

**Zeitschrift:** Bulletin : Kommunikationswissenschaft = sciences des communications sociales

**Herausgeber:** Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft

**Band:** - (1987)

**Heft:** 2

**Artikel:** Die Herausforderung neuer Medientechniken an die Journalistenausbildung

**Autor:** Fleck, Florian H.

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-790514>

### **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:** 02.05.2026

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

### III. Die Herausforderung neuer Medientechniken an die Journalistenausbildung

Einige Überlegungen dazu von seiten der Berufspraxis, aber auch von seiten des Hochschul-Lehrangebots \*

Neue Medientechniken<sup>1</sup> wie Satellitenrundfunk, Kabelrundfunk, Lokalradio, Bildschirmtext und Videotext sind in den letzten zehn Jahren von der Neuerungsschwelle, das heisst aus der Versuchsphase, in die Phase der beginnenden Massennutzung eingetreten<sup>2</sup>.

Als **zentrale Frage** stellt sich dabei: **Welche berufliche Qualitäten sollten die Kommunikatoren, die Journalisten, die für die mittels der neuen Medien gesendeten Botschaften verantwortlich sind, haben, um ihre Berufsaufgabe optimal zu erfüllen?**

Diese Kernfrage lässt sich in eine Reihe von **Folgefragen** aufgliedern:

**Erstens:** Braucht ein gestandener Journalist weitere Kenntnisse und zusätzliche Fähigkeiten für die Berufsarbeit mit den neuen Medientechniken? – Darauf können wir ohne Zweifel sofort mit **ja** antworten.

**Zweitens:** Sind diese zusätzlichen Anforderungen in Weiter- und Fortbildungskursen zu erlernen? – Kurse, die von fortgeschrittenen, erfahrenen Praktikern innerhalb oder sogar besser ausserhalb eines Medienunternehmens gegeben werden, scheinen nach unserem Dafürhalten am effizientesten zu sein. – Die Hochschule hinkt mit ihren Lehrprogrammen erfahrungsgemäss etwas hinterher. Und auf Kongressen kann man höchstens Informationen erhalten, persönliche Kontakte knüpfen, aber keine Fertigkeiten erlernen und Erfahrungen sammeln.

**Drittens:** Wie bereiten wir in der Praxis und besonders auch auf der Hochschule die Studenten auf diese erweiterte Spanne von Medientechniken durch unser Lehrangebot vor?

**Viertens:** Welches sind **die Leitbilder** für die Journalistenarbeit bei den neuen Medien?

Zur vierfachen Fragestellung kommen noch zwei äusserst bedeutsame Komponenten hinzu, nämlich a) **die unterschiedlich wertende Einstellung der Aus- und Weiterzubildenden** und b) **die unterschiedlich wertende Einstellung der Rezipienten** als Empfänger der durch die neuen Medientechniken übermittelten «Botschaften».

\* Hierbei handelt es sich um **einen Vortrag**, gehalten in Dortmund anlässlich der Jubiläumsveranstaltung des Instituts für Journalistik der Universität Dortmund, am 11. November 1986, der im folgenden weiter vertieft und mit bibliographischen Angaben ergänzt wurde.

Rufen wir uns zu einer ersten Beantwortung dieses Fragenkomplexes die **vier Grundpfeiler** einer Journalisten-Ausbildung in unsere Erinnerung zurück! Das sind:

- Einmal eine **gute umfassende Schulausbildung**, die zu einer tiefen Allgemeinbildung («*culture générale*») führt.
- Ferner das Erlernen von **sorgfältigem Arbeiten**, insbesondere beim Recherchieren und Schreiben.
- Des Weiteren die Pflege des sprachlichen Ausdrucks und Stils, um verständlich zu schreiben und zu sprechen.
- Und nicht zuletzt die Weckung des Bewusstseins für Verantwortung und ethisches Verhalten (Berufsethik)<sup>3</sup>.

Wie sagte übrigens schon *Wilhelm Busch* in bezug auf das vorgenannte **vierte** Prinzip:

«Tugend will ermuntert sein,  
Bosheit kann man schon allein!»

## Mögliche Berufswegänge

### Berufswegang I

Nach Abschluss eines Hochschulstudiums in irgendeiner Fachrichtung: von der Pike auf dienen als Korrespondent einer nationalen, noch besser einer internationalen Nachrichtenagentur im In- und vor allem auch im Ausland. – Späterer Wechsel in die Redaktion einer grösseren Zeitung oder auch zur Nachrichtenredaktion einer Rundfunkanstalt. Hierzu wäre anzumerken, dass Studienabbrecher heute keine ausgewiesenen Bewerber für den Journalistenberuf mehr sind.

### Berufswegang II

Nach Abitur: Eintritt als Volontär in die Redaktion einer kleinen Lokalzeitung. Ein-, höchstens Drei-Mann-Team plus eine Sekretärin. Das jüngste Teammitglied ist Mädchen für alles. Man lernt Berichte schreiben über Amateur-Fussballspiele, Nekrologe verfassen, wird «fliegender» Lokalreporter, Abschlussredakteur, besorgt aber auch Bier, Kaffee und Zigaretten für die Mannschaft. Stellt der Junge beziehungsweise das Mädchen **seinen** beziehungsweise **ihren** Mann, dann winkt unter Umständen rasch ein Aufstieg im Medienwesen oder auch ein Ausstieg mit Beförderung in der Wirtschaft (Verbände) oder im Staatsdienst.

### Berufswegang III

Ausgangspunkt: Hochschulabschluss in Journalistik und Kommunikationswissenschaft einschliesslich eines Volontariats in einem Medienunternehmen (bei Presse oder bei Rundfunk). Der betreffende Hochschul-

absolvent tut auch gut daran, neben der Publizistik ein anderes Schwerpunktfach wie Zeitgeschichte, Sprach- und Literaturwissenschaften, Wirtschaftswissenschaften usw. zu belegen.

All den genannten Varianten der Berufsvorbildung ist ein Prinzip gemeinsam: **Der offene Berufszugang!**<sup>4</sup>

Was haben aber solche Ausbildungsgänge mit **den neuen Medien zu tun**, werden Sie mit Recht fragen? – Die Antwort darauf ist einfach: Die **neuen Medientechniken** ermöglichen die Vermittlung von Aussagen, die früher mit anderen Medien, auf anderen Wegen und vielfach auch in anderer formaler Gestaltung dem Publikum angeboten wurden. – Dazu kommt, dass die Grenzen zwischen Unterhaltungselektronik für das breite Publikum und Gebrauchselektronik für Wirtschaft und Verwaltung durch die jüngste technologische Entwicklung weitgehend aufgehoben werden.

Für spezifische Berufe bei Hörfunk und Fernsehen sind auch weitere Berufswegedänge oder eine andere Vorbildung denkbar und möglich. Zum Beispiel:

Eine Schauspielerausbildung und Sprechschule, danach Umschulung zum Radiosprecher oder zur -sprecherin, oder auch Engagement beim Hörspiel, nicht zuletzt Aufstieg zum Regieleiter.

Oder Ausbildung zum Photographen, Weiterbildung zum Kameramann, Aufstieg zum Regieassistenten, zuletzt Regisseur und womöglich Programmdirektor beim Fernsehen. – In beiden Fällen sind natürlich dramaturgische Fähigkeiten **die Grundvoraussetzung**.

