

## **Journalismusbildung im Wandel Entwürfe für die Zukunft**

**Thomas A. Bauer / Universität Wien  
6.12.02**

### **Vortrag im Rahmen des Internationalen Symposiums anlässlich des Jubiläums 50 Jahre Lehrstuhl für Journalistik an der Universität Bratislava**

Ich wurde eingeladen, um im Rahmen der 50-Jahr-Feier des Instituts für Journalistik an der Universität Bratislava einen gewissermaßen nachbarschaftlichen, österreichischen Beitrag zur Reflexion von Gegenwart und Zukunft der universitären Journalismus-Ausbildung zu liefern. Zunächst will ich als Vertreter des Wiener Instituts dem hiesigen Institut für Journalistik ganz herzlich gratulieren und auch die Glückwünsche unseres Instituts an der Universität Wien im Namen des Vorstands Prof. Wolfgang Langenbacher überbringen. Ihm liegt daran, den Kontakt zwischen unseren Instituten aufzunehmen und auszugestalten. Obwohl Bratislava und Wien geografisch in unmittelbarer Nachbarschaft zueinander liegen, sind die beiden Institute sich doch ziemlich fremd geblieben. Das hat historische, auch psychologische Gründe, für die es nun aber, da Europa sich selbst zunehmend wieder findet und sich Gestalt gibt, keine Legitimation mehr geben kann. Umso schöner ist es, dass nun zur Feier von 50 Jahren Institut für Journalistik in Bratislava ein Anlass gegeben ist umzudenken und neue Wege der kooperativen Nachbarschaft zu suchen. Dieses Symposium ist ein erster Schritt, der auch inhaltlich richtig gewählt ist: es geht um eine komparative Studie zur Journalismus-Ausbildung in einem gesamteuropäischen Referenzrahmen.

Das Institut in Bratislava hat sich, so weit ich das sehe, bisher vor allem auf die Journalismus-Ausbildung und -Forschung konzentriert, hat - insbesondere mit dieser Aufgabenstellung der journalistischen Nachwuchsausbildung für die heimische Medienlandschaft - mit der wechselhaften Geschichte gelebt, gelernt und nun - unter demokratiebewussten gesellschaftspolitischen Bedingungen und emanzipatorischen Optionen - zu sich selbst gefunden, wie dies auch das Wiener Institut im Laufe eines nunmehr sechzigjährigen (2002) Lebens

getan hat, tun musste und weiterhin tun wird. Journalismus ist in Wissenschaft und Praxis immer an die Läufe und Kulturen der Zeit und an den gesellschaftspolitischen wie sozialen Wandel gebunden. An ihn richtet sich die demokratiegesellschaftliche Forderung, eine Agentur der kritischen wie dialogischen Öffentlichkeit zu sein und sich den Zumutungen systemisch organisierter öffentlicher Meinung zu verweigern. Nicht immer ist das – hier wie dort - glaubwürdig genug geglückt. Und nicht immer hat man die Zeichen der Zeit zu verstehen oder zukunftsfähig zu interpretieren gewusst. Beide Länder, die Slowakei und Österreich haben in zeitlichem Abstand zueinander, aber nun doch schon lange genug sich autoritärer und restriktiver Systeme entledigt und reaktionäre Ideologien abgelegt. Für beide Länder gilt es nun, den Lernprozess in Gang zu halten und vor allem auch wissenschaftlich zu vertiefen. Die universitären Institute für Journalistik bzw. Publizistik sind in diesem Sinne aufgerufen selbst lernende Einrichtungen einer lernenden Gesellschaft zu bleiben. Was würde einer solchen Forderung näher kommen als eine zwischen den benachbarten Instituten zu entwickelnde Lernpartnerschaft?

