von ihr noch zu wenig wahrgenommen wird, ist die ***nationale Chance der interlinguistischen Komparatistik im eigenen Land***, in dem schliesslich drei bzw. vier verschiedene Medienkulturen koexistieren und interagieren. Hier liegen ungenutzte Möglichkeiten für einen auch international wegweisenden originären schweizerischen kommunikationswissenschaftlichen Beitrag im Zeitalter der multikulturellen Gesellschaften.

4. Schwerpunkte kommunikationswissenschaftlicher Forschung

Damit sind mögliche künftige Schwerpunkte kommunikationswissenschaftlicher Arbeit angesprochen. Zuerst aber noch einige kurze Hinweise auf gegenwärtige, wie sie sich in Lehr- und Handbüchern, Readern, Fachzeitschriften und Monographien darstellen. Als erstes ist da festzuhalten, dass ***entlang der alten Lasswell-Formel***: Who Says What in Which Channel to Whom with What Effect? sich zwar noch immer Forschungsfelder organisieren, weil es sich hierbei natürlich um elementare Strukturen des Gegenstandes handelt. Darum herum wird aber, zum Teil gemäss modisch wechselnden Problemperzeptionen, über buchstäblich alles geforscht, was irgendwie mit Medienkommunikation zu tun hat und zumal eine funktionale Komponente aufweist. Medienwissenschaft wird ja von der Gesellschaft massgeblich darum institutionalisiert, weil Medienkommunikation für diese von solch vielfältiger Funktionalität, aber auch Schadensträchtigkeit ist, dass Funktionsfragen in der Medienforschung seit eh und je eine zentrale Stellung einnahmen. So reicht der Forschungsfächer vom Evergreen der Analysen von Wahlkommunikation über diejenige von Gesundheitskommunikation bis zur neuerdings sehr intensivierten Untersuchung von Risikokommunikation oder dem feministisch inspirierten gender research.

Wahlkommunikation ihrerseits rechnet natürlich zum grösseren Schwerpunkt der Analyse politischer Kommunikation, die sich indes trotz oder auch wegen emsiger Forschungsarbeit als desorganisiertes Forschungsfeld präsentiert. Dieses bedürfte dringendst der ***Strukturierung*** und besserer Integration, damit wirklich kumulative Wissensproduktion gewährleistet ist. Noch viel chaotischer präsentiert sich freilich die vielfältige Arbeit über Kulturkommunikation, wobei der Dissens über den Basisbegriff «Kultur» die Desorganisation dieses Forschungsfeldes massgeblich mitverschuldet. Die beschriebene Entgrenzung des Faches hat eben eine unklare Systematik desselben und eine relativ zufällige Schwerpunktbildung zur Folge. In dieses Kapitel gehört auch, dass erst die Mikroebene des Gegenstandes von Kommunikationswissenschaft, also diejenige der zwischen Medienkommunikatoren und ihren Publika ablaufenden Prozesse, empirisch intensiver untersucht ist, die Makroebene der gesamtgesellschaftlichen Implikationen von Medienkommunikation hingegen nur sehr rudimentär, und die vermittelnde Ebene der Organisationskommunikation wird überhaupt erst allmählich als Forschungsfeld wahrgenommen. Diese fortdauernde Schwäche der Publizistikwissenschaft, ihren Gegenstandsbereich überzeugender und verbindlicher zu strukturieren, macht sie umso abhängiger von externen Instanzen, die ihr unter diesen Umständen die Forschungsagenda vorgeben.

5. Publizistikwissenschaft als anwendungsorientierte Disziplin

Zwar wird auch fachintern das Potential der Publizistikwissenschaft, Schwierigkeiten der Kommunikationspraxis lösen zu helfen und damit einen Beitrag an die Bewältigung verschiedenster sozialer Probleme zu leisten, unterschiedlich beurteilt. Kein Zweifel kann aber daran bestehen, dass auch in der Schweiz in den letzten 20 Jahren die Disziplin diesbezüglich stärker gefordert worden ist. Allenthalben muss freilich die Wissenschaft noch vermehrt lernen, die Problemdefinitionen der Praktiker nicht einfach zu übernehmen, aber auch nicht besserwisserisch als unzulänglich abzulehnen, sondern als Ausdruck einer andern Perspektive zu interpretieren und in wissenschaftsfähige Fragen umzuformulieren. Nur auf diese Weise wird die mögliche ***Komplementarität der wissenschaftlichen und der Problemsicht von Auftraggebern*** erkennbar, wenn auch die Wissenschafter ihre Rolle in dieser Kooperation nicht überschätzen sollten. Im Prozess der Dualisierung des deutschen und des schweizerischen Rundfunksystems z.B. wurden nämlich Publizistikwissenschafter bei der Vorbereitung dieser Medienordnung durchaus beigezogen, vornehmlich als Begleitforscher, und können nun, wenigstens fallweise, auch den Vollzug dieser Neuregelung wissenschaftlich mitkontrollieren. Bei der eigentlichen Entscheidungsausmarchung über die Gestalt des veränderten Rundfunksystems blieben indes die medienpolitischen Machtträger unter sich und die Wissenschafter vor der Tür. Dies ist aber nun einmal so bei Expertentätigkeit.