Gewiss gibt es noch weitere Möglichkeiten des Einstiegs für Programmschaffende bei den elektronischen Medien, auf die wir hier nicht alle eingehen können<sup>5</sup>. – Bei allen möglichen speziellen Vorbildungsarten gilt als gemeinsames Weiterbildungsprinzip für die Medienberufe das **« Learning by Doing »**. In dieser Hinsicht können wir die Idee vom reinen Begabungsberuf für den Journalisten und Programmschaffenden **ad acta** legen.

Ganz richtig steht im **Dortmunder Studienbegleiter**: « Weder der Begabungsbegriff noch die Idee von der Erlernbarkeit allein können die Motivation und die Fähigkeit zu konkreter journalistischer Arbeit ersetzen. »

Bezüglich der **neuen Medien** stellt sich daher die Problematik der Ausbildung folgendermassen:

**Neu** daran ist sowohl für den Journalisten als auch für das Publikum, dass (a) der Journalist, neben der Kenntnis und der Handhabung der neuen Techniken, sich bei jedem neuen Medium besonders mit den möglichen Gestaltungsformen und spezifisch nachgefragten Informationen (Programminhalten) bestens vertraut zu machen hat; dass weiter (b) das Publikum die vielseitigen Möglichkeiten einer grösseren Auswahl an indi-

viduellen Kommunikationen beziehungsweise Programmangeboten nutzen kann; und nicht zuletzt gibt es (c) für das eine oder andere neue Medium besondere Rechtsvorschriften (Persönlichkeits- und Datenschutz).

Gerade hier muss nach der journalistischen Grundausbildung unsere Fort- und Weiterbildung im Umgang mit den neuen Medien für junge und für gestandene Journalisten anknüpfen.

Eine ganz andere Frage ist diejenige nach den **Trägern** und der **Finanzierung** der verschiedenen Ausbildungsgänge. – Träger können private Medienunternehmen, öffentlichrechtliche Rundfunkanstalten, verbands-eigene Journalistenschulen, eine von den Sozialpartnern und eventuell vom Staat mitgetragene Stiftung zur Führung eines Medienausbildungszentrums<sup>6</sup> und natürlich auch die Universitäten sein.

Inwieweit die Auszubildenden selbst einen Teil der Ausbildungskosten zu bezahlen haben, das ist eine weitere Tatfrage, auf die wir hier nicht näher eingehen wollen.

Welche zusätzlichen Fertigkeiten und Kenntnisse sind nun besonders erforderlich:

- Sprechenlernen mit richtiger Atemtechnik vor dem Mikrophon;
- Aufnahmetechnik auf Tonband, auch mit tragbarem Reportergerät;
- Umgang mit Photokameras, eventuell sogar mit einer Videokamera;
- Auftreten in einem Studioraum, anfangs vor Video-, später vor Fernsehkameras;
- Kenntnisse in **Informatik** sind ebenfalls erwünscht;
- Kurztexthe schreiben für Bildschirmtext-Seiten;
- gestalterische Grundfunktionen der Gebrauchsgraphik;
- Kenntnisse der Farbtheorien und -lehre;
- Grundkenntnisse über **wirtschaftliche Sachzwänge** (Kosten- und Ertragsverhältnisse) für die neuen Medien<sup>7</sup>;
- Grundsätzliches über das Medienrecht für neue Medien.

Hinzu kommt **das exponentielle Anwachsen des Informationsvolumens** durch neue technische Möglichkeiten der Informationsbeschaffung. Erwähnenswert ist in diesem Zusammenhang die **massive Zunahme des menschlichen Wissens überhaupt** durch die ständigen Fortschritte in den Wissenschaften, was zu einer Flutwelle von wissenschaftlich bedeutsamen Fachpublikationen führt.

Folglich muss das Lehrgebiet durch **die neuen Wege der Informationsbeschaffung**, das heisst der Beschaffung, Selektion, Erstverarbeitung und Weiterverarbeitung von Informationen vertieft werden<sup>8</sup>.

## Inhalte der Programmstrukturen der neuen Medien

Was ist dabei **neu**? –

Handelt es sich dabei nicht eher **um neue Formen der Inhaltspräsentation**?

«Neu gefundene Magazinformen» – wie Mischungen von Musik, Kurzinformationen über viele Themen, Servicemitteilungen usw.? Komplizierte Sachverhalte werden drastisch verdichtet, um nicht zu sagen zusammengepresst, – welche die Rezipienten mit Gedankenbrocken «bombardieren».

Aber diese «modische» Kurzform, verbunden mit der Personalisierung des Sprechers und eventuell seiner prominenten Gäste, ist nur **eine** Sendeform!

Wir bedürfen ebenso **ausführlicherer**, längerer thematischer Wortsendungen mit grossem Informationsprofil.

Kurzum, von **den Inhalten**, der Substanz her betrachtet, gibt es **nichts Neues!** – **Neu sind nur einige Kommunikationsmittel** (Medien) und **verschiedene Kommunikationsformen der Inhaltspräsentation**.

Das Arbeiten mit einem Informationsbankensystem, das heisst die Verbindung der modernen Informationstechnik mit der Informationsverarbeitung, das Formulieren von Überschriften und Bildlegenden, das Schreiben eines «Leads», Redigieren am Bildschirm, Montage am grossen Bildschirm, das alles sind Fertigkeiten, die der junge Journalist sowieso beherrschen muss.

## Alte und stets aktuelle Grundsätze für gute Reporterarbeit bei alten und neuen Medien

Zu einer guten Reportage gehören:

70 Prozent für die Vorbereitung in geschichtlicher, örtlicher und persönlicher Sicht;

20 Prozent für die Auswahl des Wesentlichen; und schliesslich

10 Prozent Begabung zur Reportertätigkeit neben den vorgenannten 90 Prozent «handwerklichen» Könnens und Arbeitens.

**Die Inhalte** – und öfters auch die Form – von Medienbotschaften in alten und neueren Medien sind immer wieder zu erneuern; denn andernfalls stirbt die Ausstrahlungskraft eines Massenkommunikationsorgans an Arteriosklerose.

René Fell (a.a.O., S. 130) sagt übrigens über den Journalistenberuf folgendes:

«Le journalisme est un métier pour les jeunes. Il mène à tout... à condition d'en sortir à temps.» – Also heisst es rechtzeitig unter Umständen **auszusteigen** aus dem Journalismus, um in einem anderen

Metier Karriere zu machen ; – oder wenigstens **umzusteigen** in ein anderes Medienunternehmen, um vorwärts zu kommen.

Denken wir dabei nur an Mark Twain, Theodore Roosevelt, Winston Churchill, oder auch in diesem Lande an einen Karl Bücher und auch an Theodor Heuss<sup>9</sup>, als Publizisten, Politiker und ersten Präsidenten der Bundesrepublik Deutschland.

Besonders gesucht sind heute **gute Wirtschaftsjournalisten** für grosse überregionale und regionale **Zeitungen**, für Wirtschaftsmagazine, für **Rundfunkanstalten**, für Pressestellen bei allen möglichen Verbänden, sonstigen Organisationen und sogar in Ministerien.

Ähnliches gilt auch für **gute Sportjournalisten**. Exzellente Speaker und Kenner des internationalen Sportgeschehens mit sehr guten Fremdsprachen-Kenntnissen sind bei Hörfunk und Fernsehen sehr gesucht.