## **Unterschiedlichen Wege der Entwicklung**

Während das Institut in Bratislava sich seit jeher auf Journalistik (Theorie und Praxis des Journalismus) konzentrierte und dieser programmatischen Spezifizierung auf weite Strecken auch die Forschungsarbeit sowie das Bildungsmanagement (z.B. durch Selektion der Studierenden) widmet, hat das Wiener Institut für Publizistik sein Aufgabenprofil im Laufe der Zeit ausgefächert oder, vielleicht auch dem Zug der Zeit folgend, ausufern lassen. Es ist vergleichsweise unspezifisch und generell, in seinem Versuch alle relevanten Bereiche abzudecken, etwas improvisatorisch, was nun im Zuge der Neuorientierung des Programms (eine neue Studienordnung steht bevor) mitunter auch als strategische Reaktion hinsichtlich der sich entwickelnden bildungspolitischen Interessen interpretiert wird. Die Konzentration auf ein klar abgegrenztes Kerngebiet, wie dies für Bratislava typisch ist, hat strategische Vorteile. Man weiß, wem man verpflichtet ist. Hat aber auch Nachteile, weil sich die reale Kommunikationsentwicklung der Gesellschaft eben nicht mehr (oder immer weniger) „im Journalismus“ abspielt. Oder anders: die Praxis der gesellschaftlichen und öffentlichkeitsrelevanten Medien-Kommunikation ändert sich so stark, dass zu dessen

wissenschaftlicher Reflexion ein anderes und theoretisch wie programmatisch neu zu strukturierendes Rahmenmodell notwendig wird, das sich mit einer wissenschaftlichen und edukativen Programmatik journalistischer (professionalisierter) Kompetenz nicht mehr deckt.

### **Von der Schwierigkeit der Profilbildung**

Die inhaltliche Weite des Programms der Wiener Publizistik (Praxisfelder, Funktionsfelder, alle Medien von Buch bis Film, Geschichte, Soziologie, Psychologie, Pädagogik, Politik etc.) hat zunächst den strategischen Vorteil offen zu sein für alle realen und theoretischen Entwicklungen und den gesellschaftlichen Gesamtzusammenhang im Auge zu behalten, hat aber auch den strategischen Nachteil, für so viele unterschiedliche Themenstellungen einer Integrationswissenschaft nur stellenweise Legitimation beanspruchen zu können und eine relativ unspezifische Reputation zu erreichen. Zwangsläufig bleiben in einem so weiten Raum viele Ressourcen unentdeckt, bleibt man nach innen und nach außen vieles schuldig, vor allem (was ja wegen struktureller Mängel gegeben ist), wenn dieser Raum nach innen nicht ausreichend strukturiert ist und daher nach außen zu wenig differenziert ist (Arbeitsbereiche als Entscheidungsbereiche).

Die Entscheidung für das weite und (was die Praxisfelder betrifft) transversale Programm hat – historisch gesehen - aber unter anderem auch zu tun mit den medienpolitischen und bildungspolitischen Rahmenbedingungen in Österreich, die Journalismus immer als einen freien Beruf auffassen wollten, in den sich eine formalisierte und staatlich (weil unsere Universitäten bislang nur staatliche Einrichtungen waren) sanktionierte Ausbildung nicht einmischen sollte. Einerseits wurde die Kompetenz zur Journalistenausbildung in Österreich immer schon von Berufsorganisationen reklamiert, die ihrerseits eine akademische Fundierung dieses Berufes mit unterschiedlich (oft auch irrational) begründeter Skepsis betrachteten, andererseits gab schon die historisch vorgelegte Programmatik eines zeitungswissenschaftlichen Instituts von der Gründung her (und in kritischer Aufarbeitung dieser Gründung) eher die Ausrichtung auf eine wissenschaftlichen Analyse (Reflexion) der (Massen-

)Medien vor. Alles in allem hat dies aber zu der Problematik geführt, dass die Branche die akademischen Bemühungen des Wiener Instituts im Bereich Journalismus und Journalismusausbildung nie ernsthaft wahr genommen hat, dass das Institut in diesem Bereich kein eindeutiges Profil entwickeln konnte und dass bis heute die kritisch-reflexive Ambition der Wissenschaft von der Praxis nicht verstanden wird. Angesichts dieser Profilproblematik und unter den sich nun beschleunigt verändernden Bedingungen für den praktischen Journalismus betrachtet, stellt sich für die Zukunft denn auch die Frage, mit welchen neuen Argumenten (Kriterien) eine akademisch fundierte Journalismusausbildung bildungspolitisch und branchenpolitisch glaubwürdig gemacht werden kann. Daruf möchte ich gerne zum Schluss meiner Überlegungen eingehen.

