

Zeitschrift: Medienwissenschaft Schweiz = Science des mass média Suisse

Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft

Band: - (1996-1997)

Heft: 2

Artikel: Informationsgesellschaft als Herausforderung für Publizistikwissenschaft und Medienforschung

Autor: Bonfadelli, Heinz

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-790776>

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: 01.02.2026

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

Editorial

Informationsgesellschaft als Herausforderung für Publizistikwissenschaft und Medienforschung

Die Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft SGKM führte zusammen mit dem Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich IPMZ am 28. November 1997 ihre Herbsttagung zum Thema „Welche Zukunft für Journalismus und Massenmedien in der Informationsgesellschaft?“ in Zürich durch. Das vorliegende Themenheft dokumentiert die meisten der dort gehaltenen Referate, ergänzt durch einige zusätzliche Beiträge zum Problemkreis.

1. Chancen, aber auch Risiken für Journalismus und Massenmedien

Die traditionellen tagesaktuellen Massenmedien – Fernsehen, Radio und Presse – und der dahinterstehende Journalismus gehören zu den gesellschaftlichen Institutionen, welche durch die neuen I&K-Technologien – Stichworte: Digitalisierung und Konvergenz von Computer, Telekommunikation und Medien zu Multimedia und Internet – stark betroffen sein werden. Einerseits erleichtern die neuen Informationstechnologien die Informationsbeschaffung und eröffnen neue Wirkungsfelder für die traditionellen Massenmedien, andererseits entsteht für den Journalismus und die bestehenden „alten“ Medien durch Multimedia und Internet auch neue und vielfache Konkurrenz: die neuen I&K-Technologien ermöglichen beispielsweise dem Publikum den direkten Zugriff auf Informationsquellen, die bisher nur professionellen Anwendern zur Verfügung gestanden haben, was nicht ohne Konsequenzen für die künftige Nutzung der bisherigen Medien sein dürfte. Gleichzeitig entstehen auch neue Werbemöglichkeiten, welche die traditionellen Medien zu bedrohen scheinen.

Aus diesen und weiteren Veränderungen, über die zur Zeit in der Öffentlichkeit spekuliert und meist kontrovers diskutiert wird, ergeben sich sowohl vielfältige **theorieorientierte Fragestellungen** für die Publizistikwissenschaft als auch neue **Felder für die empirische Forschung**.

Die Tagung bezweckte eine aktuelle Bestandsaufnahme der zur Zeit gesicherten wissenschaftlichen Perspektiven und empirischen Befunde zur Informationsgesellschaft in der Schweiz. Anlass dazu gab der im Juni 1997 veröffentlichte Bericht der Groupe de Réflexion „Für eine Informationsgesellschaft Schweiz“ zuhanden des Schweizerischen Bundesrates. Thematisiert werden sollten die Chancen und Risiken, die sich aus der Informationsgesellschaft bezüglich Veränderungen von Journalismus und „alten“ Medien ergeben.

In einem ersten Teil der Tagung wurden **Erfahrungen und Einschätzungen der betroffenen Medienbranchen** – Peter Studer (SF DRS) und Franziska von Weissenfluh (BZ - Gruppe Bern) – mit **Fragen und Reflexionen der**

Medienwissenschaft – Hans Kleinstuber (Universität Hamburg), Josef Trappel (Prognos AG Basel), Vinzenz Wyss und Werner A. Meier (IPMZ, Universität Zürich) – konfrontiert.

In einem zweiten Teil wurde personbezogen und konkreter praxisorientiert gefragt: **Welche künftigen Chancen, aber auch Risiken** entstehen möglicherweise durch die Informationsgesellschaft für **JournalistInnen** – Dore Heim (sju) –, **KonsumentInnen** – Simonetta Sommaruga (SKS) – und **MediennutzerInnen** – Daniel Süss (IPMZ)?

2. Herausforderungen für Publizistik- wissenschaft und Medienforschung

Der zur Zeit stattfindende Wandel hin zur Informationsgesellschaft erweist sich jedoch nicht nur für die klassische Medienbranche, sondern auf der Meta-Ebene ebenso für die Publizistikwissenschaft und Medienforschung als Herausforderung. Betroffenen sind einerseits auf der institutionellen Ebene **Aufgaben und Funktionen der Wissenschaft für die Informationsgesellschaft**, andererseits in theoretischer Hinsicht Aspekte wie Gegenstandsdefinition, Fragestellungen, Forschungsfelder, Paradigmen und Methoden (Meier / Bonfadelli 1987; McQuail 1993; Berghaus 1994; Bonfadelli 1996+97).