**Als Tugenden für redaktionelles Arbeiten sind besonders hervorzuheben :**

- Prüfen der Quellen auf Glaubwürdigkeit.
- Auswahl des Wesentlichen unter der Fülle von verwirrenden Tatsachen (facts!).
- Blick für die grossen Zusammenhänge.
- Zusammenarbeit Hand in Hand **im Team**, um eine gute Zeitung zu machen, ein ansprechendes Programm zu gestalten.

### **Die kleinen und grossen journalistischen Sünden**

Kleine Sünden, wie beispielsweise « getürkte », erfundene Telefoninterviews mit Weltstars, wie zum Beispiel mit Barbra Streisand, sind ein verzeihlicher Schwindel, eine Aufschneiderei eines jungen Kultur- und Feuilleton-Redakteurs zur « Hebung seines Selbstbewusstseins » und als « Blattfüller » beziehungsweise « Programmfüller » manchmal nützlich, besonders in der Saure-Gurken-Zeit.

Wird dasselbe aber mit einem führenden Politiker eines Landes gemacht, so wird das zu einer Hochstapelei. Der betreffende für die Innenbeziehungsweise Aussenpolitik zuständige Redakteur macht sich unter Umständen einer strafbaren Handlung schuldig.

Eine andere **Sorte** von journalistischen Sünden ist beispielsweise « der Verschnitt » eines Interviews für Radio oder Fernsehen mit einem berühmten Sportler (Sportlerin). – Mit anderen Worten heisst das, dass beim Schnitt **ganz andere Fragen** unterlegt und den originalen Antworten des (der) Interviewten zugeordnet werden.

Ist das noch Spass? – Wo bleibt die Berufsethik, die Wahrheitstreue, wenn nicht von vornherein « das Spiel » für den Zuhörer und Zuschauer als solches erkennbar wird?

Zwar gehören seit Bestehen der Presse **die Zeitungsenten** und **aufgebundenen Bären** zu den sensationellen Nachrichten während der nachrichtenarmen Ferienzeit und zum humorvollen Feuilleton. Unser alter Freund, *Wilmont Haacke*, hat darüber ein ganzes publizistikwissenschaftliches Essay geschrieben.

Sein **Stichwort**: Presse-Viechereien <sup>10</sup>!

### Zur Hochschulausbildung <sup>11</sup>

Als hauptsächliche Unterschiede zwischen der Hochschulausbildung für Journalisten und der journalistischen Praxis sind in diesem Zusammenhang **drei Punkte** zu nennen:

**Erstens der Zeitdruck**, was bedeutet, dass zum Beispiel ein Artikel in kürzester Zeit druckreif geschrieben werden muss; weiter, dass eine Recherche oder eine Reportage in verhältnismässig kurzer Zeit durchgeführt werden muss. Somit haben Text und Bild – Film und Musik – termingerecht zur Verfügung zu stehen.

**Zweitens die Verantwortlichkeit**. Das heisst für den Redakteur: Er hat für die selbstverfassten Texte und verwendeten Bilder in juristischer und ethischer Sicht Verantwortung zu tragen.

**Drittens die hierarchische Unterordnung**. Für das einzelne Redaktionsmitglied ist gegenüber Chefredakteur, Verleger, Rundfunk-Intendant, usw. eine arbeitsrechtliche und -vertragliche Verpflichtung festgeschrieben. Eine Kündigung ist möglich!

Der **lernende** Student dagegen soll zunächst genügend Zeit für die Bearbeitung eines Themas haben. Er kann Fehler machen und nach Durchsicht sein Manuskript nochmals überarbeiten und verbessern. – «Live»-Arbeit wird in der Regel nur bei den Examina gefordert! –

Was für Journalisten und Programmschaffende, die mitten im täglichen «Run» des Kommunikationsprozesses mit den Massenmedien arbeiten, Selbstverständlichkeiten sind, wie zum Beispiel Teamarbeit, voller persönlicher Einsatz, präzise Ausdrucksweise und Pünktlichkeit, das müssen unsere Studenten im Laufe ihres geistigen und seelischen Reifeprozesses zur Persönlichkeit für ihre künftigen Berufserlebnisse unter Leistungsdruck und fixierten Zeiterminen erst noch lernen.

### Das Dortmunder Modell

In Ihrem Dortmunder Modell haben Sie nun versucht, die Vermittlung von wissenschaftlichen Lehrinhalten, besonders aus dem Bereich der Erfahrungswissenschaften, mit der eigentlichen Journalistenausbildung

vor Ort zu verbinden. Was ich darüber gelesen und erfahren habe, stimmt mich sehr optimistisch für diesen integrierenden Studiengang. Die **Dreigliederung des Lehrangebots**:

- Sozial- und kommunikationswissenschaftliche Grundlage ;
- Journalistisches Sachwissen ;
- Redaktionelles Handeln ;

als gleichgewichtige Säulen verstanden, ist gewiss ein sehr gutes Konzept. Gestatten Sie mir dazu nur eine einzige Bemerkung: Wie ich schon vorher äusserte, können und wollen wir den «Produktions-» und Leistungsdruck der Berufspraxis bei voller Selbstverantwortung des Lernenden während der Ausbildungs- und Volontariatszeit zwar ernsthaft **üben**, aber **nicht voll ausüben!** Das gilt speziell bei den tagesaktuellen Medien.

Im übrigen bin ich der Meinung, dass **verschiedene Ausbildungswege im Inland und ebenfalls im Ausland** zur Berufsfähigkeit des Journalisten für den Umgang mit den neuen Medien führen sollen.

« Vive la différence pour l'enseignement et la formation continue des journalistes! » – sagen wir auf Französisch.

Dieser Grundsatz der Verschiedenheit der Ausbildungslehrgänge dürfte auch mit Vorteil auf die Ausbildung **der Ausbilder** anzuwenden sein.

### **Besondere Leitvorstellungen, die die Hochschule gerade heute vermitteln kann**

Wir wollen versuchen, **vier aktuelle Ansätze** dazu herauszustellen.

#### I.

An erster Stelle wäre ein **moderner Marketingbegriff** aufzuführen. Ein solcher Marketingbegriff für Journalisten und Programmschaffende soll « ihnen » ins Bewusstsein rufen, dass « ihr » **Endprodukt** vom Leser, Zuhörer und/oder Zuschauer her zu betrachten ist. Kurzum, die künftigen Journalisten müssen lernen, dass die verfassten und gesendeten « Botschaften » auch vom Standpunkt des Rezipienten – Adressaten und Empfängers – unserer ausgeprägten Multi-Media-Nutzer-Generation aus zu sehen sind; denn ein Produkt, das **nicht** ankommt beziehungsweise **nicht** verstanden wird, kann keinesfalls der Sinn der journalistischen Arbeit sein. Die Gefahr ist selbst für gestandene Journalisten gross, dass der Umgang mit Persönlichkeiten und « Stars » aus Politik, Kunst, Sport, Showbusiness bis zu den schlimmsten Kriminellen, den Redakteur vom Normalbürger **entfremdet**. Um diesen Bruch zu kitten beziehungsweise zu vermeiden, bedarf es der Ergebnisse einer **Marktforschung** als Entscheidungshilfe.