### **Diffuse Erwartenslage und diffuse Diskurse**

Aus seiner Tradition versteht sich das Wiener Institut als wissenschaftliches Institut zur Reflexion von öffentlich relevanter (Medien-)Kommunikation mit dem Ziel Studierenden eine vorberufliche analytische ( nicht unbedingt operative) Kompetenz zu vermitteln. Es bindet darin, wie schon gesagt, nicht nur das Berufsfeld des Journalisten, sondern auch andere Berufsfelder wie Public Relations, Medienmanagement, Medienpädagogik, Medienpolitik, Werbung, Marktkommunikation. In diesem Sinne ist das Ausbildungsprofil des Wiener Instituts vergleichsweise offen, aber dadurch auch zugleich mit mehr Problemen konfrontiert. Solche sind die übergroße Zahl der Studierenden (im WS 02/03: etwa 7.500 insgesamt mit Haupt- und Nebenfach-Studierenden), die einerseits des weit gefächerten Berufsprofils wegen, andererseits des noch nicht regulierten Zugangs von Studierenden wegen in diese Dimensionen gewachsen ist. Ein anderes Problem scheint mir dadurch induziert: es ist die doch weithin verbreitete Unklarheit, wer von diesem Institut was erwarten kann. Die Medien erwarten schnelle Analysen und die unkomplizierte Praktikabilität wissenschaftlicher Erkenntnis, die Wirtschaft schnelle, gestreamte und regulierte Ausbildung, die Universität weite und offene Reflexion, die Studierenden berufliche und praktische Kompetenz oder im Gegenteil: einen weitläufigen Diskurs über alles, was möglich ist. Dieser widersprüchlichen und doch auch sehr wechselhaften Erwartenslage ein eigenes, intrinsischen Interessen folgendes Profil gegenüberzustellen, braucht Mut, denn es enttäuscht so manchen Anspruchspartner. Umso mehr braucht ein solcher Mut dann auch authentische Kommunikation – nach innen und nach außen.

Die wachsende gesellschaftliche Aufmerksamkeit für die Krisen einer fragilen Gesellschaft (Nico Stehr), die Kommunikationswissen zunehmend als Rohstoffressource gesellschaftlicher Organisation von Arbeit und der Arbeit in Organisationen erkennt und in den kommunikativen Kompetenzen ein Reservoir für die Qualitätsentwicklung der menschlichen Arbeit und des wirtschaftlichen Handelns (Kultur, Humanität, Nachhaltigkeit) entdeckt, dürfte überdies die Botschaft sein, die insbesondere Jugendliche mit ihrer Hoffnung auf die eigene Zukunft und mit ihrer Suche nach neuen Horizonten verbinden.

Ich gehe davon aus, dass es im Rahmen der in diesem Symposium angestrebten komparativen Analyse zur wissenschafts- und praxispolitischen Positionierung der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Institute im geografischen Umfeld von Bratislava von Interesse ist, nicht nur die Oberfläche zu sehen, sondern auch die hintergründigen Bedingungen zu verstehen. Aus diesem Grunde will ich im Folgenden die Kontexte der Entwicklung und des nunmehrigen Selbstverständnisses des Instituts an der Universität Wien exemplarisch darlegen.

### **Hintergründige Bedingungen und nachhaltige Folgen**

Zu Beginn (Gründung 1942) war das Wiener Institut eine Einrichtung für Zeitungswissenschaft eine damals explizit staatlich gewollte Einrichtung mit dem Aufgabenprofil zwischen musealer Archivierung und staatsgesellschaftlich gewollter analytischer Kontrolle der zeitgeschichtlichen Vorgänge. Nach dem zweiten Weltkrieg hat man sich zögernd, aber zunehmend als wissenschaftliches Institut für Publizistik, also für durch Medien vermittelte und deshalb (schon) für öffentlich geglaubte gesellschaftliche Kommunikation profiliert und diesem Profil entsprechend Lehre und Forschung ausgerichtet. Im Kontext mit der im deutschen Sprachraum vollzogenen Wende von einer auf staats-gesellschaftliche Öffentlichkeit ausgerichteten und systematischen Publizistikwissenschaft zu einer kritischen (aufgeklärten) empirisch-analytischen Medienwissenschaft hat auch das Wiener Institut diesen Wandel in Lehre und Forschung mitvollzogen. In den 80er Jahren wurde diese Orientierung auch in Studienpläne und Studienordnungen (Diplomstudium) gegossen. Mit dieser