Stellenwert und Funktionen der Wissenschaft

Der öffentliche Diskurs über die Informationsgesellschaft wurde Ende der 60er Jahren zunächst von **Ökonomen** in Japan (Tadao Umesao u.a.) und in den USA (z.B. Fritz Machlup; Uri Porat) lanciert und später in den 70 Jahren von **Soziologen** (Daniel Bell) auf einer breiteren Basis weitergeführt. In den 80er Jahren verschafften sich auch **Futurologen** mit visionären Gesellschaftsbildern (z.B. Alvin Toffler) Gehör, während in den 90er Jahren die Stimmen von „**Machern**“ aus der Computerbranche wie Nicholas Negroponte vom MIT oder Bill Gates von Microsoft einerseits und Politiker (z.B. Al Gore, U.S. Vizepräsident oder Martin Bangemann, EU) andererseits dominieren.

Obwohl sich die **Publizistik- und Kommunikationswissenschaft** schon seit Mitte der 80er Jahre (z.B. Mettler-Meibom 1982; Halloran 1984; McQuail 1985+86; Meier / Bonfadelli 1987) gleichfalls mit Fragen der Informationsgesellschaft zu befassen begonnen hat, muss selbstkritisch festgehalten werden, dass die theoretischen Perspektiven unsere Disziplin und deren Forschungsergebnisse in der Öffentlichkeit bis jetzt wenig präsent gewesen sind.

Es verwundert darum nicht, dass ein Grossteil der bis jetzt geleisteten Forschung zu den neuen Medien und Informationstechnologien als **deskriptive Nutzerforschung** oder **zukunftsorientierte Akzeptanzforschung** bezeichnet werden muss. Die Kommunikationswissenschaft setzte zudem bei der Begleit- und Programmforschung der 80er Jahre meist **zu spät** ein; Partizipations- und Mitgestaltungsmöglichkeiten gab es kaum. Da auch die potentiellen Benutzer der neuen Medien in den Feldversuchen (Kabelpilotprojekte oder Videotex-Versuche) keine Mitsprachemöglichkeiten besasssen, dominierten in der Forschung meist die Einzelinteressen der privatwirtschaftlichen Anbieter.

Die von Exponenten der Sozial- und Medienwissenschaft geforderten **policy-orientierten Ansätze** mit Betonung von „**Public Interest**“ und Orientierung an der **Zivilgesellschaft** (Mettler-Meibom 1982; Halloran 1984; Burgelman 1994; Schmid / Kubicek 1994) fehlen nach wie vor oder spielen nur eine untergeordnete Rolle. Berghaus (1994) konstatiert darum als **Defizit der Publizistikwissenschaft** „nicht wahrgenommene Einflussmöglichkeiten“.

Gegenstand der Forschung

In theoretischer Hinsicht stellen sowohl die **Flüchtigkeit** als auch die hohe **Veränderlichkeit** des neuen Forschungsgegenstands „Internet“ die empirische Medienforschung vor grosse Probleme. Hinzu kommen weitere Schwierigkeiten: Die **technologische Integration** (Text, Bild und Ton) sowie die **Grenzauflösung zwischen Massen-, Zielgruppen- und interpersonaler Kommunikation**, aber auch die enge **Verzahnung zwischen Makro-, Meso- und Mikroebene** erschweren eine saubere Gegenstandsbestimmung in der konkreten Forschung. Kommt hinzu, dass auf theoretischer Ebene die Gegenstandsbestimmung „Internet“ beispielsweise allzu oft nur **einseitig technikfixiert** bleibt, die organisatorisch-institutionelle Komponente der Medien darum kaum mitberücksichtigt wird (Schmid / Kubicek 1994, S. 401ff.).

Forschungsfelder

Die Verlagerung von der universitären zur privatwirtschaftlich institutionalisierten Forschung begünstigt **angewandte und technologie-orientierte Forschungsfelder** wie „**Multimedia Design**“ oder „**Internet Nutzung**“, (Biocca 1992; Newhagen / Rafaeli 1996) während im Policy-Bereich (McQuail 1985+1993) bis jetzt kaum grössere Projekte durchgeführt worden sind. Aber auch im Mikrobereich fehlen empirisch gesicherte Befunde zu den

gesellschaftlichen Konsequenzen von Multimedia, Cyberspace und Internet noch weitgehend.