Die modernen Redaktionen brauchen somit die Hilfe einer seriösen **Leserforschung**, einer seriösen **Hörer- und Zuschauerforschung** auf wissenschaftlicher Grundlage; denn nur dann kann sich ein Medienunternehmen im Wettbewerb um das Publikum behaupten. Und damit lässt sich wiederum die notwendige Synthese zwischen Rezipienten und Selbstverständnis der Journalisten herstellen. Publikumsgezielte **Journalistische Arbeit** – weniger erzieherisch und nicht nur reproduzierend, sondern informatives, orientierendes und bildendes Wissen vermittelnd –, das ist die beste Erfüllung der schwierigen Berufsaufgabe der Medienschaffenden zum Wohle von Individuum und Gesellschaft.

Weitere kommunikationswissenschaftliche Erkenntnisse von grosser Wichtigkeit sowohl für junge angehende als auch weniger junge Journalisten sind besonders die Ergebnisse der **Wissenskluft-Forschung** (vom «increasing knowledge gap») und die Resultate über die **Viel-Fernseherei** der Viel-Fernsehkonsumenten.

## II.

Zur Wissenskluft-Forschung bleibt in verkürzter Form zu berichten, dass die Wissenskluft zwischen den Bevölkerungsschichten, die Bücher und Fachzeitschriften lesen – und natürlich auch schreiben –, und den Schichten, die vorwiegend **nicht lesen** in Beruf und Freizeit, **höchstwahrscheinlich zunimmt**. Stichwort: die Gescheiten werden immer gescheiter und die Dummen immer dümmer! – Besser und differenzierter ausgedrückt: die Wissenden werden immer wissender und die Wenig-Wissenden werden mit einfältigen Klischees aus der Ideologiekiste bedient! – Fragwürdig ist dabei, ob nicht viele der Wissenden lediglich ein sehr enges, vertieftes Spezialwissen sich erworben haben und weniger eine umfassende Gesamtschau jenseits eines puren Agnostizismus besitzen.

Wie lässt doch Goethe **Faust** sprechen:

«Zwar weiss ich viel, doch möcht' ich alles wissen.»

Wobei wir Älteren zur Genüge die Erfahrung gemacht haben, dass mit dem Wissen auch der Zweifel wächst.

## III.

Es ist vor allem das Verdienst von Frau Professor *Hertha Sturm*, die Fernseh Wahrnehmung und **Fernsehwirkungen** mit psychophysiologischen Untersuchungsmethoden exakt ermittelt zu haben<sup>12</sup>. So wissen wir heute, dass das über das Fernsehen vermittelte **Wissen** gemäss den in der Psychologie bekannten Vergessenskurven zuerst schneller, dann langsamer abnimmt. Ganz anders dagegen liegt der Fall bei medien-spezifischen fernsehvermittelten **Emotionen**, bewegten Bildern, unterlegt mit emotional gesprochenen oder geschriebenen Texten; diese bewirken

gemeinsam die «höchsten Erinnerungsleistungen»! – Wenn das zutrifft, so müssen wir uns nicht wundern, dass Politiker, Moderatoren und Künstler, die emotionale Eindrücke in Fernsehsendungen vermitteln, so grossen Erfolg haben. Dagegen verblassen die kognitiven Medienwirkungen. Besonders wichtig ist das auch für die Nachrichtensendungen, wobei der Informationsprozess in der Regel nicht abgeschlossen ist. In der zur Verfügung stehenden Kurzzeit werden nur Nachrichten-Bruchstücke durchgegeben.

Die beiden soeben dargestellten Forschungsergebnisse zeigen die Tendenz zu einer Art von zweigeteilter Informationsgesellschaft, wobei die Wenig-Leser und zugleich Viel-Seher zu modernen Analphabeten werden. – Dagegen sollten wir alle, Eltern und Lehrer, Journalisten und Programmschaffende, gemeinsam ankämpfen! –

#### IV.

**Die explosive Zunahme der Quantität des Informationsangebots** kann von einem bestimmten Punkt an zu einem **«Verlust an Informationsqualität»** führen. Professor Winfried Schulz und andere versuchen diese These kommunikationswissenschaftlich zu beweisen<sup>13</sup>. Zu diesem Zweck wird eine Art von Falsifizierungsverfahren zur Prüfung des Basis-konzepts unternommen: «Die Transformation von Informationsvielfalt in politische Kompetenz ist die Grundidee einer demokratischen, auf Meinungs- und Pressefreiheit aufbauenden Gesellschaft.»

Ein Grundgedanke, den übrigens auch das Bundesverfassungsgericht in Karlsruhe in mehreren Urteilen vertritt. –

Erfahrungs-«Weisheiten», wie die soeben zitierte, sind daher bezüglich ihres «wahren» Aussagegehaltes im Hinblick auf das Publikum, den demokratiethoretischen «mündigen Bürger», zu untersuchen.

**Die Resultate** der Analyse über die Wirkungen grösserer Expansionsschübe der Informationsvielfalt infolge Ausweitung des Mediensystems lassen sich zusammengefasst beschreiben:

1. Die Ausgangshypothese, dass ein Zusammenhang zwischen der Menge des Informationsangebots und dem Informationsgewinn besteht, **«ist zweifelhaft!»**
2. **Die primären Folgen** für die öffentliche Kommunikation bestehen darin, dass die durch die massive Expansion des Informationsangebots verfügbare Informationsquantität gar nicht durch den Einzelnen und die gesellschaftlichen Gruppen aufgenommen und verarbeitet werden können. – Überschüssiges Informationsangebot gegenüber begrenzter Nachfrage! – Engpässe bestehen auf der Verarbeitungsstufe (Redaktionen) und auf der Nutzerstufe! –

3. Für die Auswahl der Nachrichten durch die **Gatekeeper** (die Torwächter) auf den verschiedenen Ebenen gilt der Grundsatz: «Je mehr **Negativismus**, desto grösser der Nachrichtenwert.»

4. **Als sekundäre Folgen** zeichnen sich für die öffentliche Kommunikation ab, dass die Defizite und Verzerrungen der öffentlichen Massensbotschaften vom intelligenten Publikum inzwischen durchschaut werden. – Dabei legen sich Staat, Behörden, Grossunternehmen und Verbände «Visagisten zu, die falsche Fährten legen und Meister des Dementis sein müssen».

Somit spiegeln uns die modernen Massenmedien **eine Scheinwelt vor**. Überdies werden auch vermehrt Bilder eingesetzt (Standbilder und bewegte Bilder), **die mehr als tausend Worte lügen können**. Stichwort: Vermehrte Desinformation!

Endlich lassen sich **die gesellschaftlichen Folgen des Wandels öffentlicher Kommunikation** in drei Thesen zusammenfassen:

- a) «Medienkonsum ist nicht identisch mit der Teilnahme an der öffentlichen Kommunikation»;
- b) «Ohne viel über das politische Geschehen zu wissen, haben immer mehr Leute das Bedürfnis nach Anteilnahme daran entwickelt»;
- c) «Sekundärrealität, Tertiärrealität: die Informationen sind weit entfernt von den eigentlichen Ereignissen».

Die vorstehend dargestellten vier wissenschaftlichen Leitvorstellungen geben neben anderen wichtigen wissenschaftlichen Erkenntnissen über die Massenkommunikation dem jungen und gestandenen Journalisten **ein Grundwissen** über den Kommunikationsprozess. Das ist unseres Erachtens auch eine der Grundaufgaben der Universitätsausbildung. Und gerade im Hinblick auf die **neuen Medien**, den Zuwachs an verschiedensten Informationskanälen und die Flutwelle an Informationsquantitäten, erscheint uns das Wissen um die jüngsten Erkenntnisse der Kommunikationswissenschaft als äusserst wichtig für junge Kommunikatoren.