Systemisierung des so beschriebenen Denkansatzes einer sozialwissenschaftlich und empirisch orientierten Medienwissenschaft blieb man der nun schon theoretisch konservierten und isolierten Konzeption von „öffentlicher Kommunikation“ treu und versuchte sie mit zunehmend schwieriger werdender Argumentation als wissenschaftlichen „Kernbereich“ von einer interpersonalen („privaten“, Alltags-) Kommunikation trennend zu unterscheiden. Die ringsum immer lauter formulierten Einforderungen nach einer „integrierten Kommunikationswissenschaft“ wurden nicht nur nicht aufgenommen, sondern mussten der mittlerweile gewachsenen Belastung (wachsende Zahl der Studierenden bei gleichzeitig niedrig gehaltenem Personalstand) beiseite gestellt werden. In diesem Gemisch von Strukturproblemen, uneinlösbarem Diskussions- und Reflexionsbedarf und zugleich rundherum wachsender, zunehmend differenzierter Thematik und wachsender Aufmerksamkeit von Wirtschaft und Gesellschaft gegenüber der Kommunikationsthematik entstand eine Konzentration des Instituts nach innen. Inhaltlich blieb der Journalismus das Leitthema, andere Praxisbereiche gewannen nach und nach an Terrain, am meisten die Öffentlichkeitsarbeit/Organisationskommunikation.

Diese Konzentration des Blicks nach innen nun aufzutauen und die wissenschaftliche Reflexion wieder mehr in den Diskurs der und in den Dialog mit den relevanten Anspruchspartnern (stakeholdern: Bildung, Medien, Wissenschaft, Kultur, Medien, Zivilgesellschaft) einer qualitätsbewussten und praxisrelevanten Kommunikationswissenschaft einzubinden wird die Aufgabe der nächsten Zeit sein. In diese Außen- und Umorientierung ist dann auch vermutlich eingeschlossen die methodologische und theoretische Umstellung von einer vornehmlich empirischen Funktionswissenschaft zu einer interpretativen Kulturwissenschaft der Kommunikation der Gesellschaft und der Gesellschaft der Kommunikation. Eine solche Umorientierung und Umstellung (der Strukturen) wird auch schon deshalb notwendig sein, weil die bisherige Ausrichtung des (Lehr- und Forschungs-)Programms an vertikalen Professionen (Journalismus, Öffentlichkeitsarbeit, Werbung, Medienmanagement etc.) den gegenwärtigen Strömungen (Transversalität des instrumentellen Wissens, Konvergenz der Systeme, aber auch der Arbeitswelten, Globalisierung der professionellen Strukturen, projektive Arbeitsmodelle, Ausrichtung auf universelle Kommunikationskompetenzen) nicht mehr gerecht wird, weil diese ein vernetztes und

querschnittvermengtes multiples Wissen verlangen. Die zukünftige Kommunikationswissenschaft wird ihr Programm in Forschung und Lehre konzentrieren auf gesellschaftliche Querschnittsthemen (Diskurse: Politik, Umwelt, Gesundheit, Soziales Zusammenleben, Religion, Wissen, Ernährung/Hunger etc.) und daran gemessen werden, ob und welche theoretischen wie praktischen Modelle sie zu generieren im Stande ist, um im Hinblick auf diese Themen den gesellschaftlichen Wandel und das gesellschaftliche Handeln an Kriterien (Desideraten) nachhaltiger Kommunikation (dialogischer Verständigung) auszurichten. Eine solche Aufgabenstellung kann dann nicht mehr nur das Objekt (Funktion und Struktur der Medienkommunikation) in Betracht ziehen, sondern muss sich einlassen auf die kulturellen Umwelten.

### **Arbeit an der Gesellschaft**

Medien- und Kommunikationswissenschaft ist die Reflexion der Medienarbeit als Arbeit an der Gesellschaft. Man muss die Vorstellung umstellen, nach der die Medien die Darstellungsplattform für Politik, Gesellschaft, Wirtschaft und Kultur wären. Vielmehr muss man in Rechnung stellen, dass die Mediendiskurse es sind, die Politik, Gesellschaft, Wirtschaft und Kultur strukturell und kulturell gestalten. Dies hat enorme Folgen für das Verständnis von Ausbildung für Kommunikationsberufe. Da geht es um mehr als nur um die Fähigkeit, das Medium zu verstehen oder zu beherrschen. Medien- und Kommunikationsberufe sind Seismografen des Zustands und der Entwicklung der Gesellschaft, sie reflektieren und interpretieren den gesellschaftlichen Wandel. Zugleich sind sie ein konzentrischer Punkt in der Generierung und Durchsetzung von Modellen des Wandels.