Methodische Zugriffe

Traditionelle Methodologien scheinen weniger geeignet und fruchtbar zu sein, weil deren Auswirkungen nicht so sehr durch die Achse „Exposure“ vs. „Non-Exposure“ bestimmt werden. Probleme ergeben sich auch bezüglich Festlegung von **Untersuchungseinheiten**, etwa bei der Internet-Kommunikation (December 1996). Die neuen Informationstechnologien eröffnen der Forschung hingegen vielfältige neue empirische Zugänge. Beispiele dafür sind elektronische **Befragungen** via Internet, computerisierte **Inhaltsanalysen** aufgrund des Vorhandenseins von Printtexten auch in elektronischer Form oder automatisierte **Beobachtung** durch computerisiertes Tracing. Diese neuen Möglichkeiten gefährden aber auch bestehende wissenschaftliche Standards bezüglich Validität und Reliabilität. Eine Zunahme von Studien, die mit dem Label „quick and dirty“ bezeichnet werden müssen, ist zu befürchten.

Fragestellungen

Während makro-theoretisch orientierte Medienwissenschaftler eher von **sozialen Problemen** ausgehen und Fragestellungen wie „**Information Overload**“, „**Information Inequity**“ oder „**Invasion of Privacy**“, „**Information Monopoly**“ und „**Information Misuse**“ (Salvaggio 1985, S. 434ff.) bezüglich der **Risiken** der Informationsgesellschaft hervorheben (Halloran 1985, S. 36/37), betonen mikro-theoretisch orientierte Forscher (z.B. Biocca 1992) stärker Fragestellungen, die an den **Chancen** der Informationsgesellschaft orientiert sind: Ermöglicht die Internet-Kommunikation mehr nutzer-orientierte Selektivität, eine grössere Informiertheit, mehr Kreativität und Autonomie sowie Partizipationsmöglichkeiten von unten und neue Formen von elektronischer Gemeinschaft?

In der Forschungspraxis dominiert zur Zeit aber nach wie vor die **deskriptive anwendungs-orientierte Nutzerforschung**: Wer nutzt das Internet? Wie rasch wird sich seine Nutzung ausweiten? Welche sozialen Merkmale kennzeichnen die Interessenten für neue Medienangebote? Für welche neuen Angebot besteht eine Nachfrage?

Theoretische Perspektiven

Wegen der Grenzaufhebung zwischen „**Massenkommunikation**“ und „**interpersonal Kommunikation**“ braucht es neue theoretische Zugriffe und eine Rückbesinnung auf die Humankommunikation sei notwendig, wird immer wieder betont. Dementsprechend gibt es zur Zeit vielfältige Versuche, das **Phänomen „Interaktivität“** für die Internet-Kommunikation fruchtbar zu machen (Bryant 1993; Krotz 1995; Newhagen / Rafaeli 1996). Allerdings ist noch unklar, ob eine „anthropomorphe Bestimmung der Internet-Interaktion“ (Krämer 1997) tatsächlich ein erfolgversprechender Weg ist.

Die schon konstatierte Beschäftigung verschiedenster Disziplinen – Ökonomie, Soziologie, Politologie, Publizistikwissenschaft u.a. – mit Internetkommunikation fordert neue Möglichkeiten der **inter- und transdisziplinären Zusammenarbeit**.