### Schlusswort

In Sachen Aus- und Fortbildung erscheint mir besonders ein Gedanke Johann Wolfgang von Goethes von grundlegender Bedeutung zu sein: «Alles Gescheite ist schon gedacht worden, man muss nur versuchen, es noch einmal zu denken».

Die Problematik unserer eingangs postulierten vierfachen Fragestellung wird insofern noch erschwert, als es sich um Erziehung und Schulung in einer **wertunsicheren Gesellschaft und Zeit** handelt.

Und trotz allem können wir das **Anforderungsprofil** des modernen Journalisten, der der Herausforderung durch die neuen Medien gegenüber steht, wie folgt umschreiben: Es bedarf der Initiative, Leistung und Kreativität, um sich einer stetig wandelnden Arbeitsaufgabe mit Mut, Elan und Optimismus zu stellen. Zur Innovationsfreudigkeit gehört aber genau so die Risikobereitschaft, um alle Spektren der Gesellschaft, Wirtschaft, Politik und nicht zuletzt des Mediensystems selbst offen und ehrlich zu betrachten. Selbstverständlich sind dabei eine disziplinierte Arbeitsweise, ein fortwährendes Lernen und «Suchen», neben der nötigen Berufsethik, die Voraussetzungen.

Ja selbst beim «alten» terrestrischen Fernsehen stellen wir in Sachen Berufssituation vermehrt einen Wechsel der Aufgaben und damit auch eine **Job-Rotation** für Programmschaffende fest. «Erfolgsarme» Sendungen und deren Präsentatoren verschwinden vom Fernsehschirm. Das Ringen um einen Neubeginn, die Suche nach neuen Tätigkeitsfeldern gilt für Journalisten, sonstige Programm-Mitarbeiter und ebenso für die Chefs von Informations- und Unterhaltungssendungen.

Schliesslich ist die positive Entwicklung eines Medienunternehmens und besonders auch der neuen Medien direkt abhängig von den fachlichen Qualitäten und der Leistungsbereitschaft der Journalisten und sonstigen Programmschaffenden. In dieser Hinsicht sind vor allem noch **zwei Komponenten** bedeutsam, die geistige Aufgeschlossenheit und die stetige Bereitschaft zur Weiterbildung aller Medienschaffenden bei der immer schnelleren Veränderung des beruflichen Umfeldes in einer sich immer rascher wandelnden Welt. Dadurch wird das Erscheinungsbild eines dynamischen Medienunternehmens in entscheidender Weise mitgeprägt und somit auch eine eigene Unternehmenskultur als Basis für den Erfolg beim Publikum geschaffen.

Zurückkommend auf unsere Schlüsselfrage, ob die neuen Medien und die Entwicklung der Elektronik den Journalismus grundsätzlich verändern werden, möchte ich am Schluss mit einem **Nein** antworten. Der Dienst am Publikum, die Umschreibung der publizistischen Berufsaufgabe bleiben unverändert! – Was sich ändert, sind die Hilfsmittel der Informationsbeschaffung, -verarbeitung und -weiterverarbeitung durch die neuen Medien.

## ANMERKUNGEN

<sup>1</sup> Die **vier** technologischen Komponenten für die Entwicklung der neuen Medien sind bekanntlich:

- a) Die Technologie der Mikroprozessoren;
- b) die Computertechnik überhaupt bei Miniaturisierung der **Hardware**;
- c) die Digitalisierung und optische Übertragungstechnik;
- d) die Satellitentechnik mit Einschluss der Raketentechnik.

<sup>2</sup> Als Zugangsschwellen und Hürden für die Einführung **neuer Medien** sind speziell zu nennen:

- Hohe Kosten zum Erwerb oder für die Miete (Leasing) der **Hardware**;
- hohe Anschluss- und Installationskosten; hohe Nutzergebühren;
- Umweltschutzprobleme beim Aufstellen von Antennen (besonders Parabolantennen für Satellitenrundfunk);
- Rechtsfragen bei internationalem Daten- und Programmaustausch können den Informationsfluss hemmen.

Das sind die Hauptgründe, neben anderen wie mangelnde Originalität und Qualität der inhaltlichen Angebote durch neue Medien und Zurückhaltung der potentiellen Nutzer, die verantwortlich sind für die Einführungsschwierigkeiten.

<sup>3</sup> **Bei Umfragen** über das berufliche Ansehen des Journalistenberufs landen die Journalisten regelmässig auf den letzten Plätzen, knapp vor den Gastwirten. Die Ärzte und Professoren dagegen belegen die ersten Ränge. – Sollen wir nicht versuchen, die schlechte Plazierung der Journalisten in positiver Richtung zu verändern? –

<sup>4</sup> Aber gerade der Grundsatz vom offenen Berufszugang ist **nicht** in allen Ländern gewährleistet. – Selbst in freiheitlich demokratischen Staaten unserer westlichen Welt gibt es durch die Sozialpartner errichtete **Zugangsschwellen**. So ist beispielsweise in unserer kleinen Schweiz im deutsch-, italienisch- und rätoromanischen Sprachteil der Berufszugang für Journalisten **offen**. – Dagegen gibt es in der französischsprachigen Schweiz einen Kollektivvertrag zwischen Journalistenverbänden einerseits und Verlegerverband plus Rundfunk andererseits, in dem ein **zweijähriges Volontariat plus Schulbesuch** in Lausanne verlangt wird. Der Bewerber hat während der zwei Volontariatsjahre acht Konzentrationswochen an der «Ecole de la Formation Professionnelle et Continue des Journalistes de la Suisse Romande», Lausanne, zu absolvieren. – In den sozialistischen Ländern des Ostblocks, wie der Deutschen Demokratischen Republik, ist der Berufszugang streng geregelt und somit auch der Professionalisierungsgrad sehr hoch (siehe dazu *Verena Blaum*: «Ideologie und Fachkompetenz. Das journalistische Berufsbild in der DDR.» Köln 1985).

<sup>5</sup> Ein weiterer Einstieg in eine Medienlaufbahn ist zum Beispiel das nebenberufliche Arbeiten als freier Lokalreporter während einer Lehr- oder Studienzeit, die Lektoratsarbeit in einem Buchverlag, die Tätigkeit als Disc-Jockey in einer Discothek und viele andere mehr.

<sup>6</sup> Siehe dazu «Konzept einer Schweizerischen Schule für Medienberufe». – Gutachten von *F.H. Fleck*, Fribourg 1981. – Auf der Basis dieses Gutachtens wurde das **Medienausbildungszentrum (MAZ)** Luzern-St. Niklausen im Jahre 1983 gegründet. Die Trägerschaft ist eine gemeinnützige Stiftung privaten Rechts. «Das MAZ soll mit seinen medienübergreifenden, berufsbegleitenden Grund- und Fortbildungskursen sowohl dem publizistischen Nachwuchs als auch dem langjährigen Praktiker dienen! – Das steht zu lesen im **ersten** Jahresbericht 1983/84 der genannten Institution.