In diesem Sinne ist ihre kulturtechnische wie ihre berufskulturelle Kompetenz (Sach-, Fach-, Vermittlungskompetenz) gesellschaftlich und gesellschaftspolitisch so relevant wie sie auch von den Themen, den Wertebildern und Moden des gesellschaftlichen Wandels mitbestimmt wird. Der gesellschaftliche Wandel positioniert das gesellschaftliche Bewusstsein und drückt sich aus in öffentlich reklamierten, mitunter ziemlich widersprüchlichen Erwartungen an "die Medienbranche". In Summe signalisieren diese Erwartungen eine qualitative und substantielle Änderung

in den Konstruktionsvorgängen und in der diskursiven Bestimmung von Wirklichkeit, hinter denen kulturgeschichtlich bedeutungsvolle Änderungen in der Konstellation gesellschaftlicher Zusammenschlussformen erkennbar werden. Individualisierung, Entertainisierung und Dekonstruktion von Tradition sind z.B. solche oft ins Treffen geführte Themen des gesellschaftlichen Wandels, die deshalb nicht ohne Folgen (makrosoziologischer Druck auf Mikrosysteme) auf das künftige Berufsverständnis von Medien- und Kommunikationsberufen bleiben können, weil sich in ihnen sozialkommunikative Umstellungsprozesse abzeichnen. Die Charakteristik der neuen (elektronischen) Medientechnologien kann als technische Metapher dieser Kulturumstellung gewertet werden.

### **Kriterien einer nachhaltigen Ausbildung von Kommunikationsberufen.**

Um die Ausbildungsaktivitäten der Universitäten im Bereich der Kommunikationsberufe an dem Prinzip der Nachhaltigkeit (Zukunftsrelevanz, Kreativität, Qualitätstiefe, weitreichende Ausserstreitstellung der Gültigkeit) zu orientieren, braucht es eine bewusste Ausrichtung der Kompetenzprofile an Positionen einer ökologisch (nicht nur technologisch) denkenden Kommunikationswissenschaft. Dazu gehören unter anderem:

- ein erweiterter Medienbegriff,
- eine Kulturperspektive kommunikativen Handelns,
- ein offenes, zugleich transversales Berufsbild: Discourse Agent,
- eine systemische und integrative Auffassung der Problemstellungen,
- die Auffassung einer lernenden Gesellschaft (Wissenschaft),
- einen diskurs-orientierten Kompetenzbegriff.

### **Erweiterter Medienbegriff**

Die globale, systemtransformative Entwicklung macht es notwendig, auch im Hinblick auf die sich ändernden beruflichen Anforderungen, von einem Medienbegriff auszugehen, der sich nicht auf die technischen Strukturen beschränkt, sondern die sozioökonomischen Umwelten miteinbindet. Ebenso verhält es sich mit dem in das berufliche Handeln miteingebundenen Sach- und Fachwissen. Die wachsende Komplexität verlangt eine

professionalisierte Auffassung beruflicher Medienarbeit, die mehr beschreibt als die Pragmatik (Orientierung auf das für den Gebrauch der Technik nützliche Wissen). Sie verlangt eine professionelle Sättigung der Praxeologie (Orientierung auf Entscheidungspositionen der Praxis und auf das durch Praxis zu entwickelnde Wissen).

In einer so erweiterten Perspektive sind Medien (rational gestaltete Handlungs- und Entscheidungszusammenhänge) Systeme, in denen, über die und durch die die Gesellschaft / Individuen ihre Wünsche und Bedürfnisse nach Austausch von Erfahrungen (Information) und nach Konstruktion von Sinn (Kommunikation) wirtschaftlich und kulturell organisieren (lassen).

Die Strategie der Entgrenzung von Raum, Zeit und Inhalt ist ihnen (technisch, ökonomisch) eingeschrieben. Sie sind durch aufeinander bezogene Handlungen (Produktion-Distribution-Konsumtion) rationalisierte Konventionen konversationeller Aneignung von Wirklichkeit.