3. Literatur

- Bangemann, Martin u.a.: Europa und die globale Informationsgesellschaft. Empfehlungen einer Arbeitsgruppe. In: Bollmann, Stefan (Hg.): Kursbuch Neue Medien. Trends in Wirtschaft und Politik, Wissenschaft und Kultur. Mannheim 1995, S. 263-279.
- Bell, Daniel: The Coming of Post-Industrial Society. Basic Books: New York 1973. dt.: Die nachindustrielle Gesellschaft. Campus: Frankfurt/M. / New York 1976.
- Berghaus, Margot: Multimedia. Herausforderung für die Medien- und Kommunikationswissenschaft. In: Rundfunk und Fernsehen, 42, 3/1994, S. 404-412.
- Biocca, Frank: Communication Within Virtual Reality: Creating Space for Research. Journal of Communication, 42, 4/1992, S. 5-22.
- Bonfadelli, Heinz: Gesellschafts- und Medienwandel als Herausforderung für die Publizistikwissenschaft. In: Medienwissenschaft Schweiz, 2/1996 + 1/1997, S. 86-93.
- Bryant, Jennings: Will Traditional Media Research Paradigms Be Obsolete in the Era of Intelligent Communication Networks? In: Gaunt, Philip (Hg.): Beyond Agendas. New Directions in Communication Research. Greenwood Press: Westport, Conn. / London 1993, S. 149-167.
- Burgelman, Jean-Claude: Assessing Information Technologies in the Information Society. In: Spichal, Slavko / Calabrese, Andrew / Sparks, Collin (Hg.): Information Society and Civil Society. West Lafayette, Indiana 1994, S. 185-207.
- December, John: Units of Analysis for Internet Communication. In: Journal of Communication, 46, 1/1996, S. 14-38.
- Gates, Bill: Der Weg nach vorn. Die Zukunft der Informationsgesellschaft. Hoffman und Campe: Hamburg 1995.
- Halloran, James D.: The New Communication Technologies and Research. In: Friedrich Ebert Stiftung (Hg.): New Communication Technologies and their Impact on Western Industrialized Countries. Bonn 1984, S. 50-58.
- Halloran, James D.: Information and Communication: Information Is the Answer, but What Is the Question? In: Ruben, Brent D. (Hg.): Information and Behavior. Vol. 1. New Brunswick / Oxford 1985, S. 27-39.
- Krämer, Sybille: Vom Mythos „Künstliche Intelligenz“ zum Mythos „Künstliche Kommunikation“ oder: Ist eine nicht-anthropomorphe Beschreibung von Internet-Interaktionen möglich? In: Münker, Stefan / Roesler, Alexander (Hg.): Mythos Internet. Frankfurt a.M. 1997, 83-107.
- Krotz, Friedrich: Elektronisch mediatisierte Kommunikation. Überlegungen zur Konzeption einiger zukünftiger Forschungsfelder der Kommunikationswissenschaft. In: Rundfunk und Fernsehen, 43, 4/1995, S. 445-462.
- Machlup, Fritz: The Production and Distribution of Knowledge in the United States. Princeton UP 1962.
- McQuail, Denis: Conflicts of Theory and Issues of New Information Media Policy. In: Ruben, Brent D. (Hg.): Information and Behavior. Vol. 1. New Brunswick / Oxford 1985, S. 40-61.
- McQuail, Denis: Is Media Theory Adequate to the Challenge of New Communications Technologies? In: Ferguson, M. (Hg.): New Communication Technologies and Public Interest. London / Beverly Hills, 1986, S. 1-17.
- McQuail, Denis: Informing the Information Society: The Task for Communication Science. In: Gaunt, Philip (Hg.): Beyond Agendas. New Directions in Communication Research. Greenwood Press: Westport, Conn. / London 1993, S. 185-198.
- Meier, Werner A. / Bonfadelli, Heinz: Neue Medien als Problem der Publizistikwissenschaft. In: Rundfunk und Fernsehen, 35, 2/1987, S. 169-184.
- Mettler-Meibom, Barbara: Medienwirkungsforschung angesichts der Herausforderung durch die Neuen Medien. In: Publizistik, 27, 1-2/1982, pp.21-35.
- Negroponte, Nicholas: Being Digital. New York 1995. (dt. Total digital: Die Welt zwischen 0 und 1 oder die Zukunft der Kommunikation. Bertelsmann: München 1995)
- Newhagen, John / Rafaeli, Sheizaf: Why Communication Researchers Should Study the Internet. A Dialogue. In: Journal of Communication, 46, 1/1996, S. 4-13.
- Rötzer, Florian: Interaktion – das Ende der herkömmlichen Massenkommunikation. In: Bollmann, Stefan (Hg.): Kursbuch Neue Medien. Trends in Wirtschaft und Politik, Wissenschaft und Kultur. Mannheim 1995, S. 57-78.
- Salvaggio, Jerry: Information Technology and Social Problems: Four International Models. In: Ruben, Brent D. (Hg.): Information and Behavior. Vol. 1. New Brunswick / Oxford 1985, S. 428-454.
- Schmid, Ulrich: Von den „alten“ Medien lernen. Organisatorischer und institutioneller Gestaltungsbedarf interaktiver Medien. In: Media Perspektiven, 8/1994, S. 401-408.
- Toffler, Alvin: The Third Wave. Bantam: New York 1981.

Heinz Bonfadelli ist Professor für Publizistikwissenschaft am Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich IPMZ, Postfach 507, 8035 Zürich, E-mail: bonfadel@sfp.unizh.ch