<sup>7</sup> Vergessen wir nicht, dass die Tageszeitung bis heute **der effizienteste und beliebteste Werbeträger** geblieben ist!

Denken wir auch daran, dass die Nutzerpreise für die meisten Massenmedien wie Presse, Hörfunk und Fernsehen in Höhe eines «Sozialtarifes» berechnet

werden! Dabei ist die Fixierung solch **niedriger** Mediennutzungspreise nur möglich, weil die betreffenden Medienunternehmen Erlöse aus der Werbung erzielen. – Des Weiteren übernehmen die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten eine beachtenswerte Grösse von **Befreiungen auf Gebührenzahlungen** für Nutzung von Rundfunkgeräten durch minderbemittelte Personen. – Unter diesen einschränkenden wirtschaftlichen Bedingungen ist die Kosten- und Ertragslage für die neuen Medien zu studieren.

- <sup>8</sup> Das Privileg der Journalisten, die Thematisierungsfunktion – agenda-setting function – bezüglich der zu behandelnden Themen der **öffentlichen Diskussion** allein auszuüben, wurde seit ungefähr drei Jahrzehnten durch **die Demoskopen** durchbrochen.
- <sup>9</sup> In der Gemeinde **Brigels** (rätoromanisch: Breil), im Kanton Graubünden (Schweiz), finden wir in der traditionellen «Casa Fausta Capaul» im Gästebuch dieses erstklassigen Hotels einen Eintrag von Theodor Heuss. Es wurde früher noch nach Stand und Beruf der Gäste gefragt. So signierte Heuss, am 11. August 1913: **Dr. Theodor Heuss mit Frau, Chefredakteur aus Heilbronn am Neckar**. (Siehe dazu Photokopie der Seite des Foliobandes).
- <sup>10</sup> Vom Seeschlangen-Ungeheuer im Loch Ness in Schottland, den Marsmenschen, die New York erobern (Hörspiel von Orson Welles), den falschen Hitler-Tagebüchern des «Stern» bis zum Taxichauffeur, der die Sperrren von Ost- nach West-Berlin mit drei als sowjetrussische Offiziere verkleideten Puppen als Beifahrer passiert, und viele andere mehr, reichen derartige **Presse- und Medienent**en. Siehe dazu auch *Wilmont Haacke*, «Traktat über Presse-Enten». In «Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung». Hrsg. von der GfK-Nürnberg, Heft 2, 30. Jhrg. (1984), S. 175–190.
- <sup>11</sup> Die Universitäten haben die verschiedensten Bildungskonzepte für das Publizistikstudium (Kommunikations- und Medienwissenschaft) entwickelt. Das geht vom Nebenfach-Studium bis zum Hauptfach-Studium, eigenen Instituten für Lehre und Forschung, bis zu eigenen Fakultäten für Journalismus und Kommunikationswissenschaft, insbesondere in Nordamerika und im Ostblock. Ein besonderes Problem ist **die hohe Rate der Studienabbrecher** beim Publizistik-Studium an unseren Universitäten. Die Gründe dafür sind vielschichtig: Bilden wir nicht **mehr** Studenten aus, als für das Fach offene Stellen zur Verfügung stehen? – Hat der Student nach kurzem Volontariat ein sehr gutes Praxiserlebnis und wird von einem Medienunternehmen gleich fest angestellt; oder durch den Kandidaten wird genau die gegenteilige Erfahrung gemacht, d.h. er erfährt die Dissonanz zwischen der Wirklichkeit des Berufes und den illusionären Berufsvorstellungen; und schliesslich sind unsere Prüfungsanforderungen an der Hochschule **zu hoch** für schwache Kandidaten und sogenannte «Dünnbrettbohrer».
- <sup>12</sup> Wenn der Soziologe und Medienökologe **Neil Postman** die Ansicht vertritt, dass das Fernsehen als Zerstreungsmedium für Amüsement sorgt und damit auch die menschliche Urteilskraft tendenziell schwächt, vertritt die Psychologin und Kommunikationswissenschaftlerin **Hertha Sturm** direkt gegenteilige Standpunkte. Sie ist vielmehr der Meinung, dass die Fernsehwirkungen in erster Linie von der Persönlichkeit des Zuschauers, Intelligenzgrad, Erziehung, Alter und seinem **emotionalen Befinden** abhängig sind. «Wir langweilen uns zu Tode!» «Wir amüsieren uns **nicht** zu Tode!» vor dem Bildschirm, wobei die

Dummen eher noch **dümmer werden**; so lauten vereinfacht die Thesen von Frau Sturm. – Das scheinbar «ähnliche» Endresultat beider Medienforscher ist doch gemäss den ganz verschiedenen Argumentationsketten als sehr verschieden zu bewerten. Denn Postman's Überlegungen basieren vorwiegend auf der Wortlogik und dem Verstand, eingebettet in das gesellschaftliche Umfeld, während Frau Sturm's Gedankenreihe die Verbindung zwischen Bildlogik und Emotionen herstellt.

## ANHANG

### A. Die Stellung des Journalisten im Arbeitsprozess:

Vergessen wir nicht, dass ein grundlegendes **Spannungsverhältnis** bei der Ausübung des Journalistenberufs stets gegeben ist. Das demonstriert sich **einerseits** durch das freiberufliche **Selbstverständnis** der Journalisten hinsichtlich ihrer publizistischen Arbeit und **andererseits** durch das **Angestelltenverhältnis** und die dazugehörige Umweltsmentalität bezüglich des Arbeitsverhältnisses. Im Klartext heisst letzteres Gehalt, Kündigungsschutz und Spesenersatz, aber auch hierarchische Eingliederung und Entlassungsmöglichkeit.

### B. Zwei Zitate zum Thema Bild und Film:

*Pablo Picasso:*

«... über Bilder lässt sich jedoch nichts sagen. Man liebt sie oder man verabscheut sie, aber mit Worten lassen sie sich nicht erklären.»

*Wolfgang Lesowsky:*

«Das Bild im Film muss versuchen, zur inneren Wahrheit der Dinge vorzudringen. Es ist also wesentlich: was nehme ich auf, wie nehme ich es auf, in welchem Rhythmus nehme ich es auf, wie nimmt es der Zuschauer auf (nicht im Sinne einer Anbiederung an das Publikum, sondern im Sinne seiner Rezeptionsfähigkeit).»

Aus Artikel:

**«Filme macht man mit Bildern».**

Vortrag an der Hochschule für künstlerische und industrielle Gestaltung in Linz. Siehe «Filmkunst», Zeitschrift für Filmkultur und Filmwissenschaft. Nr. 110. Wien, September 1986, S. 1–6.

Tatfrage bleibt für uns: Bilden wir unsere zukünftigen Journalisten so aus, dass Sie Bilder «sehen», auswählen, mit treffenden Legenden versehen und mit dem Text «verbinden» können. – Dabei soll der



Leser und Zuseher die Bildsprache zum einen erfassen können und zum andern die «organische» Verbindung von Bild und Text ohne weiteres affektiv aufnehmen.