Durch technisch unterschiedlich ausgebaute Infrastruktursysteme und durch arbeitsteilig organisierte Programme (Zeitung, Radio, Fernsehen, Internet etc.) sind sie sowohl Sammelpunkt, Zentrifuge, Plattform wie Dispositiv der konversationellen Diskurse und als solche Pars-pro-toto-Modelle der Selbstreflexion der Gesellschaft, repräsentierte Referenzgrößen des Vergleichs, der Einschätzung, der Auseinandersetzung und der Klärung der subjektiven wie sozialen Bedeutung von Erfahrung. Sie sind Agenturen der Beobachtung von dem, was Menschen beobachten oder unter Beobachtung stellen (wollen). Insofern nehmen sie Orientierungsposition ein. Und insofern ist es nicht unerheblich, WIE und mit welchen Mitteln (know-how) sie WAS (know-what) mit welchen (organisationellen, gesellschaftlichen etc.) ABSICHTEN (know-why) tun und mit welcher Kompetenz (Fähigkeit, Einstellung, Zuständigkeit - technisch, kulturell, ästhetisch, ethisch) sie sich gesellschaftlich legitimieren.

## **Kulturperspektive**

Die Medienwissenschaft positioniert sich immer deutlicher als umfassende Kulturanalyse (Cultural Studies, Diskursanalyse, Gender Studies). In den Blickpunkt rückt immer mehr der Gesamtzusammenhang des (produktiven und rezeptiven) Mediengebrauchs. Die kultur-aktive Position des Rezipienten (sie/er produziert den Text) verändert die Einschätzung des Potentials (Leistungen, Erwartungen, Ressourcenhintergrund) der produzierenden Akteure bzw Unternehmen. Nicht die Technik (Apparatur,

Arbeitsablauf) definiert die Medien, noch kann sie länger das entscheidende Kriterium der Bestimmung von (produktiver bzw. rezeptiver) Medienkompetenz sein, sondern es ist der sozial organisierte und kulturtechnische Gebrauchszusammenhang, über den Medien als Agenturen der Beobachtung von Diskurszusammenhängen (Medien-, Milieu- und Alltagsdiskurse) gesellschaftlich relevante Position erreichen.

### **Discourse Agent**

In diesem Sinne kann die Professionalität/Kompetenz journalistischer eben nicht (nur) durch die Routine des praktischen oder (wenn auch) kritischen Gebrauchs (nur) der Medienapparatur (Arbeitsabläufe) definiert werden oder mit ihr das Auslangen finden, sondern ist gesellschaftlich verpflichtet, sich auf Modelle öffentlich rationalisierter und einrechenbarer Sozialorganisation und Kulturtechnik zu berufen, durch die sie Medien für die informationelle, konversationelle oder wissensbasierte Anreicherung der gesellschaftlichen Diskurse zu gebrauchen legitimiert sind.

Medienbasierte Information und Kommunikation nimmt im Zuge zunehmender (technischer, organisatorischer, kultureller) Konvergenz immer häufiger wechselnde und sich ändernde gesellschaftliche Formate komplex verschnittener Diskurse an, so dass Nachricht nicht mehr nur Nachricht, Unterhaltung nicht mehr nur Unterhaltung und Werbung nicht mehr nur Werbung ist. Die einst isolierbaren publizistischen Formen lösen sich in fluiden und konversationellen Diskursen auf, in die Milieudiskurse ebenso eingeschnitten sind wie disperse Anschlusskommunikationen. Aus diesem Grunde ist journalistische Medienarbeit durch diskursive Querverweise gefordert, die sowohl horizontale Aufmerksamkeit (Inter- und Transdisziplinarität) wie vertikale Kompetenz (thematische Tiefe) und diagonale Kontextualität (verschiedene kommunikative settings bzw. Medien-übergreifende Zusammenschau) in ein professionelles Management binden.

Professionelle Medien- und Kommunikationsarbeit ist wegen der komplex verschnittenen gesellschaftlichen Diskurse (z.B. Durchmischung von Journalismus und Public Relations) längst über den Rahmen journalistischer Kategorien hinausgewachsen und ist nicht mehr in ein lineares berufliches Konzept zu binden, sondern braucht (theoretisch, praktisch und didaktisch) ein Konzept einer kommunikativen (diskursiven) Agentur.