Mit dem Hinweis auf die Begleitforschung, die für die Schweiz am Seminar für Publizistikwissenschaft in Zürich zu den lokalen Rundfunkversuchen 1983-89 realisiert wurde, ist als neuere Anwendungssituation von Publizistikwissenschaft die Einführung neuer Medien genannt. Publizistikwissenschaft dient in diesem Fall der Rationalisierung von Innovationen des Mediensystems, statt diese bloss dem wirtschaftlichen Darwinismus zu überlassen: durchaus ein wissenschaftswürdiges Geschäft. Auch bei Krisen von Mediensystemen werden vermehrt Gutachten von Publizistikwissenschaftern eingeholt, in Deutschland z.B. zur Pressekonzentration. In der Schweiz sollte die zwar nicht weltbewegende, aber eben doch für das helvetische Zeitungssystem erhebliche Frage geklärt werden, welche Titel weiterhin in den Genuss der postalischen Zustellungsvergünstigung kommen sollten, die «politischen» Zeitungen vorbehalten ist. Das angeblich akademische Definitionsproblem, was denn das sei, gewann damit unversehens selber politische Relevanz und rief einer entsprechend hieb- und stichfesten quantitativen Inhaltsanalyse durch die helvetische Publizistikwissenschaft. Bei der Arbeit an diesem Gutachten mussten freilich die damit befassten Repräsentanten der scientific community zugleich erkennen, dass die Disziplin bei der Ableitung solch elementarer Konzepte keineswegs in jeder Beziehung gute Figur macht. Beide Kooperationen gehören im übrigen in die Rubrik ***«wissenschaftliche Politikberatung»***, vornehmlich zur Vorbereitung und zum Vollzug von medienpolitischen Regelungen, und dem diente auch die Mitwirkung schweizerischer Publizistikwissenschafter 1978-81 in der Eidgenössischen Expertenkommission für eine Medien-Gesamtkonzeption. Und die Lehre aus solchen anwendungsorientierten Engagements der Publizistikwissenschaft? Sie lautet: Ihre Hilfestellung in diesen Fällen kann nicht besser sein als die Erkenntnisse, die sie in ihrer Grundlagenforschung erarbeitet hat.

Zugenommen hat in den zwei Jahrzehnten seit Gründung der SGKM aber auch der ***publizistikwissenschaftliche Beitrag an die Journalisten-Aus- und -Fortbildung und an die medienpädagogische Förderung der Heranwachsenden***. Neben der Verbesserung der generellen Medienkompetenz ist im besondern auch diejenige der Lesesozialisation durch entsprechende Grundlagenstudien publizistikwissenschaftlich alimentiert worden. An den Pädagogen ist es, diese in Erziehungsprogramme umzusetzen. Dabei darf festgehalten werden, dass die Schweiz in dieser Beziehung in manchem international führend ist, so wie auch die Geltung der hiesigen Publikumsforschung über die Landesgrenzen hinaus beachtlich ist. Im Dienste der Journalistenaus- und -fortbildung wurden andererseits in Deutschland ganze universitäre Studiengänge entwikkelt, während man in der Schweiz, wie üblich, kleinere Brötchen bäckt. Immerhin beansprucht das Medienausbildungszentrum in Luzern regelmässig publizistikwissenschaftlichen Sachverstand und eine bereits recht vielfältige schweizerische Kommunikatorforschung bietet ausser ausbildungsdienlichen Erkenntnissen auch solche für die Optimierung des Handelns von Journalistenverbänden und Medienmanagern. Schliesslich ist auch die Arbeit in der erwähnten Medienwissenschaftlichen Kommission und im Rahmen des Faches Umweltlehre als publizistikwissenschaftlicher Dienst an die generelle Qualität der medienvermittelten Kommunikation zu nennen.

6. Kommunikations- / medien- / publizistikwissenschaftliche Perspektiven

Aus all dem lassen sich abschliessend ***drei Folgerungen*** für die künftige Entwicklung der Kommunikations-/ Medien- / Publizistikwissenschaft ziehen:

Als erstes ist wohl davon auszugehen, die wissenschaftliche Beschäftigung mit Medienkommunikation und Mediensystemen sei eine ***Wachstumsbranche*** wie ihr Gegenstandsbereich selber. Der mit diesem verbundene Problemdruck wird sich ja mit weiter steigender funktionaler Unentbehrlichkeit und Komplexität des Quartärsektors nochmals vergrössern und ebenso die Nachfrage nach qualifizierten Mitarbeitern in den alten und neuen Öffentlichkeitsberufen, so dass auch die einschlägige Wissenschaft noch stärker gefragt sein wird.

Dies wird, zweitens, die inner- und ausseruniversitäre ***Institutionalisierung*** des Faches auch hierzulande weiter fördern und stabilisieren. Die Zeiten, da man noch über die akademische Dignität der Beschäftigung mit Medienkommunikation herumrätselte, sind vorbei, und auch der studentische Andrang in das Fach hält unvermindert an. Die weitere Professionalisierung der Absolventen der Disziplin ist zu gewärtigen, deren Umwandlung in ein Hauptfach z.B. an der Universität Zürich geplant ist.

Entscheidend für die Zukunft der Disziplin wird schliesslich, drittens, sein, ob deren Repräsentanten einen ***optimalen Weg*** zwischen autonomer Fortentwicklung ihrer Wissenschaft gemäss disziplinärer Eigengesetzlichkeit und sozialtechnologischer Nützlichkeit finden. Die erstere garantiert nämlich die wissenschaftliche Qualität ihrer Arbeit und die letztere die dazu nötigen Ressourcen.

Ulrich Saxer ist Professor für Publizistikwissenschaft an der Universität Zürich, Seminar für Publizistikwissenschaft, Postfach 201, 8035 Zürich