### C. Die Journalisten-Tugenden. Eine kleine Auswahl

- **Respekt vor den Menschen** als Leser, Hörer und Zuschauer, aber auch als zu Interviewende, den Personen, über die geschrieben und gesprochen wird, die photographiert werden.
- **Fleiss und Leistungsfreude** entgegen den Schlagwörtern von Leistungsdruck, Stress und Frust.
- Fähigkeiten zur differenzierten Betrachtung, Analyse und wohlabgewogenen Beurteilung.
- Sorgfältiger Umgang mit den Begriffen, Worten und Aussagen im gesamten; den Hauptwörtern plus Eigenschaftswörtern, Tätigkeitswörtern und Beifügungen.
- Aneignung von Sachverstand über das zu bearbeitende Sachgebiet.
- Nicht zuletzt die Gabe zum Zuhören, zum Heraushören der feinen Nuancen.
- Und endlich das **Verantwortungsgefühl** vor sich selbst und vor den anderen Menschen.

### D. Journalistisches Arbeiten – einige Grundsätze

- Sachgerechte Behandlung der gewählten Problematik, von Themen und Fakten.
- Hintergrundberichterstattung über aktuelle Probleme und Vorgänge.
- Vorweg ist eine gründliche Dokumentation die Voraussetzung für eine gute journalistische Arbeit.
- Recherchieren mit möglichst grosser Genauigkeit und Zuverlässigkeit.
- Ehrliche Aussage darüber, wo nur Wahrscheinlichkeiten oder sogar nur Vermutungen vorliegen.
- Glaubwürdige Darstellung der eigenen Ermittlungen und der Präsentation von eventuellen Zusammenhängen.

## Auswahl – Bibliographie

- BAUER, Helmut G., DETJEN, Claus, MUELLER-ROEMER, Frank und POSEWANG, Wolfgang: «Die Neuen Medien. Das aktuelle Praktiker-Handbuch. Technik, Anwendungen, Marketing.» Ulm 1985.
- BLAUM, Verena: «Ideologie und Fachkompetenz. Das journalistische Berufsbild in der DDR.» Köln 1985.
- BONFADELLI, Heinz: «Neue Fragestellungen in der Wirkungsforschung: Zur Hypothese der wachsenden Wissenskluft.» Rundfunk und Fernsehen, 28. Jhrg. (1980), Nr. 2, S. 173–192.
- BONFADELLI, Heinz: «Der Einfluss des Fernsehens auf die Konstruktion der sozialen Realität: Befunde aus der Schweiz zur Kultivierungshypothese.» Rundfunk und Fernsehen, 31. Jhrg. 1983, Nr. 3–4, S. 415–430.
- BONFADELLI, Heinz: «Befunde zum Freizeitverhalten und zur Mediennutzung der 12- bis 29jährigen in Bundesrepublik Deutschland.» Media Perspektiven, Heft 1, 1986, S. 1–21.
- BREITENSTEIN, Rolf: «Die wirksame Rede. Reden schreiben – Reden reden – Reden können.» Düsseldorf – Wien 1981.
- BREZINKA, Wolfgang: «Erziehung in einer wertunsicheren Gesellschaft. – Beiträge zur praktischen Pädagogik.» München–Basel 1986.
- BURCKHARDT, Jacob: «Weltgeschichtliche Betrachtungen.» Herausgegeben von Rudolf Marx. Stuttgart 1978.
- DONSBACH, Wolfgang: «Legitimationsprobleme des Journalismus.» Freiburg/München 1982.
- ELGHAZALI, Saad: «Presseforschung als Instrument für die redaktionelle Arbeit.» Beitrag für Jubiläumsband der Schweizerischen Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft. «Massenmedien und Kommunikationswissenschaft in der Schweiz». Hrsg. F. H. FLECK, U. SAXER, M. F. STEINMANN, Zürich 1987, S. 105–126.
- ETTEMA, J. S., KLINE, G. F.: «Deficits, Differences, and Ceilings. Contingent Conditions for Understanding the Knowledge GAP.» Comm. Research, 4, 1977, pp. 179–202.
- FELL, René: «Le Journalisme en vingt et une leçons.» 2<sup>e</sup> édition, Neuchâtel 1947.
- FISCHER, Heinz-Dietrich, ROEGELE, Otto B. (Hrsg.): «Ausbildung für Kommunikationsberufe in Europa.» Düsseldorf 1977.
- FLECK, Florian H., zusammen mit IMHOF, J.-M.: «Die **innere Pressefreiheit** und die Stellung des Chefredakteurs.» ZV + ZV, Organ für Presse und Werbung, Bad Godesberg, Nr. 39/40, Oktober 1973 (70. Jhrg.), S. 1578–1580.
- FLECK, Florian H.: «Veränderung von Organisations- und Führungsstrukturen in Tageszeitungsunternehmen.» In Publizistik, Heft 2/3, 25. Jhrg. (1980). S. 282–289.
- FLECK, Florian H.: «Konzept einer Schweizerischen Schule für Medienberufe.» Fribourg, 4. Mai 1981. Nicht veröffentlicht. –

- FLECK, Florian H.: «Die Berufsethik des Presseverlegers in einer demokratischen Gesellschaft.» In Hans Maier (Herausgeber): «Ethik der Kommunikation.» Freiburg/Schweiz 1985, S. 17–41.
- FLECK, Florian H. und AHMADIAN, Siamak: Technischer Fortschritt, neue Produkte und Produktvariationen im Lichte der Konsumenten. Beitrag in Festschrift für Edwin Borschberg: Diversification, intégration et concentration. Hrsg. von E.-B. Blümle, F. Léonard, G. F. Roux, Fribourg/Suisse 1986, S. 163–180.
- FLECK, Florian H.: «Die Programmarbeit bei Rundfunkanstalten ist eine Daueraufgabe für **professionnelle** Programmschaffende.» Beitrag zur Festschrift für Hertha Sturm. München 1987.
- GOTTSCHLICH, Maximilian: «Journalismus und Realitätsverlust. Befunde zum neurotischen Elend der demokratischen Gesellschaft.» Beitrag im Österreichischen Jahrbuch für Kommunikationswissenschaft, Bd. 3, 1985, S. 213–224.
- GOTTSCHLICH, Maximilian: «Auf dem Weg in die geschichtslose Gesellschaft. Journalismus zwischen Erinnern, Verdrängen und Vergessen.» In Wolfgang DUCHKOWITSCH (Hrsg.): Mediengeschichte. Forschung und Praxis. Böhlau 1986, S. 61–76.
- HAACKE, Wilmont: «Traktat über Presse-Enten.» In Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, GfK-Nürnberg (Hrsg.), Heft 2/1984, (30. Jhrg.), S. 175–190.
- HAEUSERMANN, Jürg und KAEPPELI, Heiner: «Rhetorik für Radio und Fernsehen. Regeln und Beispiele für mediengerechtes Schreiben – Sprechen – Kommentieren – Informieren – Interviewen – Moderieren.» Aarau und Frankfurt am Main 1986.
- HOEMBERG, Walter (Hrsg.): «Journalistenausbildung. Modelle, Erfahrungen, Analysen.» München 1978.
- JORDAN, Peter: «Das Fernsehen und seine Zuschauer.» Frankfurt am Main 1982.
- JOURNALISTIK IN DORTMUND: «Ein Studienbegleiter des Instituts für Journalistik der Universität Dortmund.» Dortmund, o.J.
- LEPIGEON, Jean-Louis, WOLTON, Dominique: «L'information demain. De la presse écrite aux nouveaux médias.» Documentation française. Collection: Information et Société, 1979.
- LOCH, Theo M.: «Berufliche Mobilität von Journalisten.» In Festschrift für Otto B. Roegele, Kommunikation im Wandel der Gesellschaft. Hrsg. Erhard SCHREIBER, Wolfgang R. LANGENBUCHER und Walter HOEMBERG. Konstanz 1985, S. 155–163.
- LUESCHER, Kurt und WEHRSPAUN, Michael: «Medienökologie: Der Anteil der Medien an unserer Gestaltung der Lebenswelten.» Zeitschrift für Sozialisationsforschung und Erziehungssoziologie. 5. Jhrg. 1985, Heft 2, S. 187–204.