Im Zusammenhang dieser Argumentation muss man die Professionalisierung von Kommunikationsberufen überdies als inhärenten Teil einer dem Status gesellschaftlicher Selbstorganisation und Risikoprävention entsprechenden Kommunikationsordnung einfordern.

## **Systemperspektive**

In vielen Themenstellungen zur Analyse der Medien stellt sich immer klarer heraus, dass die Akteursperspektive (z.B. Orientierung der Wertungen der Medienleistungen an den die Qualitäts- und Kompetenzmerkmalen journalistischer Einzelleistungen - Persönlichkeit, Begabung, Autorität, Stil, journalistischer Ansatz) nicht beanspruchen kann, die Komplexität von Medienleistungen zu erklären. Immer klarer wird, dass es in erster Linie eine kritische Systemperspektive (Zusammenhänge, kontextuelles Geschehen, Management) braucht, um Erklärungen, Klassifikationen oder Risikovoraussagen zu ermöglichen. In diesem Sinne muss auch die Berufsbeschreibung (Kompetenz, Professionalität, Qualifikationsmerkmale, Arbeitsinhalte, Leistungskriterien, Arbeitsumwelten des Lernens und Lernumwelten des Arbeitens) deutlicher systemisch ausfallen :

- Systemaspekt des beruflichen -Handelns, Kontextualität der Leistungen,
- integratives Verständnis von Contentmanagement und Contentproduktion
- Diskurskompetenz (Medienkompetenz plus Themenkompetenz etc.)

Die für eine empirische und normative Bestimmung der gesellschaftlichen (sozialen, kulturellen, publizistischen, ökonomischen) Bedeutung der Medien für Gesellschaften und Gemeinschaften relevanten Fragen nach Qualität, Ethik, Professionalität, Einfluss, Vertrauen, Glaubwürdigkeit, Verlässlichkeit etc. kann bei dem nun vorhandenen Wissen über die Komplexität, Kontextualität und Systemizität medialer Kommunikation (und kulturtechnischen Mediengebrauchs) nicht an der Leistungsfähigkeit (einzelner) Akteure gemessen werden. Es sind die kulturellen Umwelten (Milieu, Lebenswelt) und die Arbeitszusammenhänge (Betrieb, Organisation), in denen Talente zu Begabungen, Techniken, Einstellungen und Erfahrungen zu integrierten Attitüden und Kompetenzen graduieren.

## Lernperspektive

Zunehmend schiebt sich in die Analyse der Medien (Mediengesellschaft) der Aspekt der lernenden Gesellschaft. Hintergrund dieser Erkenntnis und ihrer Folgerung sind Erfahrungen

- des anthropologischen Labors (Der offene Zirkel: Der Mensch lernt mit der Verwendung seiner Werkzeuge, in entwickelten Lebens- und Umwelten werden Werkzeuge weiterentwickelt, die wieder Lebens- und Umwelten entwickeln),
- des graduierten Bewusstseins über den konstruktiven Charakter von Wahrnehmung und gesellschaftlicher Wirklichkeit . Das postuliert Offenheit und Veränderung als Paradigmata gesellschaftlicher Praxis,
- der relativen Enttäuschung über das wissenschaftliche und praktische Projekt der Moderne: die Prinzipien der Rationalität und der Technik ( Erfolg durch die strategische Ausrichtung des Handelns auf Ergebnisse) haben weder mehr Übersicht, noch mehr Sicherheit noch mehr Autonomie und Emanzipation geschaffen. Diese Einschätzung macht einer post-modernen Einstellung ( z.B. Erfolg ist, aus Erfahrungen zu lernen und lernen, um Erfahrungen zu machen) Platz, die sich bewusst auf Diskontinuität, Widersprüchlichkeit, Veränderlichkeit, Vorläufigkeit, Gleichzeitigkeit und Gleichgültigkeit von Andersheiten und Differenz einläßt. Eine solche spricht den Verhältnissen und Traditionen jene Regelmäßigkeit und Vernünftigkeit ab, die ihnen das moderne Denken unterstellt.