- MAIER, Hans (Hrsg.): «Ethik der Kommunikation.» Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft. Werkpapiere Nr. 17, Freiburg/Schweiz 1985.
- MAST, Claudia: «Der Redaktor am Bildschirm: Auswirkungen moderner Technologien auf Arbeit und Berufsbild des Journalisten.» Konstanz 1984.
- MAST, Claudia: «**Neue Technik** – neuer Journalismus.» Auswirkungen des Einsatzes moderner Technologien auf die Tätigkeit und das Berufsbild der Journalisten. Zusammenfassung abgedruckt in Kommunikationspolitische und kommunikationswissenschaftliche Forschungsprojekte der Bundesregierung (1978–1985). Teil 1, Bonn 1986, S. 129–139.
- POSTMAN, Neil: «Wir amüsieren uns zu Tode. Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie.» Frankfurt am Main 1985.
- RATZKE, Dietrich: «Handbuch der neuen Medien: Information und Kommunikation: Fernsehen und Hörfunk: Presse und Audiovision: heute und morgen.» 2. Auflage, Stuttgart 1984.
- RONNEBERGER, Franz: «Nutzung und Akzeptanz von Fernsehen und Hörfunk in München.» Media Perspektiven, Heft 4, 1986, S. 223–236.
- RUSS-MOHL, Stephan (Hrsg.): «Wissenschafts-Journalismus.» Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. München 1986.
- SAXER, Ulrich, SCHANNE, Michael: «Journalismus als Beruf. Eine Untersuchung der Arbeitssituation von Journalisten in den Kantonen Zürich und Waadt.» Expertenkommission für eine Medien-Gesamtkonzeption, Materialien 14. Eidgenössisches Justiz- und Polizeidepartement (Hrsg.), Bern 1981.
- SCHULZ, Peter: «Journalistische Ausbildung.» Beitrag für Jubiläumsband der Schweizerischen Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft. Zürich 1987.
- SCHULZ, Winfried: «Geht die Wirklichkeit verloren.» prmagazin für Führungskräfte in der Kommunikationsbranche, Nr. 9 September 1986, S. 27–30.
- SCHULZ, Winfried: «Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung.» Freiburg/München 1986.
- SCHULZE, Volker: «Neue Arbeitstechniken – neue Berufsfelder. Chancen für den Journalismus von morgen.» In **Die Zeitung**, Nachrichten und Meinungen zur Medienpolitik. September 1986 (Jhrg.14), Nr. 9, S. 4/5.
- SCHWARZ-SCHILLING, Christian: «Kabelnetze und Satellitensysteme – Perspektiven für die Medienvielfalt.» **Bulletin**, Presse- und Informationsamt der Bundesregierung. Nr. 70/S. 589, Bonn, 13. Juni 1986. – Rede vor der «Telematica» in Stuttgart, am 11. Juni 1986.
- SCHWEITZER, Albert: «Kultur und Ethik. Sonderausgabe mit Einschluss von Verfall und Wiederaufbau der Kultur.» München 1981 (original 1960).
- SCHWEITZER, Albert: «Was sollen wir tun? 12 Predigten über ethische Probleme.» Heidelberg 1974.
- STURM, Hertha: «Die FASZINATION DER MEDIEN schwindet – Folgerungen für die Journalistenausbildung in Rundfunk und Fernsehen.» In Media Perspektiven, 6/1974, S. 241–251.

- STURM, Hertha: «Grundlagen zu einem Moralkodex besonderer Art – Zum Umgang mit Interviewpartnern und Referenten.» In «medium», Jhrg. 14, 4 (1984), S. 17–18.
- STURM, Hertha: «Wahrnehmung und Fernsehen – die fehlende Halbsekunde, Plädoyer für eine zuschauerfreundliche Mediendramaturgie.» *Media Perspektiven*, 1 (1984), S. 58–65.
- STURM, Hertha: «Medienzukunft: das Problem der Wiederholungen.» In *Technologischer Wandel in Wirtschaft und Gesellschaft*. Hrsg. von Heinrich Bortis und Louis Bosshart. Freiburg/Schweiz 1985, S. 229–236.
- SZECSKÖ, Tamas: «Encounters with the New Media, Perspectives from a Socialist Country.» *The Nordicom Review*, N° 1, 1986, pp. 15–20.

### Sammelwerke und Broschüren

- «Publizistik», 19. Jhrg. (1974) Heft 3–4 und 20. Jhrg. (1975) Heft 1–2. Diese beiden Doppelhefte sind überschrieben mit «Journalismus als Beruf.»
- Hohenheimer Medientage, vom 27. bis 29. Juni 1979. «Ethik und Kommunikation – Telekommunikation – ein Fortschritt für den Menschen?» Stuttgart 1979.
- Hohenheimer Medientage, vom 25. bis 27. Juni 1980. «Ethik und Kommunikation – vom Ethos des Journalisten.» Stuttgart 1980.
- «Journalistenausbildung in der Schweiz» Sondernummer des Bulletins der Schweizerischen Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft, Fribourg 1979, 2. erweiterte Auflage, Fribourg 1980.
- «Bericht der Bundesregierung über die Lage der Medien in der Bundesrepublik Deutschland 1985 – Medienbericht '85 –.» Herausgegeben vom Presse- und Informationsamt der Bundesregierung. Bonn 1986.
- 2 publications du Centre de Formation et Perfectionnement des Journalistes (C.F.I.P.) 33, rue du Louvre, 75002 Paris  
 – C.F.I.P.: «L'écriture et la mise en page télématique.» 1983.  
 – C. F.I.P.: «Manuel du secrétariat de Rédaction.» 3<sup>e</sup> éd., 1986.
- Ferner Kuratorium für Journalistenausbildung, Salzburg: «Jahresprogramm 1986.»
- Wissenschaftliche Hefte der Sektion Journalistik an der Karl-Marx-Universität Leipzig: «Theorie und Praxis des sozialistischen Journalismus». Heft 2/1977.
- Studies of Broadcasting**, an international annual of broadcasting science. NHK (Japan Broadcasting Corporation), Tokyo. – Spezielles Themenheft Nr. 21: «New Media: The Impact on Japan's Broadcasting System.» March 1985.

The Annenberg School of Communications. University of Southern California, Los Angeles : **Graduate Programs**, 1986. Auf Seite 3 des obengenannten Programmheftes heisst es : « The School offers two graduate programs that meet these different professional interests. The Master's degree prepares students to enter communications management , the Ph. D. is intended for those who want to conduct original research, whether based in an academic setting, or elsewhere. » Peter Clark, Dean and Professor of Communications

SCHULZE, Volker (Hrsg.) : « Wege zum Journalismus ». 4. erweiterte und aktualisierte Auflage, BDZV-Schriftenreihe Heft 17, Bonn 1987.

Florian H. Fleck