Daraus folgt, dass Lernen eine der Generierung von Erfahrungen immanente Ressource ist, die nicht in die zweite Reihe gerückt (notwendiges Übel des Nach-Denkens), sondern als Tool zur Erschließung von Erkenntnis und Erfahrung NACHHALTIG als Prinzip (beruflicher) Organisation eingesetzt werden sollte: lebenslang, berufsbegleitend, auch für heterogene Anwendungsfelder offen, in synergetischer Verbindung von individuellem und Lernen und Organisationslernen)

## **Transversale Kompetenz**

Die bisherigen Beschreibungen und Systematisierungen journalistischer Kompetenz (vgl. Weischenberg), auf die man sich so selbstverständlich bezieht, reichen m.E. nicht mehr aus. Sie beziehen sich erstens auf einen ziemlich technisierten Kommunikationsbegriff, zweitens mehr auf die Strukturprobleme des professionellen Handelns als auf die Kulturprobleme der Professionalität von Kommunikationshandeln. Für weitere andere Kommunikationsberufe ist dieser Kompetenzbegriff (Fachwissen, Sachwissen, Vermittlungswissen) zwar anwendbar, aber eben auch nur bedingt; nämlich unter der Bedingung der beschränkten Konzentration auf die instrumentelle und funktionale Seite beruflichen Handelns.

Kommunikationsberufliches Handeln ist aber arbeitsteilig anvertraute Gesellschaftlichkeit. Daher geht es in der Kompetenzbestimmung der kommunikationsberufe nicht um die Durchsetzung einer vertikalen Struktur (der Journalist, der öffentlichkeitsarbeiter etc mit einem jeweils systemlogisch definierten Kompetenzprofil), sondern um die gesellschaftliche Diffundierung von Themen, Positionen und Meinungen. In diesem Interesse muss ein Journalist ebenso pr-fähig sein wie ein PR-Experte in der Lage sein muss journalistisch zu agieren. Das öffentliche Management der Kommunikation verlangt eine berufstransversale und generelle, integrierte Kompetenz, durch die Kommunikationsberufe in der Lage sind, Querschnitt-Themen in den gesellschaftlichen Diskurs einzubinden oder aus diesem zu destillieren. Das verlangt einen tatsächlich kommunikativen (dialog-kulturellen) Kompetenzbegriff, den man in etwa so definieren könnte: Kommunikative Kompetenz ist die Fähigkeit, Fertigkeit, Bereitschaft und verantwortete Zuständigkeit, "durch das Wort" (dia logos), also durch das Prinzip von Sprache und Gegensprache den Menschen, die man adressiert, empathische Grundlagen für die kritische Auseinandersetzung (Glaubwürdigkeit) mit gesetzten Botschaften anzubieten. Das ist in Summe mehr eine Frage der kulturellen Haltungen als der strukturellen Techniken.

Entwürfe für die Zukunft der Journalismusausbildung müssen sich bewusster für die Perspektive der Nachhaltigkeit engagieren. In diesem Sinne ist jede Reflexion darüber ein theoretische Adresse an die Projektfähigkeit der angebotenen Lernprogramme wie an die Lernfähigkeit der (beruflichen) Projektarbeit. Universitätsinstitute, die sich dieser Kultur

annehmen, werden weniger Probleme haben Lehre und Forschung als Arbeit an der Gesellschaft glaubwürdig zu machen.

### **Literaturhinweise**

Altmeppen, Klaus-Dieter / Hömberg, Walter (2000) (Hg.): Journalisten-Ausbildung für eine veränderte Medienwelt, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag,

Bauer, Thomas A. (2000): Zukunft der Kommunikationswissenschaft – Kommunikationswissenschaft der Zukunft . In: Medien Journal 2/2000: 47 – 58

Fabris, Hans Heinz (1999) (Hg.): Journalismus in der Informationsgesellschaft. Antworten aus Praxis & Theorie., Innsbruck, Wien: Studien-Verlag.

Kaltenbrunner, Andy (2001) (Hg.): Journalismus: Beruf ohne (Aus-)Bildung? Wien: Czernin.

Löffelholz, Martin (2000) (Hg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Mast, Claudia (1998): Berufsziel Journalismus. Aufgaben, Anforderungen, Ansprechpartner, Opladen: Westdeutscher Verlag.

Müller, Wiebke (1999): Journalistenausbildung in Europa. Bestandsaufnahme, neue Modelle, Entwicklungsperspektiven, Berlin: Vistas.

Weischenberg, Siegfried (1990) (Hg.): Journalismus & Kompetenz. Qualifizierung und Rekrutierung für Medienberufe, Opladen, Westdeutscher Verlag.

thomas bauer@univie.ac.at

